

T.C
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

MEDYADAKİ TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN
Z VE ALFA KUŞAKLARI ÜZERİNDEKİ
YANSIMALARININ
AİLE İÇİ İLİŞKİLER BAĞLAMINDA ANALİZİ

MELTEM GÜZEL

2502170281

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. ERGÜN YOLCU

İstanbul-2021

T.C
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

MEDYADAKİ TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN
Z VE ALFA KUŞAKLARI ÜZERİNDEKİ
YANSIMALARININ
AİLE İÇİ İLİŞKİLER BAĞLAMINDA ANALİZİ

MELTEM GÜZEL

2502170281

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. ERGÜN YOLCU

İstanbul-2021

ÖZ

MEDYADAKİ TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN Z VE ALFA KUŞAKLARI ÜZERİNDEKİ YANSIMALARININ AİLE İÇİ İLİŞKİLER BAĞLAMINDA ANALİZİ

MELTEM GÜZEL

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, günümüzde pek çok alanda insan hayatını kolaylaştırmanın yanında, bireylerin serbest zamanlarında kapladığı dilimin giderek artması nedeniyle, insan ilişkilerini ve aile içi ilişkileri etkilemektedir.

Teknoloji ve buna bağlı olarak iletişim biçimlerinin bu denli farklılaştığı günümüzde, kuşaklar arasında da iletişim ve iletişime dayalı girişimler ciddi farklılıklar göstermeye başlamaktadır.

Tüm bu etkenler bir araya geldiğinde, içinde farklı kuşakları barındıran toplumun en küçük yapı birimi aile öncelikli olarak yaşanan bu değişimlerden etkilenmektedir.

Bu çalışmada, bu bağlamda, kuşak teorileri içinde yer alan ve dijital yerliler olarak kabul edilen Z ve Alfa Kuşakları ile onların aile ilişkileri üzerinde durulmaktadır.

Araştırmada hem bu iki kuşağı daha iyi tanıyabilme, hem de Z Kuşağından Alfa Kuşağına kadar olan kısa süreli dönemde iletişim ve medya kullanma biçimleri üzerindeki değişimlerini ortaya koyabilme amaçlanmaktadır.

Bu nedenle, nitel araştırma ile gerçekleştirilen bu çalışmada, derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak, Z ve Alfa Kuşaklarının her ikisinden de en az birer tane çocukları olan ebeveynlerle görüşülmüştür. Yapılan görüşmede sorulan sorularla, teknolojik gelişmelerin aile içi ilişkileri ve ailenin serbest zamanını nasıl etkilediği, Alfa ve Z Kuşağında yer alan çocukların genel özellikleri, aile ilişkileri ve teknoloji tabanlı cihazları kullanım alışkanlıklarıyla ilgili temel bilgilere ulaşılmıştır.

Özellikle de Z ve Alfa Kuşağı çocukların, 2-7 arası dönemlerinde, yukarıda bahsedilen noktalardaki farklılıkları ortaya çıkarılarak, Alfa Kuşağının gençlik dönemlerinde bu değişimlerin hangi yönde ilerleyerek nasıl bir dönüşüm yaşanacağı konusuna ışık tutulmaya çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aile İçi İlişkiler, Serbest Zaman, Z Kuşağı, Alfa Kuşağı, Kuşak Teorileri, Dijital Yerliler, Medya Teknolojileri

ABSTRACT

THE IMPLICATIONS OF THE TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS IN THE MEDIA UPON THE Z AND ALPHA GENERATIONS. AN ANALYSIS IN THE CONTEXT OF INTERFAMILY RELATIONSHIPS

MELTEM GÜZEL

Progress in communication technologies not only facilitates human life in many areas, it also increases the amount of leisure time and affects human relations and family relations.

In today's world, technology and therefore the variety of communication forms are differentiating. As a result, serious differences are beginning to emerge in the communication between generations and communication initiatives.

Family, which is the smallest building block of society and includes different generations, is affected by these changes when all these factors come together.

This work focuses on the family relations of Z and Alpha Generations, who are considered digital generations in generation theories.

The aim of this study is to better understand these two generations and to reveal the changes in communication and media usage styles in the short term from Generation Z to Alpha. For this reason, in this qualitative study, parents who have at least one child from both the Z and Alpha Generations were interviewed using the in-depth interview technique. With the questions asked in the interview, basic information was gathered on items such as how technological developments affect family relations, family leisure time, family relationships, habits of technology-based device usage, as well as the general characteristics of the children in the Alpha and Z Generations.

The differences in the above-mentioned items, especially in the 2-7 age category of the Z and Alpha Generation children, will be revealed. As such, the developments during the childhood of the Alpha Generation will be investigated to shed a light on future developments.

Keywords: Family Relationships, Leisure Time, Generation Z, Generation Alpha, Generation Theories, Digital Natives, Media Technologies.

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, bu konuyu seçme nedenim, tarihsel süreç içerisinde özellikle de iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişmelerle birlikte aile kurumunun nasıl bir değişim sergilediğini özellikle de Z ve Alfa Kuşağı üzerinden ele almaktır. Günümüz çekirdek ailelerinin önemli bir bölümünün çocuklarını Z ve Alfa Kuşakları oluşturduğundan ve bu kuşakların teknolojik yerliler olarak kabul edilmelerinden dolayı, çalışmamı Z ve Alfa Kuşağı üzerinde yoğunlaştırdım.

Önümüzdeki yakın gelecekte önemli bir bölümü iş hayatına girecek olan Z Kuşağını, onların isteklerini, aile ilişkilerini daha yakından tanıyabilmenin; Z Kuşağının arkasından gelen Alfa Kuşağının, aralarında kısa bir dönem farkı bulunan Z Kuşağından ne denli farklı olduğunu ortaya koymanın günümüz aile ilişkilerini anlamak açısından ve her iki kuşağı daha iyi anlayabilmek adına gerekli olduğu düşüncesiyle konuyu araştırmaya başladım. Bu araştırmalar sırasında konuyla ilgili yapılan çalışmaların sınırlılığını fark ederek çalışmanın ana noktasını bu doğrultuda yapılandırdım.

Bu çalışmanın amacı, iki kuşağın iletişim kurma, iletişime geçme konusundaki farklılıklarını ortaya koyarak son iki kuşak olarak kabul edilen Z ve Alfa Kuşaklarının diğer kuşaklardan ne denli farklı olduklarını gösterebilmektir.

Tez yazım süresince yardımlarını benden esirgemeyen tez danışmanım Prof. Dr. Ergün Yolcu'ya; yöntemle ilgili bilgilerini benimle paylaşan Prof. Dr. Ayşen Gül Akkor'a; tüm tez yazım sürecim boyunca yanımda olup, içeriği oluşturmamda ve doğru yolda ilerlemem konusunda yardımcı olan Prof Dr. Filiz Aydoğan Boschele'ye teşekkür ederim.

Bu yola çıkmamda ve ilerlememde desteğini, ilgisini ve gücünü her zaman hissettiren ikinci tez danışmanım Prof. Dr. Erdoğan Köse'ye teşekkürü bir borç bilirim.

Çalışma süresince ve yaşamım boyunca bana destek olan ailem, anneme, babama, kardeşlerime, İlteriş Çatalbaş'a; teknik alt yapı anlamında her zaman yardımcı olan değerli arkadaşım Barış Tekin'e, bu süreç boyunca benimle yakından ilgilenip en içten duygularıyla yanımda yer alan Damla Akar'a, yakın arkadaşlarıma, tüm süreci birlikte yürütüp birbirimizden desteğimizi hiçbir zaman esirgemediğimiz doktora arkadaşlarıma sabırlarından dolayı teşekkür ederim.

İstanbul-2021

Meltem Güzel

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT	iii
ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TARİHSEL BAĞLAMDA İLETİŞİM VE TEKNOLOJİ

1.1. Sözlü İletişim Çağı	5
1.2. Yazılı İletişim Çağı ve Matbaanın İcadı.....	10
1.3. Televizyon Çağı ve İletişim	20
1.3.1. Televizyonun İcadı ve Tarihsel Gelişim Süreci	20
1.3.2. Televizyonun Birey ve Toplum Üzerinde Yarattığı Değişimler	25
1.4. İnternetin İcadı ve İnternet Teknolojileri Dönemi.....	34
1.4.1. İnternet ve Tarihsel Gelişim Süreci.....	34
1.5. Yeni Medya Çağı.....	43
1.6. İnternet Teknolojisi, Yeni Medya ve Yaşanan Toplumsal Dönüşümler	53
1.7. Sosyal Medya	63

İKİNCİ BÖLÜM

AİLE İÇİ İLETİŞİMİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEDYA KULLANIMI

2.1. Aile Kavramı ve Özellikleri	84
2.2. Modernleşme Öncesi Dönemde Aile ve Medya.....	88
2.2.1. Modernleşme Öncesi Dönem	88
2.2.2. Dönemin Aile yapısı	91
2.2.3. Dönemin Medya ve Serbest Zaman Etkinlikleri.....	98
2.3. Modern Dönemde Aile ve Medya	104
2.3.1. Modern Dönem	104
2.3.2. Dönemin Aile Yapısı	121
2.3.3. Dönemin Medya ve Serbest Zaman Etkinlikleri.....	131
2.3. Post-Modern Dönemde Aile ve Medya	141
2.3.1. Post-Modern Dönem.....	141
2.3.2. Dönemin Aile Yapısı	156

2.3.3. Dönemin Medya ve Serbest Zaman Etkinlikleri.....	163

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE AİLENİN GELİŞİMİ VE KUŞAKLARA GÖRE AİLE İÇİ İLİŞKİLER

3. 1. Türkiye’de Aile ve Ailenin Gelişimi.....	174
3.1.1. Cumhuriyet Öncesi Dönemde Aile İçi İlişkiler	174
3.1.2. Cumhuriyet Döneminde Aile İçi İlişkiler	189
3.1.3. Günümüzde (1980 Sonrası) Aile İçi İlişkiler.....	196
3.2. Kuşak Teorisi ve Kuşaklar	207
3.2.1. Kuşak Kavramı ve Kuşak Teorilerine Genel Bakış.....	207
3.2.2. Kuşak Sınıflandırmaları	215
3.2.2.1. Sessiz (Geleneksel) Kuşak (The Silent Generation)	215
3.2.2.2. Büyük Bebek Patlaması Kuşağı (The Baby Boomers Generation - BBG)	218
3.2.2.3. X Kuşağı	223
3.2.2.4. Y Kuşağı	231
3.2.2.5. Z Kuşağı	244
3.2.2.6. Alfa Kuşağı	260

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Z VE ALFA KUŞAKLARININ AİLE İÇİ İLİŞKİLERİNDE İLETİŞİM BİÇİMLERİ VE MEDYA TERCİHLERİ

4.1.Amaç ve Yöntem.....	270
4.1.1. Amaç	270
4.1.2. Yöntem.....	271
4.2. Araştırmanın Bulguları	275
4.2.1. Nicel Bulgular	275
4.2.2. Nitel Bulgular.....	284
4.2.2.1. Aile Kavramıyla İlgili Genel Görüşler	284
4.2.2.2. Aile İle Birlikte Geçirilen Serbest Zaman ve Medya Teknolojilerinin Bu Zaman Üzerindeki Etkileri Üzerine Görüşler.....	293
4.2.2.3. Alfa Kuşağında Yer Alan Çocukların Serbest Zaman Etkinlikleri, Medya Teknolojilerini Kullanımı ve Aile İlişkileri Bağlamında Değerlendirilmesi	307

4.2.2.4. Z Kuşagında Yer Alan Çocukların Serbest Zaman Etkinlikleri, Medya Teknolojilerini Kullanımı ve Aile İlişkileri Bağlamında Değerlendirilmesi.....	322
4.2.2.5. Alfa ve Z Kuşagı Çocukların Serbest Zaman Etkinlikleri, Medya Kullanımı ve Aile İçi İlişkiler Bağlamında Karşılaştırılması	335
SONUÇ.....	351
KAYNAKÇA	366
EKLER.....	421
ÖZGEÇMİŞ.....	422



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Görüşmeye Katılan Ebeveynlerin Yaş Ortalamaları	274
Tablo 2: Görüşmeye Katılan Ebeveynlerin Eğitim Durumları	275
Tablo 3: Görüşmeye Katılan Ebeveynlerin Aylık Ortalama Gelirleri	275
Tablo 4: Görüşmeye Katılan Ebeveynlerin Çalışma Durumları	276
Tablo 5: Görüşmeye Katılan Ailelerin İlk Sıralarında Yer Alan Medya Teknolojileri	276
Tablo 6: Katılımcılar İçin Aile Kavramının Anlamı	276
Tablo 7: Katılımcıların Aile İç İletişim Açısından Kendi Aileleri ve Çocukluklarını Geçirdikleri Aileyi Karşılaştırmaları.....	277
Tablo 8: Katılımcıların Medya Teknolojilerinin Aile İç İletişimi Nasıl etkilediği Yöündeki Görüşleri	278
Tablo 9: Katılımcıların Aileyle Birlikte Geçirilen Serbest Zamanın Önemiyle İlgili Görüşleri	278
Tablo 10: Katılımcıların Aileyle Birlikte Geçirilen Serbest Zamanın Yeterliliğiyle İlgili Görüşleri	279
Tablo 11: Katılımcıların Aileyle Birlikte Geçirilen Serbest Zamanı Nelerin Olumsuz Etkilediğiyle İlgili Görüşleri	279
Tablo 12: Katılımcıların Alfa ve Z Kuşağında Yer Alan Çocuklarının Teknolojik Cihazlarla Tanışma Yaşları	280
Tablo 13: Katılımcıların Alfa ve Z Kuşağındaki Çocuklarının 2-7 Yaş Arası Dönemlerinde Oyun Tercihleri	281
Tablo 14: Katılımcıların Alfa ve Z Kuşağı Çocuklarının Serbest Zaman Etkinlikleri	282
Tablo 15: Katılımcıların Alfa ve Z Kuşağı Çocuklarının Medya Teknolojilerinde Günlük Ortalama geçirdikleri Vakit	283
Tablo 16: Katılımcı Ailelerin Evlerinde Bulunan Teknolojik Cihazların Sayıları	284

GİRİŞ

Günümüz dünyasında bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, insanların iletişim biçimlerinde ve medyayı kullanma biçimlerinde hızlı bir dönüşüm yaşanmasına neden olmaktadır.

Yeni medya, bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili sosyal bağlamları ifade etmektedir. Bu kavram, bilgisayar teknolojilerinin kullanılmasıyla mümkün olan çeşitli elektronik iletişim biçimlerini kullanarak içeriği açıklamak için kullanılmaktadır.

Yeni medya, etkileşimli, hızlı, sınırsız, iletişimi geliştiren yazılı, görsel-işitsel, görsel-işitsel medya ile bilgisayar teknolojisinin ve altyapılarının bütünleşmesiyle var olmaktadır. Öte yandan, sosyal medya, yeni medyanın hızla gelişmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkan iletişim alanında devrim aracı olarak tanımlanmaktadır.

Birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın bir iletişim ağı olan internet, web sitelerinin yaygınlaşması sonucu kullanıcı sayısını gün geçtikçe artırmaktadır (Kürkçü, 2016; Solmaz:3013).

2000'li yıllarda sosyal medyanın işlerlik kazanması, akıllı telefon ve tabletlerin yaygınlaşması internet kullanımını her geçen yıl artırmaktadır.

Teknoloji ve buna bağlı olarak iletişim biçimlerinin bu kadar farklılaştığı günümüzde, kuşaklar arasında da iletişim ve iletişime dayalı girişimler ciddi farklılık göstermeye başlamaktadır.

Bu da kuşaklar arasındaki iletişime dayalı temel görüşleri artırmaktadır.

Bunun sonucu olarak, kuşak tanımlamaları yaparken iletişim temelli kuşak tanımlamaları yapılmaya başlanmaktadır.

Bu durum kuşakları tanımlayabilmek için bu kriterlere, farklılıklara bakıp değerlendirilme ihtiyacını karşımıza çıkarmaktadır.

Kuşak gruplamaları kuramı ya da kuşaklar kuramı ilk olarak Alman Sosyolog Karl Mannheim tarafından 1928 yılında yazılan bir kitapta ileri sürülmekle birlikte günümüz kuşaklarını içine alan sınıflandırma ve tartışmalar ilk olarak Inglehart tarafından daha sonraları da Strauss ve Howe tarafından yayımlanan kitapla ivme kazanmaktadır (Arslan, Staub:2015).

Kuşak kuramı; doğum yılları itibariyle benzer politik ve sosyal olayları yaşayan, eşsiz değer yargıları ve inanç sistemlerini bünyelerinde taşıyan, birbirine benzer kişilik özellikleri gösteren bireylerden oluşan bir topluluğu ileri sürmektedir (Ünal, 2017:9).

Bu çalışmada bu bağlamda kuşak teorilerinde yer alan kuşaklar ve aralarındaki farklar incelenmekte, özellikle teknolojiyle iç içe yetişen Z ve Alfa kuşakları üzerinde durulmaktadır.

Dijital yerliler olarak tanımlanan ve teknolojinin içine doğan bu iki kuşak yetiştirme biçimleri ve aile ilişkileri bağlamında incelenerek teknolojik gelişmelerin kısa süre içerisinde iletişim süreci üzerinde nasıl bir değişim yarattığının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

Dijital yerliler, anaokulundan üniversiteye kadar, doğdukları andan itibaren teknolojinin içinde büyüyen nesil olarak adlandırılmaktadır.

Bu nesil, tüm hayatlarını bilgisayarlar, video oyunları, dijital müzik çalarlar, video kameralar, cep telefonları ve dijital çağın tüm diğer araçları ve oyuncaklarıyla çevrili durumda ve bunları kullanarak yaşayan nesil olarak kabul edilmektedir. Hâlihazırda ortalama üniversite mezunları hayatları boyunca 5.000 saatten azını okuyarak ama 10.000 saatten fazlasını video oyunu oynayarak (20.000 saat televizyon izlemelerini saymazsak) geçirmektedirler. Bilgisayar oyunları, e-posta, internet, cep telefonları ve mesajlaşma hayatlarının ayrılmaz bir parçası durumundadır.

Bu yeni nesli bazıları N jenerasyonu (Net jenerasyonu anlamında) veya D jenerasyonu (Dijital jenerasyon anlamında) olarak adlandırmaktadır. Bu alanda bir

çok çalışması bulunan eğitim danışmanı ve fütürist Marc Prensky bu nesli “Dijital Yerliler” olarak adlandırmaktadır.

Genel kabul gören kuşak teorilerine ve sınıflandırmalarına baktığımızda, dijital yerliler olarak adlandırılan bu jenerasyon içerisinde Z ve Alfa kuşaklarının yer aldığı görülmektedir.

Z Kuşağı, 1996 ve 2010 yılları arasında doğan, internet devriminin başlangıcına şahitlik etmiş Milenyum Kuşağı’nın aksine dijital dünyanın içine doğup orada yetişen kuşaktır.

Henüz çocukluklarını ve gençliklerinin ilk yıllarını yaşayan bu kuşağın üyeleri, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik dönüşümler sonucunda, tüketim kararları ve davranışları üzerinde yaşlılarının çok ötesinde etkilerde bulunmaktadırlar.

Z kuşağını diğerlerinden ayıran en önemli farklılık, değişimin çok hızlı ve kırılmalar şeklinde yaşandığı bir döneme tanıklık etmeleri ve daha doğmalarından çok önce özellikleri tanımlanabilen ilk kuşak olmalarıdır.

Alfa kuşağı, TEDx konuşmacılarından Mark McCrindle’in dikkat çektiği gibi, tamamı 21’inci yüzyılda doğmuş bireyleri kapsayacak ilk kuşaktır.

Kuşaklar arasındaki farklar araştırmalarında uzmanlaşmış Mark McCrindle, Business Insider’la yaptığı bir söyleşisinde Alfa Kuşağı’na “cam nesli” isminin verilebileceğinin de altını çizmektedir. Alfa Kuşağı çocuklar, bir nevi laboratuvar ya da deney nesli olarak adlandırılmaktadır. Küçük yaşlarından itibaren eğlenceleri de eğitimleri de ekranlardan oluşmakta ve global karar vericiler için bu ekranlara maruz kalmanın ne gibi kodlar türetebileceğine dair pek çok ipucu sağlamaktadırlar. Aralarında en yaşlısının doğduğu yıl olan 2010’da iPad tanıtımı yapılmakta, Instagram kullanılmaya başlanmaktadır. Geçmiş kuşakların sabit ekran tecrübesi onların akışkan ve tamamen mobil deneyimlerine yetemez duruma gelmektedir. “Ekranergenlik” (screenager) kavramı bu nesil için kullanılan bir kavram haline dönüşmektedir.

Araştırmada bu iki kuşağın özellikle seçilmesinin nedeni, dijital yerliler olmaları, özellikle Alfa Kuşağı üzerine yapılan araştırmaların sınırlı olması ve Z kuşağından Alfa kuşağına kadar olan kısa süreli dönemde iletişim ve medya kullanma biçimleri üzerindeki değişimleri ortaya koyarak Alfa Kuşağının gençlik dönemlerinde bu değişimlerin hangi yönde ilerleyerek nasıl bir dönüşüm yaşanacağı üzerinde çıkarımlarda bulunabilmektedir.

Medyadaki teknolojik gelişmelerle birlikte aile içi iletişimde nasıl bir değişim yaşadığının ortaya konulması amaçlanan bu çalışmanın birinci bölümünde tarihsel dönem içerisinde medyada yaşanan teknolojik gelişmeler ele alınmaktadır. Bu gelişmeleri net bir biçimde görebilmek için sözlü iletişim çağından başlayarak matbaanın, televizyonun icadıyla ve son aşamada internet teknolojisiyle birlikte ortaya çıkan yeni medya ve sosyal medya döneminde medyanın dönüşümü ve bu durumun toplum üzerinde oluşturduğu değişiklikler betimlenmektedir.

İkinci bölümde günümüzdeki duruma ışık tutabilmesi açısından aile içi iletişimin tarihsel gelişim süreci incelenmektedir. Bu başlık altında modernleşme öncesi dönem, modern dönemdeki durum ve post-modern dönemdeki aile içi ilişkiler ve serbest zaman ve medya tüketim biçimleri anlatılmaktadır.

Üçüncü bölümde tarihsel gelişmeler boyunca Türkiye’de aile içi iletişimde ve medya kullanımında meydana gelen değişimlerin serbest zaman etkinliklerine yansması ile kuşak kavramı ve medyada yaşanan teknolojik gelişmelerin Alfa ile Z kuşaklarına nasıl yansıdığı üzerinde durulmaktadır. Bu amaçla Türkiye’de aile ve kuşak teorileri bu bölümde incelenen üst başlıklar olarak yer almaktadır.

Çalışmanın son bölümü olan dördüncü bölümde Türkiye’nin kozmopolitik şehirlerinin başında gelen ve farklı aile türlerini içinde barındıran İstanbul ilindeki Alfa ve Z kuşaklarında çocukları bulunan 16 aile seçilerek bu kuşaklardaki bireylerin aile içi iletişim ve medya kullanma tercihleriyle birlikte serbest zaman etkinliklerinde meydana gelen değişimler ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TARİHSEL BAĞLAMDA İLETİŞİM VE TEKNOLOJİ

Medyada yaşanan teknolojik gelişmeleri ayrı başlıklar altında almak sınıflandırmayı ve anlamayı kolaylaştırmak amacıyla yapılmaktadır. Bu gelişmeleri bu şekilde ele almak her birinin birbirinden bağımsız birer süreç olarak geliştiği anlamına gelmemektedir. Çünkü hiçbir teknolojik gelişme tek başına belli bir döneme direkt egemen olarak gelişmemekte, iç içe ilerleyerek gelişme göstermektedirler.

Bu çalışmada, iletişim araçlarının gelişimi tarihsel ve toplumsal süreçlerden ayrı bir biçimde tek tek yazı, matbaa, telgraf, telefon, radyo, televizyon, bilgisayar ve benzer bir biçimde ele alınmadan iç içe geçmiş bir süreç olarak ve temel dönüm noktaları üzerinde durularak daha çok toplumsal yaşam biçimlerinde meydana getirdiği değişimler üzerinde durularak anlatılmaya çalışılmaktadır.

Bu bölümde, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri doğrudan olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirmeler yapmaktan kaçınılarak, yaşanan gelişmelerin toplumsal hayat üzerinde yarattığı değişimler ve insanların bu gelişmelere katılım gerekçeleri üzerinde durularak değerlendirmeler yapılmaktadır.

İletişim bir toplumsal bütünleşme aracı olduğundan, iletişim teknolojilerinde meydana gelen teknolojik gelişmeler ve değişimler iletişim ilişkilerini de yapısal bakımdan etkileyerek dönüştürmektedir.

1.1.Sözlü İletişim Çağı

İletişim kavramı insan ile başlamaktadır. İnsanoğlu, yaşamı boyunca mevcut koşullarını daha iyiye götürebilmek için sürekli bir mücadele içerisinde bulunmaktadır. Kendisini, diğer insanları, doğayı tanıma isteği ve çabası onun iletişim becerilerini geliştirme ihtiyacını doğurmaktadır. Bu ihtiyaçla birlikte iletişim kurma, bunu güçlendirme ve hızlandırma adına sürekli bir arayış içine girmektedir.

İnsanlık tarihine bakıldığında onun ilk medyası olarak iletişimini sağladığı “söz” görülmektedir. Yazının olmadığı dönemlerde, üzerinde toplumsal anlaşma sağlanan ve belli bir anlamı taşıyan sözcükler insanların ilk medyasıydı.

İletişim araçları, insanlar için mesajların üretilip depolanması, çoğaltılması ve dağıtılmasıyla ilgili bir kavramdır ve hem tarih öncesi çağlarda hem de tarihi çağların bütün dönemlerinde bireyler bu çeşit bir üretim, depolama ve aktarma faaliyetinde bulunmaktadır. Bu süreçler modern öncesi dönemden modern döneme ve post-modern döneme değin zincirleme şeklinde pek çok gelişmeyi beraberinde getirmektedir. Bu gelişmeler sayesinde sembolik biçimler farklı biçimlerde tekrar tekrar yeniden üretilerek zaman içerisinde alınıp satılabilen metalar şeklinde bireylere ulaştırılmaktadırlar (Thompson, 2008: 25).

Ağırlıklı olarak söze dayanan sözlü iletişim çağını Walter J. Ong, birinci sözlü kültür çağı ve ikinci sözlü kültür çağı olarak iki ayrı aşamada incelemektedir.

Bu ayrım, yazının kullanıldığı tarih çağlarıyla yazının henüz bulunmadığı tarih öncesi çağlar arasındaki ayrımı daha net görebilmeyi sağlamaktadır.

Ong, yazı ve matbaanın olmadığı, iletişim kurmanın sadece konuşarak gerçekleştirildiği kültürleri birincil sözlü kültür çağı olarak nitelendirmektedir.

Yazının bulunuşuyla birlikte başlayan ve teknolojik gelişmelerle birlikte yaşamımıza giren radyo, televizyon ve diğer elektronik araçların bulunduğu dönemi ikinci sözlü kültür dönemi olarak adlandırmaktadır.

Birincil sözlü dönemde yazı bulunmadığından düşünce ve fikirlerin akılda tutulması için yüz yüze iletişime daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Bir konuyla ilgili çözüm arayan, düşünen kişiye onunla konuşacak, ona sorular soracak başka bir kişi gerekmektedir. Yani, sözlü kültürde bir konuyla ilgili uzun uzun düşünmek, akılda tutmak bire bir iletişime bağlıdır (Ong, 2012: 23, 49).

Medyayı tarih öncesi çağlardan başlayarak tanımlayacak olursak, medya, basit ve öngörülebilir nitelikteki bir olayın diğerlerine açık bir şekilde anlatılmasıdır.

Yazının bulunmadığı bir dönemde, ağaç üzerine atılan bir çentik, kırılmış bir dal, ilkel insanların gözünde düşmanın yaklaştığını veya av arayan bir hayvanın buradan geçtiğini anlatmaktadır. Bunun yanında gündüzleri duman, geceleri ise ateş görsel işaretler olarak haberleşme amaçlı kullanılmaktadır. Basit olarak görülebilecek bu yöntem günümüzde dahi geçerliliğini korumaktadır. Papalık seçimleri sırasında Kardinaller Meclisi tarafından papanın seçimi duman işaretleriyle halka duyurulmaktadır. Papa seçilince beyaz duman, seçim sonuçlanmadığında siyah duman kullanılmaktadır.

İnsanlar, zaman içerisinde bu basit iletişim yöntemleriyle basit içerikli mesaj aktarımına daha detaylı mesajlar eklemenin yollarını aramaktadırlar. Yazı bulunmadan önce bilginin aktarılabilmesi tek kanal insan hafızasından destek alan söz olmaktadır (Jeanneney, 2009:20-21).

İnsanların birbiriyle haberleşme ihtiyacının sonucu olarak, İnsanlar arasındaki ilk haberleşme işaretleşme ile başlamaktadır. İlkel toplumlarda yüksek tepeler üzerinde ateş yakılarak (bugün hala bazı kabilelerde görülmektedir), Afrika yerlilerinin yaptığı şekilde tam tam çalarak, çeşitli ses ve işaretlerle doğrudan doğruya kişisel haberleşme yöntemi kullanılmaktadır. Ancak araya mekansal olarak mesafeler girdiğinde doğrudan doğruya yapılan bu haberleşmelerin yetersiz kaldığı anlaşılarak farklı yöntemler denenmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Bu amaçla yaya ve atlı haberciler kullanılmaya başlanmaktadır (İnuğur, 1999:27).

