

T.C.

ADYAMAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYOLOJİ PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SOSYAL MEDYANIN (DİJİTAL KÜLTÜR) AİLE İLİŞKİLERİ ÜZERİNE
ETKİSİ**

Mukadder HASGÜL KOŞMAZ

Danışman

Doç. Dr. Bekir KOCADAŞ

ADYAMAN - 2020

ADIYAMAN UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF SOCIOLOGY
SOCIOLOGY PROGRAM
MASTER'S THESIS

**THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA (DIGITAL CULTURE) ON FAMILY
RELATIONS**

MUKADDER HASGÜL KOŞMAZ

SUPERVISOR

ASSOC. PROF. DR. BEKİR KOCADAŞ

ADIYAMAN-2020

BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Sosyal Medyanın (Dijital Kùltür) Aile İlişkileri Üzerine Etkisi” adlı çalışmanın, tarafımdan akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

24/03/2020

MUKADDER HASGÜL KOŞMAZ

İMZA



DECLARATION

I Hereby Declare That This Master's Thesis titled as "The Effect of Social Media (Digital Culture) on Family Relations" has been written by myself in accordance with the Academic rules and ethical conduct. I also declare that all materials benefited in this thesis consist of the mentioned resources in the reference list. I verify all these with all these with my honour.

24/03/2020

Mukadder HASGÜL KOŞMAZ

İMZA



ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Sosyal Medyanın (Dijital Kültür) Aile İlişkileri Üzerine Etkisi

Mukadder HASGÜL KOŞMAZ

Adıyaman Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı

Sosyoloji Programı

Ocak, 2020

İnsanlığın var olduğu günden beri bireyler yalnız başına yaşamak yerine yüz yüze ilişkilerin ve etkileşimlerin var olduğu gruplar içinde yaşamaya ihtiyaç duyarak aileyi oluşturmuştur. Aile, bir kurum olarak toplumdaki diğer bütün kurumlardan ve gelişmelerden etkilenirken aynı zamanda kendisi de diğer kurumları etkileyendir. Günümüzde aile yapısını ve özellikle aile içi ilişkileri etkileyen en önemli gelişmelerden biri teknoloji, dijital araçlar, internet ve sosyal medya olmuştur.

Özellikle yirmi birinci yüzyıla damgasını vuran sosyal medya, aile yaşamını kuşatmıştır. İnsanlara iletişim kurma, özel verilerini ve fotoğraflarını saklama, ideal kimlik oluşturma gibi imkânlar sunan sosyal medya sayesinde aile bireyleri dünyanın farklı yerlerindeki insanlarla iletişim kurma imkânı bulmuş ve aile içinde ifade edemediği düşünce ve duygularını bu sanal ortamda paylaşmaya başlamıştır. Başlarda özellikle gençler arasında yaygın olan sosyal medya kullanımı son zamanlarda orta yaşlı ve yaşlı insanlar arasında da yaygınlaşmıştır. Bir yandan insanlara dijital sosyalleşme ortamı sağlayan Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal paylaşım ağlarının yoğun kullanımı diğer yandan aile içi yüz yüze ilişkileri dönüştürmekte ve sanal iletişimi aile içinde de yaygın hale getirmektedir.

Araştırmamızda nicel araştırma yöntemlerine dayalı olarak araştırma evreni çerçevesinde sosyal medyanın aile içindeki fertlere sunduğu yeni imkânlar, sosyal medyanın aile fertleri arasındaki iletişim ve ilişki biçimlerine olumlu ve olumsuz etkileri irdelenerek teknolojinin bize sunduğu bu imkânı aile ilişkilerini zedeleden nasıl kullanabileceğimiz ile ilgili öneriler sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Aile, Aile İlişkileri, Dijitalleşme, İnternet, Sosyal Medya, Sosyalleşme.



ABSTRACT

Master's Thesis

The Effect of Social Media (Digital Culture) on Family Relations

Mukadder HASGÜL KOŞMAZ

Adıyaman University

Graduate School of Social Sciences

Department of Sociology

Sociology Program

January, 2020

Since beginning of humankind individuals have constituted family by preferring to live as groups in which there are face to face communication and interaction instead of living alone. While family, as a constitution, is effected by other constitution and development in the society, at the same time it effects them. Technology, digital devices, internet and social media have become a few of most effective arguments on family and especially relations in family recently.

Having left it's mark on 21th century, social media sieged family life. By means of social media presenting some opportunities such as communication, hiding private datas and photos and constitution ideal identity to people, family members have found chance to communicate with people all around the world and started sharing their ideas and emotions in family by the family members. Having become common especially among the youngs at the beginning, using social media has become common among middleaged and aged people recently. Face to face relations in family has weakened and gone to breakaway point because of social networks such as facebook, twitter and instagram providing digital socializing platform to people.

In this research, new opportunities offered by social media to individuals in the family, positive and negative effects of social media on family members' communication and relationship types within the framework of the research universe based on quantitative research methods were examined and recommendations were made about how we can use this opportunity without harming family relations.

Key Words: Family, Family Relations, Digitization, Internet, Social Media, Socializing.

ÖNSÖZ

Hayatımızın vazgeçilmezi haline gelen sosyal medya teknolojilerinin aile içindeki yüz yüze iletişimi giderek azalttığı yadsınamaz bir gerçektir. Geçmiş dönemlerde boş zamanlarında akşam sohbetleri, akraba ziyaretleri gibi etkinliklerde bulunan aile, günümüzde fiziki olarak aynı ortamı paylaşırsa da iletişim sanal ortamlar üzerinden sağlanmaya başlamıştır. Ailemizle geçirdiğimiz zamanların yeni teknolojiler tarafından kuşatılması ve ilişkilerin giderek dijitalleşmesi, insanların zamanla bireyselleşmesine neden olmuştur.

Konu ile ilgili literatür taramaları ve Gaziantep ili Şahinbey ilçesinin İstiklal mahallesinde saha araştırması yapılarak hazırlanan bu çalışma iki bölümden oluşmakta ve çalışmanın birinci bölümünde aile ve sosyal medya ile ilgili kavramsal açıklamalar, internet teknolojilerinin tarihi ve günümüzde en çok kullanılan sosyal paylaşım ağları hakkında bilgi verilmiştir. İkinci bölümde ise daha önceki bölümde verilen kavramsal bilgiler doğrultusunda sosyal medyanın aile ilişkileri üzerine etkisi İstiklal Mahallesi evreninde anket çalışması yoluyla irdelenmiştir.

Bu araştırmamda ve Yüksek Lisans eğitimimde desteklerini esirgemeyen, emeği geçen tüm hocalarıma ve özellikle bu tezi hazırlarken her aşamada bana yardımcı olan, beni yönlendiren saygıdeğer hocam Doç. Dr. Bekir Kocadaş'a teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca eğitimimi gerçekleştirebilmem adına maddi ve manevi destekleriyle her zaman yanımda olduklarını hissettiren kıymetli babam Şih Mehmet Hasgöl, annem Sevim Hasgöl ve sevgili eşim Sercan Koşmaz'a teşekkürlerimi borç bilirim.

Adıyaman, Ocak, 2020

Mukadder HASGÖL KOŞMAZ

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE LİTERATÜRE KATKISI

Alt-orta sosyo ekonomik gelir düzeyine sahip ailelerin sosyal medyaya olan ilgileri, sosyal medya kullanım sıklığı ve amacının yaş, cinsiyet, medeni hal, eğitim durumu gibi demografik değişkenlere bağılı olarak ortaya çıkardığı sonuçların sosyolojik anlamda analiz edilmesi bu alanda yapılacak olan sosyal medya ve aile ilişkileri araştırmalarına katkı sağlayacaktır. Ayrıca sanal bir mecra olan sosyal medyanın sosyalleşme sürecine, aile bütünlüğüne ve Türk gelenek, görenek, değerlerine etkisinin örneklem bakış açısından ele alınması bu çalışmanın önemlerindedir.

İÇİNDEKİLER

BEYAN.....	III
DECLARATION.....	IV
ÖZET.....	V
ABSTRACT.....	VII
ÖNSÖZ.....	IX
ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE LİTERATÜRE KATKISI.....	X
İÇİNDEKİLER.....	XI
TABLolar LİSTESİ.....	XIV
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XVI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

AİLE VE SOSYAL MEDYA

1.1.Aile Kavramı.....	5
1.1.1.Aile Sosyolojisinde Kuramsal Yaklaşımlar	10
1.1.1.1.Yapısal İşlevsel Kuram.....	10
1.1.1.2.Sembolik Etkileşim Kuramı.....	12
1.1.1.3.Sosyal Çatışma Kuramı.....	13
1.1.1.4.Feminist Aile Kuramı.....	15
1.1.1.5.Gelişimsel Aile Kuramı.....	16
1.1.2.Aile Tipleri	17
1.1.2.1. Otorite Açısından Aile Tipleri	17
1.1.2.2. Evlenme Biçimlerine Göre Aile Tipleri.....	18
1.1.2.3. Aile Büyüklüklerine Göre Aile Biçimleri.....	20
1.1.2.4. Yerleşim Biçimine Göre Aile Tipleri.....	22
1.1.2.5. Töreyle Dayalı Oluşan Aile Tipleri.....	23
1.1.3.Geçmişten Günümüze Aile Yapısındaki Değişim.....	25
1.1.3.1.İlkel Aile.....	25
1.1.3.2. Sanayileşme Dönemi Öncesi Aile.....	27
1.1.3.3. Sanayileşme Dönemi ve Sonrası Aile.....	28
1.2.Dijitalleşme, İnternet ve Sosyal Medya Kavramları.....	32
1.2.1. İnternet ve Sosyal Medyanın Tarihçesi	35

1.2.1.1.Facebook.....	40
1.2.1.2.Twitter.....	41
1.2.1.3.Youtube.....	42
1.2.1.4.Instagram.....	42
1.2.1.5.Whatsapp.....	42
1.2.1.6.Tumblr.....	43
1.2.2.Sosyal Medya Üzerinde Oluşan Dijital Gruplar.....	43
1.2.2.1.Etkileyiciler.....	44
1.2.2.2.İletişim Çılgınları.....	44
1.2.2.3. Bilgi, Haber Peşindekiler.....	45
1.2.2.4. Çevresini Genişletmek isteyenler.....	45
1.2.2.5.Özenenler.....	45
1.2.2.6. İşlevsel Kullanıcılar.....	46
1.3.Osmanlı'dan Günümüze Aile İçi İlişkiler ve Sosyal Medyanın Aile İlişkilerinin Dönüşümü Üzerindeki Etkisi	46

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN AİLE İLİŞKİLERİNİN DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ (İSTİKLAL MAHALLESİ UYGULAMASI)

2.1.ARAŞTIRMA ALANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	60
2.1.1. Konum ve Tarihçe	60
2.2.YÖNTEM.....	62
2.2.1.Araştırmanın Konusu	62
2.2.2.Araştırmanın Amacı	62
2.2.3. Araştırmanın Önemi	62
2.2.4.Araştırmanın Temel Problemi	63
2.2.5.Hipotezler	63
2.2.6.Araştırmanın yöntemi: Nicel Araştırma Yöntemi	64
2.2.7.Evren	64
2.2.8.Örnekleme	64
2.2.9.Araştırmanın Sınırlılıkları	64
2.3.BULGULAR VE YORUMLAR	66
2.3.1. Demografik Özellikler.....	66

2.3.2. Aile Kavramı ve Günümüz Ailelerinin En Önemli Problemleri.....	68
2.3.3. İnternet Bağlantısı ve Sosyal Medya Kullanımı.....	71
2.3.4. Sosyal Medya Kullanım Amaçları	83
2.3.5. Sosyal Medyanın Ailede Boşanmalara, Gelenek Ve Göreneklere, Aile İçi İletişime Etkisi.....	86
2.3.6. Sosyal Medyanın Sosyalleşmeye Etkisi	94
2.3.7. Sosyal Medya Bağımlılığı	98
SONUÇ.....	102
ÖNERİLER	108
KAYNAKÇA	110
EK.....	119
ÖZGEÇMİŞ.....	123

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Cinsiyet	66
Tablo 2: Yaş	66
Tablo 3: Medeni Hal	67
Tablo 4: Eğitim Durumu	67
Tablo 5: “Aile” Kavramının Anlamı	68
Tablo 6: Günümüz Ailelerinin En Önemli Problemi	69
Tablo 7: Cinsiyete Göre Günümüz Ailelerinin En Önemli Problemi	70
Tablo 8: İnternet Bağlantısı.....	71
Tablo 9: Sosyal Medya Kullanımı	71
Tablo 10: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu	72
Tablo 11: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Sıklığı.....	73
Tablo 12: Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu	73
Tablo 13: Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanım Sıklığı.....	74
Tablo 14: Medeni Hal ile Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki.....	75
Tablo 15: Eğitim Seviyesine Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu	76
Tablo 16: Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanım Sıklığı.....	77
Tablo 17: Mesleğe Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu.....	78
Tablo 18: Kullanılan Sosyal Ağlar.....	79
Tablo 19: Cinsiyete Göre Kullanılan Sosyal Ağlar.....	79
Tablo 20: Yaşa Göre Kullanılan Sosyal Ağlar.....	80
Tablo 21: Sosyal Medyayı Takip Etme Aracı.....	81
Tablo 22: Evde İnternet Bağlantısı Bulunma Durumu ile Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki	82
Tablo 23: Sosyal Medyayı En Fazla Kullanan Aile Bireyleri.....	82
Tablo 24: Sosyal Medya Kullanım Amacı.....	83
Tablo 25: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Amacı.....	84
Tablo 26: Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanım Amaçları.....	85
Tablo 27: Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Kullanım Amacı.....	86

Tablo 28: Son Yıllarda Ülkemizde Hızla Artış Gösteren Boşanma Oranlarına Sosyal Medyanın Etkisi	86
Tablo 29: Sahte Kimlik Oluşturulmasına Olanak Sağlayan Sosyal Medyanın Çocuklar ve Gençlerin Kimlik Gelişim Dönemlerini Olumsuz Etkilediği Düşüncesi	87
Tablo 30: Sosyal Medyanın Türk Ailesindeki Gelenek, Görenek ve Değerlere Etkisi ..	88
Tablo 31: Sosyal Medya Ailenin Eksik Yanının Tamamlayıcısı Olma Durumu.....	88
Tablo 32: Sosyal Medyanın Ebeveynler ve Çocuk Arasındaki İletişimi Zayıflatma Üzerine Etkisi.....	89
Tablo 33: Sosyal Medyanın Ailede Yeni Bir İletişim Kanalı Olması	89
Tablo 34: Cinsiyet ile Sosyal Medyanın Ebeveynler ve Çocuklar Arasındaki İletişimi Zayıflattığı Düşüncesi Arasındaki İlişki	90
Tablo 35: Cinsiyete Göre Sosyal Medyanın Türk Gelenek, Görenek ve Değerlerine Etkisi	91
Tablo 36: Yaş ile Sosyal Medyanın Aile İçinde Yeni Bir İletişim Kanalı Olduğu Düşüncesi Arasındaki İlişki	92
Tablo 37: Medeni Hal ile Sosyal Medyanın Boşanma Oranlarını Artırdığı Düşüncesi Arasındaki İlişki	93
Tablo 38: Sosyal Medyanın Sosyalleşmeye Etkisi	94
Tablo 39: Yaş ile Sosyal Medyanın Sosyalleşmeye Etkisi Düşüncesi Arasındaki İlişki	95
Tablo 40: Eğitim Durumu ile Sosyal Medyanın Sosyalleşmeyi Sağladığı Düşüncesi Arasındaki İlişki	96
Tablo 41: Medeni Hal ile Sosyal Medyada Yabancı İnsanlarla Tanışma Durumu Arasındaki İlişki	97
Tablo 42: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığı	98
Tablo 43: Yaşa Göre Sosyal Medya Bağımlılığı	99
Tablo 44: Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Bağımlılığı	100
Tablo 45: Yaşa Göre Sosyal Medya ile İlgili Gelişmeleri ve Güncellemeleri Takip Etme Durumu	101

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

Akt. : Aktaran

Bkz. : Bakınız

Edt. : Editör

ODTÜ: Orta Doğu Teknik Üniversitesi

GİRİŞ

Aile, dönemsel Şartlara uyum sağlayarak bir araya gelen bireylerden oluşan, bir toplumun en kutsal ve önemli kurumlarının başında gelir. Bireylerin yaşama bakıŐları ile aile kurumunun aldığı biÇim, birbirini karşılıklı olarak etkiler. Aile sistemleri teorisine göre birey bütünün bir parÇasıdır ve bireyin hareketleri sistemin bütün parŐalarını etkilerken kendisi de bütünün diğer parŐalarından etkilenerek biÇim alır. Bu bağlamda, bu teoriye göre aileyi anlamak iÇin bir aile üyesine bireysel olarak bakmak değil, aileye bütün olarak bakmak gerekir.¹ Anne, baba ve çocuklardan oluşan toplum iÇindeki en kŐk grup ve toplumsal kurumlardan biri olan aile, toplum iÇindeki her türlü gelişmeye etki ederken aynı zamanda bu gelişmelerden etkilenendir.

Günümüzün en önemli geliŐmelerinden olan “internet” ve “sosyal medya” gibi kanallar aracılığıyla bireyler arasındaki iletişim yöntemleri çeŐitlenmiŐ ve aile işi iletişim bu olgulardan önemli lŐde etkilenmiştir. İnternet, bilgiye ulaşma, çeşitli iletişim kanalları sunma gibi sağladığı birÇok imkân ile insan yaşamını kolaylaŐtırmakta, çeŐitlendirmekte, geliŐtirmekte ve dönüştürmektedir.² İnternet ve sosyal medya, sağladığı yeni imkânlarla ortaya ıktığı günden itibaren toplumdaki her bireyin hayatına hızlı bir Şekilde girmeye devam etmektedir.

Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve yeni iletişim teknolojilerinin her alanda kullanımı, bireylerin yaşam Şekillerini etkileyen ve deęiŐtiren en önemli unsurlardan biri haline gelmiştir. Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, mobil iletişimin internet ile birleşmesi, akıllı teknoloji aletlerinin yaygınlaşması zaman ve mekân kavramlarının önemini azaltmış ve kişiler arası bilgi ve haber paylaşımı çok hızlı bir Şekilde gerŐekleŐmeye başlamıştır. Buna istinaden insanlar iÇin yeni sosyalleşme meknları oluşmuş ve iletişimin her Şekli bu yeni teknoloji ağları aracılığıyla sağlanmaya başlamıştır. SonuÇta oluşan bu gelişmeler, insanların ve toplumların ilişkilerini, iletişim biÇimlerini, sosyalleşme sreŐlerini, yaşam Şekillerini, çevreyle olan etkileŐimlerini dönüşüme uğratmaktadır.³ önceleri dünyanın farklı yerlerinde yaşayan

¹ Esra Cizmeci, Aile, Medya ve Serbest Zaman, Nobel Akademik Yayıncılık, İstanbül, 2016, s. 9.

² mit Demir, “Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: anakkale’de Lise ğrencileri zerine Bir Araştırma”, SelÇuk İletişim, Sayı: 9 (2), 2016, s. 28.

³ Ayşegül Elif Karagülle ve Berk aycı, “Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma”, İstanbül Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sayı: 4, 2014, s. 2.

insanların birbiri hakkında bilgi ve haber alması neredeyse aylarca sürerken internet ve enformasyon teknolojilerinin gelişmesiyle bu durum tamamen değişmiş, bireyler birbiriyle istedikleri anda gerekirse görüntülü iletişim sağlayabilecek imkânlarla sahip olmuştur.

Her şeyin internete dayalı olduğu günümüz toplumunda, internete bağlı olmamak, toplumun dışında kalmak anlamına gelmektedir.⁴ Yeni medya üzerinde dijital kimliklerini oluşturmayan bireyler toplumun dışında kalıyor çünkü bireyler bugün yeni medya teknolojileri üzerinden bilgileri değil, aslında toplumu takip etmektedir.⁵ Birbiriyle yüz yüze iletişim kurmak yerine çağımızın yeni iletişim kanalları olan sosyal medya platformları üzerinde sürekli aktif olan bireyler toplum içinde asosyal olarak tanımlanmalarına rağmen bu platformlarda oldukça sosyaldirler.

Sosyal medya günümüzde internete bağlı olarak kullanılan iletişim araçları arasında en fazla kullanılan iletişim kanalı haline gelmiştir. Fakat bunun yanında kişisel bilgileri muhafaza etme ve ihtiyaç duyulan bilgilere ulaşma bakımından da kullanıcıların öncelikli olarak başvurduğu kaynaklardan biri olarak görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya günümüz insanları için iletişim sağlama, bilgilerini muhafaza etme ve bilgiye ulaştırma işlevleri ile vazgeçilmez bir araç halini almıştır.⁶ Özellikle genç nesiller tarafından yoğun ilgi gören sosyal medya gençlerde bağımlılık yaratmaktadır.⁷ Bir yandan sunduğu imkânlarla bireylerin hayatını kolaylaştıran sosyal medya, diğer taraftan sınırsız bilgiye ulaşan ve kendi içinde farklı bir düşünce yapısı oluşturan genç nesillerle ebeveynleri arasında fikir ayrılıklarına sebep olmaktadır.

Teknolojinin değişim hızı aile yapısının dönüşümünde etkili olmaktadır. Bu anlamda eskiden beri kullanılagelen bir kavram olan “kuşak çatışması” teknoloji konusunda da etkisini göstermektedir. Eskinin karmaşık olmayan kendince sade teknolojilerinin tek kullanım yetkisi anne-baba gibi evin büyüklerine aitken, günümüzde

⁴ Aysun Kaya, “Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey*, (Ed. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık), Çizgi Yayınları, Konya, 2013, s. 160-162.

⁵ Çizmeci, s. 77.

⁶ Lokman Cerrah, “Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 20, 2016, s. 1394.

⁷ Çizmeci, s. 94.

anne babanın bilgisi yeni çıkan teknolojilerde yetersiz kalabilmektedir. Hatta teknolojinin değişimi o kadar hızlı yaşanmaktadır ki aile içerisinde birbirine yakın kuşaklar arasında bile teknoloji kullanım bilgi ve birikimi farklılaşabilmektedir.⁸ Her yaşa ve ilgi alanına hitap edebilen sosyal medya platformları bir ailedeki her birey tarafından kullanılabilmekte ve her birey üzerinde farklı etkiler yaratmaktadır.

Artık anne babalar da serbest zamanlarının çoğunu cep telefonu, internet gibi medya teknolojileri ile geçirmektedir. Sosyal paylaşım ağları gençler gibi yetişkinler üzerinde de bağımlılık oluşturmaktadır. Diğer tüm bağımlılıkların olumsuz sonuçlarının olduğu gibi sosyal medyanın aşırı kullanımı da aile içinde çeşitli sorunları beraberinde getirmektedir. Bunların en önemlisi aile içi iletişimsizlik ve kopuk ilişkilere dir. Sosyal medyayı kullanan aile bireylerinin de bakış açısından sosyal medya kullanımı ele alınarak ortaya çıkan sonuçlar ve önerilere çalışmamızda yer verilecektir.

Toplumsal bir kurum olan aile, toplumdaki diğer kurumlarla birlikte kendisini oluşturan her bir bireyin davranışları, kişisel özellikleri, çevresel koşulları gibi pek çok faktörden etkilenmektedir. Son zamanlarda yediden yetmişe her bireyin aktif bir şekilde kullandığı bir platform olarak “sosyal medya” da aile kurumunu etkileyen ve aile içi ilişkileri dönüşüme uğratan bir teknolojik gelişmedir. Çalışmamızda temel hipotezimiz olan “Sosyal medya aile içi ilişkileri zamanla dönüşüme uğratar.” fikri doğrultusunda sosyal medya platformlarının aile bireylerini ve aile içi ilişkileri nasıl etkilediğı, aile ilişkilerinin nasıl bir dönüşüm geçirdiğı sosyolojik bir perspektiften ele alınarak aile içi ilişkilere yönelik olumsuz etkilerin azaltılmasına yönelik öneriler yer alacaktır.

Aile, aile türleri, geçmişten günümüze aile yapısı, aile içi iletişim, sosyal medya tarihi ve açıklamaları, sosyal medyanın aile ilişkilerindeki etkisi gibi başlıklar çerçevesinde literatür taraması yapılarak elde edilen teorik veriler çalışmanın birinci bölümünde yer alacaktır. İkinci bölümde ise sosyal medyanın aile ilişkileri üzerindeki etkisini ölçebilecek düzeydeki sorulara sahip anket çalışmasıyla saha araştırması yapılarak örnekleme alınan bireylerin verdiği cevaplar doğrultusunda ulaşılan sonuçlar teorik bilgilerle ilişkilendirilerek analiz edilecektir. Araştırma evrenimizde yaşayan

⁸ Ahmet Naci Çoklar, “Ailede Dönüşümler”, *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler*, (Ed. Ferhan Odabaşı), Nobel Yayınevi, Ankara, 2010, s. 185.

insanların sosyal medyayı kullanım amacı, sosyal medyada ne kadar zaman geçirdikleri, sosyal medyanın aile içi ilişkilere etkisine yönelik bakış açıları ve bunların sosyodemografik değişkenlere bağlı olarak değişimi ele alınacaktır.



BİRİNCİ BÖLÜM

AİLE VE SOSYAL MEDYA

1.1.Aile Kavramı

“Aile” kelimesi, köken olarak dilimize Arapçadan geçmiş ve kişinin bakmakla yükümlü olduğu hane halkı anlamına gelmektedir. Türk Dil Kurumu’nun yenilenmiş Türkçe Sözlüğü’ne⁹ göre aile kelimesinin anlamları şunlardır:

- 1) Evlilik ve kan bağına dayanan, karı, koca, çocuklar, kardeşler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu toplum içindeki en küçük birlik;
- 2) Aynı soydan gelen, aynı kanı taşıyan veya aralarında hısımlık ilişkileri bulunan kimselerin tümü;
- 3) Birlikte oturan hısımlık veya yakınların tümü;
- 4) Halk ağzında: eş, karı;
- 5) Aynı gaye üzerinde anlaşan ve birlikte çalışan kimselerin bütünü ve
- 6) Temel niteliği bir olan dil, hayvan veya bitki topluluğu, familya.

Aile, biyolojik olarak insanların devamını sağlayan, toplumsallaşmanın belli sınırlar içinde ilk ve en etkili şekilde oluşmaya başladığı, cinsel ilişkilerin düzenlenmesini sağlayan, eşler ve ebeveynler ile çocuklar (ailenin şekline bağlı olarak hala, teyze, amca, büyükanne, büyükbaba gibi diğer yakınlar) arasında karşılıklı güven duygusu içinde, samimi, sıcak, birincil ilişkilerin var olduğu, yine yaşanan toplumun özelliklerine göre toplumsal düzene göre ekonomik etkinliklerin belirli ölçülerde gerçekleştirildiği toplumsal bir kurumdur.¹⁰ Aile, insan soyunun devamlılığını sağlamak amacıyla kadın ve erkek arasında kurulan, evlilik adı verilen bağ aracılığıyla başlayan, yüz yüze ve samimi ilişkilere dayanan, cinsel ihtiyaçların meşru bir şekilde karşılanmasını sağlayan, soy ve akrabalık düzeyleriyle toplumsal bir boyut taşıyan,

⁹ Türk Dil Kurumu, www.tdk.gov.tr, (03.10.2017).

¹⁰ Özer Ozankaya, Toplum Bilim, Cem Yayınevi, 9. Basım, İstanbul, 1996, s. 357.

soyut bir ilişkiler ağı olması itibariyle kültürel bir kurum; ama nesnel insanlardan oluşması itibariyle fiili bir gruptur.”¹¹ Aile toplum içerisinde birlikte yaşama ihtiyacı hisseden insan türünün devamlılığını sağlamak amacıyla bir araya gelmiş, birbirine duyguları ve kan bağı ile bağlı, bireyin sosyalleşmeyi ilk öğrendiği, karşılıklı işbirliği ve dayanışmanın var olduğu, birincil ilişkilerin hâkim olduğu, günümüzde genellikle anne, baba ve çocuklardan oluşan bir grup ve toplumu oluşturan temel kurumlardan biridir.

Aile içindeki üye sayısı veya aile türünün ne olduğu dikkate alınmadan (örneğin: çocuklu, çocuksuz, tek ebeveynli, çekirdek, geniş, çok eşli vs.), günümüzde aile olgusu çok farklı biçimleri, samimi, birincil ve etkili ilişkilerin kalıcılığı ölçüsüne bağlı olarak içine almaktadır. “Aile” sözcüğü sıklıkla kullanıldığı halde aile kavramının kesinleşmiş tanımı ile ilgili ne toplumdaki bireyler ne de aile olgusu ile mesleki anlamda ilgilenen veya akademisyenler arasında fikir birliği sağlanamamaktadır. Ayrıca aile hakkında çok çeşitli tipoloji ölçüleri de bulunmaktadır. Örneğin aile büyüklüklerine, eş sayısına, evlilik bağlarına, ailedeki güç ilişkilerine, aile bireylerinin görevlerine, ikamet yerlerine vs. bağlı olarak sınıflara ayırmak ve bu sınıflandırmaya göre aile kavramını tanımlamak mümkündür.¹² Aile biçimi içinde yaşanan toplumun ekonomik, kültürel, sosyal, siyasal, coğrafi, dini vb. pek çok özelliğine göre değişiklik göstererek her toplumda farklı tanımlarla karşılaşılmaktadır.

Aile kurumu cinsel ilişkileri ve çocukların doğumunu düzenleyen, standartlaştıran bir sistemdir. Erkek, kadın ve bunların çocuklarının birlikte yaşadığı monogami ailenin en yaygın modelidir.¹³ Dünyanın birçok yerinde yazılı hukuk kuralları tek eşli evlilik tipine müsaade etmektedir.

Aile, içinde bulunduğu toplum şekline, kültür dokusu ve ekonomisine göre üyelerinin sayısı değişen, alanı mekân ve sayı anlamında dar veya geniş olabilen, temelde eş birlikteliği ile sosyal ve hukuki dayanağı oluşan bir organizasyondur. Kendisini oluşturan parçalar daha küçük organizasyonlar değil, ancak ve sadece bireylerdir. Aile, toplumdaki en temel organizasyondur fakat özellikle hızlı toplumsal

¹¹ Özgür Sarı, “Aile Kurumu ve Ailenin Tanımı”, *Sistemik Aile Sosyolojisi*, (Ed. Mustafa Aydın), Çizgi Kitabevi, Konya, 2013, s. 20.

¹² Aydan Gülerce, *Türkiye’de Ailelerin Psikolojik Örüntüleri*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1996, s. 5-6.

¹³ Joseph Fichter, *Sosyoloji Nedir?*, 9. Baskı, Çev. Nilgün Çelebi, Anı Yayıncılık, Ankara, 2009, s. 146.

değişme dönemlerinde bu değişiklikten en fazla etkilenenlerdendir. Bu anlamda çevresindeki diğer organizasyonları etkileyen aile, aynı zamanda toplumsal değişikliklerden etkilenecek iç dinamizmini belirler. Aile özel ve birincil bir sosyal ortamdır ama genelin ve ikincil ilişkiler örüntüleriyle bütün sosyal kurumların en fazla etkisinde olmaktadır.¹⁴ Ailenin daha küçük parçaları olan aile fertleri toplumun diğer kurumlarındaki değişimlerden etkilenecek aile yapısını ve özelliklerini dönemin şartlarına göre dönüştürmektedir.

Aile yaşamı, sosyal hayatla bir mücadeledir. Aile bireyleri, hem evlerinin dışındaki dünyanın isteklerini yerine getirebilmek için, hem de kendi aralarındaki ilişkileri düzenlemek için mücadele ederler. Karı-koca ya da anne-çocuk çifti gibi farklı alt sistemlerden oluşan aile kurumu içerisindeki her birey, sahip olduğu güç ya da öğrendiği becerilerle ilgili farklı alt sistemlere mensuptur. Her alt sistemin bireylerden belli beklentileri ve çitin dışında kalanlara koyulmuş sınırları vardır. Bu sınırlar, aile içindeki güç ilişkilerini tanımlar. Aile dönüşümde olan açık bir sosyokültürel sistemdir. Bu sistem sürekli gelişme gösterir, birçok yaşam döngüsü aşamalarından geçer ve yeniden yapılanma gerektirir. Ayrıca aile, üyelerinin psikososyal gelişimini ve sürekliliğini sağlayabilmek için değişen koşullara uyum sağlayan bir kurumdur.¹⁵ Bununla birlikte aile, çocukların gelişim süreçlerinde içinde yaşadıkları toplum ve kültür ile ilgili temel eğitimi aldıkları yerdir ve modern toplumun ortaya çıkardığı yalnızlık ve yabancılaşma duygularını, ‘aile birlikteliği’ ve karşılıklı iş birliği ile giderir.¹⁶ Çocuğun bulunduğu toplumun özelliklerini ilk öğrendiği ve sosyalleşmenin ilk olarak gerçekleşmeye başladığı yer olarak aile, çocuğun birlik beraberlik, dayanışma ve güven duygusu içinde yaşamayı öğrendiği ortamdır.

Aile, üyelerinin dayanışma içinde bulunduğu, her toplumda var olan, çocuklar da dâhil, insanların birbirine bakma hususunda sorumlulukları bulunan sosyal bir kurumdur.¹⁷ Aile; ebeveynler ve çocuklardan oluşan toplum içindeki en küçük insan

¹⁴ Fügen Berkay, Kültürel Değerlerin Taşıyıcısı Olarak Aile, Kitle İletişim Araçları ve Gelecek, III. Aile Şurası Bildirileri, A.A.K. Yayıncılık, Ankara, 1998, Akt. Bekir Kocadaş, Toplum, Toplumsal Yapı ve Kurumlar, Doğu Kütüphanesi Yayıncılık, İstanbul, 2010, s. 142.

¹⁵ Roger Silverstone ve Diğerleri, Aileler, Teknolojiler ve Tüketim: Hane halkı ile Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Cricit Tartışma Belgesi, Yenilik, Kültür ve Teknoloji Araştırma Merkezi, İngiltere, 1989, s. 7-11.

¹⁶ Anthony Giddens, Sosyoloji, Kırmızı Yayınları, İstanbul, 2012, Akt. Cizmeci, s. 10.

¹⁷ John J Macionis, Sosyoloji, çev. Vildan Akan, Ankara, 2015, s. 462.

topluluğu olmasına karşın toplumun meydana gelmesini sağlayan temel yapı taşıdır. Birey dünyaya geldiği andan itibaren ailesini tanımakta, iletişim kurmayı ve sosyalleşmeyi ilk olarak içinde yaşadığı aileden öğrenmekte ve ailesini rol model almaktadır. Böylelikle aile içinde elde ettiği bilgi ve yaşantılarla deneyim kazanarak toplum içinde sosyalleşmeye başlamaktadır. Aile bireylerinin kişilik özellikleri, yaşayış şekilleri, davranışları ve hayata bakış açıları çocuğun gelişim sürecini doğrudan etkilemektedir.¹⁸ Aileyi oluşturan her bireyin birbirine karşı rol ve sorumlulukları bulunmaktadır. Aile büyüklerini ve çevresini rol model alarak ve taklit ederek öğrenen çocuk zamanla topluma yön veren vatandaş statüsüne ulaşmaktadır.

Evrensel ve sosyal bir kurum olan ailede, bireyler birbirlerine karşı sorumluluklarını yerine getirmediği zaman, toplumdaki diğer kurumların işleyişi de zarar görmeye ve toplum gücünü kaybetmeye başlar. Aile, içinde bulunduğu toplumun kodlarını yansıtan bir kurum olduğundan, aile yapısı bozulduğunda toplumun düzeni zarar görür. Bu sebeple bir topluma zarar vermek isteyenler, o toplumdaki aile yapısını hedef alırlar. Küreselleşen dünyada yaşanan teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmelerden etkilenen öncelikli kurum ailedir. Aile, toplumda alternatifi olmayan, özellikle biyolojik ve psikolojik görevleri kendisi dışında başka kurum aracılığıyla yerine getirilemeyen bir kurumdur.¹⁹ Kendine özgü biyolojik, psikolojik, sosyal, kültürel, eğitsel, hukuksal birçok görevi bulunan aile, toplumu ayakta tutarken aynı zamanda bu görevleri sağlıklı bir şekilde yerine getirmediği takdirde ailede meydana gelen en ufak çatırdama toplumsal yapıyı tehlikeye sokacaktır.

Ailenin biyolojik, kültürel ve eğitsel işlevlerini şu cümlelerle ifade edebiliriz: Neslin devamını sağlayan ve çocuk yetiştiren aile insanlık için en temel biyolojik bir işlevi yerine getirmektedir. Cinselliğin meşru bir kurum çatısı altında gerçekleştiği ve düzenlendiği bir yapı olarak aile bir başka biyolojik işlev daha yerine getirmiş olur. Yaşlanma sonucu, eğer yaşlanmayı biyolojik bir evre olarak ele alırsak, aile yaşlanan bireyler için de bir güvenlik şemsiyesi ve korunaklı bir alan sağlamaktadır. İnsan hayatının biyolojik olan her evresinde aile en temel yapı taşı oluşturur. Yeni

¹⁸ Ali Murat Kırık, "Aile ve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri: Nitel Bir Araştırma", Marmara Üniversitesi Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, İstanbul, 2014, Cilt: III, Sayı: 1, Makale No: 32, s. 337.

¹⁹ Çizmeci, s. 10.

doğan bireylere ilk eğitsel bilgilerin verildiği ve içinde yaşanılan toplumun kültürünün öğretildiği, bireyin içinde bulunduğu toplumsal konumuna ve statüsüne ilişkin rollerinin benimsendiği yer olan aile, aynı zamanda en temel eğitim ve kültür kurumu olarak işlev görmektedir.²⁰ Ailenin bir diğer işlevi olan psikolojik görevi de bireylere sevgi, saygı, güven, birliktelik, sadakat duyguları içinde yaşama bilincini aşlamaktadır.

Aileyi bir arada tutan en önemli faktörler iletişim, sevgi ve saygı bağlarıdır. Bu bağların zayıflaması veya iletişimin azalmasıyla aile kurumu olumsuz etkilenir ve sarsılır. Bireylerin birbirlerinden uzaklaşması, soğuk davranışların oluşması ve iletişimin kopmaya başlaması aile bütünlüğünü tehdit eder. Aile kurumu, öncelikli olarak neslin devamını sağlamakla görevlidir. Daha sonra, bireylerin yiyecek, içecek, giyecek ve barınma gibi maddi ihtiyaçlarının karşılanması için aile, ekonomik bir işlev edinir. Maddi-manevi her türlü olumsuz durumda, aile üyelerinin birbirlerini koruma görevleri de vardır. Ayrıca, doğduğu andan itibaren bireyin en temel ihtiyaçlarından olan sevgi, şefkat, bağlılık, güven gibi duygusal ihtiyaçlarını karşılayan aile bu yönüyle psikolojik bir görev üstlenmektedir.²¹ Aileye ait olan tüm bu işlevleri kendisinden başka herhangi bir toplumsal kurum yerine getirememektedir.

Aile; oluşumu, biçimi ve işlevleri zamana ve topluma göre değişen, insan soyunun devamlılığını sağlayan, bireyin ilk iletişim deneyimleriyle birlikte sosyalleşme sürecinin ilk ortaya çıktığı, üyelerinin sevgi, bağlılık, güven gibi duygusal ihtiyaçlarını içten ve sıcak bir şekilde karşılayan, toplumun kültür, gelenek ve göreneklerini nesilden nesile aktaran, biyolojik, kültürel, psikolojik, ekonomik ve hukuksal işlevleri bulunan toplumsal bir kurumdur.²² Geçmişten günümüze pek çok biçimsel değişimden geçen aile, farklı sosyolojik yaklaşımlar açısından incelendiğinde toplum içinde birbirinden farklı birçok görev üstlenerek toplumu ayakta tutmaktadır.

²⁰ Sarı, s.22-23.

²¹ Çizmeci, s. 10.

²² Önal Sayın, Aile Sosyolojisi, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir, 1990, Akt. Kamil Kaya ve Meryem Tuna, "Popüler Kültürün İlköğretim Çağındaki Çocukların Aile İçi İlişkileri Üzerindeki Etkisi", Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Mayıs 2010, Sayı:21, s. 237-256.

1.1.1. Aile Sosyolojisinde Kuramsal Yaklaşımlar

Sosyolojik aile araştırmalarında başlıca yaklaşımlar yapısal işlevsel kuram, sembolik etkileşim kuramı, sosyal çatışma kuramı, feminist aile kuramı, gelişimsel aile kuramıdır.

