

T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

**İNTERNET ÇAĞINDA AİLE İÇİ İLETİŞİM: INFLUENCERLAR VE DİJİTAL
KUTUPLAŞMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS

Afgan RASULOV

OCAK-2025
GÜMÜŞHANE



**T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

**İNTERNET ÇAĞINDA AİLE İÇİ İLETİŞİM: INFLUENCERLAR VE DİJİTAL
KUTUPLAŞMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**INTRA-FAMILY COMMUNICATION IN THE INTERNET AGE: A STUDY ON
INFLUENCERS AND DIGITAL POLARIZATION**

YÜKSEK LİSANS

Afgan RASULOV

**OCAK-2025
GÜMÜŞHANE**



**T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

**İNTERNET ÇAĞINDA AİLE İÇİ İLETİŞİM: INFLUENCERLAR VE DİJİTAL
KUTUPLAŞMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**INTRA-FAMILY COMMUNICATION IN THE INTERNET AGE: A STUDY ON
INFLUENCERS AND DIGITAL POLARIZATION**

YÜKSEK LİSANS

Afgan RASULOV

Danışman: Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR

**OCAK-2025
GÜMÜŞHANE**

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlamış olduğum “**İnternet Çağında Aile İçi İletişim: İnfluencerlar ve Dijital Kutuplaşma Üzerine Bir Araştırma**” isimli bu tezimin, tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi, alıntı yaptığım tüm çalışmaları kaynakçada belirttiğimi ve Gümüşhane Üniversitesi’nin lisanslı kullanıcısı olduğum intihal yazılım programı ile Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nün belirlediği kıstaslara uygun olarak raporladığımı taahhüt ederim. Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü arşivinde saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği’nin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

27/01/2025

.....
Afgan RASULOV

TEŞEKKÜR

Çalışmam sırasında tüm yoğunluklarına rağmen bana destek olan, akademik başarıları ve kişiliğiyle her zaman ilham kaynağım olan, bilgi ve tecrübeleriyle çalışmama değerli katkılarda bulunan, onun öğrencisi olmaktan büyük bir onur duyduğum saygıdeğer danışmanım **Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR'a** derin minnettarlığımı sunarım.



Afgan RASULOV
GÜMÜŞHANE – 2025

ÖZET

Bu tez, internet çağında aile içi iletişim dinamiklerinin ve influencerların bu süreçte oynadığı rolün incelenmesini amaçlamaktadır. Araştırma, dijital teknolojilerde yetkin olan influencerlar ile yeterli bilgiye sahip olmayan ebeveynler ve çocuklar arasındaki kutuplaşmayı değerlendirmeye odaklanmaktadır. Çalışmanın temel amacı, teknolojinin aile içi iletişimde yaratabileceği kutuplaşmaları derinlemesine analiz etmek ve YouTube, Instagram, Facebook ile TikTok gibi önde gelen sosyal medya platformlarının rolünü ortaya koymaktır.

Araştırma, internet kullanımında yüksek farkındalığa sahip influencerlarla sınırlı tutulmuş; teknoloji konusunda az deneyimi olan bireyler çalışma dışında bırakılmıştır. Bu durum, çalışmanın sınırlılıklarından biri olarak kabul edilmektedir. Tezde; "doğru internet kullanma alışkanlıkları nedir?" ve "iyi internet kullanım alışkanlıklarının aile ilişkilerine etkisi nedir?" soruları ele alınarak, internet içeriği tüketiminin aile içi kutuplaşmayı nasıl derinleştirdiği tartışılmıştır.

Literatür taraması, internet ve sosyal medyanın aile ve çocuklar üzerindeki etkilerine dair detaylı bilgilerin eksikliğini göstermekte, bu eksiklik araştırmanın odak noktalarından biri olarak vurgulanmaktadır. Çalışmada, influencer görüşleri yarı yapılandırılmış görüşmelerle toplanmış; toplam 6 saat 32 dakikalık video kaydı titizlikle deşifre edilerek analiz edilmiş, bulgular literatürle desteklenmiştir. Ayrıca, influencerların gerçek isimlerinin kullanılması, çalışmanın şeffaflığını ve güvenilirliğini artıran önemli bir unsurdur.

Anahtar Kelimeler: Aile içi iletişim, Dijital kutuplaşma, Influencerlar, İnternet çağı, Teknoloji kullanımı, Youtube, Instagram, Facebook, Tiktok.

SUMMARY

This thesis aims to examine the dynamics of intra-family communication in the internet age and the role played by influencers in this process. The research focuses on evaluating the polarization observed between influencers, who are proficient in digital technologies, and parents and children who lack sufficient knowledge in this area. The main goal of the study is to thoroughly analyze the polarizations that technology may create in intra-family communication and to reveal the role of leading social media platforms such as YouTube, Instagram, Facebook, and TikTok.

The research was limited to influencers with a high level of internet awareness; individuals with little experience in technology were excluded. This is considered one of the study's limitations. In the thesis, questions such as "what are proper internet usage habits?" and "what is the impact of good internet usage habits on family relationships?" are addressed, discussing how the consumption of online content deepens polarization within the family.

The literature review reveals a lack of detailed information regarding the effects of the internet and social media on families and children, emphasizing this gap as one of the focal points of the research. In the study, influencers' opinions were gathered through semi-structured interviews; a total of 6 hours and 32 minutes of video recordings were meticulously transcribed and analyzed, with the findings supported by literature. Furthermore, the use of influencers' real names has significantly enhanced the transparency and reliability of the study.

Keywords: Intra-family communication, Digital polarization, Influencers, Internet age, Technology usage, Youtube, Instagram, Facebook, Tiktok.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	III
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI.....	IV
TEŞEKKÜR.....	V
ÖZET	VI
SUMMARY	VII
İÇİNDEKİLER	VIII
TABLolar DİZİNİ	X
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	XI
EKLER DİZİNİ.....	XII
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	XIII
1. GİRİŞ.....	1
2. İLETİŞİM KAVRAMI VE TANIMI	3
2.1. Aile İçi İletişim	3
2.2. Çocuk Gelişimi ve Aile İçi İletişimin Rolü	5
2.3. Aile İçi İletişimi Engelleyen Faktörler	6
2.4. İnternetin Kısa Tarihi ve Yaygınlaşması	12
2.5. İnternetin Toplumsal ve Kültürel Yaşama Etkileri	17
2.6. Çocuk ve Sosyal Medya	20
2.7. Dijital Medya ve Çocuk	22
2.8. Dijital Medya ve Sosyal Medyanın Doğuşu	27
2.9. Sosyal Medya Etkileyicisi (Influencer)	44
2.10. İnfluencerların Tüketici Davranışı Üzerindeki Rolü.....	44
2.11. Sosyal Medyanın Aile Bağları Üzerindeki Rolü.....	49
2.12. Sosyal Medyanın Aile Dinamikleri Üzerindeki Rolü	50
2.13. Sosyal Medyanın Çocukların Aile İçi İletişimindeki Rolü	52
2.14. Sosyal Medya ve Toplumun Kutuplaşması	53
3. İNTERNET ÇAĞINDA AİLE İÇİ İLETİŞİMDE İNFLUENCERLAR İLE DİJİTAL KUTUPLAŞMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	57
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	57
3.2. Araştırmanın Yöntemi	59
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	60
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	60

3.5. Verilerin Toplanması	61
3.6. Verilerin Analizi	61
3.7. Yarı Yapılandırılmış Tekniği İle Elde Edilen Bulgular	62
4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	79
KAYNAKÇA.....	85
EKLER.....	94
ETİK KURUL KARARI	96
ÖZGEÇMİŞ	97



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgileri.....	62
---	----



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. İnternet kullanımı oranları zaman çizelgesi (We Are Social, 2024).	14
Şekil 2. İnternet adaptasyon oranları (We Are Social, 2024).	15
Şekil 3. İnternet günlük kullanımı oranları grafiği (We Are Social, 2024).	16
Şekil 4. İnternet kullanımı oranları grafiği (Data Reportal, 2024).	17
Şekil 5. Çocukların medya tüketim alışkanlıklarını yaş gruplarına göre dağılımları (Exploding Topics, 2024).	23
Şekil 6. İnternet kullanıcılarının en çok ziyaret ettiği web sitesi türleri (We Are Social, 2024).	28
Şekil 7. İnternet kullanımının temel sebepleri (We Are Social, 2024).	29
Şekil 8. İnternet kullanıcılarının çeşitli medya türleriyle günlük olarak geçirdikleri ortalama süreleri (We Are Social, 2024).	30
Şekil 9. Sosyal medya uygulamalarını kullanarak geçirilen süre (Data Reportal, 2024).	31
Şekil 10. Dünya'da en fazla kullanılan sosyal medya ağları (We Are Social, 2024).	39
Şekil 11. Dünya'da en fazla kullanılan sosyal medya ağları (Data Reportal, 2024).	40
Şekil 12. Sosyal medya uygulaması oturum süresi (Data Reportal, 2024).	41
Şekil 13. Ziyaret başına ortalama geçirilen süre (Data Reportal, 2024).	41
Şekil 14. Ziyaret başına ortalama geçirilen süre (Data Reportal, 2024).	42
Şekil 15. Tiktok reklamlarının toplam potansiyel erişim kapasitesi (Data Reportal, 2024).	43
Şekil 16. İntfluencer pazarlamasında tercih edilen platformların (Influencer Marketing Hub, 2024).	46
Şekil 17. En çok etkileşimde bulunulan influencer türleri (Influencer Marketing Hub, 2024). ..	47
Şekil 18. İntfluencer pazarlamasının verimliliğine dair değerlendirme (Influencer Marketing Hub, 2024).	48

EKLER DİZİNİ

Ek 1. Tezde Kullanılan Görüşme Soruları.....	94
Ek 2. Gönüllü Katılım Formu.....	95



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Bk. / bk.	: Bakınız
C	: Cilt
Ed. / ed.	: Editör
Erişim	: Erişim Tarihi
S	: Sayı
vb.	: ve benzeri
v.d.	: ve diğerleri, ve devamı



1. GİRİŞ

Günümüz dijital çağında, internet ve sosyal medya platformlarının aile içi iletişim dinamikleri üzerindeki rolü, giderek daha fazla tartışılan ve araştırılan önemli konular arasında yer almaktadır. Bu tez, özellikle influencer olarak adlandırılan dijital içerik üreticilerinin aile içi iletişimde oynadığı rolü, sosyal medya kullanımının getirdiği kutuplaşma dinamiklerinin aile ilişkilerine yansımalarını ve bu dönüşümün YouTube, Instagram, Facebook ile TikTok gibi önde gelen platformlarda nasıl tezahür ettiğini kapsamlı bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel hedefi; dijital teknoloji konusunda yüksek farkındalığa sahip influencerların, sosyal medya ve internet kullanımının aile içi iletişimde nasıl değişimler rolü üstlendiğine dair verdikleri bilgileri, yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle derinlemesine analiz etmektir.

Bu çalışmanın diğer tezlerden ayıran en önemli özelliklerden biri, uygulanan metodolojinin kapsamlılığıdır. Toplam 6 saat 32 dakikalık bir video kaydı şeklinde gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerin ses kayıtları titizlikle deşifre edilmiş ve elde edilen bulgular, kapsamlı bir literatür taramasıyla desteklenmiştir. Böylece, influencerların görüşlerine dayalı nitel veriler akademik literatürde yer alan teorik çerçevelerle karşılaştırılarak, çalışmanın sonuçlarının sağlamlığı, güvenilirliği ve ortaya konan rolün anlaşılabilirliği artırılmıştır.

Ayrıca, araştırmada yer alan influencerların kendi isim ve soy isimlerini kullanmalarına izin verilmiş olması, çalışmanın şeffaflığı ve güvenilirliği açısından önemli bir artı değerdir. Bu durum, katılımcıların kişisel deneyimlerini ve görüşlerini açıkça ifade etmeleri sayesinde elde edilen verilerin, literatürdeki mevcut teorik yaklaşımlarla doğrudan ilişkilendirilmesine olanak tanımakta, influencerların aile içi iletişimde oynadığı rolün kapsamını ve niteliklerini daha net ortaya koymaktadır.

Öte yandan, YouTube, Instagram, Facebook ve TikTok gibi popüler sosyal medya platformları, dijital içerik üretimi ve tüketiminde öne çıkarak, influencerların geniş kitlelere ulaşmasında ve bu kitleler arasında bilgi akışını şekillendirmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Bu platformlar üzerinden yayılan içerikler, aile bireylerinin farklı değer sistemlerine ve ideolojik bakış açılarına maruz kalmasına yol açarak, aile içi iletişimde kutuplaşma dinamiklerinin derinleşmesine zemin hazırlamaktadır. Araştırmamızda, söz konusu platformlarda yer alan influencerların sunduğu içeriklerin aile içi iletişimdeki

rolü, bu platformların bireylerin bilgi edinme süreçlerini ve değer yargılarını nasıl etkilediği perspektifinden ele alınmaktadır.

Tezin özgün yapısı, yalnızca nitel veri toplama yöntemleri bakımından değil; aynı zamanda elde edilen bulguların derinlemesine analiz edilip literatürle bütünleştirilmesi açısından da diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Influencerların aile içi iletişim ve dijital kutuplaşma konusundaki görüşlerine dair elde edilen veriler, hem özgün metodolojik yaklaşım hem de katılımcıların gerçek isimlerini kullanmaları sayesinde, aile dinamikleri üzerindeki rolü bilimsel tartışmalara sağlam ve güvenilir biçimde sunmaktadır.

Dijital çağda aile içi iletişimde sosyal medya platformlarının – özellikle YouTube, Instagram, Facebook ve TikTok gibi önde gelen platformların – oynadığı rolü, influencerlar aracılığıyla ortaya konan kutuplaşma dinamiklerini ve aile içi etkileşimlerde yaşanan dönüşümü detaylı olarak inceleyerek, alanımızdaki mevcut tartışmalara yeni perspektifler kazandırmayı hedeflemektedir. Elde edilen kapsamlı nitel veriler ve bunların literatürle entegre edilerek sunulması, çalışmanın aile içi iletişimde dijital dünyanın ve öne çıkan sosyal medya platformlarının rolünü anlamada önemli katkılar sağlayacağını göstermektedir.

Bu tezin amacı, dijital çağda aile içi iletişimde etkileyicilerin ve bu iletişimin dijital kutuplaşma üzerindeki rolünü incelemektir. Araştırma, dijital teknolojilere yeterince hakim olmayan ebeveynler ve çocuklar arasındaki iletişim engellerini ve bu alanda yetkin olan etkileyiciler arasındaki iletişim engellerini ele almakta; bu bağlantıların aile dinamiklerine olan yansımalarını ortaya koymaktadır. Çalışma, teknoloji kullanımının ailevi iletişimde kutuplaşmayı nasıl hızlandırabileceğini aydınlatmayı ve bu fenomenin potansiyel sonuçlarını değerlendirmeyi hedeflemektedir.

Mevcut literatür, internetin ve sosyal medyanın aileler ve çocuklar üzerindeki yansımaları hakkında geniş kapsamlı bilgiler sunmakla birlikte, bu etkilerin psikolojik boyutlarına dair bilgi eksikliği bulunmaktadır. Özellikle, dijital kutuplaşmanın aile içi iletişim üzerindeki etkilerini ele alan çalışmaların sınırlı sayıda olması, bu araştırmanın önemini vurgulamaktadır. Sonuç olarak bu tez, dijital medya kullanımının ev içi ilişkiler üzerindeki olası olumsuz etkilerini aydınlatmayı ve bu konudaki bilimsel söylemdeki mevcut boşlukları doldurmayı amaçlamaktadır.

2. İLETİŞİM KAVRAMI VE TANIMI

İnsan toplumsal bir varlık olup sürekli olarak çevresiyle etkileşim ihtiyacı içinde bulunmaktadır. İnsanın biyolojik bir varlıktan toplumsal bir varlığa evrilmektedir; bu dönüşümün en önemli unsuru ise iletişim olarak belirtilmektedir. İletişim, başkalarını anlama ve dünya hakkında bilgi edinme sürecinde merkezi bir rol oynamaktadır. Bu süreç küçük yaşlardan itibaren başlamaktadır. Çocuk, uygun davranışları ve yapmaması gerekenleri ilk yıllarında anne ve çevresiyle kurduğu iletişim yoluyla öğrenmekte ve bazen bir gülücük ya da azarlamayla bu davranışlar ömür boyu sürecek şekilde pekiştirilmektedir. Etkileşimler sayesinde çocuk, hangi davranışların ailesi veya toplumu tarafından uygun veya kabul edilemez olduğunu bu ilk yıllardaki iletişim çabalarından yola çıkarak içselleştirmeye başlamaktadır (Vural vd., 2012: 3-4).

Kişilerarası ilişkilerin olumlu ve sağlıklı olması, bireyler arası sağlıklı iletişim kurulabilmesi, bireylerin ve toplumun mutluluğu ve huzuru için temel bir öneme sahiptir. Bu bağlamda insanlar arasında kurulan pozitif ilişkilerde iletişimin kritik bir rol oynadığını vurgulamak mümkün olabilir. İnsanlar için iletişim, tıpkı nefes almak gibi elzem bir ihtiyaçtır. İletişim eksikliği, nefes alamamanın yol açtığı sonuçlar kadar zararlı etkilere yol açabilir (Tayfun, 2011: 5).

İletişim; karşılıklı konuşma, sohbet etme, ilişkileri yönetme becerisi, söylenenleri anlama ve uygun tepkiler verebilme gibi tanımların ötesinde, insanın başlangıcından itibaren devam eden ve evrimleşen bir süreç olarak değerlendirilmektedir. İletişim, insanın doğayla sürekli etkileşimde bulunması, doğa koşullarının zorluklarına karşı diğer insanlarla işbirliği yapma gereksinimi ve çevresel uyaranları anlamlandırma çabaları ile iç içe geçmiştir. Süreç, bilgi paylaşımı ve ortak anlamlar üretme ihtiyacını doğurmuş, insanların ses çıkarmaları, bu seslere eşlik eden vücut hareketleri ve duvarlara yapılan çizimler zamanla daha anlamlı ve sistemli ortak yapılar oluşturacak şekilde evrilmiştir (Güngör, 2011: 36).

2.1. Aile İçi İletişim

Aile iletişimi, ebeveynler ve çocuklar arasındaki duyguların, düşüncelerin ve bilgilerin bilinçli veya bilinçsiz olarak aktarılmasını içermektedir. Olumlu bir aile atmosferi oluşturmak için etkili iletişim şarttır. Çocuklar, aile ortamlarında gözlemledikleri davranış ve deneyimleri yansıtarak kişiliklerini geliştirirler.

Ebeveynlerden gelen hem sözlü hem de sözlü olmayan iletişim biçimleri, çocuğun kişilik gelişimini şekillendirmede önemli bir rol oynayabilir. Sağlıklı bir birey olarak topluma katılma yeteneği, büyük ölçüde aile iletişimine bağlıdır. Aile ortamı, çocuğun gelecekteki kendi ailesinde de sağlıklı iletişim kurma yeteneğini etkiler. Olumsuz aile iletişimleri, çocuklar, anneler ve babalar üzerinde farklı etkiler yaratabilir. Aile içi iletişim dinamikleri, çocuğun akranlarıyla ilişkilerini ve gelecekteki romantik partnerlere ve çocuklara karşı tutumlarını şekillendirir. Etkili iletişim becerilerini öğrenen bireyler, topluma daha iyi entegre olabilir ve akademik başarı elde edebilir. Çocuklukta alınan ilk öz değer mesajları, özgüven ve öz farkındalığın gelişimine katkıda bulunur. Ailelerinde sevgi ve bakımdan yoksun olan çocukların ise değersizlik, hayal kırıklığı ve iletişim zorlukları yaşamaları olası bir durumdur. Ailelerin çocuklarının varlığını kabul etmesi, duygularını anlaması, bakım sağlaması ve sorunlarını ele alması çok önemlidir. Aile iletişimi, ebeveynler arasındaki ilişkiyi ve dış çevre ile etkileşimlerini de etkiler. Çatışmalar, ebeveynlerin mesleki ve sosyal ilişkilerinde zorluklara yol açabilir. Çatışmaları çözmek ve sorunları etkili bir şekilde ele almak için bireylerin düşüncelerini ve duygularını net bir şekilde iletmeleri gerekmektedir. Zaman ayırmak ve sağlıklı iletişim için çaba göstermek, güçlü aile dinamiklerini sürdürmek için çok önemlidir. Eşlerin birbirleriyle olumlu etkileşimlerde bulunmaları, tutarlı davranışlar sergilemeleri ve istismardan kaçınmaları gerekmektedir. Etkili iletişim becerileri edinen bireyler, durumları çeşitli perspektiflerden algılama yeteneğine sahiptir (Yaman ve Ertürk, 2021: 27).

Aile iletişimi; sözlü, sözlü olmayan, yazılı ve dijital formlar dahil olmak üzere çeşitli iletişim kanallarını kullanan aile üyeleri arasında bilgi, duygu, bakış açısı ve düşüncelerin paylaşılmasını içeren karmaşık bir süreçtir. İletişim; koca-eş, ebeveyn-çocuk ve kardeş ilişkileri gibi alt sistemler içindeki etkileşimler de dahil olmak üzere aile birimi içindeki ilişkisel dinamiklerin korunmasında hayati bir rol oynamaktadır (Pankalla ve Pankalla, 2023: 58).

Aile içi iletişimin teorik çerçevesi, bireylerin düşünce ve duygu alışverişini anlamak için bilişsel yaklaşımları kullanırken, aynı zamanda bu bireylerin iletişimsel etkileşimlerinin ailenin sosyal yapısını nasıl oluşturduğunu ve sürdürdüğünü analiz etmek için davranışsal yaklaşımları da içermektedir (Koerner ve Fitzpatrick, 2002: 73). Bütüncül yaklaşım, aile üyeleri arasındaki etkileşimlerin dinamik doğasını ve bu etkileşimlerin aile yapısının sürekliliğini nasıl sağladığını açıklamaktadır.

İnsanın yalnızlığa karşı doğal isteksizliği, bireyleri iletişim için yollar aramaya yönlendirmekte ve bu da çeşitli sosyal ağ ve sosyal medya platformlarının ortaya

ıkmasına yol amaktadıır. Bahsi geçen platformlar, etkileşim için yeni kanallar sağlayarak insanın bağlantı arzusunu karşılamaktadır (alışır, 2015: 141). Geleneksel medyanın kullanımının azalması ve sosyal medya kullanımının artması, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ilerlemesi ile ilişkilidir. Sosyal medya, istenen içeriği oluşturma, geniş bir kitleye ulaşma, iki yönlü iletişimi kolaylaştırma ve anında geri bildirim sağlama yeteneği gibi faydalar sunmaktadır (Aksoy ve çalışır, 2019: 44).

İlgili çerçevede sosyal medya platformları, aile içi iletişimin doğasını ve biçimini değiştirmekte, aile üyelerinin birbirleriyle sürekli bağlantıda kalmalarına ve duygularını, düşüncelerini ve günlük yaşamlarını anında paylaşmalarına olanak tanımaktadır.

2.2. ocuk Gelişimi ve Aile İçi İletişimin Rolü

Bir kişinin karakteri, içinde bulunduğu çeşitli etkileşimlerin bir yansımasıdır. Diğer bir deyişle kişinin maruz kaldığı ortam ve bileşenler karakterinin bir somut bir sonucu olabilir. İnsan davranışı, karşılaştıkları etkileşimlerden gelişmektedir. Eylemler, bireyleri olumlu ve yapıcı bir yola yönlendiren "sevgi" duygularından kaynaklanan tutumların yanı sıra, olumsuz ve zararlı bir yörüngeye yol açan "fke" ve "nefret"ten türetilen tutumlardan etkilenmektedir. Erken çocukluktan itibaren, yakın çevrede kullanılan dil, yapılan jestler ve sergilenen tutumların tümü bireyin sevildiğini, istendiğini ve saygı duyulduğunu veya sevilmediğini, istenmediğini ve değersiz olduğunu anlatmaktadır (Tezel, 2004: 2).

Watzlawick, her insan formunun bir mesaj iletteğini ve böylece iletişimsizlik durumunu imkansız hale getirdiğini iddia etmektedir. İletişim, sözlü, sözsüz, yazılı, jestler ve yüz ifadeleri gibi çeşitli biçimleri kapsamaktadır. İletişim, bireyler arasında anlamların paylaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Aile iletişimine odaklanan akademisyenler, evlilik etkileşiminin bir sistem olarak işlev gördüğünü ve eşlerin birbirine verdiği tepkinin iletteği mesajlardan etkilendiğini ne sürmektedirler. Aile birimi içinde eşler arasındaki dinamikler, ebeveyn-ocuk ilişkileri ve kardeş etkileşimleri gibi iletişim süreçleri yoluyla gelişmektedir (Grgn Baran, 2004: 34).

Aile içinde çocukla etkili etkileşimi teşvik etmek, çocuğun yetişkinliğe hazır olmasını kolaylaştırmak ve olumlu bir kişilik oluşumunu teşvik etmek için dört temel iletişim aracı bulunmaktadır. Araçlar göz teması, fiziksel jestler, bölünmemiş dikkat ve disiplin önlemlerinden oluşmaktadır (Apaydın, 2001: 325).

Aşağıda bulunan dört iletişim kaynağı, çocuğun iyi ayarlanmış bir kişilik gelişimine ve yaşamın zorluklarına hazırlıklı olmasına önemli lde katkıda bulunmaktadır (Campbell, 1991: 47):

1. Göz Teması: Çocukla doğrudan göz teması kurmak, çocuğun duygusal ihtiyaçlarını karşılamaya hizmet etmektedir ve çocuğun kendini değerli hissetmesini sağlamakta ve güven duygusunu artırmaktadır.

2. Bedensel İletişim: Dokunma veya vücut teması yoluyla ebeveynler ve çocuklar arasındaki fiziksel etkileşimleri içermektedir ve "senin için buradayım" veya "iyi iş" gibi ifadeler aracılığıyla fiziksel desteğin yanı sıra duygusal güvenceyi kapsamaktadır.

3. Odaklanmış Dikkat: Çocuğa özenli ve sevgi dolu bakım sağlamayı ve çocuğun değerli ve sevildiğini hissetmesini içermektedir. Bölünmemiş dikkat, çocuğun kendine olan güvenini ve özsaygısını güçlendirmektedir.

4. Disiplin: Disiplin, çocuğun davranışları için rehberlik etmeyi ve sınırların oluşturulmasını kapsamaktadır. Disiplin, çocuğun sorumluluk duygusunu geliştirmesine ve toplumsal kurallara uyum sağlamasına yardımcı olmaktadır.

Aileler içindeki iletişim düşünüldüğünde, eşler arası, ebeveyn-çocuk, kardeş ve nesiller arası (yetişkin-yaşlı) iletişim gibi çeşitli türler tipik olarak düşünülmektedir. Çeşitli iletişim biçimlerinde, ortak anlam kodları çerçevesinde karşılıklı anlayış oluşturulması, hem mantıksal hem de duygusal yönlerde karşılıklılık ile karakterize edilen ilişkilerin teşvik edilmesi, aile rollerinin işlevselliği artıracak şekilde dağıtılması ve bireylerin hak ve yükümlülükleri dahilinde özerkliğine saygı duyulması gerekmektedir ve eşler arası iletişim bağlamında özellikle önemli kabul edilmektedir (Görgün Baran, 2004: 34).

Bu noktada, aile içinde çocuk gelişimi ve iletişim becerilerinin teşvik edilmesinin önemi ortaya çıkarken, aynı zamanda aile içi dinamikleri zedeleyebilecek ve etkili iletişimi engelleyebilecek faktörlerin derinlemesine incelenmesi gerekmektedir. Bu engellerin neler olduğunu ve aile içi sağlıklı iletişimin önündeki temel zorlukları detaylıca ele alınacaktır.

2.3. Aile İçi İletişimi Engelleyen Faktörler

Aile içinde sağlıklı iletişim, bireyler arasında güçlü bağların kurulması ve sürdürülebilmesi için temel bir unsur olarak kabul edilebilir. Ancak, günümüzün hızlı tempolu yaşam tarzı, dijitalleşmenin etkisi ve toplumsal baskılar gibi çeşitli faktörler, aile bireyleri arasında etkili ve samimi bir iletişimin önüne geçebilmektedir.

Her aile zaman zaman zorluklarla karşılaşabilir; ancak sağlıklı aileler bu zorlukları daha kolay aşarak dengeyi koruyabilirler. Sağlıksız aile yapılarında ortaya çıkan problemler ise ailenin dağılmasına kadar varan sonuçlar doğurabilir. Aileler; problem çözme, stres yönetimi ve etkili iletişim konularında beceriler kazanarak, aile birliğini

güçlendirebilir ve sağlıklı bir aile yapısının temel unsurlarını keşfederek aile sağlığını artırabilir (Çalışkan ve Aslander, 2014: 268).

Aile içi iletişimi engelleyen bazı faktörler, evlilik içi iletişim eksikliklerinin evlilik doyumunu olumsuz etkilediği, eşler arasındaki sorunların büyümesine ve nihayetinde ailenin dağılmasına yol açabileceği biçiminde ifade edilmektedir. Benlik saygısının düşük olması ve karşılıklı saygının eksikliği, iletişimi olumsuz etkileyen temel unsurlar arasında yer almakta, eşlerin birbirlerinin duygularını ve düşüncelerini dinlememesi veya yanlış anlaması ise iletişimdeki başlıca engellerden biri olarak değerlendirilmektedir. Evlilikte yaşanan çatışmaların etkili bir şekilde yönetilememesi ve problem çözme becerilerinin yetersizliği de aile içi iletişimi zayıflatan faktörler arasında önemli bir yer tutmaktadır (Çakmak ve Koçyiğit, 2017: 121).

Aile üyeleri arasındaki etkileşim, çocukların aile bireylerini rol model olarak benimsemeleri ve davranışlarını pekiştirmeleri için bir temel oluşturur; ergen bireylerin aile içinde bağımsız bir işlevsellik sergilemelerine olanak tanır ve bu bağımsızlık, okul, akran grupları ve romantik ilişkiler gibi diğer sosyal alanlara da yansiyabilir. Ergenlik döneminde bireylerin özerklik kazanabilmesi için, onların büyümelerini sağlamak yerine, iyi bir aile ortamı ile kimlik gelişimleri desteklenir. Böylelikle, ergen bireyler kendi kararlarından sorumlu olma yetisini kazanarak, yaşamlarının farklı alanlarında daha işlevsel hale gelirler (Herman, 1997: 441).

Ergenlerin aileleri, arkadaşları ve öğretmenleriyle olan ilişkilerinde yaşadıkları iletişim sorunlarının çoğunun temelinde bu iletişimsizlik yatmaktadır. Ergenler, yaşlarına bakılmaksızın kendilerine eşit bireyler olarak muamele edilmesini istemektedirler. Söz konusu beklenti, özellikle aile ve öğretmenlerle olan ilişkilerde belirgin hale gelmektedir. 2013 yılında gerçekleştirilen Türkiye Ergen Profili Araştırması sonuçlarına göre Ankara'dan bir erkek öğrenci, aile içinde küçük olanın sözünün geçmediğini ve büyüyene kadar beklemesi gerektiğini ifade etmektedir. İzmir'den bir başka erkek öğrenci ise, ailesinin karar alma süreçlerine kendisini dahil etmediğini ve düşüncelerine değer verilmediğini belirtmektedir. Diyarbakır'dan bir erkek öğrenci, kendi düşüncelerinin ebeveynleri tarafından belirlenmeye çalışıldığını, bir kız öğrenci ise, kararlarına saygı gösterilmediğinden şikayet etmektedir. Trabzon'dan bir kız öğrenci, ailesinin kendisi hakkında karar verdiğini ve bu kararlara uymak zorunda bırakıldığını dile getirmektedir (Türkiye Ergen Profili Araştırması, 2013: 203).

Bu bağlamda bir ailede normal iletişim ve etkileşimi engelleyen durumlar şu şekilde sıralanabilir (Çalışkan ve Aslander, 2014: 269):

- Aile üyelerinin önemli konular üzerinde derinlemesine konuşmaktan kaçınması ve yüzeysel sohbetlerle konuları geçiştirmesi,

- Karşı tarafın davranışlarını ve düşüncelerini konuşmadan yorumlama veya tahmin etme,

- Geçmişte yaşanan olumsuz olayları yersiz bir şekilde sık sık gündeme getirme,

- Bireyler üzerinde sözlü baskı kurma çabası,

- Suçlayıcı, eleştirel ve olumsuz değerlendirmelerde bulunma,

- Emir verme ve tehdit etme,

- Samimiyetten uzak durma ve yalan söyleme,

- Alaycı davranışlar sergileme, küçük düşürme ve fikirleri önemsememe,

- Küçük hataları büyütme,

- Özveriyi sürekli karşı taraftan bekleme,

- Karşı tarafa kendini ifade etme fırsatı vermeme.

Bu maddeler sonucunda huzurlu bir aile ortamı için bazı temel gereksinimler bulunmaktadır. İlgili temel gereksinimlerini yedi ana başlık altında sıralamak mümkün olabilir (Yılmaz, 2013: 1-4):

- Değerli Olma Duygusu: Aile içindeki etkileşim, çocuklarda "ben değerliyim" veya "değersizim" hissiyatını oluşturabilir. Bu gereksinim karşılanmadığında, çocuk farklı yollarla bu duyguyu arayabilir. Ergenlik dönemindeki erkek çocukların çete kurma ve bazen ölümle sonuçlanan çatışmalara girme nedenleri arasında, kendilerini görmezden gelen aile ortamlarına karşı bir tepki olarak bu davranışlar yer alabilir. "Ben değerliyim" duygusunu aile içinde edinen bir birey, kendisini kanıtlamak için olumsuz davranışlara başvurmayacaktır.

- Güven Ortamı: Aile bireyleri, evin içinde güvenlikte olduklarını hissetmek isterler, dışarıdaki tehditlerden korunma ihtiyacı duyabilir. Bu duygu, ailenin içinde kazanılması gereken hayati bir his olarak öne çıkabilir. Aile içi güvenlik sağlanmadığında, çocuklar ve gençler evin dışındaki dünyaya yönelebilir ve aile bağları zayıflayabilir. Özellikle şiddet ve uygun olmayan içeriklere maruz kalma riski, ev ortamında güvenli bir düzenlemeyi zorunlu kılabilir.

- Yakınlık ve Dayanışma Duygusu: Aile içinde sağlanan temel güven ve dayanışma, bireylerin dış dünyadaki stresle başa çıkabilmeleri için kritik öneme sahiptir. Aile içinde bu güven ve dayanışma duygusu geliştirilmediyse, bireyler hem kendilerine hem de çevrelerine güvenme konusunda sıkıntılar yaşayabilir. Böyle bir durumda, çevrelerindeki insanlarla derin ilişkiler kurmakta zorluk çekebilir.

- Sorumluluk Duygusu: Sorumluluk, aile sistemi içinde gelişir ve her bireyin bu duyguyu paylaşmasıyla şekillenebilir. Anne ve babalar, çocuklarına sorumluluk vererek, onların kendilerini yönetmeyi öğrenmelerini sağlarlar. Tüm sorumluluğun ebeveynlerde olduğu bir aile ortamında, çocukların bağımsızlık ve başkalarına yönelik sorumluluk bilinci zayıf olabilir. Bu durum, bireylerin ileriki yaşamlarında sürekli başkalarını suçlayıcı bir tutum geliştirmelerine yol açabilir.

2.3.1. Sosyal Medya ve Aile İçi İletişim

Son zamanlarda sosyal medya kullanımındaki önemli artış, kişilerarası iletişim üzerinde kayda değer bir etkiye sahip olmuştur. Bu fenomen, ailevi bağlardaki düşüşe önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Sosyal medya platformlarında harcanan uzun süre, aileler içindeki yüz yüze etkileşimlerin azalmasına neden oldu ve çocukların akrabalarıyla sanal bir ortamda ilişki kurmaya sevk edebilir. Sosyal medya, bireylerin sosyal ihtiyaçlarını koşullarına göre karşılamaları için uygun bir seçenek olarak ortaya çıkmıştır. Güçlü ailevi bağları olmayan veya aile üyeleriyle ortak ilgi alanlarından yoksun bireylerin çevrim içi platformlar aracılığıyla sosyal etkileşim aramaya daha meyilli oldukları iddia edilmektedir (Bayraktutan, 2005: 109: 158).

Sosyal medya üzerinde yapılan araştırmalar, sosyal medya platformlarının kullanımının bireylerin aileleri ve yakın çevreleriyle etkileşimleri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu göstermektedir. Araştırmaya göre, aileler çocuklarına yeterince bakmak yerine kendi kendine vakit geçirmeye öncelik verme eğilimindedir (Demir, 2016:32), bu da potansiyel olarak çocukların aileleriyle bağlantı duygusunda bir azalmaya ve uzun vadede yalnızlığa duyarlılığın artmasına neden olabilir (Yalçın ve Yalçın, 2012: 739).

Sosyal medyadaki iletişim, öncelikle kelimelerin ve sembollerin kullanımı yoluyla gerçekleşir ve kullanıcıların fiziksel bir şekilde yerine sanal etkileşimlere katılmalarını sağlayabilir. Sonuç olarak, iletişimde zamanla kesintiler yaşanabilir. Hem ebeveynler hem de gençler sohbet odalarına ve sosyal ağ sitelerine katılmaya ilgi gösteriyor. Genç bireyler ailelerini rol model olarak taklit etme eğiliminde olduklarından, ebeveynlerin potansiyel olumsuz sonuçları önlemek için sosyal medya kullanımlarında daha dikkatli olmaları gerekebilir (Kırık, 2014: 341). Bunu yapmamak, genç bireylerin gerçeklikten kopmasına ve fiziksel ve sanal alemler arasında gezinme konusunda zorluklarla karşılaşmasına neden olabilir.

Sosyal medyanın olumsuz etkilerinin ailelerdeki iletişim dinamiklerini bozabileceği ve potansiyel olarak ailevi bağların oluşumunu ve geliştirilmesini engelleyebileceği gözlemlenmiştir. Medyanın ailevi birimlerin sosyalleşme süreci

üzerindeki etkisi açıktır ve ilişkilerinin doğasını değiştirebilir. Teknolojik araçların sınırsız doğası, bireylerin ailevi bağlantıları ve bağları geliştirmelerini sağlayarak başkalarıyla sürekli etkileşimi kolaylaştırabilir. Medyanın avantajlı yönlerinden biri olmasına rağmen, bu senaryo ailevi iletişimi olumsuz yönde etkileme kapasitesine sahiptir, bu da yüz yüze etkileşimlerde ve sosyal katılımı bir azalmaya yol açabilir (Villegas, 2013: 12-13). Genç nesil, geleneksel sosyal arayışlardan ve arkadaşlıklardan giderek daha fazla ayrıldı ve kişisel alanlarının sınırları içinde sosyal medya platformlarında yalnız zaman geçirmeyi tercih edebilir. Ergenler ve çocuklar arasında televizyon izlemek, spor yapmak ve akranlarıyla sosyalleşmek gibi eğlence faaliyetlerinin yerini sosyal medya etkileşimleri almıştır (Aslan ve Cansever, 2012: 31). Açıkçası, bireyler sosyal medya etkileşimlerine daha fazla zaman ayırarak yeni yaşam tarzlarını benimsiyorlar ve bu da fiziksel sosyal etkileşimlerinde önceki zamanlara kıyasla azalmaya neden olabilir.

Gözlem ve deneyim kazanma sürecinde gelişen genç bireyler, aileleriyle etkileşim için zaman ayırmalıdır. Tersine, gençlerin sağlıklı bir gelişim yörüngesini kolaylaştırmak için aileleriyle ortak faaliyetlerde bulunmaları esastır. Aşırı kullanım bu süreci engelleyebileceğinden, sosyal medya ile etkileşim sürelerini sınırlamaları tavsiye edilebilir (Yalçın ve Yalçın, 2012: 740).