İ.Ö 490'da Yunanların savaşta Persleri yendiği haberini ülkesine ulaştırmak isteyen haberci, 42.195 kilometrelik mesafeyi Atina'ya kadar koşup tek nefeste haberi ulaştırdıktan sonra yorgunluktan hayatını kaybetmektedir.

Sonraki dönemlerde koşucularla haberlerin ulaştırılması yöntemi birden fazla koşucu kullanılarak uygulanmaya devam etmektedir. Konaklama noktalarına koşucular yerleştirilmekte, sırası gelen koşucu diğerinin yanında mesajı dinleyecek süre içerisinde bir öncekiyle beraber koşarak mesajı ezberlemekte ve diğer konak noktasına kadar tekrarlamaktadır (Jeanneney, 2009: 20-21).

Yazının icadına değin bu şekilde gerçekleşen doğrudan doğruya haberleşme yazının icadından sonra dolaylı haberleşme biçimini alarak insan ilişkilerinin biçimini değiştirmekte ve daha karmaşık bir yapıya bürünmesine neden olmaktadır.

Birinci sözlü kültür devrinde bilgi zor elde edilen ve değerli bir unsurdur. Yüksek sesle tekrar edilmediğinde unutulacağından bol tekrar gerektirmekte ve bu da ancak daha fazla yüz yüze iletişimle mümkün olmaktadır. Bu nedenle toplumlar, bilgiyi akılda tutup koruyan ve gelecek nesillere aktaracak yaşlı, bilge kadın ve erkeklere değer vermektedirler. Matbaanın icadıyla bu bilge erkek ve kadınlar eski önemini kaybetmektedir. Sözlü kültürlerde veriler insan etkinliğine sıkı sıkıya bağlıdır. Bilmek ve öğrenmek kaynak ve hedef kitle arasında yakınlık, duygudaşlık ve özdeşleşme gerektirmektedir. Bu da göstermektedir ki sözlü kültürde ağırlıklı olan insan ilişkileridir. Yazı ve özellikle de matbaa, insanları birbirinden uzak içe kapanık kişiler haline getirmektedir.

Sözlü kültürlerde önemli olan sadece kelimeler değildir. Bu kelimelerin ifade ediliş biçimleri, beden hareketleri ve mimiklerle desteklenişi de iletişimi ve bilginin aklında tutulmasını önemli ölçüde etkilemektedir.

Bu dönemin insanları daha dışa dönük ve toplumla iç içe insanlardır. Çünkü sözlü iletişim insanları bir araya getirir, yazı ve okuma ise kişinin kendi iç dünyasına çekilerek yalnız yaptığı eylemlerdir (Ong, 2012: 57-59).

Sözlü kültür, karşılıklı anlaşma ve bir arada olmanın gerekliliğini vurgulamaktadır. Çünkü anlaşma ve bir arada olmanın konuşmayı oluşturduğunu, anlaşma ve bir aradalık olmadan konuşmanın da olamayacağını savunmaktadır (Köker, 2010: 41).

Konuşmacı konuştuğu esnada dinleyiciler güçlü bir bütün olarak, göz temasıyla konuşmacıyı dinlemekte, ancak konuşma bitip konuşmacı bir metin dağıttığı anda var olan bütünlük bozularak herkes kendi kişisel dünyasına yönelip, var olan bütünlük bozulmaktadır (Ong, 2012: 57-59).

Sözlü kültürde sadece bireysel bellekten değil aynı zamanda kültürel bellekten de söz etmek gereklidir. Akılda tutulması gereken ve kuşaktan kuşağa

aktarılabilecek olan bilgiler kültürel, toplumsal bellek aracılığıyla canlı tutulmaktadır. Bu toplumsal bellek onu taşıyan kişiler aracılığıyla varlığını sürdürmektedir. Sözlü kültürün taşıyıcısı bellek olduğu için önemli bir hazinedir. (Assmann, 2015:48).

Sözlü kültürde devamlı yaratım söz konusudur. Bilgiyi edinen kişi aklında tutabilmek amacıyla sürekli tekrarlar bu tekrarı yaparken de bilgiyi kişiselleştirerek kendisiyle özdeşleştirmektedir. Bilgiler özgünlüğünü korur ancak her anlatan kişiyle birlikte yeni bir forma dönüşür. Bu durum hikaye anlatıcılarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Hikaye anlatıcıları akılda tutmayı kolaylaştırmak için anlattıkları konuyu dinleyen kişilerin hayatlarının içine gömerek anlatmaktaydılar. Hikaye anlatıcılığı bu dönemde bir zanaat dalı olarak kabul edilmekteydi (Benjamin, 1993: 88). Sözlü kültür, daha önce de bahsedildiği gibi ve hikaye anlatıcılarından da anlaşılacağı üzere gözden çok kulağa hitap etmektedir. Modern dönemde her şey göze odaklıyken, yani karar verme organı göz iken bu dönemde kulak olmaktadır.

Sözel kültürde bilgileri akılda tutabilmek için düz anlatım yerine şiirsel, müzikli ve ritüel şeklindeki anlatım biçimleri kullanılır ve bu nedenle bu dönemdeki kişilerin kişiler arası aktarımı daha güçlüdür. (Özdemir, 2005: 93,96,117).

Aktarılabilecek bilgileri nesilden nesle unutulmadan aktarabilmek için, türküler, destanlar, halk hikayeleri, atasözleri, deyimler gibi yerel ve edebi öğeler üretilerek kullanılmaktadır (Yücel, 2017: 8).

Bu ürünlerin üretilip kullanılabilmesi için ortak bir mekana ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ortak mekan insanların yüz yüze iletişimde bulunabileceği gerçek bir ortaklığı içermelidir. Bu ortak mekanlar genellikle kahvehaneler, köy odaları, konaklar ve evler gibi mekanlardır.

Bu dönemde özel yaşam alanı olan ev ayrıcalıklı bir öneme sahiptir. Çünkü, evler sözlü kültür ürünlerinin bir sonraki nesillere aktarımının yapıldığı, sürekliliğinin korunduğu mekanlardır (Özdemir, 2005: 93,96,117).

Sözlü kültür döneminde kültür ile tekniğin kullanımı iç içedir. Bu dönemde her şey birey odaklı olduğundan teknik de insanların ihtiyaçları doğrultusunda ve ihtiyaçları kadardır. Bu nedenle teknik diğer dönemlere nazaran daha yavaş ilerlemektedir (Perviz, 1992: 145).

Sözlü kültürler için öncelikli amaç topluluk ilişkilerini koruyarak sağlamlaştırmak, geleneği sürdürmek ve aktarmak olduğundan işe yaramadığı düşünülen her türlü bilgi sözel paylaşım alanından çıkarılarak unutulmaya terk edilmektedir (Sanders, 2010: 17).

1.2.Yazılı İletişim Çağı ve Matbaanın İcadı

Yazı, duygu, düşünce ve isteklerimizi diğerlerine iletmek ya da kalıcı kılıp unutulmasını engellemek için kullanılan işaretlerdir. Medeniyet ateşin bulunmasıyla başlamasına rağmen tarih yazının bulunuşuyla başlayan dönemi içermektedir.

Yazıyla birlikte düşünceler ve söz maddi bir niteliğe bürünerek, kişiler arasında değişikliğe uğramadan iletilme olanağına kavuşmaktadır (İnuğur, 1999: 28). Bu durumun bir sonucu olarak da yazıyla birlikte tarihsel süreç başlatılmaktadır.

Yazı, insanların zihinsel etkinliklerini biçimlendiren bir teknolojidir. Tarihin geç buluşlarından bir olan yazının ortaya çıkışına bakıldığında Sümerlerin geliştirdiği çivi yazısıyla karşılaşılmaktadır. Sümerlerden önce de insanlar binlerce yıl resim çizerek çeşitli kayıt yöntemleri kullanmaktaydılar ancak yapısı gereği bu resimler gerçek anlamda yazı olarak kabul edilmemektedir. Çünkü resim bir nesneyi temsil ederken yazıda sözcenin temsili söz konusudur.

Yazıyı yalnızca konuşmaya ek bir teknolojik buluş olarak düşünmek yazılı kültür geleneğini doğru anlamlandıramamaya neden olacaktır. Yazı, konuşmayı sözlü ve işitsel duyudan alarak başka bir duyuya, görmeye bağladığından konuşmayı ve düşünce biçimini dönüştürmektedir. Bu da yazıyı teknolojik keşifler içerisinde önemli bir noktaya taşımaktadır. Çünkü yazı insanın bilincini değiştiren bir keşiftir.

Dünyanın birçok yerinden birbirinden bağımsız şekilde birçok yazı çeşidi gelişmiştir. Bu nedenle yazının tarihçesine bakıldığında karmaşık bir gelişim dönemi olduğu görülmektedir. Yazının bu karmaşıklığı ve birçok yerde birçok kez icat edilmesine karşın alfabe bir kez icat edilmiştir. İlk çivi yazısının kullanıldığı bölgede bu yazıdan yaklaşık iki bin sene sonra Sami ırkı M.Ö 1500’lerde ilk alfabeyi geliştirmiştir (Ong, 2012: 65).

Yukarıda da bahsedildiği gibi yazı düşünme biçimini değiştiren icatların başında gelmektedir. Özellikle fonetik alfabelerin icadıyla birlikte göz ile kulağın kesin bir biçimde ayrımı ortaya çıkarak göz kulağın yerini almaya başlamaktadır. Yazı teknolojisinin neden olduğu bu değişim, insanların algılama ve düşünme biçimleriyle birlikte hafıza ve bellekte tutma yöntemlerini de baştan aşağı değiştirmektedir. Böylece yazı yeni bir yaşam biçimi oluşturmaya başlamaktadır. McLuhan, yazının insanı sözel ve uzaysal alandan kopararak zaman ve mekan alanına çektiğini, bu durumun da insana özgürlük ve bağımsızlığını elde edebileceği bir alan açtığını ifade etmektedir (McLuhan, 2007: 31).

Yazı ve alfabe topluma önceleri dar bir çerçevede girmektedir. Bu ilk dönemlerde yazının büyüğü bir güç taşıdığına inanılmaktadır. Bu nedenle okuma yazmanın dar bir kesimle sınırlı kaldığı toplumlarda kişileri metinlerin sakıncalarından korumak için okurla metin arasında aracı olan hocalar bulunmaktadır. Kimi zaman da taşıdığı inanılan bu güç ve gizemden dolayı okuryazarlık işi din adamlarına bırakılmaktadır (Ong, 2012: 30).

Bu dönemde yazılar günlük konuları, hikayeleri iletmek yerine dini konuları ve kutsal sayılan devlet büyükleri, kralların yüceliğini, büyüklüğünü, başarılarını iletmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu nedenle yazı birçok dinde kutsal sayılmaktadır (Jean, 2015: 56).

Yine bu dönemde yazı yazma ve okuma işleminin zahmetli olmasından dolayı bu iş bir zanaat olarak görülmektedir. Çünkü kağıdın ve kalemin olmadığı bir dönemde hayvan derilerine, ağaç kabuklarına ucu sivri aletlerle yazı yazmak ustalık gerektiren bir iş olarak kabul edilmektedir (Ong, 2012: 70).

Yazının kutsallığından uzaklaşıp gündelik kullanımda yaygınlaşması Yunan uygarlığıyla birlikte mümkün olmaktadır. Bu dönemde tiyatrodan felsefeye kadar birçok alanda eserler düzenlenmektedir (Jean, 2015: 63).

Bu şekilde alanı genişleyen yazı belli bir sınıfın ayrıcalığından çıkarak halk arasında yaygınlaşmaya başlamaktadır. Bu da çocuklara okuma yazma öğretmek amacıyla kurulan kamusal okulların sayısının artmasını sağlamaktadır (Blanck, 2000: 30).

Yazının icat edildiği ilk dönemlerde sözlü kültür geleneğinin getirdiği bir alışkanlık olarak, düşünceler yüksek sesle söylenerek yazılmaktadır.

Düşüncelerin metin içinde yer alan durumlarıyla sözlü söylemdeki durumları da birbirinden oldukça farklıdır. Yazılı düşünceler doğduğu ortamdan soyutlanmıştır. Sözlü kültürde düşünceler yaşayan bir kişi tarafından kendisi gibi yaşayan kişilere, kelimelerden daha fazlasını ileten gerçek zamanlı bir eylemdir. Bu eylem hiçbir zaman tek başına ve yalnızca kelimelerden meydana gelen bir eylem değildir. Ancak metin içerisinde kelimeler yalnızdır, düşünceyi kaleme alan da ve bu metni okuyanlar da birbirinden bağımsız ve tek başınadır. Metin dışı bağlam yazan için de okuyan için de mevcut değildir. Konuşma sırasında konuşmacının ses tonundan ve vurgularından anlayabileceğimiz duygu durumu metinde yalnızca noktalama işaretleriyle sınırlıdır.

Kişi, yazılı kültürde metinle baş başa olduğundan daha benmerkezcidir. Okuryazarlıkla birlikte bireyler düşüncelerini içinde bulundukları andan koparak dikkatlerini kendi iç dünyalarına verebilmektedirler (Ong, 2012: 54).

Yazının bilgiyi bilenden ayırmasıyla birlikte bilgi soyut bir nitelik kazanmakta ve bu da bilgiyi sistemli bir duruma getirerek bilimsel bilginin temelini oluşturmaktadır (Nalçaoğlu, 2004: 143).

Yazıyla birlikte, bilginin nesnelleşmesi bilimsel düşüncenin nesnelliğini desteklemiştir. Bu açıdan bakıldığında yazı bilginin gücünü de artırmaktadır. Tarih çağlarının yazıyla başladığı göz önüne alındığında yazının zihinden silinemeyecek bir teknoloji olduğu gerçeği de gün yüzüne çıkmaktadır (Gleick, 2014: 32).

Yazı, bilgi ve enformasyonun farklı yerlere iletilmesinin yanında mevcut kültür ve bilgi birikiminin de korunarak sonraki kuşaklara bozulmadan aktarılmasını sağlamaktadır (Jochum, 2004: 37).

İnsan zihninin yükünü hafifleten yazı sayesinde yeni bilgi ve düşüncelere yer açılarak insanların bu yeni bilgi ve düşüncelere yönelmesini sağlamaktadır. Çünkü yazı sayesinde sözcükler maddi bir şekil kazanarak kişiler arasında değişime uğramadan, unutulmadan aktarılma olanağına ulaşmaktadır (İnuğur, 1993: 28).

Bu noktalardan yazıya baktığımızda, yazı bilgileri güvenilir bir biçimde saklamakta ve ihtiyaç duyulduğunda ulaşılabilmeyi sağlamaktadır. Yazının değiştirilmeden saklanabilme özelliği bilginin nesnel bir biçimde oluşturulup çoğalmasını mümkün hale getirmektedir (Lazar, 2009: 82).

Bu bağlamda yazı sadece söylenenlerin kağıda geçirilmiş hali değildir. Çünkü söz ve yazı farklı bilinç biçimlerine sahiptirler.

Yazının bu özelliği geleneksek cemaatlerden modern toplumlara geçişi hızlandırmaktadır. Cemaatler, geleneksel bağlarla bir arada var olmaktadır. Modern toplumlarda ise bu var oluş yazılı sözleşmelerle gerçekleşmektedir (Nalçaoğlu, 2004:143).

Sözlü iletimin anlık olmasından dolayı akılda kalıcılığı sağlamak amacıyla sözlü iletimde bol tekrarlar bulunmaktadır. Bu bol tekrarlar yazıda kendilerine yer bulamazlar çünkü yazı yapısı gereği tekrar tekrar okumaya elverişlidir. Bu nedenle yazı, özellikle de daha sonraları edebi metinlerde kullanılmaya başlanınca biçimsel olarak da kendine özgü kurallarını oluşturmaya başlamaktadır.

Sözlü kültürde iletilen mesaj ve içeriği anlatıcının tekelindeyken yazıyla birlikte din adamlarının, entelektüellerin ve filozofların yorumlarına açılmaktadır.

Yazı, tarihi ritüellerle oluşan tekrar dönemi ve metnin içeriğine dayalı olan yorum dönemi olarak ikiye ayırmaktadır. İnsanlar sözlü kültürde anlatıcılardan bilineni duymak isterken, yazılı kültür döneminde yazarlardan bilinmeyen duymak isterler. Anlatıcıların aktarımlarını akılda tutmak tekrarı ve ezber

becerisini gerekli kılmaktadır. Tekrar sözlü kültürün olmazsa olmazını oluşturmaktadır (Assmann, 2015: 101-107).

Sözlü kültür kulağa hitap ederken yazılı kültürün göze hitap etmesi beraberinde kulağın yerini gözün almasına neden olmaktadır.

Bu nedenle daha önce de belirtildiği gibi yazı düşünme biçimini değiştiren önemli bir icattır.

Yazı, bilgiyi bilenden ayırarak kişinin iç dünyasına bakışını, ifade biçimini güçlendirmektedir. Yazının bu işlevi sayesinde iç dünyaya dönük Budizm, Musevilik, Hıristiyanlık, İslam gibi din gelenekleri doğarak kitapları yazılmıştır.

Yazının bu gücünün yaygınlaşması matbaanın icadı sayesinde gerçekleşmektedir. Sözlükler, yazı ve matbaayla birlikte bilinç düzeyinin değişimini yansıtan en somut kanıtlardır (Ong, 2012:140).

Matbaayla birlikte kitap yazımı kilisenin tekeline daha hızlı bir biçimde koparak aydın kesime kitaplarını yazma, bunu geniş kitlelere ulaştırma imkanına kavuşmaktadır (Burke,2001:23).

Yazıyla kalıcı hale getirilen düşünceler, matbaa sayesinde istenildiği kadar çoğaltılarak toplumun büyük bir kısmının kullanımına sunulmaktadır. Bu açıdan bakıldığında matbaa kitle iletişiminin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Mazlum, 2006:13). “Matbaa, yazının iletişimdeki gücünün ortaya çıkardığı kaçınılmaz bir teknolojik sonuç olarak ortaya çıkarak kitle kültürü devriminin başrolünü oynamaktadır” (Ketenci ve Bilgili, 2006:72).

Bugünkü anlamıyla hareketli maden harflerle dizginin yapılması ve baskı makinesinin icadı 1440 yılında Alman Johann Gutenberg tarafından gerçekleştirilmiştir. Gutenberg’in bu icadı kısa bir sürede gezici Alman basım ustaları tarafından diğer Avrupa kentlerine yayılmıştır.

Matbaanın icadı yalnızca basın tarihi açısından değil, aynı zamanda uygarlık tarihi açısından da üzerinde durulması gereken bir olaydır. Matbaanın icadıyla, en temel şekliyle yazılı ifadelerin çok sayıda çoğaltılmasıyla insanlar

hurafelerden arınmış bilgilere kolay bir biçimde ulaşmış, siyasal ve sosyal hayatta başka bir devir başlamıştır (İnuğur, 1999:50, 53).

İletişim bilimci Marshall McLuhan, matbaa için, “başlangıcından itibaren kabile olan insanları kolektiflikten çıkaran kültürün en uç evresidir” diyerek matbaanın icadının uygarlık tarihinde dönüm noktası olan teknolojik bir buluş olduğunu ifade etmektedir.

İletişim ve uygarlık tarihindeki bu değişim, kamusal işlere katılımı da farklılaştırmaktadır. İnsanın dolaysız teknolojik uzantısı olan matbaa sayesinde insan daha önce görülmemiş bir iktidar ve hareket alanına kavuşmaktadır (McLuhan, 2001:125, 223).

Matbaa, düşünce ve anlatım biçimlerini sadece pekiştirmekle kalmayarak aynı zamanda onları şekillendirmektedir de. Yazının icadı konuşma dilinden tam olarak uzaklaşmak sayılmamakla birlikte matbaanın icadı konuşma dilinden yazı diline geçişi tam anlamıyla temsil etmektedir. Bu durum, sesteki görsel mekana geçmek anlamına geldiğinden matbaa görsel mekan kullanımını etkilemektedir (Ong, 2012:140-141).

McLuhan, matbaanın icadının bilgilerin saklanması ve aktarılmasının sağlanması haricinde insanların düşünme biçimlerini de derinden etkileyip değişime uğrattığını söyleyerek yeni bir insan türünü doğurduğunu ifade etmektedir. Tipografik insan adını verdiği bu yeni insan türünün daha öncekilerden karşılaştırılamayacak denli farklı olduğunu dile getirmektedir. Öyle ki, yazı kültürünü taşıyan bir insanla, basın kültürünü taşıyan bir insan arasındaki farkın bilenle bilmeyen arasındaki farktan çok daha fazlasını içerdiğini ileri sürmektedir (Baldini, 2000:60).

Bütün bu sözü edilenler matbaanın icadının önemli etkilerinden biridir ancak matbaanın icadının etkileri bu durumla sınırlı değildir ve bu çalışma içerisine tamamı ele alınamayacak kadar geniştir.

Çalışmanın sonraki bölümlerinde de bahsedileceği gibi matbaa modernizmin ve modern kapitalizmin gelişimine, Avrupa’daki keşiflere, aile hayatına, devletlerin politikalarını değişimine kadar birçok alanda değişim

sağlanmasına neden olmanın yanında aynı zamanda modern bilimlerin de önünü açmaktadır. Bu da toplumsal ve zihinsel yaşamda daha birçok değişikliğe yol açtığını özetlemektedir (Ong, 2012: 140-141).

El yazması kültürlerde sözlü kültürde olduğu gibi ses kulak üstünlüğü devam etmektedir. Bunun nedenleri arasında, el yazmayı okumanın zorluğundan ve el yazmasında bilgiyi tekrar bulmanın güçlüğünden dolayı bulunduğu bilginin küçük bir bölümünü zihninde tutmaya çalışması yer almaktadır. Bu da ezberi güçlendirdiğinden sözlü hafızayı güçlendiren unsurların korunmasını sağlamaktadır. Yine daha önce belirtildiği gibi ilk dönemde yazılar, okuyan kişi tek başına dahi olsa yüksek sesle okunmaktadır. Bu durum ancak matbaanın icadından sonra değişim gösterebilmektedir (Ong, 2012: 145)

Bu açıdan bakıldığında matbaanın okuma alışkanlıklarında iki temel değişime neden olduğunu söylemek yanlış olmamaktadır. Bu değişimlerden birincisi anlamın anlaşılabilmesi amacıyla okuyucunun yüksek sesle okuma ihtiyacından göz ile okuma biçimine geçiştir. Diğeri ise yoğun okuma biçiminden yüzeysel okuma biçimine geçiştir. Yüzeysel okuma, kitabın baştan sona tamamının okunmadığı, faydalı olacağı düşünülen ve başvurulacak yerlerin okunduğu atlayarak okuma ve göz gezdirmeyeyle ilgili bir kavramdır.

Bu durum, Orta Çağ'ın sözlü kültüre dayanan toplum yapısının değişmesiyle ilgilidir. Bu toplum yapısındaki bir birey nadiren yalnız kalabilmektedir. Çünkü sözlü kültüre dayanan toplumlarda okuma eylemi okuma yazma oranının düşüklüğüyle de paralel olarak toplu olarak gerçekleştirilmektedir (İskender, 2014: 557).

Yazının tam anlamıyla gerçekleştiremedi işitsel üstünlüğün yerini görsel üstünlüğe bırakması durumu matbaayla birlikte gerçekleşmektedir. Matbaa yazının başlattığı kelimeleri mekana yerleştirme işlevini hızlandırmaktadır. Matbaa, çabuk algılama ve görsel düzeni sağlama amacıyla kelimeleri söylemlerinden bağımsız bir biçimde tipografik mekana yerleştirir. Matbaayla birlikte günümüz anlayışına yakın kapak sayfaları ortaya çıkarak kitabı ayrı bir nesneye dönüştürmektedir.

Matbaayla birlikte elyazmasındaki yazandan kaynaklı farklılıkların önüne geçilerek tek tip basım sağlanmaktadır. Bu da kitapların birebir kopyalanabilmesi anlamına gelmektedir.

Bu durum modern bilimin doğmasının önünü açan etkenlerden biri olarak kabul edilir. Çünkü modern bilimin özelliği kusursuz gözlemle kusursuz anlatımı birleştirerek bunu kusursuz bir biçimde betimleyebilmesidir. Ortaçağ yazarlarının betimlemelerine bakıldığında, matbaadan sonra başlayıp Endüstri Devrimi'yle gelişen Romantizm akımının betimlemelerinden oldukça farklı olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum bilimin yanı sıra edebiyatı da etkilemektedir (Ong, 2012: 36).

Yazı ve matbaanın bilimin önünü açan bir yenilik olarak kabul edilmesinin bir diğer nedeni, konuyu daha iyi analiz edebilmesinde yatmaktadır. Bir konuyu iyi analiz edebilmesini için kişinin onu birden fazla kez okuması, üzerine detaylı düşünmesi, sonrasında yeniden değerlendirmesi gerekmektedir. Aynı bilgiyi değişmeden birden fazla okumak sözlü anlatımda mümkün değilken yazı ve özellikle de matbaa bu durumu mümkün kılmaktadır. Basılı bir metni okuyan kişi okuduğu bir cümleye geri dönerek defalarca okuma şansına sahiptir. Bu şekilde anlamı daha iyi çözümleyebilmekte, bir cümleyi parçalarına ayırarak temel anlamına inene kadar analiz edebilmektedir (Sanders, 2010: 27).

Daha önce de bahsedildiği gibi matbaa öncesi dönemde akademik eğitimin önemli bir kısmını hitabet sanatı oluşturmaktadır. Matbaayla birlikte akademi hitabet sanatından uzaklaşarak çözümlemeler ve diyagram kullanımları gibi yöntemlerle daha bilimsel bir yöne doğru ilerlemeye başlamaktadır. Matbaanın akademiye bir diğer katkısı sözlüklerin de daha hızlı bir biçimde gelişmesiyle dilin daha düzgün ve kurallı bir şekilde kullanımını gerçekleştirmiş olmasıdır (Ong, 2012: 150-155).

Erken Modern Dönem'de okuyucu, kitabın otorite olarak görülüp saygı duyulduğu skolastik anlayıştan uzaklaşarak kitap karşısında kendi düşüncesi ve eleştirisinin de önemli olduğu görüşünü benimsemeye başlamaktadır. Bu dönemde kitap okurun gözünde basit bir nesne halini almaktadır. Bu da kitabı

kutsal ve dokunulmaz yapmaktan çıkarınca kitaplar üzerine not alma, kenarlarını kıvrırma gibi okuma biçimlerini beraberinde getirmektedir (Burke, 2004:180).

Basımın artmasıyla birlikte yaşanan kitap bolluğuyla bilim adamları farklı metinlere başvurarak bilgiyi karşılaştırma imkanına kavuşmaktadırlar (Eisenstein, 2005: 48).

Bütün bu yaşananlar bilimsel bilginin gelişmesi yönünde ciddi katkılar sağlamaktadır.

Matbaa yalnızca bir metin içerisinde hangi kelimelerin yer alacağını değil aynı zamanda bu kelimelerin sayfa üzerinde bulunacağı yeri, kaplayacağı alanı ve birbirleriyle olan ilişkilerini de belirlediğinden mekan üzerindeki gücü modern dönem üzerinde olduğu kadar postmodern dönem üzerinde de önem kazanmaktadır.

Tipografik mekan, bilimden felsefeye ve edebiyata kadar bir çok alanda hayal gücünü etkilemektedir (Ong, 2012: 150-155).

Matbaayla sadece kitaplar değil aynı zamanda gazete ve dergilerin basımı da gerçekleştirilmektedir. Bu da okuyucuların bu süreli yayınlara düzenli bir biçimde ulaşmaya başlaması anlamına gelmektedir ki bu durum insanların gündelik hayat alışkanlıklarını da etkilemeye başlamaktadır. Bilgi ve haber akışının sürekli ve düzenli bir hale gelmesiyle insanların boş vakitlerini değerlendirme faaliyetleri arasına gazete ve dergi okuma alışkanlıkları da eklenmektedir. Bu da kamusal alanın oluşma sürecini hızlandırmaktadır (İnuğur, 2002: 54).

Matbaanın etkisi yalnızca bu alanlarla da sınırlı kalmamaktadır.

Matbaa, sadece bilginin basımıyla değil aynı zamanda satılmasıyla da ilgili olarak özellikle ticari ilişkilerde bilgiye ulaşmaya daha fazla yardımcı olmaya başlamaktadır. Tüccarlar için önemli olan ticari bilgilerin basılması bu alanda büyük kolaylık sağlamaktadır. Sadece ticari olan da değil kitabın kendisi de başlı başına bir ticaret alanı olmaya başlamaktadır. Bu yönden baktığımızda matbaa, her türlü bilginin ticarileşmesine yol açmaktaydı. Bu da beraberinde “tüketim toplumu”nun doğuşunu haber vermektedir (Burke, 2001: 160).