1.1.1.1. Yapısal İşlevsel Kuram

Kökeni Auguste Comte'a kadar dayanırken İngiliz sosyal kuramcı Herbert Spencer tarafından ortaya atılan işlevselcilik, toplumu canlı bir organizmaya benzetir. Spencer'a göre toplumdaki her bir işlev hayatı idame ettirir ve toplumun idaresine katkı sağlar. Spencer'ın analizine en büyük eleştiriyi Fransız kuramcı Emile Durkheim yapmış ve Spencer'ı yeniden analiz etmiştir. Durkheim'in temel iddiasına göre toplumun parçaları kolektif bilinç tarafından birleştirilir.²³ İki düşünürün ortak bakış açısı topluma organizma olarak bakmaları ve toplumu oluşturan her bir parçanın beden ihtiyaçlarını karşılama işlevinin bulunduğu düşüncesidir.²⁴ Toplumu oluşturan temel kurumlardan biri olan "aile" kurumu da İşlevselcilere göre bu organizmanın bir parçasıdır ve belirli görevleri yerine getirerek toplumun devamlılığının sağlanmasına katkı sağlar.

Yapısal fonksiyonel yaklaşımın temel düşünceleri şöyle açıklanır: her toplum, kurum adı verilen aile, ekonomi, din, siyaset gibi alt sistemlerden oluşan bir bütündür. Toplumu oluşturan her bir parçada meydana gelebilecek her değişim ve gelişme diğer parçaları kaçınılmaz olarak etkiler. Toplumdaki bu alt sistemler kendi içinde görevlerini yerine getirerek toplumun sürekliliğini sağlama işlevini üstlenir. Bu çerçevede aile kurumu, üreme yoluyla toplumun sürekliliğini sağlar.²⁵ Toplumu oluşturan sistemlerin her biri belli bir düzen içinde çalışır ve birinin hızı, işleyişi değişirse bütün sistem bundan etkilenir. Toplum yapısında meydana gelen herhangi bir değişme aileyi de

²³ Malcolm Waters, *Modern Sosyoloji Kuramları*, Çev. Zafer Cirhinlioğlu ve Diğerleri, Gündoğan Yayınları, İstanbul, 2008, s. 25-26.

²⁴ Jonathan H. Turner ve Diğerleri, *Sosyolojik Teorinin Oluşumu*, Çev. Ümit Tatlıcan, Sentez Yayıncılık, İstanbul, 2012, s. 350.

²⁵ Sevinç Özen, "Aile Kurumuna Bazı Sosyolojik Yaklaşımlar", *Aile Yazıları 1: Temel Kavramlar, Yapı ve Tarihi Süreç*, (Ed. Beylül Dikeçligil ve Ahmet Çiğdem), T.C. Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu Yayınları, Cilt 1, Ankara, 1990, s.398.

etkileyerek aile yapısını da dönüşüme uğratmış ve aile farklı dönemlerde farklı tiplere bürünmüştür.

Parsons'a göre sanayi öncesi toplumlarda aile bireyleri tarımda çalışan temel üretim araçları olduğundan günümüzdeki anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan çekirdek aile yerine birkaç kuşağı bir arada barındıran geniş aile tipi yaygındı. İşlevselcilere göre sanayi öncesi toplumlarda bağlı olduğu kabileler tarafından sosyalleştirilen çocuklar, sanayileşmeden sonra çekirdek aile içinde sosyalleşecektir. Erişkinler de sanayi toplumunun acımasız çalışma koşullarında geçim derdine düşerek gerginlikler yaşayacak ve bu durumda aile, üyelerinin sorunlarını çözerek aileye istikrar kazandırma işlevini üstlenecektir. Sanayi öncesi tarım toplumlarında yaşayan ailelerde iş birliği ve dayanışma hâkim iken, sanayi toplumların aile bağları zayıflamaya başlamıştır. Ailenin toplumlar için en temel işlevleri toplumsallaştırma, ekonomik üretim, hasta ve yaşlı bakımı, eğlenme, cinsel denetim ve üremedir.²⁶ Bu işlevleriyle toplumun refahını ve sürekliliğini sağlayan aile her ne kadar içinde bulunduğu toplumun özelliklerine göre farklı yapılara sahip olsa da dünyanın her yerinde evrensel bir kurumdur.

Aile toplum içindeki en temel gruptur. Toplumdaki birincil grup olan aile, sosyal fonksiyonlarıyla toplumun bünyesini ve karakterini belirler. Hatta öyle ki, aile toplum içinde biyolojik-organik bedeninin hücresi gibi bir birimdir. Aile, adetleri, örfleri, gelenekleri ve görenekleri bulunan sosyal bir kurum, kültür unsurlarını içinde taşıyan bir birim ve hatta bir sosyal sistemin adıdır.²⁷ Aile kurumu, içinde bulunduğu üst sistemin en temel parçasıdır ve tıpkı bir bedeninin parçası gibi bütün içinde görevleri bulunan bir alt sistemdir.

Aileyi açık bir sosyal sistem olarak tanımlayan yapısal işlevsel yaklaşım, aileyi, üreme, çocukların toplumsallaştırılması, kültürel, ekonomik ve fiziksel gereksinimlerin karşılanması fonksiyonları ile tanımlar ve diğer toplumsal sistemler ile aile etkileşimi hakkında bilgi verir. Aile bir sistem olarak kendisinden daha büyük bir üst sistemin

²⁶ Aytül Kasapoğlu, "Sosyolojik Yaklaşımlar Temelinde Aile Kuramları", *Aile Sosyolojisi* (Ed. Aytül Kasapoğlu ve Nadide Karkiner), Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 2011, s. 9-12.

²⁷ Sistematik Sosyoloji Yönünden Aile ve Kültür, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını, Ankara, 1994, s. 15-17.

parçasıdır ve alt sistemden oluşur. Bu alt sistemler ise karı kocanın oluşturduğu eş alt sistemi, anne babanın oluşturduğu ebeveyn alt sistemi ve çocuklar arasında oluşan kardeşler alt sistemidir. Her bir alt sisteminde kendi içinde görevleri ve sorumlulukları vardır.²⁸ Tarih boyunca aileler, neslin devamlılığını sağlama, sosyalleştirme, beslenme, barınma, sevgi, güven, bağlılık gibi benzer fonksiyonları yerine getirerek toplumsal sistem içindeki sorumluluklarını yerine getirmiştir.

1.1.1.2. Sembolik Etkileşim Kuramı

Sembolik etkileşim, psikolojik bir gelenekten doğan bir Amerikan sosyolojisi ekolüdür ve William James, James Mark Baldwin ve John Dewy gibi Amerikalı sosyal psikologlar tarafından geliştirilen bir kuramdır.²⁹ George Herbert Mead ve onun öğrencisi Herbert Blumer ise bu kuramı sosyolojiye taşıyan en önemli isimlerdendir.³⁰ Sembolik etkileşimci yaklaşım, bireyin içinde yaşadığı toplumda etkileşim içinde bulunduğu kişilere karşı davranışlarında öncelikle karşı davranışları değerlendirerek bir yorumlama sürecinden geçirdiğini ve buna göre davranışını belirlediğini önermektedir.³¹ Bireyin yaşam biçimi, algılayışı ve tecrübeleri karşısındaki davranışlarını değerlendirirken önem arz eder.

Mead ve Blumer'e göre insanlar önce karşısındaki kişinin davranışlarını yorumlar daha sonra eyleme karar verir. İşaretler ve semboller ise bu yorumlama ve anlamlandırma sürecinde önem kazanır. Bu sebeple bu kuramın adı sembolik etkileşim olmuştur.³² İnsanlar davranışları inceleyip sembollerini zihninde anlamlandırmadan harekete geçmezler. Mead'ın çağdaşı olan ve düşünceleriyle Mead'ın görüşlerini etkileyen Cooley'in etkileşim anlayışı Mead'e benzer.

Cooley, bireylerin jest ve mimiklere, hareketlere ortak anlamlar verme yeteneğini etkileşimin temeli olarak ele alır. Ona göre, insanlar bu anlamlandırma

²⁸ Saliha Hallaç ve Fatma Öz, "Aile Kavramına Kuramsal Bir Bakış", *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, Sayı: 6(2), 2014, s. 146.

²⁹ Margaret M. Polama, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, Çev. Hayriye Erbaş, Gündoğan Yayınları, Ankara 1993, s. 221.

³⁰ Kasapoğlu ve Karkıner, s. 5.

³¹ Serdar Yener, "Sosyolojik Kuramlar Çerçevesinde Aile ve Girişimcilik İlişkisi", *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2018, s. 871.

³² Kasapoğlu ve Karkıner, s. 5.

yeteneğiyle birbiriyle iletişim kurar ve bunun sonucunda toplumsal ilişkiler oluşur.³³ İnsanlar birbirlerinin davranışlarını ve bedensel ifadelerini okuyup zihninde anlamlandırarak iletişim kurabilirler.

Mead, insan topluluklarını hayvan topluluklarından ayıran en önemli ögenin dil olduğunu savunmaktadır. Hayvanlar kendi arasında konuşabilirler. Hayvan, bir başka hayvanın davranışına karşılık verebilir ancak bunu yapma sebebi işaretleri zihninde anlamlandırması değildir. Çünkü eylemi yorumlayamaz. İnsanlar ise dil aracılığıyla aldığı işaretleri zihin aracılığıyla yorumlayarak anlamlandırır.³⁴ Aile içinde de bireyin anlamlandığı semboller ve işaretlerle iletişim sağlanmaktadır.

Zamanla toplumda meydana gelen değişikliklerden etkilenerek ailedeki bazı değerler ve sembollerde eski önemini yitirmeye başlamıştır. Önceleri aile, çocuk, ebeveynlik kavramları aileler için büyük önem arz etmekte ve boşanma kavramı toplum tarafından çok hoş karşılanmazdı. Sembollerdeki değişimlerle ailedeki eş, çocuk, aşk, birliktelik, güven gibi kavramlar eski önemini yitirmeye başlamış ve boşanmalar artmıştır.³⁵ Toplumda meydana gelen çevresel, kültürel, toplumsal, ekonomik her türlü değişim aile içindeki bireyin algılayış ve sembollerini anlamlandırma biçimini etkilediği için aileye ait değerler zamanla değişmiş ve bazı kavramlar farklı anlamlar kazanmıştır. Bu yeni anlamlandırma şekilleri aile içi ilişkileri de etkilemiştir.

1.1.1.3. Sosyal Çatışma Kuramı

Çatışmacı yaklaşım, insanlar arasındaki ilişki ve davranışların toplumdaki ekonomik, siyasal ve sosyal eşitsizlikler sonucu oluştuğunu ileri sürerek toplum içinde grupların ve sınıf kavramının ortaya çıktığını önermektedir. Karl Marx tarafından ileri sürülen klasik çatışmacı kurama göre toplumda üretim araçlarına sahip olan azınlık grup kapitalist sistemi araç olarak kullanarak diğer grupları sömürmektedir. Modern kapitalist sistemin savunucusu Mills ise insanların toplumsal yapının bir aracı olarak çıkarları için çatıştığını ve bu insanların çatışmanın sürdürülmesine hizmet ettiğini ileri

³³ Turner ve Diğerleri, s. 474.

³⁴ Waters, s. 46.

³⁵ Kasapoğlu ve Karkıner, s. 7-9.

sürmektedir.³⁶ İnsanların sahip oldukları araçlara göre sınıflarının belirlendiği toplumlarda zamanla kıt imkânlarla sahip insanlar eşitsizliğin farkına varmakta ve bu farkındalık toplumda çatışmaya ve dönüşüme sebep olmaktadır.

Marx'a göre, eşitsizlik, güç yoğunlaşması ve güç konumunda olanların ideolojik yönlendirmeleri sosyal sistemlerin sürdürülme araçlarıdır. Bu organizasyon temelleri içinde kendini dönüştürebilecek tohumlar vardır. Zira eşitsizlik sonucunda kaçınılmaz olarak çatışma ve değişmeye yol açan güçler harekete geçer.³⁷ Çatışmacı yaklaşımlar aileyi de toplumsal eşitsizlikler ve güç bağlamında ele almaktadır.

Bireyler ve gruplar arasındaki çatışma sürecinin varlığını vurgulayan sosyal çatışma teorisi, aileyi de güç, hâkimiyet ve otorite ilişkileri bağlamında ele almakta ve aile içinde güç mücadelesine bağlı olarak çatışmaların meydana geldiğini önermektedir.³⁸ Geçmişten beri bu güç dağılımı erkek lehine olmuş ve genellikle kadın, erkeğin egemenliği altında yaşamıştır.

Toplumsal, siyasal, ekonomik alandaki eşitsizlikler gibi aile içinde de birtakım eşitsizlikler söz konusudur. Kurama göre ailede erkek gücü elinde bulunduran olarak her zaman kadın üzerinde egemen durumundadır. Erkek her zaman ev işlerini yapmama konusunda direnmiş fakat kadın çalışma yaşamında bulunsa bile ev işlerini yürütmekle sorumlu tutulmuştur. Kadın günlük olarak işe giderek ilk vardiyasını tamamladıktan sonra eve dönünce ikinci vardiyası başlamakta, çocuk bakma, ev işlerini yapma, yemek yapma gibi görevler üstlenmektedir. Bunun karşılığında ise herhangi bir ücret talebi bulunmamaktadır. Sanayi öncesi geleneksel dönemlerde her toplumda kadın erkeğin malı olarak görülmüş fakat endüstrileşme, demokratikleşme ve kadın hareketleriyle birlikte kadınlar lehine birçok olumlu değişme meydana gelmiştir. Yine de çatışma kuramcıları, siyasal, hukuksal, sosyal ve ekonomik eşitsizliklerin kadınların aleyhine olacak şekilde mevcudiyetini sürdürdüğünü iddia etmektedir.³⁹ Günümüzde kadının haklarının bilincinde olması, kadın haklarıyla ilgili çalışmaların olması, aile içinde

³⁶ Yener, s. 873.

³⁷ Turner ve Diğerleri, s. 187.

³⁸ Gönül İçli, "Aile Araştırmalarında Yöntem Ve Yaklaşım", Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:3, 1997, s. 63.

³⁹ Enver Özkalp, "Aile Kurumu", *Davranış Bilimlerine Giriş*, 3. Baskı, (Ed. Enver Özkalp), Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 2004, s. 120.

kadının erkeğin gücünü paylaşmaya başlaması ve eşitlik çabaları ailenin yapısını ve özelliklerini değiştirmektedir.

1.1.1.4. Feminist Aile Kuramı

Feminizmin ilk aşaması kadınlara oy hakkı verilmesi ve kadınların iş gücüne katılımını amaçlayan kadın hareketleri ile başlar ve bu liberal feminizmdir. Liberal feministlere göre yasal değişikliklerle ailede ve toplumda kadının konumu iyileştirilebilir. İkinci feminizm aşaması ailede kadını zayıf cins olarak görerek ataerkillik kavramı üzerinde yoğunlaşan Marxist feminizmdir ki cinsiyet eşitliği için toplumun yeniden inşa edilmesi gerektiğini düşünür. Çağdaş dönemde ortaya çıkan bir feminist görüş ise radikal feminizmdir. Radikal feministler ataerkilliğin toplumda kültürün bir sonucu olarak oluştuğu ve aktarıldığını savunur ve cinsiyetin yeniden inşası için kadınların erkeklerin bulunduğu kurumlardan çekilmesi gerektiğini düşünürler.⁴⁰ Feminist kurama göre kadın ve çocuk hem özel alanda hem kamusal alanda erkek egemenliği altında sömürülür.

Feminist kuramcılar aileyi erkek egemenliğine dayalı olan ataerkil bir kurum olarak görür. Bu sebeple işlevsel ve çatışmacı kurama eleştirel yaklaşan feministler, işlevselcileri tüm aile üyelerinin eşit imkânlarla sahip olduğunu düşünmeleri nedeniyle eleştirirler. İşlevselciler, toplumsal cinsiyet rollerinin değişmez olduğunu düşünürler fakat feministlere göre toplumsal cinsiyet rolleri kültürel yollarla öğrenilerek aktarıldığı için değiştirilebilirler. Feministlere göre kadın artık birçok toplumda kamusal alana dâhil olarak çalışma hayatına girmeye başlamıştır fakat bu da kadının ailedeki kadının ev işlerindeki rollerini değiştirmemiş ve kadın artık hem evde hem işte iki kez sömürülmektedir. Çatışmacılar ise sadece kapitalizm ve sınıflar arası mücadeleyi konu edindikleri, toplumsal cinsiyet konusunu görmezden geldikleri için feministler tarafından eleştirilirler. Feministlere göre aile sadece kapitalizmin ihtiyaç duyduğu emeği değil, ataerkilliği de yeniden üretir.⁴¹ Çocuk, sosyalleşme süreci içinde rollerin ve sorumlulukların öğretildiği ilk ortam olan ailede kadın ve erkeğin davranışlarını örnek

⁴⁰ Waters, s. 28-29.

⁴¹ Kasapoğlu, s. 16-17.

olarak öğrenir. Feministlere göre kadının sömürüldüğü bir aile yapısını değiştirmek mümkündür.

Ailenin ataerkil bir kurum olarak görüldüğü feminist yaklaşımda çatışmacı yaklaşımdaki kaynak ve güç eşitsizliğinin yanında toplumsal cinsiyet algılarındaki değişiklikler kadının davranışlarını kısıtlayarak ataerkil bir yapıya dönüştürmektedir. Kadın, aile kurumuna dâhil olarak cinsiyetine özgü rolleri açısından baskıya maruz bırakılırken bir de aile dışında kamusal alanda iş yaşamına katılmasıyla daha da fazla baskı ve sömürüye maruz kalmaktadır.⁴² Feminist kuram kadını sadece aile içinde ele almak yerine onu, insanlık tarihi içinde, roller, ilişkiler, çatışmalar, ekonomik yaşam ve cinsiyet konularında inceleyen bir düşünce sistemidir.⁴³ Bu kuram, ailenin eşitlikçi bir kurum olmadığını, birçok toplumda erkeğin daha fazla güç kaynağına sahip olduğunu, güç kaynaklarını artık kadınların elde etmesi gerektiğini, kadının rol ve sorumluluklarının yeniden inşa edilmesi gerektiğini düşünmektedir.

1.1.1.5. Gelişimsel Aile Kuramı

Aile üyeleri arasında karşılıklı etkileşimi inceleyen bu kuram Sembolik Etkileşimci yaklaşımla benzerlikler göstermektedir. Ailede roller ikiye ayrılarak (baba-koca, oğul-erkek kardeş gibi) birbirine bağlanmış gibi alınır. Aile bireylerinin birbirine karşı rollerini nasıl icra edeceği ve yaş ilerledikçe her yeni gelişim döneminde rollerde nasıl değişiklikler olacağı normlarla belirlenmiş olur. Ailedeki bu gelişim süreci kadın ve erkek arasında evlilik bağının kurulmasıyla başlayarak eşlerden birinin ölümüne kadar devam etmektedir. Aile, karı kocadan oluşan çiftle kurulmakta, dünyaya gelen çocuklarla aileye yeni üyeler eklenerek karmaşıklaşmakta, daha sonra çocukların büyüyerek meslek sahibi olması veya evlenmesiyle yani evden ayrılmasıyla başlangıçtaki çifte dönmektedir.⁴⁴ Bu kurama göre aile bir basamaktan diğerine geçiş yaşamakta ve her basamağa özgü rol ve sorumluluklar üstlenmektedir. Aile insanlar gibi çeşitli yaşam evrelerinden geçerek değişmekte, büyümekte ve gelişmektedir.

⁴² Yener, s. 874.

⁴³ İçli, s. 64.

⁴⁴ İçli, s. 62.

Gelişimsel model, gelişerek geçilen her bir yaşam basamağındaki üyelerin değişen rolleri ve görevleriyle açıklanan yaşam döngüsü perspektifinden aileye bakar. Yani aileler üyeleri gibi yaşam değişimlerinin boyutlarına uyum sağlayarak gelişir. Bu model insan gelişimi, sosyoloji ve çocuk psikolojisi temalarından ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşım, yapısal-fonksiyonel yaklaşımın geniş sosyal sistem anlayışıyla ve sembolik etkileşim yaklaşımının daha küçük olan aile sosyal sisteminin bir birleşimidir.⁴⁵ Aile, üyeleri arasındaki etkileşim ile bir organizma gibi gelişerek bir evreden diğerine geçerek yeni rol ve davranışlar edinir. Her bir rol ve davranış bir gelişim evresini temsil eder.

Gelişimsel aile kavramı, genellikle ailenin zaman içindeki gelişimini belirtmek için kullanılır. Model bireyin yaşam sürecinin tüm boyutlarını incelerken aileyi bir bütün olarak ele alır. Gelişimsel ailede yaşamın bazı dönemleri diğerlerine göre daha geniş bir biçimde ele alınır. Evlilikle başlayan ilk evre, bebekli aile, okul öncesi çocuğu olan aile, okula giden çocuklara sahip aile, ergenlik çağında çocukları olan aile, çocukları büyüyerek evden ayrılan aile, orta yaşlı anne baba ve geç yaşamdaki aile evreleriyle devam eder⁴⁶. Bekâr gençlerin evden ayrılarak yeni bir yaşam kurması ve karşı cinsle evlenmesiyle başlayan yaşam evresi gelişerek sürekli yeni bir evreye geçer ve en sonunda eşlerden birinin vefat etmesiyle yine başlangıcındaki gibi birey yalnız kalır.

1.1.2. Aile Tipleri

Çeşitli ölçütlerin kullanılmasıyla sayısız aile tipleri oluşturulabilmektedir. Bunlardan birkaçını genel itibariyle şöyle sıralamak mümkündür:

1.1.2.1. Otorite Açısından Aile Tipleri

Aile içerisinde yetke ve egemenliğin ana ve babada olmasıdır. Buna göre, babanın yetki ve sorumluluklarının baskın olduğu baba egemenliğine dayalı babaerkil (patriyarkal), annenin otoritesinin baskın olduğu anaerkil (matriyarkal) ve annenin ve babanın aynı derecede otorite ve egemenliğinin hâkim olduğu eşitlikçi (egaliter) aile

⁴⁵ Hallaç ve Öz, s. 150.

⁴⁶ Serap Nazlı, Aile Danışmanlığı, 9. Baskı, Anı Yayıncılık, Ankara, 2013, s. 46-47.

olmak üzere üçlü bir aile tipolojisi öne sürülmektedir.⁴⁷ Babaerkil ailede bütün aile üyeleri baba tarafından gelen dinsel ilkelere ve inanışlara bağlıdır ve evlilik kadının erkek tarafına geçmesiyle gerçekleştirilir. Anaerkil ailede ise bunun tersi durum söz konusudur ve ana soyundan gelenler ortak evi paylaşırlar.⁴⁸ Aile içindeki egemenliğin kaynağına bağlı olarak sınıflandırılan bu aile tipine pederşahi ve maderşahi aile tipleri de denilmektedir.

Pederşahi yani babaerkil olan ailede erkek egemendir ve bütün yetkiler aile reisi olan erkekte toplanmıştır. Ananın egemenliğine dayalı olan maderşahi ailede bütün yetkiler annede veya onun en büyük ağabeyi veya erkek kardeşinde toplanır.⁴⁹ Sosyologlara göre maderi aile tipi daha eski zamanlarda ilkel toplumlarda görülmekte ve pederi aile maderi aile tipinden gelişerek ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise bu konuda bazı tereddütler ortaya çıkmıştır. Bir toplulukta baba veya ana egemenliğinin hakim olması o toplumun ekonomik yapısıyla bağlantılıdır.⁵⁰ Toplumumuzda uzun süre otoriteye bağlı babaerkil ve anaerkil aile tipi yaygın olarak görülmüştür. Günümüzde ise ekonomik, kültürel ve toplumsal değişmelerle birlikte kadın ve erkek eşitliği çalışmalarıyla aile içinde kadın ve erkeğin eşit söz hakkına sahip olduğu eşitlikçi aile tipi yaygınlaşmaktadır.

1.1.2.2.Evlenme Biçimlerine Göre Aile Tipleri

Bu tipolojiye göre aile, evlenilecek kimselerin sayısına ve evlenmenin aynı veya farklı kategorideki insanlarla gerçekleştirilmesine göre türlere ayrılır. Buna göre kadın veya erkeğin tek eşle evlenmesiyle oluşan aile tipine monogami, birden fazla eşle evliliğin uygulandığı aile tipi ise poligami olarak adlandırılmaktadır.⁵¹ Poligami aile biçimi çokkarılı ve çokkocalı aile olarak ikiye ayrılmaktadır. Çokkarılı (polijini) aile, bir erkeğin birden fazla kadınla evlenmesiyle oluşan ve hemen hemen dünyanın her yerinde çokkocalı evliliğe göre daha çok görülen bunun yanında Asya ve Afrika ülkelerinde daha sıklıkla yaşanan bir aile tipidir. Bu tipte erkeğin birden fazla kadınla evli

⁴⁷ Barlas Tolun, Sosyoloji, Gazi Kitabevi, Ankara, 2005, s. 216-217.

⁴⁸ Kadir Canatan ve Ergun Yıldırım, Aile Sosyolojisi, 7. Baskı, Açılım Kitap, İstanbul, 2018, s. 77.

⁴⁹ Nihat Nirun, Sistemantik Sosyoloji Yönünden Aile ve Kültür, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını, Ankara, 1994, s. 23.

⁵⁰ Latife Kabaklı Çimen, Türk Töresinde Kadın ve Aile, Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2008, s. 35.

⁵¹ Tolun, s. 216-217.

bulunabilme hakkı vardır ve bu durum özellikle din ve gelenekler referans alınarak toplum tarafından çok yadırganan bir durum değildir. Kadın sayısı toplumlara göre değişiklik gösterebilmektedir. Burada önemli olan bir kadını boşamadan ve kadın hayatta iken bir erkeğin, başka bir kadınla evliliğidir.⁵² Erkek egemen toplumların yaygın olması nedeniyle erkeğin birden fazla kadınla evlenmesinin meşru karşılandığı toplumlar günümüzde halen az da olsa varlığını sürdürürken, diğer çokeşlilik türü olan poliandri çok yaygın görülmemektedir.

Poliandri yani Çokkocalı Aile, bir kadının eşinden boşanmadan veya eşi vefat etmeden başka bir erkekle evlenmesiyle oluşan aile tipidir. Çok kocalı aile tipi genelde az bulunan ve toplum tarafından pek tasvip edilmeyen bir aile tipidir. Ekonomik imkânsızlıklar vb. gibi şartlara göre oluşmakta ve kendini var kılan şartlar ortadan kalkınca da son bulmaktadır.⁵³ Toplumsal ve ekonomik şartlar değiştikçe geçmişten günümüze çokkarılı aileye bakış açısı değişmiş ve günümüzde pek çok ülkede çokkarılılık tasvip edilmeyerek tek eşli evlilik biçimi yaygınlaşmaya başlamıştır.

Eski Türk ailelerinin çok az yadırgadığı çok karılılık, 1917 aile kanunuyla sınırlandırılırken ikinci karının ev cemiyetine girmesi ilk karının arzusuna bırakılmıştır. 1926 medeni kanununa göre de çok eşlilik tamamen kaldırılmıştır.⁵⁴ Resmi kanunlara göre dünyanın pek çok ülkesinde kaldırılan çok eşli aile tipi, ülkemizin bazı bölgeleri de dâhil olmak üzere bazı ülkelerde resmi kanunlar dışında halen varlığını sürdürmektedir.

Yirminci yüzyılın ortasında birkaç yüz toplum üzerine yaptığı meşhur karşılaştırmada George Peter Murdock (1949), bu ülkelerin yüzde 80'inden fazlasında erkeğe ya da kadına birden çok eş sahibi olmaya izin veren çokeşliliğe rastlandığını belirtmiştir. İki tür çokeşlilik vardır: bir erkeğin aynı anda birden çok kadınla evlenebildiği polijini ve daha az yaygın olan bir kadının aynı anda iki ya da daha çok kocaya sahip olabildiği poliandri.⁵⁵ Evlenme biçimlerine göre evlilik sınıflandırması

⁵² Ahmet Gökçen, "Aile Türleri ve Başlıca Aile Sınıflandırmaları", *Sistematik Aile Sosyolojisi*, (Ed. Mustafa Aydın), Çizgi Kitabevi, Konya, 2013, s. 107-108.

⁵³ Gökçen, s. 108.

⁵⁴ Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu, "Türk Aile Sosyolojisi", İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, Cilt 11, Sayı: 3-4, 1945, s. 264.

⁵⁵ Anthony Giddens ve Philip W. Sutton, *Sosyoloji*, çev. Mesut Şenol, Kırmızı Yayınları, İstanbul, 2016, s. 395.

evlenilecek kişi sayısına göre belirlenirken ayrıca bireyin dâhil olduğu sosyal sınıfa göre grup içinden ve grup dışından eş seçimine göre iki biçimde incelenmektedir.

Evlilik biçimlerine göre evlenme kişilerin bulunduğu sosyal sınıfa göre içerden ve dışardan evlenme olarak ikiye ayrılır. Aynı sosyal kategorideki insanların evlenmesi olan endogamde insanların potansiyel eşleri aynı yaş, ırk, din ya da sosyal sınıf ile sınırlıdır. Tersine ekzogami yani dışardan evlenme ise farklı sosyal kategorilerdeki insanların evlenmesidir.⁵⁶ Özellikle çok yakın akraba çevresiyle gerçekleştirilen evliliklerde meydana gelen problemler ekzogami evlenme tipini yaygınlaştırmıştır.⁵⁷ Endogaminin genellikle geleneksel aile yapılarında yaygın olduğu düşünülse de servet, miras gibi sebeplerle günümüzde de varlığını sürdürmektedir.

Modernleşmenin getirmiş olduğu kentleşme, sosyal mobilizasyon, farklı gruplarla iletişim gibi faktörler farklı özelliklere sahip gruplar arasındaki evliliği öne çıkarsa da sosyal tabaka ve sosyal sınıflar bireyin evleneceği kişiyi seçmesinde etkili olmaktadır. Hem modern hem geleneksel toplumlarda büyük aileler servetin parçalanmasını önlemek amacıyla kendi grupları içinden kişilerle evliliği uygun görmektedir. Aynı zamanda çok kültürlü ve çeşitli ırk, din, mezhep vb. alanlardaki çok etnisiteli toplumlarda ekzogami, küreselleşmenin, göç hareketlerinin ve kültürel etkileşimin etkisiyle gittikçe yaygınlaşmaktadır.⁵⁸ Ülkemizde yurt içinde göçlerin etkisiyle farklı bölgelerde yaşayan insanlar arasındaki kültürel etkileşim farklı sosyal sınıflar arasındaki evlilikleri yaygınlaştırırken halen bazı yörelerde farklı din, dil, mezhep ve siyasi görüşlere ait insanlar arasında evliliklere müsaade edilmemektedir.

1.1.2.3.Aile Büyüklüklerine Göre Aile Biçimleri

Günümüz toplumlarında aile kurumu genellikle büyüklüklerine göre sınıflandırılarak geniş ve çekirdek aile olmak üzere ikiye ayrılır. Konjugâl veya dar aile olarak da adlandırılan çekirdek aile, birbirine evlilik bağıyla bağlı kadın ve erkek ile bunların bekâr çocuklarından kuruludur.⁵⁹ Dar aileyi Giddens ve Sutton'un deyişiyile birçok toplumda geçerli olan, bir hanede kendilerine kan bağı ile bağlı olarak dünyaya

⁵⁶ John J Macionis, s. 463.

⁵⁷ Çimen, s. 36.

⁵⁸ Canatan ve Yıldırım, s. 68.

⁵⁹ Tolan, s. 216-217.

gelen ya da evlat edindikleri çocuklar ile birlikte anne babadan oluşan iki yetişkinin bir araya gelerek oluşturdukları yapı olarak tanımlayabiliriz.”⁶⁰ Çekirdek aile, resmi ve duygusal bağlarla devam eden bir evlilik ilişkisi içinde bulunan bir kadın ve bir erkek ile onların çocuklarından oluşan bir ev halkı birimidir.⁶¹ Bu aile tipi bazen çocuksuz aileleri de kapsamaktadır. Herhangi bir sebeple çocuk sahibi olamayan evli bir çift veya çocukları evlenerek evden ayrıldığı için yalnız kalan bir çift de çekirdek aile olarak tanımlanabilir.⁶² Resmi olarak evli olduğu halde çocuk sahibi olmak istemeyen aileler günümüzde yaygınlaşmaktadır. Çekirdek yani küçük ailenin tersi olarak büyük aile ise birkaç kuşağın aynı hane içinde yaşadığı aile tipidir.

Konsangin yani büyükanne, büyükbaba, teyze, hala, amca, dayı gibi diğer bazı akrabaları da içeren geniş (büyük) aile ise, evli bir çifti, bu çiftin çocuklarını ve bunlara bir akrabalık bağı ile bağlı diğer kimseleri kapsar.⁶³ Evli bir çiftten ve bunların çocuklarından başka yakın akrabalar aynı hanede ya da yakın meskenlerde oturup birbirleriyle yakın, sıcak ve sürekli ilişkiler içinde oluyorsa, yeme-içme barınma gibi temel ihtiyaçlar birlikte karşılanıyorsa geniş aileden söz ediyoruz demektir.⁶⁴ Geleneksel bir aile tipi özelliğini gösteren geniş aile, özellikle az gelişmiş olan ülke veya bölgelerin kırsal kesimlerinde sıklıkla görülmektedir. Aile bireyleri arasında yaşa ve cinsiyete bağlı olarak hiyerarşik bir ilişki biçimi vardır.⁶⁵ Bu ailelerde kadının, erkeğin ve çocukların ev içinde veya kamusal alanda farklı görevleri bulunmaktadır. Kadın genellikle ev içi özel alandan sorumlu iken, erkek çalışarak eve para getirmek amacıyla kamusal alanda yer almaktadır.

Geniş aile genellikle ataerkildir ve kadının yeri evi, görevi evin ve evde yaşayanların bakımından sorumlu olması; erkeğin yeri evin dışı ve görevi ise evdekilerin geçimini üstlenmesi, ekonomik ihtiyaçların karşılanması ve evin reisi yani yöneticisi olmasıdır. Geniş aile, maddi ihtiyaçların ortak karşılandığı, gelenekleriyle ve kültürel değerleriyle birbirine bağlı olan ve sosyal yardımlaşmanın var olduğu yerdir. Aile bireyleri dayanışma içinde birbirlerine güven ve sadakat duygusuyla bağlı ve

⁶⁰ Giddens ve Sutton, s. 395.

⁶¹ Tony Bilton ve diğerleri, Sosyoloji, çev. Bülent Özçelik, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2009, s. 228.

⁶² İsmail Doğan, Düünden Bugüne Türk Ailesi, Atatürk Kültür Merkezi Yayını: 369, Ankara, 2009, s. 5.

⁶³ Tolan, s. 216-217.

⁶⁴ Giddens ve Sutton, s.395.

⁶⁵ İbrahim Ethem Özgüven, Ailede İletişim ve Yaşam, Pdrem Yayınları, Ankara, 2010, s. 10.

dışarıya karşı bütün olarak birbirlerini koruyucu kollayıcıdırlar. Özellikle sanayinin ve makineleşmenin artmasıyla şehir ailesi diye de adlandırabileceğimiz “çekirdek aile” ise, geniş aileye kıyasla koruyuculuk ve toplumsallaştırma işlevleri konusunda daha geri plandadır. Sanayileşmenin ve çekirdek ailenin yaygınlaşmasıyla birlikte anne, ev içindeki rol ve sorumluluklarının yanında ev dışında çalışma hayatına katılarak yeni görevler üstlenmiştir. Böylelikle eski geniş ailede özellikle “baba otoritesi” eski güçlü konumunu yitirmeye başlamış ve aile içinde anne baba ve çocuklar arasında otorite paylaşılmıştır. Çocuklar aileye bütünüyle bağımlı olmaktan uzaklaşmış, üretim sürecindeki değerleri azalmış, eğitim ve benzeri ihtiyaçları için ev dışına yönlendirilmişlerdir. Çekirdek ailenin az sayıda aile bireyi, geç evlenme, eşler arası eşitlik, her bireyin bir özne olması gibi özellikleri; modernliğin idealize edilerek ailede biçimlendirdiği özelliklerdir.⁶⁶ Çekirdek ailenin endüstrileşen ve modernleşen toplumun bir sonucu olduğu düşünülse de insan türünün ilk otaya çıktığı ilkel toplumlarda da çekirdek aile tipi görülmekteydi.

Tolan’a göre yapılan araştırmalar sonucunda çekirdek ailenin sanayileşmenin ve modernleşmenin bir sonucu olmadığı, ailenin basitten karmaşık bir yapıya ya da karmaşık yapıdan basit yapıya yönelik doğrusal bir değişim göstermemiş olduğu görülmüştür. Nitekim ilk oluşan toplum türü olarak avcı ve toplayıcı kabilelerde de çekirdek aile biçiminin yaygın olarak görüldüğü anlaşılmıştır. Fakat tarımsal üretimin başlaması ve yerleşik hayata geçilmesi, insanların iş birliğine bağlı olarak ortak çalışma düzeni içine girmelerini gerektirmiş, bunun sonucunda geniş aile biçimi oluşmuştur.⁶⁷ Buradan anlaşıldığı üzere toplumsal ve ekonomik faaliyetler ailenin türünü ve davranışlarını her dönemde etkileyerek aile yapısını biçimlendirmiştir.

1.1.2.4.Yerleşim Biçimine Göre Aile Tipleri

Bu aile tipleri, çiftin evinin ailelerinin ikamet yerine yakınlığına bağlı olarak üç şekilde sınıflandırılır. Evlenen çiftin kocanın ailesiyle aynı hanede veya ikamet yerinin yakınındaki bir hanede yaşamasıyla oluşan aile tipine patrilokal (Yunanca karşılığı ‘babanın evi’), evlenen çiftin kadının ailesiyle aynı hanede veya ikamet yerinin

⁶⁶ Canatan ve Yıldırım, s. 71-78.

⁶⁷ Tolan, s. 217.

yakınındaki bir hanede yaşamasıyla oluşan aile tipine matrilokal, evlenen çiftin kendi anne babalarının ikamet yeri dışında ayrı bir yerde yaşadığı aile tipine ise neolokal aile denir.⁶⁸ Yerleşim tiplerine göre aile biçimlerinde eşlerden birinin ailesine yakın yerde yaşanması bulunulan tarafın sosyo-kültürel ve dini yapısına uyum sağlamayı gerektirirdi.

Baba çevresi anlamına da gelen patrilokal evlilik tipinde kadın eşinin sosyal, kültürel, dini ve coğrafi çevresine dâhil olmaktadır. Matrilokal evlilik tipinde ise erkek kadının sosyal, kültürel dini, coğrafi çevresine girmektedir.⁶⁹ Geleneksel toplumlarda yerleşim biçimine göre aile tiplerinden genellikle patrilokal aile yaygın olarak görülürken matrilokal daha az görülmektedir. Günümüzde ise evlenecek çiftler genellikle ekonomik gelir elde etmek amacıyla icra edilen işe bağlı ekonomik nedenlerle neolokal evlilik tipini tercih etmeye başlamıştır.

1.1.2.5. Töreyle Dayalı Oluşan Aile Tipleri

Bu evlilik tiplerinde evlenmeler törelere bağlı olarak gerçekleştirilir. İlk olarak Berder Ailesi, iki ailenin kızlarını karşılıklı olarak birbirinin oğullarına vermeleri ile gerçekleşir genelde törenin verdiği kararlara göre yönetilen, başlık parası istenilen bölgelerde (Ülkemizde özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu) görülmektedir. Başlık parasını karşılayamayan aile gelin aldığı aileye başlık parası yerine kendi kızlarını gelin olarak verirler.⁷⁰ Berder ailelerinde, evlenen çiftlerden birinin ailesinde eşler arasında çıkan huzursuzluklar ve boşanmalar berder yapılan diğer aileyi de olumsuz etkilemektedir. Töreyle bağlı olarak gerçekleştirilen ikinci aile tipi ise Taygeldi ailesidir.

Taygeldi Ailesi, eşlerinden ayrılan ve ikinci evliliğini gerçekleştiren çocuklu dulların evlenmeleri sonucu oluşan aile tipidir. “Tay” kelimesi bazı yörelerde sadece dul kadının önceki evliliğinden olup birlikte getirdiği çocuğu ifade etmek için kullanılırken, genel anlamda evlenecek olan dulların önceki evliliğinden olan ve birlikte getirdiği çocukları ifade etmek için kullanılır.⁷¹ Dul bir kadının önceki eşinden olan çocukları da alarak dul bir erkekle veya dul bir erkeğin önceki eşinden olan çocukları da alarak dul

⁶⁸ Macionis, s. 463-464.