2.3.2. Sosyal Medya ve Aile İçi İletişim Üzerindeki Rolü

Sosyal medya kavramı araştırılırken, akademik literatürde bulunan çeşitli tanımlar dikkate alınmaktadır. Bazı akademisyenler, sosyal medyayı, kullanıcılar arasında karşılıklı katılımı kolaylaştıran, ortak ilgi alanlarını paylaşan bireyler arasındaki fikir alışverişini artıran ve herkese iletişim için kendi profilini ve iletişim ağını oluşturma fırsatı veren dijital platformlar olarak tanımlamaktadır. Sosyal ağ kavramı, bireylerin fikirlerini ifade etmelerini ve başkalarıyla ortak bir hedef doğrultusunda etkileşim kurmalarını sağlayan internet üzerinden sanal bir topluluğun oluşturulmasını ima etmektedir. Tersine, sosyal medya, toplum içindeki daha derin sosyal etkileşimleri, toplulukların oluşumunu ve işbirlikçi çabaların yürütülmesini destekleyen çevrim içi platformlar olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca, mevcut sosyal bağlantıların sürdürülmesini ve yeni ilişkilerin kurulmasını teşvik eden dijital alanlar olarak tanımlanmaktadır (Güleç, 2018: 274)

Sosyal medya alanında bireyler artık pasif haber alıcıları değil, mevcut çok çeşitli etkileşimli özellikler sayesinde çeşitli içeriklerle aynı anda etkileşim kurma yeteneğine sahip aktif katılımcılar olarak tanımlanmaktadır. Pasiflikten etkileşime geçiş, bireyleri

içerik paylaşma, yorum yapma ve kitle iletişim alanında farklı konumlandırma gibi fırsatlarla güçlendirmiştir. Bu fenomen, çağdaş toplumun tanımlayıcı bir özelliği olarak kabul edilmektedir. Sosyal ağlar içinde, bireyler birbirleriyle sürekli iletişim kurmakta ve bu sanal alanda davranış normlarının oluşturulmasına yol açmaktadır. Bu normlar, sosyal ağdaki katılımcılar arasında güvenin gelişmesine katkıda bulunmakta ve sonuçta ağ içinde itibar birikmesine neden olmaktadır (Yıldız, 2017: 72).

Sosyal medyanın kullanımı, çeşitli hedeflere hizmet etmektedir. Bazı bireyler, sosyal etkileşimlerini geliştirmek için sosyal medya platformlarını kullanırken, diğerleri bu ağları dış ortamdan çekilmenin bir yolu olarak kullanmayı tercih etmektedir. Gençler arasında sosyal medyanın kullanımına odaklanan araştırmalar, mesajlaşma ve zamanlama dahil olmak üzere, öncelikle eğlence ve iletişim odaklı çeşitli uygulamaların yaygın olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal medyayı, birincil kullanım amaçlarının ötesinde, bilgi yaymak ve bilgi edinmek gibi kişisel gelişim amaçları için kullanmaya asgari önem verilmektedir. Kullanıcıların kendilerini ifade etmelerini ve sosyal ile politik tartışmalara katılmalarını sağlayan sosyal platformlar, çok yönlü doğaları nedeniyle sosyal medya bağımlılığının gelişmesine yol açmaktadır. Günün 24 saati ve herhangi bir yerden mevcut olan sosyal medyanın aşırı ve düzensiz kullanımı, çeşitli fiziksel, sosyal ve psikolojik zorluklarla ilişkilendirilmektedir (Semerci vd., 2023: 110).

Çağdaş zamanlarda aileler içindeki eşitsizlik, önceki dönemlere kıyasla önemli ölçüde azalmıştır. Kadınların işgücüne entegrasyonu, ebeveynlerin ancak akşamları kendi iş taahhütlerinin ardından bir araya gelebilecekleri bir senaryoya yol açmıştır. Hem ebeveynlerin hem de çocukların müsait olduğu bu akşam saatleri, ailevi etkileşim için çok önemli olup göz ardı edilmemelidir. Yine de, internet ve sosyal ağ platformlarının ortaya çıkışı, bu hayati aile zamanına kısıtlamalar getirmiştir. Sosyalleşmek için popüler bir çevrim içi araç olan Facebook'un kullanımı, özellikle gençler arasında büyük ilgi görmüştür. Sonuç olarak, gençler artık Facebook'ta önemli miktarda zaman ayırmakta, böylece aileleriyle geçirdikleri zamanı daha da azaltmaktadır. Sonuç olarak, aileler içindeki iletişimin sosyal medya platformları aracılığıyla giderek daha fazla yürütüldüğü açıktır (Hacıfendioğlu, 2010: 57).

2.3.3. Aile İçi İletişimde Sosyal Medya Sınır Belirleme

Ebeveynlerin, çocukları yapmadan önce sosyal medyadaki gelişmeleri tanımaları ve düzenlemeleri ve daha sonra çocuklarına konuyla ilgili talimat vermeleri gerekmektedir. Ebeveynlerin çocuklarıyla uğraşırken düşünceli bir yaklaşım benimsemeleri çok önemlidir. Ebeveynlerin interneti ve sosyal medyayı kullanma şekli,

çocuklarının sosyal medya kullanımı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Eğitim açısından, ebeveynler başlangıçta çocuklarına kişisel bilgilerin ve mahremiyetin önemini açıklamalı ve bu bilgileri başkalarıyla paylaşmamanın önemini vurgulamalıdır. Ebeveynlerin yetersiz ve kayıtsız bir tutumu, izlenmeyen sosyal medya kullanımında bir artışa yol açabilmektedir. Mevcut koşulları anlamamak ve çocuklarla çatışmalara girmemek, gelecekte daha da önemli sorunlara neden olabilmektedir. Ebeveynler, sosyal medya kullanımına kısıtlamalar koymak yerine, çocuklarıyla eğitici bir şekilde etkileşime girmelidir. Bu yaklaşımı başarılı bir şekilde uygulamak için ebeveynler teknolojik gelişmelerden haberdar olmalı ve yüksek düzeyde bilgi sağlamalıdır. Sonuç olarak çocuklar ihtiyaç duydukları bilgi için en erişilebilir kaynak olan ailelerine dönmeye meyilli hissedeceklerdir (Okumuş ve Parlar, 2018: 366).

Aile üyelerinin huzurunda sosyal medya ile etkileşim kurmak, üyeler arasındaki açık etkileşim akışını engelleyerek aile iletişimi üzerinde zararlı bir etkiye sahip olabilmektedir. Çevrim içi alemde meşgul olan bireyin odağı, bu yönde sapma eğilimindedir ve bu da yakın çevreden kopulmaya neden olmaktadır. Bu nedenle, hem ebeveynlerin hem de aile içindeki çocukların, birbirlerinin yanında sosyal medya kullanımlarını hem sıklık hem de süre açısından sınırlamaları tavsiye edilmektedir (Güleç, 2018: 113).

Çocukların ekranlara maruz kalma süresini kısıtlamak ve aynı zamanda belirlenen sınırların adil ve uygulanabilir olmasını sağlamak zorunlu bir gerekliliktir. Başlangıçta, bakıcılar, ebeveyn davranışının çocuklar için bir model olarak hizmet ettiğinden, çocukların ekranlarda etkileşime girdiği içeriği denetlemelidir. Çocukların ekran süresi, ebeveynlerin ekranların önünde geçirdiği zamandan etkilenmektedir. Sonuç olarak ebeveynler, çocuklarının huzurundayken kendi ekran kullanımlarını en aza indirmelidir. Ebeveynlerin dijital platformlardan ayrılmalrı, çocuklarıyla anlamlı etkileşimler kurmaları, günlük aktiviteleri çocuk için anlaşılır bir düzeyde tartışmaları, akranlarıyla sosyal etkileşim fırsatlarını kolaylaştırmaları, yaşa uygun sorumluluklar atamaları ve hafta sonları açık hava etkinliklerini keşfetmeleri tavsiye edilmektedir. Ayrıca, yemek zamanlarında ekranlardan kaçınmak ve modemin periyodik olarak bağlantısını kesmek için bilinçli bir çaba sarf etmek faydalı olabilir (Kırlioğlu vd., 2023: 129).

2.4. İnternetin Kısa Tarihi ve Yaygınlaşması

İnternet, telgraf, telefon, radyo ve bilgisayar gibi çeşitli teknolojileri daha önce hiç görülmemiş bir şekilde entegre ederek bilgisayar ve iletişim dünyasında önemli değişiklikler yaratmıştır. İnternetin gelişimi dört temel yön etrafında şekillenmiştir:

teknolojik evrim, operasyonlar ve yönetim, sosyal etki ve ticarileştirme. Teknolojik gelişmeler, paket anahtarlama ve ARPANET üzerine yapılan erken araştırmalarla başlamış ve internetin altyapısını ölçek, performans ve işlevsellik açısından geliştirmek için devam eden çabalara yol açmıştır. Operasyonel yön, karmaşık ve küresel bir altyapıyı yönetmeyi, verimliliğini ve güvenilirliğini sağlamayı içermektedir. Sosyal olarak, İnternet, teknolojiyi geliştirmek ve geliştirmek için işbirliği yapan, "Internauts" olarak bilinen geniş bir kullanıcı ve geliştirici topluluğu oluşturmuştur. Ticarileştirme ise araştırma sonuçlarını yaygın olarak bulunan ve dağıtılan bir bilgi altyapısına dönüştürmede önemli bir rol oynamış ve İnternet'i modern toplumun temel taşı haline getirmiştir. Günümüzde İnternet, genellikle Ulusal (veya Küresel veya Galaktik) Bilgi Altyapısı olarak adlandırılan yapının bir prototipi olarak hizmet vermekte ve sadece teknik alanları değil, aynı zamanda elektronik ticaret, bilgi edinme ve topluluk operasyonları gibi toplumsal uygulamaları da etkilemektedir (Leiner vd., 2009: 22-23).

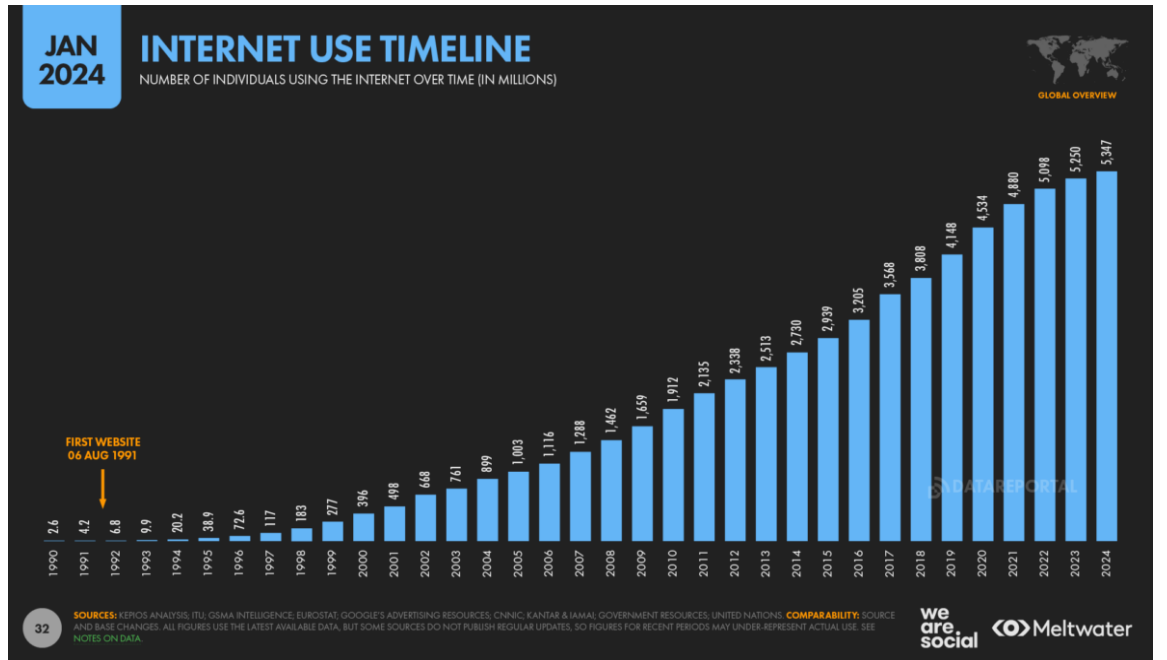
Roberts'ın ARPANET Planı: 1967'de Roberts, ARPANET için internetin gelişimine doğru önemli bir adım atan bir plan geliştirmiştir. Bu plan, paket anahtarlama ağlarının temelini atmıştır. Paket Ağı Kavramı: İnternet üzerinden veri iletimi için çok önemli olan paket anahtarlama kavramı, Donald Davies ve Paul Baran da dahil olmak üzere Birleşik Krallık ve ABD'deki araştırmacılar tarafından bağımsız olarak geliştirilmiştir. Bu kavram, verimli ve güvenilir veri aktarımına olanak sağlamıştır (Leiner vd., 2009: 22-23).

J.C.R. Licklider'in 1962'de önerdiği "Galaktik Ağ" konsepti, günümüzün İnternetine çok benzeyen küresel olarak birbirine bağlı bir bilgisayar kümesi öngörmekteydi ve bu fikirler, ağ oluşturma konusunda daha fazla araştırma ve geliştirmeye ilham vermede temel rol oynamıştır. İnternetin gelişimi, altyapının ölçeğini, performansını ve işlevselliğini genişleten sürekli teknolojik ilerlemeler tarafından yönlendirilmiştir; bu evrim, internetin çok çeşitli uygulama ve hizmetleri desteklemesini sağlamıştır. Ayrıca internet, teknolojinin evrimine toplu olarak katkıda bulunan ve "Internauts" olarak bilinen geniş bir kullanıcı ve geliştirici topluluğunu teşvik etmiştir, bu sosyal yön, internetin hızlı büyümesi ve benimsenmesinde etkili olmuştur. Araştırma sonuçlarının geniş çapta dağıtılmış ve mevcut bir bilgi altyapısına dönüşümü, internet tarihinin önemli bir yönünü oluşturmuş ve ticarileştirme çabaları, interneti geniş bir kitleye erişilebilir hale getirerek gelişimini daha da yönlendirmiştir (Leiner vd., 2009: 23).

World Wide Web'in ilk yinelemesi olarak bilinen Web 1.0, 1989 yılında “Yüksek Enerji Fiziği” alanında araştırma yapan bireyler için yetkin ve karmaşık olmayan bir

iletişim modu olarak hizmet etmek amacıyla kuruldu. Web 1.0'ın başlangıcı, hiper medya sistemlerinin sayısız özelliğini içeren çeşitli formatlarda sunulan çeşitli veri dizilerine modern ve etkileşimli bir ağ geçidi sunarak yeni bir dönemi beraberinde getirmiştir. Web 1.0 döneminin web siteleri, halka açık hale getirilen tüm içeriği barındıran basit tasarımı ve işlevselliği ile karakterize edildi. Web'in bu ilkel sürümünde, sayfalar arasındaki bağlantı tek yönlüydü ve kullanıcıları yalnızca sunucu tarafından yüklenen içeriği tüketmekle kısıtlanmıştır. Web 1.0 sitelerine ziyaretçi kapasitesinde erişen bireyler, içerik okuma, yorum yapma, katkıda bulunma veya paylaşma gibi etkinliklerle sınırlıydı ve böylece bu çerçevede kullanıcı katılımının pasif doğasının altını çizdi. Statik bilgilerin yayılması, Web 1.0'ın dijital ortamında gezinmek için birincil kanal görevi gören köprülerin kullanılmasıyla kolaylaştırılmıştır (şengöz, 2015: 28, aktaran İbrahimova, 2023: 60).

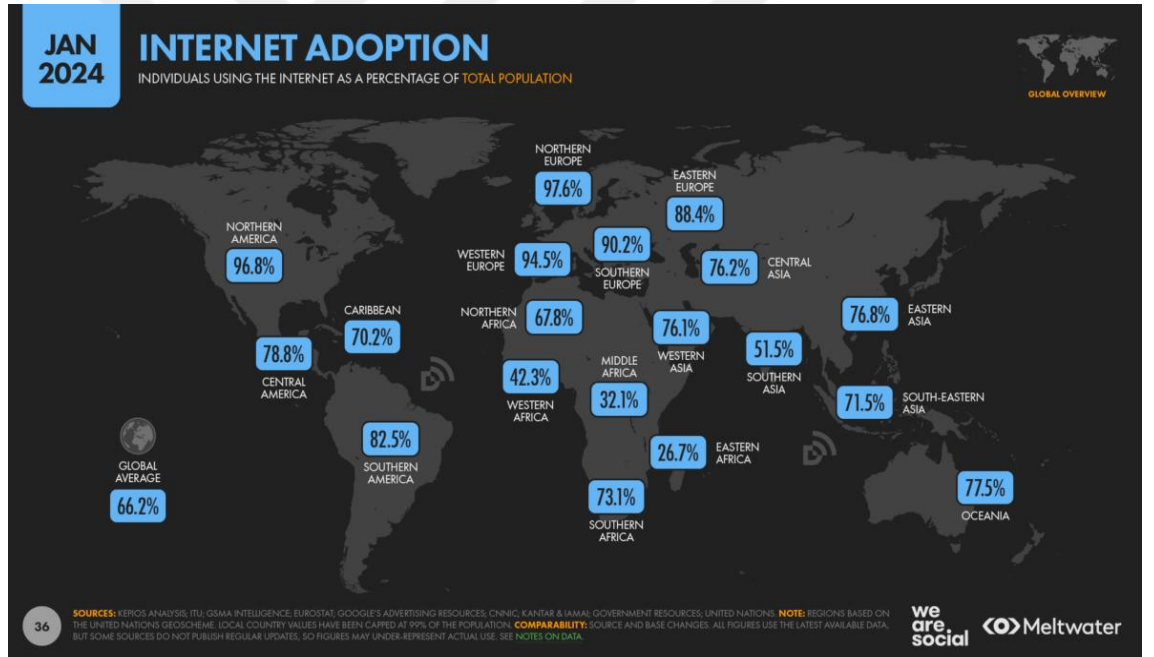
İnternet, 1960'ların sonlarından beri bir ağ olarak varlığını sürdürmesine rağmen, Dünya Çapında Ağ (WWW) 6 Ağustos 1991'de halka açılmıştır. 90'lı yılların başında internet erişimi yalnızca üniversite, hükümet veya askeri bağlantıları olanlara sunulmaktaydı. Ancak 90'ların ortasında, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki büyük metropol alanlarında birçok özel internet servis sağlayıcısının (ISP) ortaya çıkmasıyla, milyonlarca ev bilgisayar kullanıcıları filtresiz ve sınırsız çevrim içi hizmetlerden yararlanma fırsatı bulmuştur (Taprial ve Kanwar, 2012: 13).



şekil 1. İnternet kullanımı oranları zaman çizelgesi (We Are Social, 2024).

şekil 1'de sunulan bulgular, 2024 yılının Ocak ayına kadar internet kullanımının zaman içindeki değişimini göstermektedir. 1990 yılından başlayarak her yıl internet

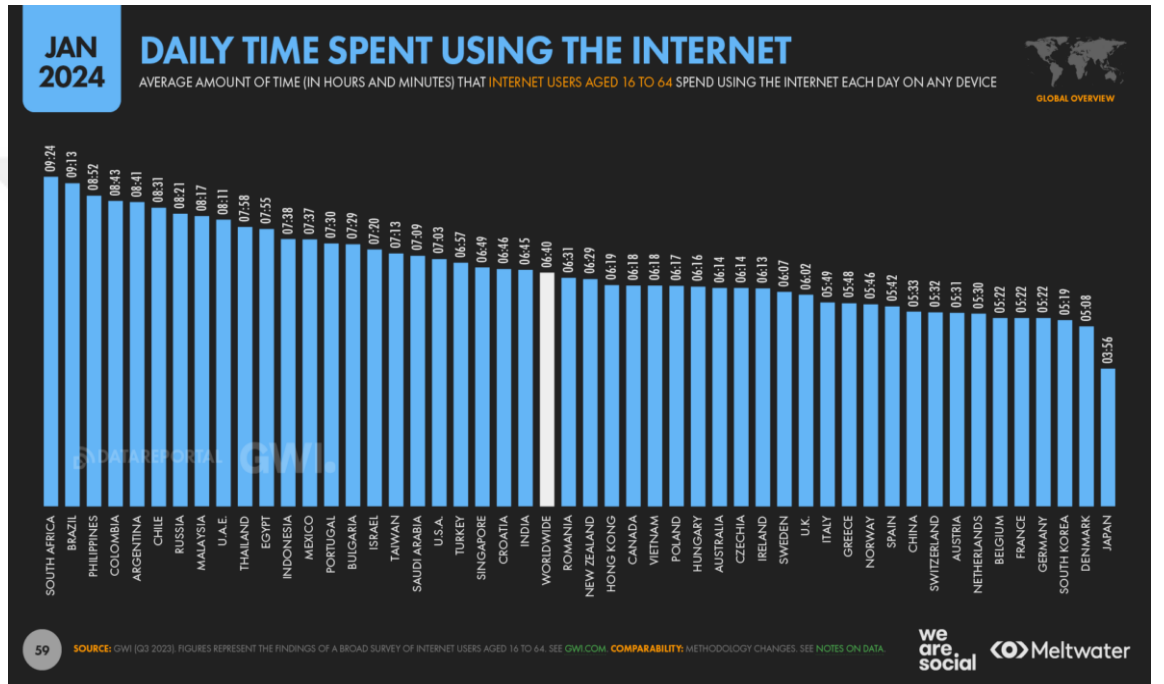
kullanan bireylerin sayısındaki artışı milyon ve milyar cinsinden ifade etmektedir. İlk web sitesinin 6 Ağustos 1991'de yayınlanmasından itibaren, internet kullanıcı sayısının istikrarlı bir şekilde arttığı gözlemlenmektedir. 1990 yılında internet kullanan birey sayısı 2.6 milyon iken, 2000 yılına gelindiğinde bu sayı 361 milyona ulaşmıştır. 2005 yılında internet kullanıcı sayısı 1 milyar barajını aşmış ve 2010 yılında 2.1 milyara çıkmıştır. 2020 yılında kullanıcı sayısı 4.8 milyara ulaşmış ve 2024 yılı başında 5.3 milyar kullanıcıya ulaşarak önemli bir kilometre taşını temsil etmiştir. Bu artış, internetin küresel düzeyde yaygınlaştığını ve insanların bilgiye erişim, iletişim ve günlük yaşamın birçok alanında interneti ne kadar yoğun kullandığını göstermektedir. Özellikle sosyal medya platformlarının ve mobil cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte internet kullanımı daha da artmış, dünya genelinde daha fazla insan çevrim içi olmuştur. Bu durum, dijitalleşmenin hızla ilerlediğini ve internetin modern toplumların temel bir parçası haline geldiğini açıkça ortaya koymaktadır (Bkz. Şekil 1.).



Şekil 2. İnternet adaptasyon oranları (We Are Social, 2024).

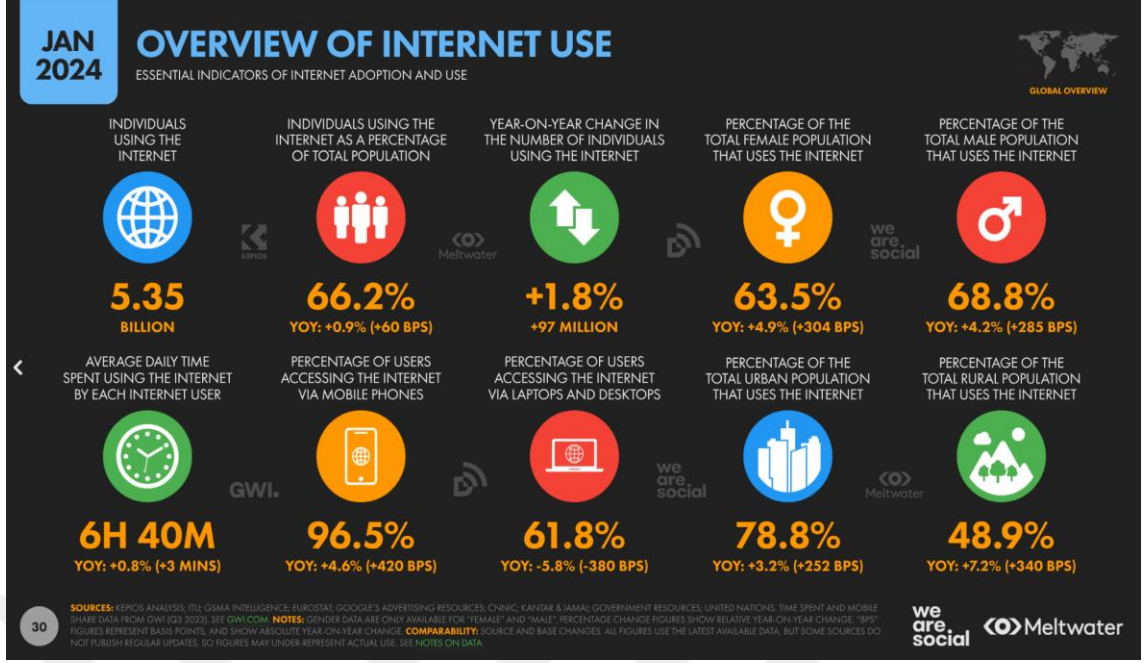
Şekil 2'de yer alan veriler, dünya genelinde internet kullanım oranı %66.2 olarak belirlenmiştir. Bölgesel bazda bakıldığında, Kuzey Amerika'nın %96.8 ile en yüksek internet kullanım oranına sahip olduğu görülmektedir. Kuzey Avrupa %97.6, Batı Avrupa %94.5 ve Güney Avrupa %90.2 ile yüksek oranlarda internet kullanımına sahiptir. Doğu Avrupa'da bu oran %88.4 olarak belirlenmiştir. Asya kıtasında, Doğu Asya %76.8, Güneydoğu Asya %71.5 ve Orta Asya %76.2 oranında internet kullanımına sahiptir. Güney Asya %51.5 ile daha düşük bir kullanım oranına sahiptir. Batı Asya'da internet kullanımı %76.1 oranında gerçekleşmiştir. Afrika kıtasında, Kuzey Afrika %67.8, Batı

Afrika %42.3, Orta Afrika %32.1 ve Doğu Afrika %26.7 oranında internet kullanımı göstermektedir. Güney Afrika'da ise bu oran %73.1 olarak belirlenmiştir. Güney Amerika %82.5, Orta Amerika %78.8 ve Karayipler %70.2 internet kullanım oranlarına sahiptir. Okyanusya'da ise internet kullanım oranı %77.5 olarak kaydedilmiştir (Bkz. Şekil 3.). Bu veriler, internet kullanımının küresel düzeyde yaygınlaştığını ancak bölgesel farklılıkların devam ettiğini göstermektedir. Gelişmiş bölgelerde internet erişimi yüksekken, bazı gelişmekte olan bölgelerde internet kullanım oranlarının daha düşük olduğu görülmektedir.



Şekil 3. İnternet günlük kullanımı oranları grafiği (We Are Social, 2024).

Şekil 3’de gösterilen sonuçlar, 2024 yılının Ocak ayına ait, 16 ile 64 yaş arasındaki internet kullanıcılarının günlük olarak internette geçirdikleri ortalama süreyi göstermektedir. Saat ve dakika cinsinden ifade edilen bu süreler, ülkeler bazında farklılıklar sergilemektedir. Güney Afrika, günlük ortalama 9 saat 24 dakika ile en fazla internet kullanım süresine sahip ülke olarak öne çıkmaktadır. Onu sırasıyla 9 saat 13 dakika ile Brezilya ve 8 saat 32 dakika ile Filipinler izlemektedir. Kolombiya (8 saat 29 dakik), Arjantin (8 saat 23 dakik) ve Şili (8 saat 17 dakik) gibi ülkeler de yüksek internet kullanım sürelerine sahiptir. Türkiye, günlük ortalama 7 saat 29 dakika ile internet kullanım süresi yüksek olan ülkeler arasındadır. ABD, günlük ortalama 7 saat 13 dakika internet kullanımı ile bu sıralamada yer alırken, Singapur 6 saat 49 dakika, Japonya ise 3 saat 56 dakika ile en düşük internet kullanım süresine sahiptir. Dünya genelinde ortalama internet kullanım süresi 6 saat 37 dakika olarak belirlenmiştir (Bkz. Şekil 3.).



Şekil 4. İnternet kullanımı oranları grafiği (Data Reportal, 2024).

Şekil 4'te özetlenen bilgiler, 2024 yılı Ocak ayı itibarıyla dünya genelinde internet kullanımına dair kapsamlı bir bakış sağlanmıştır. Küresel olarak 5.35 milyar birey internet kullanmakta olup, bu sayı dünya nüfusunun %66.2'sine denk gelmektedir. Yıllık bazda %1.8'lik bir artış ile 97 milyon yeni internet kullanıcısı eklenmiştir. Kadın nüfusun %63.5'i ve erkek nüfusun %68.8'i internet kullanmaktadır. Şehir nüfusunun %78.8'i ve kırsal nüfusun %48.9'u internet erişimine sahiptir. İnternet kullanıcıları günde ortalama 6 saat 40 dakika çevrim içi zaman geçirmektedir. İnternet erişiminin %96.5'i mobil cihazlar üzerinden sağlanırken, dizüstü ve masaüstü bilgisayarlar üzerinden erişim %61.8'dir (Bkz. Şekil 4.).

2.5. İnternetin Toplumsal ve Kültürel Yaşama Etkileri

İnternet, bireyleri mevcut kültürel norm ve değerlere meydan okuyabilecek ve genişletebilecek çok çeşitli fikir, bakış açıları ve davranışlara maruz bırakarak değerler ve ahlaki karar verme üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu çeşitlilik, bireylerin kendi değer sistemlerini yeniden değerlendirmelerine ve farklı ahlaki perspektiflerle karşılaştırmalarına olanak tanıyabilir. İnternetin sunduğu geniş bilgi yelpazesi, bireylerin ahlaki kararlarını daha bilinçli ve geniş bir perspektifle ele almasını sağlamaktadır. Ancak, bu durum aynı zamanda değer çatışmalarına ve ahlaki belirsizliklere de yol açabilir, zira bireyler farklı ve bazen çelişkili değerlerle karşı karşıya kalırlar. Dolayısıyla, internetin değerler ve ahlaki karar verme üzerindeki etkisi, hem olumlu hem de olumsuz

sonuçlar doğurabilecek çok yönlü bir fenomendir (Laoebela vd., 2023: 56). Bununla birlikte, yanlış bilgi, siber zorbalık ve çevrim içi nefret söyleminin yayılmasına katkıda bulunarak internet, bireylerin zihinsel sağlığını ve refahını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Laoebela vd., 2023: 55).

İnternet, kullanıcıların büyük miktarda bilgi depolamasına olanak tanıyan dev bir harici bellek görevi görmektedir. Bununla birlikte, harici belleğe olan bu güven, insanların bilgiyi hatırladıkları ancak kaynakları unuttuğu ve bilginin güvenilirliğini sorgulama yeteneklerini etkileyen "kaynak amnezi" adı verilen bir olguya yol açmaktadır. Bu durum, bireylerin bilgiye erişim kolaylığı sayesinde detayları hatırlama becerilerini artırırken, bilginin kaynağını ve doğruluğunu değerlendirme yetilerini zayıflatmaktadır. Kaynak amnezi, bireylerin elde ettikleri bilgilerin doğruluğunu sorgulama ve eleştirel düşünme becerilerini azaltarak, yanlış bilgilere ve yanıltıcı içeriklere karşı savunmasız hale gelmelerine neden olabilmektedir. İnternet, insanların bilgiye erişme ve bilgiye nasıl tüketme şeklini önemli ölçüde değiştirdi, sosyal medya ve çevrim içi platformlar bu değişimde önemli bir rol oynadı ve bu da kamusal tartışmaların şekillenmesinde daha fazla kullanıcı katılımına yol açmıştır (Aprilia, 2023: 76). Yeni dijital medya teknolojilerinin, örneğin internet, sosyal medya ve sanal gerçekliğin ortaya çıkışıyla birlikte, bireyselleşme ve etkileşim mantığına doğru bir kayma yaşanmıştır. Bu durum, bireylerin medya içeriğinin oluşturulması, dağıtılması ve tüketimi üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmalarını sağlamıştır. Bu kayma, yeni iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasına ve daha merkeziyetsiz, etkileşimli ve kişiselleştirilmiş kimliklerin oluşumuna yol açmıştır. Örneğin, sosyal medya platformları, bireylerin kendi çevrim içi kimliklerini oluşturup küratörlüğünü yapmalarına ve ortak ilgi ve değerlere dayalı olarak diğerleriyle bağlantı kurmalarına olanak tanımaktadır. Sanal gerçeklik teknolojisi ise fiziksel ve dijital alan arasındaki çizgiyi bulanıklaştıran sürükleyici ve etkileşimli deneyimler sunmaktadır. İkinci medya çağı teorisi, yeni medya teknolojilerinin dönüştürücü potansiyelini ve bu teknolojilerin iletişim biçimlerimizi, kimliklerimizi şekillendirmemizi ve çevremizdeki dünya ile etkileşimimizi nasıl etkilediğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, izleyici tüketiciler ve üreticiler olarak ayrılmamakta, bireyler eşit şekilde bir araya gelmektedir. İletişim artık tek yönlü olmaktan ziyade, çok yönlü ve etkileşimli bir yapıdadır (Aprilia, 2023: 79). İnsanlar genellikle kendilerini aktif ve mantıklı tüketiciler olarak görme eğilimindedirler ve internet üzerinde okudukları konusunda seçici davranırlar. Bununla birlikte, dijital yerlilerin (çocuklar ve gençler gibi) internetten yaşlı insanlara göre daha fazla etkilendiğini düşünülebilir. Örneğin önemli sosyal ilişkileri kaçırabilir ve daha az yaratıcı olabilir. Facebook, bilgi bulma amacıyla değil, daha çok arkadaşlarla bağlantı

kurma amacıyla kullanılmaktadır. Medya kuruluşları tarafından paylaşılan veya Facebook'ta arkadaşlar tarafından önerilen bilgileri gören insanlar, bu bilgilerin daha güvenilir olduğuna inanma eğilimindedir (Aprilia, 2023: 83). Dijital medyanın dijital nesil üzerindeki kullanımı, hem olumlu hem de olumsuz karmaşık etkilere sahiptir. Dijital medyanın olumlu etkileri arasında bilgiye daha geniş ve hızlı erişim sağlama, iletişim kolaylığı ve yaratıcılık ile yenilikçilik yer almaktadır. İnternet erişimi sayesinde dijital nesil, akademik ve eğlence amaçlı ihtiyaç duydukları bilgiyi hızlı ve kolay bir şekilde bulabilirken, sosyal medya ve anlık mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla dünya çapında arkadaşları, aileleri ve diğer kişilerle iletişim kurabilmektedir. Ayrıca dijital teknolojiyi kullanarak videolar, müzik, fotoğraflar ve uygulamalar gibi yaratıcı ve yenilikçi eserler üretebilirler. Ancak, dijital medyanın aşırı kullanımı, bağımlılık, ruh sağlığı sorunları ve çevrim içi güvenlik tehditleri gibi olumsuz etkilere yol açabilir. Aşırı kullanım, eğitim, iş ve sosyal ilişkiler gibi günlük yaşamı olumsuz etkileyebilir ve kaygı, depresyon ile stres gibi ruh sağlığı sorunlarına neden olabilir. Ayrıca çevrim içi zorbalık, çevrim içi dolandırıcılık ve diğer siber suçlar gibi tehditlerle karşı karşıya kalabilirler. Yüz yüze sosyal etkileşime ayrılan zamanın azalması, sosyal beceriler ve kişilerarası iletişim yeteneklerini de olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle, dijital neslin dijital medyanın olumlu ve olumsuz etkilerini anlaması ve teknolojiyi bilinçli bir şekilde kullanması önemlidir (Aprilia, 2023: 84).

Çocukların internette tükettiği içerik, bilişsel gelişimlerini önemli ölçüde etkileyebilir. Eğitim materyalleri öğrenmeyi geliştirirken, şiddet içeren içeriğe maruz kalmak saldırgan davranış kalıplarını teşvik edebilir. Çevrim içi içerikte tasvir edilen değerler ve etik, çocukların manevi inançlarını ve ahlaki pusulasını şekillendirebilir. Olumlu içerik iyi değerler aşılayabilirken, olumsuz içerik doğru ve yanlışın çarpık bir anlayışına yol açabilir. İnternet, fiziksel değişiklikleri doğrudan etkilemese de, çocukların fiziksel sağlığını etkileyebilir. Aşırı ekran süresi ile ilişkili hareketsiz davranış sağlık sorunlarına yol açabilirken, etkileşimli ve fiziksel aktivite temelli içerik daha sağlıklı bir yaşam tarzını teşvik edebilir. İnternetin çocukların davranışları üzerindeki etkisi derindir. Medya şiddetine maruz kalmak, çocuklarda gelecekteki eylemleri ve sosyal etkileşimleri üzerinde uzun vadeli etkileri olabilecek saldırgan davranış modellerini şekillendirmede özellikle etkili olabilir (Çalışır, 2015: 163).

Sonuç olarak medya, içinde bulunduğu toplum için farkındalık yaratma ve eğitme gibi sorumluluklarının bilincinde olmalı ve yayın politikasını yeniden gözden geçirmelidir (Çalışır, 2015: 164). İnternetin bireyler üzerindeki sosyal ve kültürel etkileri karmaşık ve çeşitlidir. Bireyler, yerleşik kültürel standartlara ve ilkelere meydan

okumaya ve genişletmeye teşvik eden bir dizi kavram, bakış açısı ve eylemle karşılaşmaları için internet tarafından güçlendirilirler. Bu çeşitlilik, bireylerin etik ikilemlerine daha bilgili ve kapsamlı bir bakış açısıyla yaklaşmalarını sağlar; ancak aynı zamanda değerler çatışmalarına ve etik belirsizliklere neden olabilir. Bilgi erişilebilirliği, aşırı bilgi ve yanlış bilgi gibi sorunlara neden olarak zihinsel refah üzerinde olumsuz etkilere sahip olsa da, bireylerin bilişsel gelişimini destekleyebilir. Medya kuruluşlarının toplumsal yükümlülüklerini tanıması ve editoryal stratejilerini buna göre yeniden değerlendirmesi gerekebilir. Bu konudaki kararlar, şiddeti kabul edilemez, kınanmış ve geçersiz olarak gösteren yayınlar sunularak formüle edilmelidir. Dijital medya kullanımı hızlı bilgi alma, kesintisiz iletişim ve yenilik gibi faydalar sağlarken, aşırı güven bağımlılık, ruh sağlığı sorunları ve siber güvenlik riskleri gibi zararlı sonuçlara yol açabilir. Çocukların internette maruz kaldığı materyal, entelektüel ve ahlaki olgunlaşmalarında doğrudan bir rol oynar ve şiddet içeren içerikler potansiyel olarak saldırgan davranışsal eğilimleri teşvik edebilir. Dijital neslin, dijital medyanın getirdiği avantajlar ve dezavantajları anlaması ve teknolojiyle bilinçli bir etkileşimde bulunması büyük bir önem taşımaktadır. Sorumlu medya davranışı, bilgilendirici ve öğretici içeriğin halka yayılmasıyla birleştiğinde, bu karmaşık etkilerin yönetilmesine ve bireylerin interneti daha sağlıklı, seçici ve uyumlu bir şekilde kullanmaları için güçlendirilmesine yardımcı olacaktır.

2.6. Çocuk ve Sosyal Medya

Bilgisayarlar ve internet, çağımızın en önemli kitle iletişim araçlarından biri olarak kabul edilmekte olup, toplumun bilgi edinme, işlemlerini gerçekleştirme, iletişim, eğitim ve eğlence gibi çeşitli fonksiyonlarına entegre olarak günlük yaşamın ayrılmaz bir bileşeni haline gelmiştir. Bu teknolojiler, aniden ve etkileyici bir şekilde toplumsal yapıya dahil olmuş, modern dünyanın temel yapı taşlarından biri olarak yerini almıştır (Ulusoy ve Bostancı, 2014: 561).