Ticaret ve üretim ilişkilerini de dönüştüren basım imkanı sayesinde şehirleşme başlamaktadır. Şehirleşme ve ticaret beraberinde yeni sosyal sınıfları oluşturmaktadır. Bu sınıflar, böyle bir ortamla rekabet edebilmek amacıyla bilgiye ulaşma çabasına girmektedirler. Önceleri bu bilgilenme eylemi kahvehaneler gibi toplanma alanlarında bir araya gelip bilgi değiş tokuşu biçiminde meydana gelirken basımın yaygınlaşması ve kitle iletişim aracı olan gazetelerin ortaya çıkmasıyla daha kişisel mekanlarda, “özel alanlar”da gerçekleşmeye başlamaktadır. İnsanların bilgiye ulaşımı kitle iletişim araçlarıyla birlikte biçim değiştirmektedir (Kang, 2015: 47).

Matbaayla birlikte büyük yer kaplayan elyazması kitapların yerini daha küçük ve taşınabilir kitaplar almaktadır. Bu da kişilerin kitaba erişimini kolaylaştırdığı gibi kitabı alarak kalabalıktan uzak kendi mekanında, kendi ruh dünyasıyla baş başa kalarak okumasının önünü açmaktadır. Bu sayede el yazması dönemde, bir kişinin kitabı kalabalık bir topluluğa okuması dönemi sona ermektedir. Evinde kitapla baş başa kalabilme olgusu modern toplumun temelini oluşturan “özel hayat” anlayışını geliştirmektedir (Ong, 2012:151-155).

Matbaanın icadıyla beraber, modern tarzda ve kitlesel ölçekte üretilen ilk sanayi ürünü kitap olmaktadır.

Sanayi devrimiyle birlikte elektriğin günlük hayatta ve özellikle sanayide kullanılması iletişim alanında yaşanan teknolojik gelişmelerin de dönüşümünde önemli rol oynamaktadır.

Matbaanın icadından sonra elektriğin iletişim alanında kullanılmaya başlanmasıyla sırasıyla telgraf, telefon ve radyo medyadaki teknolojik gelişmeler olarak insanlığın hizmetine sunulmaktadır.

19. yüzyılın ortalarından başlayarak iletişim alanındaki gelişmelerin temelinde elektrik kullanımının yer aldığı görülmektedir.

Matbaanın icadından yaklaşık 400 yıl sonra icat edilen telgraf sayesinde haberlerin aynı gün içerisinde alıcısına ulaşması sağlanmaktadır. Telgraftan önce bilginin iletilmesi ancak aracın taşınmasıyla mümkündü yani bir yerden bir yere

birileri tarafından götürölmektedir. Telgraf bu açıdan bakıldığında gerçek zamanlı bilgileri edinmenin önünü açmaktadır.

Telgrafın ardından geliştirilen elektronik iletişim aracı olan telefon sayesinde ses iletimi mümkün hale gelmekte ve bu sayede telgraftan kaynaklanan pek çok sınırlılık ortadan kalkmaktadır.

Bu buluşlara paralel olarak ilerleyen bir diğer aşama da birçok buluşun bir araya gelmesiyle ortaya çıkan ve mucidi İtalyan Guglielmo Marconi olarak kabul edilen radyonun icadıdır (Crowley ve Heyer, 2010: 182-184).

Radyo yayıncılığı, iletişim alanında pek çok tartışma konusunu da beraberinde getirdikten sonra yerini televizyona bırakmaktadır.

1.3. Televizyon Çağı ve İletişim

1.3.1. Televizyonun İcadı ve Tarihsel Gelişim Süreci

İnsan yaşında yer alan iletişim araçları arasında en ilgi çekici olanlar öncelikli olarak göze hitap edenler daha sonra ise sese hitap edenler olmaktadır. Televizyonun neden en fazla ilgi göre teknolojik cihazların başında geldiğini sordüğümüzda karşımıza, hem göze hem kulağa hitap ederek insanların her iki duyu organını da etkilemesiyle verilerin daha hızlı ve kısa sürede algılanmasını sağladığı sonucu karşımıza çıkmaktadır.

Televizyonu kitle iletişim araçları arasında önemli konuma taşıyan özelliklerinin başında görüntü ileten bir araç olması gelmektedir. İnsanoğlu anatomik yapısı gereği en çok görme duyusunu kullanmaktadır. Ses yanında görüntüyü de içerisinde barındıran televizyon kitleler üzerinde inandırıcılığını artırmaktadır. Görüntünün önem kazanmasıyla birlikte televizyon, izleyicide gerçek olduğu yanılsaması yaratmaktadır.

Özünde iletişim aracı olan televizyonun gelişimine baktığımızda zaman içinde eğlence ve haber alma işlevlerinin ön plana çıktığı görölmektedir. Bu durum, televizyonun etkisinin icadından itibaren giderek artmasına ve insanların günlük yaşamlarında daha fazla yer almasına neden olmaktadır.

Temeli 19. yüzyılda telgraf ile telefonun icadıyla temeli atılan televizyon, elektrik vasıtasıyla görüntünün iletilmesi fikrinden ortaya çıkmaktadır. 21. yüzyıla gelindiğinde Yunanca “tele (uzak)” ve Latince “visio (görme)” kelimelerinin birleşmesiyle oluşturulmaktadır. “Uzaktakini görme” anlamını taşıyan televizyonun amacı, bir ortamda kaydedilen görüntülerin uzak alıcılara dijital araçlar kullanarak ulaştırılmasıdır (Çatak, 2015: 4).

Türk Dil Kurumu televizyonu, “Vericiden iletilen dalgaların görüntü ve ses olarak görünmesini ve duyulmasını sağlayan aygıt, televizyon alıcısı” olarak tanımlamaktadır (www.tdk.gov.tr).

Televizyonun işlevlerinden de yola çıkarak farklı kaynaklarda birçok tanımı bulunmaktadır. Tanımlar daha çok televizyonun teknolojik yönü ve görüntüyü iletme biçimi üzerinde durularak yapılmaktadır.

Televizyonun bahsedildiği gibi teknik yönü üzerinden yapılan tanımlamaların yanında sosyolojik ve eleştirel bakış açısıyla sunulan tanımlamaları da mevcuttur.

Sosyolojik açıdan baktığımızda televizyon çeşitli kaynaklarda, “izleyicilerin tüm ihtiyaçlarını göz önüne alan, program yapısını buna göre oluşturan, sadece teknolojik bir araç olma vasfının ötesine geçerek tüm insanlık için vazgeçilmesi düşünülmeyen ve toplumsal hayatımıza damgasını vuran, adeta müdahale eden bir fenomendir.” şeklinde de tanımlanmaktadır (Uslu, 2000: 19).

Televizyona eleştirel açıdan yaklaşan bir tanımda televizyon, “İnsanları uyuşukluğa alıştıran, daha faydalı meşguliyetlerden alıkoyan, olmayacak şeylere inandıran ve beyni yıkamaya yarayan bir araçtır.” biçiminde ifade edilmektedir (Anadol, 1992: 36).

Bulunuşundan günümüze kadar sürekli gelişim içinde bulunan televizyonun icadında ve geliştirilerek bugünkü modern halini almasında pek çok bilim adamının katkısı bulunmaktadır.

Televizyonun icadında bahsedildiği gibi birçok bilim adamının adının geçmesine rağmen mucidi olarak John Logie Baird kabul edilmektedir. Baird, 25 Mart 1925’te icat ettiği cihazla halka açık ilk televizyon gösterimini gerçekleştiren

kişi olmaktadır. 1923'te icat edildiği kabul edilen televizyonun dzenli yayınlara geçmesi 1936 yılında İngiltere'de gerđekleřtirilmektedir. Ancak bu ilk yayınlar alıcı sayısının azlığı nedeniyle sınırlı bir kesim tarafından izlenebilmektedir (Aziz, 2006: 14; şentürk, 2008: 17).

Başlangıç dzenmi kabul edilen bu ilk yıllarda televizyon İngiltere ve ABD gibi sınırlı birkaç ölkede yayına geğebilmektedir. Bu ilk yıllarda yayınlar var olan olayların gösterimi ya da sinema ve tiyatro için üretilen ürünlerin gösterimiyle sınırlı kalmaktadır. 1950'lerden itibaren televizyon için yeni tür programlar yapılmaya ve haber yönü de daha verimli kullanılmaya başlanmaktadır. Televizyonun altın çağı olarak kabul edilen 1960'lardan sonraki dönemlerde televizyonun teknik alt yapısının gelişmesiyle de televizyon bir endüstri haline gelmektedir. Bu dönemde, kaydedilebilir video kasetlerin çıkmasıyla televizyon iç mekana bağımlı olmaktan kurtularak dış mekan çekimleri yapılmaya başlanmaktadır. Bu durum televizyonda yayınlanan programların çeşitliliğini artırarak hedef kitlenin ilgi ve ihtiyaçlarına uygun farklı program türlerinin üretimi sağlamaktadır. Renkli televizyon yayınlarının mümkün olmasıyla da televizyon kendisine olan talebi daha da artırmaktadır. Uydu teknolojisinin gelişimiyle birlikte izler kitle sadece kendi ölkesi sınırları içindeki yayınlara hapsolmaktan kurtularak farklı ölkelerin yayınlarını da izleme imkanına kavuşmaktadırlar (Aziz, 2006: 28; Raymond, 2007: 25).

Televizyon yayınları, başladığı 20. yüzyıldan aynı yüzyılın sonuna kadar analog yayın tekniği kullanılarak gerđekleřtirilmektedir. Analog yayın, video ve ses sinyallerinin iletimi için analog sinyalleri kullanmaktadır. Bu sinyallerde voltaj değişikliğine bağlı olarak değişimler yaşanmakta ve bu da görüntü ve ses sinyallerinde bozulmalara neden olabilmektedir (Sarper, 1996: 5). Analog yayınlarda aynı zamanda görüntü kalitesinin de düşük olmasının yanında yayında kanal ıakışmaları medyana gelebilmektedir. Geleneksel televizyon yayıncılığında yayıncılık bu şekilde yapılmaktadır.

20. yüzyılın sonlarından itibaren var olan teknolojilerdeki değişim ve bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte televizyon yayıncılığında da önemli değişimler meydana gelmektedir. Bu gelişmelerin ışığında televizyon

yayıncılığında analog yayıncılıktan sayısal (dijital) yayıncılığa geçiş süreci başlamaktadır. Sayısal televizyon yayıncılığında görüntüler ve sesler dijital kodlara çevrilmektedir. Dijital kodlara çevrilen görüntü ve sesler üzerinde her türlü değişikliği yapmak mümkün hale gelmektedir. Bu durum, televizyon kavramının bambaşka bir noktaya evrilmesini sağlamaktadır. Dijitalleşmenin televizyon yayıncılığına getirdiği önemli iki katkıdan birincisi, yayının neredeyse hiç bozulmadan, hava durumundan etkilenmeden, daha kaliteli görüntü ve ses ile alıcıya ulaşması olarak açıklanabilir. İkincisi ise, sayısal televizyon yayıncılığında aynı kanaldan birden fazla verici yayın yapabileceği için frekans spektrumunda kullanım tasarrufu sağlanmasıdır. Spektrumun daha fazla program kanalı taşıyabilecek kapasitede olmasıyla geniş bant, internet hizmetlerine ve cep telefonları için mobil televizyon hizmetlerine ayrılabilir. Bu da etkileşimli televizyon gibi hizmetlerin kullanımını ve izleyicilere sunumunu olanaklı hale getirir (Akaydın, 2014: 20). Böylece geleneksel televizyon yayıncılığında tek yönlü olan iletim süreci etkileşimli televizyon olanaklarıyla birlikte çift yönlü hale gelir.

Sayısal yayıncılık teknolojisinin kendi yapısı sonucu oluşan bu durum etkileşimi ve karşılıklı veri alış verişini mümkün kılmaktadır. Bu sayede farklı program türleri farklı kullanıcılara, onların kendi istekleri doğrultusunda sunulabilmektedir.

Sayısallaşmanın getirdiği bu sonuç, seyirciyi istediği programı seçme, istediği zaman izleme, görüntüleri değişik açılardan izleyebilme ve programla ilgili düşüncelerini eş zamanlı olarak iletebilme gibi özgürlüklere ve etkileşime kavuşturmaktadır (şeker, 2009: 14). Sayısal yayıncılıkta izleyicilere izlenen görüntünün dışında fazladan farklı veriler sunulabilmektedir (Durmaz, 1999: 5).

Bu değişim, televizyonun yaklaşık 80 yıllık teknolojisini etkilemenin yanında, bu teknolojiyi kullanan insanların ve toplumun da sosyal, kültürel hayatını etkileyip dönüştürmektedir. Günümüzdeki televizyon teknolojisinin geçmiş teknolojiden en temel farkı, bilginin, elektronik ortamda, sayısal bir forma dönüştürülerek, daha hızlı işlenebilen, iletilebilen ve kontrol edilebilen bir seviyeye gelmesidir.

Analog yayın döneminde farklı alanlarda yer alan radyo, televizyon ve bilgisayar sistemleri dijitalleşmeyle birlikte son 30 yılda aynı alana girmektedirler. Bunun en temel sebebi dijitalleşme ve internet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bilgisayarların görüntüyü işleyebilecek kapasiteye ve hıza ulaşmasıdır. Bunun sonucu olarak da radyo ve televizyon alanındaki tüm çalışmalar artık ortak bir sistem yaratma yönünde gerçekleşmeye başlamaktadır. Bu ortak sistemin yaratılmasıyla birlikte televizyon yayıncılığı anlayışı da tamamen değişmektedir (Durmaz, 2004: 4).

Dijitalleşmeyle birlikte gelişen bilgisayar sistemlerine ve internetin icadına bu açıdan baktığımızda televizyon üzerinde nasıl bir etkisi olmuştur sorusuna olumsuz bir yanıt vermekten ziyade birbirleri üzerinde nasıl bir etkilerinin olduğu sorusu üzerinde durulması daha faydalı olmaktadır.

İnternetin bir ağ ortamı olması veri aktarımını hızlandırmaktadır. Ses ve görüntünün de paylaşımının gerçekleştirilebildiği internet, ağ üzerinden televizyon yayınlarına ulaşmayı da mümkün duruma getirmektedir. Bu durum, televizyon yayıncılığını ve televizyon izleme şekillerini de farklılaştırmaktadır (Yılmaz, 2010: 395). En temel noktadan baktığımızda internet sayesinde analog yayıncılık döneminin pasif olan izleyici yapısı, dijitalleşme ve internet teknolojilerinin televizyon yayıncılığında kullanımıyla birlikte daha aktif bir yapıya kavuşmaktadır. Analog yayıncılık dönemini içine alan geleneksel yayıncılık döneminde izleyici, kendisine ne gönderilirse sadece onu almaktadır. Yani yayıncılık tamamıyla tek yönlü ve etkileşime kapalıdır. Ancak günümüzdeki etkileşimli televizyon sayesinde izleyiciler programlara ve bu programların içeriklerine müdahale edebilmektedirler. İnteraktif televizyon uygulamaları direkt kullanıcılara yönelik olduğundan bu yeni televizyon teknolojisinde bireysellik ön planda yer almaktadır. Yayınlar doğrudan kullanıcıya yönelik oluşturulduğundan kullanıcılar içeriği kendi istek ve ihtiyaçlarına göre oluşturabilme imkanına kavuşmaktadırlar (Odaman, 2007: 114).

Televizyon yayıncılığındaki teknik ve içeriksel gelişmelere baktığımızda ikisinin birlikte ilerlediği görülmektedir. Sürekli bir değişim ve gelişim içerisinde bulunan televizyon yayıncılığı diğer kitle iletişim araçlarıyla da ilişkili biçimdedir.

Tüplü televizyondan plazma ve LCD TV'ye geçiş, bunun ardından SDTV (Standart Definition Television)'den HDTV (High Definition Television) ve devamında 4K TV ve 8K TV'ye geçişler hızlı bir biçimde gerçekleşmektedir (Özel, 2015: 171).

1.3.2. Televizyonun Birey ve Toplum Üzerinde Yarattığı Değışimler

İletişim teknolojilerinde yaşanan değışimler toplumun birçok katmanında etkili olmaktadır. Her yeni teknoloji bir diğeri birden bire yok etmek yerine onu kendi potasında eritip dönüştürmektedir. Kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler sadece bireysel sonuçlar doğurmanın ötesinde ulusal sınırları da aşan durumlara neden olmaktadır. Yazının icadından, matbaanın icadına, elektronik medya devriminden bilgisayar teknolojilerine kadar kitle iletişim araçlarında meydana gelen gelişmeler geniş kitleleri etkisi altına almaktadır.

Yukarıda da bahsedildiğı gibi iletişim yalnızca bireylerin anlaşmalarını değil toplumlar arasındaki anlaşma ve uzlaşmayı da sağlamaktadır. Sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş sürecinde yaşanan toplumsal değışimler önceki bölümde üzerinde durulan bir nokta oldu. Bu bölümde ise yazılı kültürden televizyonun yarattığı görsel kültüre geçen toplumlarda yaşanan bireysel ve toplumsal değışimler üzerinde durulmaktadır.

İletişimde yaşanan gelişmelere bakıldığında temelde yaşanan üç devrim olduğu görölmektedir. Bunlar, yazının bulunuşuyla ortaya çıkan Chirografik devrim, matbaanın bulunuşuyla ortaya çıkan Gutenberg devrimi ve televizyonla birlikte gelişen elektrik-elektronik devrimleridir (Baldini, 2000:5).

Televizyonun icadından önce enformasyonun iletim süreci yazılı metin ve hareketsiz resimler ile sağlanmaktadır. Televizyonun ve öncesinde sinemanın icadıyla birlikte birebir yüzleşmeyi ve tanıklık etmeyi olanaklı hale getiren görsel ve işitsel medya aracılığıyla enformasyonun iletimi hareketli görüntüler aracılığıyla sağlanmaya başlanmaktadır. Bu noktadan bakıldığında sinema ve özellikle de televizyonun yazılı, metne bağılı kültürden görsel kültüre geçişin

önemli temsilleri olduğu görülmektedir. İnsanların ve toplumların gerçeği algılama şeklini biçimsel ve niteliksel olarak değiştiren teknolojik buluşlar olmaktadır (Esslin, 2001: 14). Bu geçiş Ong'un deyimiyle ikinci sözlü kültür dönemini ifade etmektedir.

Kitle iletişim araçlarında yaşanan bu gelişmeler enformasyonun giderek daha hızlı bir biçimde aktarılmasını sağlayarak günümüz tüketim toplumlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ortaya çıkan yeni teknolojiler bireylerdeki beklentileri artırarak ortaya çıkan her yenilik kısa süre içerisinde yetersiz gelerek yeni gereksinimlerin hızlı bir biçimde aranmaya başlandığı bir ortam yaratmaya başlamıştır. İletişimdeki teknolojik gelişmelere bağlı olarak içinde bulunulan bu yeni durum insanın toplum içindeki konumunu da devamlı olarak tartışılır hale getirmektedir.

20. yüzyılda radyo yayınlarıyla birlikte iletiler eş zamanlı olarak onlarca insana ulaşmanın yolu açmaktadır. Televizyonla birlikte de bu süreç hızlanarak McLuhan'ın deyimiyle dünya global bir köy durumunu almaya başlamaktadır. McLuhan, 1960'lı yıllardan itibaren modern elektronik iletişim araçlarının ve özellikle de televizyonun dünyayı global bir köye dönüştüreceğini ifade etmeye başlamaktadır (Oskay, 2000:207).

Bu görüş, televizyonun iletişim alanında yaşanan teknolojik bir gelişmenin ötesinde olduğu gerçeğini gözler önüne sermektedir. Gidip görülemeyecek kadar uzakta olan yerleri, insanları, hayatları ve kültürleri insanların evlerine kadar getiren bir teknoloji, henüz gelişiminin ilk yüzyılını doldurmadan toplumsal sistem üzerinde daha önceki teknolojik gelişmelerden farklı bir noktaya ulaşmaktadır. Fotoğraf ve sinema da insanlara gidip göremeyecekleri yerleri görme imkanı sağlamaktaydı ancak televizyon özellikle de canlı yayınlar sayesinde izleyicilerin orada olma isteğini eş zamanlı olarak gerçekleştirmenin yanında bu arzuyu evlerinde rahat koltuklarında otururken gerçekleştirmektedir (Ruppert, 1996:181).

İçinde bulunulan elektronik çağda, elektriğin ve elektriğe bağlı olarak ortaya çıkan teknolojik buluşlarla birlikte özel, toplumsal ve iş hayatı arasındaki

mekansal sınırlar, gece gündüz farklı, iç mekan dış mekan farkı büyük ölçüde ortadan kalkarak mekanlar arasındaki sınırları saydamlaştırmaktadır. Evin içine giren televizyon gerçekliği görselleştirerek çevresel sınırları genişletmekte ve bireylerin zaman ve mekan kavramlarını farklılaştırmaktadır. İşte McLuhan'ın küresel köy kavramından kastettiği televizyon aracılığıyla görüntülerin eşzamanlı sunumu sayesinde belli bir bilinç formunun bütün insanlara dikte edildiği, algının odaklaşarak dünya açısından küçülmeyi ve dünyanın aynı görselleri izleyen, aynı biçimde düşünüp, aynı biçimde hareket eden, giyiminden serbest zaman etkinliğine kadar benzer formlar taşıyan bir tek köy haline geldiğidir. Tek bir köy haline gelen dünyada televizyon sayesinde insanların görsel ve işitsel algılarının ve genel olarak sinir sisteminin genişlediğini söylemektedir (McLuhan, 1994: 5, 63, 123-126).

McLuhan, televizyonun icadından kısa bir süre sonra özellikle de kadınların giyim kuşam alışkanlarını değiştirerek daha sembolik ve dokunabilirlik duygusu veren görselliğin ön plana çıktığı kıyafetleri tercih etmeye başladıklarını ifade etmektedir. Yine aynı biçimde kıyafetlerinin yanı sıra saç modellerinin de soyut görsellikten ikonik ve duygulara seslenen biçimde değiştiğini vurgulamaktadır (McLuhan, 1994:121).

İlk yıllarda kamusal yerlerde topluca izlenebileceği düşünülen televizyon, o dönemin teknolojik sınırlılığı nedeniyle küçük ekranlara hapsediğundan sinema perdesi gibi topluca izlenmeye imkan vermemektedir. Bu nedenle de evlerde, bireysel ya da ailece izlenmeye daha uygun olarak kabul edilmektedir.

Sanayi devrimi ve buna paralel olarak gerçekleşen endüstrileşmeyle birlikte ortaya çıkan çalışma zamanı ve serbest zaman ayrımı insanları boş zamanlarını değerlendirebilecekleri aktivitelere yönlendirmektedir (Ruppert, 1996: 181). Bu dönemde televizyon da bu serbest zamanı değerlendirme konusunda en ucuz yol olarak bireylerin karşısına çıkmaktadır. Cihazı bir kez satın aldıktan sonra ekstra bir ücret ödemeye gerek olmadığından alt ve orta düzey aileler için vazgeçilmez bir serbest zaman etkinliği haline gelmektedir.

1960'lı yıllara gelindiğinde televizyon artık ev düzenlenmesi ve eşya alımında ilk sıralarda yer almaya başlamaktadır. Bu yıllarda bir televizyon alıcısına sahip olmak bir çamaşır makinesi ya da elektrikli bir mutfak aletine sahip olmaktan daha önemlidir (Schmidtchen, 1962: 296).

İnsanlar, televizyonu sanki bir mobilyaymış gibi satın alarak özel alanlarına, evlerinin salonlarına, en görülen yerine yerleştirerek kendi rızalarıyla binlerce görüntüyü televizyon ekranı sayesinde evlerine sokarlar (Altunay, 2012: 37-38). Sinemadan farklı olarak televizyon, izleyicisinin kendisine gelmesini beklemeden izleyiciye gelerek özel hayatının sınırları içerisinde yer alan evine girmektedir. Evlere giren televizyon izleyicileri evlere ve dolayısıyla aileye mahkum etmektedir. Bu haliyle televizyon kendisi de tıpkı kullanılan bir nesne gibi ev eşyalarından biri durumuna gelmektedir (Lewis, 1992:178). Televizyonun icadıyla birlikte ortaya çıkan bu süreç, 2000'li yılların ekran kuşağının ortaya çıkmasındaki ilk ve en temel basamaklardan birini oluşturmaktadır .

Ortaya ilk çıktığında toplumun kültürünü yansıtacağı zannedilen televizyonun zaman içerisinde kendi kültürünü yaratmaya başladığı görülmektedir. İcat edildiği yılları takiben ucuzlayan televizyon alıcısının zaman içerisinde zengin fakir fark etmeden tüm evlere girmeyi başardığı görülmektedir. Bu süreç içerisinde televizyon gündelik hayatın planlanmasında önemli bir konuma kavuşmaktadır. Yemek saatlerinin, gündelik aktivitelerin planlanmasının dahi televizyon programlarına göre düzenlendiği televizyonun, izleyici üzerinde bir güç oluşturduğu görülmektedir.

Öyle ki bu dönemde misafirlikler dahi birlikte televizyon izleme etkinliğine dönüşmektedir (Tutuk, 2019: 189).

Uzağı görme arzusunu tatmin eden televizyonun zaman içinde bu işlevi farklılaşarak bireylerin eğlence ve boş zamanlarını değerlendirme aktivitelerine dönüşmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasındaki en büyük etki kapitalist sistemin tüketimi teşvik eden yapısıdır. Toplumsal yapıda meydana gelen bu değişim ve tüketimin teşviki televizyon ile desteklenerek, televizyonda yayımlanan

programlar ve özellikle de reklamlar aracılığıyla bireylere empoze edilmektedir (Vural, 1991: 141).

Televizyon artık izleyicileri dünyada olup bitenler hakkında bilgilendirmekten ziyade tüketimi özendiren, kendi düşsel dünyasından uzaklaşarak televizyonda yaratılan sahte düşe inanan bireyler durumuna getirmektedir.

İnsanların televizyonda gerçeği değil gerçeğin tekrar düzenlenmiş biçimini izlediklerini ifade eden Baudrillard, televizyonu gerçeğe ulaşmayı engelleyen bir araç olarak görmektedir. Baudrillard, her şeyin televizyon düzeyinde olup bittiği bir dünyada yaşadığımızı vurgulamaktadır. Bu ortamda mesafe bilincini yitiren insanlar, gerçeği izleyip algıladıklarını zannederken aslında sadece görüntüsünü algılamaktadırlar (Baudrillard, 2004:139;Baudrillard, 2016:13).

Sanayinin henüz gelişmediği ve kapitalist sistemlerin toplumsal yaşama egemen olmadığı dönemlerde insanlar sosyal ilişkilerini doğal bir düzen içerisinde gerçekleştirmektedirler. Bahsedilen bu dönemde ekonomik üretim de bireylerin ihtiyaçlarını giderecek şekilde düzenlenmektedir. Ancak 20. yüzyılda sanayide yaşanan gelişmelere paralel olarak toplumsal yaşamda değişimler yaşanmakta ve kar sağlamak bir amaç haline gelmektedir. Teknoloji alanında yaşanan gelişmeler de insan emeğine duyulan ihtiyacı azaltarak tüketimin yükselen bir değer olarak üretimin yerini almasına neden olmaktadır. Bu değişimlerin yaşandığı dönemin önemli bir kitle iletişim aracı olan televizyon da bu tüketim olgusunu destekleyecek nitelikte yayınlar yapmaya başlamaktadır. Televizyon programları bireylere ne kadar tüketirlerse o kadar güçlü olacakları mesajını ileten bir araç konumuna gelmektedir (Baran, 2014: 172-173).

Bu durum televizyonda yayınlanan reklamlarla pekiştirilmektedir. Reklamlarda gündelik ve özel yaşamla ilgili olarak sunulan her şey abartılı bir biçimde verilmektedir. İnternet söz konusu olduğunda bu abartı daha da üst boyutta ve sınır tanımaz bir biçimde gerçekleşmektedir. Bu mecralarda abartılan her nesne bir tür fetiş nesneye dönüşmektedir. Böylece sistem tarafından bireylere ve topluma istenen tüketim kültürü empozeedilmektedir. Reklamlar aracılığıyla

sadece ürünlerin tanıtımı yapılmamakta, o ürüne sahip olduğunda reklamda kendisine sunulan yaşam tarzının tamamına sahip olacağı yanılsaması vaat edilmektedir. Bu yaşam tarzı sistemle tamamen uyum içinde olan ve ancak sisteme boyun eğerek ulaşılabilecek yaşam tarzıdır (Baudrillard, 1988: 20).

Televizyonun sahip olduğu gücün, özellikle de enformasyon ve eğlence aracı olarak, kısa sürede büyümesiyle daha önceki enformasyon ve eğlence araçlarını da değişikliğe uğrattığı görülmektedir. İnsanlar ve toplumlardaki gerçeklik algısını ve dünyayla olan ilişkilerini değişikliğe uğratan televizyon toplumsal kurum ve ilişki biçimlerinin bir çoğunu değiştirmektedir (Williams, 2003: 11).

Televizyon programlarında özellikle de dramalarda olaylar genellikle bireyler üzerine odaklanmaktadır ve öykülerin büyük bölümü izleyicilerin kendilerini özdeşleştirebileceği karakterlerle sunulmaktadır. Bu durumun sonucu olarak bireyler, toplumsal grupları temsil eden insanları anlamakta zorluk çekmekte ve giderek toplumu ve toplumsal kurumları göz ardı edebilmektedirler. Televizyon programlarında ve yayınlanan dramalarda problemlerin sihirli bir değnek değmişçesine çözüme kavuşması izleyicinin karmaşık toplumsal problemlere bakış açısını da değiştirmekte ve bireyin toplumsal gerçekliği algılamasını yanılsamaya dönüştürmektedir (Williams, 2003: 70).