⁶⁹ Nirun, s. 22-23.

⁷⁰ Birsen Gökçe, Aile Sosyolojisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2010, s.58.

⁷¹ Gökçe, s.56-58.

bir kadınla yeni bir evlilik yapması taygeldi aile tipini oluşturmaktadır.⁷² Burada “tay” birlikte getirilen çocukları ifade etmektedir ve yeni ebeveynler bu çocukların yetiştirilmesinden sorumludur. Çocukların da her aile tipinde olduğu gibi aileye karşı görev ve sorumlulukları bulunmaktadır.

1944-1945 yıllarında Hasanoğlan Köyü’nde yaptığı araştırma sırasında Taygeldi evlenme biçimiyle karşılaşan İbrahim Yasa, ülkemizde ve Amerika Üniversitesi kaynaklarında Taygeldi şeklindeki evlenmelerle ilgili herhangi bir yazı bulamamış ve bu konu üzerine esaslı bir araştırma yapılmasına karar vermiştir. Tay, dul bir kadın ile dul bir erkeğin evlenmesiyle ilk eşlerinden kalan ve birlikte getirdikleri erkek veya kız çocuklarına verilen addır. Taygeldi de evlenecek olan dul kadın ve erkeğin sayısı, yaşı, cinsiyeti fark etmeksizin eski koca veya karılarından getirdikleri çocukları ifade etmektedir. Bu çocuklara tay denmesinin nedeni ise yaşları ilerlemiş olan dul kadın ve erkeğin yıpranmış ata benzetilerek artık tarım işlerinde çalışamayacakları düşüncesiyle, taylara benzetilen çocukları yaşları yettiğinde tarım işlerinde çalıştırma düşüncesidir.⁷³ Her dönemde çocuklar aile için önem arz etmiştir. Çocuklar ebeveynlerinin emeklerinin karşılığı olarak ebeveynlerin yaşı ilerlediğinde onların bakımından sorumlu olmuştur. Aile bireylerinin birbirine karşı rol ve sorumluluklarının bulunduğu, birincil ilişkilerin hâkim olduğu aile kurumu her dönemde varlığını sürdürecektir.

Töreye bağlı olarak gerçekleştirilen diğer aile tipleri ise Levirat ve Sororat Aileleridir. Levirat, evli olan kadının eşi öldükten sonra eşinin kardeşi ile evlenmesi ile oluşan aile tipi, Sororat ise, evli olan erkeğin eşinin ölümünden sonra eşinin kız kardeşi ile evlenmesi ile oluşan bir aile tipidir.⁷⁴ Levirat, kayın birader ve yenge arasında yapılan evlilik sonucu oluşan aile tipi iken Sororat, enişte ve baldız arasında gerçekleştirilen evlilik sonucu gerçekleştirilir. Bu tür evliliklerde temel amaç ölen kişinin eşi, çocukları ve mal varlığının aile içinde kalmasıdır.⁷⁵ Ülkemizde her iki evlilik tipine de rastlanmaktadır. Günümüzde ise tek ebeveynli aile tipi ve birlikte yaşama şeklinde aile tipleri oluşmaya başlamıştır.

⁷² Çimen, s. 33.

⁷³ İbrahim Yasa, “Taygeldi Ailesi (Ayrı Cinsten Çocuklu Dulların Evlenmesi)”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt: 17, No: 2, 1963, s. 307-310.

⁷⁴ Gökçe, s.58.

⁷⁵ Doğan, s.138.

Birlikte yaşama, kariyer yapmak, evlilik sorumluluğu almamak amacıyla resmi nikâhın bulunmadığı fakat kadın ve erkeğin birlikte aynı çatı altında yaşadığı aile tipleri olarak ortaya çıkmıştır. Tek ebeveynli aile, ebeveynlerden birinin -çoğunlukla babanın- çalışma amacıyla ülke dışına çıkması ve yaşamını farklı bir ülkede sürdürmesi, ebeveynlerden birinin vefat etmesi ya da boşanma gibi nedenlerle oluşan aile tipidir. Birlikte yaşama iki kişinin evlenmeden cinsel birliktelik kurarak birlikte yaşamasıdır ve günümüzde gelişmiş ülkelerde hızla yaygınlaşmaktadır.

1.1.3.Geçmişten Günümüze Aile Yapısındaki Değişim

1.1.3.1.İlkel Aile

Göçebe ve çoban kabilelerde, hayvanlara bakmak ve onları yetiştirmek ailenin görevidir. Çapa tarımında tarım faaliyetleri ve çapa işlemleri aileye aittir.⁷⁶ İnsan türünün ortaya çıktığı ilk dönemlerde insan birliktelikleri, hayatta kalabilmek için basit aletlerle avcılık ve toplayıcılık yaparak birlikte yaşayan kadın ve erkek topluluğundan oluşmaktaydı. Bu dönemde kadınların toplayıcılık, erkeklerin ise avcılık görevlerini üstlenmesiyle topluluk içinde ilk işbölümü oluşmuştur. Kadın ve erkek arasında oluşan bu işbölümünün yanı sıra çocuklar da güçlerinin yettiği kadar ailelerine yardım ediyorlardı.

Eski taş döneminden yeni taş dönemine geçiş olarak ifade edilen Neolitik dönemde iki farklı keşif yaşanmıştır. Bunlardan ilki, toprakların ekilip biçilmeye başlamasıyla tarımın geliştirilmesi, ikincisi ise, hayvanların evcilleştirilmesiyle mümkün olan hayvancılıktır. Bu iki keşifle birlikte cinsiyetler arasında iş bölümü yoğunlaşmaya başlamış ve kadınlar ekip biçme ve pişirme işlerinin, erkekler ise hayvan yetiştirme işlerinin öncüsü olmuşlardır. Ekonominin tarıma dayalı olduğu dönemlerde kadınlar, besin tedarik etme ve pişirme görevlerini de yerine getirdikleri için toplumda yüksek bir statüye sahip olmuşlardır. Ayrıca tarıma dayalı ve tarım işlerinin çoğunlukla kadınlar tarafından icra edildiği toplumlarda, akrabalık ve miras kadına göre belirlenmeye başlamıştır. Kadının yüksek statüye sahip olduğu “matrilineal” adı verilen bu klanlarda, kadınların erkek kardeşleri de aile grubu içerisinde yer alır. Tüm klan

⁷⁶ Nirun, s. 21.

üyeleri, toprağın sahibi olup ayrıcalıklı gruplar bulunmazken kadınlar her zaman ailenin ve klanların lideri olmuşlardır.⁷⁷ Bu anaerkil toplumlarda bireylerin soyu anayla belirlenmiştir. Toplumsal tabuları ana belirlemiş, doğanın gizlerini anne çözmüştür.⁷⁸ Tarımsal faaliyetlerin hâkim olduğu toplumlarda meydana gelen bu durum kadına bugüne kadar hiç sahip olmadığı kadar yüksek bir statü kazandırmıştır. Kadın erkeğe göre zayıf bir varlık olarak görülmemiştir.

Temel ihtiyaçların ve ekonominin çobanlık ile hayvan beslemeye dayalı olduğu toplumlarda, miras ve akrabalık da bu işlerden sorumlu olan erkeğe göre belirlenmekte ve klan baba soyuna bağlı olmaktadır. Hayvancılığın temel faaliyet olarak geliştiği erkek egemen bu klanlar, “patrilineal” klanlar olarak adlandırılmakta ve ailenin en yaşlı erkeğinin egemen olduğu aile biçimi gelişmektedir.⁷⁹ Erkek egemen bu toplumlarda ailede kararları yetki sahibi olan en yaşlı erkek vermekte, toplumsal kurallar bu erkek tarafından belirlenmektedir. Kadınlar ise bu dönemlerden sonra erkeklerle eşit haklara sahip olamamışlardır.

Sosyallığın ve farklı kabilelerle ilişkilerin yok denecek kadar az olduğu geleneksel toplumlarda, akrabalık bağları güçlü olduğundan “grup içi evlenme (endogami)” yaygın olarak görülürdü.⁸⁰ Bu çerçevede Morgan, en ilkel dönemlerde yabancı kabilelerinde görülen aile biçimlerini evlenme biçimleri açısından sınıflandırmıştı. Evlenme şekillerine bağlı olarak ilkel dönemlerde görülen aile biçimlerinden ilki, “kan yakınlıkları ailesi”ydi. Bu aile biçiminde, öz ya da soysal kardeşler arasında evlilikler yapılırdı. Aile kurumunun ilk ve en eskilerinden olan bu aile biçimi en düşük yabancı kabilelerinde görülüyordu ve en az gelişmiş insan topluluklarının oluşumuna yol açan toplum koşulları içinde ortaya çıkmıştı. İkinci aile biçimi, aynı grubun üyesi olan öz veya soysal kız kardeşlerin, karşılıklı olarak birbirinin kocasıyla evlendiği “Punalua ailesi” idi. Kan yakınları ailesi ile birlikte bu aile biçimi de Yabanılık döneminde yaygın olarak yer almıştı. Üçüncü biçim olan “Syndyasmian” ya da “çiftlendirci aile” biçimi tek eşli ailenin bazı özelliklerini taşısa da; evli çift ayrı bir evde değil, birkaç aile ile birlikte ortaklaşmacı bir hayat yaşıyordu. Barbarlık

⁷⁷ Özen, s. 404-405.

⁷⁸ Ozankaya, s.360.

⁷⁹ Özen, s. 404-405.

⁸⁰ Canatan ve Yıldırım, s. 67.

döneminde görülen bu aile biçiminde kadın, erkeğin sadece “kadını” olmaktan çok daha fazlasını; erkeğin arkadaşı ve eşi, çocuklarının annesi olma gibi anlamlar kazanmaya başlamıştı. Evlenmenin duygulara değil, ihtiyaçlara dayandığı bu dönemlerde ‘aşk’ diye bir kavramın varlığı söz konusu değildi. Evlenecek kimselerin bilgisi ve iznine gerek duyulmadan, evlilik işine anneler karar verirdi. Ancak taraflardan biri istemediğinde, evliliğin sürdürülmesi için ısrar edilmezdi. Kadın da erkek de gönlü istediğinde eşini bırakıp başkasıyla yaşamaya başlayabilirdi.⁸¹ Barbarlık da denilen yabancılık döneminde evlilikler günümüzdeki gibi toplumsal normlar olmaksızın kardeşler de dahil çok yakın akrabalar arasında yapılmıştır. Tarım ve hayvancılık gelişip yerleşik hayata geçilmesiyle toplumsal ve hukuksal kurallar gelişmeye başlamış evlilikler de belli kurallara göre sınırlandırılmıştır.

1.1.3.2.Sanayileşme Dönemi Öncesi Aile

Sanayileşme öncesi aile tipi –diğer adıyla ekip biçmenin ve ekonominin insan gücüne dayalı olduğu tarım ailesi- makineleşmeden önce bireylerin topraktan ihtiyaçlarını karşıladığı, insan gücüyle toprağın ekilip biçilerek üretimin sağlandığı tarımsal sistemin var olduğu dönemlerdeki aile yapısını ifade etmektedir. Bu toplumda toprağa bağlı kalındığı için yerleşik düzene tam geçilmiştir. Kısmi olsa da insanların öğrenme ihtiyaçlarının artması nedeniyle kâğıt ve yazı yaygınlaşmış buna bağlı olarak eğitim kurumları bulunabilmektedir. Ailenin bütün fertleri tarımsal üretime katkıda bulunmaktadır. Bu aile tipinde erkek çocuğun değeri, tarımsal işgücü potansiyelinin yüksekliğinden kaynaklı olarak kız çocuğundan daha yüksektir.⁸² Ayrıca erkeğin, tarımdaki keşifleri, çanak çömlek yapımını, nakliyedeki yeni buluşları gerçekleştirmesinden dolayı çoğu toplumlar patriarkal (babaerkil) bir kimlik kazanmıştır.⁸³ İlkel toplumlarda tarımsal faaliyetleri nedeniyle kadın, ekonomik alanlarda erkekle neredeyse eşit konuma sahip iken yerleşik düzenle tarımda aktif olması erkeğin üstünlüğünü sağlamıştır. Yani ekonomik faaliyetler kadın ve erkeğin toplumda statüsünü belirlemede önemli bir etken olmuştur.

⁸¹ Lewis Henry Morgan, Eski Toplum II, 2. Basım, çev. Ünsal Oskay, Payel Yayınevi, İstanbul, 2014, s. 135-234.

⁸² Gökçen, s. 101.

⁸³ İslam Can, “Ailenin Tarihsel Gelişimi: Dünü, Bugünü, Yarını”, *Sistemik Aile Sosyolojisi*, (Ed. Mustafa Aydın), Çizgi Kitabevi, Konya, 2013, s.75.

Bu dönemde tarım, ilkel toplumlardakinin aksine kadın mesleği olmaktan çıkmış, tarımsal aletleri geliştirerek kullanan ve çanak çömlek yapan erkeklerin görevi olmuştur. Toplumda erkeklerin sosyo ekonomik statüleri artarak çoğu toplumlar patriarkal (babaerkil) olmuştur. Yeni buluşlar, hayvan gücünün toprağın ekilip biçilmesinde kullanılması, verimliliği büyük oranda artırmış ve bu alanlarda daha yüksek çalışma potansiyeline sahip erkek çocuklar yüksek statüler elde etmiştir. Servet ve güç ise babadan oğula geçmiştir.⁸⁴ Hayvanların evcilleştirilip, toprağa bağlı bir yaşam tarzının benimsenmesi ve yerleşik düzene geçilmesi çok sayıda aile bireyinin dayanışma içinde çalışmasını gerektirmiş ve birkaç kuşağı bir arada barındıran geniş aile tipi yaygınlaşmaya başlamıştır.

Makineleşme öncesi dönemde genellikle küçük yerleşim yerlerinde büyükanne, büyükbaba, anne, baba, çocuklar gibi birkaç neslin bir arada yaşamasıyla oluşan, ekonomik ihtiyaçlar genellikle evin erkekleri tarafından karşılanırken kadınların ev işlerinden sorumlu olduğu geniş aile tipi yaygın olarak görülürmüştür. Geleneksel ailede kadın en önemli aile üyesi olmasına karşın bu değer tarımsal üretime bağlı olarak değil, yaşına, dünyaya getirdiği çocuk sayısına ve erkeğe bağlılığına göre kazanılırdı. Bu toplumda kırsalda yaşayan kadın evlenerek önceki ailesinden yeni bir aileye üretim unsuru olarak transfer edilir ve bunun karşılığında kadının önceki ailesine *başlık*, *kalın* veya başka terimlerle adlandırılan bedeller ödenir.⁸⁵ İlkel toplumlarda kadının statüsünü belirleyen ana unsur ekonomik faaliyetleri iken sanayi öncesi tarım toplumunda kadının toplumdaki saygınlığını belirleyen ev içindeki faaliyetleri ve ailesine bağlılığı olmuştur.

1.1.3.3.Sanayileşme Dönemi ve Sonrası Aile

Sosyal değişimin etkisiyle toplumun diğer kurumlarında zamanla meydana gelen bir değişiklik toplum içinde vazgeçilemeyen bir müessese olan aile kurumunu da etkilemiş ve aile yapı olarak zaman zaman değişime uğramıştır. Bu değişikliklere bağlı olarak aile bazen daralırken kimi zaman genişleme eğilimi göstermiştir.⁸⁶ Sürekli değişme üretebilen ve aynı zamanda bu değişmeyi emebilen rejim modernleşen bir

⁸⁴ Özen, s. 405.

⁸⁵ İlber Ortaylı, Osmanlı Toplumunda Aile, Pan Yayıncılık, İstanbul, 2001, s. 74-75.

⁸⁶ Mustafa E. Erkal, "Türk Aile Yapısı ve Bazı Meseleler", İstanbul Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, Sayı: 24, 2011, s.16.

rejimdir. Bu durumda değişme söz konusu toplumun hem ideali hem de vazgeçilmez bir parçasıdır. Diğer bir deyişle, her kurum isteyerek ya da istemeyerek düzenli ve paralel hızda değişikliğe uğrar.⁸⁷ İçinde bulunduğu dönemin ekonomik, kültürel, toplumsal koşullarına göre zaman zaman yapısı değişse de aile kurumu her zaman varlığını sürdürmüştür.

Toplumu meydana getiren temel yapı taşı olarak kurum; toplum içinde yüz yüze iletişimin ve birincil ilişkilerin yer aldığı bir yer olduğunda grup olarak ele alınabilen ailenin değişim ile ilişkisi ise, sosyal sistem bağlamında ele alınabilir. Bir toplumdaki norm, rol, statü, grup, topluluk ve örgüt gibi parçaların tümü birden sosyal sistemi oluşturur. Sosyal sistem kavramının içeriği esnek olduğundan toplumun iki bireyinin oluşturduğu bir aile grubu sosyal sistem olabildiği gibi toplumun bütünü de sosyal sistemi oluşturmaktadır. Bir makinenin parçalarının birbiriyle bağlantılı olup birbirinden bağımsız çalışmadığı gibi bir sosyal sistemin parçaları da birbiri ile bağlantılı ve birbirine bağımlıdır. Bu sebeple herhangi bir parçada oluşuveren bir değişiklik, diğer bütün parçaları ve sistemi bütün olarak etkiler.⁸⁸ Ancak, “sağlam aile, sağlam toplum” formülü hala geçerlidir ve aile toplumun devamlılığını sağlama açısından toplumsal sistem için en önemli kurumdur. Sanayinin gelişip yaygınlaşması ve buna bağlı olarak şehirleşmenin artmasına paralel olarak eski küçük toplulukların yani cemaatlerin yerini cemiyet tipi toplulukların alması, büyüyen bürokrasi, artan ve değişik fonksiyonlara sahip sosyal birlikler ailenin yerini almamışlardır. Sanayi ihtilalinden önce de İngiltere’de klasik Batı çekirdek ailesinin bulunması örneği sanayileşmenin aile yapısını değiştiren tek faktör olmadığını göstermektedir.⁸⁹ Sanayileşme, kentleşme, modernleşme ile birlikte toplumda meydana gelen teknolojik gelişmeler de aile yapısını etkilemiş ancak hiçbir değişiklik aileyi tamamen ortadan kaldıramamıştır.

Sanayi devrimi ve kırsalda makineleşmenin artmasıyla beraber şehirlere göçler de artmış, göçler beraberinde, sosyal ve ailesel problemleri de getirmiştir. Eskinin büyük ailesinin ürettiğini tüketen hayat tarzı da değişmiş, üretimde insan, tüketim de ise aile birim olarak düşünölmeye başlanmıştır. Evvelce ailede, ev ekonomisinde bulunan

⁸⁷ Anthony D. Smith, Toplumsal Değişme Anlayışı, çev. Ülgen Oskay, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1995, s. 112.

⁸⁸ Zeki Aslantürk ve M. Tayfun Amman, Sosyoloji, İfav Yayınları, İstanbul, 1999, Akt. Sinan Yılmaz, Türkiye’de Ailenin Dönüşümü, Divan Kitap, Ankara, 2012, s. 22.

⁸⁹ Erkal, s. 16-17.

ekonomik, pedagojik fonksiyonlar modern endüstrinin kapsamlı ekonomik yapısında büyük firmalara, kuruluşlara aktarılmış ve aile fertleri de evden firmalara, fabrikalara doğru ihtisaslaşarak fonksiyonel geçiş yapmışlardır.⁹⁰ Bu nedenle sanayileşme öncesi ekonomik faaliyetlerini hep birlikte icra eden ailelerde iş birliği ve dayanışma hâkim iken sanayi sonrası ailelerde ferdiyet kavramı ön plana çıkmıştır.

Değişen dönemler ve toplumsal koşullar aile kurumunu hiçbir zaman yok etmemiş ancak ona yeni işlevler ve biçimler kazandırarak zamanla önemli dönüşümler geçirmesine sebep olmuştur. Modernleşme sonrası ortadan kalkması beklenen ‘aile’ kurumu, tüketimde ve kültürde yeni işlevler edinerek varlığını sürdürmeye devam etmiştir. Modernleşme ile ideoloji ve kültür, ailenin içine nüfuz etmiştir. Tarım toplumlarında üretim kas ve insan gücüne dayandığı için üretim yapmak ve maddi ihtiyaçları karşılamak için aileler mümkün olduğunca kalabalık olmaya çalışmışlardır. Modern aile ise, sanayi ve aydınlanma hareketlerinin somut toplum şartları sebebiyle küçülmüş ve parçalanmıştır. Modern dönemde kadın-erkek ilişkilerindeki mahremiyet dönüşüme uğrayarak özgürleşmiş; aile, kapitalist tüketime koşullandırılmıştır. Modern aile, modern-kapitalist iktidarın çizdiği çerçeveler tarafından biçimlendirilirken karı ve koca bir eş haline gelerek özneleşmiştir.⁹¹ Modernleşmeyle bireyselleşmenin artması ve aile bireylerinin özgürleşmesi aile bireylerinin birbirine karşı rol ve sorumluluklarını da etkilemiştir.

Tarih boyunca sosyal normların etkisiyle ebeveynlerin çocuklarının bakım ve ihtiyaçlarını üstlenmesi karşılığında çocuklar da büyüdüklerinde ebeveynlerin yaşlanması ile birlikte onların bakım ve sorumluluğunu üstlenmiştir. Ancak modern toplumlarda, aile bağları zayıflamış ve bireyselleşme artmıştır. Yaşlılar da gençler gibi yalnız yaşamaya başlamışlar ve bu nedenle yaşlanınca geçimlerini sağlayacak ekonomik birikimi henüz bu çağa gelmeden yapmaya ve çocukları için ayırdıkları mirasın bir miktarını artık kendileri için ayırmaya başlamışlar. Ayrıca yaşlılara yönelik bakım hizmetleri ve yaşlılık aylığı gibi kamu harcamalarının artması da modern çağın bir

⁹⁰ Nirun, , s. 202.

⁹¹ Canatan ve Yıldırım, s. 123.

yansımaları olmuştur.⁹² Bireyselleşme, aile büyüklerinin çocuklarına olan güvenini azaltmış ve aile büyükleri ileri yaşlardaki yaşam koşullarını erken yaşlarda hazırlamaya başlamışlardır.

Ailenin ekonomik ihtiyaçları karşılama işlevi onun en temel işlevlerinden biridir. Geleneksel toplumlarda kadın ev içindeki işlerden sorumlu iken modernleşme ile birlikte kadın ev dışına da çıkmış ve ekonomik anlamda gelir getirici pozisyonlarda rol almaya başlamıştır. Bu da kadının aileye para getiren olarak yeni sorumluluklar üstlenmesini sağlamış ve eski dönemlerde ekonomik ihtiyaçları karşıladığı için ailede otorite durumunda olan erkeğin rol ve otoritesini kadınla eşit düzeyde kullanmaya başlaması gibi önemli bir değişikliği meydana getirmiştir. Sonuç olarak aile içinde ortak karar verme eğilimiyle karar mekanizması ile tüketim alışkanlıkları da değişime uğramıştır.⁹³ Sanayileşmeyle toplumun başat kurumu olan ekonomi, kadının özel alandan kamusal alana çıkmasını sağlayarak aile içi rolleri etkilemiş ve kadın erkek arasında otorite eşitliğine dayanan modern aile tipi ortaya çıkmıştır.

Modernleşme ile birlikte, birçok konudaki otoritesi elinden alınıp devletin kurumlarına devredilen aile; tamamen özel alanı temsil eden bir kurum haline gelerek, kamusal alandan kesin çizgilerle ayrıldı.⁹⁴ Habermas'a göre 'kamusal alan', bir toplumun genel yararı ile ilgili meselelerin konuşulduğu; tüm yurttaşların eşit bir biçimde toplanıp, örgütlenip, fikirlerini ifade edebildiği bir alandır. Kamusal alan, kişinin gözlem yaptığı ve kendini ifade ettiği yer iken; özel alan kişinin kendini doğrudan ifade edebildiği, gizli kalması gereken bir dünyadır.⁹⁵ Modern dönemdeki özel alan; toplumsal olanın sınırları dışında kalan, kadınlık ve doğallıkla özdeşleşmiş alandı. Erkekle özdeşleşen ve güç ve rekabeti ön plana çıkaran kamusal alan devletin, yasaların ve ulusal ekonominin hüküm sürdüğü yer iken; özel alan, kişisel samimiyetlerin olduğu ve ahlaki görevlerin yerine getirildiği yerdi.⁹⁶ Özel alanı en iyi temsil eden yer ise birincil ilişkilerin yer aldığı aile kurumudur. Ancak yeni iletişim

⁹² Ünal Çağlar, Tüketim Harcamaları ve Aile, BAAKB, Ankara, 1998, Akt. Ahmet Gökçen, "Aile Türleri ve Başlıca Aile Sınıflandırmaları", *Sistemik Aile Sosyolojisi*, (Ed. Mustafa Aydın), Çizgi Kitabevi, Konya, 2013, s. 102.

⁹³ M. Ali Aydın, Büyük Alışveriş Merkezlerinin Aile İçi Tüketim Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi (Konya Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2005, s. 68-69.

⁹⁴ Cizmeci, s. 23.

⁹⁵ Richard Sennett, Kamusal İnsanın Çöküşü, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2010, Akt. Cizmeci, s. 24.

⁹⁶ Roger Silverstone ve Diğerleri, Families, Technologies and Consumption: The Household and Information and Communication Technologies, CRICT Discussion Paper, 1989, s.26-33, Akt. Cizmeci, s. 25.

teknolojilerinin gelişmesi özel alan sınırları ile kamusal alan sınırlarını iç içe geçirmiştir.

Postmodern dönem ile birlikte internetin yayılması, küresel iletişimi sağlaması ve mesafeleri ortadan kaldırması kamusal alanın genişlemesine imkân tanımaktadır. İnsanlar arasındaki birincil ilişkilerin ve yüz yüze iletişimin yerini internet sembollerinin almasıyla kamusal ve özel alan ayrımı ortadan kalkmıştır.⁹⁷ Postmodern dönemde hem ekonomik hem de sosyal yaşamda meydana gelen değişiklikler ve yeni medya teknolojilerinin gelişimi ile birlikte kamusal alan ile özel alan birbirine karışmaya başlamıştır.

2000'li yıllarda hızla gelişen internet ve sosyal medya kullanımı evlenme biçimlerine etki etmiştir. Geçmişte aile büyüklerinin evlenecek çağda olan gençleri birbirine yakıştırmasıyla gerçekleşen evlilikler günümüzde televizyonda ve bazı internet sitelerinde çeşitli izdivaç programlarının aracılığıyla tanışan gençlerin evlenmesiyle yeni bir evlenme biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle küresel iletişim fırsatı sunması nedeniyle internette insanların birbiri ile tanışmaları daha kolay olmaktadır. Ayrıca evlilik için insanları birbiri ile tanıştıran internet siteleri de bulunmaktadır. İnsanlar karşı cinsten aradığı özellikleri ve kendi özelliklerini ön plana çıkararak evlilik gibi çok ciddi bir olay için, internete başvurumaktadırlar.⁹⁸ Evlenecek gençlerin sanal ortamda tanıştığı kişilerle aile kurmayı tercih etmesi, daha önceleri aile kurarken aile büyüklerinin tecrübelerinden yararlanma alışkanlığının azalması ve etkin bir iletişimde olması gereken yüz yüze iletişimin sınırlı olması gibi nedenlerle evlenecek gençlerin birbirini yeterince tanımasını engellemiş ve bu şekilde gerçekleştirilen evlilikler zamanla yıkılmaya başlamıştır. Tüm bunlar toplum için çok önemli olan aile kurumunun sarsılmasına sebep olmaktadır.

1.2.Dijitalleşme, İnternet ve Sosyal Medya Kavramları

“Sosyal medya” kavramının ortak yapılmış bir tanımı bulunmamakla birlikte zaman zaman ‘Web 2.0’ ile ‘sosyal medya’ kavramları birbirleriyle aynı kavramı ifade

⁹⁷ Birol Demircan, “İnternet Kamusal Alan Olabilir mi?”, *Yeni Medya ve Toplum*, (Ed. A. Çağlar Deniz, ve Banu Hülür), Literatürk academia, İstanbul, 2016, s. 139.

⁹⁸ Ahmet Naci Çoklar, “Ailede Dönüşümler”, *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler*, (Ed. Ferhan Odabaşı), Nobel Yayınevi, Ankara, 2010, s. 199.

edecek biçimde kullanılmaktadır.⁹⁹ Bazı kaynaklarda ise bu iki kavramın birbirinden farklı olduğuna yer verilmiştir. Çünkü sosyal medya Web 2.0 teknolojilerini temel olarak oluşmuş, daha detaylı iletişim ağlarına, sosyal etkileşime, topluluk kurarak projeler yürütmeye olanak veren web siteleri olarak tanımlanabilir. Bununla birlikte, web 2.0 ağları daha çok teknolojik yönü ile ön plan çıkarken, sosyal medya, insanlar arasında yeni ve kolay kullanıma sahip bir iletişim kanalı olarak sosyalleşmeye etki eden bir ağ olarak tanımlanmaktadır.¹⁰⁰ “Sosyal medya; teknoloji ve sosyal girişimcilik kelimelerini görsel ve işitsel dosyalar ile bir araya getirir. Sosyal medya araçlarının izahı ve sınırları kişiye göre değişebilen göreceli bir kavram olmakla beraber bilgisayar ya da mobil telefon gibi araçların desteklediği ana unsurları bloglar, mikrobloglar, RSS beslemeleri, online chat, sosyal ağlar, podcastler, sosyal imleme siteleri, forumlar, sanal dünyalar, video paylaşım siteleri gibi çeşitli formlarda karşımıza çıkmaktadır.”¹⁰¹ Ulaşılabilirliği kolay ve yüksek olması nedeniyle dünyanın her yerinden insanın ücretsiz olarak ya da çok düşük maliyetlerle ulaşabileceği sosyal ağlardır.¹⁰² Dünyanın farklı yerlerinde yaşayan insanlara sesli ve görüntülü iletişim sağlama olanağıyla sosyal medya kullanımı gün geçtikçe artmaktadır.

Sosyal medya ağları, bireylerin özgürlüklerinin kısıtlandığı bir sistem içinde kamusal ya da yarı kamusal bir profil inşa etmelerine, bir bağlantı paylaştıkları diğer kullanıcılarla eklemlenmelerine ve bununla birlikte diğer kişilerin sosyal paylaşım sitelerinde yaptıkları paylaşımları görerek onlardan daha fazlasını yapmalarına olanak sağlayan Web temelli hizmetler” olarak tanımlanmaktadır.¹⁰³ Sunduğu imkanlarla kullanıcıların ilgisini çeken sosyal medya, bireylerin kendi ilgi alanlarına yönelik platformlarda gruplar kurarak etkinlikler düzenlemesini sağlamaktadır.

⁹⁹ Gökhan Dikme, Üniversite Öğrencilerinin İletişimde ve Günlük Hayatta Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s. 6.

¹⁰⁰ Erkan Akar, Sosyal Medya Pazarlaması, Elif Yayınevi, İstanbul, 2010, Akt. Ümit Demir, “Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk İletişim, Sayı: 9 (2), 2016, s. 28.

¹⁰¹ H. Burak Hatipoğlu, Sosyal Medya ve Ticaret Hayatına Etkileri, CIO Club Dergisi, 2009, Akt. Ümit Demir, “Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk İletişim, Sayı: 9 (2), 2016, s. 28.

¹⁰² Hediyeullah Aydeniz, “Medyayı Kavramak”, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Aile Eğitim Programı, İstanbul, 2. Baskı, 2012, s. 46.

¹⁰³ Danah M. Boyd ve Nicole B. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History and Scholarship”, Journal of Computer-Mediated Communication, Cilt: 13, Sayı: 1, 2007, s. 211.

Web 2.0 teknolojisinin bir yansıması olarak meydana gelen sosyal paylaşım ağları, bu teknolojinin sunduğu içerik yazma, var olan içeriği geliştirme ve bunları başkalarıyla paylaşma gibi imkânları da kullanıcılarına sunmaktadır. Bazı sosyal paylaşım ağlarının kendilerine has öne çıkabilen özellikleri olabilese de, sosyal paylaşım ağları genel olarak bireylerin kendine özgü bir profil oluşturduğu, bu profilin ulaşımına ilişkin sınırlandırmalar getirebildiği diğer kullanıcılarla iletişim ve etkileşim sağladığı, güncel olayları ve gelişmeleri takip edebildiği, düşünce, fotoğraf, video gibi farklı türden içerik paylaşımları yapabildiği, dünyanın farklı yerlerinde yaşayan ortak ilgi, hedef, amaç ve değerlere sahip olan kişilerin gruplar kurarak birliktelik kurabildiği sanal bir platform olarak tanımlanabilir.¹⁰⁴ Bu sanal gruplar insanlar için yeni bir sosyalleşme ortamı oluşturmaktadır.

Sosyal paylaşım ağları, ileti panoları, bloglar ve diğer kullanıcı türevli içerik forumları dünyanın çok değişik yerlerinden, birbirinden kültürel, ekonomik ve sosyal olarak oldukça değişik tecrübelerle sahip insanlar arasında kolay iletişim kurma olanağını mümkün kılmaktadır.¹⁰⁵ Sosyal ağlar: İnternet'te çeşitli kişisel bilgiler alınarak üye olunan iletişim ve paylaşım ortamlarıdır. Her bir sosyal ağın ortak özellikleri bulunmakla birlikte her birinin kendine özgü biçimleri ve özellikleri bulunmaktadır. Bazıları yalnızca fotoğraf, bazıları sınırlı sayıda yazı, bazıları ise yalnızca video paylaşım ağlarıdır. Bazıları ise hem yazı, hem görsel öğeler, resimler, fotoğraflar, hem de video paylaşımı yapılabilen ağlardır. Sayıları çok fazla olan iletişim ve paylaşım platformlarının en tanınanı ve en çok kullanılanların bir kısmı şöyle sıralanabilir: Facebook, İnstagram, Myspace, Deviantart, Twitter, Youtube, Tiktok vb.¹⁰⁶ Bu platformlar insanların iletişim imkânlarının sınırlarını görsel ve işitsel anlamda genişletmesi nedeniyle yüz yüze iletişimin yerini alarak ağ toplumunu oluşturmaya başlamıştır.

İnternet ve buna bağlı olarak ortaya çıkan sosyal medyanın hızlı bir şekilde gelişmesi ve yaygınlaşması “ağ toplumu” kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ağ toplumu, internetin ve sosyal medya ağlarından oluşan bir altyapının toplumun her

¹⁰⁴ Boyd ve Ellison, s. 211.

¹⁰⁵ Dan Laughey, Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar, Çev. Ali Toprak, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul, 2010, s. 19.

¹⁰⁶ Aydeniz, s. 48.

kesimindeki birey, grup ve topluluğa ulaşarak kişilerin tarzını belirlediği modern bir toplum türü şeklinde izah edilmektedir. Bu ağlar gün geçtikçe toplumun birey, grup ve örgütlerini birbirine bağlamaktadır. Batı toplumlarında, ağlar tarafından birbirine bağlanmış bireyler ağ toplumunun temel birimi haline gelmektedir. Doğu toplumlarında ise temel birim halen ağlar tarafından birbirine bağlanmış gruplardır (aile, topluluk, iş ekibi).¹⁰⁷ Toplumların gelişmişlik düzeyi onların teknolojiyi kullanım şeklini ve amacını etkilemektedir.

1.2.1. İnternet ve Sosyal Medyanın Tarihçesi

Halkın sosyalleşmesini, haber almasını sağlayan ve insanların hayatında en çok yer edinen iletişim araçları sırasıyla gazete, dergi, radyo, televizyon ve internet olmuştur. Önceleri daha çok haber edinme aracı olarak kullanılırken zamanla ticari bir eğlence aracına dönüşen Radyo yayını, aşağı yukarı 1921-1922’de tüm sanayileşmiş ülkelerde vardır. Ticari yönden önemli kazançlar elde edilmesini sağlayarak radyonun gelişimini hızlandıran talk show ve diziler, o dönemlerde insanların zamanının önemli bir kısmını ayırarak dinlediği programlar olmuştur.¹⁰⁸ Radyonun ardından, 1950 ile 1960 yılları arasında televizyon bir kitle medyası haline gelmiştir. 1950’de üç milyon olarak tespit edilen alıcı sayısı, 1967’de 57 milyona ulaşmıştır.¹⁰⁹ 2006 yılı istatistiklerine göre ise televizyon alıcı sayısı 2 milyarı geçmiştir.¹¹⁰ Geride bırakılan yüzyılda, iletişim araçları alanındaki son önemli gelişme, bu çalışmanın da esas konusu olan İnternet ve Sosyal Medya’dır.

İnternet, soğuk savaş döneminde 1969 yılında ARPANET (Advanced Research Programme Agency Network) şeklinde ortaya çıkmıştır. ABD’de bir iletişim ağı ve her türlü savaş şartında kaybolmayacak bir sistem olarak kurulan ARPANET, ülkede bulunan çeşitli üniversitelerin ve Savunma Bakanlığı’na bağlı askeri birimlerin iş birliği ile oluşturulmuştur.¹¹¹ İnternet, ilk olarak askeri alandaki bilgiyi saklama ve bilgiye

¹⁰⁷ Jan Van Dijk, Ağ Toplumu, çev. Özlem Sakin, Kafka Yayınevi, İstanbul, 2016, s. 42.

¹⁰⁸ Barbier Frederic ve Catherine Bertho Lavenir, Diderot’dan İnternet’e Medya Tarihi, çev. Kerem Eksen, İstanbul, Okyanus Yayını, 2001, s. 262.

¹⁰⁹ Frederic ve Lavenir, s. 264.

¹¹⁰ Aysel Aziz, Televizyon ve Radyo Yayıncılığı, Hiperlink Yayınevi, İstanbul, 2013, s. 58

¹¹¹ Bekir Kocadaş, “Yapısal-İşlevselci Bakış Açısından İnternet ve Gençlik”, *Toplumsal Yapı*, (Ed. Yaşar Kaya), Turan Yayıncılık, İstanbul, 2003, s. 148.

ulaşma ihtiyacıyla ortaya çıkmış ve zamanla pek çok üniversite arasında bilgi paylaşımını sağlama amacıyla yaygınlaşmaya başlamıştır.

“1970 yılında Amerika’da pek çok üniversite ve şirketteki bilgisayarlar araştırma bilgilerini paylaşmak amacıyla birbiriyle bağlanarak küçük bir ağ oluşturmuştur. 1985 yılında ise National Science Foundation’ın (Ulusal Bilim Vakfı) ülkenin değişik yerlerine yerleştirilmiş 6 adet süper bilgisayarı tüm ülkedeki araştırmacıların hizmetine sunmak için kurduğu NSFNET ağı, ARPANET ağının yerini aldı. Daha sonraları, NSFNET ağı, 1990 yılında yedi kıtada 50.000 ağın, Amerika’da ise 29.000 ağın birleşmesi ile interneti oluşturarak bilgisayar ve iletişim dünyasını görülmedik bir şekilde etkilemiştir. İnternet, tüm dünyaya yayılmış irili ufaklı bilgisayarların birbirlerine bağlanmasıyla oluşmuş büyük bir ağ halini almıştır.”¹¹² Dönemin ihtiyaçlarına göre internetin kullanım alanı zamanla genişlemiş ve internet teknolojileri yayılmıştır.

İkinci Dünya Savaşı’nı takip eden dönemlerde analog sinyallere bağlı geleneksel telefon iletişiminin yerine, büyük miktarda bilginin sıkıştırıldığı ve sayısal olarak iletiildiği bütünleşmiş sistemlere geçilerek, kablo teknolojisi ucuzladı, fiber optik kabloların geliştirilmesi ve yaygınlaşması ile iletilebilen kanalların sayısı oldukça fazlaştı. 1960’lardan itibaren, iletişim uydularının da yayılmasıyla uluslararası iletişim arttı. Bugün 200’den fazla uydudan oluşan bir ağ bulunmaktadır ve bu sayede dünya çapında bilgi aktarımı giderek daha kolay bir hale geldi.¹¹³ Bugüne kadar en hızlı şekilde büyüyen internet ve telefon teknolojileri sayesinde dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan ve kolay iletişim sağlayamayan insanların birbiriyle iletişimleri kolaylaştı.