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte küresel ölçekte enformasyon akışının zirve noktalarından biri haline gelen sosyal medya, zaman ve mekân kavramlarını aşarak bireysel ve toplumsal hayatın yeniden yorumlanmasına olanak tanımıştır. Bu bağlamda, sürekli gelişen küresel ağ bağlantınlılığı, toplumların yeni bir tanımlanışını gerektirmekte olup, Manuel Castells'in ifadesiyle "ağ toplumu" kavramı, bireylerin hem global hem de lokal düzeyde birbirleriyle iç içe geçmiş ağ yapıları içinde yaşadıkları gerçeğini vurgulamaktadır. Bu nedenle, bu yeni sürecin tanımı ve anlaşılması, günümüz toplum

yapılarının temel dinamiklerini açıklamada kritik bir öneme sahiptir (Çalışkan ve Mencik, 2015: 257).

Sosyal medya kavramının gelişimi ve Web 2.0'ın ortaya çıkışı ile bu iki terim sıklıkla birbirlerinin yerine kullanılmaya başlanmıştır. Web 2.0 genellikle teknolojik altyapı ve çevrim içi uygulamaları tanımlarken, sosyal medya bu uygulamaların toplumsal etkileşim yönlerini kapsayabilir (Constantinides ve Fountain, 2008: 232). Bu bağlamda, Web 2.0, sosyal medyanın işlevsel temelini oluştururken, sosyal medya ise bu teknolojik yapı üzerine kurulu, kullanıcılar tarafından içerik üretilen ve dinamik değişimlere açık bir platform olarak işlev görebilir (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61).

Teknoloji ve onun doğal bir uzantısı olarak medya araçlarının kullanımı, çocuk ve ergenlerin çeşitli gelişim alanları üzerinde farklı derecelerde etkilere yol açabilir. Teknoloji tabanlı medya araçlarının çocukların fiziksel, bilişsel, kişilik ve sosyo-duygusal gelişimleri üzerinde belirgin bir etkiye sahip olmaktadır.

Daha detaylı incelendiğinde, sosyal medyanın bu gelişim süreçleri üzerindeki etkileri şöyle sıralamak mümkün olabilir:

Fiziksel Gelişim: Sosyal medya araçlarının yoğun kullanımı, çeşitli fizyolojik sorunlara yol açabilmektedir. Başlıca fiziksel sorunlar arasında, oturuş bozukluklarından kaynaklanan kas ve iskelet sistemi rahatsızlıkları, göz yorgunluğu ve kuruluğu yer almaktadır. Ayrıca çocuk ve ergenlerde bilgisayar nedeniyle maruz kalınan radyasyon, yetişkinlere kıyasla daha tehlikeli olabilmekte ve fiziksel aktivite azlığı gibi nedenlerle kilo artışı ve gelişimsel anomali risklerini artırmaktadır.

Bilişsel Gelişim: Çalışmalar, bilgisayar ve internet kullanımının, kullanım şekline bağlı olarak bilişsel gelişime hem olumlu hem olumsuz etkilerde bulunabileceğini göstermektedir. İnternet, planlama ve arama stratejileri gibi bilişsel süreç becerilerini geliştirmede olumlu katkılarda bulunabilirken, aynı zamanda erken yaşlardaki çocuklarda dikkat problemleri, saldırgan davranışlar ve uyku sorunlarına da yol açabilir.

Psiko-Sosyal Gelişim: Medya araçlarının sosyal katılımı artırma potansiyeli, bireyin psiko-sosyal iyi oluşuna katkıda bulunabilir. Sosyal medya, özellikle sosyal kaygısı yüksek olan veya duygusal desteğe ihtiyaç duyan bireyler için önemli bir destek aracı olabilir. Ancak, çocuk ve ergenlerin yaşamında önemli bir yer kaplayan sosyal medyanın ruh sağlığı, aile ilişkileri ve akranlarla uyum gibi alanlarda olumsuz etkiler yaratabileceği de belgelenmiştir.

Bu bağlamda, sosyal medya araçlarının etkililiği, bu araçların kullanım biçimleriyle doğrudan ilişkilidir. Gelişim çağındaki çocuk ve ergenlerin sosyal medya ortamlarında kontrolsüz şekilde maruz kalacakları riskleri azaltmak, aşırı korumacı veya tamamen

serbest bırakıcı yaklaşımlar yerine dengeli ve bilinçli bir kullanım stratejisi gerektirmektedir (Tokuç ve Duyan, 2021: 48).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2020 "Bilgi Teknolojileri Kullanım" verilerine göre, 2019 yılında %88.3 olan evden internete erişim sağlayan hane oranı 2020 yılında %90.7'ye yükselmiştir. Aynı zamanda 2009-2020 dönemini kapsayan verilere göre, geniş bant internete erişimi olan hane oranı %89.9 olarak belirlenmiştir. Bu dönemde, hanelerin %50.8'i sabit geniş bant (ADSL, kablolu internet, fiber vb.) aracılığıyla, %86.9'u ise mobil geniş bant bağlantısı ile internete erişim sağlamıştır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020). Yapılan araştırmalar, çevrim içi risklerin ebeveynler tarafından yeterince önemsenmediği veya önlemlerin alınmadığı sonucuna ulaşmıştır. Araştırma, çocukların ve ergenlerin internet üzerinde karşılaşılabileceği risklerle ilgili olarak aileleri yerine akranlarından destek aldıklarını, internet kullanımında kendilerini yetkin gördüklerini ve olumsuz içeriklerle başa çıkabileceklerine inandıklarını ortaya koymuştur.

Çocuk ve ergenlerin internette karşılaşılabileceği riskler şunlardır:

- Bilgisayara virüs bulaşması,
- Casus yazılımların bilgisayara sızması,
- Sosyal etkileşim yerine evde kapanıp şiddet içerikli oyunlar oynaması,
- Pornografik, düşmanca, öfkeli veya şiddet içerikli yasa dışı materyallere maruz kalması,
- Çevrim içi ortamlarda kişisel bilgilerini (adres, kredi kartı numarası vb.) tehlikeli şekilde paylaşması,
- Ebeveyn bilgisi veya onayı olmaksızın kredi kartı ile alışveriş yapması,
- Yaşça büyük veya kötü niyetli bireylerle iletişim kurması (Tokuç ve Duyan, 2021: 50).

2.7. Dijital Medya ve Çocuk

Çocuklar evlerinde, sokakta yürürken, restoranlarda, uçaklarda, trenlerde, arabalarda, spor salonlarında ve hatta okullarda, medyanın açıkça yasaklanmadığı her yerde medya kullanmaktadırlar. Bu yaygın medya kullanımı, çocukların günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir ve farklı ortamlarda sürekli olarak medya ile etkileşimde bulunmalarını sağlamaktadır (Content, 2015: 376). Elektronik medyanın hızlı gelişimiyle birlikte, ikame kullanımı birçok olumsuz etkiye neden olabilmektedir ve küçük çocuklar daha fazla elektronik medya cihazı kullanarak daha

fazla zaman harcayabilmektedir. Bu durum, çocukların sosyal gelişimi üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir (Ren, 2023: 2115). Çocuklar, medya karakterlerinin ekranlardan oyuncak mağazalarına kadar uzanan etkisiyle büyümektedir ve ebeveynlerin sınırlı denetimi altında kendi medya ortamlarını giderek daha fazla kontrol etmektedirler. Bu değişimlerin ortasında bazı şeyler sabit kalmaktadır. Zira çocuklar izlemeyi sevmekte ve başkalarının hikayeleri onları büyülemektedir. Gelecekte, çocukların bu hikayelere ne ölçüde katılabilecekleri, kendi senaryolarını oluşturabilecekleri ve kişisel yaşam öykülerini temsil edebilecekleri merak konusudur. Ayrıca, yapay zeka ve robotların çocukların özel arkadaşları haline gelmesi, çocukların sanal arkadaşları gerçek hayattaki zor arkadaşlarına tercih edip etmeyeceği ve mahremiyetlerini hızlı erişim uğruna feda edip etmeyecekleri de sorgulanmaktadır (Content, 2015: 407). Televizyon ve filmlerin küçük çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri yaygın olarak kabul edilmekte iken, akıllı telefon ve tablet kullanımının gelişmekte olan beyin üzerindeki etkileri konusunda kamu bilinci, bu teknolojileri benimseyen küçük çocukların hızına ayak uyduramamaktadır. Bu farkındalık eksikliği, özellikle erken çocukluk döneminde bu cihazların kullanımının artmasıyla birlikte dikkat çekmektedir. Çocuklar, bu cihazlarla etkileşimde bulunarak güvenlik ve rahatlık hissi geliştirmekte, bu da sosyal ve duygusal gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Sriandila ve Suryana, 2023: 2232).

Age	TV	Tablet	Smartphone	Desktop/Laptop	Gaming
0-2 years	74%	35%	49%	12%	9%
3-4 years	90%	64%	62%	21%	25%
5-8 years	93%	81%	59%	54%	58%
9-11 years	91%	78%	67%	73%	68%
Total	88%	67%	60%	44%	44%

Şekil 5. Çocukların medya tüketim alışkanlıklarını yaş gruplarına göre dağılımları (Exploding Topics, 2024).

Şekil 5'te verilen tabloya göre; çocukların medya tüketim alışkanlıkları yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir. 0-2 yaş grubunda çocukların %74'ü televizyon izlerken, %35'i tablet ve %49'u akıllı telefon kullanmaktadır. 3-4 yaş grubunda bu oranlar artarak televizyon izleme %90, tablet kullanma %64 ve akıllı telefon kullanma %62'ye

yükselmektedir. 5-8 yaş grubunda televizyon izleme %93, tablet kullanma %81 ve akıllı telefon kullanma %59 olarak belirlenmiştir. 9-11 yaş grubunda ise televizyon izleme %91, tablet kullanma %78 ve akıllı telefon kullanma %67 olarak kaydedilmiştir. Ayrıca, masaüstü/laptop ve oyun cihazlarının kullanımı da yaşla birlikte artmaktadır. Çocukların yaşları ilerledikçe daha çeşitli cihazlar kullanmaya başladığını ve teknolojiyi farklı alanlarda daha fazla kullandığını göstermektedir (Bkz. Şekil 5.). Pandemi süresince gözlemlenen çocukların çoğu her gün dijital ekranlar kullanmış, ortalama olarak günlük 3 saat ekran başında kalmış ve bu alışkanlıklarına üç yaşından itibaren başlamışlardır. Bu süreçte en sık kullanılan cihaz ise cep telefonu olmuştur (Viana vd., 2022: 100).

Küçük çocuklar çeşitli ekran medyasına maruz kaldıklarında ve ne izleyeceklerini seçemediklerinde, şiddet içeren davranışları taklit edebilir ve benimseyebilir. Bu durum, prososyal davranışlarda azalmaya ve davranış sorunlarına yol açabilir (Ren, 2023: 2113). Her şeyin iki yüzü olduğu bilinmektedir ve bu durum elektronik medya için de geçerlidir. Erken çocukluk döneminde, çocukların gelişim özelliklerine uygun, yüksek kaliteli eğitimsel elektronik medya içeriklerini izlemek, onların gelecekteki sosyal gelişimleri için faydalı olabilmektedir. Elektronik medyanın doğru ve dikkatli kullanımı, çocukların eğitimine ve sosyal becerilerine olumlu katkılarda bulunabilmektedir (Ren, 2023: 2113).

Teknoloji ve sosyal medya, çocuklara çevrim içi kurslar, etkileşimli öğrenme platformları ve bilgilendirici web siteleri gibi geniş bir yelpazede eğitim kaynaklarına kolay erişim sağlamaktadır, bu da onların geleneksel sınıf ortamlarının ötesinde çeşitli konuları keşfetmelerine olanak tanımaktadır. Ayrıca, bu platformlar aracılığıyla çocuklar yaratıcılıklarını sergileyebilmekte ve dijital içerik oluşturarak kendilerini ifade edebilmektedirler. Sosyal medya, çocukların akranları, arkadaşları ve aile üyeleriyle bağlantı kurmalarını ve etkileşimde bulunmalarını sağlamakta, bu da sosyal bağlantıları güçlendirmekte ve aidiyet duygusunu pekiştirmektedir. Teknoloji tabanlı eğitim oyunları ve uygulamaları, problem çözme, eleştirel düşünme ve mantıksal akıl yürütme gibi bilişsel becerileri geliştirmektedir. Ayrıca, dil öğrenme, kodlama ve dijital okuryazarlık gibi becerileri edinmelerine de olanak tanımaktadır (Laxmi, 2023: 69).

Çocukların teknoloji ve sosyal medya kullanımının olumsuz etkileri, aşırı ekran süresi ve sağlık sorunları, siber zorbalık ve çevrim içi taciz, iletişim ve kişilerarası becerilerin zayıflaması ve çevrim içi kimlik oluşumunun etkisi olarak öne çıkmaktadır. Aşırı ekran süresi, hareketsiz yaşam tarzına, fiziksel aktivitenin azalmasına ve obezite, uyku bozuklukları ve göz yorgunluğu gibi sağlık sorunlarına yol açabilmektedir. Sosyal medya platformları, siber zorbalık ve zararlı içeriklerin yayılması için uygun zemin oluşturmaktadır. Dijital iletişime aşırı bağımlılık, yüz yüze iletişim becerilerinin

gelişimini engellemekte, empati kurma ve sözsüz iletişim becerilerini azaltmaktadır. Çocukların çevrim içi kimliklere maruz kalması ve toplumsal beklentilere uyma baskısı, özsaygı ve kimlik oluşumunu olumsuz etkileyebilmektedir. Bu durum, çocukların kendilerini yetersiz hissetmelerine ve çarpık bir özalgı geliştirmelerine yol açabilmektedir (Laxmi, 2023: 70). Ebeveynler, dijital teknolojilerin çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini çeşitli bağımlılıklar (internet, telefon, oyun bağımlılığı), sağlık sorunları (baş ağrısı, duruş bozuklukları, uyku sorunları, göz kuruluğu), akademik başarıda düşüş, yüz yüze iletişim becerilerinde azalma, olumsuz davranışlarda artış (küfür, yalan söyleme, başkalarını taklit etm), gerçek yaşam deneyimlerinden uzaklaşma ve kültürel değerlere yabancılaşma olarak belirtmişlerdir.

Ebeveynler, çocuklarının bu teknolojilere bağımlı hale geldiğini, sürekli internet veya oyun oynamak istediklerini ve bunun sağlık sorunlarına yol açtığını ifade etmişlerdir. Ayrıca, geç saatlere kadar teknolojik cihazlarla vakit geçirmeleri nedeniyle uyku problemleri yaşadıklarını ve ders başarılarının düştüğünü belirtmişlerdir. Bazı ebeveynler, çocuklarının misafirleri karşılamadığını, arkadaşlarıyla yüz yüze oynamak yerine sosyal medyada iletişim kurmayı tercih ettiklerini ve sanal ortamlarda gördükleri kişileri taklit etmeye çalıştıklarını dile getirmiştir. Ebeveynler, çocuklarının gerçek yaşamdan uzaklaştığını ve sürekli yalan söyleyerek daha fazla internet kullanma süresi elde etmeye çalıştıklarını gözlemlemişlerdir (Söylemez, 2023: 68). Elektronik medyanın okul öncesi çocukların sosyal gelişimi üzerindeki etkisi hakkındaki mevcut tartışmalar genellikle olumsuzdur (Ren, 2023: 2115).

Bohnert ve Gracia (2021: 642), çocukların dijital kullanımının refah sonuçları üzerindeki etkisindeki kohort değişikliklerini inceleyen ilk analizlerden biri olarak literatüre katkıda bulunmaktadır. İki doğum kohortundan (1998 ve 2008) 9 yaşındaki çocuklara odaklanan İrlanda'da Büyüme (GUI) çalışmasından elde edilen verileri kullanmaktadır. Bu yaş, çocukların bağımsız medya ve teknoloji kullanımı alışkanlıkları geliştirmeye başladıkları ve önemli refah sonuçları olabilecek bir dönem olduğu için çocuk gelişimi açısından kritiktir. Özellikle medya ve eğlenceye dayalı dijital aktivitelerin sosyo-duygusal sağlık üzerinde belirgin bir olumsuz etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

2.7.1. Dijital Medya ve Çocuk Gelişimi

Elektronik cihazlarla fazla zaman geçiren çocuklar, yalnızca bu cihazlarla oynayarak güvenlik hissi geliştirdiklerinden, çevrelerine karşı ilgisiz hale gelmektedirler. Çocukluk döneminde gelişen temel sosyal ve duygusal beceriler, bu durumdan

etkilenmektedir. Bu cihazlara aşırı bağımlılık, çocukların çevrelerindeki insanlarla etkileşim kurma ve duygusal bağlar geliştirme yetilerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu süreç, çocukların sosyal ve duygusal gelişimlerini olumsuz yönde etkileyerek, gelecekteki sosyal etkileşimlerinde ve duygusal denge sağlamalarında zorluklara yol açmaktadır (Sriandila ve Suryana, 2023: 2232). Ebeveynler, dijital teknolojilerin çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini çeşitli bağımlılıklar geliştirme, sağlık sorunları, akademik başarıda düşüş, yüz yüze iletişim becerilerinde azalma, gerçek yaşam deneyimlerinden uzaklaşma ve kültürel değerlerden uzaklaşma olarak belirtmektedirler (Söylemez, 2023). Aileler, çocuklarının aşırı ekran kullanımıyla ilgili geniş bir etkiler yelpazesi bildirmektedir. İlk olarak, günümüz gençlerinin elektronik cihazlarını uzun süre bırakmaları zor olmaktadır. İkinci olarak, yatmadan önce teknoloji kullanımı uykuya dalmada zorluk veya normalden daha uzun süre uyanık kalma sorunlarına yol açmaktadır. Üçüncü olarak çocuklar, tüm okul dışı etkinliklere katılmayı bırakabilmektedir. Dördüncü olarak, sınıfta veya işte odaklanma sorunları yaşamaktadırlar. Gençler, arkadaş edinme ve sürdürmede zorlanmakta, sosyal beceriler geliştirmede yetersiz kalmakta ve çevrelerinden kopmaktadırlar (Sriandila ve Suryana, 2023: 2234-2235). Çinli çocuklarla yapılan bir çalışmada babaların etkisinin az olduğu; annelerin, bilgisayar ekran süresinden daha fazla etkilendiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca 157 küçük çocukla yapılan bir araştırma, ebeveyn tutumlarının ve kurallarının çocukların ekran süresini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Ebeveynin evde geçirdiği sürenin kısa olması ve evdeki medya cihazlarının çeşitliliğinin fazla olması, küçük çocukların daha erken yaşta ekranlara erişmeye başlamasına ve ekran süresinin uzamasına neden olmaktadır. Bu tür sonuçların ortaya çıkması, kırsal kesimdeki ebeveynlerin çocukların eğlence aktivitelerini yeterince denetlememesi ile ilgili olabilmektedir (Ren, 2023: 2114). Çocukların teknoloji ve sosyal medya kullanımının etkileri karmaşık ve çok yönlü bir meseledir. Teknoloji ve sosyal medya, eğitim kaynaklarına erişim, yaratıcılığın artması, sosyal bağlantılar ve bilişsel gelişim gibi birçok fayda sunarken; aşırı ekran süresi, siber zorbalık, iletişim becerilerinin zayıflaması ve kimlik oluşumu üzerindeki olumsuz etkiler gibi potansiyel riskleri de içermektedir. Pozitif etkileri maksimize etmek ve olumsuz sonuçları en aza indirmek için ebeveynlerin, eğitimcilerin ve politika yapıcıların sorumlu kullanım ve dijital okuryazarlığı teşvik etmesi kritik önem taşımaktadır. Ekran süresi sınırları koymak, çocukları çevrim içi güvenlik konusunda eğitmek, açık iletişimi teşvik etmek ve dijital okuryazarlığı eğitime entegre etmek gibi stratejiler, çocukların dijital dünyayı güvenli, bilgili ve dengeli bir şekilde navigasyonuna yardımcı olabilir. Çocuklara gerekli beceriler, bilgi ve rehberlik sağlanarak, teknolojinin ve sosyal medyanın faydalarından

yararlanırken, onların iyi oluşunu, mental sağlıklarını ve genel gelişimlerini korumak mümkün olacaktır (Laxmi, 2023: 71). Ebeveynler ve eğitimciler çocuklara saygı, empati ve etik davranış gibi dijital vatandaşlık değerlerini aşlamakla yükümlüdür. Çocuklara çevrim içi eylemlerinin sonuçlarını öğretmek ve sorumlu dijital davranışları teşvik etmek, olumlu bir çevrim içi kültür oluşturulmasına yardımcı olmaktadır. Bu tür eğitimler, çocukların dijital dünyada bilinçli ve etik bireyler olarak yetişmesine katkıda bulunmakta ve onların sağlıklı sosyal ilişkiler kurmalarını sağlamaktadır (Laxmi, 2023: 71).

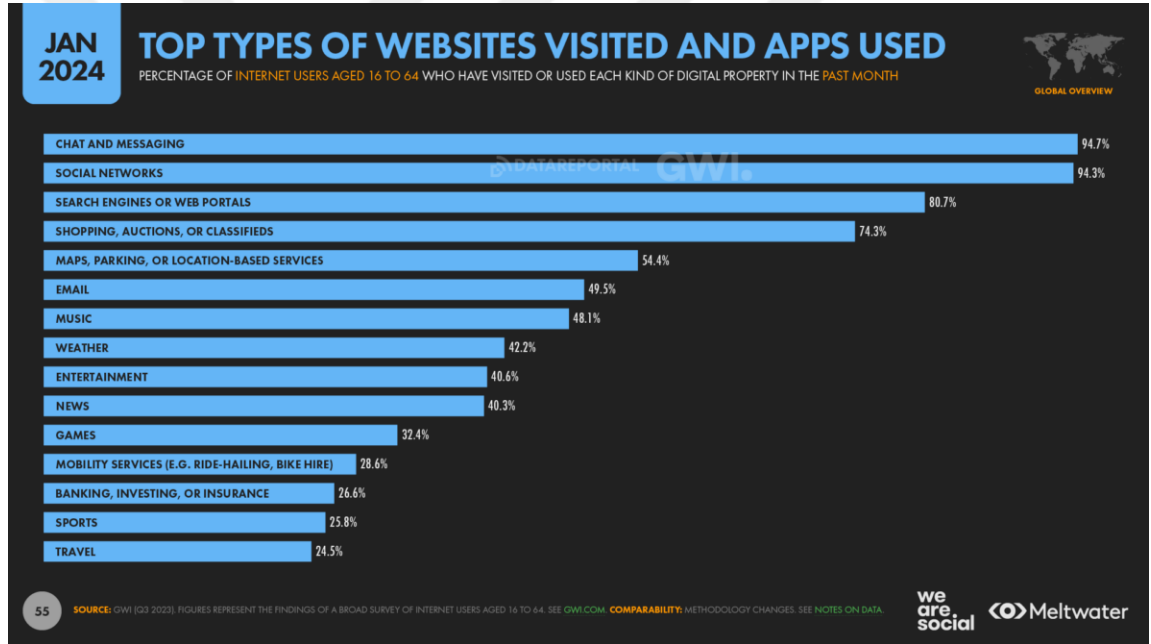
2.8. Dijital Medya ve Sosyal Medyanın Doğuşu

Günümüzde medya hakkında konuşulduğunda, çoğunlukla yeni 'sosyal' medya üzerinde durulmaktadır. Özellikle, MySpace, Flickr, Wikipedia ve Facebook gibi platformlar, yerleşik medya teknolojilerini ve iletişim araçlarını kullanma ve bunlarla etkileşim kurma konusundaki en son ve tartışmasız en derin evrimin sembolüdür. Bu platformların ortaya çıkışı, medya tüketim modellerini ve bireyler arasındaki iletişim biçimlerini önemli ölçüde değiştirdi (Kaplan, 2010: 59'dan aktaran Schneck ve Kley, 2012: 1). 21. yüzyıl, abartmaya girmeden ağların egemen olduğu dönem olarak uygun bir şekilde tanımlanabilir. Ağlar giderek toplumsal çerçevemizin merkezi sinir sistemine dönüşüyor ve bu da sosyal ve bireysel alanlarımız üzerinde malların ve bireylerin hareketi için tasarlanmış tarihi yol yapılarının etkisini aşan derin bir etkiye işaret eder. Bu, ağların bilgi yayma, iletişim ve katılım mekanizmalarında çok önemli bir konum üstlendiği ve böylece sosyal dinamikleri temelden değiştirdiği anlamına gelir (van Dijk, 2006'dan aktaran Schneck ve Kley, 2012: 1). İnternetin ortaya çıkışı inkar edilemez bir şekilde insan varlığının çeşitli yönlerinde devrimci bir değişime yol açmıştır. Bu fenomen, İnternet'in iletişim için çok yönlü bir araç haline gelmesine ve böylece insan bağlantısı ve katılımının yeni bir çağını başlatmasına yol açmıştır. İnternetin varlığı, geleneksel iletişim modlarını etkili bir şekilde yeniden tanımladı ve onları coğrafi sınırları aşan dinamik dijital platformlara dönüştürdü. Ayrıca, akıllı telefon teknolojisinin yaygınlaşması, İnternetin daha geniş bir demografiye erişilebilirliğini önemli ölçüde artırdı. Bu gelişmeler sadece iletişim ortamını yeniden şekillendirmekle kalmayarak, aynı zamanda dijital dönüşüm sürecini hızlandırmada da çok önemli bir rol oynadı (Saputra ve Al Siddiq, 2020: 156).

2014 yılında, yeni HTML5 standardının uygulanması önemli ölçüde belirginleşti. Bu durum, web teknolojileri alanında dönüştürücü değişimleri tetikleyerek geliştiricilere yeni fırsatlar sundu. Bu gelişmelerin tarayıcılar tarafından hızla benimsenmesi, sosyal ağlar tarafından hızlı bir şekilde benimsenmesine neden oldu. Ortaya çıkan teknik

yeteneklerin kullanılması, teknolojik ilerlemenin hızına uyum sağlamakta zorlanan geleneksel iletişim kanallarını baltaladı (Melnik, 2021: 3).

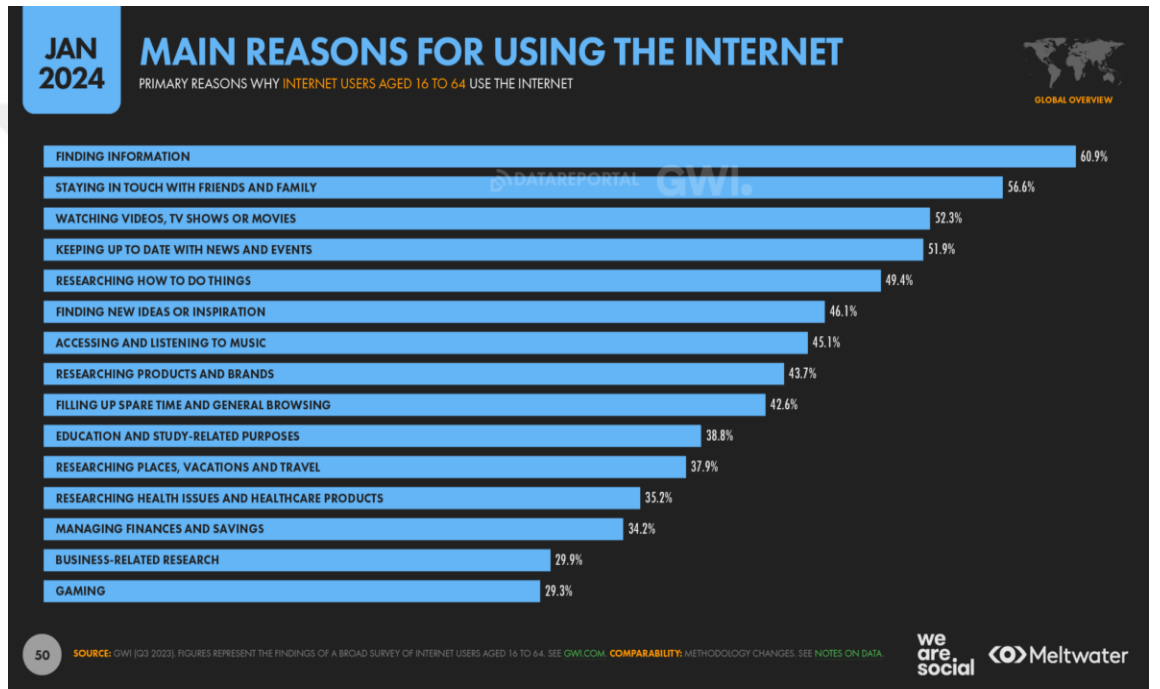
İnternet kullanımı için birincil portal olarak ortaya çıkan sosyal medya, çoğunluk tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır ve çoğu bireyin günlük rutinlerine entegre edilmiştir. Sosyal medyanın erişilebilirliği, uzay ve zaman kısıtlamaları olmadan iletişimdeki boşlukları kapatma yeteneği ile birlikte, insan formunun bir uzantısı olarak rolünü göstermektedir. Bu, Marshall McLuhan'ın sosyal medyanın insan yeteneklerinin bir artışı olarak tasvir edildiği ve anlatı paylaşımını, fikir yayılmasını ve kişilerarası katılımı kapsayan sosyal değişim için modern bir platform olarak hizmet ettiği Küresel Köy kavramıyla uyumludur. Daha önce yüz yüze karşılaşmalarla sınırlı, iletişim ve etkileşim biçimlerimiz sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla önemli ölçüde zenginleşmiştir (Saputra ve Al Siddiq, 2020: 157).



Şekil 6. İnternet kullanıcılarının en çok ziyaret ettiği web sitesi türleri (We Are Social, 2024).

Şekil 6'da ifade edilen istatistikler, 2024 yılının Ocak ayında internet kullanıcılarının en çok ziyaret ettiği web sitesi türlerini ve kullandığı uygulamaları göstermektedir. 16 ile 64 yaş arasındaki internet kullanıcılarının hangi tür dijital platformları kullandığı yüzdelik oranlarla ifade edilmiştir. En fazla ziyaret edilen ve kullanılan dijital platformlar arasında sohbet ve mesajlaşma uygulamaları %94.7 ile başı çekmektedir. Bunu %94.3 ile sosyal ağlar takip etmektedir. Arama motorları veya web portalları %80.7, alışveriş, açık artırma veya ilan siteleri ise %74.3 oranında kullanılmaktadır. Harita, park yeri veya konum tabanlı hizmetler %54.4, e-posta %49.5

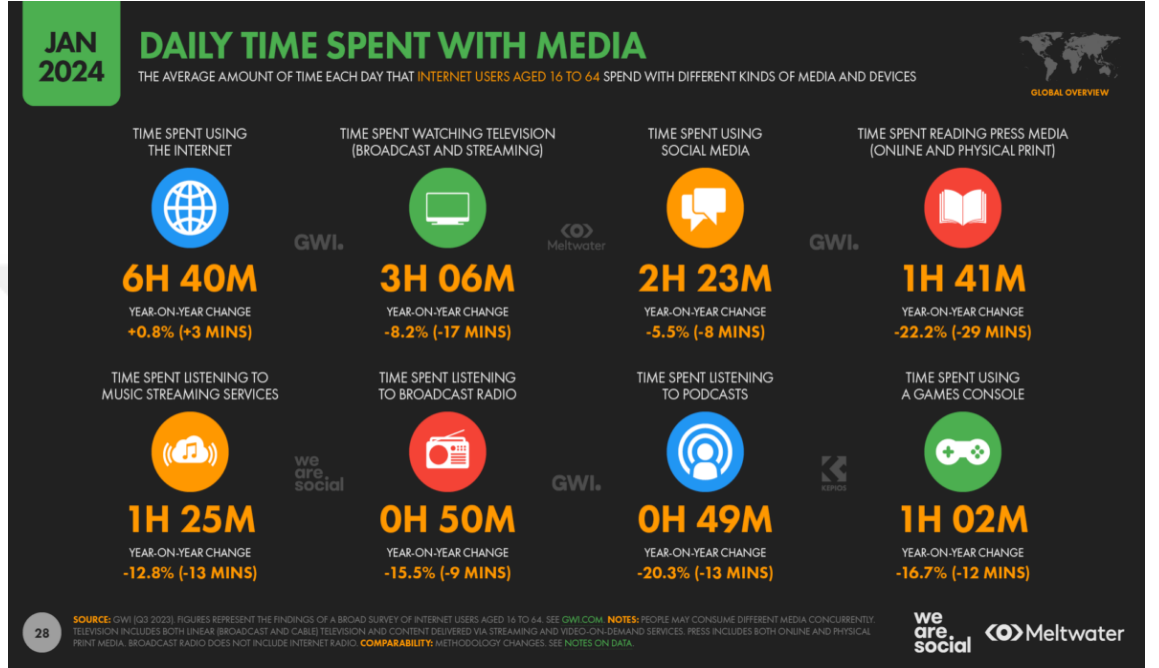
ve müzik uygulamaları %48.1 oranında kullanılmaktadır. Hava durumu bilgileri %42.2, eğlence içerikleri %40.6 ve haber siteleri %40.3 oranında ziyaret edilmektedir. Oyunlar %32.4, mobilite hizmetleri (örneğin, yolculuk paylaşımı, bisiklet kiralama) %28.6 ve bankacılık, yatırım veya sigorta hizmetleri %26.6 oranında kullanılmaktadır. Spor içerikleri %25.8 ve seyahat ile ilgili web siteleri %24.5 oranında ziyaret edilmektedir. Bu veriler, kullanıcıların günlük hayatlarında dijital platformları ne amaçla ve ne sıklıkla kullandıklarını göstermektedir. Sosyal medya, mesajlaşma uygulamaları ve arama motorları en çok tercih edilen platformlar arasında yer alırken, alışveriş ve konum tabanlı hizmetler de yüksek kullanım oranlarına sahiptir (Bkz. Şekil 6.).



Şekil 7. İnternet kullanımının temel sebepleri (We Are Social, 2024).

Şekil 7'nin içerdiği bilgiler, Ocak 2024'te 16 ila 64 yaş arası bireyler arasında internet kullanımının arkasındaki gerekçeleri göstermektedir. Yüzdelerde temsil edilen bu gerekçeler, internet kullanıcılarını çevrim içi platformlara erişmeye iten çeşitli niyetleri vurgulamaktadır. En yaygın internet kullanma nedeni %60.9 ile bilgi arama olarak belirlenmiştir. Bunu %56.6 ile arkadaşlar ve aile ile iletişimde kalma izlemektedir. Video, dizi veya film izleme amacıyla internet kullanımı %52.3, haber ve olaylardan haberdar olma amacıyla kullanım ise %51.9 oranında gerçekleşmektedir. Kullanıcıların %49.4'ü nasıl yapılacağını araştırmak için, %46.1'i yeni fikirler veya ilham bulmak için interneti kullanmaktadır. Müzik dinleme ve erişim %45.1, ürün ve marka araştırması %43.7 ve boş zamanı doldurma veya genel gezinme %42.6 oranında belirtilmiştir. Eğitim ve derslerle ilgili amaçlarla internet kullanımı %38.8, yerler, tatil ve seyahat araştırması

%37.9, sağlık sorunları ve sağlık ürünleri araştırması %35.2 oranındadır. Finans ve tasarrufları yönetme %34.2, iş ile ilgili araştırma %29.9 ve oyun oynama %29.3 oranında internet kullanım nedenleri arasında yer almaktadır. Bu bulgular internetin çok çeşitli amaçlara hizmet ettiğini göstermektedir. Bireyler, bilgi edinme, iletişim, eğlence, öğrenme ve sağlık hizmetleri dahil olmak üzere birçok nedenden dolayı İnternet ile etkileşime girmektedirler.



Şekil 8. İnternet kullanıcılarının çeşitli medya türleriyle günlük olarak geçirdikleri ortalama süreleri (We Are Social, 2024).

Şekil 8'in aktardığı bulgular, İnternet kullanıcısı olan 16 ila 64 yaş arası bireylerin Ocak 2024'te günlük olarak farklı medya türlerini tüketmeye adadıkları ortalama süreyi göstermektedir. Saat ve dakika cinsinden sunulan bu veriler, çeşitli medya türleri ve kullanım kalıpları için tercihler hakkında fikir vermektedir (We Are Social, 2024):

- İnternet Kullanımı: Kullanıcılar, günlük ortalama 6 saat 40 dakika internet kullanmaktadır. Bu, önceki yıla göre %0.8'lik (3 dakik) bir artış göstermektedir.
- Televizyon İzleme (Yayın ve Akış): Kullanıcılar, günlük ortalama 3 saat 6 dakika televizyon izlemektedir. Bu, önceki yıla göre %8.2'lik (17 dakik) bir azalma göstermektedir.
- Sosyal Medya Kullanımı: Kullanıcılar, günlük ortalama 2 saat 23 dakika sosyal medyada vakit geçirmektedir. Bu, önceki yıla göre %5.5'lik (8 dakik) bir azalma göstermektedir.

- Basılı Medya Okuma (Çevrim içi ve Fiziksel): Kullanıcılar, günlük ortalama 1 saat 41 dakika basılı medya okumaktadır. Bu, önceki yıla göre %22.2'lik (29 dakik) bir azalma göstermektedir.

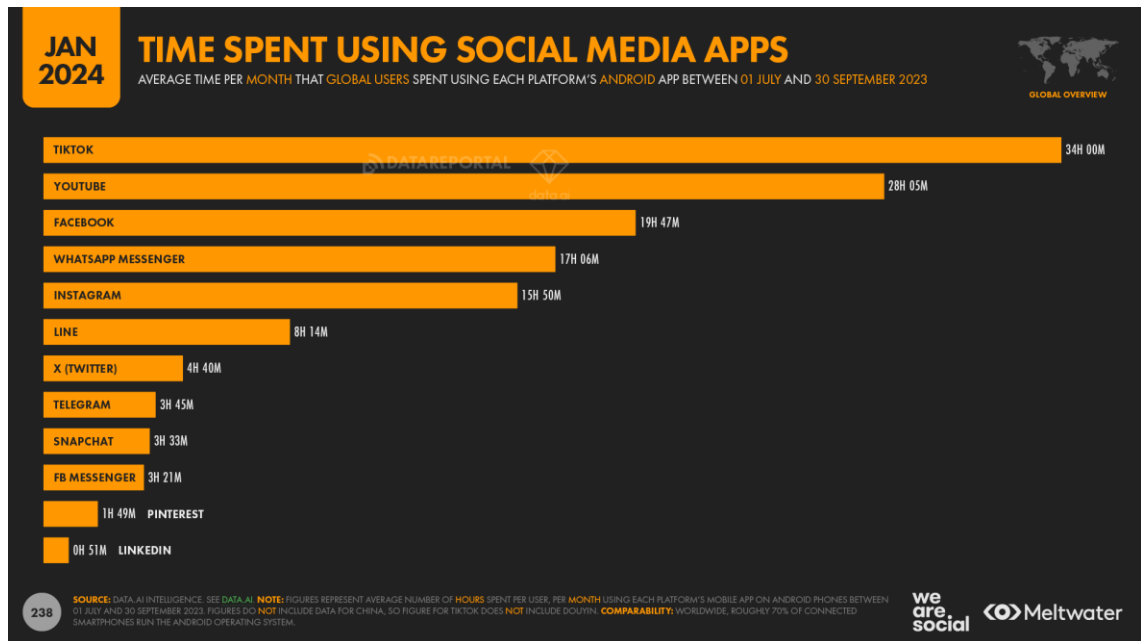
- Müzik Dinleme (Yayın Akışı Hizmetleri): Kullanıcılar, günlük ortalama 1 saat 25 dakika müzik dinlemektedir. Bu, önceki yıla göre %12.8'lik (13 dakik) bir azalma göstermektedir.