Yayıncılığın ilk yılları olan geleneksel televizyon yayıncılığı döneminde yayıncılık ve üretim tek yönlü biçimde gerçekleşmektedir. Ancak son yıllarda yaşanan özellikle de teknolojik gelişmelerin sonucu olarak televizyonun var olan geleneksel yapısı da dönüşüme uğramaktadır. Sayısallaşma, uydu teknolojisinde yaşanan gelişmelerle birlikte ortaya çıkan küreselleşme kavramıyla birlikte bu süreç yavaş yavaş değişim göstermeye başlamaktadır. Yine aynı dönemlere denk gelecek bir şekilde kamusal yayıncılık anlayışından kapitalizmin hız kazanmasıyla birlikte ticari yayıncılık anlayışı da kar elde etme amacıyla öne çıkmaya başlamaktadır (Williams, 2003:74).

Kamu hizmeti yayıncılığı ortak değerlere sahip yurttaşlardan oluşan homojen bir gruba seslenirken, ticari yayıncılıkta yurttaş kavramının yerine tüketici kavramı konulmaktadır (Mutlu, 1999: 33).

1990’lardan itibaren bahsedilen teknolojik gelişmelerle birlikte ve özellikle de uydu teknolojisinde yaşanan gelişmelerle birlikte televizyon artık küresel kültürün üretim, dağıtım ve paylaşım merkezi durumuna gelmektedir (Wang ve Servaes, 2000: 3).

Aletlerin ve teçhizatın ticarileşmesi beraberinde içeriğin de ticarileşmesini getirmektedir. Renkli yayına geçilmesi, uydu teknolojileri, görüntünün bilgisayar aracılığıyla işlenmeye başlaması gibi teknolojik gelişmeler beraberinde program içeriklerini de değiştirerek ticari bir karaktere bürünmesine neden olmaktadır. Televizyonlar için artık pazara ticari yarar sağlayan programlar üretme gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Televizyon zaten reklam mesajları içeren bir araç olmasının yanında kapitalist sistem için tüketim araçları ve yaşam biçimleri satan bir araca da dönüşmektedir. Bu gelişmelere paralel olarak ulusal bir kurum olmaktan çıkan televizyon büyük ölçüde ticari rekabet kurumuna dönüşmektedir (Williams, 2003:41).

Televizyon, icadından itibaren gündelik yaşamdaki yerini ve etki gücünü sürekli olarak artırmaktadır. Bu güçle ilgili olarak Neil Postman, “Elektronik medya sembolik ortamımızın niteliğini kesin ve dönüşü olmayan bir şekilde değiştirdiğine göre eminim biz de kritik bir büyüklüğe ulaşmış durumdayız. Şu anda enformasyonları, fikirleri ve epistemolojisi basılı sözlerle değil, televizyonla şekillenen bir kültürüz. Televizyon iletişim ortamlarımızı başka hiçbir iletişim aracının gücünün yetemeyeceği tarzlarda bizim adımıza düzenler. Televizyon, dünyaya ilişkin bilgimizi değil, aynı zamanda bilme yollarına ilişkin bilgimizi de yönlendiren bir araç statüsüne yükselmiştir. Televizyonun hakikat, bilgi ve gerçeklik tanımlarını o kadar gözü kapalı kabul etmekteyiz ki ilgisizlik bize anlamlı görünmekte, tutarsızlık ise özellikle akıllıca davranmak gibi gelmektedir.” şeklinde açıklama yapmaktadır.

Televizyona fazla maruz kalan insanlarda gerçeklik ile hayal dünyası yer değiştirdiğinden televizyon insanı, bir yanılsama dünyası içerisinde yaşamaktadır. Gerçek yaşamda yaşanan ciddi olayları kurgulanmış bir film gibi algılamaya başlamaktadır. Özellikle de genç kuşaklar arasında yaygın olan özdeşleşme, özdeşleşilen starla hayatını değiştirme arzusu onun giyim tarzından yaşam biçimine kadar tüm hayatı üzerinde etkili olmaktadır ve bu arzu gerçek hayatıyla çakışmayacak ölçüde yanılsama olmaktadır (Karaboğa, 2007: 33).

İletişim araçlarında yaşanan teknolojik gelişmeler gündelik hayat ve boş zaman pratiklerini de bireyselleştirerek bir anlamda sosyal katılım olgusunu zayıflatmaktadır. Elektronik teknolojisinde yaşanan gelişmeler bireysel zevkleri daha çok ön plana çıkarıp desteklerken daha basit eğlence biçimleri sunarak bireyi toplumsal olandan uzaklaştırmaktadır (Putnam, 1995: 65). Televizyon, bireylerin serbest zamanlarını kuşatarak birbirleriyle bir araya gelmelerini, tartışma grupları oluşturarak fikir alışverişinde bulunmalarını sınırlamaktadır (Oktay, 1993: 253). Bu noktadan baktığımızda televizyon yalnızca bir iletişim aracı olarak değil aynı zamanda yeni bir insan tipi yaratan güç olarak karşımıza çıkmaktadır (Sartori, 2004: 26).

Televizyon, toplumların ve bireylerin eğlence anlayışlarını da farklılaştırarak onları kamusal alandan kendi özel alanlarına, evlerine çekerek eğlence anlayışını ve yaşam biçimlerini de değiştirmektedir. Eğlence anlayışı sosyal bir etkinlik olmaktan çıkarak görsel bir gösteriye dönüşmektedir (Sayre ve King, 2003: 12). Bu da insanların serbest zaman etkinliklerini kökten değiştirerek özelleştirmekte ve bireyselleştirmektedir. Bu bireyselleşme insanların pek çok sosyal katılım fırsatını kaçırmasına neden olmaktadır (Putnam, 1995: 65).

Modern dönemin insanı televizyonun kendisine dayattığı ürünleri tüketerek ücretsiz ev işçisine dönüşmektedir. Gunther Andres, televizyonda sunulan ürünlerin insanların kişiliक्सizleştirilmesine ve akıl düzeyinin zayıflatılmasına neden olduğunu ve bunu da televizyonun insanın kendi evinde gerçekleştirdiğini söylemektedir (Andres, 1964: 358).

Televizyonun günümüzdeki kullanım biçimine ve yayın politikasına bakıldığında uzakları yakınlaştırırken, yakınları uzaklaştırarak bireylerin diğer insanlarla bağımlılığını azalttığını görmekteyiz. Evin içerisinde aile bireyleriyle birlikte izlendiğinde dahi televizyon bireysel izleme ile elektronik bir yalnızlık sunarak yalnız kalabalıklar yaratmaktadır. Bu şekilde bireyler yalnız olduklarını fark etmeyen bir aldaniş içinde yer almaktadırlar (Oskay, 1994: 46). İnsanlar, böyle bir ortam içerisinde kalabalıklara dönüşen yalnız insan konumundadır. Bu insanlar sadece televizyonda dizileri ya da filmleri izlerken değil gerçek bir savaş görüntüsünü bile izlerken kurgulanmış bir dünya tasvirini seyretmektedirler. Böyle bir ortamda savaş ve toplumsal olaylar dahi milyonlar tarafından pasif bir biçimde izlenen kurgusal bir oyun durumuna getirilmektedir (Oskay, 1992: 111).

1960'lı yılların televizyon yayıncılığı kültürel olma çabasıyla, izleyicilerine kültürel ürünler sunmak ve toplumda beğeni oluşturmak amacıyla kendi tekelinden faydalanırken, 2000'li yıllara geldiğimizde bu dönemin yayıncılık anlayışı mümkün olan en geniş izleyici kitlesine ulaşmak amacıyla televizyon izleyicilerine popüler kültür ürünlerini kullanarak yayın içeriğini bu amaç doğrultusunda oluşturmaktadır (Bourdieu, 1997: 26).

Eğlence yönü giderek eğitime ve bilgi verme işlevlerinin üzerine çıkan televizyon yayınları için Postman, sorunun televizyonun eğlendirici içerikler sunması olmadığını, bütün içeriğin eğlence olarak sunulmasında yattığını ifade etmektedir (Postman, 2010: 101).

Televizyonda sunulan popüler kültür ürünleri insanları etkileyerek onların düşünmesini engelleyip onlara problemsiz bir hayat sunmaktadır. Televizyonun dayattığı bu durumdan rahatsız olmayan izleyiciler zaman içinde bu süreçten hoşlanarak gönüllü olarak katılmaktadırlar. Kitle toplumu içinde yer alan bu kişiler televizyondan kendi dar toplumsal çevrelerini aşmak için faydalanmak yerine basmakalıp değer, düşünce ve enformasyonlarla yetinmektedirler. Bu durum da insanların kitle toplumuna daha da gömülmesine neden olmaktadır (Postman, 1994: 76).

Sinema ve televizyon alanında çalışmaları bulunan Robert Kolker, Televizyonda yayınlanan dizi ve filmlerin çoğunlukla orta sınıf diye tabir edilen kesime hitap ettiğini ifade etmektedir. Çoğunlukla orta sınıfa hitap etmesine rağmen televizyonun her türden insanı yansıtır onları da kendisine çektiğini söyleyen Kolker, seyircilere kendilerinden bir şeyler sunarak yaşamlarından memnun olma, gelir düzeyi düşük dahi olsa haz alma duygusu yaratılarak yaşama ümidi verildiğinin altını çizmektedir (Kabadayı, 2009: 147).

Televizyon programlarının toplum üzerine etkileri konusunda araştırmalar yapan Roger Silverstone, kullandığı anlatı yapısı itibariyle modern toplumlarda sözlü kültürün merkezi durumuna ulaşan televizyonun artık sözlü kültürün aktarıcısı konumuna geldiğini vurgulamaktadır. Televizyon programlarının kurmacaya dayandığı üzerinde duran Silverstone, bu kurmacanın izleyiciye gerçeklik olarak sunulmasının neden olduğu olumsuzluklardan da bahsetmektedir (Silverstone, 1981: 44).

1.4.İnternetin İcadı ve İnternet Teknolojileri Dönemi

1.4.1. İnternet ve Tarihsel Gelişim Süreci

Ağların ağı biçiminde tanımlanan internet, dünya çapında bütün elektronik ağların birbirine bağlanmasıyla oluşmakta ve daha önce hiçbir iletişim aracının sağlayamadığı biçimde dünyada ağa erişimi olan tüm insanların etkileşime geçmesini başarmaktadır.

Yer ve zaman kavramlarını değişikliğe uğratarak sadece bilgisayarı birbirine bağlamanın ötesine geçerek insanları sanal bir ortamda bir araya getirmektedir.

İnternetin bulunuşuna gelinceye kadar dünya tarihine baktığımızda, internetin ortaya çıkmasını sağlayan pek çok teknolojik gelişimin yaşandığı görülmektedir.

Özellikle 19. Yüzyılın son yarısında dünya, matbaanın, telgrafın, telefonun, radyonun ve televizyonun icadı gibi önemli teknolojik gelişmelere şahit olmaktadır. Bu gelişmeleri takiben fiber optik kabloların icadı, uydu yayıncılığı,

ip (transistör) teknolojisinde yaşanan gelişmeler mevcut iletişim araçlarını dönüştürürken yeni iletişim araçlarının ortaya çıkmasını hızlandırmaktadır.

Yaşanan tüm bu gelişmelere de paralel olarak ortaya çıkan ve devrim niteliği taşıyıp internet teknolojisini mümkün kılan buluş kuşkusuz bilgisayarın icadı olmaktadır.

Bilgisayarlar, fark edilişlerinin en yoğun yaşandığı dönem olması nedeniyle başka birçok icatta da olduğu gibi İkinci Dünya Savaşı'nın ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır (Goldstine, 1992: 22).

Kelime anlamı olarak bakıldığında, “Uzun ve çok karmaşık hesapları dahi büyük bir hızla gerçekleştirebilen, mantıksal bağlantılara dayalı karar verip işlem yürüten makine” biçiminde tanımlanabilen bilgisayarlar kısaca bilgiyi işleyen elektronik cihazlardır.

Verilen komutlar doğrultusunda bilgiyi işleyen ve kaydeden elektronik cihaz olan bilgisayar, kodlar aracılığıyla işlem yaptığından, kodlar doğru girildiği sürece istenilen işlemleri doğru ve hatasız bir biçimde gerçekleştirmektedir. Kullanıcı odaklı bir biçimde çalıştığından sadece kullanıcı tarafından kendisine girilen komutları gerçekleştirmektedir (Bal, 2011: 17).

Bilgisayarlar da aynen diğer teknolojik araçlarda olduğu gibi pek çok gelişim sürecinden ve pek çok bilim insanının katkısından geçerek icat edilmekte ve günümüzdeki şekline ulaşabilmektedir.

Tarihsel sıralama açısından bakıldığında, bilgisayarla ilgili çalışmaların MÖ Mısır'da abaküsün icadına kadar götürüldüğü görülmektedir (Griffiths,2001: 28).

1822'de basit matematiksel işlemler yapabilen bir makine icat eden Charles Babbage, bu makineyi istediği düzeyde geliştiremeyeceğini fark ederek modern bilgisayar teknolojilerinin temelini oluşturacak programlanabilir makine yapma girişimlerine başlamaktadır. Bu çalışmalar sonucunda 0 ve 1 sayısal işlemler dilinin sayısal olmayan işlemlere de uygulanabileceği sonucuna varan Babbage'nin çalışmaları kendisine “modern bilgisayarın babası” sıfatını kazandırmaktadır (Postman, 2009: 105).

Bilgisayarın icadı yolunda bu dönemde yaşanan yoğun çalışmalara rağmen ilk bilgisayar ancak 1946'da geliştirilebilmektedir. Bu ilk elektronik bilgisayar, metal modüller üzerine inşa edilmiştir. ENIAC (Electronic Numerical Integrator And Calculator) ismi verilen bu ilk elektronik bilgisayar 70 bin resistörü ve 18 bin radyo lambasıyla 30 ton ağırlığında olup bir spor salonunu kapladığı bilgisi kayıtlarda yer almaktadır (Tekeli, 1994: 28).

1960'larda silikon çiplerin ortaya çıkması bilgisayar teknolojilerinin çağ atlamasını sağlayarak ebat olarak da bilgisayarların küçülmesini ve maliyetlerinin azalmasını sağlamaktadır. 1980'lere gelindiğinde IBM firması günümüz modern bilgisayarı PC (Personel Computer)'leri yani kişisel bilgisayarları üretmektedir (Bal, 2011: 19).

İcadından ve icadını hazırlayan teknolojik gelişmelerden günümüze değin dinamik gelişme yapısını sürdüren bilgisayarlar gün geçtikçe hacim olarak küçülüp, hız, hafıza ve teknik özellikler açısından yüksek kapasitelere ulaşmaktadır.

Bilgisayarların bu şekilde küçülüp portatifleşmesi ve gündelik hayat içinde yer almaya başlaması insanlar için elektronik bir ağ içinde yer alıp bilgi paylaşma ihtiyacını doğurmaktadır. Ancak, bu ihtiyaç duyulan ağların ortaya çıkışı 1970'lerden sonra telekomünikasyon ve bilgisayar ağ oluşumlarından sonra mümkün olmaktadır. Ağların gelişiminde önemli role sahip olan “anahtar (switch)” teknolojisinin icadı internet üzerinde veri transferinin paketler şeklinde yapılmasını sağlamaktadır.

Özetlenecek olursa, 1950 ve 1960'lı yıllarda sadece uzmanların kullanabileceği devasa boyutlardaki bilgisayardan kısa bir zaman dilimi içerisinde önemli teknolojik gelişmelerle birlikte 1980'lerde herkesin kullanabileceği masaüstü bilgisayarlara oradan da taşınabilir dizüstü bilgisayarlara geçilmektedir. İnternet ise yukarıda bahsedilen ağ teknolojilerindeki gelişimler sayesinde 1960'lı yılların sonunda ortaya çıkarak ağlar aracılığıyla birbirine bağlanan bilgisayarların haberleşmesine imkan sağlamaktadır.

Kelime anlamı “birbirine bağlantılı ağlar” olan internet, bilgisayarların diğer bilgisayarlar ile ağ üzerinden iletişim kurmasını sağlayan bağlantıdır (Ellsworth ve Ellsworth:1996: 78).

İnternet aynı zamanda dünya üzerindeki ağa bağlanan bütün bilgisayarların birbirleriyle elektronik dil aracılığıyla iletişim kurmasını sağlayan çok yönlü bir kitle iletişim aracıdır (Morris ve Ogan, 1996: 42).

Türk Dil Kurumu’nun tanımına göre internet, “Bilgisayar ağlarının birbirine bağlanması sonucu oluşan, herhangi bir sınırlandırması ya da yöneticisi olmayan uluslar arası bilgi iletişim ağı”dır (tdk.gov.tr, 2019).

Teknik açıdan yaklaştığımızda internet, “üretilen bilgiyi saklama, paylaşma, ona kolayca ulaşma imkanı veren bir bilgi teknolojisidir” (Aziz, 2010: 128).

Milyonlarca insanın karşılıklı bir biçimde etkileşim kurduğu sosyal bir alan olan internetin alt yapısına bakıldığında bağımsız pek çok iletişim şebekesini birbirine bağlayan çok büyük bir haberleşme ağı olduğu görülmektedir (Kara, 2003: 108).

ABD Yüksek Mahkemesi’nin mevcut bir kararında internet, “birbiriyle bağlı bulunan bilgisayarlardan oluşan uluslar arası bir ağ olan internet, bireylerin dünya çapında haberleşmeleri amacıyla tümüyle yeni ve benzersiz bir ortamdır” şeklinde tanımlanmaktadır (Özdilek, 2002: 13).

İnternet, hızlı bilgi dolaşımı sağlayarak bilgiye diğer iletişim araçlarının ulaşamayacağı bir hızda erişme imkanı sunmaktadır (Çiftçi, 2009: 78).

Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler internetin ortaya çıkışında temel oluşturmakla birlikte tüm kitle iletişim araçlarında olduğu gibi internetin gelişiminde de çeşitli teknolojik çalışmalar yer almaktadır.

İlk bilgisayar ağı olan ARPANET (İleri Araştırma Projeleri Yerel Ağı), Amerikan savunma bakanlığı tarafından askeri amaçlı olarak kurulmuş ve bu ağ sayesinde askeri üsler arasında bilgi akışı sağlanmıştır. Bu ağ sayesinde özellikle de soğuk savaş döneminde çeşitli saldırılardan hatta nükleer saldırıdan dahi

etkilenmeyecek bir iletişim ağıının oluşturulması hedeflenmektedir (Castell, 2005: 60-65). ARPANET, herhangi bir problem ya da saldırı durumunda ağ trafiğini otomatik bir biçimde diğer sistemlere göndererek önemli bilgilerin kesintiye uğramadan aktarılması amacıyla hayata geçirilmektedir (Yılmaz, Sarcan, 2008: 35).

Başlangıçta askeri amaçlı olarak geliştirilen bu iletişim biçimi zaman içerisinde başta üniversiteler olmak üzere, devlet kuruluşları ve özel şirketlere kadar kullanım alanını genişletmektedir (Castell, 2005: 60-65).

İnternet başlangıçta sıradan kullanıcılar için ihtiyaç duyulan bir noktada değildir. Çünkü sıradan insanlar güçlü çoklu bilgisayarın birbirine bağlanmasına ihtiyaç duymamaktadır. İnternetin günlük hayatta yerini almasının önünü açan ve hızlandıran en temel nokta Ray Tomlinson tarafından geliştirilen elektronik posta (e-mail) uygulamasıyla kullanıcılar arasında anlık mesajlaşmanın mümkün hale gelmesidir (Sproull ve Kiesler, 1992: 1498).

World Wide Web (www) ile birlikte multi medya uygulamalar yaygınlaşarak internet ticari kullanıma hazır hale gelmektedir (Yılmazkol, 2007: 140). Kısaca web denilen bu sistem, internetin kullanıcı düzeyine uygun hale getirilmiş biçimi olarak tanımlanabilmektedir. Bu sistem sayesinde kullanıcılar web adreslerini girerek istedikleri sayfalara ulaşabilmektedirler. İnternet üzerinde açılan her sekme web sayfası olarak adlandırılmaktadır. Bu sayfalar, kullanıcıların bilgiye bütün halinde etkileşimli bir biçimde ulaşmasını sağlayan çoklu ortamlardır (Devrim, Özbay, 2000: 62). Bu teknoloji aracılığıyla internet sayfaları oluşturularak sayfalar arasında dolaşma teknolojisi yaratmaktadır. İnternet sayfalarının oluşturulmasında kullanılan HTML, patenti alınmadığından dolayı insanlar herhangi bir ücret ödmeden bu dili kullanmaya başlamışlardır. Bu sayede internet sosyal bir oluşum şeklini almaktadır (Yüksel, 2014: 11). İnternetin küresel bir ağ biçimde kullanılabilmesi “www” ile mümkün olduğundan internetin en hızlı büyüyen ve önemli parçalarından biri durumuna gelmektedir (Çelik, 2016: 54). “.com” uzantılı web sitelerinin kullanıcılar tarafından yoğun olarak ziyaret edilmeye başlanması interneti gündelik hayatın vazgeçilmezi durumuna getirme yoluna sokmaktadır (Yılmazkol, 2007: 140).

Bu gelişmelerle birlikte 1990'ların başında internet ticarileşmeye başlamakta ve internete bağlanma maliyeti düşerek kullanımı kolay programlar sayesinde bilgi erişimi herkese açık duruma gelmektedir (Castell, 2005: 60-65).

1994'te Yahoo tarafından ilk arama motoru oluşturularak sanal ortamda bilgi aramak kolaylaştırılmaktadır. Microsoft tarafından geliştirilen Internet Explorer internet camiasına farklı bir boyut kazandırmaktadır (Baykal, Tekin, 2003: 9). Yine aynı dönem içerisinde e-mail, web ve online sohbet kombinasyonu sayesinde internet uluslar arası bir konuma erişmektedir (Young, 1999: 40).

1990'ların ikinci yarısında küreselleşen ve kişileşen kitle iletişimi ile bilgisayar aracılı iletişimin birleşmesi internetin kullanım alanını hayatın tüm alanlarını kapsayacak biçimde genişletmektedir (Castell, 2005: 485).

Günümüzde internetin geldiği noktaya bakıldığında, kendi teknolojik boyutunu ve oluşturulma amacını aşan, kendisini ve aynı zamanda etkili olduğu tüm alanları dönüştürerek değiştirme gücüne sahiptir. Böyle bir güce sahip olup kendi alanı dışında kalan alanları da etkileme gücüne sahip teknolojilere “jenerik teknolojiler” denilmektedir. Bu teknolojiler sosyal alandan ekonomik ve siyasi alana kadar birçok alanda değişim, dönüşüm yaratarak içinde bulunduğu ilişkileri yeniden üretme kapasitesine sahiptir (Tuena, 1999: 8).

Ulaştığı bu kapasite içerisinde genellikle olumlu bir noktadan bakılan internetin, var olan iktidar biçimlerini, toplum içinde yaşanan eşitsizlikleri, mevcut ilişki biçimlerini sabitleyen ve hatta arttıran bir tarafının da bulunduğu göz önünde tutulmalıdır (Kozanoğlu, 1997: 93).

İnterneti iyi anlayabilmek ve internetin özelliklerini, kullanıcılara sunduğu hizmetleri açıklayabilmek amacıyla internetin kendi içerisinde geçirdiği dönemlere bakmak gerekmektedir.

İnternettin kendi içerisinde yaşadığı dönüşüm ve dönemler web 1.0, web 2.0 ve web 3.0 olarak adlandırılmaktadır.

Web 1.0, internetin ilk dönemini ifade etmektedir. Bu dönemde internette içerik yayınlayıcı ve içerik okuyucu bulunmaktadır. Yani bu dönem internetin etkileşime henüz izin vermediği, kullanıcının pasif konumda olduğu dönemdir

(Güçdemir, 2017: 7). Bu dönemde kullanıcılar web üzerinde hazırlanan bir içeriğe ulaşarak bu içeriği sadece görüntüleyebilmekte, içerik üzerinde herhangi bir değiştirme ya da düzenleme yapma yetkisine ve teknolojisine sahip olamamaktadır (Binark, 2014: 28). Web 1.0, belgelerin ağı olarak adlandırılan ve kullanıcıların, internet sitesi sahiplerinin yerleştirdiği bilgilere linkler aracılığıyla ulaşmalarını sağladıkları ilk dönemdir. Bu dönemde kullanıcılar sadece bilgi arayabilen edilgen bir konumdadırlar ve kontrollerin tamamı web sitesi sahiplerinin elinde bulunmaktadır (Gezgin ve İranlı, 2017: 76). Web 1.0'in ardından gelen web 2.0 dönemiyle beraber kullanıcılar internette bulundukları pasif durumdan çıkarak içerik üretmeye ve paylaşmaya, yorum yapmaya başlamaktadırlar. Web 2.0 ile aynı zamanda pek çok kişiyle iletişime geçmek mümkün hale gelmektedir (Güçdemir, 2017: 7). Web 2.0, kullanıcıların hazırladıkları içeriklere diğer kullanıcıların ulaşmasını mümkün hale getiren sistemdir (Binark, 2014: 28). Günümüzde internette yoğun olarak girilen sosyal medya uygulamaları web 2.0 içerisinde yer almaktadır. Web 2.0 içerisinde Google, Twitter, Facebook, Instagram, Wikipedia gibi kullanıcıların da içerik oluşturup bu içerikleri diğer kullanıcılarla paylaşabildikleri uygulamalar yer almaktadır (Güçdemir, 2017: 7). Web 2.0 teknolojisi, yeni bir teknoloji olmayıp var olan teknolojinin geliştirilmesiyle ortaya çıkan bir sistemdir. Bu teknoloji birlikte çalışma ve paylaşım yapabilme amacını taşımaktadır. Bunun yanında kullanıcılar web 2.0 sayesinde web sayfalarına müdahale ederek içerik üzerinde söz sahibi durumuna gelmektedirler (Işık, 2013: 103).

Web 1.0'de kullanıcılarla web siteleri arasında herhangi bir etkileşim yoktu, web sitelerinin içerikleri web sunucuları tarafından kontrol edilerek kullanıcıya içeriğe müdahale ya da katkı sağlama hakkı tanımamaktadır. 2004'te çıkan web 2.0 ikinci nesil internet olarak adlandırılmaktadır ve etkileşime olanak sağlamaktadır. Web 2.0, toplumsal ağ sitelerini (sosyal medya), forumları, sanal ansiklopedileri ve diğer çevrimiçi birliktelik ve paylaşım imkanı veren alanları kapsamaktadır (Güçdemir, 2017: 8).

Günümüzde internette çok kullanılan uygulamalar olan sosyal medya ağları web 2.0 teknolojisiyle birlikte mümkün hale gelmektedir.

Web 2.0 içeriklerinin bir çoğu kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerden meydana gelmektedir.

Şuanda web 2.0 teknolojisi kullanılmakla birlikte yakın zamanda web 3.0 teknolojisine geçileceği öngörülmektedir. Çeşitli kaynaklarda “semantik web”, “veriler ağı” gibi isimlerle adlandırılan web 3.0 teknolojisinde yapay zeka uygulamaları ağırlıklı olarak yer almaktadır.

Web3.0, cihazların birbiriyle iletişim kurabildikleri ortak protokoller üzerinden çalışmaktadır. (Binark, 2014: 28). Üçüncü nesil internet olarak adlandırılan web 3.0’te web sayfaları yalnızca sayfa olarak değil sayfa içinde yer alan kelime ve cümleler şeklinde ayrı bir anlam ve boyut kazanacaktır (Güçdemir, 2017: 8).). Yani arama motoru yalnızca sayfalarda geçen kelime ve cümleleri taramakla yetinmeyip anlamını algılayarak o anlama gelen, kullanıcının aradığı bütün içerikleri kullanıcıya sunabilecektir.

Bu açıdan bakıldığında web 3’ün web 2.0’den en temel farkının bilgisayarlara bilgileri yorumlama imkanı sunması olduğu görülmektedir (Karakulakoğlu, 2015: 117). Burada veriler sadece kullanıcılar tarafından değil makineler tarafından da algılanabilir durumdadır. Yani Web 2.0’nin içeriğe odaklanmış yapısına karşın Web 3.0 birbiriyle bağlantılı verilere odaklanmaktadır (Yağcı, 2009: 142).

Web 3.0 teknolojisinde yapay zeka robotları, kullanıcı çaba sarf etmeden onun kullanım alışkanlıklarından yola çıkarak, kullanıcıyı arama zahmetine sokmadan içerikleri kendisine sunacaktır (Binark, 2017:29).

Örneklendirecek olursak, iki farklı kişi kişisel cihazlarında aynı arama motorunda aynı anahtar kelimeleri yazarak arama yaptığında her ikisinin de ulaştığı sonuçlar farklı olacaktır. Bunu nedeni, daha önce yapmış oldukları aramalar, ilgi alanları, yaş aralıkları, cinsiyet, yaşadığı yer gibi pek çok alanda internet üzerinde farklı izler bırakmış olmalarıdır (Çalışkan, 2018: 17).