Ağ (Web) yirmi birinci yüzyılın ilk yıllarında büyük bir değişim yaşamıştır. Ağ’ın insanların hayatında ilk yaygınlaşmaya başladığı yıl olan 1993 ile 2003 arası ‘Web 1.0’ olarak bilinir. Web 1.0 çağı, HTML dil kodlaması, (daha sonra yerini Microsoft Internet Explorer’a bıraktı) Netscape Navigator gibi hantal tarayıcılar (browser) ve karmaşık (Google) öncesi arama motorları çağı olmuştur. Öte yandan,

¹¹² Mustafa Akgül, İnternet Sunucu Araçları ve Yönetimi, Bilkent Üniversitesi, Ankara, 1999, Akt. H. Ferhan Odabaşı ve diğerleri, İnternet, Çocuk ve Aile, Nobel Yayınevi, Eskişehir, 2007, s. 7.

¹¹³ Anthony Giddens, Sosyoloji, Kırmızı Yayınları, İstanbul, 2012, Akt. Cizmeci, s. 74.

başlarda görsel ve işitsel ağların dahi kullanışsız olduğu sınırlı bant aralığına bağlı olarak, Web 1.0 büyük ölçüde bir okuma ve araştırma mecrasıydı. Dreamweaver gibi kullanıcı dostu yazılımların olmadığı dönemde, ağ içeriği üretmek için bilgisayar programlama becerilerine sahip olmak gerekirdi. Dolayısıyla, Web 1.0 heyecan verici bir gelişmeydi ancak bir şekilde yalnızca teknoloji müptelaları ve milyonerlerin ulaşarak kullanabildiği bir ağıdı. Öte yandan, 2004 yılına yakın bir zamanda Web 2.0 devrim gibi bir gelişmeyle ortaya çıkmıştır. Vikiler, bloglar, folksonomiler ve sosyal paylaşım ağları sayesinde, Web 2.0 herhangi bir yazılım gerektirmeden sıradan kullanıcılara içerik yazma, gönderme ve yayınlama olanağı sunmuştur. Günümüz popüler internet sitelerinin hepsi Web 2.0 ağının ürünüdür.¹¹⁴ İlk olarak askeri alandaki bilgi saklama ve iletişim sağlama ihtiyacıyla ortaya çıkan internet, zamanla insanların ihtiyaçlarına göre gelişmiş ve her insanın birbiriyle iletişim kurabileceği ve ilgi alanına göre kullanabileceği bir ağ haline dönüşmüştür.

Türkiye’de 1990 yılında EARN (European Academic and Research Network) adındaki ağların oluşumuyla birlikte ilk bilgisayar ağları çalışması başlamıştır. Anadolu Üniversitesi, Avrupa, Japonya gibi ülkelerdeki birçok üniversite ve araştırma kurumunda bulunan bilgisayar sistemleri bu iletişim ağına zamanla üye olmuşlardır. Bu temel ile Ege Üniversitesi ilk olarak İtalya Pisa Üniversitesi daha sonra ise Fransa Montpellier Üniversitesi ile kablolar aracılığı ile bağlantı kurmuştur. Ege Üniversitesi, günümüze göre daha düşük kapasitedeki telefon hatları ile Anadolu üniversitesi ve Yıldız Teknik üniversitesi ile iki ana bağlantı kurmuştur. İletişim görsel öğelerden oluşmayıp metin ağırlıklı olduğu için o günkü gereksinimleri karşılayabilmiştir.¹¹⁵ Nisan 1993’te Türkiye’nin uzun süre kullanacağı ikinci ağ bağlantısı ODTÜ üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu ağ 64 Kbit/san. hızındadır.¹¹⁶ Ülkemizde internet teknolojilerinin kullanımı öncelikli olarak bilgi üretme mekanizmaları olan üniversitelerde başlamıştır.

Türkiye’de internetin yaygınlaştırılması öncelikli olarak akademik ortamlardan başlanmış ve 1994 yılı başlarında yine 64 Kbit/san. hızında olan ikinci bağlantı Ege

¹¹⁴ Laughey, s. 163.

¹¹⁵ H. Ferhan Odabaşı ve diğerleri, İnternet, Çocuk ve Aile, Nobel Yayınevi, Eskişehir, 2007, s. 8.

¹¹⁶ Aslan İnan, İnternet El Kitabı, Üçüncü Basım, Der. Suat Koyuncu, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1999, Akt. Odabaşı, ve diğerleri, s. 8.

Üniversitesi tarafından kurulmuştur. Ege Üniversitesi'nden sonra ilk olarak 1995'te Bilkent Üniversitesi bağlantı kurmuş, bunu 1995'te Boğaziçi Üniversitesi, 1996'da İstanbul Teknik Üniversitesi ve 1999 yılında Anadolu Üniversitesi takip etmiştir. Yine 1993-1996 yılları arasında üniversitelerin çoğu ODTÜ'ye bağlanarak internete geçmişlerdir. 1996 yılı Ağustos'unda ise TURNET omurgası çalışmaya başlamıştır. Daha sonra İnternet servisi alan kuruluşların sayısı sürekli olarak artmaya başlamıştır.¹¹⁷ İnternet, ülkemizdeki akademik kuruluşlar arasında ve bu kuruluşlarla yurt dışındaki bazı gelişmiş üniversiteler arasında bağlantı oluşturarak bilgi alışverişini kolaylaştırmıştır.

1997 yılında ULAKNET adı verilen ağ bağlantısı ile akademik kuruluşların internet bağlantısı sağlanarak kısmi olarak üniversiteler birbirine hızlı bir şekilde bağlanmıştır. Böylece, akademik kuruluşlar arasında internet kullanımı hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. 1999 yılına gelindiğinde TURNET'in yerini ticari ağ altyapısı daha gelişmiş ve yüksek hızda bağlantı imkânı sağlayan TNet adında yeni bir oluşum almış ve 2000'li yılların başında, ticari kullanıcılar internet erişimine TNet omurgası üzerinden, akademik kuruluşlar ve ilgili birimler de ULAKNET omurgası üzerinden ulaşmışlardır.¹¹⁸ Bugün Türkiye'de ağırlıklı olarak, Amerikan menşeli ağlar kullanılmaktadır. Fakat Amerika'nın yanında; Japonya, Çin, İran, Polonya, Almanya, Güney Kore, Rusya gibi çeşitli ülkelerin oluşturdukları sosyal ağ ekolleri vardır. Akademik alanlardan başlayarak gelişen bu ağlar son yıllarda her vatandaşın rahatlıkla kullanabildiği, bilgi alışverişi yaptığı, birbiriyle iletişim sağlayabildiği sosyal platformların oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Son yıllarda internet tabanlı bir oluşum olup sosyal medya adı verilen ve kullanıcısı her geçen gün hızla artan, üyelerin birbirini ekleyerek arkadaş olduğu ve yazı, fotoğraf ve videoların paylaşarak kullanıcıların birbirinden haberdar olduğu popüler bir eğilim ortaya çıktı.¹¹⁹ Web 2.0 teknolojisi ile oluşturulmuş ve yaşamın her alanında bilgi, haber, ileti gibi çeşitli unsurların kullanıcı tarafından dönüştürülerek takipçilerle paylaşılmasına olanak sağlayan sosyal medya, eskiden beri var olan ve

¹¹⁷ H. Ferhan Odabaşı ve diğerleri, İnternet, Çocuk ve Aile, Nobel Yayınevi, Eskişehir, 2007, s. 8.

¹¹⁸ Odabaşı ve diğerleri, s. 8.

¹¹⁹ Lee Komito ve Jessica Bates, Virtually Local, "Social Medya and Community Among Polish Nationals in Dublin", Aslib Proceedings, New İnförmatik Perspectives, Sayı 61 (3), 2009, s. 2.

herkesin kolay bir şekilde paylaşım sağlayamadığı geleneksel medyadan farklı olarak her kesimden insanın rahatlıkla kullanabildiği, insanlar arasında karşılıklı iletişim imkanının bulunduğu, dinamik ve yaşayan bir platformdur.¹²⁰ Her kesimden insanın rahatlıkla kullanabileceği şekilde tasarlanan sosyal medya kullanımı toplum içinde insanlar arasında yeni bir iletişim ve etkileşim şekli ortaya çıkarmıştır.

İnsanlara resim, video ve yazılar paylaşarak birbirinin hayatından haberdar olma imkânı sağlayan ve yeni bir iletişim kanalı olan sosyal paylaşım ağları, günümüzde hayatın bir parçası haline gelmiş ve insanlar için vazgeçilmez bir platform halini almıştır.¹²¹ Laughey'in deyiimiyle "Kullanıcılarına kendi profillerini oluşturma, görsel-ışitsel oluşturma, oyun oynama, çeşitli topluluk ve ağlara katılma, yabancılar ya da 'eski dostlar' ile iletişim kurma olanağı sunan Facebook, Bebo ve MySpace son derece popüler sosyal paylaşım ağlarıdır."¹²² Sosyal Medya, insanlara görsel ve işitsel olarak iletişim sağlama, birbirinin hayatını takip etme, yeni arkadaşlıklar edinme imkânları sağlayarak bireyler için yeni bir sosyalleşme alanı olmaktadır.

Ülkemizde 2019 internet kullanım oranlarına göre 82,4 milyon olan ülke nüfusunun % 72'sini oluşturan 59,36 milyon kişinin internet kullanıcısı, % 63'ünü oluşturan 52 milyon kişinin aktif sosyal medya kullanıcısı, % 53'ünü oluşturan 44 milyon kişinin aktif mobil sosyal medya kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir.¹²³ Yeni bir iletişim ve sosyalleşme ortamı olan sosyal medya, ülkemizdeki insanların yarısını aşan bir kullanıcı kitlesine sahiptir. Bu da toplum olarak teknolojik değişmelere ve gelişmelere açık olduğumuzu göstermektedir. Günümüzde en çok kullanılan sosyal medya siteleri kısaca şöyle sıralanabilir: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Whatsapp ve Tumblr.

¹²⁰ Aslı Balcı ve Fatma Tezel Şahin, "Sosyal Medyanın Aile Katılımında Kullanılabilirliği Üzerine Bir İnceleme", Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt: 24, No: 4, 2016, s. 2313.

¹²¹ N. Emel Dilmen ve Sertaç Öğüt, "Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları", Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul, s. 239.

¹²² Laughey, s. 163.

¹²³ "Türkiye'de İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri", We Are Social, Digital in 2019 Turkey, www.dijilopedi.com, (16.11.2019).

1.2.1.1.Facebook

Facebook, 2004 yılında; Mark Zuckerberg tarafından açılan site, artık 10.000'den fazla çalışanı olan ve “sosyal ağ” tanımının da günlük hayatımıza girmesine vesile olan bir mavi dev. İnsanların dünyaya bakış açılarını değiştirmek için onlara yeni kimlikler tanımlamak gerekiyor. Facebook'un en önemli başarısı da bu. Bugün Twitter; siyaset, futbol, popüler kültür üzerine fısıltıların dolaştığı bir fısıltı gazetesi, Youtube; televizyonun yeni hali, Instagram; süslü fotoğraf albümü olarak tanımlanabilirken, Facebook bu kadar dar bir yere hapsedilemiyor. Facebook, söz edilen bütün özellikleri kapsayan, hem video yayınlamayı, hem fotoğraf çekilmeyi, hem de siyasi kulis yapmayı seven bir kişi için mecra olabiliyor. Bu açıdan bakıldığında da diğer tüm ağları kapsıyor. Çünkü kullanıcıya bir “dijital kimlik” sunuyor. Bu dijital kimliğin oluşumunda Facebook bazen aktif olarak da rol oynayabiliyor.¹²⁴ Dijital kimlik oluşturan kullanıcılar yaptığı farklı ve ilgi çekici paylaşımlarla sosyal medyada başka insanların ilgisini çekmekte ve paylaştığı içerikler başkalarında da paylaşma isteği uyandırmaktadır. Bu ortamda insanlar arasında sanal bir etkileşim tarzı ortaya çıkmaktadır. İnsanlar, sokakta görse hiç tanımayacağı insanların sosyal platformlar üzerinde oluşturduğu kimliği çok iyi tanımakta ve takip etmektedir.

2015 Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre Türkiye’de en fazla kullanılan sosyal medya ağının Facebook olduğu tespit edilerek yapılan araştırmada ülke nüfusunun % 61’inin, yani yaklaşık 40 milyon kişinin Facebook kullanıcısı olduğu anlaşılmıştır.¹²⁵ Günümüze gelindiğinde facebook kullanıcı sayısının artış gösterdiği fakat kullanıcı sayısı artma oranının düştüğü gözlemlenmektedir.

Türkiye’de 2019 sosyal medya kullanım oranlarına bakıldığında ise Facebook’un 2015 yılına göre kullanıcı sayısının 3 milyon artarak 43 milyon olduğu fakat sosyal medya ağları kullanım sıralamasındaki yerini korumadığı tespit edilmiştir. 2019 sosyal medya kullanım raporuna göre Youtube’ın en çok kullanılan sosyal medya ağı olduğu bunu sırasıyla instagram, whatsapp, facebook ve twitter’in takip ettiği tespit

¹²⁴ Buğra Ayan, Sosyal Ağlar Tarihi, Abaküs Yayınevi, İstanbul, 2016, s. 98.

¹²⁵ Ebru Yetişkin, “Sosyal Medya ve Sıradanlaşan Gözetim”, *Yeni Medya ve Toplum*, (Ed. A. Çağlar Deniz, ve Banu Hülür), Literaturk academia, İstanbul, 2016, s. 24.

edilmiştir.¹²⁶ Farklı ilgi alanlarına hitap eden birçok sosyal medya platformunun bulunması insanların zamanla en çok ilgisini çeken platformlara kaymasına neden olmuştur.

1.2.1.2. Twitter

Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams tarafından, ABD merkezli kurulan bir sosyal paylaşım ağıdır. Bugün dünyanın en çok kullanılan sosyal ağlarından biri haline gelen Twitter; iletişimden diplomasiye, sokak hareketlerinden dijital aktivizme kadar, birçok alanın farklı bir hal alması ve yayınlanmasında etkisini göstermektedir.¹²⁷ İnsanların fikirlerini paylaşabildiği bu platform ortak amacı olan kişilerin sanal ortamda iş birliği kurarak birlikte etkinlikler yapmasını sağlamaktadır.

TÜİK 2014 araştırmalarına göre, gençlerin internette geçirmiş oldukları zaman diliminde yaptığı faaliyetlerin başında sosyal ağlara katılma gelirken, ikinci olarak film, oyun, müzik, görüntü indirme veya oynatma, üçüncü olarak online haber, gazete ya da dergi okuma, dördüncü olarak mal ve hizmetler hakkında bilgi edinme, beşinci olarak ise kendi oluşturduğu metin, görüntü, fotoğraf, video, müzik vb. içerikleri herhangi bir sosyal paylaşım ağında paylaşma gelmektedir.¹²⁸ Sosyal medya, son çıkan teknolojilerden sayılsa da bilgiye, habere ulaşma, iletişim sağlama gibi sunduğu pek çok imkânla internette geçirilen zamanın çoğu bu platformlarda kullanılmaktadır.

Türkiye’de 2019 en çok kullanılan sosyal medya ağları içinde beşinci sırada bulunan Twitter’in 9 milyon kullanıcısının bulunduğu ve bu kullanıcıların % 80’nin erkek kullanıcıların oluşturduğu tespit edilmiştir.¹²⁹ İlgi alanlarına hitap etme özelliğiyle kullanıcı sayıları ve kullanıcı özellikleri de değişmektedir.

¹²⁶ We Are Social, Digital in 2019 Turkey.

¹²⁷ Ayan, s. 339.

¹²⁸ Hatice Duran Okur, “Sosyal Ağların Gençliğin Değerlerine Etkisi”, *Yeni Medya ve Toplum*, (Ed. A. Çağlar Deniz, ve Banu Hülür), Literaturk academia, İstanbul, 2016, s. 297.

¹²⁹ We Are Social, Digital in 2019 Turkey.

1.2.1.3. Youtube

2005 yılında, Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim isimli 3 eski Paypal çalışanı tarafından ABD merkezli olarak kurulan bir sosyal paylaşım ağı olarak Youtube, kullanıcılara kendi oluşturduğu videoları yükleme ve diğer kullanıcıların videolarını izleyebilme imkânı sunmaktadır. Video yüklerken herhangi bir sınırlama bulunmazken yasalara uygun olmayan videolar engellenmektedir. Her video çeşitli kategorilerde yüklenirken bazı videoları açabilmek için üyelik ve 18 yaşının üstünde olunması gerekmektedir.¹³⁰ Bu sosyal medya ağı hem görsel hem işitsel olması ve uzun süreli videoların izlenebilmesi nedeniyle kullanıcı sayısı hızla artmıştır.

2019 Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformları istatistiklerine göre Youtube ülkemizde en çok kullanılan sosyal platform olmuştur.¹³¹ Son yıllarda ülkemizde youtube’dan sonra en çok kullanılan sosyal medya ağı instagram olmuştur.

1.2.1.4. Instagram

Instagram, 2010 yılında, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından ABD merkezli olarak kurulan ve genellikle resim, video gibi içeriklerin paylaşıldığı bir sosyal ağıdır.¹³² İnsanlar yıllarca görüşmediği akrabalarının ve arkadaşlarının hayatını instagram üzerinden takip etmektedir.

2019 Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformları istatistiklerine göre instagram ikinci sırada yer almakta ve ülkemizde 38 milyon kullanıcısı bulunmaktadır.¹³³ Ülkemizin nüfusunun yarısına yakını instagram kullanıcısıdır.

1.2.1.5. Whatsapp

Whatsapp eski Yahoo çalışanları olan Biran Acton ve Jan Koum tarafından Ocak 2010 yılında ABD'nin Kaliforniya eyaletinin Santa Clara kentinde kuruldu. Facebook tarafından 4 milyar dolar nakit para, 12 milyar dolar hisse senedi ve 3 milyar dolar sınırlandırılmış hisse senedi olmak üzere 19 milyar dolara satın alındı. Uygulama

¹³⁰ Ayan, s. 379.

¹³¹ We Are Social, Digital in 2019 Turkey.

¹³² Ayan, s. 196.

¹³³ We Are Social, Digital in 2019 Turkey.

Android, BlackBerry, İphone, Nokia gibi birçok telefon markasıyla sorunsuz olarak çalışmaktadır. Whatsapp internet aracılığıyla fotoğraf, video, ücretsiz arama, sesli ve yazılı mesaj gibi hizmetleri kullanıcıya sağlamaktadır.¹³⁴

2019 Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformları istatistiklerine göre whatsapp üçüncü sırada yer almaktadır.¹³⁵

1.2.1.6. Tumblr

Tumblr, David Karp tarafından, 2007 yılında, yine ABD merkezli geliştirilen bir sosyal platformdur. Burada gönderilere kısa blog yazıları ve multimedya dosyaları eklenebilen bir mikroblog hizmeti verilirken, bu gönderilerin yer aldığı blogları, diğer kullanıcılar takip edebilmektedir.¹³⁶ Bu uygulamaların yanında günümüzde yaygın olarak kullanılan Snapchat, MySpace, Vine vb. sosyal paylaşım ağları bulunmaktadır.

1.2.2.Sosyal Medya Üzerinde Oluşan Dijital Gruplar

Günümüzde medya ailelerin tüketim alışkanlıklarına da etki etmiştir. Dijital ortamlarda uzun zaman geçirilmesi tüketici davranışlarının değişmesi ve dijital ortamlarda kullanılan araçların değişmesi çevremizdeki bireylerle etkileşimin farklılaşması dijital yaşamımızı şekillendirmektedir. TNS (Taylor Nelson Sofres) araştırma şirketi 46 ülkede yaklaşık 50 bin birey ile görüşme sağlayarak 2010 yılında “dijital yaşam” adlı çalışma yaparak bir rapor yayınlamıştır. Bu raporda, bireylerin dijital yaşam tarzlarına göre sınıflandırılmış 6 dijital tüketici grubu bulunmaktadır.¹³⁷ İnternet hayatlarının ayrılmaz bir parçası olan ve sosyal medyada genellikle aktif olarak bu platformları iletişim kurmak, alışveriş yapmak, arkadaş çevresi edinmek, sosyalleşmek, bilgiye ve habere ulaşmak amacıyla kullanan grupları altı başlıkta sınıflandırabiliriz.

¹³⁴ “Whatsapp Ne Zaman Kuruldu?” www.yeniakit.com.tr, (16.11.2019).

¹³⁵ We Are Social, Digital in 2019 Turkey.

¹³⁶ Ayan, s. 348.

¹³⁷ Müberra Babaoğul ve diğerleri, “Tüketici Yazıları IV”, Hacettepe Üniversitesi Tüketici-Pazar-Araştırma-Danışma Test ve Eğitim Merkezi, Ankara, 2014, s. 52.

1.2.2.1. Etkileyiciler

İnternet hayatlarının ayrılmaz bir parçası olan ve cep telefonu, tablet bilgisayar gibi araçlarla her an her yerde internete erişim sağlayabilen Etkileyiciler, genç tüketicilerden oluşmaktadır. Blog sahibi olan ve internetten alışverişi yoğun tercih eden bu grup, cep telefonundan bile internet üzerinden alışveriş yapmakta ve bu sınıfta yer alan tüketiciler mümkün olduğu kadar çok kişiye seslerini internet üzerinden duyurduklarından emin olmak istemektedir.¹³⁸ Toplumdaki birçok alanda olduğu gibi alışveriş de önceleri yüz yüze gerçekleştirilir ve bu yüz yüze iletişim insanlar arasında daha sıcak bir etkileşim ortamı oluştururdu. Günümüzde yüz yüze alışveriş tamamen yok olmamıştır ancak internet aracılığıyla alınan ürünlerin kapıya kadar gelmesi gibi alışverişin daha kolay gerçekleşmesini sağlayan faktörler sanal alışveriş ortamını çekici kılmakta yüz yüze alışverişi azaltmaktadır.

İnternetin alışveriş bağımlılığı yaratmasına en güzel örnek ise, Mardin’de yaşayan sosyo-ekonomik düzeyi orta seviyede olan bir postacının, 1985 model Renault marka arabasını satış listesine koyarak, hem kendi arabasını satmak hem de sitedeki diğer arabalardan birini almak için pazarlık yapmak için saatlerce internette vakit geçirmesi sonucu dağıtması gereken mektupları dağıtmamasından dolayı ceza almasıdır.¹³⁹ İnternet bağımlılığının insanların günlük hayatını etkilediği bu örnekte görülmektedir.

1.2.2.2. İletişim Çılgınları

Yüz yüze iletişim yerine, sabit bir telefon hattı, cep telefonu, sosyal paylaşım siteleri, elektronik posta veya anında mesajlaşma yolu ile iletişim kurarak kendilerini ifade etmeyi tercih eden bu grup evde, okulda, işyerinde sokakta yani her yerde genellikle akıllı telefon kullanmaktadırlar.¹⁴⁰ Bu sanal iletişim şekli insanları klavye başında aktifleştirirken yüz yüze ilişkileri sınırlayarak ilişkilerin donuklaşmasına neden olmaktadır.

¹³⁸ Babaoğul ve diğerleri, s. 52.

¹³⁹ Odabaşı ve diğerleri, s. 87.

¹⁴⁰ Babaoğul ve diğerleri, s. 52.

1.2.2.3.Bilgi, Haber Peşindekiler

Bu grup kendini eğitip geliştirmek ve bilgi, haber edinmek için genellikle interneti kullanırlar.¹⁴¹ Bilgi bağımlısı olan bu insanlar, internette durmaksızın veri tabanlarına girme, bilgi stoklama eğilimindedirler.¹⁴² Bu gruba örnek olarak sürekli güncel bilgilere ulaşmaya çalışan üniversite öğrencileri ve akademisyenleri gösterebiliriz.

1.2.2.4. Çevresini Genişletmek isteyenler

Bu gruptaki insanlar genellikle ev ve iş yaşamlarının yoğunluğu nedeniyle çevresindeki insanlarla ilişki kurma ve sürdürme konusunda zaman bulamadıkları için interneti çevresini genişletme aracı olarak görmektedir. İnternet aracılığıyla çevredeki insanlarla iletişim kurarak çevresini genişletmek isteyen insanlar bu grupta yer alır.¹⁴³ Uzmanlar tarafından bireylerin internet ortamında takma adlar ile kendilerini olmak istedikleri gibi farklı ad ve kişilikte tanıtılmaları ve iletişimi bu şekilde sürdürmeleri, bireylerde kişilik bozukluğu oluşmasında önemli bir risk faktörü olarak belirtilmektedir.¹⁴⁴ Özellikle yüz yüze ilişkilerinde kendini yeterince ifade edemeyen fakat sanal ilişkilerinde ideal bir kimlik oluşturarak kendini bu kimlikle daha güvende hisseden aile bireyleri açısından kimlik bunalımı sorunu ortaya çıkarak bireyi ailesine yabancılaştırmaktadır.

1.2.2.5.Özenenler

Çevrimiçi ortamda kişisel boş alan yaratmayı tercih eden, internet ortamına yeni katılmaya başlayan fakat sıklıkla bağlanan, daha çok internet hizmeti veren mekânlar ve evden internete erişim sağlayan bir tüketici grubudur.¹⁴⁵ Bu grup çevresinde internet ve sosyal medya kullanan insanlardan duydukları ile kendisi de internete bağlanmaya başlayan ve her türlü gelişmeyi takip etmeye çalışan bir gruptur.

¹⁴¹ Babaoğul ve diğerleri, s. 52.

¹⁴² Odabaşı ve diğerleri, s. 87.

¹⁴³ Babaoğul ve diğerleri, s. 52.

¹⁴⁴ Odabaşı ve diğerleri, s. 87.

¹⁴⁵ Babaoğul ve diğerleri, s. 52.

1.2.2.6. İşlevsel Kullanıcılar

İnterneti işine yararlık açısından değerlendiren ve kendilerini çevrimiçi ifade etmek istemeyen, internetten haber, spor ve hava durumunu takip etmeyi ve elektronik posta hizmetini ve çevrimiçi alışverişi tercih ederek internette aktif olan bir gruptur.¹⁴⁶ Bu grup interneti yalnızca işine yaradığında kullandığı için internete tamamen bağımlı değildir.

1.3. Osmanlı'dan Günümüze Aile İçi İlişkiler ve Sosyal Medyanın Aile İlişkilerinin Dönüşümü Üzerindeki Etkisi

Tarıma dayalı bir imparatorluk olan Osmanlı'da ailelerin çoğu geniş aile tipindeydi ve evler de birkaç kuşağı barındırabilecek biçimde yapılandırılmıştı. Osmanlı toplumunda boşanma hem dinen hem de toplum tarafından hoş karşılanmaz ve çok nadir görülürdü. Tereke defterleri üzerinde yapılan araştırmalara göre, Osmanlı aileleri ortalama iki çocukluydu. Osmanlı aile üyelerinin kendi içlerindeki iletişimde, her sabah aile bireylerinin aile reisinin etrafında toplanarak elini öptüğü bir saygı ve hürmet hüküm sürerken çocuklar büyüklerine karşı saygılı ve ebeveynlerde çocuklarına yoğun ilgi gösterirdi. Osmanlı ailelerinde evin geçimini sağlamak ve ekonomik ihtiyaçlarını sağlamakla yükümlü olan erkeğe evin dışındaki kamusal alan, ev işleri ve çocuk bakımı gibi işlerden sorumlu olan kadına ise ev içi mahrem alan verilmişti. Çocuğun yetiştirilmesinden ve onu sosyal hayata hazırlamaktan sorumlu olan kadın, aynı zamanda hem aile içi iletişimde dengeyi sağlamakla hem de toplum ile aile arasında köprü görevi görmekle yükümlüydü.¹⁴⁷ Kadın çocuğun rol ve sorumluluklarını öğrenmesinde ve sosyalleşmesinde önemli bir yere sahipti.

Osmanlı toplumunda sanılanın tersine poligami yani birden fazla evlilik yaygın değildir. Nitekim 16. Yüzyıl sonunda Türkiye'den geçen Alman Protestan papazı Solomon Schweiger konu ile ilgili şu görüşü ileri sürmektedir: "... Türkler ülkelere karıları da onlara hükmeder. Türk kadınları kadar gezen, eğlenen yoktur. Aynı şekilde çok karılılığa da rastlanmaz."¹⁴⁸ Osmanlı'da geleneksel dönemde serbest zaman

¹⁴⁶ Babaoğul ve diğerleri, s. 52.

¹⁴⁷ Çimen, s. 106-316.

¹⁴⁸ İlber Ortaylı, Türkiye'de Ailenin Değişimi, Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayını, Ankara, 1984, s. 80, Akt. Orhan Türkdöğün, Osmanlıdan Günümüze Türk Toplum Yapısı, Çamlıca Yayınları, İstanbul, 2002, s. 618.

etkinliği olarak evlerde ince saz, meddah gibi oyunların oynanıp hikâyelerin anlatıldığı ve oldukça eğlenceli geçen “helva sohbetleri” yapıldı.¹⁴⁹ Osmanlı toplumunda kadınlar arasında ve kadınlara özel eğlence programları düzenlenmesi kadınların önemli bir statüye sahip olduğunu göstermektedir.

Tanzimat döneminden önce Osmanlı Devleti’nde Kur’an, sünnet, icma ve kıyas gibi kaynaklara dayanan İslam hukuku yüzyıllar boyu geçerliliğini korumuştur. Ancak Osmanlı İmparatorluğunda kişiler arası ilişkileri düzenleyen ve kalıplaşmış nitelik taşıyan şer’i ilkelerin yanında hükümdarların emir ve fermanları aracılığıyla yönetim ve vergilerle ilgili düzenlemelere de rastlanmaktadır. Tanzimatla birlikte İslami hukuk düzeni değişime uğrayarak Batı hukukuna dönüş başlamıştır. İmparatorluğun kuruluşundan 1567-68 tarihine kadar olan devrede, miri arazi tasarruf sahibinin arazisi erkek evlada geçiyorken, bu tarihte yapılan değişiklikle “tapu bedeli” ile kız evlada geçmesi de kabul edilmiştir. Yine 1847-48 yılına kadar süren bu 1567 kanununa göre anneden kalan toprak erkek evlada tapu bedeli verilmek suretiyle gerçekleştiriliyordu. 1847-48 yılında alınan yeni kararlar kız evladına da erkek evlat gibi babasının arazisine tapu bedeli ödemededen sahip olabilmesi hakkı verildi.¹⁵⁰ Tanzimat Fermanı ile değişmeye başlayan hukuki yapı Osmanlı aile yapısının klasik devir aile yapısından farklılaşmasına sebep olmuş ve temelde idari bir dönüşümü sağlamış bunun yanında kadın hakları ile ilgili gelişmeler meydana gelmiştir. Ayrıca eğitim ve aile gibi konularda da düzenlemeler yapılmış, ekonomik anlamda üretici ve kendine yeten aile yapısının modernleşerek tüketici aile özelliğinin oluşmasına neden olmuştur.¹⁵¹ Kadın hakları ve aile konularında meydana gelen gelişmeler aile yapısını yavaş yavaş değiştirmeye başlamıştır.

Cumhuriyet öncesi aile ve kadın haklarıyla ilgili kararlar alınırken Batılı norm ve değerler referans alınmış, bu kararlar laikleşme kimliği yansıtmamaktadır. Cumhuriyet döneminde, 1926 Medeni kanunu kabul edilmiş ve bu kanunla kadının

¹⁴⁹ Nevin Meriç, *Âdâb-ı Muâşeret: Osmanlı’da Gündelik Hayatın Değişimi (1894-1927)*, 2. Basım, Kapı Yayınları, İstanbul, 2007, s. 425-440.

¹⁵⁰ Türkdoğan, s.631-632.

¹⁵¹ Kadir Canatan, “Türk Ailesinin Tarihsel Gelişimi”, *Aile Sosyolojisi*, Genişletilmiş 2. Baskı,(Ed. Kadir Canatan ve Ergün Yıldırım), Açılım Kitap, İstanbul, 2011, Akt. Ahmet Özkiraz ve Gül İşçi Baş, “Osmanlıdan Günümüze Türk Toplumunda Aile Yapısı ve Boşanma”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 18 (30), 2016, s. 4.

statüsü yükselerek erkekle kadın arasında eşitsizlik azaltılmıştır.¹⁵² Kadınlar 1930 yılında yerel seçimlerde oy kullanma hakkı elde ederken, 1934'te genel seçimlerde de oy kullanma hakkı kazanmış ve 1935'te ilk defa milletvekili olma hakkı verilerek ilk kadın milletvekili Meclis'e alınmıştır. Bu anlamda kadınların öncülük ettiği bir toplumsal seferberlik başladı ve kadınlar siyasi hakların yanında eğitim ve ekonomi ile ilgili alanlarda da erkeklerle eşit haklara sahip oldu. Bunun yanında ülkede meydana gelen hızlı kentleşme ve sanayileşmeye bağlı olarak yasal, siyasi, ekonomik ve toplumsal değişimler aile yapısında da değişiklikler oluşturmuştur. Sonuçta bugünkü toplum yapımızın bir ögesi olarak anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan çağdaş çekirdek aile ortaya çıktı.¹⁵³ Toplumun diğer kurumlarında meydana gelen gelişmeler ve değişimler Osmanlı aile biçimini etkilemiş birkaç kuşağın bir arada yaşadığı üreten aile yerini tüketen aile özelliği taşıyan çekirdek aileye bırakmıştır.

Kentleşmeye bağlı olarak köyden kente göçle birlikte aile yapısı, geniş aileden çekirdek aile yapısına dönüşmüş bu değişiklik Cumhuriyet döneminin en önemli değişikliği olmuştur.¹⁵⁴ Kadına verilen eğitim hakkı ve ekonomik haklarla birlikte kadın çalışma hayatına katılmaya başlamış kadının toplum içindeki statüsü yükselmiş ve Cumhuriyet öncesi ataerkil aile fikri yok olmaya başlamıştır. Aynı zamanda aile içi ilişkilerdeki hiyerarşi yok olmaya yüz tuttu ve daha eşitlikçi ilişkiler görülmeye başlandı.¹⁵⁵ Dahası modernleşme ile birlikte evler de biçim değiştirerek her aile ferdinin bir odası oldu ve özel alan olan ev sınırları içinde yeni bir özel alan oluştu. Bu da aile içinde bireyselleşmenin başlangıcını işaret etti.¹⁵⁶ Öte yandan, özellikle 1960'lı ve 1970'li yıllarda geleneksel Türk ailesindeki roller değişerek farklılıklar oluşmaya başladı. Anne eğitilerek çalışma yaşamına girmesiyle birlikte babanın aile içindeki otoritesi azalırken, kadının evdeki konumu yükseldi, çocukların kendileri gibi iş bulmaya çalışan babalarına olan bağlılıkları ortadan kalktı.¹⁵⁷ Asırlarca geniş aile biçiminde yaşayan Türk ailesinde özellikle Cumhuriyetin ilanından sonra aile içindeki

¹⁵²Türkdoğan, s. 633.

¹⁵³ Emre Kongar, 21. Yüzyılda Türkiye (2000'li Yıllarda Türkiye'nin Toplumsal Yapısı), 25. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2000, s. 585.

¹⁵⁴ Fatma Yaşar Ekici, "Türk Aile Yapısının Değişim ve Dönüşümü ve Bu Değişim ve Dönüşüme Etki Eden Unsurların Değerlendirilmesi", International Journal of Social Science, Sayı 30, 2014, s. 216.

¹⁵⁵ Cizmeci, s. 114.

¹⁵⁶ Nevin Meriç, Osmanlı'da Gündelik Hayatın Değişimi, Kaknüs Yayınları, İstanbul, 2000, Akt. Cizmeci, s. 117.

¹⁵⁷ F. Neşe Kaplan, 60'lı Yıllar Aile Sineması, Pales Yayınları, İstanbul, 2015. Akt. Cizmeci, s. 124.

hiyerarşi yok olmaya başlayarak kadın erkek eşitliği sağlanmaya başlamıştır. Aile içinde kadın ve erkek eşit söz hakkına sahip olurken çocuğa da söz hakkı verilmiştir.

Endüstri ve teknoloji devrimi, ilk olarak radyo aracılığıyla sesi sonra televizyon ile hareketi, önce siyah beyaz sonra da renkli olarak birleştirip bütünleştirerek bütün dünyaya yaymayı gerçekleştirdi. Bilgiyi, üreten ve tüketenlerin tekelden kurtarma yolunu açtı ama aradaki yayıncılara teslim etti. Mekânı ve zamanı ışık hızıyla gerilerde bırakan bu devrim, yüz yüze ilişkilerimizi sınırlayıp, kısıtlarken insanları teknolojik aletlere bağımlı hale getirerek tele-insana dönüştürdü. Bunun sonucunda ise insanlar hem kendine hem içinde bulunduğu topluma yabancılaştı.¹⁵⁸ İletişim teknolojilerindeki gelişim dünyanın her yerindeki olaylarla ilgili anında bilgi sahibi olmamızı sağlayarak bir yandan olumlu bir işlev üstlenirken aynı zamanda insanları teknoloji başına iterek bireyler arasındaki yüz yüze iletişimi zayıflatmaya başlamıştır.

Geçiş sürecinde Türk topluluklarında aile yapısını etkileyerek bireyselleşmeye etki eden en önemli öğelerden biri kitle iletişim araçları ve özellikle televizyondur.¹⁵⁹ Kitle iletişim araçlarının gelişimi, yazılı iletişim şekli olan matbaanın kademeli şekilde düşüşü ve görsel-işitsel bir alanın yükselişine tanıklık etmiştir.¹⁶⁰ En önemli kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon, toplumun ve toplumu oluşturan ailenin kültürel değişiminde temel belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.¹⁶¹ Aile bireyleri televizyonlarda gördüğü rolleri ve davranışları öğrenerek zamanla bunları taklit etmeye başlamaktadır. Televizyonlarda görülen farklı yaşam tarzları aile içi ilişkileri değiştirmektedir.

Televizyon bilgi ve haber kaynağı olarak olumlu bir etkiye sahiptir. Fakat özellikle hafta içi yayınlanan büyük çoğunluğu Güney Amerika yapımı olan diziler aracılığıyla, kültürümüzün ve değerlerimizin nesilden nesile aktarılacak canlı kalmasını sağlayan aile yapımızı çözülmeye götürerek ailedeki yalnızca çocukları değil yetişkin aile fertlerini de oldukça farklı bir yaşam tarzına özendirmeye başladığı görülmektedir.

¹⁵⁸ Bozkurt Güvenç, Kültür ve Demokrasi, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1995, s. 148.

¹⁵⁹ Abülfez Süleymanov, "Çağdaş Türk Toplumlarında Aile ve Evlilik İlişkileri", Aile ve Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi, Cilt V, Sayı: 17, 2009, s. 15.

¹⁶⁰ Nick Stevenson, Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi, çev. Göze Orhon ve Barış Engin Aksoy, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2015, s. 333.

¹⁶¹ Süleymanov, s. 15.

Bu filmlerdeki karakterlerin genel özelliği kendi istekleri doğrultusunda hareket etmek, bolca eşya tüketmek, karşı cinsten arkadaş edinmek ve dilediği gibi yaşamaktır. Herhangi bir konuda yaşanan gelişmelerden ilk ve en fazla etkilenen aile fertleri çocuklar ve gençlerdir. Dolayısıyla başta televizyon olmak üzere teknolojik gelişmelerden en fazla etkilenen yine çocuklar ve gençler olmaktadır. Çocuklar ve gençler televizyon yayınlarında gördüğü karakterlerin davranışlarından etkilenerek onlara benzemeye çalışmaktadır. Eskiden ailedeki büyüklerle iletişim sağlayarak kültürünü taklit eden çocuklar ve gençler günümüzde televizyondan pasif izlemeyle öğrendiği davranışları taklit etmekte ve sosyo-kültürel yaşantısını buna göre şekillendirmektedir. Bunun sonucu olarak eskiden ailesinde ve akraba çevresinde gördüğü meslekleri öğrenerek icra eden gençler, günümüzde kitle iletişim araçlarında gördüğü arabesk-pop sanatçılığı, mankenlik, oyunculuk gibi meşhur meslekleri örnek alarak kendilerini bu yönde geliştirmektedir. Bu sayede kısa zamanda çok para kazanmayı hedefleyen gençler kendilerine ve yeteneklerine emek vermeden yaşamaktadır. Bu tipteki gençler, hem kendileri, hem aileleri hem de içinde yaşadıkları toplumun geleceği için bir tehdit unsuru oluşturmaktadır.¹⁶² Teknolojik gelişmeler önceden kültürün aracısı olan aile büyüklerinin gençler üzerindeki etkisini azaltarak kendi içinde barındırdıkları popüler yaşam şekillerini gençlerin ilgisini çekebilecek şekilde gençlere sunmaktadır.