- Radyo Dinleme: Kullanıcılar, günlük ortalama 50 dakika radyo dinlemektedir. Bu, önceki yıla göre %15.5'lik (9 dakik) bir azalma göstermektedir.

- Podcast Dinleme: Kullanıcılar, günlük ortalama 49 dakika podcast dinlemektedir. Bu, önceki yıla göre %20.3'lük (13 dakik) bir azalma göstermektedir.

- Oyun Konsolu Kullanımı: Kullanıcılar, günlük ortalama 1 saat 2 dakika oyun konsolu kullanmaktadır. Bu, önceki yıla göre %16.7'lik (12 dakik) bir azalma göstermektedir.

Veriler, internet kullanımının günlük rutinlerde önemli bir konuma sahip olduğunu ve artmakta olduğunu göstermektedir. Tersine, televizyon izlemek, sosyal medyada yer almak, basılı medya okumak, müzik dinlemek, radyo dinlemek, podcast tüketmek ve oyun konsollarını kullanmak gibi çeşitli medya türleri farklı seviyelerde bir düşüş yaşamıştır. Bu, internetin diğer medya biçimlerine göre giderek daha fazla tercih edilmesiyle dijital medya tüketim modellerinde bir değişim olduğu anlamına gelmektedir.



Şekil 9. Sosyal medya uygulamalarını kullanarak geçirilen süre (Data Reportal, 2024).

Şekil 9’da açıklanan veriler, 2024 yılının Ocak ayında, dünya genelinde sosyal medya uygulamalarının Android sürümlerinde kullanıcıların harcadığı ortalama süreler incelenmiştir. TikTok, ayda ortalama 34 saat ile en çok zaman harcanan uygulama olarak öne çıkmaktadır. Bunu 28 saat 5 dakika ile YouTube takip etmektedir. Facebook, kullanıcı başına ayda 19 saat 47 dakika ile üçüncü sırada yer alırken, WhatsApp Messenger ve Instagram sırasıyla 17 saat 6 dakika ve 15 saat 50 dakika ile listede yer almaktadır. Diğer popüler uygulamalar arasında LINE, Twitter (X), Telegram, Snapchat ve Facebook Messenger bulunmaktadır. Bu veriler, kullanıcıların sosyal medya platformlarında ne kadar vakit geçirdiğini ve bu platformların günlük yaşamlarında ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

2.8.1. Sosyal Ağlar

Günümüz zamanlarında yaygın iletişim şekli genellikle internet olarak bilinmektedir. İnternetin bireyler tarafından kullanımı toplumsal ve kişisel ihtiyaçlardan etkilenmektedir. Çağdaş toplumda Facebook, Instagram ve Whatsapp gibi platformlarda hesabı olmayan bireyler dışlanma gibi sosyal yankılarla karşı karşıya kalabilir. Bu platformlarda hesap tutmanın kişinin ilerleme düzeyini göstermek için gerekli olduğu yaygın olarak algılanabilir. Bu ağlara katılmayanlar genellikle modası geçmiş olarak görülmektedir. Sosyal ağlar, çeşitli ilişkiler ve etkileşimler yoluyla birbirine bağlı bireyleri temsil eden düğümlerden oluşan bir sistem olarak kavramsallaştırılmaktadır (Karcı ve Boy, 2011: 154). Sanal ortamlar olarak bilinen bu platformlar, kullanıcıların ortam içindeki çeşitli katılımcılarla etkileşim kurmasını, fotoğrafları, videoları, bilgileri ve diğer içeriği dijital olarak paylaşmasını ve böylece etkileşimi kolaylaştırmasını sağlamaktadır (Özmen, 2009: 146).

Sosyal ağlar, yaş kısıtlaması bulunmadan her kişinin ilgili alanlarda iletişim kurmasına, vakit geçirmesine imkân sunmaktadır. Söz konusu ağların bireylere sunduğu bu avantaj bireyler üzerinde bağımlılık da oluşturabilmektedir. Uykudan uyanan bir kullanıcı, mobil cihazı ya da diğer internet tabanlı cihazları sayesinde sanalda edindiği arkadaşlarının paylaşımları ile etkileşime geçebilmektedir. Ayrıca sosyal ağlar, kullanıcılarına paylaşımlarının altına yorum yapabilme ve mesajlaşma özellikleri ile bir iletişim ortamı sağlamaktadır (Taştan, 2020: 140).

2.8.2. Sosyal Medya Kavramı ve Tanımı

Bilgi iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı, sosyal medyanın hem bireyler hem de kuruluşlar için önemli bir platform olarak yaygın olarak benimsenmesine yol açmıştır.

Artan kullanıcı tabanı ve bu platformun artan kullanım sıklığı, insan toplumu üzerindeki önemli etkisine katkıda bulunmaktadır. Sosyal medya platformları, bireylerin duygularını ve fikirlerini kolayca ifade edebilecekleri, temel bilgilere erişebilecekleri, kendilerini eğlendirebilecekleri, meraklarını giderebilecekleri, alışveriş faaliyetlerine katılabilecekleri ve nihayetinde sosyal ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri çevrim içi kanallar görevi görmektedir (Yaman ve Ertürk, 2021).

Bireyler, farklı özellikleri nedeniyle sosyal medyayı geleneksel medyaya tercih etme eğilimindedir. Sosyal medyanın açıklığı sınırsız katılıma izin verirken, etkileşimli doğası ve fotoğraflar, metinler, ses ve videolar gibi çeşitli içerik üretimi türleri için kapasitesi bu platforma olan ilgiyi sürekli olarak artırmaktadır. Bu özellikler sosyal medyayı günlük yaşamın merkezi bir yönü olarak bile konumlandırmaktadır. Kullanıcılar, profillerini oluşturdukları bu platformlar üzerinden iletişim kurabilmekte, diğer kullanıcıların paylaşımlarını beğenmekte ve etkileşimde bulunabilmektedir. Bu sayede, bireyler hem kendi kimliklerini yansıtmakta hem de başkalarıyla etkileşime geçmektedir (Yaman ve Ertürk, 2021: 739).

Sosyal medya platformlarının temel özelliklerini anlamak, onların geleneksel medyadan nasıl farklılaştığını görmek açısından önemlidir. Katılımcı olma özelliği, sosyal medya kullanıcılarının içerik oluşturmaya ve paylaşmaya olanak tanımaktadır. Bu, hedef kitle ile medya arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır. Sosyal medyanın açıklığı, herkesin katılımına ve geri bildirimine açık olmasını sağlamaktadır. Bu platformlar, bilgi paylaşımı, yorum yapma ve oylama gibi olanaklar sunmaktadır. Ayrıca, sosyal medya çift yönlü iletişimi teşvik etmekte ve kaynak ile alıcı arasında diyalog kurmaktadır. Bu özellik, geleneksel medyadan önemli bir farklılık göstermektedir. Topluluk oluşturma özelliği sayesinde, sosyal medya kullanıcıları ilgi alanlarını, siyasi görüşlerini ve beğenilerini paylaşabilecekleri topluluklar oluşturabilmektedir. Sosyal medyanın bağlantı kurma yeteneği, çeşitli platformların ortak ilgi alanları ve bilgi kaynakları üzerinde birbirleriyle etkileşimde bulunmalarını sağlamaktadır (Taprial ve Kanwar, 2012: 28-29).

2.8.3. Sosyal Medya Algoritmaları

Çevrim içi platformların çoğalması ve siyasi manzaralardaki dalgalanmalar, antisosyal retoriğin yaygınlığını artırdı. Kapsamlı çalışmalar, Facebook, Twitter, 4chan, 8chan, Tumblr ve hatta Ravelry gibi popüler ağ forumlarını kapsayan, çeşitli platformlarda dizginsiz veya antisosyal söylemle karakterize aşırılık yanlısı çevrim içi mesajlaşmayı incelemektedir. Dahası, son zamanlarda YouTube'un radikalleşme

sürecindeki rolünü aydınlatmaya yönelmektedir. Bu noktada, YouTube'un radikalleşme sürecindeki etkisi daha fazla tartışılmaktadır. Geniş bir içerik deposu olarak işlev gören YouTube, küresel bir kitleye geniş bir fikir yelpazesini yayma araçları sağlamaktadır. İçerik oluşturucular arasında kutuplaştırıcı ve radikal siyasi anlatılarla kitleleri kasten hedefleyen bireyler bulunmaktadır. YouTube ve diğer sosyal medya kuruluşlarının kışkırtıcı içeriği bastırmaya yönelik ortak çabalarına rağmen, cihatçı aşırılık yanlısı gruplardan çeşitli siyasi gruplara ve komplo teorisyenlerine kadar uzanan aşırılık yanlısı gruplar içerik düzenlemelerini atlatmayı başarmışlardır. Bu durum, platformların aşırılık yanlısı içerikle başa çıkma yöntemlerini yeniden gözden geçirmelerini zorunlu kılmaktadır. Aşırılık yanlısı içerik bir süreklilik arz etmektedir. Sosyal medya platformlarında, insan moderatörlerinin veya algoritmik filtrelerin bu tür korkunç içeriği hızla ortadan kaldırması gerektiği konusunda oybirliğiyle bir fikir birliği oluşmuştur (Ledwich ve Zaitsev, 2019: 1). Ancak bu konuda hala birçok zorluk mevcuttur.

Sosyal medya platformları, benzersiz bir içerik hacmine doğrudan erişim sağlamaktadır. Başlangıçta kullanıcı eğlencesi için tasarlanan bu platformlar bilgilerin yayılmasını değiştirmiştir. Akışları yöneten algoritmalar, kullanıcıların tercihlerini ve tutumlarını dikkate alarak içeriğin şekillendirilmesi ve tanıtılmasında çok önemli bir rol oynar. Bu rol, platformların kullanıcılar üzerindeki etkisini artırmaktadır. Paradigmadaki bu değişim, sosyal perspektiflerin oluşumunu ve anlatıların çerçevelenmesini etkilemiş, potansiyel olarak politika gelişimini, siyasi söylemi ve özellikle bölücü konularda kamusal tartışmaların yörüngesini belirlemiştir. Çevrim içi alandaki kullanıcılar, mevcut inançlarıyla uyumlu bilgileri tercih etme, farklı görüşleri göz ardı etme ve paylaşılan hikayeler etrafında merkezlenmiş kutuplaşmış hizipler halinde kümelenme eğilimindedir. Ayrıca, yüksek kutuplaşma ile karakterize edilen ortamlarda, yanlış bilgi hızla yayılmaktadır (Cinelli vd., 2021: 1).

2.8.3.1. Algoritma

Adım adım hesaplama prosedürü veya bilgisayarın bir problemi çözmek için uyması gereken bir dizi kural olarak kabul edilen bir algoritma, bilgisayar bilimi alanında temel bir kavram olarak durmaktadır. Bu algoritmik süreç, belirli bir giriş değerine yanıt olarak uygun ve uygun bir çıktının üretilmesine yol açacak şekilde karmaşık bir şekilde tasarlanmıştır. Algoritma, hesaplamalar veya işlemler sırasında izlenecek spesifik ve kesin adımların tanımlanması yoluyla, problem çözmeye yapılandırılmış ve metodik bir yaklaşım olarak hizmet eder ve matematiksel işlemlerden veri analizine kadar çeşitli alanlara önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Gerçekten de, algoritmaların faydası ve

önemi, bir sorunun etkili bir şekilde çözülebileceği verimliliği ve doğruluğu belirleme yeteneklerinde yatmaktadır (Yang, 2018: 1).

2.8.3.2. Yankı Odası

Yankı odası, doğrudan dahil olanların ötesinde diğer ilgili seslerin aktif olarak dışlanması ve itibarsızlaştırılması ile karakterize edilen sosyal epistemik bir yapı anlamına gelmektedir. Gerçek sonrası ve sahte haberlerle ilgili tartışmalar, sosyal medya platformlarında bulunan insular epistemik toplulukları sıklıkla vurgulamaktadır. Bununla birlikte, genellikle iki ayrı sosyal epistemik fenomeni birleştirdikleri için bu tartışmalar arasında ayırım yapmak çok önemlidir. Öte yandan, epistemik balon, diğer ilgili sesleri istemeden dışlarken, yankı odası kasıtlı olarak onları görmezden gelinmektedir. Epistemik bir baloncuk içindeki bireyler, ilgili bilgilere ve karşı argümanlara maruz kalmazken, bir yankı odasındakiler dış kaynaklara sistematik bir güvensizlik sergilerler. Epistemik baloncuklarda alternatif perspektifler duyulmaz, yankı odalarında aktif olarak susturulurlar. Bu iki fenomen arasındaki ayrımı sürdürmek esastır. Yankı odaları, epistemik baloncukların sağlayamayacağı gerçek sonrası fenomenlere ilişkin içgörüler sunmaktadır. Ayrıca, her yapı tipini ele almak farklı stratejiler gerektirir. Sadece kanıt sunmak epistemik bir balonu patlatabilir, ancak bir yankı odasını güçlendirebilir. Yankı odalarından kaçmak daha büyük bir zorluk teşkil etmektedir. Bu ortamlara yerleştikten sonra bireyler epistemik bütünlük için çaba göstermekte; ancak sosyal bağlam çabalarını çarpıtmaktadır. Bir yankı odasından kurtulmak, kişinin inanç sisteminin derinlemesine bir revizyonunu gerektirmektedir (Yang, 2018: 1).

2.8.3.3. Doğrulama Yanlılığı

Doğrulama yanlılığı genellikle psikoloji alanında önceden var olan inançlar, beklentiler veya belirli bir hipotezle uyumlu kanıt arama veya yorumlama eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Bu eğilim, bireylerin mevcut görüşlerini doğrulayan bilgileri tercih etmelerine ve bunu diğer kanıtlardan daha güvenilir olarak görmelerine neden olmaktadır. Onay yanlılığının varlığı, bireyin inançlarını ve varsayımlarını güçlendirmeye hizmet ederek alternatif veya çelişkili bilgileri göz ardı etmelerine yol açmaktadır. Sonuç olarak, bu fenomen, daha fazla önyargıyı teşvik ederek ve nesnelliği azaltarak karar verme ve problem çözme süreçlerini önemli ölçüde etkileyebilmektedir (Nickerson, 1998: 175).

2.8.3.4. Filtre Balonu

Filtre balonu, yalnızca ilgi alanlarınıza ve tercihlerinize uygun olan ve farklı bakış açılarını etkili bir şekilde filtreleyen bilgilerle izole edildiğiniz bir durumdur. Filtre balonu daha kutuplaşmış bir topluma yol açabilir, çünkü bireyler karşıt bakış açılarına daha az maruz kalırlar ve mevcut inançlarında pekiştirilme olasılıkları daha yüksektir.

Pariser'e göre filtre balonu, bizim için yeni olan üç temel unsuru sunmaktadır. İlk olarak, kişi kendini tamamen tecrit içinde bulmaktadır. Golf meraklıları gibi belirli bir ilgi grubunu hedefleyen bir kablo kanalı genellikle paylaşılan bir izleyici kitlesine sahipken, yeni filtre duvarının arkasında, birey tek başına kalmaktadır. Paylaşılan bilgi erişiminin ortak deneyimleri teşvik ettiği bir çağda, bu duvar bizi birbirimizden ayırmaktadır. İkinci olarak, bu engel görünmez niteliktedir. Muhafazakar veya liberal medya tüketicileri, bu tür kaynakların siyasi eğilimlerinin farkında olmaktadır. Buna karşılık, Google'ın motivasyonları opaktır. Belirli içeriği kullanıcılara göstermenin arkasındaki mantığı açıklamamakta ve sonuç olarak, bireyler kendileri hakkında yapılan varsayımlardan habersiz olabilmektedir. Örneğin, bir arkadaşım, ilgilenmediği bir konu olan BP hakkında yatırım tavsiyesi aldığı anda şaşkına dönmüştür. Kullanıcılar, web sitelerinde bilgi filtreleme kriterlerini seçme yeteneğine sahip değildir. Bu durum, filtrelenen verilerin tarafsız, objektif ve doğru olduğu yanılgısına yol açmaktadır. Ancak, gerçek oldukça farklıdır. Bu görünmez engelin arkasında sunulan verilerdeki önyargının boyutunu ayırt etmek neredeyse imkansızdır. Son olarak, bu duvar tarafından korunmak gönüllü bir seçim değildir. Bir filtre seçmek, Fox News'i izlemek veya Nation dergisini okumak gibi, kişinin dünyaya bakış açısı konusunda bilinçli bir karar içermektedir. Bu, editoryal önyargının etkisini tahmin edebileceğiniz aktif bir süreçtir. Tersine, kişiselleştirilmiş filtreler böyle bir özerklik sunmamaktadır. Kişinin dijital hayatına kendiliğinden girerler ve entegre oldukları platformlardan yararlanırlar, bu da etkilerinden kaçmayı giderek zorlaştırmaktadır (Pariser, 2011: 20).

Özetle, bu filtreler çevrim içi olarak büyük miktarda bilgiyi gezinmenize yardımcı olsa da, aynı zamanda çok çeşitli fikir ve bakış açılarına maruz kalmanızı daraltmaktadır.

2.8.3.5. Enformasyon Kaskadı

Enformasyon kaskadı (informational cascades), bireylerin sahip oldukları özel bilgileri veya sinyalleri göz ardı ederek, başkalarının eylem ve kararlarına dayanarak kendi kararlarını verdikleri bir süreçtir. Bu fenomen, genellikle belirsizlik veya bilgi eksikliği durumlarında ortaya çıkar ve bireylerin bağımsız kararlar vermektense,

diğerlerinin eylemlerini takip etmelerine yol açabilir (Srivathsan, 2021: 1). Bu durum, yanlış veya eksik bilgilerin hızla yayılmasına neden olabilir ve toplumsal, ekonomik ve finansal olaylarda önemli sonuçlar doğurabilmektedir.

Sosyal medya algoritmalarının kullanımı, kullanıcıların bilgiyle nasıl etkileşim kurduğu ve dağıttığı süreçlerde etkili olmakta ve aynı zamanda çeşitli bilişsel önyargılar ile sosyal epistemik çerçevelerin gelişimini teşvik etmektedir. Sonuç olarak bu durum, bireylerin farklı fikir ve bakış açılarına maruz kalmalarını kısıtlamakta ve artan sosyal kutuplaşma ile bilgi ortamının bozulmasına katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda, çağdaş dijital toplumda sosyal medya algoritmalarının etkilerinin anlaşılması ve ele alınması gerekliliği giderek daha fazla kabul edilmektedir.

2.8.4. Facebook

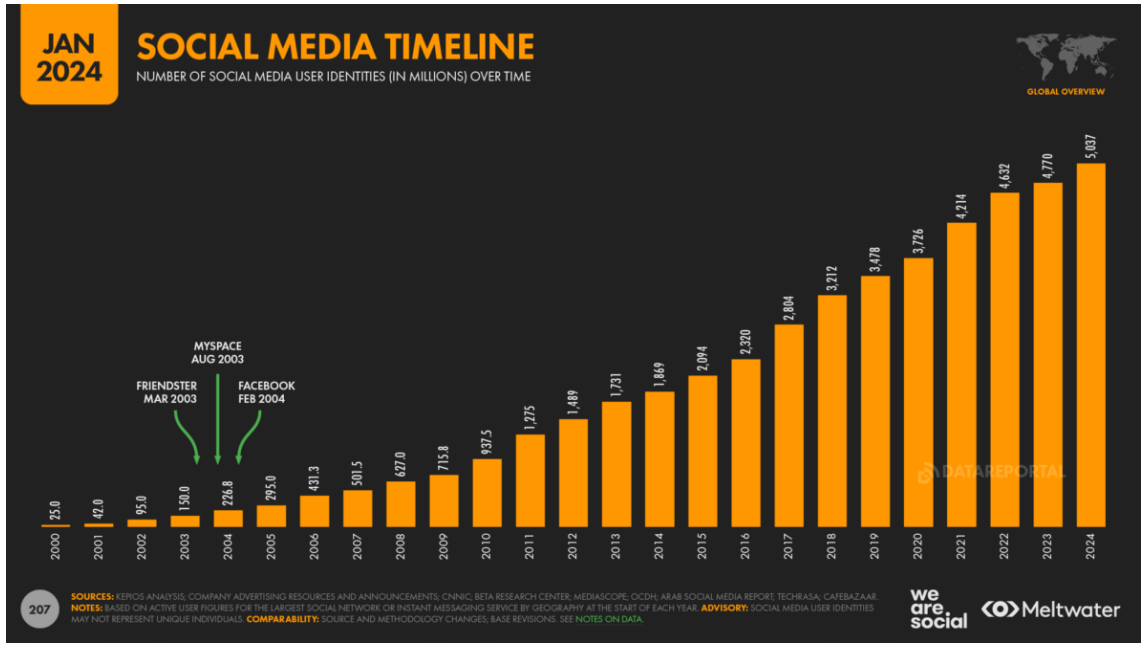
2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, şu anda 10.000 kişiyi aşan bir iş gücü topladı ve kendisini toplumsal etkileşimlerde “sosyal ağ” kavramını popüler hale getiren önemli bir kurumsal varlık olarak kurdu. Facebook'un başlangıcı, sosyal ağ girişimlerinin başlangıçta akademik kurumlar içinde yürütüldüğü tarihi bir zemini ortaya koyuyor. Columbia Üniversitesi gibi kurumlar, öğrenci iletişimini kolaylaştırmak için platformlar başlattı ve Zuckerberg'in daha sonraki çabalarının temelini attı. Zuckerberg'in ünlü bir akademik kurum olan Harvard Üniversitesi'nde Facebook'u kurma kararı, kurumun etkili statüsü nedeniyle avantajlı oldu. Daha sonra Boston College ve MIT gibi diğer prestijli üniversiteler platformu benimsedikçe, Facebook'un etkisi genişledi. Zuckerberg, Avrupa'da veya Uzak Doğu'da bir üniversitede öğrenci olsaydı, Facebook'un şu anki önem düzeyine ulaşmamış olması muhtemeldir (Ayan, 2016: 97).

Facebook, bir sosyal medya platformu, milyonlarca kişiden oluşan geniş bir kullanıcı tabanına sahiptir. Şubat 2004'ten yakın geçmişe kadar uzanan dönemde, etkileyici sayıda beş yüz bin kullanıcının bu platforma günlük olarak kaydolduğu bildirildi. Ek olarak, Facebook'ta yaklaşık altı saniyede bir yeni bir hesap oluşturulduğu belirtilmiştir (Smith, 2019). Facebook, Instagram ve diğer platformların, bilgi yayılımı veya bilimsel ilerlemeyi ve sağlık hizmetlerini geliştirmek amacıyla ağ oluşturma için eğitim araçları olarak kullanılabileceği bilinmektedir. Bu medya yollarının, profesyonel olmayanların tıbbi eğitimini olumlu yönde etkileme ve hasta sağlığını iyileştirme konusunda büyük fırsatlar sunduğu sonucuna varılmıştır (Sarr ve Behrns, 2019: 352). Sosyal medya uygulamalarını incelerken Facebook, en büyük kullanıcı tabanına sahip olmasıyla öne çıkabilir. Facebook'un kullanım ve tutma oranı, ırktan bağımsız olarak

dünya çapında bireylere hizmet etme, kuruluşundan bu yana özgür olma ve gelecekte özgür kalmayı vaat etme taahhüdü ile desteklenen istikrarlı bir şekilde artabilir. Facebook'un kullanıcı dostu ve kolay anlaşılır doğası, önemine katkıda bulunur. Facebook'un temel amacı, iletişim için bir platform sunmak ve diğer sosyal medya uygulamalarına erişimi kolaylaştırmaktır (Karakaya, 2020: 24).

Meta'nın reklam kaynaklarına göre, 2024 yılının başlarında Türkiye'de Facebook kullanıcı sayısı 34.35 milyon olarak belirlenmiştir. Ancak Meta'nın reklam verilerini raporlama yöntemlerinde yaptığı değişiklikler nedeniyle, bu rakamlar önceki raporlarla doğrudan karşılaştırılamayabilir. Facebook'un potansiyel reklam erişimi 2023 Ocak ile 2024 Ocak arasında 1.6 milyon (%4.7) artmıştır, ancak 2023 Ekim ile 2024 Ocak arasında 450 bin (%1.3) azalmıştır. Bu veriler, platformun genel kullanıcı tabanındaki değişiklikleri doğrudan yansıtmamaktadır. 2024 başında, Facebook'un reklam erişimi Türkiye nüfusunun %39.9'una ve yerel internet kullanıcılarının %46.2'sine eşdeğerdir. Kullanıcıların %34.6'sı kadın, %65.4'ü ise erkektir (DataReportal, 2024).

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin, zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldırdığı bilinmektedir. Teknolojinin bir ürünü ve sosyal medya platformlarından biri olan Facebook, diğer platformlar gibi kullanıcıları arasındaki mesafeyi yok ederek özgür bir iletişim ortamı sağlamaktadır. Facebook'un kullanım oranı arttıkça, insanların günlük yaşamlarındaki iletişim süreçleri de değişmektedir. İçerdiği çoklu ortam özellikleriyle, kullanıcılara sanal dünyada gerçek bir iletişim ve etkileşim imkânı sunmayı hedeflemekte ve aynı zamanda kullanıcılarından kendileri hakkında detaylı bilgiler paylaşmalarını istemektedir. Bu sayede kullanıcılar, başkaları hakkında bilgilere erişim sağlayabilmekte ve gerçek hayatta konuşarak edinemeyecekleri bilgileri Facebook üzerinden elde edebilmektedir. Bu durum, insanlarda merak duygusunu tetikleyerek sürekli olarak Facebook'ta vakit geçirme isteği uyandırmaktadır (Atan ve Işık, 2018: 221-222). Böylece, insanların Facebook'ta fazla zaman harcadıkları anlaşılmaktadır.

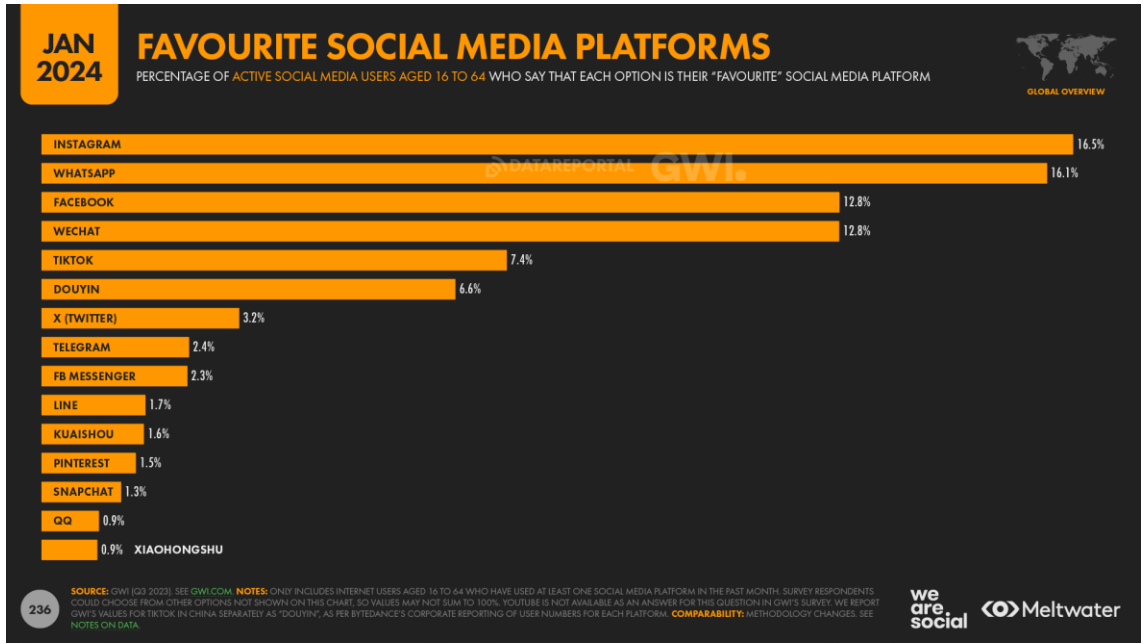


Şekil 10. Dünya'da en fazla kullanılan sosyal medya ağları (We Are Social, 2024).

Şekil 10'da görülen sonuçlar, Facebook, dünya genelinde 5 milyardan fazla kullanıcıya ulaşmıştır ve 2024 yılının başında bu sayı 5.04 milyara ulaşmıştır. 2000 yılından 2024 yılına kadar olan dönemde sosyal medya kullanıcı kimliklerinin sayısındaki artış zaman çizelgesi üzerinde gösterilmektedir. 2000 yılında 250 milyon kullanıcı kimliğiyle başlayan bu sayı, 2024 yılına kadar istikrarlı bir şekilde artış göstermiştir. 2003 yılında Friendster ve 2004 yılında Facebook gibi sosyal medya platformlarının devreye girmesiyle birlikte, kullanıcı sayısında belirgin bir artış gözlenmiştir. Özellikle 2010 yılından itibaren bu artış daha da hızlanmıştır (Bkz. Şekil 10.).

2.8.5. Instagram

Meta'nın reklam araçları tarafından yayınlanan verilere göre, 2024 yılının başlarında Türkiye'de Instagram kullanıcı sayısı 57.10 milyona ulaşmıştır. Bu rakam, Türkiye nüfusunun %66.4'üne denk gelmektedir. Ancak, Instagram'ın yalnızca 13 yaş ve üzeri bireylerin kullanımına izin verdiği göz önüne alındığında, Türkiye'deki "uygun" kitlenin %82.8'i Instagram kullanmaktadır. Ayrıca, 2024 yılının başlarında Instagram'ın reklam erişimi, Türkiye'deki internet kullanıcılarının %76.7'sine ulaşmıştır. Instagram'ın reklam kitlesinin %47.1'i kadın, %52.9'u ise erkek kullanıcılardan oluşmaktadır. 2023 Ocak ile 2024 Ocak arasında Instagram'ın potansiyel reklam erişimi Türkiye'de 8.5 milyon artış göstermiştir. Üç aylık bazda ise 2023 Ekim ile 2024 Ocak arasında reklam kitlesi 400 bin artış göstermiştir. Bu veriler, Instagram'ın Türkiye'de kullanıcı tabanını genişlettiğini göstermektedir (DataReportal, 2024).

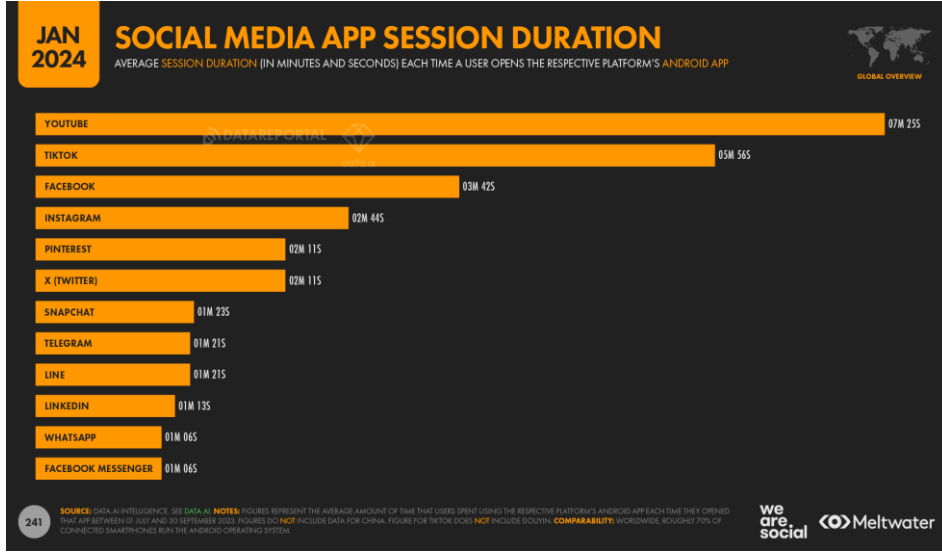


Şekil 11. Dünya'da en fazla kullanılan sosyal medya ağları (Data Reportal, 2024).

Şekil 11 kapsamında özetlenen bilgiler, 2024 yılında, aktif sosyal medya kullanıcılarının favori platform tercihleri incelendiğinde, Instagram'ın %16.5 ile en popüler platform olduğu görülmektedir. Bunu %16.1 ile WhatsApp, %12.8 ile Facebook ve WeChat takip etmektedir. TikTok kullanıcıları arasında %7.4'lük bir tercih oranına sahiptir, ardından %6.6 ile Douyin gelmektedir. X (Twitter) %3.2, Telegram %2.4, ve Facebook Messenger %2.3 oranında tercih edilmektedir. Daha az popüler platformlar arasında Line %1.7, Kuaishou %1.6, Pinterest %1.5, Snapchat %1.3 ve QQ ile Xiaohongshu %0.9 oranlarında kullanıcı tercihleri bulunmaktadır (Bkz. Şekil 11.).

2.8.6. Youtube

Google'ın reklam kaynaklarına göre, 2024 yılının başlarında Türkiye'de YouTube kullanıcı sayısı 57.50 milyon olarak belirlenmiştir. Bu rakam, Türkiye nüfusunun %66.8'ine ve internet kullanıcılarının %77.3'üne denk gelmektedir. YouTube'un reklam kitlesinin %49.6'sı kadın, %50.4'ü erkek kullanıcılarından oluşmaktadır. 2023 başından 2024 başına kadar YouTube'un potansiyel reklam erişimi 400 bin azalarak %0.7'lik bir düşüş göstermiştir. Aynı dönem içerisinde, 2023 Ekim ile 2024 Ocak arasında YouTube'da reklamlarla ulaşılabilir kullanıcı sayısı değişmemiştir (Smith, 2019).



Şekil 12. Sosyal medya uygulaması oturum süresi (Data Reportal, 2024).

Şekil 12 verilerine göre, 2024 yılı Ocak ayında sosyal medya uygulamalarında geçirilen ortalama oturum sürelerine dair veriler, kullanıcıların platformlarda ne kadar zaman harcadığını göstermektedir. Verilere göre, YouTube kullanıcıları bir oturumda ortalama 7 dakika 25 saniye harcarken, TikTok kullanıcıları 5 dakika 56 saniye ile ikinci sırada yer almaktadır. Facebook kullanıcıları ortalama 3 dakika 42 saniye, Instagram kullanıcıları ise 2 dakika 44 saniye geçirmektedir. Diğer platformlar arasında Pinterest ve Twitter (X) kullanıcıları her biri 2 dakika 11 saniye, Snapchat ve Telegram kullanıcıları ise sırasıyla 1 dakika 23 saniye ve 1 dakika 21 saniye harcamaktadır (Bkz. Şekil 12.).

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	85.59 B	2.44 B	10M 45S	8.6
02	YOUTUBE.COM	33.04 B	1.45 B	20M 09S	11.4
03	FACEBOOK.COM	17.09 B	1.15 B	10M 22S	8.6
04	INSTAGRAM.COM	6.47 B	911 M	8M 11S	11.0
05	TWITTER.COM	6.41 B	764 M	10M 40S	9.9
06	BAIDU.COM	4.99 B	206 M	5M 04S	8.0
07	WIKIPEDIA.ORG	4.52 B	741 M	3M 55S	3.1
08	YAHOO.COM	3.44 B	294 M	8M 44S	5.5
09	YANDEX.RU	3.35 B	150 M	9M 15S	9.2
10	WHATSAPP.COM	2.93 B	360 M	15M 47S	1.7

Şekil 13. Ziyaret başına ortalama geçirilen süre (Data Reportal, 2024).

Şekil 13 tablosundaki bilgiler, Similarweb raporlarına göre YouTube, kullanıcıların aylık ortalama 20 dakika 9 saniye geçirdiği en popüler site olarak öne çıkmaktadır. Bunu,

15 dakika 47 saniye ile WhatsApp takip etmektedir. TikTok, 7 dakika 25 saniye ile üçüncü sıradadır. Diğer popüler siteler arasında Instagram (8 dakika 11 saniye), Yahoo (8 dakika 44 saniye), Twitter (10 dakika 40 saniye), Facebook (10 dakika 22 saniye), Google (10 dakika 45 saniye) ve Wikipedia (3 dakika 55 saniye) bulunmaktadır (Bkz. Şekil 13.).

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	175 B	9.01 B	21M 10S	3.4
02	YOUTUBE.COM	113 B	5.66 B	35M 42S	6.0
03	FACEBOOK.COM	18.1 B	3.03 B	22M 25S	2.5
04		12.8 B	1.66 B	10M 42S	7.2
05		8.96 B	1.27 B	12M 35S	7.9
06	WIKIPEDIA.ORG	8.46 B	1.69 B	10M 38S	2.0
07	TWITTER.COM	8.39 B	1.53 B	19M 47S	1.9
08	INSTAGRAM.COM	7.36 B	1.80 B	18M 09S	2.0
09	REDDIT.COM	7.05 B	1.14 B	17M 53S	2.7
10	DUCKDUCKGO.COM	4.55 B	264 M	20M 39S	2.4

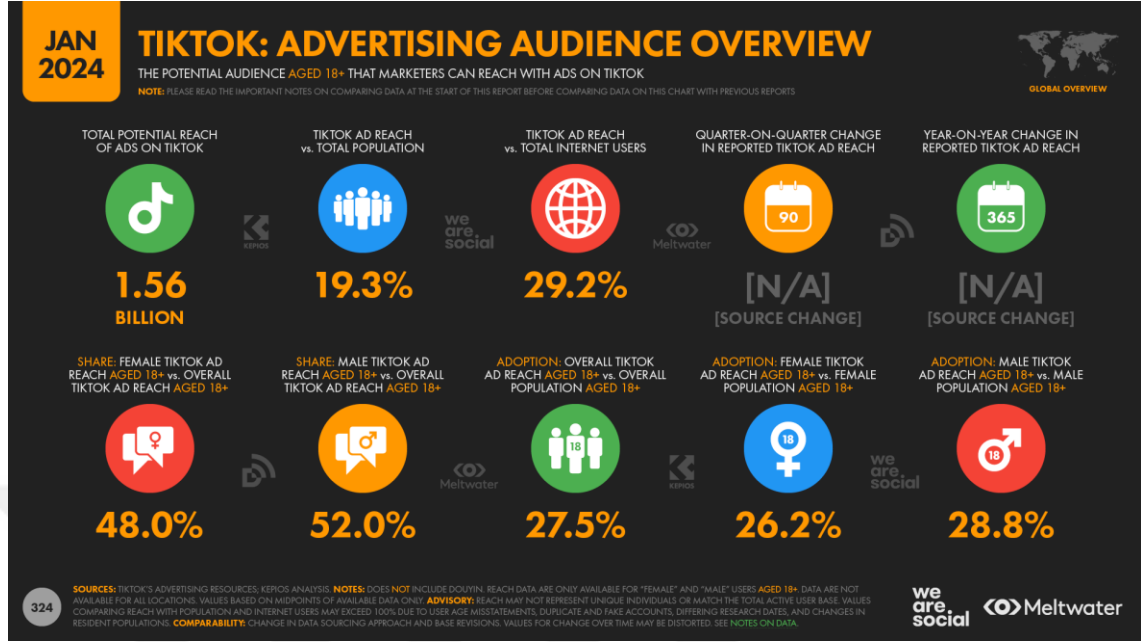
Şekil 14. Ziyaret başına ortalama geçirilen süre (Data Reportal, 2024).

Şekil 14 tablosu içinde yer alan bilgiler, Semrush raporlarına göre, 2024 yılı başında YouTube, ortalama 35 dakika 42 saniye ile en uzun ziyaret süresine sahip web sitesi olarak öne çıkmaktadır. YouTube'u, ortalama ziyaret süresi 22 dakika 25 saniye olan Facebook ve 21 dakika 10 saniye olan Google izlemektedir. Diğer siteler arasında Reddit 17 dakika 53 saniye, Instagram 18 dakika 9 saniye, Twitter 19 dakika 47 saniye, DuckDuckGo 20 dakika 39 saniye ve Wikipedia 10 dakika 38 saniye ile yer almaktadır (Bkz. Şekil 14.).