2020’den sonra geçerli olacağı tahmin edilen web 4.0 teknolojisi ise tamamen sanal gerçeklik odaklı olarak planlanmaktadır. Web 4.0, sanal disklerden tümüyle uzaklaşılarak sanal networkler üzerinden çalışılması planlanan

yapay zekaya sahip işletim sistemi ve web teknolojisidir. Bu teknolojiyle bireyler en basit özelliği olarak zaman ve mekana bağlı kalmadan, bilgisayarına hiçbir program yüklemeyen tamamen web üzerinden office uygulamaları dahil pek çok uygulamayı gerçekleştirebileceklerdir.

Bu teknolojinin, sanallaşmayı ön plana çıkarmanın yanında yapay zeka uygulamalarına ek olarak artırılmış gerçeklik teknolojilerinden de faydalanması öngörülmektedir (Yağcı, 2009: 143).

Tekno-sosyal sistemin bir parçası olarak geliştirilen web uzantılarına baktığımızda web 1.0'in bilişsel, web 2.0'nin iletişimsel, web 3.0'ün insan iş birliğini öne çıkaran bir yapıda olduğu görülmektedir. Web 1.0'in sahip olduğu bilişsel yapısı o dönemin düşünmeye yönelik yapısını, web 2.0'nin sahip olduğu iletişimsel yapı onun insanlar arası iletişim olanağını, web 3.0'ün iş birlikçi süreci onun kişisel iletişimin üst boyutlarını içermektedir. Web 3.0'te bilgi, insanlar arasında kurulan iletişim esnasında oluşarak gelişim göstermektedir. Bu açıdan web 2.0 ile web 3.0 karşılaştırıldığında web 2.'nin "kullanıcı katılımı"na, web 3.0'ün ise "kullanıcı iş birliği"ne vurgu yaptığı görülmektedir (Fuchs, 2010: 772).

İnternet teknolojisinin dinamizmiyle birlikte internetin kullanım alanları güç geçtikçe artmaktadır. Ortaya çıktığı ilk zamanlarda belki de tek işlevi bilgiye ulaşmak olan internet günümüzde işlevlerini artırmaktadır. Bilgiye ulaşmanın yanı sıra anlık iletişim imkanı sunması ve özellikle de web 2.0 teknolojisiyle birlikte insanların hayatında yer alan sosyal medya uygulamalarıyla günümüzün en hızlı kitle iletişim aracı olarak kabul edilmektedir.

Bunun yanında internet kullanıcılarına yayındaki programları izleme, radyo dinleme, gazete okuma gibi imkanları bir arada sunarak geleneksel iletişim araçlarının bütününe bir arada sunmaktadır (Gülerarslan, 2011: 166).

İletişim uyduları, fotoğraf, telefon, görüntü gibi tüm iletişim tekniklerini kullanan internet, interaktif bir iletişim sağlayarak ticari fırsatlar oluşturmakta ve diğer tüm medyaların işlevlerini tek başına gerçekleştirmektedir (Aziz, 2008: 73).

Bu da internetin kullanım alanını her geçen gün artırmaktadır. İnternet aracılığıyla gerçek yaşamda reel olarak yapılabilecek pek çok şey sanal ortamda

bilgisayar başında, evden çıkmaya gerek kalmadan yapılabilmektedir. Her türlü alışveriş, seyahat işlemleri, bilet rezervasyon satın alma işlemleri, navigasyon aracılığıyla yol bulma, bankacılık hizmetleri, sanal ortamda gerçekleştirilen toplantılar, kütüphanelere erişim, çeşitli başvurular, kayıtlar ve daha birçok işlem sanal ortamda gerçekleştirilmektedir.

İnternetin sunduğu bu olanaklar kimi çevrelerce olumlu yönleri üzerinde durularak değerlendirilirken bu çalışmada diğer kitle iletişim araçlarıyla ve özellikle de televizyonla başlayıp internetin sunduğu olanaklar ve sosyal medya hizmetleriyle birlikte gündelik yaşamda yeri azalan gerçek mekanlarda birliktelik ve yüz yüze iletişimin günümüzde yarattığı durum araştırılmaktadır.

1.5.Yeni Medya Çağı

Yeni medya kavramı açıklanmaya çalışılırken çok çeşitli tanımların ortaya çıktığı görülmektedir. Yeni medyanın ne olduğuyla ilgili tartışmalara bakıldığında tartışmanın iki noktada yoğunlaştığı dikkati çekmektedir. Birinci tartışma noktası yeni medya kavramındaki yeniden kastedilenin ne olduğu üzerine yoğunlaşmaktadır. İkinci tartışma konusu ise yeni medyanın özelliklerinin neler olduğu üzerinedir ve tanım çeşitliliğinin altında yatan bir diğer noktada budur. Konuyla ilgili araştırmacılar, yeni medyanın öne çıkardıkları özelliklerine göre çeşitli tanımlamalar yapmaktadırlar.

Yeni medyadaki yeninin ne olduğu üzerine yoğunlaşan tartışmada, yeni kavramının en son olana atıf yaptığı üzerinde durulmaktadır. Araştırmacıların büyük çoğunluğu yeni kavramının en son olana atıf yaptığı görüşüne karşı çıkarak, ortaya çıkan her teknoloji bir öncekiyle karşılaştırıldığında yenidir, yeni medya olarak adlandırdığımız teknoloji daha yenisi çıkınca eski olarak adlandırılmayacağı için yeni sıfatının en son olana gönderme yapmasına karşı çıkmaktadırlar. Yeni olanın en son olana gönderme yapmadığını dile getiren bu görüşteki araştırmacılar, kullandığı teknolojik alt yapının farklılığı üzerinde durmaktadırlar.

Yeni medyanın ne olduğunu açıklamadan önce onu yeni yapan özelliklerini anlayabilmek adına geleneksel medyanın ne olduğuna kısaca bakmak

faydalı olacaktır. Geleneksel medya her şeyin monolog üzerine kurulu olduğu, içerik yayıncıların belli içerikleri bütün kullanıcılara eş zamanlı olarak gönderdikleri ve kullanıcıların bu içerikler üzerinde müdahale ve geri bildirimde bulunamadıkları bir ortamdır. Geleneksel medyada dinleyicilerin, okuyucuların, izleyicilerin kim olduklarına yönelik gerçekçi çıkarımlarda bulunmak da pek mümkün değildir. Geleneksel medya dediğimiz yazılı ve görsel basında iletişim büyük oranda tek yönlü olarak gerçekleşmektedir.

Yeni medya denildiğinde akla ilk gelen tanım, internet teknolojisiyle birlikte bilgiye ulaşmanın hız kazandığı, farklı iletişim yollarını ve sosyal paylaşım ağlarını içinde barındıran ağ akla gelmektedir. Ancak yapılan bu tanımlama yeni medyayı tam olarak kapsamayacak kadar dardır. Bu tanımın yeni medyanın özellikleri düşünülerek genişletilmesi gerekmektedir (Bulunmaz, 2014: 23). Çeşitli düşünürler, bilim insanları ve iletişim bilimciler bu özellikleri düşünerek yeni medyayı açıklamaya çalışmaktadırlar.

Yeni medya kavramı, geleneksel medyadan ayrı olarak, sayısal teknolojiyi kullanan, iletişimin gerçekleşmesini sağlayan öğeleri arasında eş zamanlılık ve etkileşimlilik sağlayan, çoklu ortam yapısına sahip iletişim araçlarına ve iletişim kanallarına vurgu yapmaktadır (Büker, 2013: 138).

Yeni medya teorileri üzerine kitaplar yazan bilgisayar bilimi profesörü Lev Manovich yeni medyayı “Var olan medyayı etkileşimli bir biçimde sayısal veriye dönüştürmeye yönlendiren ve bilgisayarlar aracılığıyla üretim, dağıtım ve paylaşım sağlayan ortamlardır” şeklinde tanımlamaktadır (Manovich, 2001: 19).

Yeni medya kavramı, televizyon, radyo, gazete gibi geleneksel medyadan farklı olarak, sayısal ve özellikle de etkileşimsel medyayı, internet ağlarını ve sosyal medyayı kapsayacak biçimde tanımlanmaktadır (Mutlu Binark, 2014: 26). Yeni medya iletişim devrimi hakkında araştırma yapan ilk teorisyenlerden biri olan Mark Poster, eski ve yeni medya ayrımına neden olan en temel farkın eski medyanın pasif yeni medyanın ise aktif olmasında yattığını söylemektedir (Miller, 2011: 12). Öyle ki, eski medyada okuyucu, dinleyici, izleyici gibi kavramlar kullanılırken yeni medyada bu kavramların yerini “kullanıcı” kavramı

almaktadır. “Kullanıcı” kavramıyla okuyucu, dinleyici, izleyici gibi pasif bir konumda olan bireylerin yeni medyayla birlikte aktif bir konuma geldiği de anlaşılmaktadır.

Genel anlamda yeni medya, bir ağ tarafından dağıtılan anlamına gelmektedir (Öztürk, 2013: 8).

Yeni medyanın sürekli olarak devinim içerisinde bulunduğu üzerinde duran John B. Thompson, yeni medyayı, “Bilgi işlem teknolojileri aracılığıyla yetenekleri artırılmış, kullanımı kolaylaşmış, genişletilebilirlik ve geliştirilebilirlik kapasitesi yüksek bir iletişim aracı” olarak tanımlamaktadır (Thompson, 1995: 140).

Yeni medyanın kullanıcılarına sağladığı aktif olarak katılım özelliğiyle kitle izleyicisini aynı zamanda bireysel kullanıcı olarak da görmektedir. Kullanıcılarına içeriğe ve uygulamalara müdahale hakkı tanıyan yeni medya, yine bu içeriğe ve uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve farklı mekanlarda etkileşimli bir biçimde erişim olanağı sunmaktadır (Geray, 2003: 20).

Medya ve internet üzerine çeşitli araştırmaları ve kitapları bulunan Sosyal Psikoloji Profesörü Sonia Livingstone yeni medyayı, “Bilgi ve iletişim teknolojileriyle ve bunlarla bağlantılı sosyal bağlamlar, iletişim becerilerini artıran cihazlar ve bu cihazlar aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim etkinlikleri ve organizasyonların bütünü” olarak tanımlamaktadır (Binark, Bayraktutan, 2013: 18).

Yeni medya, kullandığı bilgisayar teknolojisi sayesinde geleneksel medya araçlarını da değişime uğratarak onları dijital mecralara dönüştürmektedir. Bu dönüşümle birlikte, pek çok iletişim uygulamasına baktığımızda yeni ve eski medyanın bir arada melez bir yapıda kullanıldığı görülmektedir.

Yeni medya kavramı, bilgi ve iletişim alanında çalışmalar yapan araştırmacılarca ortaya çıkmış bir kavram olmakla birlikte 1990’lardan itibaren bilgisayar ve internet teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte anlamı değişikliğe uğrayarak genişlemektedir (Dilmen, 2007: 114). 1990’larla birlikte mikro elektronik alanında yaşanan teknolojik gelişmeler iletişim alanında yaşanan teknolojik gelişmeleri tümünden yenileyerek yeni medyayı biçimlendirmektedir. Bu dönemde sayısal teknolojilerde yaşanan gelişmeler, fiber optik kablolar ve lazer

teknolojileriyle birlikte üst düzeye erişerek yayın sistemleri, telefon ve diğer haberleşme araçlarında da kullanılmaya başlanmaktadır. Sayısal sistemlerin ve bilgisayar teknolojilerinin iletişim alanında kullanılmaya başlanmasıyla bilgi iletişim çağına geçilmektedir (Özçağlayan, 1998: 24).

Yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkışı yukarıda bahsedildiği gibi bilgisayar ve medya teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin bir araya gelmesiyle mümkün olmuştur. Manovich, yeni medyanın oluşumunun 1830’lu yıllara dayandığını söylemektedir. Bu dönemde Charles Babbage tarafından icat edilen “analitik makine” ve Louis Daguerre tarafından icat edilen “dagerotip” ile birlikte başlayan gelişmeler 20. yüzyılın ortalarında icat edilen modern bilgisayarın icadına kadar süre gelmektedir. “Analitik makine” bilgisayar teknolojilerinin gelişim sürecinde önemli rol oynarken, “dagerotip” medya teknolojilerinin gelişiminde önemli bir yere sahiptir. Bu iki teknolojik gelişimin bir araya gelerek medyayı sayısallaştırması sonucunda yeni medya ortaya çıkarak fotoğraf, film, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları günümüzdeki şeklini almaktadır (Manovich, 2001: 26). Özellikle geçtiğimiz son otuz yılda multimedya bilgisayarlar, akıllı mobil telefonlar, internet ve oyun bilgisayarları gibi etkileşimli ve bilgisayar tabanlı cihazlar yeni medya teknolojilerinin kullanımını yaygınlaştırmaktadır. Bu cihazlar bireyler tarafından evde, işte düzenli ve yoğun olarak kullanılarak sağlık sektöründen eğlence sektörüne iş sektöründen sanat ve devlet kurumlarına kadar pek çok alanı kökten etkilemektedir.

Bu gelişmeler ışında yeni medyanın sosyal, politik, kültürel alanlarda önemli etkileri olduğu genel kabul görerek endüstri sonrası yeni bir toplum modelinin, bilgi toplumunun ortaya çıkışını hızlandırdığı tartışılmaktadır (Castells, 1996: 78).

Yeni medya ile ilgili çalışan başlıca kuramcılardan biri kabul edilen Mark Poster, geleneksel medyanın hakim olduğu dönemi I. Medya çağı olarak adlandırmaktadır. Bu çağın, azınlığın çoğunluk üzerinde egemen olduğu, merkezi bir yapıya sahip, tek yönlü ve bireylerin pasif bir kitle yapısında bulunduğu dönem olduğunu söylemektedir. 20. yüzyılın sonlarına doğru özellikle de ileri kapitalist ülkelerde iletişim araçlarında yaşanan dönüşüm sonrası ortaya çıkan çağa II. Medya çağı adını vermektedir. Bu yeni çağı, etkileşimin ön plana çıktığı,

çoğunluğun çoğunlukla iletişime geçebildiği, merkezi olmayan, çift yönlü ve devlet müdahalesinin olmadığı bir çağ olarak tanımlamaktadır. Küreselleşme ve çok uluslu şirketlerin yeni medyanın gelişimini hızlandırdığı ifade edilmektedir. Sayısal teknolojiler ve internet teknolojisi yeni medyanın oluşumunu sağlayan önemli iki etmen olarak kabul edilmektedir (Aydoğan, Kırık, 2010: 61-62).

Yeni medyayı geleneksel olandan ayıran temel noktalar; kullanıcı merkezli olması, içeriğin yalnızca bilgi sağlayıcılar tarafından oluşturulmaması, yüksek bant genişliği, kablo ve uydu sistemleri üzerinden iletilmesi, alıcının doğrudan paylaşım yaparak diğer alıcılarla bağlantıya geçebilmesi, form, içerik ve kullanım alanlarında esneklik sağlaması olarak sıralanabilmektedir.

Yeni medya, iletişim araçlarında yaşanan hızlı gelişmelerle birlikte ortaya çıkmış bir kavram olup sayısal ve elektronik medya olarak da ifade edilen bir kavramdır. Etkileşimli olma yönü özellikle vurgulanan yeni medya ile birlikte yaşanan gelişmeler modern kitle toplumunun oluşumunu hazırlamaktadır (Manovich, 2001: 22; Fırlar, 210: 48).

Lev Manovich, yeni medya kavramını ve kapsamını netleştirmeye çalışırken, web siteleri, flash bellekler, bilgisayar oyunları, DVD ve CD ROOM'lar gibi tekrar tekrar çoğaltılabilen teknolojilerin yeni medya kavramı içerisinde yer aldığını ifade etmektedir. Bu belirlemeyi yaparken yeni medyanın çoğaltılabilme ve paylaşılabilmek özelliklerini ön plana çıkardığı görülmektedir. Bunu fotoğraftan yola çıkarak örneklendirmektedir. Bir fotoğrafın kağıt üstüne basılı halini geleneksel medya olarak adlandırırken, aynı fotoğraf web sitesinde yayınlandığında yeni medya ürünü haline geldiğini söylemektedir. Aynı durumun metin için de geçerli olduğunu dile getiren Manovich, metnin kopyalanabilen bir düzlemde olmasının ve bu metin üzerinde düzenleme yapılıp dijital ortamda paylaşılabilmek durumunda bulunmasının metni yeni medya ürünü durumuna getirdiğini vurgulamaktadır (Manovich, 2001: 36).

Yeni medyayı yeni yapan özelliklerini yukarıda yapılan tanımlamalarla görmek mümkün olmakla birlikte daha geniş kapsamlı olarak ele almak ve anlayabilmek için yeni medyanın özelliklerine bakmak gerekmektedir. Yeni medyanın özelliklerini iyi anladığımızda onu geleneksel medyadan farklı kılan noktalar da ortaya çıkacaktır.

İletişim alanında çalışan araştırmacılar yeni medyayı daha iyi anlamayı sağlayan çeşitli özellikler sıralamaktadırlar. Her biri yeni medyanın farklı bazen de aynı noktalarından yola çıkarak çeşitli açıklamalarda bulunmaktadır.

Yeni medya kavramı günümüzde dijital medya olarak da adlandırıldığından dijital (sayısal) olma özelliğinin öncelikli olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Sayısallaşma kavramı, bilgisayar teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla birlikte var olan bir kavramdır. Sayısallaşmanın iletişim teknolojilerinde de kullanılmasıyla birlikte televizyon, radyo, sinema, fotoğraf gibi iletişim araçlarında da sayısal bir dönüşüm yaşanmaktadır.

Sayısallaşma, analog mesajların aktarılabilen, işlenebilen, elektronik ortamlarda saklanabilen sinyallere dönüştürülmesi anlamına gelmektedir (Ormanlı, 2012: 32).

Sayısallaşmayla birlikte, herhangi bir veri kaybı yaşanmadan verilerin depolanması, görüntülenmesi, dönüştürülmesi ve karşılıklı biçimde iletilmesi mümkün hale gelmektedir (Garnham, 1994: 10).

Manovich, dijitalleşmeyle birlikte bütün verilerin 0-1 dijital kod ile temsil edildiğini, bu sayısal temsilin de programlanabilir, değiştirilebilir, işlenebilir dijital bir bilgi oluşturduğunu ifade etmektedir. Bu özellik medyada yaşanan dönüşümün temelini oluşturmaktadır (Miller, 2011: 12).

Yeni medyanın ve internetin en önemli özelliklerinden bir diğeri iletişim süreçlerinde bireylerin karşılıklı etkileşimlerine olanak sağlamasıdır. İletişim Bilimci Carrie Heeter'in tanımına göre etkileşim, kullanıcıların kendilerine sunulan enformasyona ilişkin kendi görüş ve düşüncelerini ifade edebilmelerine olanak sağlayan ve iletişimde çift yönlülüğü sağlayan bir özelliktir (Kürkçü, 2016: 20).

Etkileşimden bahsedilebilmesi için iki ya da daha fazla yönlü bir iletişim biçimi gerekmektedir. Katılımcılar iki yönlü bir iletişimle aldıkları mesajlara geri bildirimde bulunabildiklerinde iletişim ortamındaki mekan hissi artarak etkileşim başlamaktadır. Bu noktada birey artık izleyici ya da dinleyici olma konumundan kurtularak etkin bir katılımcı konumuna yükselmektedir (Heeter, 1989: 22).

Carrie Heeter, etkileşimin altı boyutu olduğunu söyler. Bu altı boyutu, kullanıcıya sunulan seçeneklerin karmaşıklığı, kullanıcının sarf etmesi gereken

aba, kullanıcıya dönüş yapılması, bilgi eklemenin kolaylığı, bireyler arası iletişime olanak tanınması ve izleme sisteminin mevcudiyeti biçiminde açıklayan Heeter, bu boyutların herhangi bir iletişim ortamının etkileşime sahip olup olmadığının göstergesi olduğunu vurgulamaktadır. 1989’da Heeter tarafından yapılan bu sınıflandırma günümüzde de geçerliliğini korumakta ve pek çok araştırmacı tarafından detaylandırılmaktadır (Rogers, 1989: 16).

Etkileşimin, yeni medyanın en temel özelliğinden biri olduğunun altını çizen Richard Rogers, etkileşim dışında kitlesizleştirme ve eşzamansızlık gibi diğer önemli özellikleri üzerinde de durmaktadır. Kitlesizleştirme ile yeni medyanın herkes için ayrı içerik üretmesi, herkese farklı mesajlar göndermesini kasteden Rogers, eşzamansızlık ile bireye mesajları istediği zaman alma ve gönderme imkanı sağlamasından bahsetmektedir (Aydoğan, Kırık, 2012: 60).

Beth Coleman, “Bugün en önemli dönüşüm alanı insan-bilgisayar ilişkisi değil, insan insan ilişkisidir” diyerek etkileşimin önemini vurgulamaktadır (Binark, Bayraktutan, 2013: 20).

İnternet ortamında yaşanan etkileşim kullanıcıyla sanal kimlikler arasında ya da sanal kimliklerle kullanıcının tasviri arasında oluşmaktadır. Birden fazla kullanıcının sanal ortamda etkileşime girmesi halinde bahsi geçen ortam kullanıcıların büründükleri şeklin etkileşimi şeklinde gerçekleşen ortak bir dünya biçimini almaktadır (Binark, Löker, 2011: 10).

Bu sanallık özelliği yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özelliklerden bir diğeridir. Yeni medyanın bu özelliği, ara yüzey ile kullanıcı arasında kurulan iletişimin şeklini göstermektedir. Sanal olma, kullanıcıya orada olduğu hissini vermektedir (Binark ve Löker: 12).

Kullanıcıların sanal olarak gerçekleştirdikleri iletişim ortamının mekanı da gerçek ortamdan farklı olarak siber mekandır. Siber mekan, dijital nesnelerin var olan gerçek varlıklarından ayrı bir biçimde ya da bütünlük içinde bulunarak yaşamlarını devam ettirdikleri ağlar üzerinde bulunan ve fiziksel olmayan mekandır (Polat, 2016: 421).

Yeni medyanın içerisinde kullanılan tüm metinlerin farklı dijital sistemler içerisinde de kullanılabilmesi yeni medyanın hipermetinsellik özelliğini ortaya koymaktadır.

Hipermetin, birimler arasında var olan sayısal yol olarak da adlandırılabilmektedir. Ağda yer alan her bir parçanın sayısız giriş çıkış ve bağlantı noktaları bulunmaktadır. Böylelikle bir veri başka bir noktaya anında ulaşabilmektedir. Hipermetin özelliğın esnek yapısı ve bilgi paylaşım ve bağlanma yöntemlerinin sınırsız oluşu sanal metinleri yani yeni medya metinlerini geleneksel medya metinlerinden farklı kılmaktadır. Dana önce var olan çizgisel iletişim süreci hiper metin özelliğı sayesinde çoklu bir yapıya bürünmektedir (Kürkçü, 2016: 15-16).

Multimedya olarak adlandırılan çoklu ortamlarda, metin, ses, fotoğraf, video, grafik, film gibi değişik iletişim unsurları aynı iletişim şebekesi içerisinde bir arada bulunmaktadır.

Bu bir aradalık zaman içerisinde karşımıza yöndeşme kavramını çıkarmaktadır. Yöndeşme kavram olarak İngilizce “convergence” kelimesinden gelmektedir ve birlikte bir noktaya, aynı noktaya gitmek gibi bir anlam oluşturmaktadır. Bu kavram, bilgisayar sistemleri, medya ve telekomünikasyon sistemlerinin birleşerek birlikte yeni ürün ve hizmetler oluşturmaları anlamı taşımaktadır (Kırık, 2010: 53).

Henry Jenkins, yakınsama kavramını çoklu medya ortamlarındaki akışı, çoklu medya endüstrileri içindeki işbirliğini ve eğlence amacıyla bir yerlere göç etmek isteyen izleyicileri de kapsayacak biçimde ele almaktadır. Yöndeşme, aynı zamanda kullanıcıları yeni medya arayışı içinde dağınık medya içeriğı arasında bağlantılar kurmaya yönlendirmektedir. Jenkins, medya yöndeşmesine basit bir teknolojik değişim olarak bakılmaması gerektiğini ifade eder. Yöndeşmenin, var olan teknolojiler, endüstriler, pazarlar ve kullanıcılar arasındaki iletişim biçimini ve ilişkileri de değişime uğrattığını vurgulayan Jenkins, yöndeşmenin bir bitiş noktası değil bir süreci içerdiğinin altını çizmektedir.

Medya yöndeşmesinin bireylerin tüketim biçimlerini de değişime uğrattığını dile getiren Jenkins bu durumu birey üzerinden örneklendirmektedir. Ev ödevini yapan bir kişi, aynı zamanda başka pencereler de açarak hem ağlar

arasında dolaşabilmekte, hem müzik dinleyebilmekte, hem dinlediği müzik parçalarını istediği formatta indirebilmekte, hem arkadaşlarıyla sohbet edebilmekte, hem de kendisine gelen bir maile cevap verebilmektedir diyen Jenkins, bu örnekle yöndeşme sayesinde hızlı bir biçimde farklı işler yapılabileceğini göstermektedir (Jenkins, 2016: 27-37).

Trevor Barr, yeni medyadaki yakınsamayı üçlü yakınsama yaklaşımıyla açıklamaktadır. Barr, yakınsamayı, “Bilgi teknolojileri, telekomünikasyon ve medya gibi üç büyük sektörün bir araya gelmesi sonucu ortaya çıkan ve her bir unsurun özünde farklı özellikleri de barındıran bir bileşim” olarak ifade etmektedir. Bilgi teknolojileri ve medya arasındaki yakınsamayla içerikler dijital veriye dönüşmüş, medya ve Telekom arasındaki yakınsamayla dijital veriye dönüşen içerikler fiziksel mekandan bir ağ üzerine taşınmış, Telekom ve bilgi teknolojilerinin birleşmesiyle de veriler ağ üzerinden etkileşimli hale getirilerek farklı bir iletişim ortamı olan yeni medyayı oluşturmaktadır (Flew, 2014: 6).

Özetle yeni medya, var olan etkileşimli iletişim ortamlarının tümünü kapsayan teknolojiler olarak tanımlanabilmektedir. Yeni medya, var olan farklı iletişim ortamlarını bir araya getirerek gruptan gruba ya da bireyden gruba senkronize bir şekilde sohbet hizmeti, bireyden bireye ya da bireyden gruba eş zamanlı ya da eş zamansız bir şekilde elektronik posta iletimi, gruptan gruba eş zamansız grup iletişimi, sunucudan bireye ya da bir kitleye eş zamansız web yayıncılığı gibi olanaklar yeni medya teknolojileri ile mümkün hale gelmektedir (Binark, 2007: 23).

Yeni medya denilen şey aslında eski medyanın bir yakınsamasıdır. Geleneksek medya olarak adlandırılan medya, yukarıda da açıklandığı gibi internetin icadından önce var olan gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarını kapsamaktadır. Yeni medyayla birlikte bu mecralar aynı ortam üzerinde bir araya gelmektedirler. Bu birleşimle birlikte ortaya çıkan en önemli unsurlardan biri transfer hızıdır. İnternetin sunduğu hız ve etkileşim sayesinde anlık haber güncellemeleri, bilgiye çok çabuk ve kapsamlı bir biçimde ulaşma, bilgi arşivleme, anlık geri bildirimde bulunma mümkün hale gelmektedir.

Günümüzde geleneksel medya kuruluşları yayınlarını yeni medya üzerinden web siteleri ve mobil uygulamalar aracılığıyla da gerçekleştirmektedirler.

Dijitalleşmeyle birlikte geleneksel iletişim teknolojileri sayısal birer teknoloji halini almaktadır. Ev telefonlarının yerini cep telefonlarına bırakması, cep telefonlarında yaşanan gelişmelerin 3G, 4G teknolojileriyle mobil telefona dönüşmesi, tek yönlü televizyon yayıncılığının yerini çift yönlü ve etkileşimli, internete bağlanan, etkileşimli akıllı televizyonlara bırakması, bu yeni televizyonların izleyicilerine istediği içeriğe istediği zamanda ulaşma imkanı sunması, basılı gazetelerin sayısal gazetelere dönüşmesi hepsi birden yeni medya ortamları olarak adlandırılabilir. İnternet teknolojisi ve sayısallaşma sayesinde var olan yeni medya bu açıdan düşünüldüğünde geleneksel medyadan bir kopuş değil onun farklı bir teknolojiyle devamı ve gelişmiş şekli olarak düşünülmektedir (Kara, 2019).

Yeni medyanın katılımcı kültürü destekleyen özelliği, internetin ortaya çıkışından sonra katılım temelli web sitelerinin çoğalmasıyla birlikte Web 2.0 olarak anılmaya başlamaktadır. Kullanıcının, web üzerinde hazırlanmış bir içeriğe ulaşarak, hazırladığı bu içeriği görüntülediği sistemler için “web 1.0”, kullanıcıların hazırladıkları içeriklere farklı kullanıcıların ulaşmasına olanak tanıyan sistemler için ise “web 2.0” tanımlamaları kullanılmaktadır (Binark:2014: 28).

Web 2.0'nin başarısı, kullanıcıları sürekli bağlayan yaratıcı uygulamalarından ileri gelmektedir. Ayrıca kullanıcılara eğlenme fırsatı sunması ve kişisel yönlendirmelere olanak tanınması bakımından da toplu bir çekim alanı yaratabilmektedir (Vural, 2010: 3355).