Yirminci yüzyıla damgasını vuran bir teknoloji olarak internet, yapısı ve çalışma, haberleşme, eğitim, yayın gibi sunduğu imkânlarla kullanılması kaçınılmaz bir hal almıştır. Aynı zamanda bu teknoloji içerdiği yarar ve sınırlılıklarıyla her yaş grubundan bireyler tarafından ilgiyle kullanılırken, özellikle henüz temiz ve gelişmekte olan genç zihinler yani çocuk ve gençler tarafından daha aktif olarak kullanılmaktadır. Çocuklarımızı yeni oyun arkadaşlarıyla, yeni öğrenme ortamlarıyla karşı karşıya bırakırken taşıdığımız kaygının nedeni de budur.¹⁶³ Yeniliklere ve değişime daha açık olan çocuklar ve gençler yeni teknolojilerin sunduğu imkânları aile büyüklerinden daha aktif kullanmaktadır.

¹⁶² Abülfez Süleymanov, “Çağdaş Türk Toplumlarında Aile ve Evlilik İlişkileri”, Aile ve Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi, Cilt V, Sayı: 17, 2009, s. 15.

¹⁶³ Odabaşı ve diğerleri, s. 71.

Günümüzde ülkelerin gelişmişlik düzeyi ve güdülen politikalar her alana etki ettiği gibi bilgisayar sahipliği ve internet kullanım oranlarını da etkilemektedir. Bilgisayarlar ve internetin yaygınlaşmasından önce insanlar ev işi, aile bireyleriyle çeşitli etkinlikler yapma, hobilerini icra etme gibi aktivitelerle boş zamanlarını değerlendirirken internetin yaygınlaşmasıyla zamanının çoğunu bilgisayar başında oturarak geçirmeye başlamıştır. Bilgisayarlarla harcanan zaman elektronik postayla kurulan bir iletişim olabildiği gibi, internet üzerindeki kaynakların araştırılması ve bilgiye ulaşılması ya da bir bankacılık işleminin gerçekleştirilmesi –alışveriş yapılması- pasaport başvurusu, sosyal medya kullanımı gibi bir dizi işlevin yerine getirilmesi şeklinde de olabilmektedir.¹⁶⁴ Teknolojik gelişmeler insanları kendine çekerken kişiler arası yüz yüze etkin ilişkileri kısıtlamaktadır. Fakat diğer taraftan kişilere sanal ortamda yeni bir sosyalleşme ortamı sunmaktadır.

Bir iletişim aracı olarak internet, bireylere yeni sosyalleşme imkânları sunmuştur. Bir araştırmaya göre, içine kapanık yüz yüze iletişimde kendini rahatça ifade edemeyen çok sayıda sosyal kaygılı birey, internet kullanarak sosyal medya aracılığıyla yabancılarla iletişim kurmakta ve bu şekilde kendisini ekran arkasından daha rahat ifade edebilmektedir. Bu kişiler genelde sanal iletişim yoluyla sosyalleşmeyi tercih ederler. Fiziksel, ekonomik ve kişisel özellikleri bilinmeden, yalnızca olmak istediği profile bürünerek, düşünce ve duygularla bir sohbeta katılmış olmak, yeni oluşturduğu kimlikle insanlarla iletişim kurmak, böyle kişilere farklı sosyalleşme imkânı vermekte ve yalnızlıklarını gidermelerine yardımcı olmaktadır. Böylece içine kapanık ve çekingen kişiliğe sahip olan kişiler, yeni oluşturduğu sanal kimliğiyle kendilerini sahip olduğu özelliklerden daha iyi, ideal, etkileyici, başarılı vb. gibi olumlu karakteristiklerle tanıtarak, sevmedikleri özelliklerinin dışında biri olmanın rahatlığını sağlamaktadır. Sunduğu bu imkânlarla sanal iletişim ağları ve teknolojilerinin, insanların günlük hayatlarında diğer bir işlevinin daha olduğu görülmektedir.¹⁶⁵ İnternet, ayrıca bir basın yayın aracı olma özelliğiyle insanların evine kadar girmekte ve kültürün aktarılmasında önemli bir görev üstlenmektedir.

¹⁶⁴ Gözde Dedeoğlu, Bilişim Toplumu ve Etik Sorunlar, Aktüel Yayınları, İstanbul, 2006, s. 15.

¹⁶⁵ Nilgün Sofuoğlu Kılıç, “Sanal Âlem Üzerine Schutzceu Bir Çözümleme”, (Ed. Deniz ve Hülür), s. 72.

Basın ve yayın araçları, kültürün gelişip aktarılmasında önemli bir işleve sahiptir. Basın ve yayın araçları kültürü geliştirerek geniş halk kitlelerine yaymak, insanlara kültürel değerleri öğretmek, öğrenilenlerin de içselleştirilmesine yardımcı olmak gibi işlevlerde bulunur. Kitle iletişim araçları, görsel ve işitsel medya aracılığıyla üretilen kültür öğelerini insanların her türlü yaşam alanlarına, evlerine hatta oturma odalarına kadar taşırlar. Aynı zamanda bu iletişim araçları tek mesaj içinde, toplumun her kesimindeki insana, çok sayıda ve farklı mesajları iletebilme gücüne sahiptirler.¹⁶⁶ Kültürel gelişime ve kültürleşmeye etki eden görsel medyanın sosyalleşme sürecine etkileri aşağıdaki şekillerde tezahür ederken aynı zamanda aile içi ilişkilere de çeşitli şekillerde etki etmektedir.

- Medya karakterlerini model alma: Bireyler doğduğu andan itibaren çevresindeki anne, baba, öğretmen, arkadaş vb. kişileri rol-model alarak söz ve davranış kalıplarını öğrenir. Bunun yanında henüz konuşmaya bile başlamayan bir bebek görsel ve işitsel medya aracılığıyla gördüğü resimleri ve işittiği sesleri taklit eder. Medyanın bu etkisi internetin de gelişmesiyle birlikte her geçen gün artmaktadır. Yani bireyler televizyon, radyo, internet gibi bilgi iletişim teknolojileri aracılığıyla tanıdığı karakterlerin etkisinde kalarak bu karakterleri model almaktadır.¹⁶⁷ Williams'a göre televizyon, toplumun bir parçası olan kültürü bir meta olarak kitlelere sunmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla ekonomik, kültürel ve ideolojik yapıların gelecek nesillere kolayca aktarılabilmesi, dünyayı küçültürken tek tip bireylerden oluşan küresel köyün oluşmasına yardımcı olmaktadır.¹⁶⁸ Görsel ve işitsel öğeleri içererek insanların rol ve davranışlarına etki eden elektronik medya, insanların takip ettikleri karakterlerle arasında bağ kurmasına ve aile üyeleriyle arasındaki iletişimin sınırlanmasına sebep olmaktadır.

Elektronik medya, bilgiyi dünyanın bir yerinden her yerine kolayca götürürken bu bilgi, basılı medyaya kıyasla, sunduğu imkânlarla yüz yüze iletişime daha yakındı. Buna bağlı olarak izleyiciler, televizyonda sürekli takip ettikleri karakterleri, sanki iyi

¹⁶⁶ Paddy Scannell, *Culture and Power: A Media, Culture and Society Reader*, London, 1992, Akt. Ali Arslan, "Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 1, 2007, s. 6.

¹⁶⁷ Aydeniz, s. 90.

¹⁶⁸ Deniz Yengin, *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*, Derin Yayınları, İstanbul, 2012, Akt. Cizmeci, s. 58.

tanıdıkları bir yakınlarıymış gibi hissediyordu. İzledikleri karakterleri içselleştiren izleyiciler, ev içi serbest zamanlarında televizyondaki karakterlerle duygusal bağlar kurmakta ve tüm bu sebeplerle yanlarındaki aile üyeleriyle birebir iletişimlerini çoğunlukla aksatır olmuşlardı.¹⁶⁹ Aile üyeleriyle iletişimi gittikçe zayıflayan bireyler ilgiyi sanal ortamlarda aramaya başlamakta ve sanal arkadaşlıklar kurmaktadır.

- Sanal sosyal ortamları kullanma: Teknoloji bu kadar gelişip sosyal medya kavramı ortaya çıkmadan önce bireyler evde aileleriyle, hısım akrabalarıyla; dışarı hayatta, mahallede, okulda ve iş yerinde arkadaşlarıyla yüz yüze ilişki kurmaktaydılar. Ancak yeni teknolojilerin gelişmesi ve özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması ile yüz yüze ilişkilerin yerini sanal ilişkiler almış ve insanlar internet üzerinden farklı insanlarla tanışarak arkadaşlıklar kurmaya başlamıştır. Sanal dünyada oluşan bu yeni ilişkiler aile içi ilişkilerle kontrol altında tutulamazsa aile eski önemini yitirerek sanal ilişkiler aracılığıyla ailenin eksikliği kapatılmaya çalışılır.¹⁷⁰ Oluşturulan yeni sanal çevrelerle birlikte son zamanlarda Türk ailesinde genç ve yaşlı kuşak arasında önemli fikir ayrılıklarına bağlı olarak meydana gelen kuşak çatışması kavramı oluşmuştur. Bunun sebebi ise yaşlıların aileye verdiği öneme karşılık genç kuşağın bu konuda daha esnek davranmasıdır. Genç kuşakta oluşan özgür ve bireysel yaşama isteği, nikâhsız birlikteliklere yoğun ilgi, yaşlı kuşak tarafından hoş karşılanmazken Türk toplumlarında en kutsal değer olarak görülen aile, günümüzde değerini kaybetmeye başlamıştır.¹⁷¹ Toplumumuzda “aile” kavramı her zaman önemli bir yere sahip olmuştur. Bununla birlikte aile toplumdaki her türlü değişmeden etkilenerek yeni fikirler ve değerler üretmiştir. Son yıllarda sosyal medya teknolojilerindeki hızlı gelişmelerden aile yapısı etkilenmiş, genç kuşak değişimi ve yenilikleri daha kolay kabullenip yaşarken yetişkin ve yaşlı insanlar değişimi biraz daha yavaş kabul etmiştir. Bunun sonucu olarak ailevi değerlere etki ettiği düşüncesiyle sosyal medyaya karşı aile içinde fikir ayrılıkları oluşarak kuşak çatışması başlamıştır.

- Yeni bilgi ve tecrübe kaynağı olma: İnternet sunduğu iletişim ve paylaşım imkânıyla dünyanın çok farklı yerlerinde yaşayarak ortak amaç ve ilgilere sahip

¹⁶⁹ Cizmeci, s. 59.

¹⁷⁰ Aydeniz, s. 90.

¹⁷¹ Süleymanov, s. 13.

insanların kolaylıkla topluluk kurabilmesine, bilgi ve fikir alışverişi yapabilmesine olanak sağlamaktadır.¹⁷² Medya; ses, görüntü, yazı gibi çoklu iletişim imkânları ile insanlara her türlü bilgiye kolayca ulaşabilme ve bu bilgileri uygulayabilme imkânı verdiği için her kesimden insan tarafından kullanımı hızlı bir şekilde artmaktadır. Ancak bunun yanında aşırı medya kullanımı ve bağımlılığı nedeniyle aile birliği, huzuru, sıcak yuva hissiyatı, anne ve babanın çocuk üzerindeki etkisi ve ilişkisi olumsuz yönden etkilenebilecek duruma gelmiştir. Bu durumun önlenmesi için aile içi iletişimin artırılması, geleneksel bilgi ve tecrübe aktarım biçimlerinin canlandırılması ve güçlendirilmesi gerekmektedir.¹⁷³ Aynı hedef ve amaç etrafında toplanarak bilgi alışverişinde bulunan insanlar hedeflerine ulaşmak amacıyla saatlerce bu platformlarda aktif kalabilmekte bunun sonucu olarak da aile içi ilişkileri azalmaktadır.

- Yeni bir mekân: Medya, sanal ilişkilerden oluşan bir internet ortamı olarak insanların kendini bu ortamda daha rahat hissetmesini sağlamış ve aile çatısı altında oluşan sıcak, yüz yüze ilişkilerin yerini alan yeni bir mekân olmuştur.¹⁷⁴ Postmodern dönemde iletişim araçlarının yaygınlaşması ve iletişimin sanal bir hal almasıyla önemli olan ilişkilerin niteliği değil, ilişki kurulan insanların niceliği haline gelmiştir. İnsanların birbiriyle çoğunlukla cep telefonu, bilgisayar, internet, sosyal medya gibi medya teknolojileri aracılığıyla iletişim kurduğu günümüzde önemli olan, kaynağın, mesajın ve iletişimin kalitesi değil, sürekli aktif olma ve paylaşmanın gerçekleştirilmesidir. Bilgisayarlar ve cep telefonları aracılığıyla iletilerin gönderildiği postmodern ilişkilerde her zaman mesajı geri alabilmek mümkündür.¹⁷⁵ Yeni iletişim şekillerinin ortaya çıktığı sosyal medya ortamında ilişkilerin kalitesi ve sürekliliği önemsenmeyerek takipçi sayısının nicel anlamdaki artışı ve paylaşımların çok beğeni alması önemsenmektedir. Çokça beğeni alan insanlarda davranışlarının onaylanması ile daha fazla paylaşım yapma isteği uyanmaktadır. Bu da bireyleri yüz yüze ilişkilerinden uzaklaştırmaktadır.

Kolay kullanımı, taşınabilirliği, estetik yapısı, her yerden ulaşımı sağlaması, sosyal ortamda özendirici olması gibi pek çok sebeplerle hayatımızın merkezine almaya başladığımız en önemli iletişim aracı haline gelen akıllı telefonlar; özellikle gençlerin

¹⁷² Dedeoğlu, s. 15.

¹⁷³ Aydeniz, s. 90.

¹⁷⁴ Aydeniz, s. 91.

¹⁷⁵ Giddens, Sosyoloji, Akt. Cizmeci, s. 44.

sosyal yaşamı üzerinde köklü değişikliklere sebep olmuştur. Günümüzde sosyal medya bağımlısı olan Türk gençleri daha yataktan kalkmadan akıllı telefonlarından sosyal medya hesaplarını kontrol ediyor, internet olmayınca kendilerini mutsuz ve huzursuz hissediyorlar. Sosyal medyada paylaşılan hiçbir içeriği kaçırmak istemeyen bu gençler her uyarı geldiğinde yaptığı işi bırakıp telefonunu kontrol etme, kendileri de sürekli paylaşım yapma gerekliliği hissediyorlar. Anı yaşamak yerine sürekli paylaşım yapılabilecek malzemeler arayan bu insanların sayısı gün geçtikçe artıyor.¹⁷⁶ Bu insanlar sosyal medya da oldukça aktifken aile içinde gittikçe kendi köşesine çekilerek bireyselleşmektedir.

Ağlar, insanları yalnızlığa iten bireyselleşmenin sosyal karşılığıdır. Ağları kullanarak bireyler dünyanın çok farklı yerlerinden insanlarla sanal ilişkiler kurarak mobil bir hayat tarzı yaşamaktadır. Kaçınılmaz olarak bu da bireylerin teknoloji (ulaşım ve iletişim araçları) eşliğinde giderek daha çok tek başlarına, giderek de daha fazla çevrimiçi zaman geçirmelerine neden olmaktadır.¹⁷⁷ Bu durum sanal âlemde sosyalleşmeyi sağlarken aile içinde sosyalleşmenin önündeki en önemli engeldir.

Sosyal ağlar bireylere sahte kimlik oluşturma imkânı sunmaktadır. Yani insanlar sosyal ağlar sayesinde çevresini genişletmek, takipçi sayısını artırmak ve sosyalleşmek amacıyla kendisinde sevmediği yada eksik gördüğü özelliklerini değiştirip ideal bir profil oluşturarak diğer insanlara kendilerini nasıl tanıtmak istiyorlarsa o kimliğe bürünme yani sahte bir kimlik oluşturabilme imkanı bulmaktadır. Bunun yanında insanların sosyal ağlar aracılığıyla oluşturduğu bu sanal kimlikler ile gerçek kimliği zamanla çatışmaya başlamakta ve bunun neticesinde insanlar kendine yabancılaşmaya başlamaktadır. Ayrıca bu bireylerin internet başında saatlerce zaman geçirerek ailesinden ve çevresinden uzak kalması aile, akraba ve diğer sosyal çevresine de yabancılaşmasına neden olmaktadır. Gerçek ve sanal arasında bir dünyada varlığını sürdürmeye başlayan kişi, gerçek kimliği ile sanal kimliği arasındaki ayrımı fark edememektedir. Özetle, gerçek kimliği ile sanal kimliği arasında kalan kişi bu iki kimlik arasındaki ayrımı fark edemezken yüz yüze kurduğu ilişkilerin yerini sanal ilişkilerin

¹⁷⁶ Cizmeci, s. 135.

¹⁷⁷ Dijk, s. 253.

almasıyla gerçek dünyaya da yabancılaşmaktadır.¹⁷⁸ Böylece insanlar oluşturduğu sahte kimlik ve davranışlarla gerçeklik algısını da yitirmeye başlamaktadır. Ayrıca kültürün taşıyıcısı olan aile bu yönüyle de sosyal medyadan etkilenmekte ailesine yabancılaşan bireyler sanal ortamın aktardığı kültür motifleriyle yetişmektedir.

Önceleri bireyler içinde doğduğu ailenin kültürüyle büyüüp yetişirken, günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişip dünyanın küçülmesiyle ailenin çocuğun kültürünü belirlediği dönemler çok geride kalmıştır. Öte yandan günümüzde aile, çocuğun kültürünün belirlenmesinde diğer toplumsal kurumların yanında bir belirleyici durumuna gelmiştir. Yeni iletişim ortamlarının oluşması çocuğun farklı çevrelerin etkisi altında kalmasına ortam hazırlamış ve çocuğun kültürünün oluşmasında yeni iletişim ortamları en önemli sırayı almıştır. Dolayısı ile iletişim ortamlarının düzenlediği mesajlar, çoğunlukla ailelerin verdiği mesajların önüne geçmiştir.¹⁷⁹ Özellikle bilgiye ulaşma ve haberleşme alanında kolaylıklar sağlayan teknoloji çağı olarak adlandırılan bu dönemde, teknolojinin getirdiği faydaların yanı sıra, yanlış veya fazla kullanımından kaynaklı özellikle çocuk ve gençlere olan zararlı etkileri de yadsınamaz.

Günümüzde medyanın henüz gelişme çağında olan çocuklar ve kimlik arayışı içindeki ergenler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri tartışılmaktadır.¹⁸⁰ Bir başka deyişle medyanın giderek her alanda hizmet vermesi ve insan yaşamının ev, okul, iş, boş zaman etkinliği vb. hemen her alanına ve anına girmesi ile birey/toplum üzerindeki etkisi de artmaktadır. Teknolojinin yaygınlaşmasıyla meydana gelen küreselleşme kültürel, sosyal ve ekonomik alanda birçok değişikliği beraberinde getirmiştir. Bu değişiklikler aile yapısına da etki etmiş ve ekonomik ihtiyaçlar nedeniyle anne de çalışma yaşamına girmiştir. Hem annenin hem babanın çalışma yaşamına katılması çocuğun başıboş kalmasına ve aile içi iletişimin azalmasına neden olmuştur. Yalnızca akşam saatlerinde bir arada olabilen aile fertleri bu saatlerini de genellikle televizyon karşısında geçirmektedir. Bunun sonucunda çocukların ve gençlerin toplumsallaşma ihtiyacı aile tarafından karşılanamazken bu bireylerde özgüven eksikliği oluşmaktadır.

¹⁷⁸ Nuray Mercan, "Dijital Dünyada Zaman, Mekân, İnsan İlişkileri Ve Yabancılaşma", Silahlı Kuvvetler Dergisi, Sayı:403, 2010, s. 10-11.

¹⁷⁹ Odabaşı ve diğerleri, s. 107.

¹⁸⁰ Ömer Faruk Tutkun, "Televizyon ve Dijital Oyunların Ortaokul Öğrencilerinin Şiddete Eğilimine Etkisi", Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt III, Sayı 2, 2017, s. 84.

Toplumsallaşma ihtiyacı aile içinde giderilemeyen gençler, kendini kanıtlamak ve özgüven eksikliğini giderebilmek için farklı alanlara yönelerek kötü alışkanlıklar edinmektedir. Bu konuda, rol model alabilecekleri ilk medya kaynakları ise televizyon dizileri ve programlar olmaktadır.¹⁸¹ Toplum yapısında meydana gelen her türlü gelişme gibi teknolojik gelişmeler de aile içi ilişkileri etkilemekte ve sosyalleşmenin ilk başladığı aile ortamı sosyalleştirme görevini günümüzde medya teknolojilerine devretmektedir.

Ergenlik dönemindeki bireylerin sosyal medya bağımlılığı nedeniyle uzun zaman internette takılmaları ve zamanı kontrolsüz bir şekilde kullanmaları aile içi ilişkileri zayıflatmaktadır. Ebeveyn ile ergenin birlikte geçireceği zaman azalırken, aile içi iletişim ve paylaşım da olumsuz yönde etkilenmektedir. Bunun sonucunda aile içinde çatışmalar kaçınılmaz olmakta ve aile bağları zayıflamaktadır.¹⁸² Farklı bir bakış açısından ise çocuğun internet ve sosyal medya bağımlılığının ana nedeni aile içi problemler olabilmektedir. Problemlili ve ilgisiz bir aile yapısına sahip çocuk ilgiyi sosyal medyada arayabilmektedir.

Ergenlik dönemindeki bireylerin yanı sıra ebeveynlerde de oluşan sosyal medya bağımlılığı çeşitli sorunları beraberinde getirmektedir. Örnek bir olay şöyledir: Amerika Birleşik Devletleri'nde bir anne kendisi Farmville adlı oyunu oynarken bebeği ağlar ve anne oyun oynamaktan vazgeçemediği için çocuğunu camdan atar. Oyunun anne üzerinde oluşturduğu bağımlılık nedeniyle çocuğu dahi olsa oyunu yarıda kesecek bir engelin oluşması annenin hiçbir şeyi görmeyecek kadar oyuna odaklanmasına, bunun sonucunda kendi çocuğunun ölümüne sebep olarak ikinci dereceden cinayet suçuyla tutuklanmasına sebep olmuştur. Uzmanlar, teknoloji bağımlılığı sebebiyle zamanlarının çoğunu televizyon ve internet başında geçiren aile bireylerinin birbirleriyle konuşmadıklarını, eşlerin aileye ve birbirlerine karşı sorumluluklarını yerine getirmediğini, ebeveynlerin çocuklarını televizyon ve bilgisayarların başına terk ettiklerini belirtmektedir. Bu gibi sebeplerle günümüz toplumunda aile bireyleri

¹⁸¹ Necla Mora, "Medya ve Kültürel Kimlik", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt V, Sayı:1, 2008, s.6.

¹⁸² Belgin Arslan Cansever, "Ergenlerin internet kullanımının toplumsal ilişkilerde yarattığı sorunlar", İnternet Bağımlılığı Sorunlar ve Çözümler, (Ed. Melek Kalkan ve Canani Kaygusuz), Anı Yayıncılık, Ankara, 2013, Akt. Osman Zorbaz, Lise Öğrencilerinin Problemlili İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2013, s. 17.

birbirinden uzaklaşmakta, birbirlerine yabancılaşmakta ve hatta bu sebeplerle boşanmalara gidilmektedir. Özellikle çevrimiçi oyunlar ve sosyal medya gibi uygulamaların, çocukları ailelerinden uzaklaştırdığı görülmektedir. Giderek vakitlerinin çoğunu sanal âlemden arkadaşlarıyla konuşarak geçiren gençler, topluma da yabancılaşmaktadır.¹⁸³ Günümüzde yeni bir susturucu kaynağı olarak görülen akıllı teknolojiler özellikle anneler tarafından çocukları yaramazlık yaptığında veya ağladığında çocukların eline tutuşturduğu ilk kaynaklar olmuştur.

Ergenlik çağında yaşanan problemler, arkadaşlık kurmada çekimsizlik yaşama, çevreden kopma, özgüven eksikliği ve kuşak çatışması gibi nedenler de ergen bireyin ailesinden ve çevresinden uzaklaşarak kendini rahatça ifade edebileceği internet başına itebilmekte ve bunun sonucunda problemlerini internet kullanımı meydana gelebilmektedir.¹⁸⁴ Her değişimden ilk olarak etkilenen genç kuşak sosyal medya teknolojilerini de ilk kullanan nesil olmuş ve daha sonra her yaşta aile bireylerinin ilgi alanına hitap eden blogların bulunması nedeniyle yetişkin insanlar da sıklıkla sosyal medya kullanmaya başlamıştır.

Sosyal ağların 2000'li yıllarda öncelikli olarak gençlerin hayatına girmesi ile başlayan süreç, bugün her aileden birkaç kuşağın yoğun ilgi gösterdiği bir platform haline almıştır. Başlarda insanların yalnızca arkadaşlarını bulmak amacıyla kullandığı sosyal ağlar zamanla gruplar ve topluluklar oluşturularak ortak amaç için birlikte hareket edilen hatta sokak hareketleri düzenlemek için programlar yapılan bir noktaya geldi. Bugün isteyerek ya da istemeyerek herkesin hayatında var olan sosyal medya insanların kültürünü, yaşantısını, hatta karakteristik özelliklerini etkilemiş ve dönüştürmeye başlamıştır. Herhangi bir televizyon programını ya da haber sitesini açtığımızda, mutlaka sosyal ağlar ile ilgili irili ufaklı bir haber görüyoruz. İnsanlar duyuru, program, etkinlik gibi haberleri bu ağlar üzerinden yayınlarken birbirleri hakkındaki düşünce, vefat gibi en önemli gelişmeleri buradan öğreniyor.¹⁸⁵ Bu yönüyle

¹⁸³ Enderhan Karakoç ve Onur Taydaş, "Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı", *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey*, (Ed. Ali Büyüksan ve Ali Murat Kırık), Çizgi Yayınları, Konya, 2013, s. 219-220.

¹⁸⁴ Kültegin Ögel, *İnternet Bağımlılığı, İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2012, s. 147.

¹⁸⁵ Ayan, s. XXI.

sosyal medya hızlı birer haber kaynağı olmuş, insanlar arasındaki haberleşmeyi kolaylaştırmıştır.

Sosyal ağlar, insanlara kolay ve hızlı iletişim olanağı sağlayarak sosyal ilişkilerin niteliği ve niceliğini artırır. Diğer yandan, bazı kişiler yüz yüze ilişkileri reddederek sadece bilgisayar ve telefonla iletişimi seçip, güvenli, sadece kendi seçecekleri sosyal çevrelerle iletişim kurmayı tercih edecekleri için sosyal ilişkilerin azalma şansı da bulunmaktadır. Örneğin, Sherry Turkle Amerika'da pek çok gencin sadece pahalı olması nedeniyle değil, aynı zamanda bunu bir nevi yüzleşme veya meydan okuma olarak gördükleri için birbirini telefonla aramak yerine kendilerini daha rahat ve güvende hissettikleri mesajlaşma yöntemiyle iletişimi tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Çünkü mesajlaşarak iletişim sağlayan bu gençler, mesajlaşma yöntemiyle kendilerine daha fazla kontrol sahibi olma olanağı bulmaktadır. Bu bağlamda yeni medya aracılığıyla iletişim tamamen yüz yüze iletişimin yerini alabilmekte ama aynı zamanda çeşitli açılardan iletişimin kalitesinin düşmesine de neden olmaktadır.¹⁸⁶ Yüz yüze iletişimin sınırsız olduğu Osmanlı'dan günümüz Türkiye'sindeki sınırsız teknolojiye gelinceye kadar iletişim teknolojileri alanında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Toplumun ekonomi, siyaset, hukuk alanındaki gelişmelerinin yanına teknolojik gelişmelerinin de eklenmesiyle toplumdaki temel yapı taşlarından olan aile kurumu önemli ölçüde etkilenmiştir. Bu etki hem aile yapısında hem aile içi ilişkilerde kendini göstererek değişikliklere sebep olmuştur.

¹⁸⁶ Dijk, s. 15.

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN AİLE İLİŞKİLERİNİN DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ (İSTİKLAL MAHALLESİ UYGULAMASI)

2.1.ARAŞTIRMA ALANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

2.1.1. Konum ve Tarihçe

13. yy. coğrafyacı yazarlarından Yakut bin Abdullah (1179-1229) 1224 yılında tamamladığı geniş bir coğrafya lügati olarak bilinen Mu'cemül Buldan isimli eserinde, Antep'ten Aynütab şeklinde bahsetmektedir. Bu eserden alınan bilgilere göre Aynütab, sağlam bir kaleyi ifade etmektedir.¹⁸⁷ Arapça göz ve kaynak anlamına gelen “ayn” ve güzel anlamına gelen “tab” sözcükleri birleşerek “güzel kaynak” anlamındaki Antep ismi oluşmuştur.¹⁸⁸ Kurtuluş savaşındaki mücadelesiyle Antep şehri, isminin başına Gazi unvanını da alarak 1921'den bu yana Gaziantep şeklinde zikredilmektedir.

Gaziantep, Akdeniz Bölgesi'nden Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne geçiş alanında bulunan, doğuda Urfa ili, Batı'da Adana ili Kuzeyde Maraş ve Adıyaman illeri, Güneyde ise, Suriye sınırı ile çevrilidir.¹⁸⁹ Gaziantep, farklı uygarlıkların, kültürlerin, dinlerin ve ırkların bir araya gelerek birbirleri içinde sentezlendiği gizemli bir tarihe sahiptir.¹⁹⁰ Stratejik konumuyla Gaziantep uygarlık tarihine ve günümüze yön vermiş, her dönemde kültür ve ticaret merkezi olma özelliğini korumuştur.¹⁹¹ Gaziantep'in stratejik konumu ve ekonomik faaliyetleri her dönemde şehrin çekici özelliklerinden olmuş ve buraya göçleri sürekli kılmıştır.

Antep geniş toprağa, bol suya ve çok sayıda bahçeye sahip olup, şehirde önemli çarşı ve pazarlar bulunmakta, bu pazarlarda yoğun bir tüccar kitlesi ile alışveriş yapan halk bulunmaktadır.¹⁹² Verimli topraklarında bölgeye özgü ürünler yetişmektedir.

¹⁸⁷ İbrahim Ethem Çakır, 16. Yüzyılda Ayntab Şehri, Yeditepe Yayınevi, İstanbul, 2015, s. 30.

¹⁸⁸ Bilgehan Pamuk, Bir Şehrin Direnişi Antep Savunması, Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2009, s. 32.

¹⁸⁹ İller Bankası İmar Planlama Reisliği, Gaziantep Kent Bütünü Analitik Etüdüleri, İller Bankası, 1970, s. 1.

¹⁹⁰ Gaziantep Tanıtım Broşürü, Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Sertaç tanıtım, Gaziantep, 2009, s.3

¹⁹¹ “Gaziantep Genel Bilgiler”, Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, www.gaziantepturizm.gov.tr, (19.09.2018).

¹⁹² Mehmet Alparı, “XV. Yüzyılda Antep'in Tarihine Umumi Bir Bakış”, *Cumhuriyet'in 75. Yılına Armağan Gaziantep*, (Ed. Yusuf Küçükdağ), Gaziantep Üniversitesi Vakfı Kültür Yayınları, Gaziantep, 1999, s. 84.

Şehrin en önemli yemişi Gaziantep Fıstığıdır.¹⁹³ Gaziantep'in ülkelerarası fonksiyonuna bakıldığında, il olarak Türkiye'nin Güney komşusu Suriye ile sınır meydana getirip İslahiye ve Kilis ilçelerinin gümrük kapısı durumunda bulunması gerekçesiyle politik ve ekonomik ilişkilerini oluşturur. 1953 yılında yapılan "Türk Limanları Hinterlandlarının Etüdü" adlı rapora göre Gaziantep kenti Güneydoğu ve Doğu Anadolu'nun ürünlerinin toplanıp, dış ülkelere ve ülke içine pazarlandığı bir merkez olarak görünmektedir.¹⁹⁴ Önemli bir ticaret merkezi olması da şehir nüfusunu etkileyen önemli bir etkidir.

Gaziantep'in bulunduğu bölge içinde en kalabalık il olduğunu söylemek mümkündür. TÜİK'in 2000 yılında yaptığı nüfus sayımı sonuçlarına göre, 1990 yılında 738.245 olan şehir nüfusu 10 yıl içinde % 31.25'lik artışla 1.009.126'ya çıkmıştır. 2008 yılına gelindiğinde merkez ilçeler olan Şehitkâmil ve Şahinbey'in toplam nüfusu 1.235.815 olmuştur.¹⁹⁵ 2011-2016 yılları arasında ortalama % 23.7 oranında artış gösteren Gaziantep nüfusu 2016-2017 TÜİK verilerine göre %15.7 lik artışla 2.005.515'e yükselmiştir.¹⁹⁶ 2011 yılında Gaziantep'e sınır komşusu olan Suriye'de başlayan iç savaş nedeniyle ülkesinden ayrılan Suriyeli mülteciler Gaziantep'e yerleşmeye başlamış ve şehrin nüfusu hızla artmıştır.

Metropol bir kent olan Gaziantep'in üçü merkez ilçe olmakla birlikte toplamda 9 ilçesi bulunmaktadır.¹⁹⁷ Bunlar: Şahinbey(Merkez), Şehitkâmil(Merkez), Oğuzeli (Merkez), Nizip, İslahiye, Araban, Yavuzeli, Nurdağı ve Karkamış'tır.

Şahinbey ilçesi, Gaziantep'in üç büyük merkez ilçesinden biridir ve diğer ilçelere kıyasla nüfus sayısı yüksek olup, 2019 yılı itibariyle 906.043 tür. Ayrıca Şahinbey, Türkiye'nin üçüncü büyük ilçesidir.¹⁹⁸

¹⁹³ Abdullah Edip Çitçi, İlk Çağdan Günümüze Gaziantep Tarihi, Damla Yayınevi, Gaziantep, 2009, s. 5.

¹⁹⁴ Burhan Bozgeyik, Her Yönüyle Gaziantep, Şehitkâmil Belediyesi Yayınları, Gaziantep, 2000, s. 17.

¹⁹⁵ Şerife Geniş ve Emin Baki Adaş, "Gaziantep Kent Nüfusunun Demografik ve Sosyo-ekonomik Yapısı: Saha Araştırmasından Notlar", Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2011 (10), s. 293- 321.

¹⁹⁶ TÜİK 2016-2017, tüik.gov.tr, (19.09.2018).

¹⁹⁷ "Gaziantep Genel Bilgiler", Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, www.gaziantepturizm.gov.tr, (19.09.2018).

¹⁹⁸ "Şahinbey İlçesi", Sahinbey.bel.tr, (18.11.2019).

Araştırmanın yapıldığı İstiklal Mahallesi, Şahinbey ilçesine bağlı, alt-orta sosyo-ekonomik düzeye sahip ailelerin yaşadığı 22.162 (2018 TÜİK verilerine göre) nüfusa sahip bir semttir. Nüfusunun geneli Türk olmakla birlikte Suriyelilerin de yoğun olarak tercih ettiği İstiklal mahallesinde 2018 TÜİK verilerine göre nüfusun 11.241'i erkek, 10.921'i ise kadındır.¹⁹⁹

2.2.YÖNTEM

Bu kısımda araştırmanın konusu, problemi, amacı, hipotezleri, evreni, örnekleme, yöntemi, sınırlılıkları ile ilgili bilgi verilmektedir.

2.2.1.Araştırmanın Konusu

Aile, her türlü toplumsal, kültürel, ekonomik, teknolojik gelişmelerden etkilenen bir kurumdur. Özellikle 21. Yüzyıla damgasını vuran sosyal medya da aileyi çeşitli yönlerden etkilemiş ve aile içindeki ilişkileri dönüşüme uğratmıştır. Bu çalışmada sosyal medyanın aile ilişkilerindeki üzerindeki olumlu veya olumsuz etkilerinin neler olduğu ve ailenin nasıl bir dönüşüm geçirdiği sosyolojik bir perspektiften ele alınmıştır.

2.2.2.Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, sosyal medya kavramının nasıl, ne sebeplerle, ne zaman ortaya çıktığı, bunun aile üzerindeki sosyal etkileri; sosyal medya kullanan aile bireylerinin en fazla hangi sosyal medya hesabını kullandığı ve hangi amaçlarla kullandığı, sosyal medya kullanımının aile içi iletişimde olumlu veya olumsuz etkileri araştırılarak sosyal medyanın özellikle ailenin sosyal yapısına, ailenin bütünlüğüne etkileri sosyolojik açıdan irdelenerek, konuyla ilgili gerçekleri gün yüzüne çıkarmak amaçlanmaktadır.

2.2.3. Araştırmanın Önemi

Alt-orta sosyo ekonomik gelir düzeyine sahip ailelerin sosyal medyaya olan ilgileri, sosyal medya kullanım sıklığı ve amacının yaş, cinsiyet, medeni hal, eğitim durumu gibi demografik değişkenlere bağlı olarak ortaya çıkardığı sonuçların sosyolojik anlamda analiz edilmesi bu alanda yapılacak olan sosyal medya ve aile ilişkileri

¹⁹⁹ "Nüfus ve Demografi", tuik.gov.tr, (05.02.2019).

araştırmalarına katkı sağlayacaktır. Ayrıca sanal bir mecra olan sosyal medyanın sosyalleşme sürecine, aile bütünlüğüne ve Türk gelenek, görenek, değerlerine etkisinin örnekleme bakış açısından ele alınması bu çalışmanın önemlerindedir.

2.2.4.Araştırmanın Temel Problemi

Sosyal Medya, aile içi ilişkileri zamanla dönüşüme uğratar mı?

Alt Problemler:

- ❖ Yaş ilerledikçe sosyal medya kullanım sıklığı azalır mı?
- ❖ Yaş ilerledikçe sosyal medya bağımlılığı azalır mı?
- ❖ Her yaş grubundan birey sosyal medya kullanır mı?
- ❖ Eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal medya kullanım sıklığı artar mı?
- ❖ Cinsiyet sosyal medya kullanım oranlarını etkiler mi?
- ❖ Cinsiyete göre sosyal medya kullanım amacı değişir mi?
- ❖ Medeni hal sosyal medya kullanım oranlarını etkiler mi?

2.2.5.Hipotezler

Araştırmanın Temel Hipotezi:

Sosyal medya, aile içi ilişkileri zamanla dönüşüme uğratar.

Alt Hipotezler:

- ❖ Yaş ilerledikçe sosyal medya kullanım sıklığı azalır.
- ❖ Yaş ilerledikçe sosyal medya bağımlılığı azalır.
- ❖ Her yaş grubundan birey sosyal medya kullanır.
- ❖ Eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal medya kullanım sıklığı artar.
- ❖ Erkekler kadınlara oranla daha fazla sosyal medya kullanır.
- ❖ Cinsiyete göre sosyal medya kullanım amacı değişir.
- ❖ Bekâr insanlar evli insanlardan daha fazla sosyal medya kullanır.

2.2.6.Araştırmanın yöntemi: Nicel Araştırma Yöntemi

Bu araştırmanın birinci bölümünde tanımlayıcı ve açıklayıcı araştırma yöntemiyle konuyla ilgili kavramsal tanımlamalara ve açıklamalara yer verilmiştir. İkinci bölümünde ise nicel araştırma yöntemlerinden olan tarama (survey) tekniği kullanılarak ulaşılan veriler birinci bölümde yapılan teorik açıklamalarla ilişkilendirilerek sosyal medyanın aile üzerindeki çeşitli etkileri irdelenmiş, bununla ilgili önerilere yer verilmiştir. Araştırmada ölçme ve değerlendirmeye dayanan nicel araştırma yöntemlerinin anket tekniği ile bireysel soru formları oluşturulmuş ve örnekleme alınan kişilerin sorulara verdiği yanıtlar SPSS 16.0 programına işlenmiş ortaya çıkan verilerle ilgili frekans tabloları ve çapraz tablolar oluşturularak analizler yapılmıştır.

2.2.7.Evren

Bu araştırma nüfusunda her geçen gün sosyal, ekonomik, siyasi, kültürel, jeopolitik vs. sebeplerle artış görülen ve gittikçe karmaşık bir toplum yapısına dönüşmüş olan Türkiye'nin en kalabalık illerinden Gaziantep'in Şahinbey ilçesine bağlı İstiklal mahallesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreni olan İstiklal Mahallesi alt-orta sosyo-ekonomik düzeye sahip ailelerin yaşadığı 22.162 (2018 TÜİK verilerine göre) nüfusa sahip bir semttir. Nüfusun 11.241'i erkek, 10.921'i kadındır.