2.8.7. TikTok

Çoğu sosyal medya platformunda, içeriğin geniş kitlelere ulaştırılmasında öncelikle bir takipçi kitlesi oluşturulması, çok sayıda arkadaş edinilmesi, fiziksel çekicilik veya zenginlik gibi unsurların sergilenmesi ya da viral olma şansı gibi faktörler etkili olmaktadır. TikTok ise kullanıcıların farklı kitleler ve trendler arasında geçiş yapmalarını teşvik ederek, geçici arkadaş gruplarına benzer bir yapı oluşturmaktadır. Bu gruplar, iç şakaların paylaşılması, bir şarkı üzerine doğaçlama yapılması veya anlık konular hakkında sohbet edilmesi gibi etkinlikler gerçekleştirmektedir. Geri bildirimler anlık ve sıklıkla bol miktarda olup, viral olma eğilimi yüksektir. Sürekli bir uyarılma hali mevcuttur. Platformun her yönde genişlediği hissi belirgindir. İçerik havuzu oldukça büyüktür; çoğu anlamsızdır, bazıları popüler hale gelir, bazıları ise hem popüler hem de

değerlidir (Herman, 2019: 4). TikTok videolarının viralite oranının yüksek olması reklamverenlerin dikkatini çekmektedir.



Şekil 15. Tiktok reklamlarının toplam potansiyel erişim kapasitesi (Data Reportal, 2024).

Şekil 15 görselinin içindeki kapsamlı bilgiler, Ocak 2024 itibarıyla, platformun 18 yaş üstü bireyleri hedefleyen reklam potansiyelini kapsamlı bir şekilde ortaya koymaktadır. Edinilen verilere göre, TikTok reklamlarının toplam potansiyel erişim kapasitesi 1.56 milyar olarak ifade edilmiştir. Bu rakam, dünya nüfusunun %19.3'üne ve toplam internet kullanıcılarının %29.2'sine denk gelmektedir.

Reklam erişim kapasitesinin demografik dağılımında, kadın kullanıcıların reklam erişimi %48, erkek kullanıcıların ise %52 olarak rapor edilmiştir. TikTok'un 18 yaş üstü genel nüfusa ulaşma oranı %27.5 olarak belirtilmiştir. Kadın kullanıcılar için bu oran %26.2 iken, erkek kullanıcılar için %28.8 olarak hesaplanmıştır (Bkz. Şekil 15.).

TikTok kullanımına dair yapılan araştırmalarda, platformun tasarımı ve kullanıcı davranışları üzerine önemli çıkarımlar yapılmıştır. Sosyal medya şirketlerinin, kullanıcıların dikkatini mümkün olduğunca uzun süre çekmek için tasarladığı immersive platform özellikleri, TikTok özelinde de dikkat çekmiştir. Bu bağlamda, kişiselleştirilmiş ve sonsuz içerik akışı, "Beğeni" (Like) gibi etkileşim unsurları, TikTok kullanımını güçlendiren tasarım unsurları arasında yer almaktadır. Özellikle "Sizin İçin" (For You) sayfası, yapay zekâ algoritmaları aracılığıyla kullanıcıların ilgi alanlarını hızla öğrenerek, kullanıcıların planladığından daha uzun süre platformda kalmasına neden olabilmektedir. Kullanımlar ve Doyum Kuramı (Uses and Gratification Theory), TikTok kullanım

motivasyonlarını anlamada sıkça kullanılan bir çerçevedir. Bu teoriye göre, medya kullanımının temelinde bireyin ihtiyaçlarının karşılanması yer alır. TikTok özelinde, eğlence ve duygusal doyum, kullanıcıların platformda kalmalarını sağlayan ana faktörler olarak belirlenmiştir. Araştırmalar, TikTok kullanıcılarının sosyal ağlarını genişletme, kendini ifade etme ve tanınma arayışı gibi motivasyonlara sahip olduklarını göstermiştir. Ayrıca, kaçış (escapism) ihtiyacı, içerik tüketimini artıran temel bir faktör olarak tespit edilmiştir. Özellikle genç kullanıcılar arasında, TikTok'un kimlik oluşumuna katkı sağladığı ve bireylerin akran gruplarındaki konumlarını anlamalarına yardımcı olduğu vurgulanmıştır (Montag vd., 2021: 2-3).

2.9. Sosyal Medya Etkileyicisi (Influencer)

Bir sosyal medya etkileyicisi, internette takipçileri olan ve kitlesine mal/hizmet satın alma konusunda rehberlik eden, böylece uzmanlıklarına dayanarak inançlarını ve eylemlerini etkileyen bireyler olarak nitelendirilmektedir (Kurşun ve Görgün, 2022: 211). Sosyal medya etkileyicilerinin bu özelliklerini kabul eden ve pazarlama alanında uygun maliyetli ve daha ilgi çekici stratejilerden yararlanmayı hedefleyen markalar, bu pazarlamadaki çabalarını artırmıştır (Tanyeri ve Toprak, 2020).

2.9.1. Mikro, Makro ve Mega Etkileyiciler (Influencerlar)

Etkileyiciler, influencerlar, blogger veya içerik oluşturucular dahil olmak üzere farklı gruplara ayrılmaktadır. Bu etkileyiciler, takipçilerinin popülerlik düzeyine göre daha da sınıflandırılır. Kategoriler, 1 milyondan fazla takipçisi olan Mega influencer'lar, 100.000 ila 1 milyondan az takipçi aralığına sahip makro etkileyiciler, 1000 ila 100.000'den az takipçisi olan mikro influencer'lardır. Mikro influencer'lar genellikle marka veya ticari marka sahipleriyle işbirliği yaparak, takipçi sayısı 100.000'in altında olan tüketicileri hedefleyerek mega veya makro etkileyicilerden daha fazla etkileşim kurmayı hedeflemektedir. Son olarak, belirli kitleleri hedeflemek için markalar veya ticari marka sahipleriyle çalışan günlük bireyler olan nano etkileyiciler bulunmaktadır. Nano etkileyiciler genellikle daha küçük ama daha gerçek bir takipçiye sahiptir ve sosyal medya hesaplarının 1000'in altında takipçileri vardır (Isyantano vd., 2020: 601).

2.10. İnfluencerların Tüketici Davranışı Üzerindeki Rolü

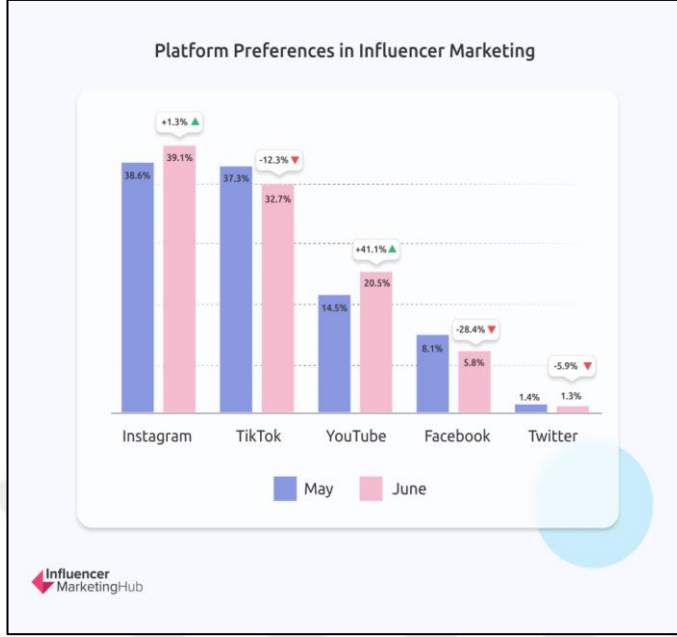
Mevcut dijital gelişmeler çağında, sosyal medya, pazarlama taktiklerinin önemli bir bileşeni olarak ortaya çıkmıştır. Pazarlama alanında yaygın bir çalışma konusu, özellikle Z Kuşağı ve Y Kuşağı'na odaklanarak, sosyal medya etkileyicilerinin tüketici davranışları

üzerindeki etkilerini incelemektedir. Bu demografik gruplar, genç yaşlardan itibaren sosyal medyaya dalmış olup, bu çevrim içi platformlarda etkileşimde bulundukları materyallerden önemli ölçüde etkilenmektedirler. Sosyal medya etkileyicilerinin bu platformlarda paylaştıkları içerikler, Z ve Y Kuşağı üzerindeki tüketici davranışlarını şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır (Hapsari vd., 2024: 2559).

Sosyal medya etkileyicileri, takipçileriyle kurdukları güçlü bağlar nedeniyle güvenilir bilgi kaynakları olarak algılanmaktadır. Birçok kişi bu etkileyicileri arkadaşları veya tanıdıkları olarak görmekte ve influencer pazarlamayı, yakın temaslardan kaynaklanan ağızdan ağıza iletişimin bir uzantısı olarak değerlendirmektedir. Araştırma bulguları, pazarlamacıların sosyal medya etkileyicilerini hedef kitleleriyle etkileşim kurmak için aracı olarak kullanarak ilişkiler geliştirebileceklerini göstermektedir. Sadık sosyal medya influencer takipçileri ile yapılan röportajların incelenmesi, bu etkileyicilerin tüketici davranışını etkilemede önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Influencer'lar, özenle seçilmiş içerikleri sayesinde, hedef kitleleriyle rezonansa giren belirli ürün ve hizmetlere başarılı bir şekilde dikkat çekmektedir. Katılımcılar, takip ettikleri influencer tarafından onaylanan ürünleri satın alma eğiliminde olduklarını belirtmişler ve bu davranışı, kendileri ile influencer arasında kurulan güven ilişkisine bağlamışlardır. Bu bağ, iki taraf arasındaki tutarlı etkileşim yoluyla teşvik edilmekte; takipçilerin devam eden katılımı, etkileyicinin tavsiyelerine güvenme ve onlara göre hareket etme eğilimlerini güçlendirmektedir (Aprianto vd., 2024: 1128).

Müşteriler bir markaya güvendiklerinde ve onunla olumlu etkileşimler yaşadıklarında, gelecekte markaya sadakat gösterme eğiliminde olmaktadır. Bununla birlikte, etkileyicilere duyulan güven düzeyi bu bağlantının sağlamlığını etkileyebilmektedir. Bir şirketin sunduğu ürün veya hizmetlerden oldukça memnun olan müşteriler, sosyal medya etkileyicilerinin ve çevrim içi müşteri etkileşimlerinin satın alma niyetleri üzerindeki etkisini artırabilmektedir. Esasen, büyük ölçüde memnun olan bir müşterinin, sosyal medya etkileyicilerine karşı olumlu duygular beslediğinde ve tatmin edici bir deneyim yaşadığında markaya sadık kalma olasılığı daha yüksek olmaktadır (Hapsari vd., 2024: 2562-2563). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, bireylere bilgiye kolay erişim sağlamaktadır. İnternetin evrimi ile birlikte, geleneksel pazarlama stratejileri yerini sosyal medya odaklı yöntemlere bırakmıştır. İşletmeler, sosyal medyanın önemli bir iletişim aracı olduğunu kabul etmekte ve çevrim içi kişiliklerin etkisini takdir etmektedir. Sosyal medya etkileyicilerinin rolü daha fazla tanındıkça, şirketler bu etkileyicileri, daha geniş, daha etkileşimli ve potansiyel olarak

kazançlı bir müşteri tabanına ulaşmak için bir araç olarak kullanmaktadır (Saleem, 2022: 30-31).



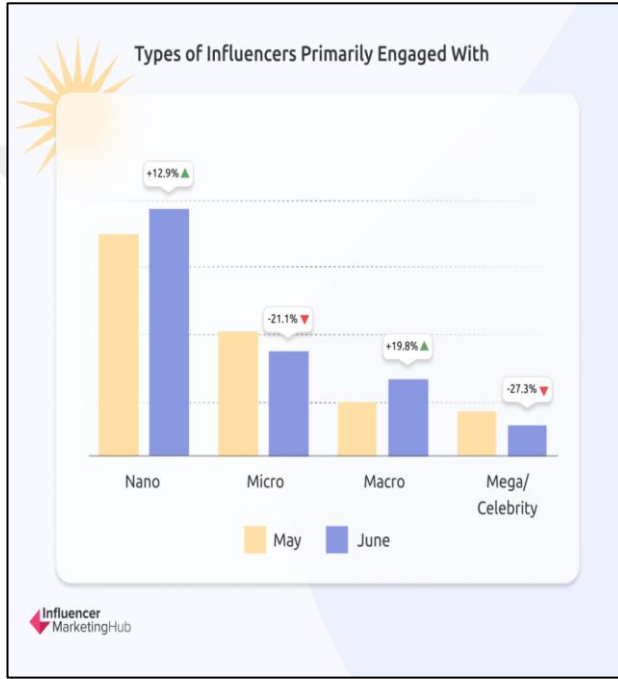
Şekil 16. İnfluencer pazarlamasında tercih edilen platformların (Influencer Marketing Hub, 2024).

Şekil 16'deki verilerin sunduğu sonuçlar, influencer pazarlamasında tercih edilen platformların 2024 Mayıs ve Haziran aylarındaki kullanım oranlarını göstermektedir. Grafik, her bir platformun her iki ay içindeki yüzdesel dağılımını ve değişim oranlarını ortaya koymaktadır (Influencer Marketing Hub, 2024):

- Instagram: Mayıs ayında influencer pazarlaması için %38.6 oranında tercih edilen Instagram, Haziran ayında %1.3 artarak %39.1 oranına ulaşmıştır. Bu durum, Instagram'ın influencer pazarlamasında en çok tercih edilen platform olduğunu göstermektedir.
- TikTok: Mayıs ayında %37.3 olan TikTok'un tercih edilme oranı, Haziran ayında %12.3 azalarak %32.7'ye düşmüştür. Bu, TikTok'un influencer pazarlamasında önemli bir düşüş yaşadığını göstermektedir.
- YouTube: YouTube, Mayıs ayında %14.5 oranında tercih edilirken, Haziran ayında %41.1 artışla %20.5 oranına ulaşmıştır. Bu, YouTube'un influencer pazarlamasında hızla yükselen bir platform olduğunu göstermektedir.
- Facebook: Mayıs ayında %8.1 olan Facebook'un tercih edilme oranı, Haziran ayında %28.4 azalarak %5.8'e düşmüştür. Bu, Facebook'un influencer pazarlamasındaki kullanımının belirgin bir şekilde azaldığını göstermektedir.

- Twitter: Twitter'ın tercih edilme oranı, Mayıs ayında %1.4 iken, Haziran ayında %5.9 azalarak %1.3'e düşmüştür. Bu, Twitter'ın influencer pazarlamasında en az tercih edilen platform olduğunu göstermektedir.

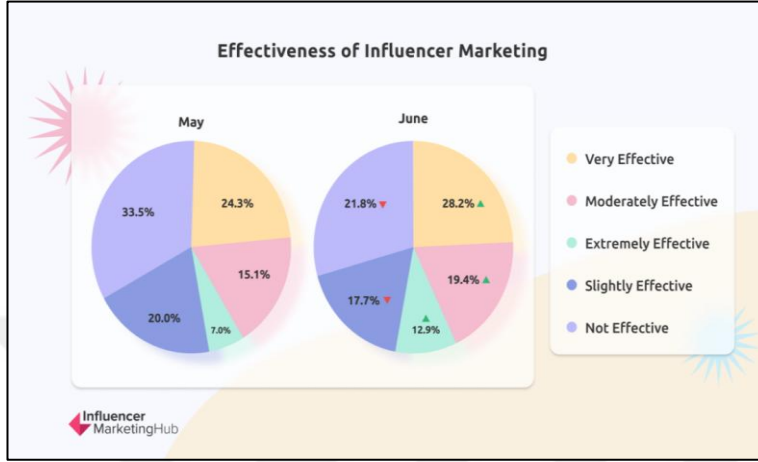
Sunulan veriler, influencer pazarlamada daha çok tercih edilen platformları ve bu tercihlerdeki zaman içindeki farklılıkları göstermektedir. Instagram ve YouTube influencer pazarlamada bir artış yaşarken, TikTok ve Facebook bir düşüşe tanık oldu. Tersine, Twitter sabit bir kullanım oranını korur ve influencer pazarlamada en az tercih edilen platform olarak kabul edilir (Bkz. Şekil 16.).



Şekil 17. En çok etkileşimde bulunan influencer türleri (Influencer Marketing Hub, 2024).

Şekil 17'daki veriler, 2024 Mayıs ve Haziran aylarında en fazla katılımı toplayan etkileyicilerin analizini sunmaktadır. Bu etkileyiciler, Nano, Mikro, Makro ve Mega/Celebrity (Mega/Ünlü) kategorilerine ayrılmakta ve her kategori için katılım oranlarındaki değişiklikler yüzde şeklinde temsil edilmektedir. Mayıs ayında Nano influencer'lar Haziran ayında %12.9'luk bir artışla en çok tercih edilen tür olarak ortaya çıkmıştır. Bu artış, pazarlamacılar ve markalar arasında Nano influencer'lara yönelik artan bir tercihin olduğunu göstermektedir. Tersine, Mikro influencer'lar Haziran ayında Mayıs ayına kıyasla kayda değer bir düşüş yaşamış ve bu da popülerliklerinde bir azalma sinyali vermektedir. Bu arada, Haziran ayında Makro influencer'ların katılımında %19.8'lik önemli bir artış olmuş ve bu da Makro influencer'ların pazarlama stratejilerine daha fazla dahil edildiğini göstermektedir. Aksine, Mega/Celebrity (Mega/Ünlü) influencer'lar %27.3 oranında önemli bir düşüş yaşamış ve bu da kendilerine karşı tercih edilebilirliğin

azaldığını göstermektedir. Genel olarak, bu bulgular, pazarlama stratejilerinin gelişen manzarasını ve farklı influencer türlerine yönelik değişen tercihleri vurgulamaktadır. Nano ve Makro influencer'ların artan önemi, markaların daha uzmanlaşmış kitleleri hedeflemek için yaklaşımlar benimsediğini, Mikro ve Mega influencer'ların ise daha az tercih edildiğini ima etmektedir.



Şekil 18. Influencer pazarlamasının verimliliğine dair değerlendirme (Influencer Marketing Hub, 2024).

Şekil 18'de belirtilen değerler, Mayıs ve Haziran 2024'teki influencer pazarlamasının verimliliğine ilişkin değerlendirmeleri influencer pazarlamasının çeşitli etkinlik seviyelerine dayalı olarak tahsisi pasta grafikleri aracılığıyla yüzde olarak gösterilmektedir (Influencer Marketing Hub, 2024):

- Çok Etkili (Very Effective): Mayıs ayında %24.3 olan oran, Haziran ayında %28.2'ye çıkarak %3.9'luk bir artış göstermiştir. Bu, influencer pazarlamasının etkinliğinin arttığını göstermektedir.
- Orta Derecede Etkili (Moderately Effective): Mayıs ayında %33.5 olan oran, Haziran ayında %21.8'e düşerek %11.7'lik bir azalma yaşamıştır. Bu, influencer pazarlamasının orta derecede etkili olduğuna inananların azaldığını işaret etmektedir.
- Son Derece Etkili (Extremely Effective): Mayıs ayında %20 olan oran, Haziran ayında %19.4'e düşerek %0.6'lık bir azalma göstermiştir.
- Biraz Etkili (Slightly Effective): Mayıs ayında %15.1 olan oran, Haziran ayında %12.9'a düşerek %2.2'lik bir azalma yaşamıştır.
- Etkili Değil (Not Effective): Mayıs ayında %7 olan oran, Haziran ayında %17.7'ye çıkarak %10.7'lik bir artış göstermiştir.

Şekil 17'deki bulgular, influencer pazarlamasının etkinliği konusunda farklı görüşlerin olduğunu ve zamanla bu görüşlerin değişebildiğini göstermektedir. Haziran ayında, influencer pazarlamasının "çok etkili" olarak değerlendirilen oranı artarken, "orta

derecede etkili", "son derece etkili" ve "biraz etkili" olarak değerlendirilen oranlar azalmıştır. Buna karşılık, "etkili değil" olarak değerlendirilen oran önemli ölçüde artmıştır.

2.11. Sosyal Medyanın Aile Bağları Üzerindeki Rolü

Teknolojinin hızlı ilerlemesi, özellikle çocukların doğumdan itibaren bu ilerlemeye maruz kalmalarına neden olmaktadır ve bu durum, teknolojiye olan ilginin artmasına yol açmaktadır. Günümüzde iletişimde önemli bir değişiklik, yüz yüze etkileşimi aşan sanal iletişimin kapsamlı kullanımıdır. Bu değişim, aynı zamanda aile iletişimini de etkileyerek kişisel ilişkilerde çeşitli zorluklara yol açmaktadır. İnternetin kolay kullanılabilirliği ve sosyal medyaya artan bağımlılık, aile üyelerinin birlikte geçirdiği zaman üzerinde zararlı bir etki yapmaktadır ve nesiller arası iletişimde bir kopukluğa neden olmaktadır. Aileler, kültürün nesiller arası aktarılmasında çok önemli bir rol oynamakta ve bu sorumlulukları yerine getirmek için sağlıklı ve açık iletişim gerekmektedir. Yüz yüze etkileşimlerde beden dili, jestler ve yüz ifadeleri, bireyler arasında daha iyi anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

2000'lere kadar internetin kullanımı öncelikle bilimsel çabalarla sınırlı kalmıştır. Bununla birlikte 2000 sonrası meydana gelen önemli değişiklikler ve ilerlemelerle internet hanelere geçerek geniş çapta erişilebilir hale gelmiştir. Sonuç olarak, sosyal medya platformlarının erişilebilirliği önemli ölçüde artmıştır. Sosyal medya platformlarının artan kullanımıyla ilişkili dikkate değer faydalara rağmen, bu platformların uygunsuz ve bilinçsiz yönetimi, özellikle aile yapıları üzerinde, ailelerin dijitalleşmesine katkıda bulunan olumsuz etkilere neden olabilmektedir (Erol, 2022: 1134). Bu tür durumlar, bireyler arasındaki iletişimde bozulmalara yol açabilmektedir (Dilber, 2019: 339).

Özellikle ergenlik gelişim aşamasında, bağımlılığa yol açan sosyal medyanın aşırı kullanımı, gençlerin yaşamlarının çeşitli yönleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve bu da aile ilişkilerinde zorluklara neden olmaktadır. Bu ergenler, zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medya veya internet oyun etkinliklerine ayırmaktadırlar. Özellikle çevrim içi oyunlar söz konusu olduğunda, sanal sosyal etkileşimlere de katılmaktadırlar. Zamanla, bu davranışı normalleştirerek, yakın çevrelerindeki kişilerden duygusal ve fiziksel olarak kopmaktadırlar. Oynanan oyunların doğası bu bağlamda özel bir öneme sahiptir. Sık sık şiddet içeren oyunlara katılan ergenler, günlük yaşamlarında bu tür saldırganlığı göstermeye başlayabilmektedir. Alternatif olarak, tüm sorunların basit bir tıklama ile kolayca çözülebileceğine ve üstesinden gelmek için mücadele ettikleri zorluklarla

karşılaştıklarında aile üyelerine karşı saldırgan davranışlara yol açabileceğine dair bir inanç geliştirebilmektedirler (Cansever, 2013: 200).

Bireylerin internet kullanımlarını günlük rutinlerini bozacak derecede düzenleyememeleri ile karakterize edilen internet bağımlılığı, artık zihinsel bir bozukluk olarak sınıflandırılmıştır. Bağımlılık, geniş anlamda, kullanılan madde veya nesne üzerinde kontrol kaybına yol açan bir şeye karşı aşırı bir istek olarak tanımlanmaktadır. Teknolojinin ilerlemesi televizyon, internet ve akıllı telefonlar gibi ürünlere artan bir bağımlılığa yol açmaktadır (Tokuç ve Duyan, 2021: 49). Araştırmalar sosyal medyanın uzun süreli kullanımının aile iletişimini etkilediğini, internet kullanımının haftada beş saati aştığında, sevdiklerinizle geçirilen zamanın azalmasına ve ders dışı etkinliklere katılımı %10'luk bir azalmaya neden olduğunu göstermektedir. Gençlerin artan çevrim içi varlığı, aile ve arkadaşlarla gergin ilişkilerle bağlantılıdır (Demir, 2016: 31). Özellikle Ekim 2022'de önemli amaçlara hizmet eden "Sosyal Medya Kanunu"nun yürürlüğe girmesiyle Türkiye'de önemli dönüşümler beklenmektedir. Bu mevzuatın temel amaçlarından biri, küçükleri yasal sınırları, ahlaki standartları aşabilecek veya çeşitli çevrim içi platformlarda zarar verebilecek çevrim içi içeriğe maruz kalmaktan korumaktır (Erol, 2022: 1136).

Çocuklar ve ergenler arasında medya bağımlılığı, şiddet içeren video oyunlarına artan çekim, saldırgan duygu ve düşüncelerin gelişimi, akademik arayışlar için motivasyonun azalması, okumaya karşı isteksizlik, fiziksel aktivitelere katılımın azalması, sosyal geri çekilme, azalan akademik performans, çarpık değer sistemlerinin kurulması, gerçeklik ve fantezi arasında ayırım yapamama ve dikkat eksikliği sorunlarının başlangıcı gibi sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ek olarak, sosyal medyanın ve internetin aşırı kullanımı, sanal alana dalmanın artmasına, fiziksel dünyadaki etkileşimlerin azalmasına, topluluk duygusunun azalmasına ve özellikle genç nüfusu etkileyen çeşitli psiko-sosyal bozukluklara yol açabilmektedir. Bu nedenle, çocuklarda ve ergenlerde bilgisayar ve internet kullanımının fiziksel, bilişsel ve psiko-sosyal etkilerini tanımak çok önemlidir (Tokuç ve Duyan, 2021: 49-50).

2.12. Sosyal Medyanın Aile Dinamikleri Üzerindeki Rolü

Aile içi iletişimin güçlendirilmesi, aile üyelerinin hem kendilerine hem de ailelerine duydukları güveni artırmada önemli bir rol oynayabilir. Ebeveynlerin, birbirlerine ve çocuklarına karşı yeterli ilgi göstermeleri ve sorumluluklarını yerine getirmek için çaba harcamaları, aile içinde sağlıklı bir iletişim ortamının oluşmasına katkı sağlayabilir. Bu bağlamda, ebeveyn ve çocuklar arasındaki sağlıklı iletişim, çocukların gelişimi açısından

büyük önem taşımaktadır. Çocuğun aile içinde kurduğu iletişim, toplumsal yaşamında karşılaştığı diğer bireylere ve olaylara nasıl tepki vereceğini, hangi tutum ve davranışları benimseyeceğini şekillendirir. Bu nedenle, sağlıklı bir iletişim ortamından yoksun ailelerde yetişen çocuklar, psikolojik ve iletişimsel olarak normal bir gelişim süreci gösteremezler (Demircioğlu vd., 2011: 94). Aile içi iletişimin güçlü olduğu ailelerde ise, çocukların özgüvenlerinin daha yüksek olduğu ve akranlarıyla daha sağlıklı iletişim kurabildikleri gözlemlenmektedir (Güleç, 2018: 107).

Çeşitli araştırmalar sosyal ağların bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından sağlanan geniş, dünya çapında bir ağa gömülü oldukları için ailelerdeki iletişim kalıplarını şekillendirmede rol oynadığını göstermektedir. Zorluk sadece bu platformları kullanmak değil, daha ziyade aileler içinde sosyal ağlarla sorumlu bir şekilde etkileşime girerek olumlu iletişim kurma yeteneğini engelleyen müdahale stratejilerinin yokluğunda ortaya çıkmaktadır (Santacruz vd., 2019: 153). Akıllı telefonların piyasaya çıkmasıyla birlikte bu durum daha da yaygınlaşmıştır. Artık sosyal medyaya erişim, insanların ellerinin altında kolayca sağlanmaktadır. Bu, gençlerin ve hatta yetişkinlerin, evde, çarşıda, okulda ders sırasında, yolculukta, partide ve hatta tuvalette bile sosyal medyadan kopmamalarına yol açmıştır. Bu ortamda, sanal dünyadan ayrılamayan bireyler, hem toplumsal ilişkilerinde hem de aile içi iletişimlerinde gerçek hayattaki etkileşimlerini ihmal etme riskiyle karşı karşıya kalmaktadır (Güleç, 2018: 113).

Zaman ve mekân kısıtlamaları olmaksızın, teknolojik cihazların sunduğu imkanlar, bireylerin diğer insanlarla sürekli iletişim halinde olabilmesini sağlayarak aile bağlarının ve ilişkilerinin güçlenmesine katkıda bulunabilir. Bu, medyanın olumlu yönlerinden biri olsa da, kişinin ailesiyle olan iletişimini olumsuz etkileyebilir ve yüz yüze etkileşimlerin yanı sıra toplumsal katılımı da engelleyebilme potansiyeli taşıyabilir (Villegas, 2013: 11-13). Araştırmalara göre, sosyal medyanın kullanım süresinin aile içi iletişimi etkilediğine dair görüşler bulunmaktadır. Haftada beş saatten fazla internet kullanan kişilerin, aileleri ve arkadaşlarıyla geçirdikleri zamanın azaldığı, bu kişilerin %10'unun ise internet nedeniyle ev dışı etkinliklere daha az katıldıkları tespit edilmiştir. Ayrıca, gençlerin aşırı internet kullanımının, aile ve arkadaş ilişkilerinin zayıf olmasıyla bağlantılı olabileceği sonucuna varılmıştır (Dilber, 2019: 340).

Türkiye'de de sosyal medya platformlarına olan ilginin artmasıyla birlikte, aile içindeki yüz yüze iletişimin giderek azaldığı, boşanmaların arttığı ve eşler arasında güven sorunlarının yaşandığı bilinmektedir. Bu platformlar, özellikle çocuklar üzerinde ciddi olumsuz etkiler yaratmaktadır. Sanal dünyada sergilenen yaşam tarzını benimseyen çocukların büyük bir kısmının toplumsal değerlerden uzaklaştığı ve Türk aile yapısına

uygun davranmadıkları görülmektedir. Bu nedenle, sosyal medyanın hem aile yapısı hem de toplum üzerindeki olumsuz etkilerini göz önünde bulundurarak, bu konuda önemli adımlar atılması kaçınılmaz hale gelmiştir (Erol, 2022: 1137).

2.13. Sosyal Medyanın Çocukların Aile İçi İletişimindeki Rolü

Teknolojik gelişmelerin hızlı ilerlemesi, çocukları bu ortama hızla adapte olmaya teşvik etmekte ve teknolojiye olan ilgilerini artırmaktadır. İletişim alanında tanık olunan en göze çarpan değişikliklerden biri, sanal iletişimin artan yaygınlığıdır. Hem yüz yüze etkileşimler hem de sanal iletişimin artan kullanımı, kişisel ve ailevi sorunlara yol açabilmektedir. İnternetin ve sosyal medyanın yaygın olarak kullanılabilirliği, aile üyeleri arasında harcanan zaman ve nesiller arası iletişim üzerinde zararlı bir etki yaratmaktadır. Özellikle, genç bireyler sosyal medyaya olan bağlılıkları nedeniyle yaşlı nesillerle daha az zaman geçirmekle, kültürel bilginin aktarımını engellemektedir. Güçlü aile bağları, sağlıklı bir toplumsal çerçevenin temelini oluşturmaktadır ve kültürel değerlerin bir nesilden diğerine aktarılması, şeffaf ve verimli iletişim gerektirmektedir. Yüz yüze iletişimde, beden dili, jestler ve yüz ifadeleri gibi sözel olmayan ipuçları, bireyler arasında duygusal anlamayı teşvik etmede çok önemli bir rol oynamaktadır.

Teknoloji çağında yetişen nesil ile geleneksel çağda yetiştirilen nesil arasında dikkate değer farklılıklar bulunmaktadır. Geleneksel çağda çocuklar oyunlarla uğraşmış ve teknolojik olarak gelişmiş olmayan oyuncaklarla oynamıştır. Dışarıda akranlarıyla çeşitli oyunlar oynayarak zamanlarını geçirmekteydiler. Ancak teknoloji çağının başlamasıyla birlikte çocuklar zamanlarını oyun salonlarına veya evde basit cihazlara ayırmaya başlamışlar ve bu durum günümüze kadar devam eden bir trend haline gelmiştir (Güleç, 2018: 116). Şu anda, çocuklar ebeveynlerinkinden büyük ölçüde farklı bir medya ortamına dalmışlardır. Ebeveynlerin bu benzeri görülmemiş medya ortamına verdikleri tepkiler, derin kaygıdan bu yeni medya alanının üretkenliğini ve potansiyelini benimsemeye kadar değişkenlik gösterebilmektedir. Bazı aileler, çocuklarının medya tüketimini yakından izleyerek kısıtlamalar getirmeyi tercih ederken, diğerleri çocuklarının arzularına boyun eğmektedir. Ebeveyn tutumlarının çok önemli bir rol oynadığı ve ebeveyn kontrolü düzeyinin, medyanın çocukların yaşamları üzerindeki etkisini önemli ölçüde etkilediği açıktır (Ulusoy ve Bostancı, 2014: 560).

Çocuklar arasında elektronik cihazların aşırı ve dikkatsiz kullanımı, bir dizi davranış sorununa neden olabilmektedir. Araştırmalar, cep telefonları gibi cihazlarla etkileşime giren çocukların sinirlilik, azalmış stres toleransı, hafıza sorunları, azalan

bilişsel kapasiteler ve epileptik nöbet riski yaşama olasılığının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ek olarak bu çocuklar anksiyete, depresyon, intihar girişimleri, saldırganlık, akademik yetersiz performans, öğrenme güçlüğü, bağımlılık ve sosyal ve cinsel davranış sorunları gibi çok sayıda psikososyal zorlukla karşılaşmaktadır (Yılmaz ve Güney, 2021:488). Ayrıca sosyal adaptasyon becerilerindeki eksiklikler, azalan olumlu sosyal etkileşimler, antisosyal eğilimler, şiddete duyarsızlaşma, gece terörü, travma sonrası stres bozukluğu ve kendine zarar verme fikirleri de bu zorlukların bir parçasıdır. Bu tür medya tüketimi nedeniyle, çocuklar ebeveynlerine karşı daha uzak ve mesafeli bir tavır sergileyebilmektedir. İletişim eksikliği ve kavrayış azalması, çocukları ebeveynlerine karşı reaktif ve savunmacı tepkiler geliştirmeye sevk edebilmektedir. Sosyal medya tarafından kolaylaştırılan sanal bağlantılar, gerçek hayattaki ilişkilere olan ilgiyi azaltabilir ve potansiyel olarak ailevi bağların zayıflamasına yol açabilmektedir.

Son yıllarda Türkiye'de çocuklara yönelik yapılan araştırmalara göre, çocukların büyük bir kısmının toplumsal değerleri yeterince benimsemediği ve Türk aile yapısına uygun davranmadığı gözlemlenmektedir. Bu durumun en önemli nedenlerinden biri olarak, sosyal medya platformlarının yoğun bir şekilde kullanılması ve bu platformlarda sergilenen sanal yaşamın çocuklar tarafından benimsenmesi gösterilmektedir. Ancak teknolojinin hızla ilerlediği bu dönemde, çocukları tamamen sosyal medya platformlarından uzak tutmak neredeyse imkânsız hale gelmiştir. Bu nedenle, çocukları sosyal medyadan uzaklaştırmak yerine, bu platformların doğru, bilinçli ve faydalı bir şekilde kullanılması için ebeveynlere büyük bir sorumluluk düşmektedir. Ebeveynlerin çocukları doğru yönlendirmesiyle, bu platformlar etkili ve faydalı bir araç haline gelebilir (Erol, 2022: 1136).

2.14. Sosyal Medya ve Toplumun Kutuplaşması

Sosyal medya platformları, çeşitli bakış açılarına erişimi kısıtlama ve benzer inançları paylaşan kullanıcı topluluklarının oluşturulmasını teşvik etme potansiyeline sahiptir, böylece yankı odaları olarak bilinen kolektif bir anlatıyı güçlendirebilir. Bununla birlikte, kullanıcıların etkileşim biçimleri ve akışları düzenlemek için kullanılan algoritmalar, çeşitli sosyal medya platformları arasında önemli ölçüde farklılık gösterebilir (Cinelli vd., 2021: 1). Bu farklılıklar, platformlar arasındaki bilgi akışını ve kullanıcı deneyimini belirleyen önemli faktörlerdir.

Sosyal medya platformu Facebook'un kullanıcıları arasında belirgin bir bilgi seçme eğilimi olduğunu ve bu eğilimin yankı odaları olarak adlandırılan kutuplaşmış grupların oluşumuna neden olduğunu göstermektedir. Bu durum, kullanıcıların önceden var olan

inançlarına uygun bilgileri tercih etmeleriyle açıklanabilir. Ayrıca araştırma, topluluklardaki duygusal davranışın yankı odası içindeki kullanıcı katılım seviyesinden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle, yüksek katılım seviyesinin daha olumsuz bir tonla ilişkili olduğu ve daha aktif kullanıcıların daha hızlı bir şekilde olumsuz bir duruş benimseme eğiliminde oldukları gözlemlenmiştir (Del Vicario vd., 2016: 1). Yankı odası içindeki etkileşim, kullanıcıların duygusal dinamiklerini etkilemektedir (Del Vicario vd., 2016: 7). Bu etkiler, doğruluk denetiminin eksik olduğu bir ortamda daha da belirgin hale gelmektedir.

Sosyal medya platformlarında kullanıcıların oluşturduğu içeriklerde doğruluk denetiminin yetersiz olması, bu platformlarda yanlış bilginin yayılmasına zemin hazırlamaktadır. Geleneksel medyanın aksine, sosyal medyada editoryal süreçlerin eksikliği, paylaşılan bilgi ve haberlerin doğruluğu ve güvenilirliğiyle ilgili sorunları gündeme getirmektedir (Hazar vd., 2023: 132). Bu durum, sosyal medya kullanıcılarının aynı zamanda içerik üreticisi ve tüketicisi olma rollerini nasıl etkilediğini de gözler önüne sermektedir.

Sosyal medya platformları, kullanıcılarına sınırsız içeriğe erişim imkânı sunarken, aynı zamanda kullanıcıları içerik üreticisi rolüne de taşımaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya mecralarında tüm kullanıcılar hem içerik üreticisi hem de tüketicisi olarak işlev görmektedir. Ancak, sıradan kullanıcılar için kontrol mekanizmalarının oldukça sınırlı olması, haber ve bilgi içeriklerinin doğruluğu konusunda sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Yapılan araştırmalar, Türkiye'de genel olarak medyaya olan güvenin düşük seviyelerde olduğunu göstermektedir (Reuters Institute Digital News Report, 2022: 118). Ayrıca yapılan diğer araştırmalar, Türkiye'de sosyal medya kullanıcılarının yalan haberlere daha fazla maruz kaldığını ortaya koymaktadır (Reuters Institute Digital News Report, 2018: 40). Bu durum, sosyal medya kullanıcılarının kişiselleştirilmiş bilgi akışlarıyla nasıl manipüle edilebileceğini gündeme getirmektedir.

İnternet üzerinden herhangi bir konuya ilişkin yapılan aramalarda, kullanıcılar belirli filtreler doğrultusunda kişiselleştirilmiş bilgilere ulaşmaktadır. Bu durum, kullanıcıların yalnızca kendilerine benzer görüşlerle karşılaşmasına neden olarak belirli filtre baloncuklarına hapsedildiklerini ortaya koymaktadır (Coşkun, 2022: 230-231). Filtre baloncukları ve yankı odaları, son zamanlarda yorumcular tarafından Brexit gibi hızlı toplumsal değişimlerle ve Donald Trump'ın seçim kampanyası sürecinde Amerikan toplumunun kutuplaşmasıyla ilişkilendirilmiştir (Geschke, 2019). Bu kutuplaşma eğilimi, farklı gruplar arasındaki etkileşimlerde ciddi sorunlar doğurmaktadır.