Web 2.0 teknolojisinin, kullanıcılar tarafından üretilen medya içeriklerinin paylaşılmasına imkan sağlayan yapısı günümüzde yeni medya teknolojileri arasında yaygın kullanılan iletişim ağı sosyal medyayı ortaya çıkarmaktadır (Tosun, 2010:644).

1.6.İnternet Teknolojisi, Yeni Medya ve Yaşanan Toplumsal Dönüşümler

Yaşanan teknolojik gelişmeler, özellikle de iletişim alanında yaşananlar, kullanıcılarına yeni olanaklar sağlamakla birlikte onlara çeşitli sınırlamalar da getirmektedirler. Bir alet ne kadar çok kullanılırsa o kadar çok onun kalıbına girilmektedir. Örnek olarak, bilgisayarla yazmaya alıştıktan sonra elle yazmanın insanlara zor gelmesini verilebilir (Carr, 2012: 252).

İletişim alanında pek çok öncü çalışmaya imza atan Marshall McLuhan, insanların kurdukları iletişim biçimlerinin onların varoluşlarını şekillendirdiğini ifade etmektedir. İletişim teknolojisinde meydana gelen değişimlerin ve teknolojik buluşların kültürel değişime neden olacağını dile getiren McLuhan, iletişim modelinde yaşanan her değişimin insan yaşamını şekillendirdiğini söylemektedir. Teknolojik determinizmi savunan araştırmacı, “Biz ilk başta aletlerimizi şekillendiririz, daha sonra onlar bizi şekillendirir” demektedir (Altay, 2005: 22). Yazıyla birlikte parçalı bir toplum modeline geçildiğini, matbaanın icadıyla toplumların bireyciliğe yöneldiğini dile getiren McLuhan, elektronik medyaya geçişle beraber toplumun yeniden biçimlendiğini vurgulamaktadır. Teknolojinin belirleyiciliği konusunda McLuhan’la benzer görüşleri savunan Harold Innis, insanların kullandıkları iletişim teknolojilerinin onların toplumsal ve ekonomik yapıları üzerinde belirleyici olduklarını söylemektedir. Teknolojinin daima içeriği belirlediğini ifade eden Innis, teknolojinin belirlediği bu bilgi akışının iktidar yapılarını da biçimlendirdiğini belirtmektedir. İktidar iletişim teknolojilerini kitleleri yönetmek için kullanmakla birlikte kitlelerde iktidara karşı olarak yeni iletişim teknolojilerinden faydalanarak örgütlenmektedirler (Eyüpoğlu, 2017: 105).

Innis’e göre, dünya bu çağda kitle iletişim araçlarıyla kuşatılmış ve bu kuşatmayla birlikte dönuşen teknoloji ve insan ilişkilerinin ne yönde olduğunu anlayabilmek için yeni araştırmalar yapılması gerekmektedir. Bunun için de medyanın insan ve kültür üzerindeki etkilerinin detaylı çözümlenmesi gerektiğini kaydeden Innis, telgrafın dilde yarattığı daralmanın ardından gazete, dergi, kitap ve tüm diğere edebiyat ürünlerinin çok okuyan ancak az iletişim kuran bireyler

yarattığına dikkati çekmektedir. Bu açıdan bakıldığında İnnis, elektronik kitle iletişim araçlarının gelişimi noktasında da karamsar olduğunu belli etmektedir (Güngör, 2016: 179-180).

Bunun bir nedeni olarak yazılı kültürle birlikte sözel kültürde hüküm süren toplumsallık, birliktelik bilincinin bireyselleşmesi durumu yeni dijital teknolojilerle birlikte daha da artarak insan ilişkileri üzerinde bozucu etkiye neden olmaktadır. Harici disklerde depolanan bilgiler yazıyla ortaya çıkan bireyselliği daha da ileri boyutlara taşıyarak (Mayer ve Schönberger, 2009: 52) insan ilişkilerini zayıflatmakta ve evdeki ilişkileri daha parçalı bir yapıya getirmektedir (Sanders, 1999: 124).

Teknoloji, insanların doğaya uyumunu kolaylaştıran ve uygulamalı amaçların gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla örgütlenmiş bilgi bütünüdür. Bu bilgi, her türlü araç, gereci kapsadığı gibi bilgisayar dilleri ve matematik teknikleri gibi zihinsel unsurları da içine almaktadır.

İnsanlar, doğaya egemen olmak ve yaşam koşullarını iyileştirmek için teknolojiyi kullanırlar. Fakat gelişen teknoloji zaman içinde sadece bu amaçla sınırlı kalmayarak insanların birbirleriyle olan ilişkilerini ve iletişim biçimlerini de etkilemektedir. Gelişen teknolojiyle birlikte zaman içinde üretim araçları ortaya çıkarak, insanlar bu araçlara sahip olma ve bu araçları kullanma biçimlerine göre belli toplumsal nitelikler kazanmaktadır. Bu nitelikler ise insanların birbirleriyle olan ilişkilerinde ve iletişim biçimlerinde değişiklikler meydana getirmektedir (Kongar, 1995: 343). Bu değişiklikler yalnızca teknolojiye bağlanamaz ancak teknoloji bu değişimlerin ana kaynağını teşkil etmektedir (Sezal, 2003: 571).

Bu noktadan bakıldığında yaşanan her teknolojik gelişmede olduğu gibi internetin icadıyla birlikte de toplumların iletişim biçimlerinde bir dönüşüm yaşanmaktadır. Ancak yaşanan bu dönüşüm diğer kitle iletişim araçlarından daha güçlü bir dönüm noktası oluşturarak yaşanan çağın “bilgi çağı”, “enformasyon toplumu”, “ağ toplumu” gibi isimlerle anılmasına neden olmaktadır.

Bu çağda yaşayan bireyler artık iletişim kurma, çalışma ve boş zaman geçirme biçimlerinin değiştiğinin ve insanlık tarihinin önemli teknolojik devrimlerinin içinde olduklarının bilincindedirler. Enformasyon, bilgisayar, iletişim ve multi medya teknolojilerini bünyesinde barındıran bu devrim, bilgi ve enformasyon toplumuna geçiş olarak genel kabul görmektedir (Kellner, 2014: 413).

Yeni iletişim teknolojileri farklı bir toplumsal yapı oluşturmaktadır. Ağ toplumu olarak adlandırılan bu yeni toplumsal yapıda iletişim ağ teknolojileri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Zaman ve mekan ortamının geçerliliği kaybettiği bu çağda insanlar küresel bir köyde yaşamaktadırlar (Timisi, 2005: 89).

Manuel Castells, internetin insanoğlunu yeni bir maceraya sürüklediğini, internetle birlikte bürokrasinin sınırlarının, kurumsal hedeflerin, yerleşik değerlerin baş aşağı olduğunu söylemektedir. Bilgisayar temelli teknolojilerin ve internetin insan kapasitesini artırdığını belirten Castells, 1990 sonrası dönemin insanlık için bambaşka bir dönemi ifade ettiğini anlatmaktadır. Yeni medyanın toplumlarda ekonomik, politik ve kültürel olarak yeni formlar oluşturduğunu vurgulayan Castells, yeni iletişim teknolojileriyle şekillenen bu çağda ulus devleti ve siyasal iktidar gibi oluşumların yerini bilgisayar aracılı iletişim araçlarıyla şekillenen yeni toplumsal ilişkilerin ve yeni güçlerin aldığını dile getirmektedir. Bu dönemde ağ içinde kalanların yeni dönemin zenginleri haline geldiklerini üzerinde duran Castells, ağın dışında kalanların güçsüz kalacağını ifade etmektedir.

Teknolojik gelişmelerin bu olumlu gibi görülen özelliklerinin yanında teknolojiye ve bilgiye ulaşanlarla ulaşamayanlar arasındaki farkı artırdığı da başka bir gerçektir. Bilgiye erişen ve erişemeyen, kentlileşen ve kentlileşemeyen arasındaki uçurumun giderek büyüdüğü bu yeni çağda dünya görünüşte benzeşiyor gibi dursa dahi özünde farklılaşıp kopmakta ve paramparça duruma gelmektedir. Küreselleşmenin yalnızca bir gösterge olduğu dönemde bilginin ve bilgisizliğin sınırları dünyayı bölmektedir. Elektronik gözetleme ve dinleme aygıtlarıyla ve internet ortamının sunduğu olanaklarla özel ile kamusal olanın sınırlarının belirsizleştiği denetlenme korkusunun tüm insanlar için birer paranoya

haline geldiği bir dünya düzeninin içinde yaşanılmaktadır (Güngör, 2016: 206-210).

Bilginin hızlı bir şekilde paylaşılmasını ve dağıtılmasını sağlayan internet, ortaya çıktığı ilk yıllarda bilgi edinmesini kolaylaştırmak, ticari ve kişiler arası ilişkilere yardımcı olmak amacını taşımaktaydı. Ancak zaman içerisinde yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte internetin geldiği noktaya bakıldığında insan yaşamını etkileyerek yaşamlarını sosyolojik, psikolojik ve hatta fiziksel olarak değişime uğratmaktadır. Bu şekilde iletişim alanını tekrar biçimlendirmeye başlayan internet nedeniyle bireyler arası ve toplumsal ilişkiler fiziksel özelliklerini zaman içerisinde kaybetmeye başlamaktadır.

İletişim teknolojilerinde yaşanan bu gelişmeler, sosyal medya, internet oyunları, sosyal ağlar gibi pek çok yeni medya kavramını medya sözlüğüne sokmaktadır. Yaşanan bu gelişmeler ve sonucunda toplumlarda ve bireylerde meydana gelen değişimler beraberinde farkında olunmadan bu araçlara ve ağlara bağımlılığı da meydana getirmektedir. Sosyal ağlarda meydana gelen popülerlik ve iletişimin yoğun olarak bu ağlar üzerinden gerçekleştirilmesiyle ağlara bağımlı hale gelen bireyler daha fazla zamanının bu ağlar üzerinde geçirmeye başlamaktadırlar. Ortaya çıkan bu gelişmeler toplumda benzer bireylerin birbirleriyle olan iletişimlerini sosyalleşme adı altında bir araya geldikleri bu alanlarda gerçekleştirmektedirler. Bu da bireylerin sosyalleşme ihtiyacını reel ortamlardan sanal ortamlara kaydırarak sahte bir sosyalleşme ortamı oluşturmaktadır.

Sanal ağlarda gerçekleşen sosyalleşme olgusu özellikle de bir bireyin gerçek hayatında elde edemediği sosyal olma ihtiyacını karşılar nitelikte olduğundan bu kişilerin internet ortamında kendilerini iyi hissetmelerine, belli bir gruba dahil olabilme ve beğenilme güdülerine hitap etmektedir.

Sanal ortamda kurulan iletişim yüz yüze olanla kıyaslandığında daha karakterize edilmiş, bireyin olumlu ve kendi istediği özellikleri ön plana çıkararak gerçekleştirdiği, kendini olmasını istediği bir biçimde gösterebildiği türden bir iletişim biçimidir. Bu nedenle de sadece sosyal hayatta iletişim kuramayanları

değil buradaki iletişim biçiminin cazibesine kapılanları da kendisine çekmektedir. Günlük yaşamdaki kişilerin sanal ortamdaki yaşama engel olduğunu düşünen, bu ortam üzerinden iletişim kurmayı yüz yüze iletişimden daha kolay ve ulaşılabilir bulan kişiler internette geçirdikleri zamanı artırmak için çaba sarf ederler, internete giremedikleri zamanlarda karamsar, sinirli, mutsuz olmaktadırlar (Öztürk, 2015: 631).

Medya teknolojilerine kültürel açıdan bakıldığında, sözlü kültürden matbaanın icadıyla birlikte 19. yüzyılda baskı kültürüne geçen toplumların 20. Yüzyılda elektronik kültüre ve son olarak 21. yüzyılda dijital kültüre geçiş yaptığı gözlenmektedir. İçinde yaşanılana dijital çağda yeni medya olarak adlandırılan yeni iletişim teknolojilerinin içinde bulunulan çağın kültürünü de dönüşüme uğrattığı yaşanan bir gerçektir. Dijital kültür olarak adlandırılan bu yeni kültür çağında kültürün bilgisayar aracılı üretilip dağıtıldığı görülmektedir (Deuze, 2006: 19,63).

Yaşanılan çağın ağ toplumunda bireylerin etkileşim kurma ve davranış biçimlerine göre şekillenen değerleri, uygulamaları içeren dijital kültür kavramı (Deuze, 2006: 63) , belli bir teknolojik yapı aracılığıyla oluşturulmaktadır. Dolayısıyla bu kültür, mevcut çağda yaşayan insanların, grupların ve toplumların yaşam tarzlarını ifade etmektedir (Gere,2008: 16).

Bu dijital kültür, yazılı kültürün getirdiği alfabe okuryazarlığını kendi bünyesinde barındırmakla birlikte onu dönüştürerek bilgisayar aracılığıyla metnin karşısına ekran modelini koymaktadır (Sanders, 1999: 126).

Hem çevrimiçi hem de çevrimdışı durumlardan beslenen bu kültür bambaşka yeni özellikler taşımaktadır (Deuze, 2006: 63). Bu kültürle birlikte yazılı kültür ortamıyla birlikte zayıflamaya başlayan insan belleği bireyin dışında yer alan, çok geniş, coğrafi sınırların ötesinde kullanılabilen bir forma bürünmektedir (Mayer, Schönberger, 2009: 52). Bu sanal bellek içerisinde yer alan bilgiler, unutma kavramından öte sınırsız hatırlama kavramıyla şekillenmektedir. Ancak burada bahsi geçen bireyin kendi belleği değil, teknolojik bir aygıttır ve burada bahsedilen özellikler de bu aygıt aittir (Wilken, 2010: 1).

İnternetin sunduğu imkanlara bakıldığında özellikle de kişiler arası iletişimin farklı boyutlar kazandığı görülmektedir. Bu noktada konuya olumlu ve olumsuz olmak üzere farklı açılardan yaklaşan araştırmacılar ve bilim insanları bulunmaktadır (Gülner, Balci, 2011: 74).

İnternetle birlikte bilgisayar, mektupla yapılan ve zaman alan iletişimi e-mail ile elektronik dönüşüme uğratarak mekansal farklılıkların önüne birkaç saniye içerisinde geçmeyi başarırken yazının icadından bu yana kullanılan bir iletişim yöntemini zayıflatmaktadır. Elektronik posta ile mektup gönderme ve alma işlemi birkaç saniyelik gerçekleşen bir iletişim biçimine dönüşmektedir (Erdoğan, Alemdar, 2005: 23).

İnternetin sunduğu sanal alem, kimi durumlarda fizik kurallarını ters yüz ederek kullanıcıların gerçeklik algısını değiştirmekte, yalnızlık çeken kişilerin bu ortamda farklı kişilerle tanışıp sohbet etmesini sağlayarak onların sanal ortam karşısındaki dirençlerini kırmaktadır (Gülner, Balci, 2011: 81). Yalnızlık çeken bireylerin internet ortamında sosyalleşme arayışı sonrası bireyler internet bağımlısı olarak gerçek dünyadan daha çok sanal alemde yaşayan, günlük yaşam pratiklerini bile gerçekleştiremez duruma gelen bireylere dönüşmektedirler (Çakır, 2013: 69).

Bunun sonucunda internet ve sosyal ağlar birey ve toplumlara tek bir mekanda ve zamanda değil, birden fazla mekanda ve dilediği her saatte, istediği yerde bulunma ve bağımsız bir biçimde iletişim kurmasını sağlamaktadır. İnsanlar bu sayede birden fazla şeyle ve birbirinden bağımsız bir biçimde iletişim kurabilmektedir. Böylece internet ve sosyal ağlar bireylerin günlük hayatları ve statüleri üzerinde belirleyici bir konuma kavuşmaktadır (Fiske, 2003: 70).

İnternetin, bireylerin birbirleriyle hızlı iletişim kurmaları gibi iletişimi hızlandırıcı etkisinin yanında iletişim üzerinde olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Sürekli internet başında vakit geçiren bireyler, gerçek bir fiziki mekanda bir araya gelmek yerine sanal ortamda sohbet etmeyi tercih edebilmektedirler. Sokakta yürürken bulamadığımız bir adresi sokaktan geçen bir kişiye sormak yerine yol

bilgisi veren uygulamaları açarak yolu bulmak da kişiler arası iletişimi zayıflatan bir unsurdur.

Kişiler arası ilişkiler bakımından internetin bir diğer etkisi de sunduğu internet üzerinden alışveriş aracılığıyla iletişimi zayıflatmasıdır. Günümüzün yoğun çalışan insanları için zaman kazanma aracı olan internet üzerinden alışveriş, bireylerin kimseyle iletişim kurmadan, bir mağazaya ya da markete gitmeden alışveriş yapmasını sağlamaktadır. Ancak bu durum, marketlerin, kitapçıların, lokantaların, alışveriş yapılan dükkânların bulunduğu sokakların azalarak yerlerini sanal dükkânlara bırakmasına neden olmaktadır. Kapitalist sistemin önemli bir aracı konumunda olan internet bu açıdan da küresel kapitalizme ve tüketim toplumuna hizmet etmektedir (Yalçın, 2003:81).

Bütün bu olanaklar, sanal alışveriş, sanal bankacılık, sanal iletişim araçları gibi kişilerin yaşamında önemli yer edinen teknolojiler, günümüz insanların teknolojik ağlara bağımlılığını artırmaktadır.

Bunun sonucu olarak bireyler sanal ortamlarda daha fazla zaman geçirmekte, eğlence ihtiyaçlarını dahi internet ortamında gidererek gerçek yaşamlarında insanlarla tanışma, karşılaşma olasılıklarını düşürmekte, sosyal yaşamdan uzaklaşmaktadırlar.

Yeni medyanın birey ve toplumlar üzerindeki etkisine bakıldığında bu etkinin kendisini en çok gündelik hayatta hissettirdiği görülmektedir. Geleneksel medya döneminde insanlar haber alma ihtiyaçlarını gazete, dergi alarak giderirken yaşanan çağda kullanılan teknolojik cihazlarla bağlanan iletişim ağları sayesinde haber alma ihtiyacı karşılanmakta ve erişim kısa süre içerisinde gerçekleşmektedir. Bankaya gitmeye gerek kalmadan telefon ya da internet üzerinden işlemlerin yapılabilmesi, kişiler arası duygusal ilişkilerin ve iletişimin dahi bu ağlar üzerinden yürütülmesi gündelik hayattaki pek çok işin görülme biçimini değiştirmektedir (Alankuş, 2005: 43).

Teknoloji çağında yaşayan insanlar, artık hep bir adım ilerisini beklemekte ve teknolojik gelişmelerle birlikte sanal ağlara daha sınırsız girebilmeyi talep etmektedirler. Günümüz insanları internete erişim konusunda kendilerini sadece

ev ve iş yerleriyle sınırlamadan her yerde bağlanabilmek istemektedirler. Bu beklentiler sonucu masaüstü bilgisayarların yerini diz üstü bilgisayarlar gibi taşınabilir cihazlar almakta, sadece konuşma ve mesajlaşma yapılabilen telefonların yerini internete erişimi olanaklı kılan akıllı telefonlar almaktadır. Bu yaşanan durum insan ve makine arasında farklı bir etkileşim yaşanmasının kapılarını açmaktadır (George, 1995: 125).

Özellikle akıllı telefonlar ile bireyler gündelik işlerini kısa sürede ve kolaylıkla halledebilmektedirler. Bu durum ise insanların sadece parmak uçları vasıtasıyla iletişim kurmasını olanaklı hale getirmektedir. Bu hızlı öğrenme, çabuk tüketme, kolay ulaşma gibi özellikleri bünyesinde bulunduran dokunmatik cihazlar, dokunmatik insanlardan meydana gelen dokunmatik bir nesil yaratmaktadır. Bireylerin ekonominin biçimlendirdiği oyuncaklarla şekillendirdiğini dile getiren David Harvey, medya teknolojileriyle çevrili mevcut çağın insanlarını “parmak ucu toplumu” olarak adlandırmaktadır. Bu yeni toplum, tüketimi teşvik eden ekonomi yaklaşımının sonucu ortaya çıkan toplumdur. Dijital teknolojiye dayalı bu yeni toplum biçiminde her şey görünür olmakta, kontrol ve denetim kolaylaşmakta, tek merkezli bir kültür üretimi yapılmakta ve enformasyonel kapitalizm güçlenmektedir. Bu yeni sistemde bireyler hem üretip hem katılımcı olabilmekte ve bu durum da onları tüketici yapmaktadır. Bu tüketim olgusu enformasyonel kapitalizmin gücünü pekiştirmektedir (Çizmeci, 2015: 88).

Teknolojinin gelişmesi ve internetin sunduğu bu göreceli avantajlar, daha fazla teknoloji kullanılarak ondan daha fazla faydalanılmasını getirmektedir ancak bu durum daha fazla sosyal ilişki sağlamada yeterli olmamaktadır. İnsanların birbirleriyle olan ilişkilerinin azalması sosyal etkileşimin azalması anlamına gelmektedir ve bu da bireyi fiziksel, ruhsal ve toplumsal açılardan etkilemektedir. Sosyal etkileşim kişinin yalnızca çevresindeki sosyal hayatı anlamasını değil aynı zamanda kendi sosyal varlığını da anlamasını sağlamaktadır. İnsanların yeterince sosyalleşememesi bugünün dünyasının önemli sorunları arasında yer almaktadır (Elmacıoğlu, 1992: 72). Teknolojinin sağladığı olanaklarla birlikte bireyler birbirine farklı platformlarda yaklaşmakta ancak yaklaşırken uzaklaşmakta ve kalabalıklaştıkça yalnızlaşmaktadır. Aynı mekanda bir arada bulunan bireylerin

birbirleri yerine teknolojik cihazlarla kurdukları iletişim mevcut mekanda iletişimsizliği getirmektedir.

Gentile ve Walsh'ın yeni teknolojiler ve aile içi iletişim ile ilgili yaptıkları çalışma, yeni medya teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucu günümüz internet kullanan yetişkinlerinin gerçek etkinliklere daha az katıldıklarını, aile ve çevreleriyle daha az zaman geçirdiklerini, daha az gazete okuduklarını ortaya koymaktadır (Çizmeci, 2015: 90).

Özellikle de akıllı cep telefonlarıyla birlikte insanoğlunun artık kopmak istemediği sanal gerçeklik, var olan gerçekliğin sürekli bir biçimde parçalanarak yeniden üretilmesine yol açmaktadır. Bu durum insanların gerçeklik algısı üzerinde bozulma yaşanmasına neden olmaktadır. Sürekli enformasyon akışı karşısında gerçeklik algısı değişen kişiler, devamlı bir biçimde yeniden şekillenerek küresel sermayenin kolayca güdülebilen nesneleri konumuna gelmektedirler. Çünkü bu bireylerin gerçeklik algısı gelen her yeni bilgiyle tekrar değiştiğinden olayların aslını tam olarak algılayamadıkları gibi aynı zamanda oluş sırasını da hatırlayamamaktadırlar. Doğrusal algılayıştan uzaklaşan bireyler olaylar arasındaki anlam bütünlüğünü de kavrayamamakta ve neyin gerçek olduğunu bilememektedirler (Baudrillard, 2016:50). Bu durum kişiyi tek tipleştirmektedir. Tetipleşen kişiler, kapitalist sistemin ürettiği ürünleri tüketirken tükenen birer kapitalist nesne durumuna gelmektedirler. Kapitalist sistemin amacı bireyleri özgürleştirmek değil, onlara keyif alıp doyum sağlayacakları içerikler sunarak onları tüketici konumuna getirmektir (Yaylagül, 2016: 105).

Yaşanan bu gelişmeler teknolojiyi tüketim unsuru haline getirerek geleneksel tüketim alanları içinde yer alan moda ve giyim yanında bilgisayarlar, cep telefonları, dijital televizyonlar ve sundukları içerikler bireylerin yaşam tarzı üzerinde belirleyici konuma ulaşmaktadır (France, 2007: 118).

İnsanlar teknolojinin sunduğu avantajlarla birlikte daha fazla serbest zamana kavuşmaktadırlar ancak bu serbest zamanlarını yine teknolojik araçlarla geçirmeye başlamaktadırlar. Uzun saatler televizyon seyretme, internette zaman geçirme buna örnek olarak verilebilir. Sosyal açıdan kendisine yeterli bir ortamı

evinde yaratan insanlar, sosyalleşmelerini ve işlerini internet üzerinden halletmeye başlayınca bilgisayarlarına bağımlı duruma gelmektedirler. Aynı biçimde çocuklar da, oyun arkadaşı olarak ya da dersine yardımcı olarak bilgisayarı seçmektedirler. Bunun sonucu olarak çocukların da bilgisayarlarda geçirdikleri zamanın artmasıyla iletişimsizlik ve kendini yalıtma bu yaş grubuna kadar inmektedir (Hoşcan, 2000: 383).

Günümüzde gerçek yaşamda yapılabilecek iş, eğitim, devlet işleri, ticari işler gibi hemen her şey internet üzerinden yapılabilmektedir. İnternetin bu kadar yaygın olmasını sağlayan bu özelliklerinin yanında internet bireylere, sohbet (chat), sohbet grupları oluşturabilme, pek çok konuyu tartışabilecekleri forum alanları ve e posta olmak üzere çeşitli sosyal amaçlı kullanım alanları da sunmaktadır.

İnternetin bu kadar tercih edilir olmasında hiç kuşkusuz zaman sınırlandırması olmadan günün istenilen saatinde erişilebilir olması önemli bir etkidir. İletişim internet ortamında yüz yüze olmadığından insanlar kendilerini bu ortamda diledikleri gibi tanıtabilmektedirler. Bu da yüz yüze iletişimde geri çekilmeye neden olan birçok engellemeyi ortadan kaldırmaktadır. İnternet de mekan sınırının bulunmayışı da onun tercih edilmesini sağlayan önemli etkenlerden birisidir. Sağladığı siber mekan ile coğrafi sınırlar ve mesafeler iletişim engeli olmaktan kurtulmaktadır. İnternette en çok zaman harcanan uygulamalardan biri de oyunlardır ve bu oyunlar bilgisayar başında geçirilen zamanı artırmaktadır. İnternette tanışıp iletişim kurmak gerçek yaşama göre daha kolay olduğundan, istemediği sürece yüzünü göstermeme şansına sahip olduğundan da sosyal hayatta iletişim kurma problemi çeken kişiler için daha tercih edilir konuma gelmektedir (Kaypakoğlu, 2004: 81).

Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte toplumu oluşturan bireylerde kişilik özellikleri açısından da dönüşüm yaşanmaktadır. Yeni kimlik biçimlerini internet ortamında kolayca yaratan birey kendini olduğundan farklı algılamaya başlamaktadır. Yine benzer biçimde kolektif toplumsal hareketleri de değişime uğratan yeni medya, oluşturduğu yeni aktivist karakter ile birlikte, toplumsal hareketler yeni medya üzerinden gerçekleştirilmeye başlayınca toplumsal özne

algısı da değişerek Niedzwiecki'nin değişiyse “ben özelim” algısıyla farklı bir özne oluşmaktadır. Yeni teknolojinin ürettiği kendi kültürü içerisinde yaşayan insanlar kendi kültürlerini de internet üzerinde oluşturmaya başlamaktadırlar. Bu kültür içerisinde kendilerini daha çok tanımlama ve tanıtma imkanına kavuşan bireyler burada oluşturdıkları sanal kimlikler ve profiller aracılığıyla daha ben merkezci bir karakter oluşturmaya başlamaktadırlar. Bu profillerde yaptıkları paylaşımlarla üyesi olduğu toplumsal grubun adıyla değil kendi adını görerek ve duyurarak haz duyan bir kişilik yapısına bürünmektedirler (Eyüpoğlu, 2017: 107).

1.7.Sosyal Medya

Yeni medya içinde yer alan sosyal medya ve sosyal medya kullanımı yaşanan bu çağda internet kullanıcılarının yoğun olarak tercih ettiği bir iletişim ağı konumuna ulaşmaktadır.

Yeni medya, önceki bölümde de açıklandığı gibi etkileşimli, zaman ve mekana bağılı olmayan, hızlı, iletişimi güçlendiren, diğer bütün yazılı, işitsel, görsel kitle iletişim araçlarını bünyesinde barındıran, temeli internet ve bilgisayar teknolojilerine dayanan bir alandır. Yeni medyanın içinde yer alan ve onun hızlı gelişimine paralel olarak ortaya çıkan, iletişim alanında önemli değişimlerin yaşanmasını sağlayan araçlar ise sosyal medya olarak adlandırılmaktadır (Kürkçü, 2016: 57).

Sosyal Medya kavramını oluşturan kelimelerden “sosyal” kelimesi sözcük olarak toplumsal, toplumla ilgili olan anlamına; “medya” ise iletişim kurmayı olanaklı hale getiren ortamlar anlamına gelmektedir. Sözcük anlamlarından yola çıkıldığında sosyal medya yalın bir tanımla, toplumu meydana getiren bireyler tarafından oluşturulan içeriklerin, diğer bireylerle paylaşılma amacıyla yayınlandığı platformlardır (Yüksel, 2014: 119).

Buradaki “sosyal” sözcüğü, insanların teknoloji aracılığıyla bilgi paylaşımından fazlasını ifade etmektedir. Bu ortamda, “ne”yin anlatıldığından çok “nasıl”, “neden”, “kimi” anlattığı daha önemli olmaktadır. Aynı zamanda bu sözcük, kullanıcıların diğerleriyle çift yönlü bir onaylama ve bağlantı kurma

yoluyla daha rahat kurulan ve izleyicilerinin farklı olduğu bir iletişim ortamını vurgulamaktadır. Bunun yanında “sosyal” sözcüğü burada kurulan bağlantının amacı hakkında da öngörüde bulunabilmeyi sağlamaktadır (Evans, McKee, 2010: 30).