2.2.8.Örneklem

Sosyal medyanın gün geçtikçe yaygınlaşması ve her yaş grubundaki insanın kullanması nedeniyle araştırmanın örneklem grubu 10-65 yaş arası kişiler arasından tesadüfi örneklem seçme yöntemiyle seçilmiştir. % 95 güven düzeyinde % +5 -5 hata payı ile 209'u kadın, 168'i erkek olmak üzere 377 anket uygulanmıştır.²⁰⁰

2.2.9.Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın alt-orta sosyo ekonomik gelir seviyesine sahip insanların ikamet ettiği bir semt olan İstiklal Mahallesi'nde yapılması ankete üst ekonomik gelir

²⁰⁰ Muzaffer Sencer ve Yakut Irmak, Toplum Bilimlerinde Yöntem, Onur Basımevi, İstanbul, 2. Basım, 1984, s. 661, Akt. Ömer R. Önder, "Bir Evrenden Çekilecek Örnek Sayısının Belirlenmesi", www.acikders.ankara.edu.tr (23.01.2019).

seviyesine sahip ve eğitim düzeyi yüksek olan insanlar tarafından katılımı sınırlamıştır. Anket çalışmasının yapıldığı vakit genellikle gündüz vakitleri olması ve erkek bireylerin bu saatlerde çalışıyor olması nedeniyle araştırmamız zaman ve cinsiyet açısından sınırlılığa sahiptir.



2.3.BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde öncelikle katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni hal gibi demografik özelliklerine yer verilirken daha sonra araştırmanın ana temasıyla ilgili sorulara verdikleri yanıtlar analiz edilecektir.

2.3.1. Demografik Özellikler

Tablo 1: Cinsiyet

	N	%
Kadın	209	55,4
Erkek	168	44,6
Total	377	100,0

Araştırma kapsamında tesadüfi örneklem seçme biçimiyle ankete katılan 377 kişiden 209'u kadın, 168'i ise erkektir. Bu sayılar oransal olarak ifade edildiğinde örnekleme alınan bireylerin %55,4'ü kadın, %44,6'sı erkeklerden oluşmaktadır. Anket uygulamasının zaman açısından genellikle gündüz vakitlerinde yapılması ve erkek bireylerin bu saatlerde çalışıyor olması nedeniyle kadınlara oranla erkeklerin araştırmaya daha az katılımına neden olmuştur.

Tablo 2: Yaş

	N	%
Valid		
6-15	55	14,6
16-25	124	32,9
26-35	124	32,9
36-45	51	13,5
46 ve üstü	23	6,1
Total	377	100,0

Ankete en az katılanlar % 6,1'lik oranla 46 ve üstü yaş grubudur. % 13,5 oranla 26-45 yaş arası grup, % 14,6 oranla 6-15 yaş arası grup, % 32,9 oranla 16—25 yaş arası

grup ve yine % 32,9 oranla 26-35 yaş arası grup araştırmanın anketine katılmıştır. Sosyal medyanın aile ilişkileri üzerindeki etkisi anketine en fazla ilgi 16-35 yaş arasındaki ergen ve genç yetişkin bireyler tarafından gösterilmiştir.

Tablo 3: Medeni Hal

	N	%
Evli	191	50,7
Bekâr	176	46,7
Dul	10	2,7
Total	377	100,0

Katılımcıların % 50,7'si evli, % 46,7'si bekâr, % 2,7'si ise duldur. Bu verilere göre evli katılımcı sayısı ile bekâr katılımcı sayısı birbirine çok yakın olduğundan evren yansıtılmakta ve sosyal medyanın aile ilişkilerine etkisi ile ilgili görüşler her iki gruptan alınmıştır.

Tablo 4: Eğitim Durumu

	N	%
Cevapsız	1	,3
Okuryazar değil	5	1,3
Ön lisans eğitime devam ediyor	8	2,1
Lisans eğitime devam ediyor	20	5,3
Yüksek lisans eğitime devam ediyor	7	1,9
Okuryazar	8	2,1
İlkokul mezunu	81	21,5
Ortaokul mezunu	66	17,5
Lise mezunu	68	18,0
Ön lisans mezunu	9	2,4
Lisans mezunu	31	8,2
Ortaokula devam ediyor	47	12,5
Liseye devam ediyor	26	6,9
Total	377	100,0

Ankete katılan bireylerden bir kişi eğitim durumunu belirtmezken, ankete katılanların % 1,3'lük az bir kısmı okuryazar olmadığı halde ikinci kişilerin yardımıyla

anket sorularını yanıtlamıştır. Bunun dışında kalan kişilerin % 2,1'i sadece okuryazar, % 21,5'i ilkokul mezunu, % 17,5'i ortaokul mezunu, % 12,5'i ortaokula henüz devam ediyor, % 18'i lise mezunu, % 6,9'u liseye devam ediyor, % 2,4'ü ön lisans mezunu, % 2,1'i ön lisansa devam ediyor, % 8,2'si lisans mezunu, % 5,3'ü lisans eğitimine devam ediyor, % 1,9'u da yüksek lisans eğitimine devam etmektedir. Bu verilere göre araştırmanın alt-orta sosyal ve kültürel özelliklere sahip insanların yaşadığı bir semtte yapılması nedeniyle evreni temsil eden örneklemin eğitim seviyesi ortalama ilköğretim seviyesindedir ve üniversite düzeyinde eğitim seviyesine sahip denek oranı yaklaşık % 19 civarındadır.

2.3.2. Aile Kavramı ve Günümüz Ailelerinin En Önemli Problemleri

Tablo 5:“Aile” Kavramının Anlamı

	N	%
Cevapsız	4	1,1
Toplumun temel yapı taşıdır.	69	18,3
Birlik, beraberliği ifade eder.	126	33,4
Sevgi, saygı ve güven içinde yaşamaktır.	119	31,6
Evde yalnızca babanın sözünün geçtiği bir birlikteliktir.	4	1,1
Anne, baba ve çocuklardan oluşan bir gruptur.	47	12,5
Aile her şeydir.	7	1,9
Mutluluk	1,3	
Total	377	100,0

Genel anlamıyla birbirine kan bağı ya da evlilik yoluyla bağlı, karşılıklı rol ve sorumlulukları olan, anne, baba ve çocuklardan oluşan, içinde bulunduğu toplumun devamlılığını sağlayan bir kurum olarak tanımlayabileceğimiz “Aile” kavramı her insan için çeşitli anlamlar ve duygular ifade etmektedir. Araştırmamıza katılan bireyler açısından ele aldığımızda ise “aile” kavramı katılımcıların % 33,4’ü için birlik ve beraberliği, % 31,6’sı için sevgi, saygı ve güven içinde yaşamayı, % 18,3’ü için toplumun temel yapı taşını, % 12,5’i için anne, baba ve çocuklardan oluşan bir grubu, %

1,9'u için her şeyi, %1,1'i için Evde yalnızca babanın sözünün geçtiği bir birlikteliği, % 0,3 ü için mutluluğu ifade etmektedir. Katılımcıların % 1,1 ise bu soruyu yanıtlamamıştır. Aile yapısı toplumun ve dönemin şartlarına göre değişse de günümüzde aile kavramı henüz önemini yitirmemiştir.

Tablo 6: Günümüz Ailelerinin En Önemli Problemi

	N	%
Cevapsız	2	,5
Ekonomik problemler	145	38,5
İletişim problemleri	136	36,1
Şiddet	12	3,2
Güvensizlik	23	6,1
Yanlış medya kullanımı	59	15,6
Total	377	100,0

Katılımcılar ilk sırada % 38,5 cevaplanma oranıyla günümüz ailelerinin en önemli probleminin ekonomik problemler olduğunu düşünürken yine buna en yakın cevaplanma oranı % 36,1 ile iletişim problemlerinin aileler açısından önemli bir problem olduğunu bildirmişlerdir. Ayrıca katılımcıların % 15,6'sı günümüz ailelerinin en önemli probleminin yanlış medya kullanımı olduğunu, % 6,1'i güvensizlik olduğunu, % 3,2'si şiddet olduğunu düşünürken, % 0,5'i bu soruya cevap vermemiştir. Şehir hayatındaki sosyal, ekonomik, kültürel vb. çeşitli etkenlere bağlı olarak insanların kaygıları zamanla değişmekte ve günümüz ailelerinin en önemli problemleri ekonomik problemlerin yanında aile içi iletişim problemleri olmaktadır. Yanlış medya kullanımı aile içi iletişim problemlerine neden olan etkenler arasında bulunmaktadır.

Tablo 7: Cinsiyete Göre Günümüz Ailelerinin En Önemli Problemi

	Sizce günümüz ailelerinin en önemli problemi nedir?						Total	
	Cevapsız	Ekonomik problemler	İletişim problemleri	Şiddet	Güvensizlik	Yanlış medya kullanımı		
Cinsiyet	Kadın	0 0,0%	72 34,4%	87 41,6%	8 3,8%	14 6,7%	28 13,4%	209 100,0%
	Erkek	2 1,2%	73 43,5%	49 29,2%	4 2,4%	9 5,4%	31 18,5%	168 100,0%
Total		2 0,5%	145 38,5%	136 36,1%	12 3,2%	23 6,1%	59 15,6%	377 100,0%

21. yüzyılda hısımlığın hem anne hem baba tarafından geldiği, kadının ve çocukların da babayla eşit hak ve hürriyetlere sahip olmaya başladığı modern aile yapısı hâkim olmuştur.²⁰¹ Modern aile yapısı içinde günümüz ailelerinin problemleri de ekonomik, teknolojik, toplumsal gelişmelere bağlı olarak farklılaşmaktadır. Tabloya göre kadınlara göre günümüzde ailelerin en önemli problemleri sırasıyla iletişim problemleri, ekonomik problemler, yanlış medya kullanımı, güvensizlik ve şiddettir. Erkekler için ise ilk sırayı ekonomik problemler alırken bunu iletişim problemleri, yanlış medya kullanımı, güvensizlik ve şiddet takip etmektedir. Araştırma evrenimiz olan İstiklal Mahallesi'nde erkeklerin kadınlara oranla daha fazla ekonomik faaliyetlerde ve iş yaşamında bulunması nedeniyle erkekler aile içindeki en önemli problemin ekonomik problemler olduğunu düşünmektedir. Zamanının çoğunu ev içi işler yaparak geçiren kadınlar ise eve yorgun gelen eşleriyle yeterince iletişim kuramadığı için aile içindeki en önemli problemin iletişim problemleri olduğunu düşünmektedir. Aile içindeki rol ve sorumluluklara göre bireylerin önemli gördüğü problemler değişmektedir.

²⁰¹ Nurettin Topçu, Sosyoloji, Dergah yayınları, İstanbul, 2001, s. 117.

2.3.3. İnternet Bağlantısı ve Sosyal Medya Kullanımı

Tablo 8: İnternet Bağlantısı

	N	%
Evet	174	46,2
Hayır	203	53,8
Total	377	100,0

Ankete katılanların % 46,2'sinin evinde internet bağlantısı bulunurken, % 53,8'inin evinde internet bağlantısı bulunmamaktadır. Ülkemizde özellikle 2000'li yıllarda yaygınlaşan internet teknolojisi hızlı bir şekilde evlere girmekte ve alt-orta sosyo ekonomik gelir seviyesine sahip olan araştırma evrenimizde de neredeyse her iki evden birinde internet bağlantısı bulunmaktadır. Bu da internet teknolojilerinin günümüz insanları açısından önemli bir yere sahip olduğunu ve toplumun teknolojik yeniliklere hızlı bir şekilde uyum sağladığını göstermektedir.

Tablo 9: Sosyal Medya Kullanımı

	N	%
Valid Evet	309	82,0
Hayır	68	18,0
Total	377	100,0

Tabloya göre örnekleme aldığımız bireylerin % 82'lik oranla büyük çoğunluğunun sosyal medya kullandığını, % 18'nin sosyal medya kullanmadığını görmekteyiz. Her geçen gün internet teknolojilerinin gelişmesi ve tablet bilgisayar, akıllı telefon gibi kolay taşınabilen internet kullanım araçlarının yaygınlaşması ile insanların sosyal medya kullanımını artmakta ve sosyal medya platformları en önemli kitle iletişim araçlarından biri haline gelmektedir. İnsanlar eskisi gibi birbirini ziyaret ederek veya posta, telefon gibi iletişim araçlarını kullanarak birbirleri ile ilgili haber

almak yerine sosyal medya platformları üzerinden birbirinin gündelik yaşantısını takip etmeyi veya bu platformlar aracılığıyla iletişim kurmayı tercih etmektedir. Bu sonuçlar sosyal medyanın günümüzde en önemli kitle iletişim araçlarından bir haline geldiği sonucunu da ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca örnekleme aldığımız her 6 kişiden 5'i sosyal medya kullanmaktadır.

Tablo 10: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu

		Sosyal medya kullanıyor musunuz?		Total
		Evet	Hayır	
Cinsiyet	Kadın	165 78,9%	44 21,1%	209 100,0%
	Erkek	144 85,7%	24 14,3%	168 100,0%
Total		309 82,0%	68 18,0%	377 100,0%

2019 Türkiye’de sosyal medya kullanıcılarının cinsiyet dağılımında erkekler kadınlara oranla daha fazla sosyal medya kullanmaktadır.²⁰² Tabloyu incelediğimizde ankete katılan kadınların % 78,9’unun, erkeklerin ise % 85,7’sinin, toplam katılımcı sayısının ise % 82’sinin sosyal medya kullanıcısı olduğunu görmekteyiz. Bu tablodan aldığımız sonuca göre araştırma evrenimiz olan İstiklal Mahallesi’nde de erkeklerin kadınlardan daha fazla sosyal medya kullanıcısı olduğu anlaşılmaktadır. Erkeklerin kadınlara oranla toplumsal ve teknolojik gelişmelere daha fazla ilgi duyduğu görülmektedir. Sosyolojik açıdan ele alındığında kadınların toplum içinde rol ve sorumluluklarına bağlı olarak daha fazla toplumsal baskıya maruz kaldığını düşündüğümüzde sosyal medya kullanan kadınların erkeklere oranla daha az olmasının bu baskının bir sonucu olduğunu da söyleyebiliriz.

²⁰² We Are Social, Digital in 2019 Turkey.

Tablo 11: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

	sosyal medyayı hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?						Total
	Cevapsız	günde 1-2 saat	günde 3-5 saat	günde 5 saatten fazla	2-3 günde bir	haftada bir	
Cinsiyet Kadın	39 18,7%	101 48,3%	38 18,2%	4 1,9%	17 8,1%	10 4,8%	209 100,0%
Erkek	19 11,3%	94 56,0%	26 15,5%	12 7,1%	9 5,4%	8 4,8%	168 100,0%
Total	58 15,4%	195 51,7%	64 17,0%	16 4,2%	26 6,9%	18 4,8%	377 100,0%

Tabloya göre kadınların % 4,8'i erkeklerin % 4,8'i haftada bir, kadınların % 8,1'i erkeklerin % 5,4'ü 2-3 günde bir, kadınların % 48,3'ü erkeklerin % 56'sı günde 1-2 saat, kadınların % 18,2'si erkeklerin % 15,5'i günde 3-5 saat, kadınların % 1,9'u erkeklerin % 7,1'i günde 5 saatten fazla sosyal medya kullanmaktadır. Ev içi boş zamanları daha fazla olan erkekler, ev dışında çalıştıktan sonra ev içinde yemek yapma, çocuk bakma, ev temizliği gibi sorumlulukları da bulunan kadınlara oranla gün içerisinde daha fazla sosyal medya kullanmaktadır.

Tablo 12: Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu

		Sosyal medya kullanıyor musunuz?		Total
		Evet	Hayır	
Yaş	6-15	34 63,0%	20 37,0%	54 100,0%
	16-25	114 93,4%	8 6,6%	122 100,0%
	26-35	104 87,4%	15 12,6%	119 100,0%
	36-45	42 82,4%	9 17,6%	51 100,0%
	46 ve üstü	9 39,1%	14 60,9%	23 100,0%
Total		303 82,1%	66 17,9%	369 100,0%

Tabloya göre sosyal medya kullanıcılarının % 11,2'si 6-15 yaş arası, % 37,6'sı 16-25 arası, % 34,3'ü 26-35 yaş arası, % 13,9'u 36-45 yaş arası, % 3'ü ise 46 yaş ve üstü olan aile bireylerinden oluşmaktadır. Toplam katılımcı sayısının % 18'ini

oluşturarak sosyal medya kullanmadığını belirten bireylerin % 30,3'ü 6-15 yaş arası, % 12,1'i 16-25 yaş arası, % 22,7'si 26-35 yaş arası, % 13,6'sı 36-45 yaş arası, % 21,2'sinin ise 46 yaş ve üstü aile bireyleri olduğunu görmekteyiz. Bu verilerden elde edilen sonuca göre 16-25 yaş arası genç ve 26-35 yaş arası genç yetişkin aile bireylerinin daha fazla sosyal medya kullanıcısı olduğunu gözlemlemekteyiz. Ergenlik ve gençlik dönemindeki bireylerin daha yüksek oranla kullandığı bu platformlarda yaş ilerledikçe sosyal medya kullanım oranları düşmektedir.

Tablo 13: Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

		Sosyal medyayı hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?						Total
		Cevapsız	Günde 1-2 saat	Günde 3-5 saat	Günde 5 saatten fazla	2-3 günde bir	Haftada bir	
Yaş	6-15	17 31,5%	12 22,2%	13 24,1%	0 ,0%	5 9,3%	7 13,0%	54 100,0%
	16-25	8 6,6%	65 53,3%	32 26,2%	9 7,4%	7 5,7%	1 ,8%	122 100,0%
	26-35	12 10,1%	78 65,5%	15 12,6%	3 2,5%	6 5,0%	5 4,2%	119 100,0%
	36-45	8 15,7%	28 54,9%	3 5,9%	2 3,9%	6 11,8%	4 7,8%	51 100,0%
	46 ve üstü	11 47,8%	8 34,8%	0 ,0%	2 8,7%	2 8,7%	0 ,0%	23 100,0%
Total		56 15,2%	191 51,8%	63 17,1%	16 4,3%	26 7,0%	17 4,6%	369 100,0%

Tabloyu incelediğimizde en fazla seçilen şıklara göre 6-15 yaş arası grubun % 24,1'inin günde ortalama 3-5 saat, 16-25 yaş arası grubun % 53,3'ünün günde ortalama 1-2 saat, 26-35 yaş arası grubun % 65,5'inin günde ortalama 1-2 saat, 36-45 yaş arası grubun % 54,9'unun günde ortalama 1-2 saat, 46 yaş ve üstü grubun % 34,8'inin günde 1-2 saat sosyal medya kullandığını görmekteyiz. Bu tabloya göre henüz çocuk veya ergenlik dönemine yeni girmiş olan gençler sosyal medyada daha fazla zaman harcamaktadır. Toplumsal ve teknolojik değişmelere bağlı olarak aile yapısında meydana gelen değişmelerle ebeveynlerin çocukları için bir susturucu olarak gördüğü ve çok küçük yaşlarda çocukların eline verdiği telefon, tablet, bilgisayar teknolojileri çocukların internet ve sosyal medyada daha fazla vakit harcamalarına sebep olmaktadır.

Tablo 14: Medeni Hal ile Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki

	Sosyal medya kullanıyor musunuz?		Total
	Evet	Hayır	
Medeni hal Evli	154 80,6%	37 19,4%	191 100,0%
Bekâr	149 84,7%	27 15,3%	176 100,0%
dul	6 60,0%	4 40,0%	10 100,0%
Total	309 82,0%	68 18,0%	377 100,0%

“Bekâr insanlar evli insanlardan daha fazla sosyal medya kullanır.” Hipotezi bu tabloda doğrulanmakta ve bekâr insanların sosyal medya kullanım oranının evli insanlara oranla daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Anketi yanıtlayan katılımcıların medeni hallerine göre sosyal medya kullanım durumunu incelediğimizde evli olan 191 kişinin % 80,6’sı, bekâr olan 176 kişinin % 84,7’si, dul olan 10 kişinin % 60’ı sosyal medya kullanmaktadır. Bu tablodan yola çıkarak sosyal medyanın daha çok bekâr insanlar tarafından kullanıldığını bununla birlikte evli insanlar için de her 5 evliden 4’ünün sosyal medya kullandığını söyleyebiliriz.

Tablo 15: Eğitim Seviyesine Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu

Eğitim durumunuz?	Sosyal medya kullanıyor musunuz?		Total
	Evet	Hayır	
Cevapsız	0 0,0%	1 100,0%	1 100,0%
Okuryazar değil	2 40,0%	3 60,0%	5 100,0%
Önlisans eğitimine devam ediyor	8 100,0%	0 0,0%	8 100,0%
Lisans eğitimine devam ediyor	20 100,0%	0 0,0%	20 100,0%
Yüksek lisans eğitimine devam ediyor	7 100,0%	0 0,0%	7 100,0%
Okuryazar	6 75,0%	2 25,0%	8 100,0%
İlkokul mezunu	56 69,1%	25 30,9%	81 100,0%
Ortaokul mezunu	57 86,4%	9 13,6%	66 100,0%
Lise mezunu	58 85,3%	10 14,7%	68 100,0%
Önlisans mezunu	9 100,0%	0 0,0%	9 100,0%
Lisans mezunu	30 96,8%	1 3,2%	31 100,0%
Ortaokul mezunu	33 70,2%	14 29,8%	47 100,0%
Liseye devam ediyor	23 88,5%	3 11,5%	26 100,0%
Total	309 82,0%	68 18,0%	377 100,0%

Günümüzde sosyal medya ağları hemen hemen her eğitim düzeyindeki birey tarafından rahatlıkla kullanılabilir. Araştırma anketimize katılan bireylerin eğitim durumlarına göre sosyal medya kullanım durumlarını yukarıdaki tablo aracılığıyla görmekteyiz. Okuryazar olmayan bireylerin % 40'ının, okuryazar olanların % 75'inin, ilkököl mezunu olanların % 69,1'inin, ortaokul mezunu veya ortaokula devam edenlerin ortalama % 78,3'ünün, lise mezunu veya liseye devam edenlerin ortalama % 86,9'unun, önlisans mezunu veya önlisans eğitime devam edenlerin % 100'ünün, lisans mezunu veya lisans eğitime devam edenlerin ortalama % 98,4'ünün, yüksek lisans eğitime devam edenlerin % 100'ünün sosyal medya kullanıcısı olduğu gözlemlenmektedir. Her türlü ilgi alanına hitap etmesi ve kolay kullanımı nedeniyle okuma yazma bilmeyen bireyler de sosyal medya kullanabilmektedir. İnternet teknolojileri alanındaki önemli gelişme olan sosyal medya, toplumun her kesimindeki insanları gün geçtikçe daha fazla etkisi altına almaktadır. Tablodan elde edilen verilere göre eğitim düzeyi yükseldikçe sosyal medya kullanım oranları arasında çok az

dalgalanma olmakla birlikte yüksek eğitime sahip insanların neredeyse tamamı sosyal medyaya ve bu alandaki gelişmelere kayıtsız kalmadığı görülmektedir.

Tablo 16: Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

		Sosyal medyayı hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?					Total	
			günde 1-2 saat	günde 3-5 saat	günde 5 saatten fazla	2-3 günde bir		haftada bir
Eğitim durumunuz?	Cevapsız	0	1	0	0	0	0	1
		0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	okuryazar değil	3	2	0	0	0	0	5
		60,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	önlisans eğitimine devam ediyor	0	1	5	2	0	0	8
		0,0%	12,5%	62,5%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	lisans eğitimine devam ediyor	0	14	4	0	2	0	20
		0,0%	70,0%	20,0%	0,0%	10,0%	0,0%	100,0%
	yüksek lisans eğitimine devam ediyor	0	7	0	0	0	0	7
		0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	okuryazar	1	3	0	1	2	1	8
		12,5%	37,5%	0,0%	12,5%	25,0%	12,5%	100,0%
	ilkokul mezunu	22	45	5	3	4	2	81
		27,2%	55,6%	6,2%	3,7%	4,9%	2,5%	100,0%
	ortaokul mezunu	8	41	7	3	4	3	66
		12,1%	62,1%	10,6%	4,5%	6,1%	4,5%	100,0%
	lise mezunu	9	35	15	1	5	3	68
		13,2%	51,5%	22,1%	1,5%	7,4%	4,4%	100,0%
	önlisans mezunu	0	4	4	1	0	0	9
		0,0%	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%	0,0%	100,0%
	lisans mezunu	0	19	6	2	3	1	31
		0,0%	61,3%	19,4%	6,5%	9,7%	3,2%	100,0%
	ortaokul mezunu	13	11	12	0	4	7	47
		27,7%	23,4%	25,5%	0,0%	8,5%	14,9%	100,0%
	liseye devam ediyor	2	12	6	3	2	1	26
		7,7%	46,2%	23,1%	11,5%	7,7%	3,8%	100,0%
Total		58	195	64	16	26	18	377
		15,4%	51,7%	17,0%	4,2%	6,9%	4,8%	100,0%

Eğitim durumlarına göre sosyal medya kullanım sıklığına baktığımızda araştırma anketine katılan bireylerden okuryazar olmayanların çoğunluğu günde ortalama 1-2 saat, okuryazar olanların çoğunluğu günde ortalama 1-2 saat, ilkokul mezunu olanların çoğunluğu günde ortalama 1-2 saat, ortaokul düzeyinde olanların çoğunluğu günde ortalama 1-2 saat, lise düzeyinde olanların çoğunluğu günde ortalama 1-2 saat, önlisans düzeyinde olanların çoğunluğu günde ortalama 3-5 saat, lisans düzeyinde olanların çoğunluğu günde ortalama 1-2 saat, yüksek lisans düzeyinde

olanların çoğunluğu günde ortalama 1-2 saat sosyal medya kullanmaktadır. Her eğitim seviyesindeki bireylerin çoğunluğu kendi ilgi alanlarına göre günde ortalama 1-2 saat sosyal medya kullanırken en fazla sosyal medya kullananların önlisans düzeyinde bireyler olduğu görülmektedir.

Tablo 17: Mesleğe Göre Sosyal Medya Kullanım Durumu

Mesleğiniz? Cevapsız	Sosyal medya kullanıyor musunuz?		Total
	Evet	Hayır	
	2	0	2
	100,0%	0%	100,0%
işçi	68	9	77
	88,3%	11,7%	100,0%
asker-polis	0	1	1
	0%	100,0%	100,0%
ev hanımı	69	27	96
	71,9%	28,1%	100,0%
memur	30	2	32
	93,8%	6,2%	100,0%
öğrenci	85	20	105
	81,0%	19,0%	100,0%
serbest meslek	5	1	6
	83,3%	16,7%	100,0%
esnaf	22	4	26
	84,6%	15,4%	100,0%
tüccar	2	0	2
	100,0%	0%	100,0%
işsiz	21	3	24
	87,5%	12,5%	100,0%
emekli	0	1	1
	0%	100,0%	100,0%
öğretim elemanı	2	0	2
	100,0%	0%	100,0%
öğretmen	3	0	3
	100,0%	0%	100,0%
Total	309	68	377
	82,0%	18,0%	100,0%

Mesleği ne olursa olsun ankete katılan bireylerin çoğunluğunun sosyal medya kullanıcısı olduğunu görmekteyiz. Sosyal medya platformlarının hızlıca gelişip yayılması ve her geçen gün bu platformlara yeni özellikler eklenmesi kullanıcı sayısını artırmaktadır. Her meslekten birey tarafından kullanılan sosyal medya platformları bazı meslekler için birer reklam ve mesleklerini icra ettikleri ticaret ortamı olarak da kullanılmaktadır. Toplumsal gelişmeler ve değişmeler mesleklere de yansımış ve kişiler işlerini dönemin şartlarına uygun şekilde geliştirip icra etmeye başlamışlardır. Teknoloji alanında meydana gelen önemli gelişmelerden internet ve sosyal medya, ekonomik faaliyetleri de etkilemiştir.

Tablo 18: Kullanılan Sosyal Ağlar

	N	%
Cevapsız	50	13,3
Facebook	94	24,9
Twitter	18	4,8
İnstagram	165	43,8
Youtube	23	6,1
Whatsapp	22	5,8
Hepsi	5	1,3
Total	377	100,0

% 43,8 oranla katılımcı sayısının yarısına yakını genellikle resimli içeriklerin paylaşıldığı İnstagram'ı kullanırken, % 24,9'u Facebook, % 6,1'i Youtube, % 5,8'i Whatsapp, % 4,8'i Twitter, % 1,3'ü ise belirtilen tüm sosyal ağları kullanmaktadır. Araştırmamızın birinci bölümünde ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya ağları ile ilgili verdiğimiz bilgilerde kullanım önceliğine göre ilk sırayı youtube'nin, ikinci sırayı instagram'ın, üçüncü sırayı whatsapp'ın, dördüncü sırayı facebook'un, beşinci sırayı ise twitter'ın aldığını görmüştük. Bizim araştırma evrenimizde ise bu sıralama değişiklik göstermiş en çok kullanılan ilk iki platform, resim ve videolar aracılığı ile insanların birbirini takip ettiği instagram ve facebook olmuştur. Buradan çıkarılacak bir diğer sonuç ise örnekleme aldığımız deneklerin birçoğu sosyal medya kullanmaktadır.

Tablo 19: Cinsiyete Göre Kullanılan Sosyal Ağlar

	Hangi sosyal ağları daha çok kullanıyorsunuz?							Total	
	Cevapsız	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	Whatsapp	Hepsi		
Cinsiyet	Kadın	33 15,8%	35 16,7%	8 3,8%	100 47,8%	17 8,1%	14 6,7%	2 1,0%	209 100,0%
	Erkek	17 10,1%	59 35,1%	10 6,0%	64 38,1%	7 4,2%	8 4,8%	3 1,8%	168 100,0%
Total	50 13,3%	94 24,9%	18 4,8%	164 43,5%	24 6,4%	22 5,8%	5 1,3%	377 100,0%	

2019 Türkiye'de sosyal medya kullanıcılarına bakıldığında; 43 milyon olan Facebook kullanıcısı sayısının % 64'ünü erkekler oluşturmakta, 38 milyon olan Instagram kullanıcısı sayısının % 59'unu erkekler oluşturmakta, 9 milyon olan Twitter

kullanıcısı sayısının % 81'ini erkekler oluşturmaktadır.²⁰³ Araştırmamıza göre ise kadınların % 47,8'inin erkeklerin ise % 38,1'inin Instagram kullanıcısı olduğunu görürken ülke genelinin aksine araştırma evreninde kadınların erkeklerden daha fazla Instagram kullanmaktadır. Kadınların % 16,7'sinin erkeklerin % 35,1'inin facebook kullanıcısı olduğunu görürken ülke geneliyle doğru orantılı olarak araştırma evrenimizde de erkekler kadınlardan daha fazla facebook kullanmaktadır. Kadınların % 3,8'inin erkeklerin % 6'sının twitter kullanıcısı olduğunu görürken yine ülke geneliyle doğru orantılı bir şekilde erkekler kadınlardan daha fazla twitter kullanmaktadır. Youtube ve Whatsapp kullanım oranlarına bakıldığında ise kadın kullanıcı oranının erkek kullanıcı oranına göre daha fazla olduğu görülmektedir. Resim ve video gibi içerikler paylaşmanın yanı sıra siyasi kulis yapma imkânı da sunan Facebook ve Twitter, toplum içinde bu alanlarda daha aktif olan erkekler tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Kadın ve erkeğin toplum içindeki rol, sorumluluk ve ilgi alanları onların sosyal platform tercihlerini etkilemiştir.

Tablo 20: Yaşa Göre Kullanılan Sosyal Ağlar

		Hangi sosyal ağları daha çok kullanıyorsunuz?						Total	
		Cevapsız	facebook	twitter	instagram	youtube	whatsapp		hepsi
Yaş	6-15	10 18,5%	7 13,0%	0 0%	27 50,0%	10 18,5%	0 0%	0 0%	54 100,0%
	16-25	6 4,9%	26 21,3%	6 4,9%	69 56,6%	5 4,1%	5 4,1%	5 4,1%	122 100,0%
	26-35	11 9,2%	35 29,4%	7 5,9%	52 43,7%	3 2,5%	11 9,2%	0 0%	119 100,0%
	36-45	11 21,6%	20 39,2%	5 9,8%	6 11,8%	5 9,8%	4 7,8%	0 0%	51 100,0%
	46 ve üstü	11 47,8%	5 21,7%	0 0%	4 17,4%	1 4,3%	2 8,7%	0 0%	23 100,0%
Total	49 13,3%	93 25,2%	18 4,9%	158 42,8%	24 6,5%	22 6,0%	5 1,4%	369 100,0%	

2019 Türkiye sosyal medya kullanım oranlarına bakıldığında facebook ve instagram kullanan bireylerin genellikle 18-34 yaş arası grup olduğu, twitter kullanan bireylerin genellikle 25-34 yaş grup olduğu görülmektedir.²⁰⁴ Araştırma evremizde ise

²⁰³We Are Social, Digital in 2019 Turkey.

²⁰⁴We Are Social, Digital in 2019 Turkey.

facebook ve twitter kullanan bireylerin çoğunlukla 36-45 yaş grup, instagram kullanan bireylerin çoğunlukla 16-25 yaş arası grup, youtube kullanan bireylerin çoğunlukla 6-15 yaş arası grup, Whatsapp kullanan bireylerin çoğunlukla 26-35 yaş arası grup olduğu görülmektedir. Instagram kullanan bireylerin daha çok yetişkinlerin tercih etmeye başladığı facebook ve twitter kullanan gruba göre daha genç bireylerden oluşarak yaş ilerledikçe kullanım oranının düştüğü görülmektedir. Gençler daha çok günlük hayatın aktif olduğu, popülerliğin ve takipçi sayısının önemsendiği instagramı tercih ederken, yetişkinler toplumsal ve siyasi kulislerin, paylaşımların yoğun olarak yapıldığı Twitter ve Facebook'u tercih etmektedir.

Tablo 21: Sosyal Medyayı Takip Etme Aracı

	N	%
Akıllı telefon	54	14,3
Bilgisayar	301	79,8
Total	22	5,8
	377	100,0

Katılımcıların % 79,8'i akıllı telefon üzerinden sosyal medya kullanırken, % 5,8'i bilgisayardan sosyal medyayı takip etmektedir. Önceki tablolarda da belirttiğimiz gibi iletişim teknolojilerinin gelişmesi, özellikle akıllı telefonların yaygınlaşması sosyal medya kullanımını artırmaktadır. Kullanımının kolaylığı ve hızlı bir şekilde yayılması nedeniyle akıllı telefonlar günümüzde her kesimden insan tarafından rahatça kullanılmaktadır. Bu sebeple araştırmamıza katılan her 5 insandan 4'ü sosyal medyayı akıllı telefon üzerinden kullanmayı tercih etmektedir.

Tablo 22: Evde İnternet Bağlantısı Bulunma Durumu ile Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki

		Sosyal medya kullanıyor musunuz?		Total
		Evet	Hayır	
Evinizde internet bağlantısı var mı?	Evet	151 40,1%	23 6,1%	174 46,2%
	Hayır	158 41,9%	45 11,9%	203 53,8%
Total		309 82,0%	68 18,0%	377 100,0%

Katılımcıların % 53,8'inin evinde internet bağlantısı bulunmadığı halde % 82'si sosyal medya kullanmaktadır. Buna bağlı olarak diyebiliriz ki sosyal medya yalnızca evdeki internet bağlantısına bağlı olarak kullanılmak yerine farklı mekânlarda veya mobil internet sayesinde akıllı telefonda yararlanılarak da kullanılabilir. Yani evde internet bağlantısının bulunmamasının sosyal medya kullanımını engelleyen bir unsur olmadığı görülmektedir.

Tablo 23: Sosyal Medyayı En Fazla Kullanan Aile Bireyleri

	N	%
Anne	35	9,3
Baba	26	6,9
Anne ve baba	28	7,4
Çocuklar	70	18,6
Hepsi	163	43,2
Total	55	14,6
	377	100,0

“Her yaş grubundan birey sosyal medya kullanır.” Hipotezinin bu tabloda doğrulandığını ve ortaya çıktığı ilk yıllarda, ilgi alanları zamanla farklılaşan genç nesil tarafından daha fazla tercih edilen sosyal medyanın zamanla aile içinde hemen hemen her bireyin katıldığı bir platform haline geldiğini söyleyebiliriz. Tabloyu incelediğimizde katılımcıların yaşadıkları aile içinde en fazla sosyal medya kullanıcılarının % 43,2 oranla çocuklar olduğunu, ikinci sırada % 18,6 oranla anne ve babanın eşit, üçüncü sırada %14,6 oranla hepsinin eşit, dördüncü sırada % 7,4 oranla yalnızca babanın, beşinci sırada ise % 6,9 oranla yalnızca annenin sosyal medya

kullanıcısı olduğunu görmekteyiz. Çocuklar anne babalarına göre yeniliklere daha kolay uyum sağlamaktadır.

2.3.4. Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Tablo 24: Sosyal Medya Kullanım Amacı

	N	%
Arkadaşlarla iletişim kurmak için	49	13,0
Fotoğraflara bakmak ve fotoğraf yüklemek için	82	21,8
Eğlenmek için	30	8,0
Boş zaman değerlendirmek için	74	19,6
Bilgi sahibi olmak için	63	16,7
İş ilanlarını takip etmek için	41	10,9
Güncel olayları ve haberleri takip etmek için	7	1,9
İndirim ve reklamlardan haberdar olmak için	26	6,9
İndirim ve reklamlardan haberdar olmak için	5	1,3
Total	377	100,0

Sosyal medya kullanan aile bireylerinin sosyal medya kullanım amaçlarının başında % 21,8 oranla arkadaş çevresiyle iletişim kurmak ve % 19,6 oranla bu ortamlarda eğlenmek istemeleri gelmektedir. Bu oranlar sosyal medyanın günümüzde en önemli iletişim ağlarından biri olma yolunda ilerlediği savını doğrulamaktadır. Kullanıcıların %16,7'si boş zaman değerlendirmek için, % 10,9'u herhangi bir konuda bilgi sahibi olmak için, % 8'i paylaşılan fotoğraflara bakmak ve kendi fotoğraflarını arkadaş çevresiyle paylaşmak için , % 6,9'u güncel olayları ve haberleri takip etmek için, % 1,9'u iş ilanlarını takip etmek için, % 1,3'ü ise indirim ve reklamlardan haberdar olmak için sosyal medyayı tercih etmektedir. Bu verilerden elde edilen sonuca göre de sosyal medya zamanla yüz yüze ilişkilerin ve kütüphaneler aracılığıyla bilgiye ulaşma yönteminin, haberleri ve gündemi takip ettiğimiz gazeteler veya yaygın kullanılan diğer kitle iletişim araçlarının işlevlerini azaltmakta ve kendisi her alanda görev üstlenmeye başlamaktadır.

Tablo 25: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Amacı

	sosyal medyayı hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?									Total
	Cevapsız	arkadaşlarla iletişim kurmak için	fotoğraflara bakmak ve fotoğraf yüklemek için	eğlenmek için	boş zaman değerlendirmek için	bilgi sahibi olmak için	iş ilanlarını takip etmek için	güncel olayları ve haberleri takip etmek için	indirim ve reklamlardan haberdar olmak için	
Cinsiyet Kadın	34 16,3%	45 21,5%	15 7,2%	33 15,8%	41 19,6%	20 9,6%	2 1,0%	14 6,7%	5 2,4%	209 100,0%
Erkek	15 8,9%	37 22,0%	15 8,9%	41 24,4%	22 13,1%	21 12,5%	5 3,0%	12 7,1%	0 0,0%	168 100,0%
Total	49 13,0%	82 21,8%	30 8,0%	74 19,6%	63 16,7%	41 10,9%	7 1,9%	26 6,9%	5 1,3%	377 100,0%

İnsanların ekonomik, toplumsal, siyasal vb. alanlarda etkileşime geçmesine olanak sağlayan internet teknolojilerinin en önemli işlevlerinden biri bilginin serbest dolaşımını sağlamasıdır. Günümüzde artık insanlar açısından mesafenin önemi kalmamış, buldukları her ortamda her zaman dünyanın her yerindeki bilgiye kolayca ulaşabilecek duruma gelmişlerdir. İnsanlar interneti, yalnızca oyun oynamak için değil, iletişim kurmak, haberleşmek, güncel olayları takip etmek, ticaret yapmak gibi birçok amaçla kullanmaktadır.²⁰⁵ Cinsiyet açısından interneti kullanım amacına baktığımızda kadınların % 21,5'i ile erkeklerin % 22'sinin iletişim sağlamak, kadınların % 19,6'sı ile erkeklerin 13,1'nin boş zaman değerlendirmek, kadınların % 15,8'i ile erkeklerin % 24,4'ünün eğlenmek için, kadınların % 9,6'sı ile erkeklerin %12,5'inin bilgi sahibi olmak amacıyla sosyal medya kullandığı görülmektedir. Geriye kalan kadın ve erkeklerin ise genellikle fotoğraf yüklemek, haber takip etmek ve iş ilanlarını takip etmek amacıyla sosyal medya kullandığı anlaşılmaktadır. Kadınların ve erkeklerin sosyal medyayı kullanım amaçları arasında az da olsa oransal farklar görülmektedir. Özellikle bir kurum olarak bakıldığında boş zaman değerlendirme, sosyal medya aracılığıyla erkekler tarafından kadınlara oranla daha fazla tercih edilmektedir.