Farklı görüşlere, ideolojilere veya inançlara sahip bireylerin, kendilerinden farklı bakış açılarına sahip olanları marjinalleştirme eğilimi, yalnızca benzer görüşlere sahip bireylerle etkileşim kurma isteği ile birleştiğinde kutuplaşmanın zeminini hazırlamaktadır. Siyasi, sosyal, kültürel, dini, etnik veya ekonomik faktörler tarafından daha da derinleştirilen bu kutuplaşma, karşıt grupların oluşumuna önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır (Hazar vd., 2023: 124). Bu durum, küreselleşen dünya düzeninin medya üzerindeki etkilerini de göz önüne sermektedir.

Küreselleşen dünya düzeninde, medyanın uluslararası boyut kazanması ve küresel güçlerin etkisiyle şekillenen içeriklerin artması, toplumlar arasında kutuplaşmanın da belirgin hale gelmesine neden olmaktadır. Medya kuruluşlarının sahiplik yapısı ve bu kuruluşlar tarafından üretilen içeriklerin yönlendirilmesi, farklı toplumsal kesimler arasında derin fikir ayrılıkları yaratmakta ve bu durum, küresel ölçekte sosyal ve politik kutuplaşmayı tetiklemektedir (Ulusal ve Özgen, 2023: 145). Ancak bu kutuplaşmanın sadece küresel etkilerle sınırlı olmadığını, yeni bilgi teknolojilerinin de bu süreci hızlandırdığını belirtmek gerekir.

Yeni bilgi teknolojisinin arama ve etkileşim maliyetlerini düşürerek duygusal kutuplaşmayı hızlandırdığı ve sosyal kimliğin merkezkaç ve merkezci kuvvetleri arasındaki dengeyi değiştirdiği bilinmektedir. Bu durum, yeni medyanın etkileri tersine çevirse ve sosyal etkileşim daha yerel düzeyde kısıtlanabilirse bile, sistemin zayıf kimlik durumuna geri dönmeyeceğini ve kutuplaşmış durumuna kilitlendiğini göstermektedir (Törnberg vd., 2021: 1). Bu bulgular, sosyal medyanın kutuplaşmadaki rolünü daha da belirginleştirmektedir.

Sosyal medyanın kutuplaşmanın ana itici gücü olmamakla birlikte, bireylerin kutuplaşmasında önemli bir kolaylaştırıcı rol üstlendiği belirtilmektedir (Van Bavel vd., 2021: 913). Sosyal medya algoritmaları, bireylerin benzer düşüncelere sahip diğer bireylerle etkileşime girme eğilimlerini güçlendirmekte, bu da kullanıcıların farklı bakış açılarına maruz kalmasını sınırlamakta ve daha aşırı ideolojik konumların benimsenmesini teşvik etmektedir (Kitchens vd., 2020: 1619). Bu eğilim, sosyal medyadaki partizan etkileşimlerin kutuplaşma üzerindeki etkilerini de daha belirgin hale getirmektedir.

Sosyal medyayı kullanan partizan bireylerin, partizan olmayanlara göre daha fazla içerik paylaştıkları ve beğendikleri içerikler için daha fazla etkileşim elde etmeye çalıştıkları tespit edilmiştir (Arugute vd., 2023: 14). Ayrıca, sosyal medya kullanıcılarının yanlış bilgi paylaşıp veya politik olarak farklı görüşlere sahip bireyleri engelleme ve takibi bırakma olasılıklarının daha yüksek olduğu, bu partizan engellemelerin sosyal

medya üzerinde ağ kutuplaşmasına katkıda bulunduğu belirlenmiştir (Kaiser vd., 2022: 214). Bu gelişmeler, toplumsal düzeydeki kutuplaşmanın kötü niyet atfetme eğilimleriyle nasıl bir tehlike oluşturduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, sosyal medyada oluşan kutuplaşmaların kötü niyet atfetme eğilimine doğru kayma riski taşıdığı ve toplumsal bir sorun haline gelme tehlikesi bulunduğu vurgulanmaktadır (Warner vd., 2020: 460). Sosyal medyada görülen politik polarizasyonun, bireylerin farklı siyasi görüşlere sahip diğer bireylere karşı önyargılarını artırdığı ve bu önyargıların, yankı odaları içinde yalnızca kendi görüşlerini güçlendiren bir kutuplaşmaya yol açabildiği ifade edilmektedir. Bu sonuçlar, sosyal medya platformlarının toplumsal yapıyı nasıl etkilediğini anlamak açısından önemlidir.



3. İNTERNET ÇAĞINDA AİLE İÇİ İLETİŞİMDE İNFLUENCERLAR İLE DİJİTAL KUTUPLAŞMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, dijital teknoloji konusunda farkındalığı olan influencerların (fenomenlerin) bu teknolojilere aşina olmakla birlikte yeterli eğitimi olmayan anne-baba ve çocuklar arasındaki olası kutuplaşma hakkındaki düşüncelerini derleyerek, bu kutuplaşmanın teknoloji kullanımı ile ilişkili olup olmadığını anlamaktır. İnternet çağında aile içi iletişim dinamikleri hızla değişmekte ve bu sürecin anlaşılması, modern toplumların yapısını kavramak için hayati öneme sahiptir. Bu tez, özellikle internet ve sosyal medya konusunda bilgili influencerlar ile dijital teknolojiler konusunda daha az bilgiye sahip ebeveynler ve çocuklar arasındaki iletişim kutuplaşmasını incelemeyi amaçlamaktadır.

Çalışmanın ana odağı, teknoloji kullanımının aile içi iletişimde yarattığı olası kutuplaşmaların ve çatışmaların derinlemesine anlaşılmasına yöneliktir. Bu bağlamda araştırma, dijital içerik tüketiminin ve internet kullanım alışkanlıklarının aile içindeki ilişkiler ve iletişim üzerindeki etkilerini ele alarak, influencerların (fenomenlerin) bu konudaki görüşlerini değerlendirmektedir. İnternet ve teknoloji konusunda deneyimi az olan ve eğitimi olmayan kişiler çalışmanın dışında bırakılarak, çalışma belirli bir farkındalık düzeyine sahip kesim üzerindeki etkiyi irdelemekte, bu durum da çalışmanın sınırlarını oluşturmaktadır.

Hayatımıza hızlı bir biçimde giren ve biz henüz uyum sağlayamadan defalarca evrim geçiren internet ve sosyal medya platformlarının aile ve çocuklar üzerindeki psikolojik ve sosyal etkilerine dair mevcut literatürde çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte; bu teknolojileri bilinçli bir şekilde kullanan, bundan gelir elde eden ve binlerce takipçiye sahip olduklarından dolayı etkileşime geçilmesi güç olan influencerların aile içi iletişim ve kutuplaşma konusundaki görüşlerini dikkate alan çalışmalara literatürde yeterince rastlanmamaktadır. Bu araştırma, bu boşluğu doldurmayı hedefleyerek, aile içi kutuplaşma sürecindeki dinamikleri, sosyal medyayı da içinde barındıran internet kullanım alışkanlıklarının kutuplaşma sürecindeki rolünü ve influencerların bu sürece dair fikirlerini inceleyecektir. Böylece, “modern” olarak nitelendirdiğimiz ve temelinde iletişimi amaç edinen teknolojilerin aile içi iletişimde kutuplaşmaya yol açıp açmadığına yönelik derinlemesine bir anlayış geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Bu araştırma, dijital çağda aile içi iletişimin dönüşümünü anlamak, özellikle influencerlar tarafından üretilen içeriklerin ve çevrim içi etkileşimlerin aile dinamikleri ile kuşaklar arası ilişkilerdeki rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. İnternet ve sosyal medya teknolojileri, aile birimlerinin iletişim biçimlerini, değer aktarım süreçlerini, ebeveyn-çocuk ilişkilerini ve genel olarak aile içindeki huzur ile anlayışı dönüştürmektedir. Bu çalışma, dijital teknolojiler ve influencerlar aracılığıyla şekillenen yeni iletişim kalıplarının aile içindeki potansiyel kutuplaşma unsurlarını anlamak ve bu sorunların nasıl minimize edilebileceğine dair ipuçları elde etmeyi hedeflemektedir.

Temel Araştırma Soruları:

- Dijital içerik üreticileri (influencerlar) tarafından yönlendirilen internet ve sosyal medya kullanımı, ebeveyn-çocuk iletişimde ne tür değişimlere yol açmaktadır?
- Çevrim içi platformlar üzerinden hızla yayılan farklı değer yargıları ve içerik türlerinin, aile içindeki kuşaklar arası değer aktarımı ve uyumu üzerindeki rolü, dijital kutuplaşma riskini artırır mı?
- Sosyal medyada influencerların sunduğu içeriklerin aile içi iletişimde yarattığı potansiyel kutuplaşma unsurları, bilinçli teknoloji kullanımı ve dijital okuryazarlık stratejileriyle nasıl hafifletilebilir?

Genel olarak, dijital teknolojinin sunduğu faydalar kabul edilmekle birlikte, aşırı kullanımı aile iletişimi ve dinamiklerinde ciddi zorluklara neden olmakta, sağlıklı aile ilişkilerinin geliştirilmesi için dikkatli ve ölçülü bir kullanımın gerekliliği vurgulanmaktadır. Ancak internet üzerinden gelir elde eden ve geniş takipçi kitlesine ulaşmış olan influencerların kapsamlı görüşlerini dikkate alan bir araştırma eksikliği olduğu görülmektedir. Bu boşluğun doldurulması ile ilgili alana yeni ve değerli bir katkı sağlanacağı öngörülmektedir.

Araştırmada elde edilecek ham verilerin, yazılı metinler veya görsel belgeler şeklinde düzenlenerek nitelikli bir veri kaynağı oluşturması, tutarlılığın belirlenmesi ve genellenebilirlik imkânının değerlendirilmesi açısından önemli görülmektedir. Bu tür dokümanların kullanılması, araştırmacıya ve ortaya konan araştırma raporunun güvenilirliğine önemli bir avantaj sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 221).

Sosyal bilimler alanında yapılacak bu tür bir çalışmada, araştırmacının öncelikle çalışmanın konusu ile ilgili problemi belirlemesi ve hangi belgelere ihtiyaç duyduğunu tespit etmesi gerekmektedir. Bu süreçte, belgelerin nereden ve nasıl temin edileceğinin belirlenmesi, araştırmanın odağının netleştirilmesi ve olası sapmaların önüne geçilmesi açısından kritik bir öneme sahiptir. Çalışmanın konusu ile ilgili daha önce yayımlanmış kaynakların, özellikle ansiklopediler, makaleler ve kitapların bibliyografya bölümlerinin

incelenmesi, ihtiyaç duyulan belge ve dokümanlara ulaşmayı kolaylaştırarak araştırmacıya zaman kazandırmakta ve araştırmanın kapsamının dağılmasını önlemektedir. Ayrıca, belgelerin doğru ve yetkili kaynaklardan temin edilmesi ve kullanılan dokümanların etik açıdan izin alınarak değerlendirilmesi oldukça önemlidir. Kurumlar veya bireyler tarafından dokümanların referans olarak kullanımına izin verilmesi halinde, araştırmacının bu belgeleri yalnızca bilgi sahibi olmak amacıyla kullanması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 225-226).

Böylece, bu çalışmada hem influencer görüşlerinden elde edilecek sözlü veriler hem de ilgili belgesel kaynaklar bir arada değerlendirilerek, dijital teknolojilerin aile içi iletişim dinamikleri üzerindeki etkilerine dair kapsamlı, tutarlı ve güvenilir bir resim ortaya konması hedeflenmektedir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırma, insanın kendi sırlarını çözme ve toplumsal sistemlerin derinliklerine ulaşma amacıyla kullanılan bilgi üretme yollarından biri olarak tanımlanmaktadır (Özdemir, 2010: 326). Bu doğrultuda, farklı yöntemlerin uygulanması gerektiği görülmektedir. Toplumsal dünyayı bireylerin perspektifinden anlamayı sağlayan nitel araştırma yöntemleri, sosyoloji, antropoloji, psikoloji ve eğitim gibi sosyal bilimlerde karmaşık toplumsal olguları keşfetmek için yaygın olarak tercih edilmektedir (Satpathy, 2023: 10). Kendine has özellikler, ilgili tekniklerin etkinliğini artırmaktadır.

Bu bağlamda, olaylar ve olgular doğal ortamlarında tümevarımcı bir yaklaşımla incelenmekte, katılımcıların bakış açıları ön planda tutulmaktadır. Araştırmacının katılımcı rolünü üstlenmesi, doğal ortama duyarlılık göstermesi, bütüncül bir yaklaşım benimsemesi ve algıların ortaya çıkarılmasını sağlaması gibi özellikler, nitel araştırmanın temel unsurları arasında yer almaktadır (Çokluk, Yılmaz ve Oğuz, 2011: 96). Bu unsurlar, kullanılan tekniklerin bilgi toplama kapasitesini artırmaktadır.

Sosyal bir varlık olan insanın, zamana, mekâna ve kişiden kişiye değişen duygu ve düşüncelerini daha derinlemesine ve ayrıntılı bir şekilde incelemek için farklı nitelikte bir araştırma tekniğine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenlerden dolayı, bir kişinin davranışlarının nedenleri ve herhangi bir konudaki görüşleri ya da duyguları öğrenilmek istendiğinde en uygun yöntem, doğrudan kişiye gidilerek bilgi almaktır. Açık uçlu sorulara verilen özgür yanıtlar aracılığıyla, kişinin düşüncelerini, duygularını ya da görüşlerini daha doğru bir şekilde öğrenmek mümkün olmaktadır (Türnüklü, 2000: 543-544).

Bu doğrultuda yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, yapılandırılmış görüşme tekniğine göre daha esnek bir yapıya sahiptir. Bu teknikte, araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları içeren bir görüşme protokolü hazırlamaktadır. Ancak görüşmenin akışına bağlı olarak, araştırmacı ek yan ya da alt sorular sorarak görüşmenin seyrini değiştirebilir ve katılımcının yanıtlarını daha ayrıntılı hale getirmesini sağlayabilir. Eğer katılımcı, görüşme sırasında bazı soruların yanıtlarını diğer soruların içinde vermişse, araştırmacı bu soruları tekrar sormaktan kaçınabilir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, belirli bir standartlık düzeyi sunarken aynı zamanda esneklik sağladığı için, eğitim bilimleri araştırmalarına daha uygun bir teknik olarak değerlendirilmektedir (Türnüklü, 2000: 547).

Sonuç olarak, internet kullanım alışkanlıklarının aile içi iletişim sürecinde kutuplaşmaya etkilerini anlamak amacıyla influencerların bakış açıları, bireysel deneyimleri ve önerileri üzerine odaklanan bir araştırma gerçekleştirilecektir. Bu araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniğini kullanarak, gelecekteki çalışmalara da temel oluşturmayı hedeflemektedir.

Görüşme metodolojisi, katılımcıların öznel deneyimlerinin derinlemesine incelenmesine olanak tanıyabilir ve olayların onların bakış açılarıyla kavranmasını ve yorumlanmasını sağlayabilir (Patton, 1987: 109). Bu yaklaşım, araştırmacıya, katılımcıların kendi ifadeleriyle dile getirdikleri düşünceler üzerinden olayları detaylı bir şekilde inceleme fırsatı sunabilir. Diğer araştırma yöntemlerinin, böylesine derinlemesine bir kavrayışı genellikle sağlayamadığı düşünülebilir (Türnüklü, 2000: 545).

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini Türkiye’de yaşayan Türk ve yabancı bireyler oluştururken, örneklem ise sosyal medya platformlarında 5000’den fazla takipçiye sahip olan 22 Influencerdan oluşmaktadır. Bu 22 kişinin cinsiyet dağılımı 11 kadın ve 11 erkek şeklindedir.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmaya dâhil edilen kişiler 18 yaşını doldurmuş aktif internet kullanımında bulunan ve fenomen diye adlandırılan influencerlar olarak sınırlandırılmıştır. Araştırma tekniği olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği çalışmaya uygun görülmüş ve bir sınırlılıkta bu şekilde oluşturulmuştur. Ayrıca araştırmanın 5000’den fazla takipçisi olan bireyler arasında yapılmasıyla ek bir sınırlılık belirlenmiştir.

YouTube, Instagram ve benzeri uygulamalar pek çok kitleye nüfuz etmeyi başarmış bir mecradır. Bu sebeple araştırmada katılımcıların demografik (eğitim seviyesi, meslek grubu, gelir düzeyi) özellikleri göz önünde bulundurulmamıştır.

3.5. Verilerin Toplanması

Söz konusu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile karakterize edilen nitel bir araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu özel çerçeve içinde araştırmacı, çalışma katılımcılarıyla yapılan görüşmelerden toplanan verileri titizlikle analiz edilmiş ve değerli bir bilgi kaynağı olarak ele alınmıştır.

Çalışmanın amacına bağlı olarak oluşturulan ve katılımcılara sorulan sorular şu şekildedir:

1. Aile içi iletişimde sosyal medyanın rolü hakkında düşünceleriniz nelerdir?
2. Teknolojik gelişmelerin aile ilişkileri ve dinamikleri üzerindeki değişimleri hakkında görüşleriniz nelerdir?
3. Sosyal medyada influencerlar tarafından sunulan içeriklerin, çocukların aile içi iletişimde anne ve babalarına karşı tutum ve davranışları üzerindeki rolü hakkında ne düşünüyorsunuz? Nedenini açıklayınız?
4. Çocukların çevrim içi etkinliklerinde yoğun şekilde maruz kaldıkları influencer içeriklerinin ailedeki iletişim kalitesi üzerindeki rolü nelerdir?
5. Çocukların sosyal medya kullanım alışkanlıklarında takip ettikleri influencerların aile bağları üzerindeki rolü nelerdir?
6. Sosyal medyada influencerlar tarafından sunulan içeriklerin aile içi etkileşimlerde kutuplaşma üzerindeki rolü açıklayınız?
7. Dijital kutuplaşmanın aile içi dinamikler üzerindeki rolü hakkında düşünceleriniz nelerdir?

3.6. Verilerin Analizi

Yapılan çalışmada farklı illerde ikamet eden toplam 22 katılımcı araştırma sürecine dahil edilmiştir. İletişim yöntemleri arasında Zoom, Superpeer üzerinden gerçekleştirilen video görüşmeleri ve telefon görüşmeleri kullanılmıştır. Ayrıca, diyaloglar sırasında ses kayıtları alınarak etkileşimler titizlikle belgelenmiştir. Ardından, işitsel materyallerin transkripsiyonları özenle hazırlanarak Microsoft Word kelime işlem programına sorunsuz bir şekilde aktarılmıştır.

3.7. Yarı Yapılandırılmış Tekniği İle Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde, katılımcıların isim kodlamaları, yaş demografisi ve cinsiyet sınıflandırmaları tablo halinde sunulmaktadır. İzleyen bölümlerde ise, katılımcılara yöneltilen soruşturmalardan elde edilen veriler, uygun alt başlıklar altında düzenlenmiş şekilde sunulmaktadır.

3.7.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırma, dijital platformları aktif olarak kullanan ve bu platformlar üzerinden düzenli video, görsel üretimi yaparak gelir elde eden 20 ile 59 yaşları arasındaki Influencerlar ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, 22 katılımcı yer almış olup, katılımcıların yaş, cinsiyet ve isim-soyisim bilgileri Tablo 1'de sunulmuştur.

Katılımcıların yaşları 20 ile 59 arasında değişmekte olup, ortalama yaş 30.9 olarak hesaplanmıştır. Yaş gruplarına göre katılımcılar incelendiğinde en yüksek katılımın 20-30 yaş aralığında olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların %50'si erkek, %50'si ise kadın cinsiyetindedir. Katılımcıların demografik özellikleri detaylandırıldığında, yaş ve cinsiyetin yanı sıra coğrafi köken, eğitim durumu ve dijital içerik üretiminde geçirilen süre gibi ek bilgilerin de göz önünde bulundurulabileceği görülmektedir. Ancak bu çalışmada temel olarak yaş ve cinsiyet odaklı bir demografik analiz yapılmıştır. Katılımcıların coğrafi köken ve eğitim durumu gibi detaylı bilgiler, araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Ek olarak katılımcılar, çalışmada isimlerinin açık şekilde yazılmasının sorun olmayacağını ifade ettikleri için, araştırma boyunca isim ve soyisimleri açık şekilde yazılmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgileri

Katılımcılar	İsim-Soyisim	Yaş	Cinsiyet
Katılımcı 1	Abdullah Yılmaz	27	E
Katılımcı 2	Asuman Gül Özel	59	K
Katılımcı 3	Bahar Biçer	29	K
Katılımcı 4	Ceyhun Işık	38	E
Katılımcı 5	Duygu Köseoğlu	29	K
Katılımcı 6	Esra Karagöz	34	K
Katılımcı 7	Farid Hüseyinzade	28	E
Katılımcı 8	Gökhan Biçer	38	E
Katılımcı 9	Gülbaba Mahmudov	21	E
Katılımcı 10	İlyas Özkaya	22	E
Katılımcı 11	Merve Akyüz	20	K
Katılımcı 12	Nazlı Can Gülen	26	K
Katılımcı 13	Onur Keleş	25	E
Katılımcı 14	Rabia Kule	22	K
Katılımcı 15	Sinan Ergin	41	E

Katılımcı 16	Zarifa Baghirova	25	K
Katılımcı 17	Evliya Çelebi	34	E
Katılımcı 18	Buse Aksoy	23	K
Katılımcı 19	YSI	29	K
Katılımcı 20	Halil Enes Tasasız	23	E
Katılımcı 21	Burhan Yeşil	32	E
Katılımcı 22	Mehtap Çatıcıoğlu	27	K

3.7.2. Aile İçi İletişimde Sosyal Medyanın Rolüne İlişkin Görüşler

Katılımcıların aile içi iletişimde sosyal medyanın rolüne ilişkin görüşleri incelendiğinde genel eğilimin, sosyal medya kullanımının aile içi etkileşimi olumsuz yönde etkilediğine işaret ettiği görülmektedir. Örneğin Abdullah Yılmaz (27), "Sosyal medya, insanları yalnızlaştırarak aile içi iletişimi zayıflatıyor" ifadesiyle bu görüşü dile getirmiştir. Bu ifade, literatürdeki bulgularla da paralellik göstermektedir. Nitekim Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde yürütülen bir çalışma, ergenlerin sosyal medya kullanımı ile yalnızlık düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğunu ve bunun aile içi iletişime olumsuz yansıdığını ortaya koymaktadır (Türker ve Dilmaç, 2019: 57). Bu benzerlik, katılımcı görüşlerinin literatürle uyumlu olduğunu göstermekte ve sosyal medya kullanımının yalnızlaşmaya, dolayısıyla aile içi iletişimde zayıflamaya neden olduğuna dair kanıtları güçlendirmektedir.

Katılımcılar arasında ebeveyn denetiminin yetersiz kalmasının aile içi iletişimi olumsuz etkilediğine dair vurgular da öne çıkmıştır. Asuman Gül Özel (59), "Ebeveynler, çocukların sosyal medya kullanımını denetlemezse, aile içi iletişimde kopukluklar kaçınılmaz oluyor" ifadesiyle bu noktaya dikkat çekmiştir. Benzer bir şekilde, Bahar Biçer (29), "Sosyal medya, ebeveynlerin ve çocukların birbirlerine ayırdıkları zamanı azaltıyor, bu da aradaki iletişimi zayıflatıyor" diyerek ebeveyn denetim eksikliğinin aile üyeleri arasındaki etkileşimi azalttığını belirtmiştir. Literatür de bu görüşleri desteklemektedir. Örneğin, ailelerin internet konusunda yetersiz bilgiye sahip olması ve kontrol sağlamaması durumunda, çocukların çevrim içi dünyada tek başlarına hareket ettiği ve gerçek hayattan uzaklaştığı belirtilmektedir (Kırık, 2014: 341). Bu durum, aile içi iletişimin niteliğini olumsuz etkileyerek, ebeveyn-çocuk ilişkilerinde kopukluklara yol açmaktadır.

Ayrıca Ceyhun Işık (38), "Çocuklar sürekli online olduğu için aile içi iletişimde olumsuz etkiler kaçınılmaz hale geliyor" diyerek çevrim içi etkileşimin aile üyeleri arasındaki yüz yüze iletişimi gölgelediğine işaret etmiştir. Hacıfendioğlu'nun (2010: 57) bulguları da bu durumu desteklemekte; gençlerin sosyal paylaşım ağlarında geçirdikleri zamanın artması, onların odalarına çekilmelerine ve aile içi etkileşimden uzaklaşmalarına

zemin hazırlamaktadır. Aslan ve Cansever (2012: 31) ise bu süreçte aile bireylerinin boş zamanlarını ayrı ayrı değerlendirmelerinin aile içi bütünleşmeyi zayıflatıldığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda Duygu Köseoğlu (29), "Sosyal medya, çocukları ailesinden uzaklaştırıyor ve aile içi duygusal bağları zayıflatıyor" sözleriyle literatürdeki bu eğilime bir kez daha dikkat çekmektedir.

Literatürde Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'nde yapılan çalışmalar, sosyal medyanın yüz yüze iletişimi azaltıldığını, ebeveyn-çocuk ilişkilerinde çatışmaları artırdığını ve yalnızlaştırıcı bir etki yarattığını ortaya koymaktadır (Dilber, 2019: 381). Nazlı Can Gülen (26), sosyal medyada karşılaşılan içeriklerin çocukların ailelerine karşı olumsuz tutumlar geliştirmesine ve saygı düzeylerinin azalmasına yol açtığını belirtmektedir. Bu da Hazar'ın (2011: 153-160) sosyal medyanın yerel ve yüz yüze iletişimi engellediğine ilişkin bulgularıyla uyumludur. Benzer doğrultuda Onur Keleş (25), "Çocuklar, sosyal medyada gördükleri kişilerle daha fazla bağ kuruyor ve bu durum, aile içi iletişimi zayıflatıyor" sözleriyle sosyal medya aracılığıyla edinilen çevrim içi sosyal çevrelerin, geleneksel aile içi bağların önüne geçtiğine işaret etmektedir. Demir (2016: 32) ve Aktaş ve Çopur (2018: 145) da sosyal medyaya ayrılan sürenin ailenin temel değerlerini, sadakat ve takdir duygusunu, birlikte vakit geçirme alışkanlıklarını olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların görüşleri bu sonuçlarla örtüşmekte, sosyal medyanın aile normlarını aşındırdığına dikkat çekmektedir.

Rabia Kule (22) ise teknolojik dönüşümün, çocukların aile içi iletişimde anne ve babaya karşı olumsuz tutumlar geliştirmesine neden olduğunu dile getirmiştir. Bu saptama, Arabacı (2011: 27) ile Güleç'in (2018: 105) literatürde vurguladığı fiziksel mesafe artışı, beden dilinin eksikliği ve yüz yüze iletişimin azalması gibi faktörlerin, aile içi bağları zayıflatarak başka sorunlara da kapı araladığını göstermektedir.

Ancak tüm bu olumsuzluklara karşın bazı katılımcılar, sosyal medyanın doğru ve kontrollü kullanımının aile içi iletişime farklı bir boyut katabileceğini savunmuşlardır. Esra Karagöz (34), "Sosyal medya sınırları belirli olduğu takdirde, aile içi iletişimde işlevsellik sunabilir" diyerek bilinçli kullanıma işaret etmiştir. Farid Hüseyinzade (28) de, sosyal medyanın bilinçli kullanıldığında çocukların aile içi iletişimde daha açık ve dürüst olmalarına yardımcı olabileceğini öne sürmektedir. Gökhan Biçer (38) ise, sosyal medyanın iletişim biçimlerini dönüştürdüğünü, ancak özünde aile içi iletişimin niteliğini tamamen ortadan kaldırmadığını söylemektedir. Bu görüşler, literatürde de zaman zaman vurgulanan sosyal medyanın potansiyel olumlu katkılarına kapı aralamakta ve teknolojinin bilinçli kullanımının aile içi etkileşime fayda sağlayabileceği yönündeki fikirleri desteklemektedir.

Katılımcıların görüşleriyle literatür karşılaştırıldığında sosyal medyanın aile içi iletişim üzerinde baskın bir şekilde olumsuz etki yarattığı ortaya çıkmaktadır. Ancak literatür ve katılımcıların bazı ifadeleri, doğru sınırların ve bilinçli kullanımın sağlanmasıyla bu olumsuz etkilerin azaltılabileceğini, hatta aile içi iletişime olumlu yansımaların mümkün olduğunu göstermektedir. Bu durum, sosyal medya ve aile içi iletişim ilişkisini daha derinlemesine değerlendirme ve bilinçli teknoloji kullanımının aile yapısını korumada nasıl bir strateji olabileceği üzerine yeni tartışma alanları sunmaktadır.

3.7.3. Teknolojik Gelişmelerin Aile İlişkileri ve Dinamikleri Üzerindeki Değişimleri Hakkındaki Görüşler

Aile içi iletişim dinamiklerinin internet ve sosyal medya çağında nasıl etkilendiği, katılımcıların görüşleri aracılığıyla farklı perspektifler sunmaktadır. Katılımcıların aktardıkları deneyimler, literatürde yer alan çalışmalardaki benzer bulgularla karşılaştırılarak değerlendirildiğinde, elde edilen verilerin anlamlandırılması ve geçerliliğinin artırılması mümkün hale gelmektedir. Bu doğrultuda, katılımcıların görüşleri her bir başlık altında literatürle ilişkilendirilerek ele alınmış ve benzerlikler veya farklılıklar ortaya konarak yeni katkılar sağlanmıştır.

Katılımcıların birçoğu sosyal medyanın aile içi iletişimi zayıflattığı ve bireyleri yalnızlaştırdığı yönünde görüş bildirmektedir. Örneğin Abdullah Yılmaz (27), "Sosyal medyanın insanları yalnızlaştırdığını ve çocukların ailelerinden kopmasına neden olduğunu düşünüyorum" diyerek bu durumu açıkça ortaya koymuştur. Benzer biçimde, Asuman Gül Özel (59), ebeveynlerin çocukları üzerindeki denetim eksikliğinin kopukluğu derinleştirdiğini belirtmiş ve "Çocuğun sosyal medyada geçirdiği zamanı kontrol etmediğimizde bu kopukluk kaçınılmaz oluyor" ifadesini kullanmıştır. Bu görüşler, Yüksel ve arkadaşlarının (2020: 68-69) pandemi döneminde sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte yalnızlık, kaygı ve belirsizlik duygularının yoğunlaştığı, sosyal medya aracılığıyla yaşam doyumu elde edilmeye çalışıldığı ve bu süreçte sosyal medya bağımlılığının kontrolünün zorlaştığı yönündeki tespitleriyle benzerlik göstermektedir.

Bahar Biçer (29), ebeveynlerin çocuklarıyla daha iyi anlaşmak amacıyla sosyal medyaya yönelmelerinin aslında iletişimi zayıflattığını savunurken; Ceyhun Işık (38), çocukların sürekli çevrim içi olmasının aile içinde iletişim zorlukları yarattığını ifade etmiştir. Bu bulgular, Uçar'ın (2012: 12) araştırmasında ortaya konan, geleneksel sosyalleşme biçimlerinin yerini sanal ortamlardaki etkileşimlere bırakmasının çocukların özgüvenlerini azaltılabileceği ve mutsuz bir neslin ortaya çıkmasına zemin hazırladığı

savını dolaylı olarak desteklemektedir. Katılımcıların bu görüşleri aynı zamanda sosyal medyanın, aile üyelerinin birbirlerinden kopmalarına neden olabilecek bir mecra haline geldiğine dikkat çeken Utma'nın (2020: 1021) vurguları ile uyumludur.

Duygu Köseoğlu (29), sosyal medyada kabul edilme arzusunun çocukları ailelerinden uzaklaştırdığına dikkat çekerken; Merve Akyüz (20), "Aile içi iletişimin zayıflaması sosyal medya bağımlılığı ile doğrudan ilişkilidir" ifadesini kullanmıştır. Nazlı Can Gülen (26), sosyal medyanın çocukların ailelerine olan saygısını azalttığını, Onur Keleş (25) ve Rabia Kule (22) ise teknolojinin aile içi iletişim üzerindeki olumsuz etkilerine vurgu yapmıştır. Bu görüşler, Utma'nın (2020: 1021) ebeveynlerin örnek alınmasıyla genç kuşağın da sanal ortamlarda daha fazla vakit geçirmesinin aile kurumunu tehdit edebileceğini belirten bulgularıyla paralellik taşımaktadır.

Bu bulgular literatürde sosyal medyanın aile içi ilişkileri zayıflatığına ilişkin yaygın kanıları desteklemektedir. Böylece katılımcıların aktardığı deneyimler mevcut literatürün öne sürdüğü olumsuz etkilerle örtüşmekte ve bu durum araştırmanın geçerliliğini artırmaktadır.

Bazı katılımcılar ise sosyal medyanın doğru ve bilinçli kullanımının aile içi iletişimde olumlu katkılar sunabileceğini dile getirmişlerdir. Örneğin Esra Karagöz (34), "Sosyal medya sınırları abartmadığımız takdirde işlevsellik sunabilir" derken; Farid Hüseyinzade (28) teknolojinin faydalı veya zararlı olmasının kullanım biçimine bağlı olduğuna işaret ederek "Sosyal medyayı bilinçli kullanırsak sorun olmaz, bilinçsiz kullanım ise büyük sorunlara neden olabilir" şeklinde konuşmuştur. Gökhan Biçer (38) ise sosyal medyanın aile içi iletişimin şeklini değiştiğini ancak temelde bir farklılık yaratmadığını savunmuştur.

Bu görüşler, literatürde sosyal medyanın ebeveyn-çocuk ilişkileri üzerinde olumlu rol oynayabileceğine dair tartışmaları akla getirmektedir. Bu alanyazında, özellikle erken yaşlardan itibaren dijital medya okuryazarlığının geliştirilmesi, teknolojinin faydalarından yararlanma ve zararlarını minimize etme yollarının öğretilebileceği belirtilmektedir (Utma, 2020: 1022). Dolayısıyla katılımcıların bazıları, sosyal medyanın sorun kaynağı değil, bilinçli kullanım eksikliği nedeniyle sorun yarattığına işaret ederek, literatürdeki "kullanım biçiminin" önemine ilişkin görüşlerle paralellik sergilemektedir.

İlyas Özkaya (22), sosyal medyanın aile içi kutuplaşmayı artırabileceğini ve çocukların farklı ideolojilere yönelmesine neden olabileceğini belirtirken, Mehtap Çatıcıoğlu (27), Gülbaba Mahmudov (21), Sinan Ergin (41), Zarifa Baghirova (25), Evliya Çelebi (34), Buse Aksoy (23), YSİ (29) ve Halil Enes Tasasız (23) de benzer

şekilde sosyal medyanın aile içi ilişkilere yönelik ayrışmaları derinleştirdiğine vurgu yapmışlardır.

Literatür incelendiğinde, kutuplaşmanın sosyal, kültürel, siyasi, dini, etnik veya ekonomik pek çok nedenle ortaya çıkabileceği, sosyal medyanın ise bu sürece katalizör rolü oynayabileceği ifade edilmektedir (Hazar vd., 2023: 124). Sosyal medya, kutuplaşmanın ana itici gücü olmamakla birlikte, Van Bavel ve arkadaşlarının (2021: 913) belirttiği gibi, bireylerin benzer düşünen gruplara yönelmesini kolaylaştırarak farklı bakış açılarına maruz kalma olasılığını azaltabilmektedir. Kitchens ve arkadaşları (2020: 1619), sosyal medya algoritmalarının kullanıcıları benzer düşüncelere sahip bireylerle etkileşime yönlendirdiğini, böylece aşırı ideolojik tutumları teşvik ettiğini belirtmişlerdir. Arugute vd. (2023: 14), partizan kullanıcıların daha fazla içerik paylaşarak çevrim içi etkileşimi artırdığını, Kaiser vd. (2022: 214) ise kullanıcıların kendilerinden farklı görüşteki bireyleri engellemeye, takipten çıkmaya daha yatkın olduğunu vurgulayarak sosyal medyadaki ağ kutuplaşmasının oluşumuna dikkat çekmişlerdir. Warner vd. (2020: 460) de bu kutuplaşmanın kötü niyet atfetme eğilimi ile toplumsal bir soruna dönüşebileceğine işaret etmektedir.

Katılımcıların sosyal medya aracılığıyla aile içinde beliren ideolojik farklılaşmalar ve kutuplaşmaya yönelik tespitleri, literatürdeki bu bulgularla uyum göstermektedir. Bu sayede araştırma bulguları, sosyal medyanın kutuplaşma üzerindeki kolaylaştırıcı rolünü aile içi bağlamda da doğrular niteliktedir.

Katılımcılar genel olarak sosyal medyanın aile içi iletişimi zayıflatmasına, yalnızlaştırıcı etkilerine, aile içi denetimin azalmasına ve kutuplaşmanın derinleşmesine işaret etmişlerdir. Bu bulgular, literatürde sosyal medya kullanımının aile dinamiklerine yönelik olumsuz yansımalarına dair çalışmaları doğrulamaktadır. Öte yandan, bazı katılımcılar teknolojinin bilinçli kullanımının aile iletişimini güçlendirebileceğini veya en azından iletişim şeklinin değişimiyle sınırlı bir dönüşüm yaşandığını vurgulamaktadır. Bu durum, alanyazında da yer alan teknolojinin çift yönlü etkisine işaret eden çalışmaları desteklemekte ve bu araştırmanın literatüre sunduğu katkıyı güçlendirmektedir.

3.7.4. Sosyal Medyada Influencerlar Tarafından Sunulan İçeriklerin, Çocukların Aile İçi İletişimde Anne ve Babaya Karşı Tutum ve Davranışları Üzerindeki Rolü Hakkındaki Görüşler

Sosyal medya kullanımının çocukların aile içi iletişimde anne ve babalarına karşı tutum ve davranışları üzerindeki etkisi, katılımcıların çoğu tarafından genellikle olumsuz bir şekilde değerlendirilmiştir. Katılımcıların görüşleri sosyal medyanın çocukların aile

bağlarını zayıflattığı, çocukların ebeveynlerine karşı tutumlarını değiştirdiği ve bu durumun aile içinde çeşitli problemlere yol açtığı üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Katılımcılardan Abdullah Yılmaz (27), sosyal medyanın çocukları "bulundukları sosyal alandan kopardığını" ve bu durumun uzun vadede ilişkilerde zayıflığa neden olduğunu belirtmiştir. Bu görüşe paralel şekilde, Ceyhun Işık (38) da çocukların aileleriyle iletişim kurmak yerine "online bir dünyada yaşamayı tercih ettiğini" ve bunun aile içi bağları zayıflattığını ifade etmiştir. Bu katılımcı görüşleri, sosyal medyanın aile içi iletişimi olumsuz yönde etkilediğini ortaya koyan literatürle benzerlik göstermektedir. Nitekim Elitaş (2020: 2619) da ergenlerin akran ilişkileri ve sosyalleşme süreçlerinde sosyal medyanın olumsuz etkilere yol açtığını vurgulamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, katılımcıların aktardıkları deneyimler literatürde sunulan verileri desteklemekte, sosyal medyanın aile iletişimini zayıflatıcı etkisine ilişkin mevcut bilimsel bulgularla uyumlu bir tablo çizmektedir.