2000’li yıllarla birlikte yoğun bir şekilde kurulmaya başlayan sosyal ağ siteleriyle birlikte kullanılmaya başlanan sosyal medya kavramı, dünya genelinde insanların etkileşim içine girdikleri web 2.0 tabanlı dijital ortamları ifade eden bir kavramdır. Bireylerin birbirleriyle ya da kurumlarla, kurumların bireylerle ya da birbirleriyle bilgi ve hizmet alışverişi yapabildikleri sosyal medya, kullanıcılarının bilgi edindikleri, kişisel mesaj, fotoğraf ve videolarını yükleyebildikleri, düzenledikleri, değiştirebildikleri ve başka kişilerle paylaşabildikleri, aynı zamanda çevrimiçi topluluklar oluşturabildikleri sanal ortamları ifade etmek amacıyla kullanılan bir kavramdır (Güçdemir, 2017: 14-15).

Oluşturulan her türü yazılı, sözlü, görüntülü içeriğin diğer kullanıcılarla eş zamanlı bir biçimde paylaşılmasını sağlayan ağlardan meydana gelen sosyal medya, aynı zamanda sosyal etkileşime ve paylaşıma internet teknolojisi üzerinden olanak tanıyan web siteleri olarak da tanımlanmaktadır (Akar, 2010: 17).

Kellner da Debord, sosyal medyayı elindeki her türlü içeriği abartarak sunmasıyla yeni şöhretler, ikonlar yaratmaya elverişli, eğlenceye dayalı, kullanıcıların istedikleri tüm alanlara katılabilecekleri etkileşimli ve gösterinin hakim olduğu bir yaşam alanı olarak tanımlamaktadır (Akar, 2010: 11).

Christian Fuchs, sosyal medyayı, insanların yaşantısına internet teknolojilerinin bir yan ürünü olarak girdiği, çeşitli içeriklerin paylaşıldığı ve paylaşılan bu içeriklerin birden çok kullanıcının erişimine sunulduğu dijital bir ortam olarak açıklamaktadır (Fuchs, 2016: 351).

Teknik açıdan bakıldığında sosyal medya, dünya genelinde tüm bilgisayarların birbirine ağlarla bağlanması anlamına gelen elektronik iletişim ağı internet üzerinden, kullanıcıların diğer kullanıcılarla birlikte sanal ortam üzerinde iletişime geçmelerini sağlayan web tabanlı uygulamalardır (Kuşay, 2010: 67).

Sosyal medya, kullanıcıların diğer kullanıcılarla aralarında çevrim içi bir şekilde metin, fotoğraf, ses, video paylaşımlarına imkan tanıyan web sitelerinin gelen adıdır. Katılım ve paylaşımı olanaklı hale getirmesi, kullanıcıların fikir ve yorumlarını paylaşabilmeleri sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran en temel niteliklerdir (Evans, 2008: 33).

Bu ağları kullanarak iletişime geçen kişiler, öncelikle bu sanal ortamda kendilerine profil oluşturmaktadırlar. Bu sayede fotoğraf, video gibi görsel içerikleri kullanarak diğer kullanıcılar üzerinde istedikleri imajı oluşturup kendilerini kısa yoldan ve hızlı bir şekilde tanıtmaya imkanına kavuşmaktadırlar. Ardından oluşturdukları bu profilleri diğer kullanıcılarla kendi istekleri doğrultusunda profilini açarak paylaşmakta ve hayatları hakkında bilgileri sunmaktadırlar. Kullanılan teknolojiler geliştikçe insanların kendileri hakkında verdikleri bilgiler de derinleşmektedir.

Teknolojinin gelişimine paralel olarak iletişim süreçlerinde devamlı meydana gelen gelişmeler kişilerin toplum içindeki davranışlarını da şekillendirmektedir. Bu durumu kimi araştırmacılar kişilerin yalnızlaşmaya başlaması olarak adlandırırken kimileri de sosyalleşmenin yeni şekli olarak görmektedirler (Kaya, 2017: 164).

Farklı konumlarda ve yaşam koşullarında yaşayıp farklı kültürlere sahip insanlar, sosyal medya aracılığıyla bir araya gelerek etkileşime geçebilmektedirler. Bu özellikleriyle yaşanan bu çağda sosyal medya uygulamaları, sosyal ilişkileri ve insanların iletişim kurma biçimlerini dolaylı ya da dolaysız bir şekilde etkilemektedir. İnsanların günlük yaşantıları içerisinde yeni iletişim biçimleri ve yeni kavramlar dahil eden bu uygulamalar yeni ve kendisine özgü olan iletişim kurma yöntemlerini de bu yaşantı içerisinde eklemektedir (Demir, 2015: 148).

Sosyal Bilimci James Lull, bireylerin sosyal medyayı değişik amaçlar için ve farklı ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullandıklarını belirterek, bu amaçlara örnek olarak ortak deneyim alanı yaratma ve insan ilişkilerini gidermenin verilebileceğini ifade etmektedir (Giddens, 2012: 656).

Sosyal medya yayıncılık anlamında da pek çok değişim getirmektedir. Eskiden geleneksel kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilen yayıncılığa dahil olmak parasal nedenlerden dolayı kısıtlı olmaktaydı. Ancak internet teknolojileri ve özellikle de sosyal medya uygulamalarıyla birlikte kullanıcılar dünyanın istedikleri yerine, istedikleri kişiye zaman ve mekan kısıtlaması olmadan mesaj gönderme imkanına sahip olmaktadır. Bu açıdan sosyal medya, daha önce var olmayan yenilikte bir medya ortamı sunmaktadır. Bu medya içerisinde bloglar, mikrobloglar, forumlar, wikiler, podcastler, görsel dünyalar, içerik toplulukları ve sosyal networkler yer almaktadır (Karjaluto, 2010: 2).

Geleneksel medyadan farklı olarak sosyal medyada sahiplik kavramı ve tüzel kişilikler bulunmamaktadır. Burada herkes kendi kimliğiyle yer alabileceği gibi farklı bir kimlik oluşturarak, çoklu bir kimlik oluşturarak ya da orijinal bir kişinin ya da grubun temsili bir görüntüsüne bürünerek de var olabilirler. Aynı zamanda kendi cinsiyet özelliğinden farklı olarak bir kadın erkek olarak ya da bir erkek kadın olarak da yer alabilir. Dolayısıyla böyle bir ortamın içinde yer alan verilerin de gerçekliğinden şüphe ederek ve verilerin o manada filtrelenerek seçilmesi gerekmektedir. İtalyan yazar Umberto Eco, sosyal medyanın ortaya çıkış nedeni ve amacıyla ilgili olarak, “Bence insanlar Facebook’a bakıyorlar çünkü birileriyle iletişim kurmak istiyorlar. Kendimizi tanımlayabilmek için ötekine ihtiyaç duyarız. Bugünkü gibi izole bir dünyada yaşıyorsam o ötekiyi bulmak için de Facebook’a girerim ve aslında sahte bir ötekiyi aramış olurum. Çünkü orada yaşlı ve çirkin bir polis, genç ve güzel bir kızmış gibi görüntü veriyor olabilir. Arkadaşlık kavramı bugün krizde. Belki sizin geleneksel anlamda hala arkadaşlarınız vardır. Ama ortalama bir Amerikalının arkadaşı yoktur. O yüzden de ülkenin başka bir köşesine taşınsa sorun yaşamaz. Market aynı, sinema aynı, zaten önceden de arkadaşı yoktu... İşte bu insanlar için buldular sosyal medyayı...” şeklinde açıklama yapmaktadır (Gündüz, 2017: 144-145).

Modern çağda farklı bir anlama sahip olan cep telefonları, gittikçe bireyselleşen insanları daha da özgürleştirmektedir. İlk cep telefonları yalnızca konuşma ve mesaj yazmaya yönelik olarak tasarlanmış olmasına karşın 2000’li yıllarla birlikte ortaya çıkan akıllı telefonları küreselleşmeye katkı sağlayacak bir

şekilde sınırları iyice genişletmektedir. Akıllı cep telefonları noktasında 2007 tarihi dönüm noktası olmaktadır ve bu tarihte “Apple” firması tarafından kullanıcıların hizmetine sunulan Apple’ın IOS işletim sistemini kullanan “iPhone” telefonlar sadece cep telefonu olmanın ötesinde interneti ve gerçek anlamda dokunmatik ve geniş ekran ile telefonu bir araya getirmektedir.

Akıllı telefonlar, ilk çıkan cep telefonu modellerinden farklı olarak, bireylere daha geniş ve güçlü bir iletişim olanağı sunmaktadır (Yusufoğlu, 2017: 2417).

Akıllı telefonlar ile birlikte her an ulaşılabilirlik imkanına kavuşan sosyal medya bu sayede daha da güç kazanmaktadır. Yaşamlarının her anında çevrim içi olabilmek ve sanal topluluklar içinde kalabilmek sosyal medya ve akıllı telefonlarla birlikte gerçekleşmektedir (Köseoğlu, 2006: 152).

Sosyal medyada kullanıcıların istekleri dikkate alındığından onların bireysel eğilim, tutum ve davranışları sosyal medya aracılığıyla kolaylıkla ölçümlenebilmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının, farklı konumlarda yer alan diğer kullanıcılarla bireysel ya da kitlesel olarak iletişime geçebilmesi sosyal medyanın etkileşim özelliğine vurgu yapmaktadır. Sosyal medyanın aynı zamanda bireyleri etkileyerek kamuoyu oluşturma gücü de mevcuttur.

Sosyal medya üzerinden, oluşturulan içeriklerin sürekli güncellenip değiştirilmekle birlikte, oluşturulan hesapların bir sürekliliği bulunmaktadır. Kendi arama fonksiyonlarına sahip olan bu ağlar üzerinde araştırma ve arama yapmak kolaylaşmaktadır.

İnternet erişiminin bulunduğu her noktadan kolaylıkla erişilebilen sosyal medya sayesinde veri toplamak ve ölçümlemek de kolaylaşmaktadır (Kırık, 2017: 76-78).

Sosyal medya kavramının ortaya çıkışı internetin kullanıma açılması kadar eskidir. Sosyal ağların ortaya çıkışı ise 1997’de “SixDegress” sitesinin kurulumuyla gerçekleşmektedir. Bu siteyi zaman içerisinde BlackPlanet, AsianAvenue ve MoveOn siteleri takip etmektedir.

Sosyal medya ve sosyal ağ kavramlarının birbiri yerine kullanılıyor olmasına karşın ikisi arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Sosyal medya, verilerin geniş kitlelere dağıtılma şeklidir ve bu yöntem herkes tarafından kullanılabilir bir yöntemdir. Sosyal ağlar ise aralarında ortak bir bağ olan birey ve gruplar tarafından gerçekleştirilen bir faaliyettir. Ayrıca sosyal medya gazete, dergi, televizyon, radyo gibi iletişim kanallarına benzemekte ve iletiler basit bir yöntemle diğer bireylere yayılmakta ancak bireylerin genel tepkileri bilinmemektedir. Sosyal ağlar da ise iletişim, bireylerin ilişkilerini sürdürmek için yaptıkları iletişim ve herhangi bir konuya yapılan yorumlar, değerlendirmeler ve paylaşımlarla gerçekleştirilmektedir (Karakoç, Tayda, 2017: 213-114).

Sosyal medya içerisinde bloglar, sosyal ağlar, wikiler, sosyal işaretlemeler (bookmarking), sosyal haberler, fotoğraf paylaşım ve video paylaşım gibi çeşitli platformlar yer almaktadır (Canöz, 2016: 38).

Sosyal ağ siteleri, kullanıcılarının da kendileri olduğu, kullanıcıların kendilerine ait özel birer profil oluşturdukları, arkadaşlıkların istenilen herkesin ulaşım takip edebileceği bir şekilde gerçekleştirildiği, kullanıcı odaklı içerik paylaşımının yapıldığı bu sayede diğer kullanıcılarla etkileşimli hale geldiği, kişilerin aynı zamanda hem üretici hem de tüketici konumunda oldukları ağ üstünde gerçekleştirilen iletişim platformlarıdır. Bu ortamda diğer kullanıcıların listesi oluşturulabilmekte ve kullanıcıların birbiriyle paylaşım da bulunabilmeleri sağlanabilmektedir. Sistem, kişilerin profillerini istedikleri kişiye açmalarını, istemedikleri kişi ya da kişilere engel koyarak erişimlerini engellemelerine olanak sağlayacak şekilde oluşturulmaktadır (Ellison, Boyd, 2013: 7; Boyd, Ellison, 2007: 222).

Sosyal ağ siteleri, dar anlamıyla dünya genelindeki bilgisayar ağlarıyla kurumsal bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan elektronik iletişim ağlarını tanımlamakta ve internetle birlikte kullanıcıların diğer kullanıcılarla ağlar aracılığıyla iletişim kurdukları web tabanlı sistemlerdir. Geniş anlamıyla ise sınırları belirli bir sistem içerisinde, kendi profillerini istedikleri gibi açık ya da gizli oluşturabilen kullanıcıların kendi paylaşımlarını yapabildikleri, kendi kişi listelerini oluşturarak bu kişilerle bağlantı kurabildikleri, bu kişilerin

paylaşımlarını ve kişi listelerini görebildikleri bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Boyd, Ellison, 2007: 219).

Sosyal ağ siteleri arkadaşlık, hobiler ve çeşitli aktiviteler üzerine kurulu olmalarına karşın tek işlevleri bu hususlar olmayıp kullanıcılarına bilgi paylaşımı, araştırma yapma, ilişki kurma gibi pek çok imkan da tanımaktadır. Bu ağlar aracılığıyla dünyanın her yerindeki insanlarla karşılıklı iletişim kurulabilmekte, fiziki imkansızlıklar nedeniyle gerçek yaşamda dahil olunamayacak gruplara girilebilmekte, buralarda karşılıklı bilgi paylaşımında bulunulabilmektedir (Kwon, Wen, 2010; Dede, 2010).

Web 2.0 teknolojisinin bütün özelliklerini taşıyan sosyal paylaşım ağları bu gün artık her hangi bir bilgiyi arama noktasında da web sitelerinin yerini almakta ve akıllı telefonlar aracılığıyla da internete erişimin olduğu her yerde kullanıcıların istedikleri bilgiye kolayca erişmelerini sağlamaktadır (Tonta, 2009: 742).

Sosyal ağların yükselişe geçmesi 2000’li yıllarda fotoğraf paylaşımına olanak sağlayan siteler ve blogların çıkışıyla gerçekleşmektedir. Bu yükseliş içerisinde 2004 yılında kurulan Facebook ve 2005 yılında kurulan Youtube kullanıcı sayısı bakımından ilk iki sırada yer almaktadır (Karakoç, Tayda, 2017: 213-114).

Merkezi Londra’da yer alan “We Are Social” isimli sosyal medya kuruluşunun 2020 yılına ait raporuna bakıldığında, kullanıcılar tarafından en fazla tercih edilen sosyal paylaşım ağları içerisinde Facebook’un 2 milyar aylık aktif kullanıcı ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Yoğun bir şekilde tercih edilen diğer sosyal ağlar, Youtube, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest olarak sıralanmaktadır. Aynı raporda Türkiye’deki kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri de yer almaktadır. Rapora göre Türkiye’deki 16-64 yaş arası sosyal medya kullanıcılarının sosyal medyada günlük geçirdikleri süre 7 saat 29 dakikadır (wearesocial.com).

İnsanların sosyal paylaşım ağlarında devamlı yer alma isteklerinin altında gündelik yaşamdan kaçma, arkadaş bulma, oyun oynama, eğlenme, sohbet etme

gibi nedenler yer almaktadır. Sosyal medya insan ilişkileri üzerinde de etkili olmakta, onu dönüştürmekte ve değiştirmektedir. Sanal hediyeler, mesajlar, oyunlar yüz yüze iletişimin yerini almaya başlamaktadır. Özellikle de yüz yüze iletişimde başarılı olamayan kişiler için sanal ağlar, sosyalleşmek için birer sığınak olmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında, bağımlılık derecesinde kullananların büyük çoğunluğunun aile ve arkadaş gibi yakın çevreleriyle daha az zaman geçirdikleri ve genellikle de bu ilişkilerinde çeşitli iletişim problemleri yaşadıkları gözlenmektedir (Kırık, 2017: 90-92).

Sosyal medya kullanıcısı olarak ilk sırada yer alan gençler ve genç yetişkin kuşaklar, farklı farklı nedenlerden dolayı sosyal medyayı tercih etmektedirler. Bunlar içinde, yetişkinler tarafından belirlenen katı kurallara sahip ev ortamından uzaklaşmak, yaşanan ulaşım problemlerinden dolayı istedikleri yerlere gitmelerinin zor olması, kimi aileler tarafından dış ortamlarla ilgili getirilen yasaklamalar nedeniyle bu ortamlarda sosyalleşmenin zorlaşması, bunlara karşın internete erişmenin kolay, görece daha ucuz ve hızlı bir şekilde geniş alanlar sunması gibi nedenler yer almaktadır. Bunun sonucu olarak da dış ortam yerine evde bilgisayar başında sosyalleşmeyi tercih eden ya da etmek zorunda kalan kişilerin sayısı ve bilgisayar başında geçirdikleri süre devamlı artmaktadır. Aileler dış ortamlardaki tehlikelerden çocuklarını korumak için evlerini, çocukları için, boş vakitlerini geçirebilecekleri bir alan olarak düzenlemekte, evlerini bu amaç için oluşturmaya çalışırken sokak kültürünün de yok olmaya başlamasıyla birlikte bu evlerin medya zengini evler şekline gelmektedir (Livingstone, 2010:1, 14).

Kullanıcılarına kendi profillerini de oluşturarak diğer kullanıcılarla bilgi alışverişinde bulunma, görüşlerine yönelik ilgi ve destek sağlama, kendisine benzeyen kişileri bularak onlarla bir araya gelebilme, uzaktakini yakınlaştırma ve sosyal baskılara maruz kalmadan deneyim edinmelerini sağlayan sosyal medya, kullanıcıların hem gerçek benliklerini hem de olası benliklerini sunmalarına olanak sağlayan bir ortamdır (Kuşay, 2013: 92).

Antony Mayfield, sosyal medyanın kendisine özgü özelliklerine ek olarak katılımcılar, açıklık, konuşma, toplum, bağlantılılık olmak üzere beş temel ögesi bulunduğunu dile getirmektedir.

Katılımcıların yani kullanıcıların sosyal medyanın en önemli ögesi olduğunu belirten Mayfield, onlar olmadan paylaşımın ve etkileşimin olamayacağını vurgulamaktadır. Sosyal medyada doğrudan geribildirimde ve etkileşimde bulunulabileceğini açıklık ögesiyle açıklayarak kullanıcıların herhangi bir aracı kurum ya da kişiye ihtiyaç duymadan birbirleriyle etkileşime geçebileceklerini ifade etmektedir. Bununla bağlantılı olarak sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak ikili ya da çoklu konuşmalara elverişli bir yapıya sahiptir. Topluluk oluşturma'nın hızlı bir şekilde gerçekleştirilebildiği bu ortamlarda sosyal gruplar oluşturularak buralarda üyeler birbirleriyle her türlü sesli, görüntülü içeriği paylaşabilmektedirler. Sosyal medyanın diğer sitelerle bağlantıya olanak vermesi, sosyal medya üzerinden her türlü araştırmayı kolayca yapmaya imkan tanımaktadır (Mayfield, 2008: 6).

1.8.Sosyal Medyanın Birey ve Toplum Üzerinde Yarattığı Etkiler

Sosyal medyanın, birey ve toplum üzerinde yarattığı etkilerle ilgili olarak, önceki başlıkta da bahsedildiği gibi bireyleri ve toplumları özgürleştirdiği, sosyalleştirdiği, zaman ve mekandan bağımsız bir biçimde, istediği bilgiye istediği zaman ulaşabileceği görüşleri ön plana çıkmaktadır. Ancak bu noktada sosyal medyanın birey ve toplum üzerinde bu bahsedilen etkileri yaratmadığı, bireylerin, yarattığının zannedildiği bir yanılsama ortamı içerisinde bulunduğunu öne süren eleştirel görüşlerde yer almaktadır.

Sosyal medyanın bireyi sosyalleştirdiği yönündeki söyleme eleştirel açıdan bakıldığında bireyin buradaki varlık biçimi üzerinde durulmaktadır. Birey, internet ortamında ve sosyal medya da artık, kendi öznelliğinin hesabını ve sorgulamasını felsefi olarak yapan, bu değerleri kuran bir özne değildir. Kullanıcı olarak bu ortamlarda yer alan kişi, gerçek sosyal ortamlarda yer almadan,

teknolojinin imkan sağladığı araçsallıkla tek tuşla ya da tek tıkla bir gruba dahil olabilmekte, hiç gitmediği yerlere, mekanlara, ideolojilere kendisini ait hissedebilmektedir. Tek bir tıkla görüşlerini ilan edip, yine tek bir tıkla bunları inkar edebilmektedir. Kısaca, sosyal medya kullanıcısı olan kişiler buralarda bilgi arayışında olan özneler olmaktan ziyade oturduğu yerden eleştiriler yapan, tek tıkla kendisini gerçekleştirdiğini düşünen yeni teknolojinin müşterileridir aslında. Burada, toplumsal olana ait olduğunu zannederken, toplumsal alanın dışında var olan yabancılaşmış bir nesneler dünyasına ait olmaktadır. Toplumla temas etmeden, var olduğu bu alanda toplumun geleceği hakkında konuşan, katılımcı olduğunu düşünen ve bunları yaparken de sosyalleştiğini zanneden, gerçek fiziksel yaşam alanını daraltan bireylere dönüşmektedirler (Önkal, Gündüzlü, 2015: 38-41).

Sosyal medya kullanıcısının, tıpkı Walter Benjamin'in kentin bir metin biçiminde içine girdiği sokaklarında gezinen “flaneur”ü gibi bambaşka metinler arasında gezinip, farklı dünyalara girip çıkma imkanına kavuştuğu söylenmektedir. Eski medya, okuyucusunu, dinleyicisini, izleyicisini metnin dışında tutarken sosyal medya uygulamaları kullanıcısına metnin içine girme imkanı tanımaktadır. Ancak yeni medya araçlarıyla ve gelişen teknolojiyle beraber metnin içi ve dışı ayrımı ortadan kalkarak metnin içinde dolaşan sosyal medya kullanıcısı metnin dışına çıkma olanağını kaybetmektedir. Kullanıcılar, metnin içinde gezerken, mesafenin ortadan kalkmış olması, onun metni görme yeteneğini ortadan kaldırmakta ve belli bir şablonun içindeki öğelerden biri olduğunu görmesini engellemektedir (Özgül, 2015: 92-93).

Bu nedenle 19. yüzyılın Paris’inde ortaya çıkan “serbest zamanlı insan, kentin kaşifi bir gezgin” olarak adlandırılan “flaneur”dan farklı bir noktada değerlendirilmektedir. Çünkü “flaneur” kent kalabalıklarında dolaşsa dahi içinde yer aldığı kalabalığa dışarıdan izleyici gözüyle bakabilmektedir. Bu nedenle Benjamin, modern yaşamın araştırmacısı olan “flaneur”un tüketici kapitalizmle birlikte ortadan kalktığını, öznenin nesneye dönüştüğü ve bireyselliğin kaybedildiği bir ortamda yaratıcılık ve keşfetme isteğini yitirerek kalabalığın bir parçası şekline bürünüp bir aylağa dönüştüğünü ifade etmektedir (Netchitailova,

2017: 1). Bu özelliklere bürünen sosyal medya kullanıcısı “flaneur”un içinde bulunduğu çağı, durumu eleştiren bir gözle izleyerek sistem eleştirisi yapan biçiminden çok uzak bir şekilde bu medyanın ve sistemin kurbanı durumuna düşmektedir.

Sosyal medyada kullanıcının kullandığı araç ile arasında hiçbir mesafe kalmadığından dolayı kendi konumu ve yapılarından habersiz hale gelerek bu noktadaki farkındalığını kaybetmektedir. Zygmunt Bauman, insanların her zaman açık hale geldiklerinde bir daha asla gerçek anlamıyla ve tam olarak yalnız kalamayacaklarını ifade ederek “keyif için kitap okumak, pencereden dışarı bakmak, resim yapmak ve başka dünyaları hayal etmek sizin için çok zorlaşır” demektedir (Bauman, 2011: 14).

Geleneksel medya, tek yönlü yapısıyla bireyleri pasifleştirip şekillendirmenin yanında tüm kitleye evinin yalnızlığında bir özne olarak seslenirken, yeni medya bireyi aktif ve etken olma yanılsamasıyla bir nesne olarak şekillendirmektedir.

Kayıt teknolojilerinin gelişmesi ve sosyal medya için her şeyin kaydedilerek paylaşılması geçmişi ve dolayısıyla tarihi kaydetme ve canlı tutma olarak yorumlanmaktadır. Ancak sosyal medya tarihi şu an tanık olunan bir kategoriye dönüştürerek bireyleri tarihselliğinden kopuk olaylarla karşı karşıya bırakmaktadır. Sosyal medyada paylaşılanlarla birlikte tarih, şimdinin içerisinde kaybolan, geçmişin yalnızca şimdiye hizmet ettiği ölçüde var olduğu bir yapıya bürünmektedir. Bu da modern yaşamın tarihi yok sayma ve unutmaya dayalı biçimini destekleyerek geçmişi sorgulama gerekliliğinden uzaklaşan bireyler oluşturmaktadır. Bu yeni çağda tarih artık sonsuz sayıda ve çeşitlilikteki ilgisiz enformasyon içerisinde bozulmaktadır (Özgül, 2015: 94, 97).

İnsanların günlük yaşamlarında görme, duyma, dokunma gibi duyularını kullanarak kurdukları yüz yüze iletişimin yerini sanal dünyada farklı şekiller almaktadır. Sosyal ağlarda var olan “dürtme” ile iletişim kurma biçimi birisine sarılmanın derinliğini sağlayamayacak biçimde sığlık taşımaktadır. Sanal ortamda ortaya çıkmaya başlayan yeni iletişim biçimleri, bu derinlik ve sığlık, gerçeklik ve

yüzeysellik, sıcaklık ve soğukluk, samimilik ve göstermelik arasındaki farkı da ortaya koymaya başlamaktadır. Artık iletişim, dokunmak ve karşıdakini hissetmenin dışına çıkarak, pratik, uzaktan hisseden, birbirini gözetleyen, elektronik ortamda tekrar tekrar istenildiği biçimlerde oluşturulabilen bedenler üzerinden gerçekleştirilmektedir. Takma adlar, filtreli profiller kullanarak yeni kimlikler yaratan kullanıcılar, oluşturdukları bu yeni sanal kişilikleri bağımlılık derecesinde bağlandıkları internet ortamında, zamanının önemli bir kısmını harcayarak, yalnızlık ve genel bir amaçsızlık içinde uykusuzluk pahasına yaşamaktadırlar (Agger, 2011: 94).

Göz teması ve jestler, mimikler gibi sözel olmayan ifadelerin gerçek manada bu ortamlarda bulunmaması, toplumsal var olma duygusunun olması gerektiği biçiminde aktarılamamasına ve algılanamamasına neden olmaktadır. Reel olarak birbirini görmeden iletişim kuran bireylerin sosyal var oluş süreci de düşük düzeyde gerçekleşmekte ve tarafların birbirini anlaması, algılaması da yüz yüze iletişimden farklılıklar taşımaktadır (Timisi, 2003: 135).

Yüz yüze iletişim olmadan sadece ekran aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimin bireylere katkısı da sınırlı düzeyde olacaktır. Çünkü, doğduğu andan itibaren beynindeki milyonlarca beyin hücresini birbirine bağlayarak anlam üretmeye çalışan bireyin bunu gerçekleştirebilmesi için insana ihtiyacı bulunmaktadır. Sosyalleşmelerini ve iletişimlerini ekran karşında geçiren kişilerin sağlıklı bir beyin gelişimi gerçekleştirmeleri mümkün görünmemektedir. Ekrandaki canlı renkler, görüntü değişimlerinin hızlılığı gibi unsurlar beynin çalışmasını ve gelişmesini olumsuz etkilediği gibi duygusal eksikliği de bu durumla bağlantılandırıldığında, sadece ekran aracılığıyla gerçekleştirilen sosyalleşmenin gerçek bir sosyalleşme olamayacağı ve bireyi yeterince geliştiremeyeceği ortadadır (Gündüz, Pembecioğlu, 2017: 230).

Bireyselliğin ön planda olduğu sosyal ağlarda yer alan kullanıcılar olup biten olayları kendi bakış açılarıyla değerlendirmektedirler. Bunun bir sonucu olarak da diğer kişilerin ve arkadaşlarının görüşlerini yanlış olarak yorumlamakta bu da sosyal ilişkilerin bozulmasına neden olmaktadır. Gündelik yaşamlarında iyi anlaşp, iyi ilişkiler kurabilen kişiler sosyal paylaşım ağlarında savundukları

fikirlerden ve kendi doğrularından dolayı problem yaşayabilmektedirler. Yüz yüze iletişimin kurulamadığı ve bireyselliğin ön plana çıktığı bu ortamlarda karşılıklı empati kurulamadığından dolayı buradaki arkadaşlıkların ömrü de kısa süreli olabilmektedir (Kırık, 2013: 235). Böyle bir ortamda kişilerin arkadaşlık kavramına bakış açıları da etkilenmekte ve sosyal ağlarda tek bir tuşla arkadaşlıklarını bitirebilen insanlar aynı tavrı reel yaşantılarında da sergileyebilmektedirler.