²⁰⁵ Veysel Bozkurt, Enformasyon Toplumu ve Türkiye, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2000, s. 31-37.

Tablo 26: Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanım Amaçları

	sosyal medyayı hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?										
	Cevapsız	Arkadaşlarla iletişim kurmak için	Fotoğraflara bakmak ve fotoğraf yüklemek için	Eğlenmek için	Boş zaman değerlendirmek için	Bilgi sahibi olmak için	İş ilanlarını takip etmek için	Güncel olayları ve haberleri takip etmek için	İndirim ve reklamlardan haberdar olmak için	Total	
Yaş	6-15	15 27,8%	11 20,4%	3 5,6%	19 35,2%	2 3,7%	4 7,4%	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	54 100,0%
	16-25	8 6,6%	26 21,3%	7 5,7%	29 23,8%	27 22,1%	17 13,9%	0 ,0%	7 5,7%	1 ,8%	122 100,0%
	26-35	9 7,6%	28 23,5%	12 10,1%	20 16,8%	18 15,1%	10 8,4%	6 5,0%	12 10,1%	4 3,4%	119 100,0%
	36-45	6 11,8%	10 19,6%	5 9,8%	5 9,8%	11 21,6%	9 17,6%	1 2,0%	4 7,8%	0 ,0%	51 100,0%
	46 ve üstü	10 43,5%	4 17,4%	3 13,0%	1 4,3%	3 13,0%	0 ,0%	0 ,0%	2 8,7%	0 ,0%	23 100,0%
Total		48 13,0%	79 21,4%	30 8,1%	74 20,1%	61 16,5%	40 10,8%	7 1,9%	25 6,8%	5 1,4%	369 100,0%

Ülkemizde ve dünyada kullanıcı sayısı sürekli artan sosyal medya olarak adlandırılan internet teknolojisi, iletişim kurmaktan haber takip etmeye, spordan siyasete, bilgi alışverişinden eğlenceye kadar her türlü amaç için kullanılması onun günümüzde çok önemli bir yer edindiğinin kanıtıdır.²⁰⁶ Yaşa göre sosyal medyayı kullanım amacını tabloya göre incelediğimizde; 6-15 yaş grubunun çoğunlukla eğlenmek için, 16-25 yaş grubunun çoğunlukla eğlenmek, boş zaman değerlendirmek ve iletişim kurmak için, 26-35 yaş grubunun çoğunlukla iletişim kurmak için, 36-45 yaş grubunun çoğunlukla boş zaman değerlendirmek ve bilgi sahibi olmak için, 46 ve üstü yaş grubunun çoğunlukla iletişim kurmak için sosyal medya kullandığı görülmektedir. Çocuklar ve gençler sanal ortamlarda da eğlence amaçlı yer alırken yaş ilerledikçe bireyler ilgi alanlarına göre toplumsal, siyasal, ekonomik, kültürel konularda bilgi edinmek için amacıyla sanal ortamları kullanmaktadır.

²⁰⁶ Z. Beril Akıncı Vural ve Mikail Bat, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, Journal Of Yaşar University, sayı: 20, 2010, s. 3372.

Tablo 27: Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Kullanım Amacı

	sosyal medyayı hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?									
	Cevapsız	Arkadaşlarla iletişim kurmak için	Fotoğraflara bakmak ve fotoğraf yüklemek için	Eğlenmek için	Boş zaman değerlendirmek için	Bilgi sahibi olmak için	İş ilanlarını takip etmek için	Güncel olayları ve haberleri takip etmek için	İndirim ve reklamlardan haberdar olmak için	Total
Medeni Durum										
Evli	25 13,1%	44 23,0%	20 10,5%	21 11,0%	40 20,9%	19 9,9%	5 2,6%	15 7,9%	2 1,0%	191 100,0%
Bekâr	20 11,4%	38 21,6%	8 4,5%	53 30,1%	23 13,1%	21 11,9%	0 0%	11 6,2%	2 1,1%	176 100,0%
Dul	4 40,0%	0 0%	2 20,0%	0 0%	0 0%	1 10,0%	2 20,0%	0 0%	1 10,0%	10 100,0%
Total	49 13,0%	82 21,8%	30 8,0%	74 19,6%	63 16,7%	41 10,9%	7 1,9%	26 6,9%	5 1,3%	377 100,0%

Sosyal medya kullanıcısı olan her birey, kendi ilgi alanına ve ihtiyaçlarına göre sosyal medya platformlarını çeşitli amaçlarla kullanmaktadır. Araştırmamıza katılan bireylerin medeni hallerine göre sosyal medya kullanım amaçlarına baktığımızda sosyal medyayı evli insanların çoğunlukla iletişim kurmak ve boş zaman değerlendirmek, bekâr insanların iletişim kurmak ve eğlenmek, dul insanların ise paylaşılan fotoğraflara bakmak ve iş ilanlarını takip etmek amacıyla kullandığını görmekteyiz.

2.3.5. Sosyal Medyanın Ailede Boşanmalara, Gelenek Ve Göreneklere, Aile İçi İletişime Etkisi

Tablo 28: Son Yıllarda Ülkemizde Hızla Artış Gösteren Boşanma Oranlarına Sosyal Medyanın Etkisi

	N	%
Cevapsız	2	0,5
Katılıyorum	256	67,9
Kısmen katılıyorum	94	24,9
Katılmıyorum	25	6,6
Total	377	100,0

Bu tabloda sosyal medyanın ailedeki boşanma sebeplerinden biri olduğunu görmekteyiz. Anketi cevaplayan katılımcıların % 67,9'luk büyük çoğunluğuna göre son

yıllarda ülkemizde hızla artış gösteren boşanma oranlarında sosyal medyanın etkisi bulunmaktadır. Katılımcıların % 24,9'u bu fikre kısmen katıldığını belirtirken, % 6,6'sına göre ülkemizdeki boşanma oranlarında sosyal medyanın etkisi bulunmamaktadır. Sosyal Medyanın aşırı ve yanlış kullanımı aile içinde ilgisizlik, iletişim kopukluğu, aldatma gibi problemler oluşturur ve zamanla toplumun temel yapı taşı olan aile kurumunun sarsılmasına sebep olur.

Tablo 29: Sahte Kimlik Oluşturulmasına Olanak Sağlayan Sosyal Medyanın Çocuklar ve Gençlerin Kimlik Gelişim Dönemlerini Olumsuz Etkilediği Düşüncesi

	N	%
Cevapsız	6	1,6
Katılıyorum	218	57,8
Kısmen katılıyorum	102	27,1
Katılmıyorum	51	13,5
Total	377	100,0

Sosyal paylaşım ağları bireylere bedenlerini arkada bırakarak oluşturdukları yeni kimlikler ve takma adlarla kendilerini rahatça ifade edebilecekleri, günlük hayatta yapamayacakları davranışları hiçbir sorumluluk almadan rahatlıkla sergileyebilecekleri esnek bir ortam sunmaktadır.²⁰⁷ Tabloyu ele aldığımızda ankete katılan bireylerin % 57,8'ine göre kendini olduğundan farklı göstererek sahte kimlik oluşturulmasına olanak sağlayan sosyal medya, çocukları ve gençleri kimlik gelişim dönemlerinde olumsuz etkilemekte, katılımcıların % 27,1'i bu düşünceye kısmen katılmakta, % 13,5'i bu düşünceye katılmamaktadır. Yani sosyal medya, olduğundan farklı ideal bir kimlik oluşturma imkânı sağlayarak aile içinde özgüvensiz olan bireyler için bir özgüven ortamı oluşturmaktadır. Fakat bireyi olduğundan farklı gösteren ve kişinin asıl özelliklerini gizlediği sosyal medya, aile içinde kendini rahatça ifade edemeyen çekingen çocuk ve gençleri kimlik gelişim dönemlerinde olumsuz etkilemektedir.

²⁰⁷ Duran Okur, s. 306.

Tablo 30: Sosyal Medyanın Türk Ailesindeki Gelenek, Görenek ve Değerlere Etkisi

	N	%
Cevapsız	3	0,8
Katılıyorum	208	55,2
Kısmen katılıyorum	122	32,4
Katılmıyorum	44	11,7
Total	377	100,0

Toplumsal kültürün önemli bir parçası olan gelenek ve görenekler nesilden nesile aktararak devam etmektedir. Fakat günümüzde gelenek ve görenekler modernleşmenin etkisiyle eski önemini yitirmeye başlamıştır. Araştırmamıza katılan bireylerin % 55,2'si sosyal medyanın Türk ailesindeki gelenek, görenek ve değerlerine etki ederek zamanla değiştirdiğini belirtirken, % 32,4 de bu fikre kısmen katıldığını ifade etmiştir. Katılımcıların %11,7'si sosyal medyanın Türk ailesindeki gelenek, görenek ve değerleri etkilemediğini belirtmiştir. Sosyal medya ağları, gençlere yeni bir kültürleşme ve sosyalleşme imkânı sunarak değişime yatkın olan genç neslin öğrendiği yeni kültürleri hızlıca empoze etmesine neden olmakta ve toplumsal değerlerin önemini gittikçe azaltmaktadır.

Tablo 31: Sosyal Medya Ailenin Eksik Yanının Tamamlayıcısı Olma Durumu

	N	%
Cevapsız	4	1,1
Katılıyorum	24	6,4
Kısmen katılıyorum	45	11,9
Katılmıyorum	304	80,6
Total	377	100,0

Ankete katılanların % 80,6'sı sosyal medyanın ailenin herhangi bir eksik yanını tamamlayamayacağını belirtmiştir. Katılımcıların % 6,4'ü sosyal medyanın, ailenin eksik yanının tamamlayıcısı olduğunu düşünürken, % 11,9'u bu fikre kısmen katılmaktadır. Bu veriler sosyal medyanın, ailenin eksik yanının tamamlayıcısı olmadığını, aksine aile içi ilgisizlik, iletişim kopuklukları gibi problemleri meydana getirerek aile yapısını sarsacağı düşüncesini ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 32: Sosyal Medyanın Ebeveynler ve Çocuk Arasındaki İletişimi Zayıflatma Üzerine Etkisi

	N	%
Cevapsız	5	1,3
Katılıyorum	235	62,3
Kısmen katılıyorum	63	16,7
Katılmıyorum	74	19,6
Total	377	100,0

İletişim ailede başlar ve sosyal çevrede devam eder. Günümüzde hemen her yaş grubunun katılmaya başladığı sosyal medya, bireylere yeni bir iletişim kanalı sunmuştur. Ancak sosyal platformlar üzerinde giderek aktifleşen aile bireyleri zamanının önemli bir kısmını bu platformlarda geçirmeye başladıkça ev içinde pasifleşmeye başlamıştır. Araştırmamıza katılarak anket sorularını yanıtlayan aile bireylerinin % 62,3'ü sosyal medyanın ebeveynler ve çocuk arasındaki iletişimi zayıflattığını düşünürken, katılımcıların % 16,7'si bu düşünceye kısmen katıldığını ifade etmiştir. Katılımcıların % 19,6'sı ise sosyal medyanın aile içindeki iletişimi zayıflatmadığını düşünmektedir. Ayrıca giderek artan sosyal medya bağımlılığı aile içindeki iletişimi zayıflatarak bireyi ailesine ve topluma yabancılaştırmaktadır.

Tablo 33: Sosyal Medyanın Ailede Yeni Bir İletişim Kanalı Olması

	N	%
Cevapsız	5	1,3
Katılıyorum	54	14,3
Kısmen katılıyorum	108	28,6
Katılmıyorum	210	55,7
Total	377	100,0

Katılımcıların % 55,7'sine göre sosyal medya, aile içinde yeni bir iletişim kanalı sağlamazken, % 43'e yakın katılımcıya göre sosyal medya, aile içinde kısmen veya tamamen yeni bir iletişim kanalıdır. Bu veriler sonucunda verilen cevapların yarısından fazlasına göre sosyal medya ailede yeni bir iletişim kanalı değildir. Ayrıca katılımcıların % 55'inden fazlasının sosyal medyanın aile içi iletişimde yeni bir kanal sağlamadığını

ve ebeveynler ile çocuklar arasındaki iletişimi zayıflattığını düşündüklerini görmekteyiz.

Tablo 34: Cinsiyet ile Sosyal Medyanın Ebeveynler ve Çocuklar Arasındaki İletişimi Zayıflattığı Düşüncesi Arasındaki İlişki

		"Sosyal medya ebeveynler ve çocuk arasındaki iletişimi zayıflatır."				Total
		Cevapsız	Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılmıyorum	
Cinsiyet	Kadın	2 1,0%	131 62,7%	36 17,2%	40 19,1%	209 100,0%
	Erkek	3 1,8%	104 61,9%	27 16,1%	34 20,2%	168 100,0%
Total		5 1,3%	235 62,3%	63 16,7%	74 19,6%	377 100,0%

İletişimin daha çok kelimeler ve semboller aracılığıyla gerçekleştiği sosyal medya, insanlar arası iletişimi hızlandırma yönüyle sanal ilişkileri geliştirmektedir. Ancak sanal âlemde iletişim ihtiyaçlarını karşılayan aile bireyleri hane içinde kendi aileleriyle konuşmak istememektedir.²⁰⁸ Tabloya göre kadınların toplam % 79,9'u ile buna çok yakın oranla erkeklerin % 78'i sosyal medyanın ebeveynler ve çocuk arasındaki iletişimi azalttığı görüşündedir. İletişimi ilk olarak ailede öğrenen aile bireylerinin her birinin kendi köşesine çekilerek sosyal platformlarda vakit geçirmesi onların fiziksel olarak ailesiyle aynı ortamda olmasına fakat duygusal ve iletişimsel anlamda daha az birlikte vakit geçirmesine sebep olmaktadır.

²⁰⁸ Mustafa Yalçın ve Melis Yalçın, "Sosyal Medya Kullanımı Ve Aile İçi İletişim İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 57, 2018, s.739-743.

Tablo 35: Cinsiyete Göre Sosyal Medyanın Türk Gelenek, Görenek ve Değerlerine Etkisi

		Sosyal medya, Türk ailesindeki gelenek, görenek ve değerleri zamanla değiştirir.				Total
		Cevapsız	Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılmıyorum	
Cinsiyet	Kadın	1 ,5%	112 53,6%	72 34,4%	24 11,5%	209 100,0%
	Erkek	2 1,2%	96 57,1%	50 29,8%	20 11,9%	168 100,0%
Total		3 ,8%	208 55,2%	122 32,4%	44 11,7%	377 100,0%

Sembolik etkileşim kuramına göre tüm dünyadaki geleneksel toplumlarda evlilik bir kere kurulduktan sonra ömür boyu sürdürülürdü ve boşanmalar pek onaylanmazdı. Fakat zamanla geleneksel birçok değerlerde farklılaşmalar oluşmaya başlamış; aile içindeki aşk, evlilik, eş, çocuk, ebeveynlik vb. aileye özgü semboller de zamanla anlam yönünden değişmeye başlamıştır.²⁰⁹ Toplumsal, ekonomik, teknolojik gelişmelerden etkilenen aile günümüzde sosyal medya teknolojilerinden de etkilenmiştir. Bireylerin sosyal medyada gördüğü ideal evlilik, eş, çocuk profilleri ve davranışlarıyla birlikte daha önceki aileye ait semboller değişmiş, aile içinde gelenek, görenek ve değerler de bundan etkilenmiştir. Tabloya göre kadınların % 88'i erkeklerin % 86,9'u sosyal medyanın Türk ailesindeki gelenek, görenek ve değerleri zamanla değiştirdiği görüşüne katılmaktadır.

²⁰⁹ Kasapoğlu, s. 5.

Tablo 36: Yaş ile Sosyal Medyanın Aile İçinde Yeni Bir İletişim Kanalı Olduğu Düşüncesi Arasındaki İlişki

		"sosyal medya, aile içinde yeni bir iletişim kanalı sağlar."				Total
		Cevapsız	Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılmıyorum	
Yaş	6-15	3 5,6%	12 22,2%	9 16,7%	30 55,6%	54 100,0%
	16-25	0 ,0%	23 18,9%	43 35,2%	56 45,9%	122 100,0%
	26-35	0 ,0%	8 6,7%	36 30,3%	75 63,0%	119 100,0%
	36-45	2 3,9%	9 17,6%	16 31,4%	24 47,1%	51 100,0%
	46 ve üstü	0 ,0%	2 8,7%	2 8,7%	19 82,6%	23 100,0%
Total		5 1,4%	54 14,6%	106 28,7%	204 55,3%	369 100,0%

İnternet aracılığıyla oluşan yeni sanal dünya, aile bireylerine ve özellikle gençlere yeni ve işlek iletişim yolları sunmaktadır. Çocuklar ve gençler sanal ortamlarda ebeveynlerin hayal bile edemeyeceği kadar geniş kültürel uyarıcıyla karşı karşıya kalmaktadır. Karşılaşılan yeni ortamlar ve ilişkiler genç kuşakların, anne-baba ve diğer yetişkinlerle ilişkilerinde ve değerlerinde değişmelere neden olmaktadır. İlgileri sanal iletişim ortamlarına kayan genç kuşakların aile içi ilişkileri azalırken anne-baba ve çocuklar arasında mesafeler oluşmaktadır.²¹⁰ Farklı yaş gruplarındaki bireylerin sosyal medyanın aile içi iletişimde yeni bir kanal oluşturma fikrine bakış açılarını incelediğimizde şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Tüm yaş gruplarının çoğunluğu sosyal medyanın aile içinde yeni bir iletişim kanalı oluşturduğu fikrine katılmazken, 6-15 yaş grubunun % 22,2'si, 16-25 yaş grubunun % 18,9'u, 26-35 yaş grubunun % 6,7'si, 36-45 yaş grubunun % 17,6'sı, 46 yaş ve üstü grubun % 8,7'si sosyal medyanın aile içinde yeni bir iletişim kanalı oluşturduğu fikrine katılmaktadır. Sosyal medyayı en aktif kullanan çocuklar ve gençler, sanal iletişim ortamları sunan sosyal medyanın aile içinde de yeni bir iletişim kanalı oluşturduğunu düşünmektedir.

²¹⁰ Doğan, s.187-188.

Tablo 37: Medeni Hal ile Sosyal Medyanın Boşanma Oranlarını Artırdığı Düşüncesi Arasındaki İlişki

	"Son yıllarda ülkemizde hızla artış gösteren boşanma oranlarında sosyal medyanın etkisi vardır."				Total
	Cevapsız	Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılmıyorum	
Medeni hal Evli	1 ,5%	134 70,2%	44 23,0%	12 6,3%	191 100,0%
Bekâr	1 ,6%	115 65,3%	50 28,4%	10 5,7%	176 100,0%
Dul	0 ,0%	7 70,0%	0 ,0%	3 30,0%	10 100,0%
Total	2 ,5%	256 67,9%	94 24,9%	25 6,6%	377 100,0%

Bireylerin yüz yüze gerçek ilişkilerinden daha fazla zaman harcadığı sanal ilişkiler son yıllarda boşanma vakalarında etkili olan bir durum haline gelmiştir. Eşler daha önceleri spora gitmek, seyahat etmek, yemeğe çıkmak gibi boş zamanlarını birlikte geçirdiği etkinlikleri yavaş yavaş reddetmeye başlayarak boş zamanlarını sanal arkadaşlarıyla sanal ortamlarda geçirmeyi tercih etmektedir.²¹¹ Tabloya göre evli bireylerin % 93,2'si, bekâr bireylerin % 93,7'si ve dul bireylerin % 70'i son yıllarda ülkemizde hızla artış gösteren boşanma oranlarında sosyal medyanın etkisinin olduğu görüşündedir. Günlük hayatın yoğunluğu veya farklı sebeplerle eşlerinden yeterli ilgi göremeyen bireyler ilgiyi sanal ortamlarda tanıştığı kişilerde aramaktadır. Bu durum eşler arasındaki ilişkiyi daha da zedeleyerek boşanmalara sebep oluşturmaktadır. Aileyi toplumu meydana getiren parçalardan biri, bireyleri de bu parçanın alt sistemleri olarak gören yapısal işlevsel kuram açısından baktığımızda bu alt sistemlerden herhangi birinde meydana gelebilecek bir problem aileyi de sarsacak böylece toplumsal yapıda da çatlardamalar oluşacaktır.

²¹¹ Ögel, s. 95.

2.3.6. Sosyal Medyanın Sosyalleşmeye Etkisi

Tablo 38: Sosyal Medyanın Sosyalleşmeye Etkisi

	N	%
Cevapsız	5	1,3
Katılıyorum	93	24,7
Kısmen katılıyorum	147	39,0
Katılmıyorum	132	35,0
Total	377	100,0

Dünyanın her yerinde aile, anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan sosyal bir birim olarak hayati fonksiyonları yerine getirir. Ailenin temel sosyal sistemi içinde fertler geleneksel inançları, rol ve hareketleri, kültür ve sosyalleşmeyi öğrenerek toplum hayatına başlar.²¹² Ailede başlayan sosyalleşme süreci okul, arkadaş, öğretmen, akraba çevresinde devam eder. Günümüzde hızla gelişen sosyal medya ağlarıyla birlikte sanal ortamlarda görülen karakterlerin rol model alınmasıyla sosyalleşme sanal bir boyuta ulaşmıştır. Sosyal medyanın aile bireylerine yeni bir sosyalleşme ortamı sağladığı düşüncesine katılımcıların % 24,7'si katıldığını ve sosyal medyanın bireyi sosyalleştirdiğini belirtirken, % 39'u bu fikre kısmen de olsa katıldığını, % 35'i ise sosyal medyanın sosyalleşmeyi etkilemediğini ifade etmiştir. Sosyal medyanın sunduğu imkânlarla bireyler üzerinde olumlu veya olumsuz çeşitli etkileri bulunmaktadır. Aile baskısı, arkadaş baskısı, okul baskısı, çevre baskısı ya da fiziksel özellikler ve eksiklikler gibi çeşitli dış etkenler nedeniyle içine kapanık, kendini ifade etmekte güçlük çeken, özgüven eksikliği olan bireylere kimliğini göstermeden yalnızca yazarak kendini ifade edebilme imkânı sunan sosyal medya, bu bireylerin zamanla sosyalleşmesine destek sağlayarak olumlu işlevini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak verilen cevapların çoğunluğuna bakıldığında sosyal medyanın sosyalleştirdiği fikrine aile bireyleri kısmen de olsa katılmaktadır.

²¹² Nirun, s. 56-57.

Tablo 39: Yaş ile Sosyal Medyanın Sosyalleşmeye Etkisi Düşüncesi Arasındaki İlişki

		"Sosyal medya sosyalleşmeyi sağlar."				Total
		Cevapsız	Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılmıyorum	
yaş	6-15	2 3,7%	12 22,2%	19 35,2%	21 38,9%	54 100,0%
	16-25	1 ,8%	42 34,4%	49 40,2%	30 24,6%	122 100,0%
	26-35	0 ,0%	22 18,5%	55 46,2%	42 35,3%	119 100,0%
	36-45	2 3,9%	10 19,6%	21 41,2%	18 35,3%	51 100,0%
	46 ve üstü	0 ,0%	5 21,7%	1 4,3%	17 73,9%	23 100,0%
	Total	5 1,4%	91 24,7%	145 39,3%	128 34,7%	369 100,0%

Bireyin toplumla olan bağlarının kurulabilmesi için gerekli olan davranışları ilk öğrendiği kurum olan aile, bireyin sosyalleşmesinde önemli bir yere sahiptir. Birey gerekli öğretileri aile içinde edinerek bunu çevresinin genişletmek ve toplum içinde bir yer edinmek için kullanmaktadır.²¹³ Ailede başlayan sosyalleşme toplumun diğer kurumlarında devam etmektedir. Son yıllarda özellikle sosyal medya teknolojilerinin gelişmesiyle yeni bir sosyalleşme ortamı olan sosyal medya ağları ortaya çıkmıştır. İnternet sayesinde gençlerin sosyalleşme ortamı genişlemekte ve gençler artık dünyanın çok farklı yerlerindeki insanlarla rahatça iletişim kurabilmektedir. Sosyal paylaşım ağları sanal ortamda toplumsal ilişkilerin artmasını sağlarken bu ilişkiler daha çok yüzeysel ve arkadaşlıklar tek tıkla takipten çıkarılabilecek kadar zayıftır.²¹⁴ Araştırmamıza katılan bireylerin yaş gruplarına göre sosyal medyanın sosyalleşmeye etkisine yönelik düşüncesini incelediğimizde farklı sonuçlarla karşılaşmaktayız. Araştırmamızdaki 6-15 yaş arasındaki çocuk bireylerin % 57,4'ü, 16-25 yaş arasındaki ergenliğe yeni girmiş veya genç bireylerin % 74,6'sı, 26-35 yaş arasındaki genç yetişkin bireylerin % 64,7'si, 36-45 yaş arası yetişkin bireylerin % 60,8'i, 46 yaş ve üstü bireylerin % 26'sı sosyal medyanın sosyalleştirdiği fikrine tam veya kısmen katılmaktadır. Genç bireyler sosyal medyanın bireyleri sosyalleştirdiğini daha fazla oranla kabul ederken bu oran yaş ilerledikçe düşmektedir. Yaşa göre aileye atfedilen

²¹³ Karakoç ve Taydaş, s. 212.

²¹⁴ Duran Okur, s. 302-303.

değerler değiştiği için yaş ilerledikçe toplumsal ve teknolojik değişime direncin daha fazla olduğunu bu tabloda da görmekteyiz.

Tablo 40: Eğitim Durumu ile Sosyal Medyanın Sosyalleşmeyi Sağladığı Düşüncesi Arasındaki İlişki

	"Sosyal medya sosyalleşmeyi sağlar."				Total
	Cevapsız	Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılmıyorum	
Eğitim durumunuz? Cevapsız	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	1 100,0%	1 100,0%
Okuryazar değil	0 ,0%	2 40,0%	0 ,0%	3 60,0%	5 100,0%
Önlisans eğitime devam ediyor	0 ,0%	3 37,5%	3 37,5%	2 25,0%	8 100,0%
Lisans eğitime devam ediyor	0 ,0%	7 35,0%	7 35,0%	6 30,0%	20 100,0%
Yüksek lisans eğitime devam ediyor	0 ,0%	2 28,6%	3 42,9%	2 28,6%	7 100,0%
Okuryazar	0 ,0%	2 25,0%	3 37,5%	3 37,5%	8 100,0%
İlkokul mezunu	2 2,5%	16 19,8%	23 28,4%	40 49,4%	81 100,0%
Ortaokul mezunu	0 ,0%	14 21,2%	33 50,0%	19 28,8%	66 100,0%
Lise mezunu	1 1,5%	22 32,4%	31 45,6%	14 20,6%	68 100,0%
Önlisans mezunu	0 ,0%	2 22,2%	4 44,4%	3 33,3%	9 100,0%
Lisans mezunu	0 ,0%	4 12,9%	14 45,2%	13 41,9%	31 100,0%
Ortaokul mezunu	1 2,1%	11 23,4%	15 31,9%	20 42,6%	47 100,0%
Liseye devam ediyor	1 3,8%	8 30,8%	11 42,3%	6 23,1%	26 100,0%
Total	5 1,3%	93 24,7%	147 39,0%	132 35,0%	377 100,0%

Doğası gereği sosyal bir varlık olan insan toplum içinde doğar, büyür ve gelişir. Yeni doğan bir çocuk içinde yaşadığı topluma uyum sağlayabilmek için o toplumun, değerlerini, inançlarını, kurallarını, alışkanlıklarını öğrenir. Bunun için toplumdaki kişilerle ve gruplarla etkileşimde bulunur. Böylece sosyal bir varlık olan insan için sosyalleşme ömür boyu evde, okulda, işte devam eder. Özellikle günümüzde kitle iletişim araçları da sosyalleşmede önemli bir fonksiyona sahip olmuştur. İnsanlar eş

dost ile buluşmak yerine sanal ortamlarda chat yapmayı, iletişim kurmayı tercih etmektedir.²¹⁵ Tabloya göre okuryazar olmayan bireylerin % 40'ı, okur yazar olanların % 25'i, ilkokul mezunu olanların % 19,8'i, ortaokul mezunu veya ortaokula devam edenlerin ortalama % 22,3'ü, lise mezunu veya liseye devam edenlerin ortalama % 31,6'sı, önlisans mezunu veya ön lisansa devam edenlerin ortalama % 30'unun, lisans eğitimine devam edenlerin % 35'inin yüksek lisansa devam edenlerin % 28'inin sosyal medyanın sosyalleştirdiği fikrine katıldığını görmekteyiz. Eğitim seviyesi lise ve üniversite düzeyinde olan bireylerin sosyal medyayı bir sosyalleştirme aracı olarak görebilen toplumsal ve teknolojik yeniliklere daha açık olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 41: Medeni Hal ile Sosyal Medyada Yabancı İnsanlarla Tanışma Durumu Arasındaki İlişki

	Sosyal medya aracılığıyla yabancı insanlarla tanışıp görüşüyor musunuz?				Total
	Cevapsız	Her zaman	Bazen	Hiçbir zaman	
Medeni Evli hal	19 9,9%	2 1,0%	8 4,2%	162 84,8%	191 100,0%
Bekâr	15 8,5%	6 3,4%	35 19,9%	120 68,2%	176 100,0%
Dul	2 20,0%	0 ,0%	0 ,0%	8 80,0%	10 100,0%
Total	36 9,5%	8 2,1%	43 11,4%	290 76,9%	377 100,0%

Sosyal paylaşım ağlarında bireylerin takip ettiği ya da arkadaş olarak eklediği herkes gerçek hayatta arkadaşları değildir. İnsanlar sevdiği, tanıdığı, tanımak istediği, sevmediği ama hayatını gözetlemek istediği kişileri hatta hiç tanımasalar da takipçi sayısını artırmak için yabancı kişileri arkadaş olarak ekleyebilmektedir. Fakat bu durumda gerçek anlamdaki arkadaşlık kavramının içi boşalmaktadır.²¹⁶ Araştırmamıza katılan bireylerin medeni hallerine göre sanal arkadaşlıklar kurma durumunu incelediğimizde toplam cevaplanma sayısına göre oranı az da olsa bekâr bireylerin evli bireylere göre daha fazla sanal arkadaşlıklar edindiğini görmekteyiz. Bekârların evlilere göre hane içi sorumluluklarının daha az olması onların sosyal ağlarda daha aktif olmasına sebep olmaktadır. Sanal ortamda tanışılan ve eklenen kişilerle sanal iletişim ve ilişki kurulsa da bu arkadaşlıklar yüzeysel olmakta, gerçek hayatta yüz yüze ilişkilerde sürdürülememektedir.

²¹⁵ Ögel, s. 90-91.

²¹⁶ Okur, s. 304.

2.3.7. Sosyal Medya Bağımlılığı

Tablo 42: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığı

		"sosyal medyanın olmadığı bir hayat düşünemiyorum."				Total
		Cevapsız	Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılmıyorum	
Cinsiyet	Kadın	4 1,9%	22 10,5%	51 24,4%	132 63,2%	209 100,0%
	Erkek	2 1,2%	22 13,1%	20 11,9%	124 73,8%	168 100,0%
Total		6 1,6%	44 11,7%	71 18,8%	256 67,9%	377 100,0%

Her yıl kullanıcı sayısının yüzde 200 arttığı belirtilen internet son dönemlerde olağan hızla yayılmaya başlamıştır. İnternet çok kısa bir süre içinde ticaret, ekonomi, siyaset, spor, cinsellik vb. her alanda olağan üstü düzeyde gelişme göstermiş ve çağımızda "internetmania" denilen salgın neredeyse tüm dünyayı sarmıştır.²¹⁷ İnternet tabanlı ortaya çıkan sosyal medya ağlarının da gün geçtikçe kullanıcı sayısı artmakta ve sosyal medya bağımlılığı ortaya çıkmaktadır. Cinsiyet açısından sosyal medya bağımlılığını tabloya göre incelediğimizde kadınların % 10,5'i ve erkeklerin % 13,1'i sosyal medyasız bir hayat bile düşünemediğini belirterek bağımlılığın ileri derecede olduğunu göstermektedir. Kadınların % 24,4'ü ve erkeklerin %11,9'u sosyal medyasız bir hayatın olamayacağı düşüncesine kısmen katılırken bağımlılığın ileri boyutta olmadığını belirtmiştir. Kadınların % 63,2'si ve erkeklerin %73,8'i ise bu görüşe katılmayarak sosyal medya bağımlısı olmadığını göstermiştir. Sosyal medyasız hayat düşünemeyen bağımlı kadın ve erkek oranlarına baktığımızda erkeklerin kadınlara göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğunu görmekteyiz. Ancak bu fikre kısmen de olsa katılan kadın oranının erkeklerden fazla olması kısmen bir bağımlılık işaretidir. Buradan kadınların ve erkeklerin teknolojik gelişmeler karşısında birbirine benzer davranışlar gösterdiğini söyleyebiliriz.

²¹⁷ Bozkurt, s. 31.

Tablo 43: Yaşa Göre Sosyal Medya Bağımlılığı

	"Sosyal medyanın olmadığı bir hayat düşünemiyorum."				Total
	Cevapsız	Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılmıyorum	
Yaş 6-15	2 3,7%	13 24,1%	12 22,2%	27 50,0%	54 100,0%
16-25	1 ,8%	16 13,1%	28 23,0%	77 63,1%	122 100,0%
26-35	1 ,8%	13 10,9%	18 15,1%	87 73,1%	119 100,0%
36-45	2 3,9%	2 3,9%	9 17,6%	38 74,5%	51 100,0%
46 ve üstü	0 ,0%	0 ,0%	1 4,3%	22 95,7%	23 100,0%
Total	6 1,6%	44 11,9%	68 18,4%	251 68,0%	369 100,0%

“Yaş ilerledikçe sosyal medya bağımlılığı azalır.” Hipotezi bu tabloda ispatlanmaktadır. Sosyal medyayı hayatlarında önemli bir yere koyarak onsuz bir hayat düşünemeyen grupların oranları sırasıyla şöyledir: 6-15 yaş grubunun % 24,1’i, 6-25 yaş grubunun % 13,1’i, 26-35 yaş grubunun % 10,9’unun, 36-45 yaş grubunun % 3,9’unun, 46 yaş ve üstü grubun % 0’ının sosyal medya bağımlısı olduğunu görmekteyiz. Elde ettiğimiz veriler hâlihazırda sosyal medya bağımlısı olan birey sayısının toplam birey sayısına oranla az olduğunu gösterse de toplumumuzda yeni bir bağımlılık türünün ortaya çıktığı ve gün geçtikçe bağımlı sayısının artacağı yadsınamaz bir gerçektir. Modern çağın ailesinde her aile bireyi evde, okulda, işte kendi sorumluluklarını yerine getirmeye çalışırken ev içinde birlikte geçirdikleri zaman kısıtlanmıştır ve aile içindeki birinci ilişkiler azalmaya başlamıştır. Ailesiyle yeterince vakit geçiremeyen özellikle çocuklar ve gençler ilgiyi sosyal medya gibi farklı alanlarda bulduğu için sosyal medya bağımlılığı her geçen gün artmaktadır.

Tablo 44: Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Bağımlılığı

		"Sosyal medyanın olmadığı bir hayat düşünemiyorum."				Total
		Cevapsız	Katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılmıyorum	
Medeni hal	Evli	1 ,5%	17 8,9%	35 18,3%	138 72,3%	191 100,0%
	Bekâr	4 2,3%	26 14,8%	34 19,3%	112 63,6%	176 100,0%
	Dul	1 10,0%	1 10,0%	2 20,0%	6 60,0%	10 100,0%
Total		6 1,6%	44 11,7%	71 18,8%	256 67,9%	377 100,0%

İçinde bulunduğumuz çağda en önemli bağımlılıklardan biri internet bağımlılığıdır. İnternet bağımlılığının saptanabilmesi için yalnızca internet başında geçirilen süreye bakmak yeterli değil, bunu anlamak için internetin hangi amaçlarla kullanıldığı, bu amaçların doğurduğu olumlu ve olumsuz sonuçlar da önemlidir. İnterneti kullanımı bilgi edinme, haberleşme, eğitim gibi olumlu amaçlara hizmet ettiği gibi oyun oynama, uygunsuz sohbetlere katılma, kumar gibi olumsuz amaçlar için de kullanılabilir. İnternetsiz bir hayat düşünememe, internet yüzünden uykusuz kalma, internete bağlanacağı zamanı iple çekme gibi özellikler de internet bağımlılığının işaretlerindedir.²¹⁸ Sosyal medya bağımlılığı da bir internet bağımlılığı şeklindedir. Tabloya göre evli, bekâr ve dul insanların çoğunluğunun sosyal medya bağımlısı olmadığı anlaşılırken, sosyal medyasız bir hayat düşünemeyen bireylerin çoğunluğu bekâr bireylerden oluşmaktadır. Buradan bekâr bireylerin evlilere göre daha fazla sosyal medyada vakit geçirerek günlük hayattaki yüz yüze ilişkiler yerine sanal iletişimi tercih ettiğini söyleyebiliriz.

²¹⁸ Ögel, s. 101-103.

Tablo 45: Yaşa Göre Sosyal Medya ile İlgili Gelişmeleri ve Güncellemeleri Takip Etme Durumu

		Sosyal medya ile ilgili gelişmeleri ve güncellemeleri sürekli takip eder misiniz?				Total
		Cevapsız	Evet	Bazen	Hayır	
Yaş	6-15	8 14,8%	18 33,3%	13 24,1%	15 27,8%	54 100,0%
	16-25	6 4,9%	43 35,2%	47 38,5%	26 21,3%	122 100,0%
	26-35	6 5,0%	24 20,2%	51 42,9%	38 31,9%	119 100,0%
	36-45	3 5,9%	5 9,8%	26 51,0%	17 33,3%	51 100,0%
	46 ve üstü	3 13,0%	2 8,7%	4 17,4%	14 60,9%	23 100,0%
	Total	26 7,0%	92 24,9%	141 38,2%	110 29,8%	369 100,0%

Sosyal ağlar günümüzde özellikle genç nesil tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Bunun en önemli sebebi ise genç neslin yeniliklere açık olma özelliğindedir.²¹⁹ Tabloya göre sosyal medya ile ilgili gelişmeleri ve güncellemeleri en fazla takip eden yaş grupları sırasıyla 16-25 yaş arası genç bireyler, 6-15 yaş arası çocuk bireyler, 26-35 yaş arası genç yetişkin bireyler, 36-45 yaş arası yetişkin bireyler ve 46 yaş ve üstü bireyler şeklindedir. Önceki tablolarda gördüğümüz gibi sosyal medyayı diğer yaş gruplarına oranla daha fazla kullanan çocuklar ve gençler bu alanla ilgili gelişmeleri de diğer yaş gruplarına oranla daha fazla takip etmektedir. Yine yaş ilerledikçe sanal âlemdeki gelişimleri takip düzeyi düşmekte iken ileri yaşlardaki bireylerin gençler kadar değişim ve gelişimlere açık olmadığını söyleyebiliriz.

²¹⁹ Duran Okur, s. 318.

SONUÇ

Aile, genellikle evlilik ve kan bağıyla oluşan, aynı hane içerisinde ortak amaçları ve hedefleri bulunan insanların oluşturduğu, cinsel ilişkileri düzenleyen, üyelerinin temel ihtiyaçlarını karşılarken biyolojik, toplumsal, kültürel ve psikososyal gelişimini sağlayan, ebeveynler ve çocuk arasında karşılıklı rollerin, sorumlukların ve sıcak ilişkilerin bulunduğu, bireyin sosyalleşmeye ilk defa başladığı, toplumun ve insan soyunun devamlılığını sağlayan bir kurumdur.