Asuman Gül Özel (59), sosyal medyanın aile içi iletişimdeki olumsuzluklarını gidermek için ebeveyn rehberliğinin önemini vurgulayarak, aksi takdirde sosyal medyada çocukların "gece yarısı sokakta bırakmak gibi" sahipsiz kalabileceğine dikkat çekmektedir. Bu ifadeler, aile tutumlarının çocuğun toplumsal yaşama uyumunda belirleyici olduğuna yönelik çalışmaları anımsatmaktadır. Nitekim Öcel (2002: 24) de aile ortamında sağlıklı iletişimin çocukların ileriki yaşantılarında olumlu sonuçlar doğurduğunu belirtmektedir. Bu benzerlik, katılımcı ifadesindeki ebeveyn rehberliği ihtiyacının, literatürdeki "aile eğitimi ve yönlendirmesinin" önemini vurgulayan bulgularla örtüştüğünü göstermektedir.

Aynı zamanda bu durum, 1980'lerin "Vahşi Çocuk" isimli filminde özetlenen aile tutumlarının çocuğun zihinsel, fiziksel ve sosyal gelişimi üzerindeki kritik rolüne de gönderme yapmaktadır. Her ne kadar film gerçek hayattan farklı bir örnek sunsa da, aile eğitiminin ve sağlıklı iletişimin yokluğunda çocukların ilerleyen dönemlerde çeşitli sıkıntılar yaşadığına dair gözlemler (Öcel, 2002: 24), katılımcı görüşleriyle paralellik göstermektedir. Dolayısıyla, Asuman Gül Özel'in altını çizdiği ebeveyn rehberliği ihtiyacı, literatürde vurgulanan aile içi iletişimin çocuğun gelecekteki toplumsal uyumuna etkisini destekler niteliktedir.

Bahar Biçer (29), ebeveynlerin çocuklarıyla daha iyi anlaşma çabasının bile sosyal medyanın yarattığı yeni iletişim biçimleri nedeniyle aile içi iletişimi zayıflattığını belirtmiştir. Bu ifade, ebeveynlerin çocuklarının çevrim içi ortamda kimlerle iletişime geçtiğini, hangi içeriklere maruz kaldığını bilme konusunda yetersiz kalmasına dair literatürdeki bulgularla da örtüşmektedir. Elitaş (2020: 2620), sosyal medya kullanımı

nedeniyle ebeveynlerin çocukların sosyal çevresini kontrol etmede giderek zorlandığını ifade etmektedir. Böylece katılımcı görüşleri, literatürdeki “ebeveynlerin denetim kaybı” olgusunu doğrular niteliktedir. Bu durum, aile içi iletişimi zayıflatırken aynı zamanda çocukların ebeveynlerinden çok sosyal medya fenomenlerine güven duymalarının önünü açmaktadır.

Esra Karagöz (34), sosyal medyanın kontrol edilmediği durumlarda çocukların gördükleri içeriklerden etkilenecek ailelerinden uzaklaştığını dile getirirken, İlyas Özkaya (22) ise “aile içinde kutuplaşmanın arttığını” ifade etmiştir. Bu görüşler, sosyal medya kullanımının aile üyeleri arasında ortak değer ve normların paylaşımını zorlaştırdığına işaret etmektedir. Literatürde sosyal medyanın, özellikle gençler üzerinde ebeveyn otoritesini sorgulayıcı, güven ilişkilerini zedeleyici bir etkiye sahip olduğuna dair bulgular mevcuttur (Güleç, 2018: 113). Böylelikle, katılımcıların dile getirdiği aile içi kopuş, literatürdeki sosyal medya ve aile iletişimi arasındaki ilişkinin olumsuz yönde geliştiğine dair verilerle benzerlik göstermektedir.

Günümüzde ailenin bir arada geçirdiği zamanın azalması, kadının çalışma hayatına girişi ve ailenin ortak vakit paylaşımının akşam saatleriyle sınırlı kalması gibi faktörler sosyal medyayla birleştiğinde aile iletişimi açısından kritik bir sorun yaratmaktadır. Hacıfendioglu (2010: 57), özellikle gençlerin Facebook kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bu sınırlı zamanın bile etkin iletişim için kullanılamadığını belirtmektedir. Katılımcılar da sosyal medyada geçirilen süre arttıkça aileye ayrılan zamanın azaldığına dikkat çekerek bu bulguları doğrulamaktadır. Nitekim Farid Hüseyinzade (28), sosyal medyanın “bilinçli kullanıldığı takdirde” yararlı olabileceğine, ancak bilinçsiz kullanımın kültürel ve değerler bakımından kopukluğa neden olduğuna işaret etmiştir. Bu görüşler, literatürde sosyal medyanın potansiyel yararları kadar bilinçsiz kullanımın yaratacağı derin sorunlara da vurgu yapan çalışmalarla örtüşmektedir.

Mehtap Çatıcıoğlu (27), sosyal medyanın çocuklar arasında “saygısızlık” yarattığını, aile içi saygının ve dolayısıyla iletişimin giderek azaldığını ifade etmiştir. Bu durum, Dönmezler’in (1999: 10) de belirttiği üzere, sağlıklı iletişimin temelinde açıklık, doğruluk ve karşılıklı saygının yer alması gerektiği fikriyle çelişmektedir. Yine Güleç (2021: 107), çocuğun ilk iletişim becerilerini kazandığı aile ortamında geliştirilecek sağlıklı iletişim pratiklerinin, çocuğun ileriki toplumsal ilişkilerine olumlu yansımaları olacağını belirtmektedir. Ancak katılımcıların deneyimleri, sosyal medyanın çocukların ebeveynleriyle olan saygı ve anlayış temelini sarstığını göstererek, literatürde vurgulanan “doğru iletişim yöntemlerinin” önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun, sosyal medyanın çocuklar arasındaki ailevi iletişimi ve ebeveynlerine yönelik tutum ve davranışlar üzerinde zararlı etkiler yarattığını belirttiği görülmüş ve aile bağlarının bozulmasına ve ailevi kutuplaşmanın artmasına yol açtığı ifade edilmiştir. Sosyal medyanın, çocukların bilişsel ve duygusal alanını aşırı derecede kapladığı ve bu nedenle aile üyeleriyle olan ilişkilerini zayıflattığı konusunda genel bir fikir birliği mevcuttur. Ayrıca, diğer katılımcılar da sosyal medya ile istem dışı etkileşimin çocuklar için olumsuz sonuçlar doğurduğunu ve ebeveynlerin bu konuda daha dikkatli olmaları gerektiğini vurgulamıştır.

3.7.5. Çocukların Çevrim İçi Sosyal Etkinliklerinde Yoğun Şekilde Maruz Kaldıkları Influencer İçeriklerinin Ailedeki İletişimin Kalitesi Üzerindeki Rolü Hakkındaki Görüşler

Aile içi iletişimde çevrim içi sosyal etkinliklerin etkisi üzerine yapılan görüşmeler sonucunda, katılımcıların büyük çoğunluğu bu etkinliklerin aile içi iletişim kalitesini olumsuz yönde etkilediği kanaatindedir. Katılımcılar, çocukların çevrim içi sosyal ortamlarda geçirdiği sürenin artmasının aile fertleri arasındaki etkileşimi zayıflattığını, aile bağlarını gevşettiğini ve nihayetinde ebeveyn-çocuk ilişkisinde mesafeye ve gerilime yol açtığını belirtmişlerdir. Bu bulgu, literatürde de benzer şekilde ortaya konulmaktadır. Örneğin Demir (2016: 45), sosyal medyayı yoğun kullanan öğrencilerin aile içi konuları sıkıcı bulduklarını, çevrim içi ortamları ise daha çekici birer etkileşim alanı olarak gördüklerini saptamıştır. Bu durum, katılımcıların sosyal medya kullanımıyla aile içi iletişim arasındaki negatif ilişkiye yönelik söylemlerini destekler niteliktedir. Benzer şekilde Hazar (2011: 158-159), sosyal medyanın bireylerin aile ve arkadaş çevreleriyle yüz yüze iletişimini azalttığını ve yerel etkileşimleri zayıflattığını belirtmektedir. Katılımcıların görüşleri, Hazar'ın (2011: 168) yaptığı araştırmada sosyal medyanın bireyler için bir "kaçış alanı" olarak işlev gördüğü bulgusuyla da örtüşmektedir; zira Hazar'ın çalışmasında öğrencilerin %46.4'ü "Sosyal medya sayesinde aile, arkadaş çevresi gibi grupların dışında kendimle baş başa kalabiliyorum" ifadesine katılmıştır. Bu veri, katılımcıların da sıkça dile getirdiği "çevrim içi dünyanın aile ortamından kopma aracı" olduğu yönündeki görüşüyle paralellik göstermektedir.

Katılımcılardan Abdullah Yılmaz (27), çocukların çevrim içi sosyal etkinliklere ayırdıkları zamanın ebeveyn-çocuk ilişkisini zayıflatarak aile içi iletişimi olumsuz etkilediğini ifade etmiştir. Bu görüş, Demir'in (2016: 45) bulgularıyla uyumludur. Ceyhun Işık (38) ise çevrim içi etkinliklerin, çocukların aile ortamından kopmalarına ve aile yerine dijital alana yönelmelerine neden olduğunu belirtmiştir. Bu ifade, Hazar

(2011: 168) tarafından vurgulanan yüz yüze ilişkilerin azalması ve bireyin kendisini çevrim içi alanda izole etmesi temalarıyla benzerlik göstermektedir. Benzer şekilde Asuman Gül Özel (59), çevrim içi etkinliklerin çocukların aile içi iletişimde daha pasif kalmalarına neden olduğuna dikkat çekmiştir. Bu, literatürdeki çalışmalarla da bağdaşmakta, özellikle sosyal medya kullanımı arttıkça aile içi etkileşimin niteliğinin düştüğüne dair bulguları (Demir, 2016: 45; Hazar, 2011: 168) güçlendirmektedir.

Yine literatürde, ebeveynlerin çocuklarıyla sürekli diyalog halinde olmaları, çocukların çevrim içi etkinliklerinin yakından izlenmesi, onlara güvenli internet kullanımına dair farkındalık kazandırılması gibi stratejilerin aile içi iletişime olumlu katkı sunabileceği savunulmaktadır (Karan, 2006: 36-38). Bu yaklaşım, katılımcılardan Asuman Gül Özel'in (59) ebeveynlerin dikkatli denetimi yönündeki önerisiyle paralellik göstermektedir. Benzer biçimde, Rubin'in (2002: 27) Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, bireylerin medya kullanım motivasyonlarını ve bu kullanımın sonuçlarını anlama çabası içindedir. Katılımcı ifadelerinden hareketle, çocukların çevrim içi etkinliklerde ailevi doyumlardan ziyade bireysel kaçış, eğlence ve sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılamaya yöneldikleri söylenebilir. Bu da literatürdeki çerçeveyi tamamlayıcı niteliktedir.

Buna ek olarak, bazı katılımcılar konuyu farklı bir perspektiften ele alarak çevrim içi etkinliklerin aile içi iletişimi güçlendirme potansiyeline işaret etmişlerdir. Örneğin Halil Enes Tasasız (23), ebeveynlerin çocuklarıyla birlikte çevrim içi etkinliklere katılmasının, aralarındaki bağı güçlendirebileceğini belirtmiştir. Bu görüş, Karan (2006: 38-38) ve Demir (2016: 45) tarafından önerilen ebeveyn gözetimi ve yönlendirme stratejilerinin pratik bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Aynı şekilde Merve Akyüz (20), çevrim içi dünyada aile üyelerinin ortak etkinlikler gerçekleştirmelerinin, aile içi iletişime olumlu katkı sağlayabileceğine dikkat çekmiştir. Bu tür görüşler, literatürde sunulan koruyucu ve yönlendirici ebeveynlik tutumlarıyla (Karan, 2006: 38-38; Demir, 2016: 45) paralel bir doğrultuda ilerlemektedir.

Öte yandan, bazı katılımcılar çevrim içi etkinliklerin aile içinde "kutuplaşma" yarattığını da ifade etmişlerdir (Farid Hüseyinzade, 28). Bu vurgu, literatürde yeterince tartışılmayan ancak sosyal medya kullanımının aile bireyleri arasındaki duygusal mesafeyi artırabileceğine işaret eden yeni bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Literatür, temel olarak sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi zayıflatabileceğini öne sürse de kutuplaşma kavramı bu bağlamda nispeten az incelenmiş bir konudur. Dolayısıyla bu ifade, mevcut literatüre yeni bir kavramsal boyut ekleyerek alana katkı sunmaktadır.

Görüşlerin çoğunluğu çevrim içi sosyal etkinliklerin çocukların aile içi iletişim kalitesine olumsuz etki yaptığını, aile bağlarını zayıflattığını ve çocukların aile ortamından kopmalarına yol açtığını belirtmektedir. Bu bulgular, Demir (2016: 45) ve Hazar (2011: 168) gibi araştırmacıların çalışmalarında öne sürdükleri görüşlerle büyük ölçüde örtüşmektedir. Diğer yandan, bazı katılımcılar çevrim içi etkinliklerin doğru yönlendirme ve ortak katılımı ile aile içi iletişimi güçlendirme potansiyeline dikkat çekerek, literatürdeki olumlu müdahale stratejilerine (Karan, 2006: 38-38; Demir, 2016: 45) atıfta bulunabilecek bir bakış açısı sunmaktadır. Ayrıca, Hüseyinzade'nin (28) belirttiği “kutuplaşma” olgusu, literatürde nispeten eksik kalmış bir boyuta işaret ederek mevcut araştırmalara yeni bir katkı sunmaktadır. Böylelikle çalışmada elde edilen veriler, hem literatürü destekleyici hem de onu genişletici nitelikler taşımaktadır.

3.7.6. Çocukların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarında Takip Ettikleri Influencerların Aile Bağları Üzerindeki Rolü Hakkındaki Görüşler

Aile içi iletişimde sosyal medya kullanımının rolü üzerine katılımcıların dile getirdiği görüşler, mevcut literatürle karşılaştırıldığında farklı noktalarda benzerlikler ve yeni açılımlar sunmaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı, çocukların yoğun sosyal medya kullanımının aile bağları üzerinde olumsuz etkileri olduğunu vurgulamıştır. Bu görüş, literatürde internet ve sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi zayıflatabileceğini, yüz yüze etkileşimi azaltarak bireylerin ailelerinden uzaklaşmasına neden olabileceğini savunan araştırmalarla uyumludur. Örneğin Demir (2016: 32), yoğun sosyal medya kullanımının, gençlerin aile ve arkadaş ilişkilerinde zaman kaybına ve dolayısıyla iletişimde kopukluklara yol açtığını belirtmektedir. Benzer şekilde Villegas (2013: 13), sosyal medyanın yüz yüze etkileşimleri engelleyici bir potansiyele sahip olduğunu öne sürmektedir. Bu bağlamda, katılımcıların aile içi iletişimin zayıfladığına dair gözlemleri, literatürdeki sonuçları desteklemektedir.

Katılımcı ifadeleri incelendiğinde, Abdullah Yılmaz (27), “Çocuklar sosyal medyada çok vakit geçiriyor ve bu durum aileleriyle olan bağlarını zayıflatıyor” diyerek sosyal medya kullanımıyla aile arasındaki olumsuz ilişkiye dikkat çekmiştir. Ceyhun Işık (38) ve Asuman Gül Özel (59) de benzer şekilde sosyal medyanın aile içindeki iletişimi engellediğini ve aile bireyleri arasında mesafeler yarattığını vurgulamaktadır. Bu ifadeler, Demir (2016: 32) tarafından ortaya konulan, yoğun internet kullanımının aileye ve arkadaşlara ayrılan zamanın azalmasına ve hatta ev dışı aktivitelere katılımın düşmesine ilişkin bulgularla uyumludur. Böylece katılımcıların söylemleri literatürce de

desteklenmekte; aile içi iletişimde sosyal medyanın olumsuz etkilerine işaret eden önceki araştırmalarla paralellik sergilemektedir.

Benzer şekilde, Bahar Biçer (29) ve Esra Karagöz (34), sosyal medyanın çocukların aileleriyle olan bağlarını kopardığını ifade ederek, bu süreçte çocuğun aile içindeki konumunun zayıfladığını ortaya koymuşlardır. Bu görüşler, Batıgün ve Kılıç'ın (2011: 2-3) depresif bireylerin sosyal destek arayışıyla internete yönelmeleri sonucunda gerçek hayattaki ilişkilerinin bozulabileceğine dair ortaya koyduğu bulgularla dolaylı bir şekilde örtüşmektedir. Her ne kadar katılımcılar depresif bireyler üzerinden bir yorumda bulunmamış olsalar da, sosyal medyaya yönelmenin genel anlamda gerçek sosyal bağların zayıflamasına ve aile içi iletişimin kopmasına neden olabileceğine ilişkin bulgular literatürde yer almaktadır.

Diğer yandan, sosyal medyanın ebeveyn-çocuk ilişkilerine belirli koşullar altında olumlu katkılar sunabileceğini belirten katılımcılar da mevcuttur. Örneğin Halil Enes Tasasız (23), “Ebeveynlerin çocuklarıyla birlikte sosyal medyada vakit geçirmesi, aralarındaki bağı güçlendirebilir” derken, Merve Akyüz (20) ise çocukların sosyal medyada ebeveynleriyle birlikte etkileşimde bulunmalarının aile bağlarını güçlendirebileceğinden söz etmektedir. Literatürde Utma (2020: 1020), sosyal medya araçlarının insan ilişkilerinde önemli bir rol oynadığını ve etkileşimli, kolay, düşük maliyetli iletişim imkânı sunduğunu vurgulamaktadır. Bu açıdan bakıldığında katılımcıların olumlu görüşleri, teknolojinin bilinçli ve ölçülü kullanıldığında aile içi iletişimi destekleyebileceğine dair yorumlarla örtüşmektedir. Bu, literatürde genellikle olumsuz etkilere odaklanılan sosyal medya-aile etkileşimi konusunda yeni bir bakış açısı sunmakta ve sosyal medya kullanımının niteliğine göre aile bağlarına pozitif katkı sağlayabileceğine işaret etmektedir.

Buna ek olarak, bazı katılımcılar sosyal medyanın aile içinde kutuplaşmaya neden olduğuna dikkat çekmiştir. Evliya Çelebi (34), “Sosyal medya, aile içinde kutuplaşmalara yol açıyor” diyerek, bu durumun aile üyeleri arasındaki uyumu zayıflattığını belirtmiştir. Castells (2012: 229) ise internetin her yaştan, her kesimden bireyi bir araya getiren sanal cemaatler oluşturduğunu ifade etse de, bu sanal ortamların aile içindeki etkileşimleri hangi yönde dönüştüreceği sorusu hâlâ tartışılmaktadır. Katılımcıların sözünü ettiği kutuplaşma, literatürde sosyal medyanın bireyler arasında benzer görüş kümeleri etrafında ayrışmalar yaratabileceği (echo chambers) konusundaki bulgularla ilişkilendirilebilir. Böylece katılımcıların vurguladığı aile içi kutuplaşma, literatürde internet ve sosyal medyanın toplumsal kutuplaşmaları körükleyebileceğine dair genel

bulgulara paralel, ancak spesifik olarak aile içi dinamiklere odaklanması nedeniyle yeni bir katkı niteliği de taşımaktadır.

Son olarak, İlyas Özkaya (22) ve Zarifa Baghirova (25) çocukların sosyal medyada geçirdiği zaman nedeniyle aile bağlarını kaybettiklerini belirtmişlerdir. Bu noktada, Batıgün ve Kılıç'ın (2011: 2-3) internet kullanımının kişilerarası ilişkilerde yol açtığı olumsuzluklara ilişkin bulguları, katılımcıların gözlemleriyle uyumluluk göstermektedir. Buna göre, sosyal medya ve internet ortamı gerçek hayattaki iletişim imkânlarını kısıtlarken, aile içi ilişkileri de olumsuz etkileyebilmektedir.

Görüşleri literatürle birlikte değerlendirildiğinde, sosyal medya kullanımının çocukların aile bağlarını zayıflatabileceği, yüz yüze etkileşimleri azaltabileceği, hatta aile içinde kutuplaşmaya neden olabileceği yönünde güçlü bir benzerlik bulunmaktadır. Aynı zamanda, bazı katılımcıların sosyal medyanın doğru ve ortak kullanımla aile içi ilişkileri güçlendirebileceğine dair ifadeleri, literatürdeki genellikle olumsuz vurgulara ek bir boyut kazandırmakta, sosyal medya araçlarının kullanılış biçiminin etkiler üzerinde belirleyici olabileceğine dikkat çekmektedir. Bu sayede elde edilen bulgular hem mevcut literatürü destekleyici yönde kanıtlar sunmakta hem de aile içi iletişimde sosyal medya kullanımına dair yeni yorum ve yaklaşımlara kapı aralamaktadır.

3.7.7. Sosyal Medyada Influencerlar Tarafından Sunulan İçeriklerin Aile İçi Etkileşimlerde Kutuplaşma Üzerindeki Rolü Hakkındaki Görüşler

Sosyal medyanın aile içi etkileşimlerde kutuplaşma üzerindeki rolü, katılımcıların yorumlarına göre, genellikle olumsuz bir şekilde değerlendirilmiştir. Katılımcılar, sosyal medyanın aile bireyleri arasında fikir ayrılıklarına, çatışmalara ve sonuç olarak kutuplaşmaya neden olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum aile içi bağların zayıflamasına ve iletişim kalitesinin düşmesine yol açmaktadır.

Katılımcıların büyük çoğunluğu, sosyal medyanın aile içi etkileşimlerde kutuplaşmayı artırdığına dikkat çekmiştir. Abdullah Yılmaz (27), çocukların sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri “doğru” kabul ettiğini, ancak ailedeki diğer bireylerin bu içerikleri farklı yorumlaması nedeniyle ciddi görüş ayrılıkları yaşandığını belirtmiştir. Benzer bir şekilde Ceyhun Işık (38), sosyal medyanın aile bireylerini farklı dünyalara savurduğunu söylemiş, ebeveynler ve çocukların aynı olaya dahi farklı perspektiften bakarak kutuplaşmaya katkı sağladığını vurgulamıştır.

Bu görüşler, dijital ortamların bireyleri kendi ilgi alanlarına ve ideolojik konumlarına göre filtreleyen, farklı bilgi ekosistemlerine yönlendiren yapısıyla bağlantılıdır. Nitekim literatürde, sosyal medya platformlarının "yankı odası" (echo

chamber) ve "bilgi filtresi" (filter bubb) etkisiyle bireyleri benzer fikirler etrafında toplayarak farklı görüşlere karşı tahammülsüzlüğü artırdığı görülmektedir. Örneğin, Pariser (2011: 41), bu filtre baloncuklarının kullanıcılara sürekli kendileriyle uyumlu bilgileri sunarak farklı bakış açılarına kapılarını kapattığını belirtmiştir.

Asuman Gül Özel (59) ve Esra Karagöz (34) de sosyal medyada maruz kalınan çeşitli içeriklerin aile içinde farklı dünya görüşlerinin filizlenmesine yol açtığını, bunun da çatışma ve kutuplaşma yarattığını dile getirmiştir. Literatür, sosyal medyanın özellikle genç nesiller üzerinde güçlü bir sosyalleşme aracı olarak işlev gördüğünü, bu sayede gençlerin yeni değer yargıları ve tutumlar geliştirmesine zemin hazırladığını gösterir (Boyd, 2014: 84a; Mesch, 2006: 478). Bu durum, geleneksel düşünce yapılarıyla yetişmiş ebeveynler ile sosyal medya aracılığıyla farklı değerler kazanan gençler arasında kaçınılmaz olarak kutuplaşmaya neden olabilmektedir.

İlyas Özkaya (22) ve Gökhan Biçer (38) de sosyal medyada sürekli değişen bilgi akışının aile içi anlaşmazlıkları derinleştirdiğinden söz etmişlerdir. Bu bakış açısı, literatürde sosyal medya aracılığıyla edinilen bilginin niteliği, doğruluğu ve güvenilirliği konusundaki belirsizliklerin aile içi iletişimde gerilime yol açabileceğini ortaya koyan çalışmalarla örtüşmektedir (O'Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011: 802). Bu tür belirsizlikler, aile bireylerini ortak bir iletişim zemini yakalamaktan alıkoyarak kutuplaşmayı artırabilmektedir.

Katılımcıların vurguladığı bir diğer önemli nokta, modern sistemin bireyleri yalnızlaştırması, insani bağlardan koparması ve sosyal medyanın bu yalnızlığı giderme iddiasıyla sunulan "sanal bir sosyallik" oluşudur. Uçar (2012: 27) da bireylerin kalabalıklar içinde yalnız, yabancı ve tüketen insan profiline dönüştüğünü, insanların günlük yaşamda çevrelerindeki kişilerle iletişim kurmaktan çekinirken, sanal ortamda yüzeysel etkileşimlere yöneldiğini belirtmektedir. Bu yaklaşım, katılımcıların sosyal medyanın aile üyelerini birbirinden uzaklaştırdığı, gerçek yüz yüze etkileşimlerin yerini magazinsel, yüzeysel dijital sohbetlerin aldığı yönündeki görüşleriyle benzeşmektedir.

Buna karşılık, bazı katılımcılar sosyal medyanın doğru kullanıldığında aile içi etkileşimleri olumlu yönde geliştirebileceğini ifade etmişlerdir. Örneğin, Buse Aksoy (23), ailelerin sosyal medyayı bilinçli ve kontrollü bir şekilde kullandıkları takdirde çocuklarıyla olan bağlarını güçlendirebileceklerini dile getirmiştir. Bu görüş, teknolojik araçların nötr yapısı gereği, kullanım biçimine bağlı olarak olumlu veya olumsuz etkilere yol açabileceğini ortaya koyan literatürle uyumludur. Nitekim Hughes ve Hans (2001: 1241), bilgi ve iletişim teknolojilerinin aile üyeleri arasında mesafe sorununu aşmaya, ortak ilgi alanları doğrultusunda iletişimi sürdürmeye yarayabileceğini belirtmektedir.

Tufekci (2018: 29) ise sosyal ağların yalnızca protesto ve toplumsal hareketlerde değil, aynı zamanda aile içi ve arkadaş grupları arasında da bağları güçlendirebileceğini vurgular. Bu da sosyal medyanın doğru stratejilerle kullanıldığında aile bireylerinin ortak paydalar oluşturmaya ve etkileşim kalitesini artırmasına imkân tanıyabileceğini göstermektedir.

Katılımcıların deneyimleri, sosyal medyanın aile içi iletişimde kutuplaşma yaratma potansiyeline ilişkin literatürle genel olarak uyumludur. Hem yerli hem de uluslararası araştırmalar, sosyal medya platformlarının ideolojik ve bilgilendirici baloncuklar oluşturduğunu, kuşaklar ve aile üyeleri arasında ortak tartışma zeminini daralttığını göstermektedir (Pariser, 2011: 41; Boyd, 2014: 84; Mesch, 2006: 478). Bununla birlikte, bazı katılımcıların vurguladığı, sosyal medyanın bilinçli kullanımı sayesinde aile ilişkilerinin güçlendirilebileceği fikri de literatürde destek bulmaktadır (Hughes ve Hans, 2001: 1241; Tufekci, 2018: 29).

Katılımcı görüşleri ve literatür bulguları, sosyal medyanın aile içi iletişimde kutuplaşma riskini barındırdığını, ancak bu etkinin sosyal medya kullanım biçimi, amaçları ve sınırlarıyla doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu çalışma, sosyal medyanın aile içi etkileşimlere dair tek yönlü ve kaçınılmaz bir olumsuzluk olmadığını; aksine, bilinçli yaklaşımlar ve rehberlik sayesinde dijital kutuplaşmanın önüne geçilebileceğini ve teknolojinin aile bağlarını güçlendirme potansiyeli taşıdığını ortaya koymaktadır.

3.7.8. Dijital Kutuplaşmanın Aile İçi Dinamikleri Üzerindeki Rolü Hakkındaki Görüşler

Katılımcıların dijital kutuplaşmanın aile içi dinamikler üzerindeki rolü hakkındaki düşünceleri, genel olarak olumsuz bir etki üzerinde yoğunlaşmıştır. Katılımcıların görüşleri, dijital çağda aile içi iletişimin dönüşümünü, sosyal medyanın bu ilişkiler üzerindeki etkisini ve buna bağlı olarak ortaya çıkan dijital kutuplaşma olgusunu gözler önüne sermektedir. Literatürde, teknolojik ilerlemelerin çocukluk algısını temelden değiştirdiği, sosyal medyanın yoğun ve kontrolsüz kullanımının aile içi iletişimi zayıflatabileceği vurgulanmaktadır.

Örneğin, Abdullah Yılmaz (27), “Çocuklar sosyal medyada gördükleri içerikleri doğru kabul ediyor, ancak ailedeki diğer bireyler aynı bilgiyi farklı yorumlayabiliyor. Bu da aile içinde ciddi bir kutuplaşma yaratıyor” ifadesiyle, dijital içeriklerin aile üyeleri arasında ortak bir bilgi ve değer zemininin kaybolmasına neden olduğunu belirtmektedir. Bu durum, Postman’ın (1995: 110) “Çocukluğun yok oluşu” tezinde işaret ettiği,

teknolojik araçlar ve medyanın çocuklara dünyayı erken ve sınırsız biçimde açması sonucu, geleneksel aile yapısı üzerindeki sarsıcı etkilerle örtüşmektedir.

Benzer biçimde, Ceyhun Işık (38), “Ebeveynler ve çocuklar aynı şeye bile farklı bakabiliyor. Bu da kutuplaşmayı yaratıyor çünkü aynı olaylara bile farklı sonuçlara varıyorlar” diyerek, aile içi iletişimdeki çatışmanın temelinde farklı yorumlama biçimlerinin yattığını ifade etmektedir. Bu noktada, Canöz (2016: 440) tarafından vurgulanan, sosyal medyanın yoğun kullanımının bireyleri kendi ilgi alanlarına doğru yönlmesi, farklı kaynaklardan beslenen görüşler ve içeriklerle “gerçek”in parçalanmasına neden olmaktadır. Böylece, aynı aile içindeki bireyler bile ortak bir anlam çerçevesi yakalayamadıklarından, kutuplaşma kaçınılmaz hale gelmektedir.

Asuman Gül Özel (59), “Çocuklar sosyal medya üzerinden farklı dünyalarla tanıyor, bu da aile içinde ciddi bir kutuplaşmaya neden oluyor” ifadesiyle, çocukların dijital etkileşimler yoluyla ailesi dışında farklı değerler, normlar ve düşünce biçimleriyle tanışarak bunları içselleştirmesine dikkat çekmektedir. Bu süreç, Postman’ın (1995: 110) işaret ettiği teknolojinin çocukluk üzerindeki dönüştürücü etkisiyle uyushmaktadır. Dijital ortamlar, geleneksel olarak aile tarafından aktarılan değerlerin yanı sıra, çocuğun kendi başına keşfettiği çok yönlü bilgi akışı ile aile içi bütünlüğü zayıflatmakta ve kutuplaşmayı derinleştirmektedir.

Benzer şekilde, Esra Karagöz (34), “Sosyal medyada karşılaştığımız farklı bilgiler, aile içinde farklı görüşler oluşturuyor ve bu da kutuplaşmaya neden oluyor” diyerek, sosyal medyada zengin ve birbirinden farklı içerik akışının aile üyelerinin ortak değer ve düşünce zemini oluşturmasını zorlaştırdığını belirtmektedir. Bu ifade, Canöz’ün (2016: 440) sosyal medyanın düşük maliyetli, hızlı erişilebilir ve eğlence odaklı yapısının, bireyleri farklı bilgi ve algı dünyalarına yönelttiği tespitini desteklemektedir.

İlyas Özkaya (22), “Çocuklar sosyal medyada gördükleri bilgileri doğru kabul ediyor ve bu da aile içinde çatışmalara yol açıyor” şeklindeki ifadesiyle, genç kuşakların medya okuryazarlığı becerilerinin yeterince gelişmemiş olması halinde, dijital bilgilere sorgulamadan inanma eğiliminde bulunabileceklerini ortaya koymaktadır. Bu durum da Postman’ın (1995: 110) çocukların medya tarafından biçimlenen yeni gerçeklik algılarının, geleneksel aile içi bilgi aktarımı ve otorite yapısını baltalayabileceği tespitini yeniden doğrulamaktadır. Aynı doğrultuda, Gökhan Biçer (38), “Dijital dünyada sürekli karşımıza çıkan içerikler, aile içindeki kutuplaşmayı artırıyor” derken, süregelen ve çoğalan bilginin ailenin ortak dil ve anlam üretme kapasitesini daraltan bir faktör olduğunu vurgulamaktadır.

Buna karşılık, Buse Aksoy (23), “Aileler sosyal medyayı doğru kullanarak, çocuklarıyla olan bağlarını güçlendirebilirler” ifadesiyle, sosyal medyanın aile içi iletişimi sadece olumsuz yönde etkilemekle kalmayıp, doğru stratejiler geliştirildiğinde olumlu sonuçlar da doğurabileceğine işaret etmektedir. Burada Aksoy’un görüşü, Arabacı’nın (2011: 27) yüz yüze görüşme imkânının olmadığı durumlarda sosyal medyanın iletişim engelini kısmen aşabileceği tezini desteklemektedir. Sosyal medya, mekânsal olarak ayrı düşen aile bireyleri arasındaki iletişimi devam ettirme ve duygusal bağ koruma potansiyeli taşımaktadır (Arabacı, 2011: 27).

Farid Hüseyinzade (28), “Sosyal medya, çocukların aile içindeki ilişkilerini zayıflatıyor ve bu da kutuplaşmaya yol açıyor” diyerek, dijital kutuplaşmanın aile içindeki uyumu bozduğunu belirtmektedir. Bu bulgu, Arabacı’nın (2011: 27) mekânsal uzaklık ve fiziksel temasın yokluğu durumlarında iletişimde yaşanan aksaklıklara yönelik tespitleriyle uyum içindedir. Sosyal medya iletişiminde beden dili, jest ve mimik gibi unsurların eksikliği, yanlış anlamalara ve çatışmalara zemin hazırlayarak kutuplaşmayı besleyebilmektedir.

Katılımcıların aktardığı deneyimler, Postman’ın (1995: 110) çocukluğun dönüşümü, Canöz’ün (2016: 440) sosyal medya kullanımındaki doyum noktasını aşan pratikler ve Arabacı’nın (2011: 27) mekânsal ayrışma ile yüz yüze etkileşimin eksikliğine ilişkin tespitleriyle büyük ölçüde örtüşmektedir. Bulgular, dijital kutuplaşmanın aile içi iletişimi derinlemesine etkilediğini, sosyal medyanın hem ayrıştırıcı hem de doğru kullanıldığında birleştirici bir potansiyel barındırdığını göstermektedir. Böylece çalışma, mevcut literatürü doğrulamanın yanı sıra yeni perspektifler sunarak dijital çağda aile içi iletişimin çok boyutlu yapısını ortaya koymaktadır.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Tarihsel olarak insanlar her zaman topluluk içinde bir arada olma ihtiyacı hissetmişlerdir. Bu ihtiyaç zamanla küçük grupların uluslar haline dönüşmesine sebep olmuştur. Sanayi Devrimi sonrasında hızla gelişen teknoloji sayesinde, bugün dünya genelindeki insanlar birbirleriyle kolaylıkla iletişim kurabilmekte ve sosyal ilişkilerini pekiştirebilmektedir. Sosyalleşme, toplum içerisindeki bireylerin rollerini etkin bir şekilde yerine getirebilmeleri için gerekli olan deneyimlerin, yeteneklerin, özelliklerin, bilgilerin ve eğilimlerin benimsenmesi ve geliştirilmesi olarak tanımlanabilir. Teknolojinin sürekli değişimi ile toplumların iletişim biçimleri, insan davranışları, yaşam tarzları ve temel ihtiyaçları önemli ölçüde dönüşmektedir. İnsanlar, kişisel gelişimleri ve temel fizyolojik ile psikolojik ihtiyaçları doğrultusunda çevrelerine ve sosyal etkileşimlere ihtiyaç duymaktadır. Bu süreçte bireyler, aile bireyleri, ünlüler, iş insanları, arkadaşlar, öğretmenler gibi çeşitli sosyal çevrelerden insanlarla karşılaşır ve onlardan etkilenmektedir (Yasa vd., 2022: 930). Malone çalışmasında, insanların dışarıdan gelen çeşitli uyarıcılara istemli veya istemsiz olarak tepki gösterdiklerini ve bu uyarıcılardan etkilendiklerini belirtmektedir. Bu süreçte öğrenme, anlama ve taklit etme gibi çeşitli davranışlar sergileyebileceklerini ifade etmektedir (Malone, 2002: 12).

Günümüzde teknoloji hızla ilerlemekte ve internetin sunduğu geniş imkânlar sayesinde sosyal medya kullanımı hızla artmakta, günlük yaşamımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Sosyal medyanın etkileşim sağlama kapasitesi sayesinde, kişilerarası iletişim giderek daha fazla sanal ortamlara taşınmıştır. Literatürde geniş bir yelpazede ele alınan sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkileri üzerine çeşitli tartışmalar yapılmaktadır (Aktaş ve Çopur 2018: 142). Dijital çağın ortaya çıkardığı yenilikler, sosyo-kültürel yapıda önemli değişikliklere yol açmaktadır. Bu dönemin etkileri o kadar derin ve sürekli olmuştur ki, insanlar yaşadıkları bu hızlı değişimin farkına varmakta zorlanmaktadırlar. İnternet teknolojisi, bu dönüşümün öncülüğünü yaparak hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle insan hayatının bir parçası haline hızla girmiştir ve içinde çelişkiler barındıran bir yapıya sahiptir (Odabaşı, 2022: 23). Tom Chatfield, dijital çağa uyum sağlamanın hayatın temel bir bileşeni olduğunu vurgular (Chatfield, 2013: 38).

Castells (2012: 229), sosyolojik çalışmalarında, internetin sosyal yaşama dahil olmasıyla birlikte "gerçek dünya" ilişkilerinin nasıl etkilendiğini ve bu durumun insanları yalnızlık hissine sürükleyip sürüklediğini sorgulamıştır. Öte yandan, Howard

Rheingold, "Virtual Communities" adlı eserinde, sanal ortamlarda, ortak değer ve çıkarlar etrafında bir araya gelen yeni bir topluluk türünün ortaya çıktığını öne sürmektedir. Rheingold'a göre bu sanal topluluklar, ortak hedefler doğrultusunda etkileşimde bulunan gruplardır (Güçdemir, 2012: 65). Online topluluklar, sürekli olarak üyeleriyle iletişim içinde olduklarından, kendine özgü bir kültürel algı geliştirmektedirler. Bu gelişen ortak kültür, çoğunlukla offline topluluklar tarafından fark edilmeyebilir. Bu durum, farklı topluluklar arasındaki iletişimi zorlaştırarak olumsuz etkileyebilir (Varnalı, 2013: 138).

Özellikle sosyal medyanın, aile üyeleri arasında sağlıklı ve güçlü ilişkiler kurma süreçlerine olumsuz etkileri bulunmaktadır; bu durum, ailelerin birbirleriyle olan doğal etkileşimlerini sınırlayabilmekte ve aralarındaki bağları zayıflatabilmektedir (Villegas, 2013: 12). Teknolojinin hızlı evrimi, aile bireyleri arasındaki etkileşimlerde sosyal medya ve internetin rolünü tam olarak anlamamızı güçleştirmekte, bu etkileşimlerin nasıl şekillendiğini ve aile dinamiklerine nasıl etki ettiğini gözlemlemek konusunda zorluklar yaşanmaktadır (Hughes ve Hans, 2001: 776).