Toplumsal, kültürel, ekonomik, siyasal, coğrafi vb. her türlü özellikten etkilenen aile kurumu içinde yaşadığı topluma göre şekil almaktadır. Bu sebeple geçmişten günümüze kadar büyüklüğü, eş sayısı, evlilik bağları, güç ilişkileri, fonksiyonları, ikamet yeri gibi faktörlere bağlı olarak çok çeşitli aile biçimleri oluşmuştur. Ancak günümüzde ülkemizde de en yaygın görülen aile tipi anne, baba ve çocuklardan oluşan çekirdek aile tipidir ve evlilikler genellikle tek eşlidir.

Yaptığımız saha araştırmasından hareketle öncelikli olarak şunu söylemek gerekir ki görüşülen ailelerin birçoğu eskiden olduğu gibi “aile” kurumuna çok önem vermektedir. Tablolardan çıkan sonuçlar doğrultusunda aile fertlerine göre toplumun temel yapı taşı olan aile, birlik ve beraberliğin, sevgi, saygı, bağlılık ve güven duygusu içinde yaşamanın, huzurun ve mutluluğun yeridir. Bunun yanı sıra aile, toplumun en önemli kurumlarından biri olarak hem diğer kurumlardan etkilenen hem de diğer kurumları etkileyendir. Bu sebeple toplumda meydana gelen toplumsal, ekonomik, kültürel, siyasal her türlü değişiklikten etkilenerek zamanla gelişen ve dönüşen bir yapıya sahiptir.

Aile kurumunu oluşturan en küçük parçalar olarak aile bireyleri zamanla oluşan değişimlerden en fazla etkilenenlerdir. Önceleri bireyler arasındaki iletişim genellikle yüz yüze ve ilişkiler birincil iken zamanla çeşitli iletişim araçlarının gelişmesi ile ailedeki iletişim şekilleri de değişmiş ve ilişkiler daha yüzeysel hale gelmiştir. Görüşme yapılan aile fertlerinden edinilen bilgiler doğrultusunda toplumda meydana gelen her türlü değişim ve gelişimden etkilenen günümüz ailelerinin en önemli problemleri

ekonomik sıkıntılar, iletişim eksikliği ve özellikle 2000’li yıllarda ortaya çıkarak zamanla her kesimden insanın kullandığı sosyal medyanın aşırı ve yanlış kullanımınıdır.

Günümüze kadar gelen iletişim araçları içinde en hızlı şekilde gelişerek hayatımızda önemli bir yer edinen telefon ve internet araçları sayesinde iletişim en kolay halini almıştır. Öyle ki önceleri dünyanın veya yaşanılan şehrin farklı bölgelerinde yaşamlarını sürdüren insanların yalnızca zorunlu olduğu vakitlerde iletişim sağlayabildiği ortamlardan günümüzde sosyal medya ve akıllı telefon teknolojilerinin aşırı derecede geliştiği ortamlara geçişle insanlar için iletişim artık keyfi olarak gerçekleştirilmeye başlamıştır. Bu teknolojiler ve sanal ilişkilerin hâkim olduğu sosyal medya, yalnızca iletişim sağlama özelliği ile değil, insanlara boş vakit geçirme, eğlenme; haber, spor, magazin, dizi, yarışma gibi programları takip etme, birbirlerinin hayatlarını takip etme, bilgi ve haber kaynağı olma imkânlarını sağlama özelliğiyle günümüzde her kesimden insan tarafından yoğun ilgi görmektedir. Araştırma evrenimizdeki çocuklar ve gençler sosyal medyayı genellikle eğlenmek, boş zaman geçirmek için kullanırken yetişkin bireyler genellikle yakınlarıyla iletişim kurmak veya ilgi duydukları alanlarda bilgi sahibi olmak amacıyla kullanmaktadır.

Yaptığımız araştırma neticesinde katılımcıların yaklaşık % 54’ünün evinde internet bağlantısı ve bilgisayar olmadığı halde bu insanların sosyal medya kullanıcısı olduğu gözlemlenmiştir. Bireyler evlerinde bilgisayar olmasa da akıllı telefonlardan veya internet kafeler aracılığıyla sosyal medyayı yakından takip etmektedir. Sosyal medya kullanmayan bireyler kendini toplumun dışında kalmış hissetmektedirler. Hatta bu sanal platformlar üzerinden aynı amaçlara ve hedeflere sahip insanlar çeşitli gruplar kurmakta bu gruplar aracılığıyla haberleşerek etkinlikler düzenlemektedir.

Başlarda genellikle genç aile bireyleri tarafından kullanılan sosyal medya, sunduğu imkânlar ve herkesin ilgi alanına hitap etme özelliği ile artık her yaştaki aile bireyi tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Yaptığımız araştırma neticesinde yaşa bağlı olarak sosyal medya kullanım sıklığının değiştiği ve yaş ilerledikçe sosyal medya kullanım sıklığının düştüğü görülmektedir. Her kuşaktan insanın kullandığı medya teknolojileri ile ilgili hem olumlu hem olumsuz görüşler bulunmaktadır. Araştırmamıza katılarak anketlerimizi yanıtlayan aile bireylerinin birçoğu sosyal medya

ve sanal iletişim kanallarının aile içi ilişkileri zedelediğini düşünürken bir kısmı ise sosyal medya teknolojilerinin kullanım biçimi ve zamanlarına dikkat edilmesiyle bu ortamların aile ilişkilerini zedelemeyeceği, aksine sosyal medyanın aileler için yeni bir iletişim kanalı olduğu ve bireylerin sosyalleşmesine katkı sağladığı görüşündedir.

Araştırma sonuçlarına göre erkek bireyler kadın bireylere göre daha yüksek oranla sosyal medya kullanmakta ve daha uzun süre sosyal medya platformlarında vakit geçirmektedir. Erkekler siyasi kulis ve gündemle ilgili haberlerin yer aldığı twitter ve facebook'u daha fazla tercih ederken kadınlar daha çok fotoğraf paylaşımlarının yapıldığı instagramı kullanmaktadır. Ayrıca erkeklerin de kadınların da sosyal medya kullanmalarının öncelikli amacı iletişim kurmak ve boş zaman değerlendirmektir.

Medeni duruma göre sosyal medya kullanım oranlarına bakıldığında bekar bireylerin evli bireylere oranla daha fazla sosyal medya kullanıcısı olduğu, evli insanların çoğunlukla iletişim kurmak ve boş zaman değerlendirmek, bekâr insanların iletişim kurmak ve eğlenmek, dul insanların ise paylaşılan fotoğraflara bakmak ve iş ilanlarını takip etmek amacıyla sosyal medya kullandığı öğrenilmiştir. Ayrıca bekâr bireylerin evli bireylere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu gözlemlenmiştir.

Eğitim seviyesine göre sosyal medya kullanım oranlarına bakıldığında eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal medya kullanıcı oranlarının ve kullanım sıklığının arttığı gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyi yüksek bireylerin genellikle ilgi duydukları alanlarla ilgili bilgi edinmek amacıyla sosyal medya kullandığı öğrenilmiştir.

Yine araştırma sonuçlarına göre ilk medya araçlarından olan televizyon, yeni internet ve medya teknolojileri tarafından yok edilememiş ve evlerdeki yerini halen korumaktadır. Aile fertleri tarafından vazgeçilmez medya araçlarından olan televizyon önemini sürdürürken, televizyon kanallarından izlenen haber, spor, dizi, film, magazin, yarışma programları vb. programlar kullanım zamanında esneklik sağlaması ve kontrolü kullanıcıya bırakması nedeniyle instagram, twitter, facebook, YouTube gibi yeni medya teknolojileri aracılığıyla takip edilmektedir. Fakat giderek artan bu sosyal medya kullanımı aile içi ilişkileri azaltmakta ve aile bireylerini bireyselleştirmektedir.

Kitap, gazete, dergi okuma alışkanlıklarını da sanal ortama çeken internet teknolojisi daha çok hemen hemen her ailede bulunan akıllı telefonlar aracılığıyla kullanılmaktadır. İnternet ve akıllı telefonlar bireylere oturduğu yerden bilgiye ulaşma, haber edinme, sosyalleşme, iletişim sağlama vb. imkânlar sunarken aynı zamanda insanları tembelliğe sürüklemektedir. Ayrıca araştırma sonuçlarından elde edilen bilgilere göre evli ve bekâr fark etmeksizin katılımcıların birçoğu internet ve akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla yoğun ilgi toplayan sosyal medyanın Türk ailesindeki gelenek, görenek ve değerlere verilen önemi zamanla azalttığını ve ülkemizde artan boşanma oranlarında etkisinin bulunduğunu düşünmektedir. Çünkü aile bireyleri sanal âlemde daha fazla sosyalleşirken kendi ailesini ihmal etmektedir. Aile içinde yalnızlaşan çocuklar da ilgisini sosyal medyadan gördüğü farklı alanlara yönlendirmekte ve kendine göre ideal kimlik oluşturma çabasına düşmektedir. Bu dönem aile tarafından dikkate alınıp kontrol edilmediğinde ise özellikle ergenlik dönemindeki bireylerde kimlik bunalımı sorunu ortaya çıkmaktadır.

Evli-bekâr, yaşlı-genç, çocuk gibi her kesimden insan tarafından kullanılan medya teknolojileri, ebeveynlere göre çocuklar için aynı zamanda birer susturucudur. Çocuklarını sokağa bırakmayarak kötü alışkanlıklardan korumak isteyen aileler, onları göz önünde tutmak için ellerine internet ve akıllı telefon vererek ev içinde tutmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre henüz çocuk yaşta olan 6-15 yaş grubu bireyler sosyal medyayı diğer yaş gruplarına göre daha uzun süreyle kullanmaktadır. Arkadaşları tarafından dışlanmak istemeyen çocuklar sosyal medya aracılığıyla arkadaşları ile iletişim kurmakta ve sosyal ortamda aktif görünmektedir. Tüm bu analizler neticesinde görülüyor ki araştırmaya katılan aileler her ne kadar sosyal medyanın aile içi ilişkileri zedelediğini düşünse de kendileri de birer medya kullanıcıları olmakla birlikte yine kendileri bu konuda çocukları itici bir güç durumundadır.

Kadının da çalışma hayatına girmesiyle hem annenin hem babanın çalışması, şehir hayatının yoğunluğu gibi nedenlerle ebeveynlerin birbirlerine ve çocuklarına daha az vakit ayırması, anne babayı ve çocuk yaşta aile bireylerini internete ve sosyal platformlara bağlamaya başlamıştır. Gün boyu çalışmaktan yorularak işten eve yorgun gelen aile üyeleri birbirleriyle daha az iletişim kurmaktadır. Bunun yerine herkes kendi

köşesine çekilerek kimi televizyon izlemeyi, kimi oturduğu yerden sosyal medyaya takılarak buralardaki paylaşımları takip etmeyi tercih etmektedirler. Annesi ev dışı kamusal alanda çalışan bireyler, annesi çalışmayan bireylere oranla daha fazla sosyal medya kullanıcısıdır.

Önceleri insanlar doğduğu andan itibaren çevresinde bulunan anne, baba, akraba, öğretmen gibi kişileri kendine rol model alırken medya teknolojilerinin hızlı bir şekilde yaygınlaşmasıyla çocuklar medya aracılığıyla tanıdıkları karakterleri örnek alarak bu karakterlerin hem olumlu hem olumsuz özelliklerini taklit etmeye başlamıştır. İnternette bulunan bazı eğitici bilgi, oyun, resim ve video gibi içerikler de çocuklar açısından bir yandan zengin öğrenme kaynakları oluştururken bir yandan zararlı içeriklerin de var olması çocuk üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Çocuklar medya aracılığıyla çeşitli oyunlar oynamakta ve bir kısmı zararlı olan bu oyunlar zamanla çocukların bilinçaltılarını bozmakta, çocukları kötü alışkanlıklara yöneltmekte hatta daha da ileri boyutu olan intihara sürüklemektedir. Son zamanlarda ülkemizde ve dünyanın farklı yerlerinde oynanan zararlı oyunlar çocuk intiharlarını artırmıştır. Bu sebeple ebeveynlerin, çocukların izlediği ve takip ettiği programları kontrol etmeleri ve bununla ilgili önlemleri almaları gerekmektedir.

Katılımcıların birçoğu her ne kadar yoğun bir şekilde sosyal medya kullanıcısı olsalar da medya teknolojilerinin kullanıcılar üzerinde bağımlılık yarattığı, aile bireyleri arasındaki iletişimi azalttığı, kontrolü sağlanmadığında yanlış davranış kalıplarını ortaya çıkardığı görüşündedirler. Özellikle araştırmaya katılan genç yaşta aile bireylerinin sosyal medyanın olmadığı bir hayatı düşünemediklerini ifade etmesi bağımlılığın boyutunu göstermiştir.

Yapılan görüşmeler ve tüm bu tablo analizleri neticesinde şu verilere ulaşılmaktadır: Sosyal medya bir taraftan insanların sanal ortamlarda sosyalleşmesini, sanal arkadaş çevresi edinmesini, ilgi duyduğu herhangi bir konuda bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır. Fakat diğer taraftan ilgileri sanal ortamlara kayan aile bireylerinin boş zamanlarında daha çok sosyal medyada takılmasına, bireylerin kendi ailesine yabancılaşmasına, daha çok bireyselleşmesine, yüz yüze sıcak ilişkilerin azalmasına, aile içi iletişimin zayıflamasına, kendini yalnızca kamera arkasında ifade edebilen

bireylerin oluşmasına, aile bireylerini özgürleştirirken aynı zamanda klavye başına hapsolmalarına, birbiriyle sağlıklı iletişim kuramayan ve ilgiyi sanal âlemde arayan ailelerde boşanmalara, Türk ailesine ait değerlerin ve aile içi sohbetlerin yavaş yavaş yok olmasına neden olmaktadır.

Yaşadığımız bu enformasyon çağında internet ve medya teknolojilerinden uzak durmanın mümkün olmadığı yadsınamaz bir gerçektir. Ancak bu teknolojilerin özellikle ebeveynler başta olmak üzere aile bireyleri tarafından kontrollü bir şekilde kullanılması ve aile içi boş zaman etkinliklerinin artırılması ile aile içi ilişkiler ve iletişim tekrar güçlenecektir.

Ebeveyn ile çocuk arasındaki iletişim biçimi, çocukların gelişimi ve kişiliği üzerinde önemli derecede etkilidir. Yapılan araştırmalar, anne ve babanın iletişim anlayışı ile çocuğun iletişim anlayışı arasında benzerlik olduğunu ortaya çıkarmıştır. Çocukların yalnızlık, benlik saygısı, anlatım, cinsiyet anlayışı ve rolleri gerçekleştirme şekli ebeveynlerine benzemektedir.²²⁰ Her alanda olması gerektiği gibi internet ve sosyal medya kullanımı konularında da ebeveynlerin çocuklarına iyi birer örnek olması gerekmektedir.

Çocuklar açısından uygunsuz olan siteler nedeniyle ortaya çıkabilecek olumsuzlukları önlemek amacıyla çocuklarımızın internet kullanımına mekân ve zaman olarak gerekli sınırlılıklar getirilmesi gerekmektedir. Çocukların bilgisayar ve telefon başında geçirecekleri süreler dikkatli bir şekilde belirlenmeli ve çocuğun girdiği sitelerin ebeveynler tarafından görülebilmesi için bilgisayarlar görülebilecek bir mekânda olmalıdır. Ebeveynler bu zaman ve mekân sınırlılıklarıyla ilgili taviz vermemeye özen göstermelidir.

²²⁰ Nazlı, s. 278.

ÖNERİLER

- Bir susturucu olarak kabul ettikleri televizyon, telefon, internet gibi teknolojileri çocuklarının kullanımına izin veren ebeveynler, çocukların bu teknolojiler aracılığıyla takip ettikleri programları, oyunları, grupları, platformları kontrol altında tutarak mekân, zaman ve içerikler konusunda sınırlandırmalar getirmelidir.
- İnternet sitelerinde bulunan uygunsuz içeriklere erişimi engellemek için geliştirilmiş filtre programları bilgisayarlara yüklenmelidir.
- Aile içinde birbirine karşı ilgisizliği artarak sosyal medyaya yönelen bireyler için aile içi etkinlikler artırılmalı, ortak uğraşlar oluşturulmalıdır.
- Ülkemizde var olan aile ilgili bakanlık, kurum, kuruluş veya belediyeler, aile bireylerinin birlikte katılabileceği, kurs veya etkinlikler düzenleyerek ailelerin boş vakitlerini birlikte geçirmelerini sağlamalıdır.
- Çocukların zararlı içeriklere ulaşımını engellemek amacıyla ilgili bakanlık veya kurumlar tarafından sosyal medya platformlarına erişimde yaş sınırı getirilmelidir.
- Yanında olmadığı zamanlarda iletişim sağlayabilmek amacıyla çocuğuna erken yaşlarda akıllı telefon alarak çocuğa sınırsız kullanım alanı sunan aileler, akıllı çocuk saatleri gibi kullanım alanı sınırlı olan iletişim aletleri alabilecekleri konusunda bilgilendirilmelidir.
- Ülkemizde kitap okuma projeleri artırılmalı, ailece kitap okuma etkinlikleri düzenlenmelidir.
- Çocukların boş zamanları sanal âlemde vakit harcayarak geçirmelerini engellemek amacıyla yaşadıkları bölgedeki çocuk parkları, oyun alanları, eğitici parkurlar vb. sayısını artırarak enerjilerini doğru kullanmaları sağlanmalıdır.
- Tüm bu önlemleri alırken en önemlisi çocukların yaşamı boyunca ilk örnek aldığı kişiler olarak anne ve babanın birbirlerine karşı davranışları, iletişimleri ve ilişkilerinde özenli olması ve sosyal yaşantısıyla, arkadaş çevresiyle, boş zaman etkinlikleriyle çocuklarına sağlam birer rol model olmaları gerekmektedir.

- Toplumsal kültürü ve aile değerlerini nesilden nesile aktararak yaşatmaya, aile bağlarını güçlendirmeye zen gösterilmelidir.



KAYNAKÇA

- Akıncı Vural, Z. Beril ve Mikail Bat, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, Journal Of Yaşar University, sayı: 20, 2010, s. 3348-3382.
- Arslan, Ali, “Medyanın Birey, Toplum Ve Kültür Üzerine Etkileri”, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Tokat, Cilt: 4, Sayı: 1, 2007.
- Ayan, Buğra, Sosyal Ağlar Tarihi, Abaküs Yayınevi, İstanbul, 2016.
- Aydeniz, Hediyeullah, Medyayı Kavramak, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Aile Eğitim Programı, İstanbul, 2012.
- Aydın, M. Ali, Büyük Alışveriş Merkezlerinin Aile İçi Tüketim Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi (Konya Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2005.
- Aydın, Mustafa, Sistemik Aile Sosyolojisi, Çizgi Kitabevi, Konya, 2013.
- Babaoğul, Müberra ve Diğerleri, Tüketici Yazıları IV, Hacettepe Üniversitesi Tüketici-Pazar-Araştırma-Danışma Test ve Eğitim Merkezi, 2014.
- Bakan, Uğur ve Ufuk Bakan, Facebook'ta Aile İlişkileri Ve Sosyal Medya Adanmışlığına Yönelik Bir İçerik Analizi, Mehmet Akif Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2017.
- Balcı, Aslı ve Fatma Tezel Şahin, Sosyal Medyanın Aile Katılımında Kullanılabilirliği Üzerine Bir İnceleme, Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt: 24, No: 4, 2016. (s. 2309-2322).
- Bilton, Tony- Bonnett, Kevin- Jones, Pip- Lawson, Tony- Skinner, David- Stanworth, Michelle ve Webster, Andrew, Sosyoloji, Çev. Bülent Özçelik, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2009.

- Boyd, Danah M. ve Nicole B. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History and Scholarship”, Journal of Computer-Mediated Communication, Cilt: 13, Sayı: 1, 2007, (s. 210-230).
- Bozgeyik, Burhan, Her Yönüyle Gaziantep, Şehitkâmil Belediyesi Yayınları, Gaziantep, 2000.
- Bozkurt, Veysel, Enformasyon Toplumu ve Türkiye, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2000.
- Büyükaslan, Ali ve Ali Murat Kırık, Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey, Çizgi Yayınları, Konya, 2013.
- Canatan, Kadir ve Ergun Yıldırım, Aile Sosyolojisi, 7. Baskı, Açılım Kitap, İstanbul, 2018.
- Cerrah, Lokman, Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 20, 2016, (s. 1393-1414).
- Cizmeci, Esra, Aile, Medya ve Serbest Zaman, Nobel Akademik Yayıncılık, İstanbul, 2016.
- Çakır, İbrahim Ethem, 16. Yüzyılda Ayntab Şehri, Yeditepe Yayınevi, İstanbul, 2015.
- Çitçi, Abdullah Edip, İlk Çağdan Günümüze Gaziantep Tarihi, Damla Yayınevi, Gaziantep, 2009.
- Dedeoğlu, Gözde, Bilişim Toplumu ve Etik Sorunlar, Aktüel Yayınları, İstanbul, 2006.
- Demir, Ümit, Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Selçuk İletişim, Sayı: 9 (2) 2016, (s. 27-50).
- Deniz, A. Çağlar ve Banu Hülür, Yeni Medya ve Toplum, Literaturk academia, İstanbul, 2016.
- Dijk, Jan Van, Ağ Toplumu, Çev. Özlem Sakin, Kafka Yayınevi, İstanbul, 2012.

- Dikeçligil, Beylü ve Ahmet Çiğdem, Aile Yazıları 1: Temel Kavramlar, Yapı ve Tarihi Süreç, T.C. Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu Yayınları, Cilt 1, Ankara, 1990.
- Dikme, Gökhan, Üniversite Öğrencilerinin İletişimde ve Günlük Hayatta Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013.
- Dilmen, N. Emel ve Sertaç Öğüt, Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul, 2010, (237-242).
- Doğan, İsmail, Dünden Bugüne Türk Ailesi, Atatürk Kültür Merkezi Yayını: 369, Ankara, 2009.
- Erkal, Mustafa E. “Türk Aile Yapısı ve Bazı Meseleler”, İstanbul Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, Sayı: 24, 2011, (s. 15-20).
- Fındıkoğlu, Ziyaeddin Fahri, “Türk Aile Sosyolojisi”, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, Cilt 11, Sayı: 3-4, 1945, (252-282).
- Fichter, Joseph, Sosyoloji Nedir?, 9. Baskı, Çev. Nilgün Çelebi, Anı Yayıncılık, Ankara, 2009.
- Fidan, Zühal ve Zülfiye Acar Şentürk, Sosyal Medyada İletişim ve Kadınlar Üzerine Bir Değerlendirme, İNİF E-dergi 1, 2016.
- Frederic, Barbier ve Catherine Bertho Lavenir, Diderot’dan İnternet’e Medya Tarihi, çev. Kerem Eksen, İstanbul, Okyanus Yayını, 2001.
- Gaziantep Tanıtım Broşürü, Gaziantep Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Sertaç tanıtım, Gaziantep, 2009.
- Geniş, Şerife ve Emin Baki Adaş, “Gaziantep Kent Nüfusunun Demografik ve Sosyo ekonomik Yapısı: Saha Araştırmasından Notlar”, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2011 (10), s. 293- 321.

Giddens, Anthony ve Sutton, Philip W., Sosyoloji, Çev. Mesut Şenol, Kırmızı Yayınları, İstanbul, 2016.

Gökçe, Birsen, Aile Sosyolojisi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2010.

Gülerce, Aydan, Türkiye’de Ailelerin Psikolojik Örüntüleri, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1996.

Güvenç, Bozkurt, Kültür ve Demokrasi, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1995.

Hallaç, Saliha ve Fatma Öz, “Aile Kavramına Kuramsal Bir Bakış”, Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, Sayı: 6(2), 2014, (142-153).

İller Bankası İmar Planlama Reisliği, Gaziantep Kent Bütünü Analitik Etüdüleri, İller Bankası, 1970.

İçli, Gönül, “Aile Araştırmalarında Yöntem Ve Yaklaşım”, Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:3, 1997, (59-68).

Kabaklı Çimen, Latife, Türk Töresinde Kadın ve Aile, Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2008.

Karagülle Ayşegül Elif ve Berk Çaycı, Ağ Toplumunda Sosyalleşme Ve Yabancılaşma, The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication – TOJDAC, Sayı: 4, 2014, (s. 1-9).

Kasapoğlu, Aytül ve Nadide Karkıner, Aile Sosyolojisi, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 2011.

Kaya, Kamil ve Meryem Tuna, Popüler Kültürün İlköğretim Çağındaki Çocukların Aile İçi İlişkileri Üzerindeki Etkisi, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2010.

Kaya, Yaşar, Toplumsal Yapı, Turan Yayıncılık, İstanbul, 2003.

Kırık, Ali Murat, Aile ve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri: Nitel Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, İstanbul, Cilt 3, Sayı 1, Makale No 32, 2014.

Kocadaş, Bekir, Kültür ve Medya, Bilig, Sayı 34, 2005.

Kocadaş, Bekir, Toplum, Toplumsal Yapı ve Kurumlar, Doğu Kütüphanesi Yayıncılık, İstanbul, 2010.

Komito, Lee ve Jessica Bates, Virtually Local, “Social Medya and Community Among Polish Nationals in Dublin”, Aslib Proceedings, New Information Perspectives, Sayı 61 (3), 2009.

Kongar, Emre, 21. Yüzyılda Türkiye (2000’li Yıllarda Türkiye’nin Toplumsal Yapısı), Remzi Kitabevi, 25. Basım, İstanbul, 2000.

Küçükdağ, Yusuf, Cumhuriyet’in 75. Yılına Armağan Gaziantep, Gaziantep Üniversitesi Vakfı Kültür Yayınları, Gaziantep, 1999.

Laughey, Dan, Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar, Çev. Ali Toprak, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul, 2010.

Macionis, John J., Sosyoloji, Çev. Vildan Akan, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2015.

Meriç, Nevin, Âdâb-ı Muâşeret: Osmanlı’da Gündelik Hayatın Değişimi (1894-1927), 2. Basım, Kapı Yayınları, İstanbul, 2007.

Nuray Mercan, “Dijital Dünyada Zaman, Mekân, İnsan İlişkileri ve Yabancılaşma”, Silahlı Kuvvetler Dergisi, Sayı:403, 2010, (s.110-111).

Mcluhan, Marshall ve Bruce R. Powers, Global Köy, Çev. Bahar Öcal Düzgören, Scala Yayıncılık, İstanbul, 2001.

Mora, Necla, Medya ve Kültürel Kimlik, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt:5, Sayı:1, 2008.

- Morgan, Lewis Henry, Eski Toplum II, 2. Basım, çev. Ünsal Oskay, Payel Yayınevi, İstanbul, 2014.
- Nazlı, Serap, Aile Danışmanlığı, Anı Yayıncılık, Ankara, 2013.
- Nirun, Nihat, Sistemik Sosyoloji Yönünden Aile ve Kültür, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını, Ankara, 1994.
- Odabaşı, Ferhan, Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler, Nobel Yayınevi, Ankara, 2010.
- Odabaşı, H. Ferhan ve Diğerleri, İnternet, Çocuk ve Aile, Nobel Yayınevi, Eskişehir, 2007.
- Ortaylı, İlber, Osmanlı Toplumunda Aile, Pan Yayıncılık, İstanbul, 2001.
- Ozankaya, Özer, Toplumbilim, Cem Yayınevi, 9. Basım, İstanbul, 1996.
- Ögel, Kültegin, İnternet Bağımlılığı, İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2012
- Özgüven, İbrahim Ethem, Ailede İletişim ve Yaşam, Pdrem Yayınları, Ankara, 2010.
- Özkiraz, Ahmet. ve Baş, Gül İşçi, Osmanlıdan Günümüze Türk Toplumunda Aile Yapısı ve Boşanma, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Sayı 18, 2016, (s.87-95).
- Özkalp, Enver, Davranış Bilimlerine Giriş, 3. Baskı, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir, 2004.
- Pamuk, Bilgehan, Bir Şehrin Direnişi Antep Savunması, Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2009.
- Polama, Margaret M., Çağdaş Sosyoloji Kuramları, Çev. Hayriye Erbaş, Gündoğan Yayınları, Ankara 1993.

- Silverstone, Roger ve Diğerleri, Aileler, Teknolojiler ve Tüketim: Hanehalkı ile Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Cricit Tartışma Belgesi, Yenilik, Kültür ve Teknoloji Araştırma Merkezi, İngiltere, 1989.
- Smith, Anthony D., Toplumsal Değişme Anlayışı, Çev. Ülgen Oskay, Gündoğan Yayınları. Ankara, 1995.
- Stevenson, Nick, Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi Çev. Orhon, Göze ve Barış E. Aksoy, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2015.
- Süleymanov, Abülfez, Çağdaş Türk Toplumlarında Aile ve Evlilik İlişkileri, Aile ve Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi, Cilt 5, Sayı 17, 2009.
- Şişman, Bekir ve Muhittin Düzenli, Gençlik ve Kültürel Mirasımız, Uluslararası Kongre II, Bingöl, 2014.
- Toksöz Bakıroğlu, Cemile, Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları, Marmara Üniversitesi Gazetecilik Bölümü Bilişim Anabilim Dalı, XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, İstanbul, 2013.
- Tolan, Barlas, Sosyoloji, Gazi Kitabevi, Ankara, 2005.
- Topçu, Nurettin, Sosyoloji, Dergah yayınları, İstanbul, 2001.
- Turner, Jonathan H. ve Diğerleri, Sosyolojik Teorinin Oluşumu, Çev. Ümit Tatlıcan, Sentez Yayıncılık, İstanbul, 2012.
- Tutkun, Ömer Faruk, Televizyon Ve Dijital Oyunların Ortaokul Öğrencilerinin Şiddete Eğilimine Etkisi, Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 3, Sayı 2, 2017.
- Türkdoğan, Orhan, Osmanlıdan Günümüze Türk Toplum Yapısı, Çamlıca Yayınları, İstanbul, 2002.

Uluç, Güliz ve Yarcı, Ayşegül, Sosyal Medya Kültürü, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 52, 2017.

Waters, Malcolm, Modern Sosyoloji Kuramları, Çev. Zafer Cirhinlioğlu ve Diğerleri, Gündoğan Yayınları, İstanbul, 2008.

Yalçın, Mustafa ve Melis Yalçın, “Sosyal Medya Kullanımı Ve Aile İçi İletişim İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 57, 2018, (738-743).

Yasa, İbrahim, “Taygeldi Ailesi (Ayrı Cinsten Çocuklu Dulların Evlenmesi)”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt: 17, No: 2, 1963, (s. 305 349).

Yaşar Ekici, Fatma, “Türk Aile Yapısının Değişim ve Dönüşümü ve Bu Değişim ve Dönüşüme Etki Eden Unsurların Değerlendirilmesi”, International Journal of Social Science, Sayı 30, 2014, (209-224).

Yener, Serdar, “Sosyolojik Kuramlar Çerçevesinde Aile ve Girişimcilik İlişkisi”, Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2018, (869-878).

Yılmaz, Sinan, Türkiye’de Ailenin Dönüşümü, Divan Kitap, Ankara, 2012.

Zorbaz, Osman, Lise Öğrencilerinin Problemlerini İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2013.

İnternet Kaynakları

Önder, Ömer R., Bir Evrenden Çekilecek Örnek Sayısının Belirlenmesi, www.acikders.ankara.edu.tr, (23.01.2019).

Şahinbey İlçesi, Sahinbey.bel.tr, (18.11.2019).

Türk Dil Kurumu, www.tdk.gov.tr, (03.10.2017).

Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr, (05.02.2019).

Whatsapp Ne Zaman Kuruldu?, www.yeniakit.com.tr, (16.11.2019).

We Are Social, Digital in 2019, www.dijilopedi.com.tr, (16.11.2019).



EK

SOSYAL MEDYANIN AİLE İÇİ İLİŞKİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ ANKETİ

Bu araştırma Gaziantep İli Şahinbey İlçesi İstiklal Mahallesinde yaşayan insanların sosyal medyaya bakış açısını sosyolojik perspektiften değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmaya katılan kişilerin hiçbir şekilde tanımlayıcı bilgilerine yer verilmeyecektir. Sorulara vereceğiniz cevapların objektif olması çalışmanın güvenilirliği açısından önemlidir. Vereceğiniz samimi yanıtlar için teşekkür ederiz.

1. Cinsiyet: 1) Kadın 2) Erkek

2. Yaş: 1) 9-15 2) 16-25 3) 26-35 4) 36-45 5) 46 ve üstü

3. Doğduğunuz yerleşim yeri neresidir?

1) Köy 2) Kasaba 3) İlçe merkezi 4) Kent merkezi

4. Medeni Durumunuz?

1) evli 2) bekâr 3) dul

5. Kaç kardeşiniz?

1) Kardeşi yok 2) 2 3) 3 4) 4 +

6. Kaç çocuğunuz var? (evli ise)

1) 1 2) 2 3) 3 4) 4 5) 5 ve üzeri 6) çocuğum yok

7. Sizce bir ailenin kaç çocuğu olmalıdır?

1) 1 2) 2 3) 3 4) 4 5) 5 ve üzeri 6) hiç olmamalıdır.

8. Yaşadığınız evde sizinle birlikte kaç kişi vardır?

1) 1 2) 2 3) 3 4) 4 5) 5 6) 6 7) 7 8) 8 ve üzeri

9. Ailenizde aşağıdakilerden kimlerle yaşıyorsunuz?

- 1) Anne, baba ve çocuklar
2) Anne, baba, çocuklar, nine ve dede
3) Çocuklar aileden ayrı yaşıyor
4) Anne ve çocuklar
5) Anne, baba, çocuklar, hala, teyze, amca vb.

10. Kaç yıldır şehirde oturuyorsunuz?

1) 1-5 yıl 2) 6-10 yıl 3) 11 ve daha fazla

11. Eğitim Durumunuz?

- 1) okuryazar değil 2) okuryazar 3) ilkokul mezunu 4) Ortaokul mezunu 5) Lise mezunu 6) Önlisans mezunu
7) Lisans mezunu 8) ortaokula devam ediyor 9) liseye devam ediyor 10) Önlisans eğitimine devam ediyor 11) Lisans eğitimine devam ediyor 12) Diğer.....

Anne ve babanızın eğitim durumu:

12. Anne() 13. Baba ()

1) yokur-yazar değil 2) okuryazar 3) ilkokul 4) ortaokul 5) lise 6) üniversite 7) lisansüstü

14. Eşinizin eğitim durumu?

- 1) okuryazar değil 2) okuryazar 3) ilkokul mezunu 4) Ortaokul mezunu 5) Lise mezunu 6) Önlisans mezunu 7) Lisans mezunu 8) ortaokula devam ediyor 9) liseye devam ediyor 10) Önlisans eğitimine devam ediyor

11) Lisans eğitimine devam ediyor 12) Diğer.....

15. Mesleğiniz?

- 1)İşçi 2)esnaf 3)çiftçi 4)Tüccar
5)İşsiz 6)Emekli 7)Öğretim Elemanı
8)Doktor 9)Doktor 10)Öğretmen 11)Asker-Polis
12)Ev hanımı 13)Memur 14) diğer.....

Anne ve babanızın mesleği:

16. Anne () **17. Baba** ()

- 1)İşçi 2)esnaf 3)çiftçi 4)Tüccar
5)İşsiz 6)Emekli 7)Öğretim Elemanı
8)Doktor 9)Doktor 10)Öğretmen 11)Asker-Polis
12)Ev hanımı 13)Memur 14) diğer.....

18. Kendinizi ve ailenizi gelir yönünden hangi tabakada görüyorsunuz?

- 1)Üst Tabaka 2) Orta Tabaka 3) Alt Tabaka

19. Ailenizin oturduğu konutun tipi nedir?

- 1)Apartman dairesi 2) Gecekondu 3) Müstakil ev

20. Evinize giren aylık ortalama gelir ne kadar?

- 1)Düzenli gelir yok 2)0- 1000 TL 3) 1001-2000 4) 2001-3000 5)3001 ve üstü

21. Evinizde bilgisayar var mı?

- 1) Evet 2) Hayır

22. Evinizde internet bağlantısı var mıdır?

- 1) Evet 2) Hayır

23. “Aile kavramı sizin için ne anlam ifade eder?

.....

24. Sizce günümüz ailelerinin en önemli problemi nedir?

- 1) ekonomik problemler
2) iletişim problemleri
3) şiddet
4) güvensizlik
5) yanlış medya kullanımı
6) diğer.....

25. Ailenizle ilgili konularda kararlar kim veya kimler tarafından alınır?

- 1) baba tek başına 2) anne tek başına 3) anne-baba birlikte
4) tüm aile üyeleri birlikte 5) diğer.....

26. Gazete okuma alışkanlığınız nasıldır?

- 1) Düzenli okur 2) düzensiz okur 3) hiç okumaz

27. Televizyonda daha çok ne tür programları izlersiniz?

- 1) dizi, film, magazin 2) yarışma programları 3) haberler
4) spor programları 5) müzik programları 6) diğer.....

28. Sosyal medya kullanıyor musunuz?

- 1) evet 2)hayır

29. Sosyal medyayı hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?

- 1) günde 1-2 saat 2) günde 3-5 saat 3) günde 5 saatten fazla 4) iki-üç günde bir 5) haftada bir

30. Sosyal medyayı genellikle hangi araç üzerinden takip edersiniz?

1) akıllı telefon 2) bilgisayar

31. Aile bireylerinden daha çok hangileri sosyal medya kullanıyor?

1) Anne 2) baba 3) anne ve baba 4) çocuklar 5) hepsi

32. hangi sosyal ağları daha çok kullanıyorsunuz?

1) facebook 2) twitter 3) instagram 4) youtube 5) tumblr 6) diğer.....

33. Sosyal medyada paylaşılan içeriklere yorum yapıyor musunuz?

1) yapıyorum 2) bazen yapıyorum 3) yapmıyorum

34. Sosyal medya aracılığıyla yabancı insanlarla tanışıp görüşüyor musunuz?

1) her zaman 2) bazen 3) hiçbir zaman

35. Sosyal medyayı hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?

1) arkadaşlarla iletişim sağlamak için
2) fotoğraflara bakmak ve fotoğraf yüklemek için
3) eğlenmek için
4) boş zaman değerlendirmek için
5) bilgi sahibi olmak için
6) iş ilanlarını takip etmek için
7) güncel olayları ve haberleri takip etmek için
8) kişi ve organizasyonlara ulaşmak için
9) indirim ve reklamlardan haberdar olmak için

36. Sosyal medya ile ilgili gelişmeleri ve güncellemeleri sürekli takip eder misiniz?

1) evet 2) bazen 3) hayır

37. sosyal medyayı daha çok hangi ortamlarda kullanırsınız?

1) evde 2) iş yerinde 3) arkadaşlarımla birlikteyken 4) her yerde

38. “Sosyal medya sosyalleşmeyi sağlar.”

1) katılıyorum 2) kısmen katılıyorum 3) katılmıyorum

39. “Sosyal medya aile içinde yeni bir iletişim kanalı sağlar.”

1) katılıyorum 2) kısmen katılıyorum 3) katılmıyorum

40. “Sosyal medya ebeveynler ve çocuk arasındaki iletişimi zayıflatır.”

1) katılıyorum 2) kısmen katılıyorum 3) katılmıyorum

41. Sosyal medya ailenin eksik yanının tamamlayıcısıdır.

1) katılıyorum 2) kısmen katılıyorum 3) katılmıyorum

42. “Sosyal medyanın olmadığı bir hayat düşünemiyorum.”

1) katılıyorum 2) kısmen katılıyorum 3) katılmıyorum

43. “Sosyal medya, sahte kimlik oluşturulmasına olanak sağladığı için çocukları ve gençleri kimlik gelişim dönemlerinde olumsuz etkiler.”

1) katılıyorum 2) kısmen katılıyorum 3) katılmıyorum

44. “Sosyal medya, Türk ailesindeki gelenek görenek, değerleri zamanla değiştirir.” 1) katılıyorum 2) kısmen katılıyorum 3) katılmıyorum

45. “Son yıllarda ülkemizde hızla artış gösteren boşanma oranlarında sosyal medyanın etkisi vardır.”
1)katılıyorum 2)kısmen katılıyorum 3)katılmıyorum



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Mukadder HASGÜL KOŞMAZ

Doğum Yeri ve Tarihi: Gaziantep/Şahinbey-1991

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi: Adıyaman Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi: Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı

İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar: Şahinbey Sosyal Hizmet Merkezi Sosyolog/ASDEP Görevlisi

İletişim

E-Posta Adresi : mukadder.hasgul@gmail.com