Çalışmada da görüldüğü üzere, sosyal medyanın aile ilişkilerine etkileri üzerine yapılan bir araştırmada çoğu katılımcı, sosyal medyanın çocuklar ve aileleri arasındaki bağları zayıflattığını belirtmiştir. Katılımcılar, sosyal medyanın çocukları ailelerinden uzaklaştırdığını ve aile içi iletişimi azalttığını ifade etmişlerdir. Ancak bazı katılımcılar, sosyal medyanın doğru kullanımıyla aile bağlarının güçlenebileceğini de vurgulamışlardır. Bunun yanında, sosyal medyanın aile içinde kutuplaşmalara yol açabileceği endişesi de dile getirilmiştir. Genel olarak, sosyal medyanın çocukların ailevi ilişkileri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu görüşü hakimken, bu durumun uygun kullanım ile iyileştirilebileceği belirtilmiştir. Ayrıca çalışmaya katılanlar, sosyal medyanın çocukları sosyal çevrelerinden kopararak ilişkileri zayıflattığına ve yalnızlık hissini artırdığına dikkat çekmişlerdir. Ayrıca, çocukların aileleri yerine sanal dünyayı tercih etmelerinin aile bağlarını zayıflattığı belirtilmiştir. Ebeveynlerin sosyal medyanın olumsuz etkilerini kontrol altına alabilmek için rehberlik yapmalarının önemine işaret edilmiştir. Çocukların sosyal medya üzerinden takip ettikleri kişilere ebeveynlerinden daha fazla güvendikleri ve bu durumun aile içi güven ilişkisini olumsuz etkilediği vurgulanmıştır. Ayrıca, bilinçsiz sosyal medya kullanımının aile içinde kültürel kopukluklara ve saygı eksikliğine yol açabileceği ifade edilmiştir. Genel olarak, sosyal medyanın çocukların aile bağları üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışmada, iletişimin tarih boyunca bireylerin kendini ifade etme, sosyalleşme ve topluma dahil olma süreçlerinde temel bir araç olarak kullanıldığı vurgulanmaktadır.

Çalışmanın bulguları, dijital iletişim araçlarının aile içi dinamikleri nasıl etkilediğine dair önemli veriler sunmaktadır. Örneğin dijital medya, aile içi iletişimi daha hızlı ve etkin hale getirse de, yüz yüze iletişimin sağladığı duygusal derinlik ve samimiyeti yeterince karşılayamamaktadır. Özellikle, çocuklar ve gençler arasında sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, aile üyeleri arasındaki yüz yüze iletişim sıklığını azaltarak, bireylerin birbirleriyle olan bağlarını zayıflatabilmektedir.

Ayrıca çalışmada, influencerların ve dijital içerik üreticilerinin aile içi iletişimdeki rolü de detaylı olarak ele alınmıştır. Sosyal medya platformlarında geniş kitlelere ulaşarak, bireylerin düşüncelerini, tutumlarını ve davranışlarını etkileyen figürler haline gelen bu kişiler, aile içi iletişimde de etkilerini göstermektedir. Özellikle genç bireylerin, influencerların etkisi altında kalması, aile içinde farklı değerlerin ve dünya görüşlerinin benimsenmesine yol açabilmektedir.

Influencerlar, çeşitli alanlarda içerik üreterek, bu içerikler etrafında geniş takipçi kitleleri toplamaktadır. Oluşturulan bu topluluklar, genellikle samimi ve yüksek sadakat duygusu taşıyan bireylerden meydana gelmektedir. Özellikle genç takipçiler, kendilerine yakın hissettikleri influencerları rol model olarak görmekte ve onlar gibi sosyal medyadan gelir elde etme hayalleri kurmaktadır. Bu, gençlerin hayatlarında influencerların önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir (Çalkap, 2022). Bu sebeple çocukların sosyal medyayı doğru ve etkin kullanmaları konusunda ebeveynlerin taşıdığı sorumlulukların, genellikle çözüm bekleyen ve bazen profesyonel destek gerektiren bir süreç olduğu ifade edilmektedir. Ne yazık ki, ailelerin bu süreçte genellikle çocuklarının internet veya sosyal medya kullanımının problemli bir duruma gelmesinden ya da sosyal medya bağımlılığı boyutuna ulaşmasından sonra dahil oldukları gözlemlenmektedir (Tokuç, 2021: 59).

Yeni medya çağının etkisiyle çocuklar, internetle çok erken yaşlarda tanışmakta ve bu teknolojiye yetişkinlere kıyasla çok daha kolay adapte olmaktadır. İnternetin, çocukların soyutlama yeteneklerini geliştirdiği, yaratıcılıklarını artırdığı ve eleştirel düşünme potansiyellerini desteklediği ifade edilmektedir. Ancak, internetin bağımlılık yaratma ve çocukların sürekli sanal ortamda bulunma isteği gibi birçok olumsuz yönü de bulunmaktadır. Bu durum, ailelerde sıklıkla endişeye yol açmaktadır (Rodopman ve ark., 2011: 165-166).

Influencerların etkisi de yalnızca ticari ürünlerin tanıtımıyla sınırlı kalmayıp, kişisel hayat görüşlerini ve yaşam tarzlarını da takipçileriyle paylaşmaları şeklinde genişlemektedir. Takipçileriyle kurdukları bu derin bağlar, onları medya dünyasının modern kahramanları haline getirmekte ve tarih kitaplarında anlatılan geleneksel kahramanlar gibi, toplum üzerinde yön verici bir etki yaratmaktadır. Bu bağlamda

influencerlar, parasosyal etkileşim teorisi çerçevesinde değerlendirilebilir. Parasosyal etkileşim, medya figürlerinin, takipçi ve izleyicilerinin beklentileri doğrultusunda hareket ederek, onlarla bir nevi tek taraflı ilişkiler kurduğunu ifade eder. Bu tür etkileşimler, izleyicilerin düşünce ve davranışlarında belirgin değişikliklere yol açmaktadır. Influencerlar bu şekilde, izleyicilerin hayatlarına aktif olarak müdahil olmakta ve onların sosyal tutumlarına yön vermektedir (Güven, 2019: 958-960; Keskin, 2020: 20). Özellikle genç bireylerin, influencerların etkisi altında kalması, aile içinde farklı değerlerin ve dünya görüşlerinin benimsenmesine yol açabilmektedir. Genç bireyler, sosyal medya üzerinden edindikleri bilgi ve değerleri aile içi diyaloglarda dile getirebilirler. Bu, özellikle nesiller arası farklılıkların ve değer sistemlerinin çatışmasına zemin hazırlayabilir. Örneğin, bir influencer'ın çevreci yaşam tarzını benimsemesi, genç bir takipçisinin ailesine daha sürdürülebilir tüketim pratikleri konusunda önerilerde bulunmasını teşvik edebilir. Bu durum, aile bireyleri arasında hem fikir alışverişini hem de bazen anlaşmazlıkları tetikleyebilir. Dolayısıyla, influencerlar sadece bireysel değil, aile içi iletişimde de yeni tartışma konuları açarak, aile üyelerinin birbirlerine bakış açılarını ve iletişim tarzlarını dönüştürebilir. Bu etkileşimler, ailenin genel iletişim kalıplarını ve ilişki dinamiklerini değiştirebilir, böylece influencerlar, yalnızca dış dünyada değil, ailelerin iç dinamiklerinde de belirleyici roller oynayabilirler.

İnternet ve sosyal medyanın, sunduğu çeşitli uygulamalar aracılığıyla özellikle gençler ve küçük yaş grubu çocukların dikkatini daha fazla çektiği ve üzerlerinde etkili olduğu görülmektedir (Demir, 2016: 31). Nitekim çocuklar, günümüzde aile içindeki alışveriş kararları üzerinde dahi önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle sosyal medya platformları üzerinde karşılaştıkları içerikler ve influencerlar, tercihlerini ve dolayısıyla aile bütçesine yönelik taleplerini şekillendirir. Reklamlar, influencer paylaşımları ve akranları tarafından beğenilen ürünler çocukları etkiler ve bu durum, onların ailelerine olan isteklerini artırır. Bu süreçte, çocuklar sadece kendi istedikleri ürünleri değil, aile bireylerinin tüketim alışkanlıklarını da değiştirebiliyor. Sonuç olarak, çocukların sosyal medya aracılığıyla maruz kaldıkları içerikler, aile içindeki alışveriş kararlarını önemli ölçüde etkileyebilmektedir (Nain, 2021: 131-132).

Dijital kutuplaşma, aile bireyleri arasındaki fikir ayrılıklarının derinleşmesine ve bu farklılıkların çatışmalara neden olmasına yol açabilir. Algı balonları ve yankı odaları gibi sosyal medya fenomenleri, bireylerin sadece kendi görüşlerine uygun içeriklere maruz kalmalarına neden olarak, farklı görüşlere karşı hoşgörüsüzlük ve anlayış eksikliği yaratabilmektedir. Dijital medya, aile içi rollerin ve dinamiklerin yeniden tanımlanmasına yol açmıştır. Geleneksel aile yapısında, ebeveynler genellikle aile içi iletişimin ve

ilişkilerin temel belirleyicileri olarak görülürken, dijital medya bu rolleri değiştirerek, çocukların ve gençlerin de aile içi dinamiklerde daha etkili olmasına neden olmuştur. Özellikle, çocukların ve gençlerin dijital medya kullanımına olan bağımlılıkları, aile içindeki otorite dengesini değiştirebilir ve ebeveyn-çocuk ilişkilerinde yeni sorunların ortaya çıkmasına yol açabilir. Tuncay, Bozdoğan ve Bozdoğan'ın ergenler üzerinde yaptığı çalışmada, dijital oyun bağımlılığı ile aile içi iletişim arasında ters orantılı bir ilişki olduğu, aile içi iletişim kalitesi arttıkça oyun bağımlılığının azaldığı ve oyun bağımlılığı arttıkça aile içi iletişimin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır (Tuncay vd., 2023: 192). Başka bir çalışmaya göre, dijital teknolojilerin aile hayatında köklü değişimlere neden olduğu, ebeveyn ve çocuklar arasındaki iletişimin dijital platformlar üzerinden gerçekleştiği ve bu durumun aile içi ilişkilerin doğasını dönüştürdüğü belirtilmektedir. Bu dönüşüm, aile üyelerinin birbirleriyle yüz yüze iletişim kurma sıklığını azaltmakta ve duygusal bağların zayıflamasına neden olmaktadır (Çeçen vd., 2023: 82).

Sosyal medya platformlarının ve anlık mesajlaşma uygulamalarının aşırı kullanımı, aile üyeleri arasındaki doğrudan iletişim sıklığını azaltarak, aile bağlarının zayıflamasına neden olabilir. Ancak, dijital medyanın aile içi iletişim üzerindeki etkileri sadece olumsuz olarak değerlendirilemez. Dijital medya, aile üyelerinin birbirleriyle daha sık ve kolay bir şekilde iletişim kurmalarını sağlayarak, iletişimin sürekliliğini ve erişilebilirliğini artırmaktadır. Coğrafi olarak uzak mesafelerde yaşayan aile üyeleri için dijital medya, mesafeleri kapatarak, aile bağlarının sürdürülmesine yardımcı olabilir. Dijital medya, aile içi iletişimde yeni fırsatlar ve zorluklar sunmaktadır. Bir yandan, iletişimi hızlandırarak ve erişilebilir hale getirerek, aile bağlarını güçlendirme potansiyeline sahiptir. Ancak, diğer yandan, yüz yüze iletişimin yerini alarak, iletişimin derinliğini ve niteliğini zayıflatma riski de taşımaktadır.

Ayrıca, çalışmada elde edilen bulgular, dijital medya kullanımının aile içi iletişimdaki rolünün ebeveynlerin ve çocukların dijital medya kullanım alışkanlıklarına bağlı olarak değişebileceğini göstermektedir. Ebeveynlerin dijital medya kullanımı konusunda bilinçli ve dikkatli olmaları, çocuklarının bu platformları nasıl kullandığını denetlemeleri ve yönlendirmeleri, aile içi iletişimin sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi için önemlidir. Dijital çağda aile içi iletişimde yaşanan değişimleri anlamaya yönelik bu çalışma, dijital medya ile iletişim arasındaki ilişkiye dair önemli veriler sunmaktadır. Dijital medya, aile içi iletişimde hem fırsatlar hem de zorluklar yaratmaktadır. Bu bağlamda, dijital medya kullanımının aile içi iletişim üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri en aza indirmek için ailelerin bilinçlendirilmesi ve yönlendirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, dijital medya ve sosyal medya platformlarının aile içi iletişim üzerindeki etkileri, dikkatli bir şekilde yönetilmediği takdirde, aile bağlarının zayıflamasına, yalnızlık, güvensizlik ve değer erozyonu gibi olumsuz deneyimlerin yaşanmasına ve nihayetinde dijital kutuplaşmanın aile içinde de ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Bu durum, aile üyelerinin birbirleriyle yüz yüze etkileşime ayırdıkları zamanı azaltarak, ortak değer ve normların paylaşılmasını zorlaştırmakta, kuşaklar arası etkileşimi ve empatiyi sınırlandırmaktadır (Dilber, 2019: 381; Demir, 2016: 32; Aktaş ve Çopur, 2018: 145).

Dolayısıyla, ailelerin dijital medya kullanımına dair bilinçlendirilmesi, bu süreçte rehberlik edilmesi ve dijital medya kullanımının hem süre hem de içerik açısından sınırlandırılması, aile içi iletişimin sağlıklı bir biçimde sürdürülmesi açısından kritik önem taşımaktadır. Literatürde özellikle ebeveynlerin çocuklarıyla birlikte dijital platformları bilinçli ve güvenli bir biçimde kullanmalarını teşvik eden yaklaşımların aile içi etkileşimi olumlu yönde desteklediği; dijital okuryazarlık eğitiminin ise güvenilir kaynaklara erişim, yanlış bilgileri ayırt etme ve siber zorbalık gibi risklere karşı önlem alma becerilerini geliştirdiği vurgulanmaktadır (Utma, 2020: 1021; Hughes ve Hans, 2001: 776; Tuncay vd., 2023: 192; Çeçen vd., 2023: 82).

Bunun yanı sıra, ebeveynlerin sosyal medya kullanım politikalarını birlikte belirlemesi, ortak aile etkinlikleri düzenleyerek çevrim içi ve çevrim dışı yaşam arasında bir denge kurması, aile üyelerinin iletişim bağlarını güçlendirmekte ve dijital ortamların yarattığı ayrışmayı minimize etmektedir. Böyle bir yaklaşım, dijital dünyanın sunduğu fırsatlardan yararlanırken, olası zararların bilincinde olarak teknoloji kullanımını aile bütünlüğünü destekleyecek biçimde konumlandırmayı mümkün kılmaktadır. Bu çerçevede, dijital medya kullanımının aile içi dinamikler üzerindeki rolüne yönelik farkındalığın artırılması, hem araştırmacılar hem de ebeveynler, eğitimciler ve politika yapıcılar için temel bir gereklilik haline gelmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, F. ve Çalışır, G. (2019). Kamu kurumlarında sosyal medya kullanımı: Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü örneği. *Alınları Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 43-65.
- Aktaş, M. ve Çopur, Z. (2018). Sosyal medya kullanımının eşler arasındaki strese etkisi. *International Journal of Education Technology and Scientific Researches*, (6), 142-153.
- Apaydın, H. (2001). Aile içi iletişimin çocuğun dinsel gelişimine etkisi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(12-13), 319-337.
- Aprianto, R., Famalika, A., Idayati, I. ve Hikam, I. N. (2024). Examining influencers role in TikTok shop's promotional strategies and consumer purchases. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 6(1), 13-28.
- Aprilia, R. (2023). Digital culture and individuals: (Analysis of the influence of digital culture on individuals). *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 76-85.
- Arabacı, N. (2011). Anne-baba-çocuk iletişimini değerlendirme aracının (ABÇİ) geliştirilmesi ve anne-baba-çocuk iletişiminin bazı değişkenler açısından incelenmesi. Yayımlanmamış doktora tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Arugute, N., Calvo, E. ve Ventura, T. (2023). Network activated frames: Content sharing and perceived polarization in social media. *Journal of Communication*, 73(1), 14-24.
- Aslan, N. ve Cansever, B. A. (2012). Ergenlerin boş zaman değerlendirme algısı. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(42), 23-35.
- Ayan, B. (2016). *Sosyal ağlar tarihi*. İstanbul: Abaküs Kitap.
- Baran, A. G. (2004). Türkiye'de aile içi iletişim ve ilişkiler üzerine bir model denemesi. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (Hüta)*, (1), 31-42.
- Batıgün, A. D. ve Kılıç, N. (2011). İnternet bağımlılığı ile kişilik özellikleri, sosyal destek, psikolojik belirtiler ve bazı sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkiler. *Turkish Journal of Psychology/Türk Psikoloji Dergisi*, 26(67), 1-10.
- Bayraktutan, F. (2005). Aile içi ilişkiler açısından internet kullanımı. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Bohnert, M. ve Gracia, P. (2021). Emerging digital generations? Impacts of child digital use on mental and socioemotional well-being across two cohorts in Ireland, 2007–2018. *Child Indicators Research*, 14, 629-659.

- Campbell, R. (1991). *Çocuk sevgiyle büyür* (M. Gaspıralı, Çev.). İstanbul: Altın Kitaplar.
- Canöz, N. (2016). İletişim fakültesi öğrencilerinin kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *SUTAD*, 39, 423-441.
- Cansever, A. B. (2013). Ergenlerin internet kullanımının toplumsal ilişkilerinde yarattığı sorunlar. *İnternet Bağımlılığı*, 193-210.
- Cardenal, A. S., Aguilar-Paredes, C., Cristancho, C. ve Majo-Vazquez, S. (2019). Echo-chambers in online news consumption: Evidence from survey and navigation data in Spain. *European Journal of Communication*, 34(4), 360-376.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*.
- Chatfield, T. (2013). *Dijital çağa nasıl uyum sağlarız* (L. Konca, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W. ve Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118.
- Constantinides, E. ve Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9, 231-244.
- Content, A. (2015). Children and digital media. *Handbook of Child Psychology and Developmental Science, Ecological Settings and Processes*, 4, 375.
- Coşkun, O. (2022). Arama motorlarında öneri algoritması ve filtre balonu etkisi: ‘Google Haberler’ sekmesi örneği. *Etkileşim*, (10), 208-234.
- Çakmak, V. ve Koçyiğit, M. (2017). Aksaray Sosyal Bilimler MYO örneği üzerinden aile içindeki iletişim kalıplarının incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 118-130.
- Çalışır, G. (2015). A compilation of researches on media and violence. *International Journal of Sport Culture and Science*, 3(4), 156-166.
- Çalışır, G. (2015). Kişilerarası iletişimde kullanılan bir araç olarak sosyal medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Humanities Sciences*, 10(3), 115-144.
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Çalışkan, N. ve Aslander, M. (2014). Aile içi iletişim ve siber yaşam: Teorik bir çözümleme. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(2), 263-277.
- Çalkap, M. (2022). Çocukların meslek hayali değişti: Yavrumuz YouTuber olacak. *Hürriyet*.

- <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/cocuklarin-meslek-hayali-degisti-yavrumuz-olacak-youtuber-42138123> adresinden erişildi.
- Çeçen, A. F., Çokluk, N., Bostancı, M. ve Atmaca, S. (2023). Aile kurumuna dijital bir yaklaşım: Dijital aile sözleşmesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 66-84.
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Turkey*. 1 Aralık 2024 tarihinde https://datareportal.com/?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2024&utm_term=Turkey&utm_content=Home_Page_Link adresinden erişildi.
- Del Vicario, M., Vivaldo, G., Bessi, A., Zollo, F., Scala, A., Caldarelli, G. ve Quattrociocchi, W. (2016). Echo chambers: Emotional contagion and group polarization on Facebook. *Scientific Reports*, 6(1), 37825.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrenciler üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, (27), 27-50.
- Demircioğlu, H., Tezel, F. ve Günindi, Y. (2011). Ana babaların görüşlerine göre aile işlevleri. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 93–104.
- Dilber, F. (2019). Aile içi iletişimde sosyal medya: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Adıyaman Üniversitesi Dergisi*, (33), 334-381.
- Dönmezer, İ. (1999). *Ailede iletişim ve etkileşim*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Elitaş, S. K. (2020). Sosyal medyanın toplumsal dönüştürücülüğü: Sosyal medya kullanan ergenlerin aile içi iletişim süreçlerine katılım düzeyleri üzerine nicel bir araştırma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(30), 2616-2632.
- Erol, V. (2022). Sosyal medyanın Türk aile yapısına etkisi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 1127-1139.
- Güçdemir, Y. (2012). *Sanal ortamlarda iletişim, bir halkla ilişkiler perspektifi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), 105-120.
- Güngör, N. ve Aydın, D. (2011). *İletişim*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güven, F. (2019). Medya kahramanı ile kurulan parasosyal etkileşim bağlamında kültür ve sürdürülebilirlik. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 12(28), 956-969.
- Hacıfendioğlu, Ş. (2010). Sosyal paylaşım sitelerinde üye bağlılığı üzerine bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (20), 56-71.

- Hapsari, A. Y., Sukandi, P., Dalimunthe, G. P., Lisdayanti, A., Sumadhinata, Y. E. ve Nilasari, I. (2024). The impact of social media influencers on consumer behavior: A comparative analysis of generation Z and millennials life style. *International Journal of Humanities Education and Social Sciences*, 3(5), 2559-2563.
- Hazar, Ç. M., Cengiz, M. F. ve Avcı, Ö. (2023). Sosyal medyada ideolojik ve siyasi kutuplaşma üzerine nicel bir araştırma. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 8(2), 121-144.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Herman, L. (1997). Goodenough fairy tales for resolving sexual abuse trauma. *The Arts in Psychotherapy*, 24(5), 439-445.
- Herrman, J. (2019). How TikTok is rewriting the world. *The New York Times*, 10, 412586765-1586369711.
- Hong, S. ve Kim, S. H. (2016). Political polarization on Twitter: Implications for the use of social media in digital governments. *Government Information Quarterly*, 33(4), 777-782.
- Hughes, R. ve Hans, J. D. (2001). Computers, the internet, and families - A review of the role new technology plays in family life. *Journal of Family Issues*, 22(6), 776-790.
- Ibrahimova, P. (2023). The role of social media in the process of development of the socio-political structure of Turkish society and Azerbaijani-Turkish relations. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 6(1), 58-69.
- Isyanto, P., Sapitri, R. G. ve Sinaga, O. (2020). Micro influencers marketing and brand image to purchase intention of cosmetic products Focallure. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 601-605.
- Kaiser, J., Vaccari, C. ve Chadwick, A. (2022). Partisan blocking: Biased responses to shared misinformation contribute to network polarization on social media. *Journal of Communication*, 72(2), 214-240.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karakaya, K. (2020). Kitlemel kullanım açısından emojilerin iletişime etkisi. Yayınlanmış yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Karan, G. (2006). *Anne babalar için internet rehberi*. İstanbul: Epsilon.
- Karcı, A. ve Boy, O. (2011). Sosyal ağların web madenciliği teknikleri ile ortak atıf analizi benzerlik tahmini. *Elektrik Elektronik ve Bilgisayar Sempozyumu*, Elazığ, 154-161.

- Keskin, A. (2020). Parasosyal etkileşim açısından K-Pop fanlığı: Army hayran kültürü üzerinde bir inceleme. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 25-38.
- Kırık, A. M. (2014). Aile ve çocuk ilişkisinde internetin yeri: Nitel bir araştırma. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi/Journal of Research in Education and Teaching*, 3(1), 337-347.
- Kırlioğlu, M., Kayaalp, A. ve Arslan, S. (2023). Güncel bir sorun olarak çocuklarda ekran bağımlılığı ve ebeveyn tutumları. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 118-131.
- Kitchens, B., Johnson, S. L. ve Gray, P. (2020). Understanding echo chambers and filter bubbles: The impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption. *MIS Quarterly*, 44(4), 1619-1649.
- Koerner, A. F. ve Fitzpatrick, M. A. (2002). Toward a theory of family communication. *Communication Theory*, 12(1), 70-91.
- Kurşun, A. ve Görgün, C. T. (2022). "Influencer": Sosyal medya etkileyicileri sağlık davranışını etkiler mi? *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(1), 211-225.
- Laoebela, B. A., Bunga, G. A., Mayasari, N. ve Sagena, U. (2023). Impact of internet culture on Indonesian values and moral decision making. *Journal of Digital Law and Policy*, 2(2), 53-62.
- Laxmi, C. (2023). Impact of children using technology and social media. *Rest Journal on Banking, Accounting and Business*, 2(2), 69-71.
- Ledwich, M. ve Zaitsev, A. (2019). Algorithmic extremism: Examining YouTube's rabbit hole of radicalization. *ArXiv Preprint ArXiv:1912.11211*.
- Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C. ve Wolff, S. (2009). A brief history of the internet. *ACM SIGCOMM Computer Communication Review*, 39(5), 22-31.
- Malone, Y. (2002). Social cognitive theory and choice theory: A compatibility analysis. *International Journal of Reality Therapy*, 22(1), 10-13.
- Melnik, A. (2021). Зміни у цифрових комунікаціях в Україні у період появи соціальних мереж.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in public health*, 9, 641673.
- Nain, H. (2021). Emergence of children as influencers in family consumption decisions- A resource theory approach. *South Asian Journal of Marketing*, 2(2), 130-147.

- Nguyen, C. T. (2020). Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme*, 17(2), 141-161.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175-220.
- Okumuş, V. ve Parlar, H. (2018). Çocukların sosyal medya kullanım amaçları ve ebeveyn tutumları. *Istanbul Commerce University Journal of Social Sciences/İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(33), 357-368.
- Öcel, N. (2002). *İletişim ve çocuk: iletişim ortamlarında çocuk reklam ve etkileşimi*. İstanbul Üniversitesi.
- Özmen, Ş. (2009). *Ağ teknolojisinde yeni ticaret yolu: E-Ticaret*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Pankalla, O. ve Pankalla, A. (2023). Dysfunctions of family communication as an object of incrimination under the criminal code. *Kwartalnik Naukowy Fides Et Ratio*, 54(2), 58-64.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin UK.
- Postman, N. (1995). *Çocukluğun yok oluşu (The disappearance of childhood)* (K. İnal, Çev.). Ankara: İmge. (Orijinal yayın yılı 1982)
- Ren, W. (2023). The influence of screen media usage on child social development: A systematic review. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 8, 2110-2117.
- Reuters Institute Digital News Report (2018). Proportion who say they were exposed to completely made-up news in the last week. 14 Haziran 2024 tarihinde <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf> adresinden erişildi.
- Reuters Institute Digital News Report (2022). Turkey. 14 Haziran 2024 tarihinde <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/digitalnews-report2022.pdf> adresinden erişildi.
- Rodopman-Arman, A., Bereket, A. ve Ateş, E. (2011). *Kim korkar ergenlikten (gençler ve anne babalar için ergenlikle başa çıkma rehberi)*. İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.
- Rubin, A. M. (2002). The uses and gratifications perspective of media effects. *Media effects: Advances in theory and research*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Saleem, Z. (2022). Impact of Instagram fashion influencers on consumer buying behavior. *Mairaj*, 1(2), 24-32.
- Santacruz, S. B., Salazar, M. L. ve Cueva, V. S. (2019). La comunicación en la sociedad red. Perspectivas desde la familia. *La Familia en el Contexto Social*, 153-163.

- Saputra, M. ve Al Siddiq, I. H. (2020). Social media and digital citizenship: The urgency of digital literacy in the middle of a disrupted society era. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 15(7), 156.
- Sarr, M. G. ve Behrns, K. E. (2019). Potential benefit and harm of social media and predatory publishing: A commentary on “Antibiotic-treated acute appendicitis-Reception in social media”. *Langenbeck's Archives of Surgery*, 404(3), 351-352.
- Schneck, P. ve Kley, A. (2012). Looking backward: Media history from the perspective of Facebook. *Audiences, Networks, Performances. Studies in US-American Media History (Phin-Philologie im Netz. Beiheft)*.
- Semerci, M., Bayram, M. N. ve Koçak, O. (2023). Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde yalnızlığın aracı rolü. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, 4(3), 273-288.
- Smith, K. (2019). 53 incredible Facebook statistics and facts. 01 Mart 2024 tarihinde <https://www.brandwatch.com/blog/facebook-statistics/> adresinden erişildi.
- Söylemez, N. H. (2023). An investigation of processes of children's digital technologies usage from the perspective of digital age parents. *Selçuk Üniversitesi Dergisi*, (50), 63-77.
- Sriandila, R. ve Suryana, D. (2023). Exploring the impact of digital devices on social development in young children. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 15(2), 2230-2239.
- Srivathsan, S., Cranefield, S. ve Pitt, J. (2021, May). A Bayesian model of information cascades. *International Workshop on Coordination, Organizations, Institutions, Norms, and Ethics for Governance of Multi-Agent Systems* içinde (ss. 97-110). Cham: Springer International Publishing.
- Tanyeri, E. ve Toprak, H. (2020). Nüfuz pazarlaması (influencer marketing) ve satın alma davranışı ilişkisi: Sosyal ağ kullanıcıları üzerinden bir araştırma. *Opus International Journal of Society Researches*, 16(31), 4265-4288.
- Taprial, V. ve Kanwar, P. (2012). *Understanding social media*. Bookboon.
- Taştan, S. (2020). Sosyal medya üzerinde benlik inşası: Instagram örneğinde bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Medya ve İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1, 138-159.
- Tezel, A. (2011). Aile içi iletişim. *Journal of Human Sciences*, 8(1), 1-6.
- Tokuç, H. ve Duyan, V. (2021). Sosyal medya, aile ve çocuk etkileşiminin çocuk hakları bağlamında incelenmesi. *Disiplinlerarası Çocuk Hakları Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 46-66.

- Törnberg, P., Andersson, C., Lindgren, K. ve Banisch, S. (2021). Modeling the emergence of affective polarization in the social media society. *PLOS ONE*, 16(10), e0258259.
- Tuncay, P. Y., Eren Bozdoğan, K. ve Bozdoğan, E. (2023). Ergenlerde dijital oyun bağımlılığı ve aile içi iletişim arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 177-195.
- Tufekci, Z. (2018). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven: Yale University Press.
- Türkiye Ergen Profili Araştırması Tapa (2013). 09 Nisan 2024 tarihinde <https://www.aile.gov.tr/media/50221/tepa2013-teksf.pdf> adresinden erişildi.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2020). Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması. 07 Nisan 2024 tarihinde [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-KullanimArastirmasi-2019-30574](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-KullanimArastirmasi-2019-30574) adresinden erişildi.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-559.
- Uçar, C. (2012). Sosyal paylaşım ağlarının önemi ve insan üzerindeki etkileri. (Yüksek lisans projesi). Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ulusal, D. ve Özgen, N. (2023). Dijital platform içeriklerinde sunulan farklı cinsel yönelimlerin gençler üzerindeki etkisi: Netflix örneği. *Yeni Medya*, (14), 142-154.
- Ulusoy, A. ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28(1), 559-572.
- Utma, S. (2020). Aile kurumunun dönüşümünde sosyal medyanın etkisi: Aile içi iletişimin dijitalleşmesi. *The Journal of International Social Research*, 13(71), 1-8.
- Van Bavel, J. J., Rathje, S., Harris, E., Robertson, C. ve Sternisko, A. (2021). How social media shapes polarization. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(11), 913-916.
- Varnalı, K. (2013). *Dijital tutulma, pazarlama iletişimi ve insan* (2. bs.). İstanbul: MediaCat.
- Viana, L. B. D. O. P., Do Egypto, I. A. S. ve De Sousa, M. N. A. (2022). Impacts of increased time of exposure to digital screens in childhood during the COVID-19 pandemic. *Revista CES Salud Pública y Epidemiología*, 1(2), 99-114.
- Villegas, A. (2013). The influence of technology on family dynamics. *Proceedings of The New York State Communication Association*, 2012, 1-17.
- Vural, İ., Tuna, Y., Birsen, Ö., Erzurum, F., Küçük, M. ve Çolak, F. Ü. (2012). *İletişim*. Ankara: Pegem Akademi.

- Warner, B. R., Horstman, H. K. ve Kearney, C. C. (2020). Reducing political polarization through narrative writing. *Journal of Applied Communication Research*, 48(4), 459-477.
- Yalçın, M. ve Yalçın, M. (2018). Sosyal medya kullanımı ve aile içi iletişim ilişkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *The Journal*, 11(57), 738-743.
- Yaman, N. S. ve Ertürk, Y. D. (t.y.). Kişilerarası iletişimin temeli aile içi iletişim dengeleri: “COVID-19 sürecinde lise giriş sınavına hazırlanan ortaokul son sınıf öğrencilerinin aileleriyle yaşadıkları iletişim örüntüleri ve çatışmaları üzerine bir inceleme”.
- Yang, X. S. (2018). Social algorithms. *ArXiv Preprint ArXiv:1805.05855*.
- Yasa, Y. A., Kuş, A. S. ve Sayan, N. (2022). Yeni tüketiciler olarak dijital yerliler: Z kuşağında rol modelin davranışsal niyete etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 18(3), 929-955.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (Genişletilmiş 9. bs.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, M. (2017). İletişim sürecinde sosyal medya ve sosyal sermaye. *The Journal of Social Science*, 1(2), 71-82.
- Yılmaz, D. ve Güney, R. (2021). Medyanın çocuklar üzerindeki etkileri ve kullanımına ilişkin öneriler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 14(4), 486-494.
- Yılmaz, N. (2013). Aile içi iletişim ve sağlıklı iletişim önerileri. 10 Ağustos 2024 tarihinde <https://sksdb.hacettepe.edu.tr/files/saglik/Aile%20ici%20iletisim%20ve%20saglikli%20iletisim%20onerileri.doc> adresinden erişildi.
- Yüksel, M. Y., Çini, A. ve Yasak, B. (2020). Genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve yaşam doyumunun incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (40), 66-85.

EKLER

Ek 1. Tezde Kullanılan Görüşme Soruları

- 1) Aile içi iletişimde sosyal medyanın rolü hakkında düşünceleriniz nelerdir?
- 2) Teknolojik gelişmelerin aile ilişkileri ve dinamikleri üzerindeki değişimleri hakkında görüşleriniz nelerdir?
- 3) Sosyal medyada influencerlar tarafından sunulan içeriklerin, çocukların aile içi iletişimde anne ve babalarına karşı tutum ve davranışları üzerindeki rolü hakkında ne düşünüyorsunuz? Nedenini açıklayınız?
- 4) Çocukların çevrim içi etkinliklerinde yoğun şekilde maruz kaldıkları influencer içeriklerinin ailedeki iletişim kalitesi üzerindeki rolü nelerdir?
- 5) Çocukların sosyal medya kullanım alışkanlıklarında takip ettikleri influencerların aile bağları üzerindeki rolü nelerdir?
- 6) Sosyal medyada influencerlar tarafından sunulan içeriklerin aile içi etkileşimlerde kutuplaşma üzerindeki rolü açıklayınız?
- 7) Dijital kutuplaşmanın aile içi dinamikler üzerindeki rolü hakkında düşünceleriniz nelerdir?

Gönüllü Katılım Formu

Sayın katılımcı,

Bu çalışma, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR'ın danışmanlığında Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğrencisi Afgan RASULOV tarafından yürütülmektedir. Çalışmanın başlığı, **İnternet Çağında Aile İçi İletişim: Influencerlar ve Dijital Kutuplaşma Üzerine Bir Araştırma'dır**. Çalışma; dijital teknoloji konusunda farkındalığı olan Influencerların bu teknolojilerin farkında olan ancak bu teknolojiler konusunda yeterli eğitimi olmayan anne-baba ve çocuklar arasındaki kutuplaşma konusunda düşüncelerini derleyip, kutuplaşmanın teknoloji kullanımı ile ilişkili olup olmadığını anlamayı hedeflemektedir. Katılacağınız çalışmada görüşme süresince tarafınıza yöneltilecek sorular, araştırmanın gerektirdiği bir düzendedir. Bu araştırmanın “tutarlı-tutarsız” yanıtlarını bulmak, “bir açığınızı yakalamak” veya benzeri bir başka amacı bulunmamaktadır. Dolayısıyla, araştırmamızın sağlıklı ve geçerli bilimsel bilgi üretebilmesi için sizden sadece görüşme sırasında sorulara samimi ve kendinizi en gerçekçi şekilde tanımlayacak cevaplar vermeniz beklenmektedir.

Çalışmaya katılım, tamamıyla gönüllülük temeline dayanmaktadır. Cevaplarınızın analizi için görüşme sırasında ses kaydınız alınacak ve tez çalışmasına aktarıldıktan sonra silinecektir. Cevaplarınız sadece bilimsel bilgi üretmekte kullanılacaktır.

Çalışma boyunca yanıtlayacağınız görüşme soruları, çalışmanın amacına hizmet edecek şekilde seçilmiş ve genel olarak kişisel rahatsızlık vermeyeceği öngörülen soruları içermektedir. Ancak, çalışma sırasında sorulardan ya da herhangi başka bir nedenden ötürü kendinizi rahatsız hissederseniz, araştırmayı yarıda bırakmakta serbestsiniz. Bunun için herhangi bir hak kaybına uğramayacaksınız. Böyle bir durumda uygulayıcıya araştırmadan çekilmek istediğinizi söylemeniz yeterlidir. Bu çalışmaya katıldığınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman yarıda kesip çıkabileceğimi biliyorum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı kullanılmasını kabul ediyorum

Ad, Soyad

İmza

Tarih

.../.../2024

FORMU DOLDURUP İMZALADIKTAN SONRA TESLİM EDİNİZ.

ETİK KURUL KARARI



T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU

Sayı : E-95674917-108.99-223062

Konu : Etik Kurul Onay

Sayın Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR

"İTERNET ÇAĞINDA AİLE İÇİ İLETİŞİM: INFLUENCERLAR VE DİJİTAL KUTUPLAŞMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA" konulu etik kurul başvurunuz; Gümüşhane Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 13/12/2023 tarih ve 2023/6 sayılı toplantısında görüşülmüş olup; projenin yürütüldüğü mevzuata uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.
Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Günay ÇAKIR
Kurul Başkanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : 0062-P7DG-0IU6

Belge Doğrulama Adresi : <https://ebyssorgu.gumushane.edu.tr/>

Adres:
Telefon No : Fax No :
e-Posta : <http://www.gumushane.edu.tr/>
Kep Adresi : gumushaneuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi İçin : Özge GÖKAY
Memur
Dahili No:



ÖZGEÇMİŞ

Afgan Rasulov, lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi İletişim Tasarımı ve Yönetimi bölümünde tamamlamış; bu süreçte iletişim stratejileri ve tasarım alanlarında derinlemesine bilgi edinmiştir. Ardından, yine Anadolu Üniversitesi'nde İletişim Bilimleri Fakültesi Görsel İletişim Sanatları alanında tezsiz yüksek lisans yaparak görsel iletişim ve tasarım konularında uzmanlaşmıştır. Ayrıca, dijital strateji ve pazarlama alanlarında geniş deneyim kazanmıştır.

Temmuz 2014'te AzInTelecom LLC bünyesinde Dijital Stratejist olarak göreve başlayan Rasulov, burada 1 yıl 7 ay çalışmıştır. Şubat 2016'da BuzzMyVideos şirketinde YouTube Büyüme Uzmanı olarak göreve başlayan Afgan, 5 yıl 6 ay boyunca YouTube içerik üreticileri ve markalar için büyüme stratejilerinin geliştirilmesine katkıda bulunmuştur.

Aynı dönemde, Şubat 2018'de Udemy platformunda Kurs Eğitmeni olarak görev alarak 17 eğitim seti hazırlamıştır. Hâlen bu pozisyonda dijital pazarlama, YouTube stratejileri ve yapay zeka ile içerik üretimi konularında eğitim vermektedir.

Eylül 2021 itibarıyla Acunmedya Akademi'de Dijital Pazarlama Direktörü olarak göreve başlayan Rasulov, bu kurumda aynı zamanda Yapay Zeka ile Dijital İçerik Üretimi eğitimi vermektedir. Bu görev kapsamında dijital pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasından sorumludur.

Afgan Rasulov, C2 seviyesinde İngilizce bilmekte ve dijital strateji, içerik üretimi ile pazarlama alanlarında derinlemesine bilgi ve deneyime sahiptir.