Sanal dünyada oluşturulan kimliklerde bireylerin kim oldukları değil, ne yiyip ne içtikleri, nerelere gittikleri, neler tükettikleri ve orada oluşturdukları yaşam biçimleri önemli duruma gelmektedir. Bu da tüketici bireyler yaratmanın yanında bireyleri de tüketim malzemesi haline getirmektedir. Onlar artık tükettikleri ürün ve hizmetlerin tanıtıcısı konumuna gelmektedirler. Bu ortamda sahip olmak istedikleri sosyal medya ödülleri alabilmek adına kendilerini sürekli olarak tüketim objesi olarak yeniden biçimlendiren kişiler birer tüketim metasına dönüşmektedirler.

Sanal ortama bağımlı duruma gelip orada kendisine, kendisini istediği bir biçimde sunma gayreti içerisinde bulunan kullanıcılar, gerçek yaşamlarındaki gezme, arkadaşlarıyla vakit geçirme, hobiler edinme, yeni yerler keşfetme gibi gerçek yaşantılarındaki etkinliklerini bu mecrada sunma amacıyla gerçekleştirmektedir. Gittiği yerlerde amaç yeni yerler görmek, güzel vakit geçirmenin ötesinde bu mekanlardan fotoğraf, video, konum paylaşmak olmaktadır. Sosyal medyayı bu yönde kullanan kişiler için, bu etkinlikler sosyal ağlarda duyurulmadığı takdirde anlamını yitirmektedir (Bauman, Lyon, 2013: 38-40).

Bireylerin gündelik yaşamları üzerinde yukarıda da bahsedildiği gibi pek çok alanda önemli bir konuma sahip olan sosyal medya yalnızca kişiler için değil kurum ve kuruluşlar için de yaşamlarını sürdürebilmeleri açısından önemli olmaktadır. Kişiler gibi kurumlar da internet ve sosyal medya sayesinde tek bir şeye bağlı olmak yerine, pek çok şeyle aralarında bağımsız iletişim kurabilmektedirler. Bu açıdan internet ve sosyal medya, artık bireylerin günlük

yaşamlarındaki konumlarını ve statülerini belirleyerek onları şekillendirmektedir (Fiske, 2003: 70).

Ulusal veya uluslar arası kurumlar, kurumlarının gelecek ürün, reklam ya da yatırım politikalarını belirlemek için sosyal medyadan faydalanmaktadırlar. Sosyal medya sayesinde ziyaretçilerin kendi kurumlarıyla ilgili etkileşimlerini öğrenebildikleri gibi diğer kurum ve kuruluşlarla ilgili de sayısız içeriklere ulaşabilmektedirler. Hatta kurumlar yaşanan bu çağda, sayısal kişilik ile kişilerin ne yediği, eve ne zaman geldiği, televizyonda ne izlediği, hangi müziği dinlediği, internette hangi sitelere girdiği gibi bilgileri toplamaktadır. Bunu kurumu adına, bireye en iyi hizmeti sunarak en iyi kazancı sağlamak amacıyla yapmasının yanında özellikle de bedenin bir parçası haline gelen akıllı telefonlar ile bireyleri sürekli gözetlemekte, onlarla ilgili pek çok veri toplayıp kaydetmekte ve firmalara satmaktadırlar. Bu gözetleme sistemi artık yalnızca gözetleme ile sınırlı kalmamakta, bu sistemler ile kişiler, gruplar ve topluluklar sürekli gözetlenerek yönetilmekte, gündelik ve sıradan aktivitelerine dahi müdahale edilmektedir. Artık bu ortamda bireylerin yalnız kalabilme, farklı düşünebilme olanakları ve özgürlükleri yok edilmektedir. Bu teknolojilerin yaratıcılarının teknolojik dev başarı olarak insanlara sundukları şey aslında insanın yok oluşunun sinyallerini veren teknolojik bir fetişleştirmeye dönüşmektedir.

Sosyal medyanın, merkezisizlik, akışkanlık, süreklilik, çeşitlilik, tek bir otoriteye bağlı olmama, etkileşimlilik, sanallık, değişirlik, gerçek dışılık, belirsizlik gibi özellikleri küresel firmaların her şeyi birer gösteriye ve görsel şölene dönüştürerek bu sanal alemde varlıklarını esnek, akışkan ve geçirgen şekilde sürdürmelerini olanaklı kılmaktadır.

Sosyal medya ortamının sahip olduğu gözetlemeye elverişli ortam yalnızca kurumların bireyleri ya da diğer kurumları gözetlemesi şeklinde gelişmemektedir. Sosyal görünürlüğün artmasına paralel olarak, sosyal medya ortamlarında birbirini rahatlıkla bulabilen kullanıcılar, istedikleri herkesi gözetlemektedirler (Çakır, 2017: 19-34).

Kanadalı yazar Hal Niedzviecki (2010), iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte ortaya çıkan yeni medya araçlarının, günümüzde artık bir gözetim ve dikizleme toplumu yarattığını dile getirmektedir. “Dikizleme Kültürü Çağı” olarak adlandırdığı bu yeni çağı bir ağa benzeterek “Acaba biz bu ağın üzerindeki örümcek miyiz yoksa ağa yakalanmış bir sinek miyiz?” sorusunu okuyuculara yönelterek, kendi ve başkalarının başından geçen olaylardan örnekler vererek bu soruyu yanıtlamaya çalışmaktadır. Sosyal medya uygulamalarıyla birlikte insanların yaşamının temelini paylaşımın oluşturduğunu ifade eden yazar, bu paylaşımın basit bir paylaşımdan öte aşırılıklar içeren abartılı paylaşımlar olduğunu dile getirmektedir. Bu abartılı paylaşımlarla birlikte ortaya çıkmaya başlayan dikizleme kültürü, reel bir ortamda uygun bulunmayacak davranışların benimsenerek yapılmasını ve aşırıya kaçan paylaşımları içermektedir. Bu noktada kullanıcılar, paylaşım ağlarında gezinerek, yorum yapma, mesaj gönderme, bloglama, fotoğraf ya da video yüklemenin ötesine geçerek hem dikizleyen özne hem de bakışın nesnesi durumuna gelmektedir. Böylece kullanıcılar, kimi zaman özne durumunda bir eyleyene dönüşse bile aslında Niedzviecki’nin sorusundaki ağa yakalanmış sinek olmaktan kurtulamamakta, dikizlemenin ağına kendisini gönüllü bir biçimde bırakmış teşhirci bir sinek olmaktan öteye geçememektedir. Bu yeni çağın önemli bir özelliği olan dikizleme kültürü yalnızca dijital yerlilerin yaptığı bir eylem değil X, Y, Z kuşaklarıyla birlikte kapsamlı bir şekilde yapılan ve farklı sosyo-ekonomik grupların da içinde yer aldıkları bir durumdur. Dikizlemeyi bir bağımlılık ve arzu haline getiren kullanıcılar, dikizlemenin yanında aynı zamanda teşhir de vaat ederek tüm benlikleriyle bilme ve bilinme fetişizmine kapılmaktadırlar. Sosyal medya aracılığıyla insanlar yaşamlarının tüm ayrıntısını büyük bir istekle kamusal alana sunmakta ve özel alanlarını şeffaflaştırarak mahremiyetlerini ortadan kaldırmaktadırlar.

Sanal dünyada kendisine milyonlarca takipçi ve arkadaş bulabilen kullanıcılar, bu sayede yalnızlıklarını sanal dünya ile örtmeye çalışmakta ve aynı zamanda insanların yüzlerine karşı söyleyemeyecekleri düşüncelerini bu ortamlarda sahte hesaplarla veya takma adlarla dile getirebilme imkanına kavuşmaktadırlar. Niedzviecki, dikizleme kültürünün Facebook, Youtube,

Instagram, MySpace, Flickr, Google Plus benzeri sosyal paylaşım ağıları aracılığıyla “reality show”a dönüştüğünü söylemektedir. Yaşanılan bu dönemde sosyal paylaşım ağıları artık insanların boş zaman eğlenceleri olmanın ötesine geçerek, kendilerini gerçekleştirdikleri, dünyayla aralarındaki bağı kurmak için oluşturdukları bir iletişim şekline dönüşmektedir. İnsanlar artık “an”ı yaşamamanın değil, “an”ı paylaşmanın peşine düşmektedirler. Kahvaltısından, yatağına ve çoraplarına kadar her şeyini sosyal paylaşım ağlarında yayınlamaya gizliliğini, özelini ve mahremiyetini ortadan kaldırmaktadır. Bireyler, oluşturdukları sanal kimliklerle kendilerini sınırlayan şeylerden bu kimlikler aracılığıyla uzaklaşmak isterken, bu kimlikler artık gerçek kimliklerinin ötesine geçmektedir. Sosyal medyada yalnızca ünlüler takip edilmemekte, sıradan insanlar yine sıradan insanları takip etmektedirler. Bu ortamda alınan “like”lar da kullanıcıların reytingleri olmaktadır (www.elle.com.tr).

Dikizleme kültürü ile bireylerin kendileriyle ilgili paylaştıkları veriler sosyal medya ve internet aracılığıyla firmalar tarafından yeni pazarlama stratejileri için kullanılmaktadır. Firmalar tarafından bu verilerin nasıl kullanıldığı kullanıcıların umurunda dahi olmazken gönüllü olarak verilen bu kişisel bilgiler diğer firmalara, araştırma şirketlerine ve devlete dahi satılmaktadır. Bu şekilde, hiç duyulmadık pek çok kurum kullanıcıların verileri üzeri üzerinden paralar kazanmaktadır. Böyle bir ortam için Niedzwiecki, “Artık özel hayat diye bir şey yok, bu duruma alışsanız iyi edersiniz. Bu dünyada tam bir mahremiyete ulaşmanız çölde yaşamadığınız sürece imkansızdır” demektedir (Niedzwiecki, 2010: 257-277).

Sosyal medya kullanımını artıran akıllı telefonlar, adeta “dokunmatik toplum” yaratmaktadır. Kullanıcıların tek dokunuşla gündelik yaşamlarındaki neredeyse tüm işlerini halledebilmelerinin sağladığı kolaylık gündelik yaşamdaki olay ve olguların sosyal ağlara hızlı bir biçimde aktarılmasını sağlamaktadır. Akıllı telefonlar aracılığıyla gündelik yaşamın, her an ve çok hızlı bir şekilde sosyal ağlara aktarılabilmesi mahremiyet açısından da pek çok probleme yol açmaktadır. Sosyal medya hesaplarına üye olurken kabul edilen lisans sözleşmeleriyle kullanıcıların buralarda paylaştıkları kişisel verileri üçüncü

kişilere, ticari kurumlara sunulmaktadır. Bu şekilde kullanıcılar, paylaşımlarının kontrol ve gizliliklerini başka kişilere devretmiş olmaktadırlar (Kütükoğlu, 2019: 281).

Sosyal medya üzerinde günün her anında enformasyon bombardımanına maruz kalan bireylerin sahip oldukları gerçeklik algısı sürekli olarak bozulup yeniden üretilmektedir. Bunun sonucu olarak gerçeklik algılarını yitirmeye başlayan kullanıcılar ve kullanıcıların oluşturduğu toplum, mevcut sistemler ve yönetimler ile küresel sermaye tarafından daha kolay güdülebilir nesneler haline getirilmektedir. Artık bireyler, olayları doğru algılayamadıkları gibi oluş sırasını da hatırlayamamaktadırlar. Akıllı cep telefonlarıyla beraber bağımlılık oranı artan internetin ve sosyal medyanın bireyler üzerinde yarattığı bu durum toplumun daha geniş kesimlerini etkisi altına almaya başlamaktadır (Baudrillard, 2016: 52).

İletişim araçlarının geldiği noktaya bakıldığında kişileri teknoloji aracılı iletişime teşvik ettiği ve bunun da yüz yüze iletişimi giderek azalttığı görülmektedir. Etkileşim özelliğine sahip olan bu araçlar, bünyesinde barındırdığı ve kullanıcıların ilgisini çeken özellikleriyle birlikte yüz yüze iletişimden daha cazip ve eğlenceli bulunmakta, böylece kullanıcıların sanal ortamda daha fazla zaman geçirmelerini teşvik etmektedir. Sosyal medya aracılığıyla zaman ve mekandan tasarruf sağlayarak daha hızlı iletişim kurma imkanına kavuşan bireyler, aslında bireysel özgürlüklerini giderek kısıtlamakta ve özel alanlarını yok etmektedirler. Bu araçlara giderek daha fazla bağımlı hale gelen insanlar, gerçek ve günlük hayatlarını büyük oranda bu araçlara göre şekillendirmeye başlamaktadırlar (Kaya, 2017: 156).

Hem geleneksel medyanın hem de yeni medyanın etkilerine maruz kalan çocuklar da medyadan etkilenmekte ve medyanın değişime uğrattığı bireyler olmaktadır. Bunun nedeni, her ne kadar pedagojik açıdan kimi endişeleri bulunsa da, çocukların kitle iletişim araçlarını yoğun bir şekilde kullanmalarıdır. Çocuklar, hızlı, bireyselleşmiş, yarışmacı bir toplumsal düzen içerisinde yaşamını sürdürmek durumunda kalırken aynı zamanda duygusal ve sanatsal yanı güçlü deneyim alanlarına da ulaşmak istemektedirler. Buna ulaşmanın en kısa yolu olarak gördükleri sosyal medya aracılığıyla kamusal yaşama katılma olanağına

sahip olmaktadırlar. Sosyal medya aracılığıyla geleneksel kalıpları aşan çocukların, birbirleriyle daha iyi iletişim kurduklarını, bu sayede sosyalleştiklerini öne süren araştırmacılar da bulunmaktadır. Ancak önceki sayfalarda da belirtildiği gibi buradaki sosyalleşme gerçek bir sosyalleşmeden çok sanal bir sosyalleşmeyi ifade etmektedir. Çünkü bu çağın çocukları artık mobil cihazlarla yaşamaya başlamakta ve bu cihazlarla sosyalleşmeye çalışmaktadırlar. Bu şekilde sosyalleşebilmeleri de bu teknolojileri kullanma becerilerine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Çocukların bu becerileri edinmeye başlamaları onlarda yeni ihtiyaçlar doğmasına neden olmakta, teknolojik temelli olarak doğan internet, akıllı telefon, tablet gibi bu yeni ihtiyaçlar onların iletişimlerinin merkezi durumuna gelmeye başlamaktadır. Bu şekilde çocuklar, artık anne babalarıyla ya da arkadaş çevreleriyle parka gitmek, gezmek yerine ekranları başında çiftlik, köy, kasaba veya ordular kurarak bu yeni dünyalarından keyif almaya başlamaktadırlar. Çevrimiçi oyunlar ile sanal dünyada uzun zaman geçiren çocukların sosyal ilişkileri, sosyal onay ve tatminleri olumsuz yönde etkilenmektedir. Bu ortamlarda oynadıkları oyunlar nedeniyle çocuklar tavır ve davranışlarında abartıya kaçıp yalan söyleyebilmektedirler. Başka kişilere kolayca ulaşmak, ilişkilere ve performanslarına dayalı özgüvenlerine olumsuz yönde etki edebilmektedir (Kütükoğlu, 2019: 282-284).

Dijital ağlar ile birlikte yapılabilen aktivite sayısı arttıkça bireylerin özellikle de serbest zamanlarında internet kullanım süreleri artmakta ve bu da onların uyuma ve çalışma zamanlarından çalmaktadır (Wallsten, 2013: 26). Bunun sonucu olarak kişiler gerçek yaşamlarında daha az aktivitelere katılmakata, daha az kitap, gazete, dergi okumakta, arkadaşlarıyla ve aileleriyle daha az vakit geçirmektedirler (Gentile, Walsh, 2002: 163).

Son dönem yapılan, internet ve sosyal medya kullanım araştırmalarına bakıldığında, kişilerin sosyal medyada görüştükleri insan sayısının yüz yüze görüştükleri insan sayısından daha fazla olduğu görülmektedir.

Bu yeni teknolojinin yarattığı sanal dünya içinde bireylerin yaşam alanları, evleri, iş yerleri de giderek sanallaşmakta ve bireyler aslında yaşamadıkları alanlarda yaşadıkları sanısına kapılarak sanallaşmaktadırlar. Ekranları başında

oturdukları yerden kalkmadan komutlar aracılığıyla sanal sokaklarda dolaşabilen, oyunlar oynayabilen, alışverişleri dahi buralarda sanal olarak yapabilen insanlar, sosyal ağlarla birlikte internet kullanım alışkanlıklarını bağımlılık derecesinde artırmaktadırlar. Yaşamın günlük sıkıntılarından kaçmak ve eğlenceli zaman geçirmek isteyen insanlar sosyal medya üzerinden de 24 saat aralıksız oynanabilen oyunlar aracılığıyla zamanlarının önemli bir bölümünü ekrana bağımlı halde geçirmektedirler. Yaşanan gelişmeleri takip edebilmek, diğer oyuncularından geri kalmamak hevesiyle ekran başından 15 saatten fazla zaman geçiren kişiler için bu süre normal hale gelmekte ancak yaşanan bu durum onları ailelerini, arkadaşlarını, işlerini, derslerini, günlük gereksinimlerini ihmal edip yalnızlaşan bireyler konumuna getirmektedir. Teknoloji, insanlığın bir uzantısı olarak ortaya çıkmış olmasına rağmen, bu gün gelinen noktada insanlık teknolojinin uzantısı durumuna gelmektedir. Bu da teknolojiyi araç olmaktan çıkarıp amaç haline getiren bireyleri kendilerine, birbirlerine ve topluma karşı yabancılaştırarak yalnızlaştırmaktadır. Aracılı iletişim seçeneklerinin artarak bireyler için cazip hale gelmesi insan merkezli iletişim biçimlerini olumsuz yönde etkileyerek yalnız bireyler yetişmesine neden olmaktadır. (Albayrak, 2019: 933-934).

Bireysel odalarında tek başlarına bilgisayar, tablet ya da akıllı telefonları aracılığıyla internette zaman geçirirken diğer sosyal aktivitelerden ve arkadaşlarıyla yüz yüze kurdukları iletişimden uzak kalmaktadırlar. Bu da internetin spor yapma, arkadaşlarla görüşme, gezme ya da daha farklı pek çok sosyal aktivitenin yerini almasına neden olmaktadır.

Geleneksel dönemde yaşayan nesil ile bilgi toplumu olarak adlandırılan teknolojik dönemde yaşayan nesil karşılaştırıldığında aralarında önemli farklılıklar bulunduğu gözlenmektedir. Her şeyden önce, geçmiş çağlarda çocukların oyun oynama biçimlerini ve oyuncaklarını teknolojik cihazlar oluşturmamaktaydı. Gündelik yaşam içindeki boş zamanlarını sokaklarda arkadaşlarıyla birlikte oyun oynayarak geçirmekteydiler. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, ilk dönemde atarilerin icadıyla çocuklar, zamanlarını atari salonlarında ya da evlere alınan atari oyunlarıyla geçirmeye başlamışlardır. Bugün

gelenen son noktada durum çok farklı bir aşamadır. Akıllı telefon ve tabletlerin icadıyla internet ve sosyal medyanın her an ulaşılabilir bir konuma gelmesi bireylerin ve ailelerin iletişimi, sosyalleşmesi ve kısacası yaşamının tüm alanları üzerinde etkili olmaktadır. Bireyler artık her an yanlarında taşıdıkları bu cihazlarla bütünleşmiş bir biçimde hiç kopmadan sanal dünyada yaşamaya başlamaktadırlar (Güleç, 2018: 116).

Sanal dünya, kişiler arası iletişim ve bireylerin sosyalleşmesi üzerinde etkili olduğu gibi onların örgütlenme biçimleri üzerinde de etkili olmaktadır. Sosyal ağlar üzerinde sanal topluluklar oluşturan bireyler artık park, kafe, misafirlik, dernek gibi organik ilişkilerin kurulduğu alanlardan uzaklaşmaktadırlar. Yolda, işte, evde, yatakta kısacası nerede olursa olsun kolay bir şekilde dahil olabilecekleri sanal cemaatlere yönelen bireylerin gerçek yaşamlarındaki iletişimleri zarar görmeye, zayıflamaya başlamaktadır. Yüz yüze iletişimde kullanılan etkileşim biçimlerinin yerini işaretler, semboller, dijital ortamda gönderilen görüntü ve sesler almaktadır. Sanal ortamda örgütlenen bireyler gerçek yaşamdaki ilişkilerden zaman içinde koparak bu ortamlara yabancılaşmaya başlamaktadır. Zamanlarının çoğunu giderek artan bir şekilde elektronik iletişim ortamlarında geçiren bireyler, bilgisayarlarının, tabletlerinin, akıllı telefonlarının başında uzun zaman oturmaları sonucu, yüz yüze iletişimde geçirilen vaktin fazlasını bu cihazlarla geçirmektedirler. Bu ortamlardaki sanal topluluklarla gerçekleştirilen iletişimin artması, zaman içinde gerçek ilişkilerin ve özellikle de aile ve komşuluk ilişkilerinin zayıflamasına neden olmakta ve daha az konuşan bireyler yaratmaktadır.

Bu durumla ilgili olarak Baudrillard, teknoloji temelli iletişim araçlarının cemaat bilinci oluşturma tersine insanları toplumsal yaşamdan kopardığını, daha da yalnızlaştırdığını ve bunun da bireyselliği iyice güçlendirdiğini vurgulamaktadır.

İnsanların teknolojik cihazlarıyla birlikte oturdukları yerden sosyal ilişkilerini sürdürmeleri “sofalisng” denilen yeni bir kavramı ortaya çıkarmaktadır. Bu kavram sofa (kanepe) ve socialising (sosyalleşme) kavramlarının bir araya gelmesiyle oluşturulmuş bir kavram olup bireylerin diğer

insanlarla bir araya gelerek yüz yüze iletişim kurmaktansa kanepede oturarak sanal alemde ve özellikle de sosyal ağlarda vakit geçirmelerini ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır (Aktaş, Çaycı, 2013: 5-7).

Sosyal medya üzerinden yapılan reklamların geleneksel medyanın aksine düşük ücretlerle gerçekleşmesi ve buralarda yapılan reklamların çoğunlukla başarıya ulaşması yukarıda da bahsedildiği gibi firmaların da sosyal medyayla yakından ilgilenmelerini sağlamaktadır. Sosyal medya üzerinden daha geniş kesime ve istedikleri hedef kitleye doğrudan ulaşabilme şansına kavuşan bu firmalar bir ürün ya da hizmete ya da bir markaya yönelik çok kısa bir süre içinde farkındalık oluşturabilmektedir. Bunun için kullanılan ünlüler, sosyal medya fenomenleri o ürünle, markayla özdeşleştirilmekte, o ürüne ya da markaya sahip olmayı “prestij” haline getirebilmektedir. Bu da tüketim kültürünü desteklemektedir.

Sosyal ağlar etkileşim imkanı ve kişilerin fikirlerini özgürce paylaştıkları, bilgiye özgürce ulaştıkları bir platform olarak değerlendirilmekle birlikte aslında egemen sınıfın çıkarlarına hizmet etmekte ve bireyleri zannettikleri gibi aktif bir iletişim ortamında olmaktan çok sınırlı ve kitle kültürünün dayatıldığı bir iletişim ortamına sürüklemektedirler.

İnternet ortamı arkadaşlık ilişkilerini olduğu kadar evlilikleri de etkilemektedir. Bu ağlar üzerinde farklı kişilerle tanışıp iletişim kuran kişiler, bu kişilere karşı ilgi duymaya başlayabilmekte ve evlilikler zarar görebilmektedir. Günümüzde yapılan araştırmalara bakıldığında boşanma nedenleri arasında bu ve benzeri etmenler yer almaktadır (Kırık, 2013: 273).

İKİNCİ BÖLÜM

AİLE İÇİ İLETİŞİMİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE MEDYA KULLANIMI

2.1. Aile Kavramı ve Özellikleri

Aile kavramı köken olarak Latince evcil köle anlamındaki “famulus” kelimesinden gelmektedir. “Familia”, tek efendiye bağlı köle anlamına gelirken aynı zamanda kandaş, kayınlar topluluğu anlamlarına da gelmektedir (Hançerlioğlu, 1976: 34).

Romalılar döneminde aile, aynı çatı altında yaşayan, tek bir otoriteye bağlı insan topluluğu olarak kabul edilmektedir. Aile kavramı otorite kavramıyla aynı anlamda kullanılmakta ve buradaki otoriteden kastedilen kişi baba olmaktadır.

Eski Türklerde aile kavramı, boy, soy gibi geniş insan topluluklarını kapsamaktadır (Gökalp, 1976: 280).

Aile tanımı yapılırken bu kavramın zaman ve mekan içinde dinamik yapıda olduğu ve değişime açık bir toplumsal kurum olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Sadece farklı toplumsal yapılar içerisinde değil aynı toplumsal yapı içerisinde dahi özellikle de kırsal kentsel ayrımı doğrultusunda aile yapılarında ve özelliklerinde derin ayrımlar görülmektedir (Aslan, 2002: 26).

Aile, akrabalık ilişkileriyle birbirine bağlanan, yetişkin üyelerin çocuklarına bakma sorumluluğunu üstlendiği insan topluluğudur. Akrabalık bağı kan ya da evlilik yoluyla kurulan bağıdır. Evlilik ise ilk yetişkin bireyin toplumsal açıdan kabul edilen cinsel bir bağlanma olarak açıklanmaktadır. Yetişkin bireyler birbirleriyle evlendiklerinde birbirlerinin akrabası olmaktadır (Giddens, 2012: 247).

Türk Dil Kurumu’na göre aile, “Evlilik ve kan bağına dayalı, karı, koca, çocuklar ve kardeşler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu toplum içindeki en küçük birlik” tir (www.tdk.gov.tr).

Birincil ilişkilerin yoğun olarak yaşandığı yer olan aile, biyolojik ilişkiler ile türün devamını sağlayan, toplumsallaşmanın ilk aşamasını oluşturan, belli

kurallara dayalı karşılıklı iletişimle ilişkilerin yürütüldüğü biyolojik, psikolojik, toplumsal, ekonomik yönleri de var olan en küçük toplumsal birimdir (Sayın, 1990: 2).

Aile kavramından bahsedildiğinde, tanımların büyük bir bölümünde ev ve evlilik kavramlarının geçtiği görülmektedir.

Ev, tanımlarda bahsedildiği anlamıyla, ailenin yaşamını sürdürdüğü mekan olarak kabul edilmektedir ve evlilikle ailenin simgesi durumundadır. Ev ile evlilik arasında bağlantı bulunduğu gibi evlilikle aile arasında da benzer bir bağlantı yer almaktadır. Evlenen kişiler evliliklerini aynı evde oturarak görselleştirmektedirler. Bu tanımlardan anlaşılabileceği gibi ailenin kuruluşu bir çok toplulukta evlenme ile başlar boşanma ile sona erer (Canatan, Yıldırım, 2018: 56-57).

Aileyle ilgili çok çeşitli tanımlar yapılmakla birlikte çoğu tanımın, toplumların kendi aile yapılarına göre yapıldığı görülmektedir. Bunun nedeni aile türlerinin çeşitli olması ve aile kurumunun her toplulukta kendi kurallarına göre yapıyor olmasıdır.

Sosyolog T. F. Cohen, aileyi, “Doğum evlilik ya da evlat edinme yoluyla bir ilişkisi olan ve bir hanede bir arada yaşayan iki ya da daha fazla kişinin oluşturduğu bir yapıdır.” şeklinde açıklayarak daha genel bir tanım yapmaktadır (Cohen, 2005: 6).

Genel bir aile tanımı yapmayı zorlaştıran bir diğer etken ise aile yapısının tarihsel süreçte geçirdiği değişimlerdir.

Yukarıdaki tanımlarda da değinildiği gibi aileyi diğer toplumsal gruplardan ayıran en temel özelliği bireylerinin aynı evde yaşıyor olmalarıdır. Bu nedenle aile üyelerine ev halkı da denilmektedir. Aile içerisindeki bireyler genel olarak birbirlerine evlenme, kan bağı gibi yollarla bağlanmaktadır ve birbirleriyle yoğun etkileşim içinde bulunan karı-koca, anne-baba, ağabey-abla-kardeş gibi toplumsal roller üstlenmektedirler (Güler, Ulutak, 1992: 53).

Bireyin bir kişilik kazanarak yaşadığı toplumun kurallarını öğrendiği, onunla bütünleştiği bir süreç olarak kabul edilen toplumsallaşma iki aşamada gerçekleşmektedir. Birinci aşama bebeklik ve çocukluğun ilk yıllarında oluşan

kültürel öğrenmenin yoğun olduğu dönemi kapsamaktadır. Bu dönemde toplumsallaşmanın öğrenildiği ve kişiliğin oluşturulduğu en önemli kurum ailedir. İkinci dönem olgunluk dönemidir ve bu dönemde ailenin rolü ilk döneme oranla ciddi biçimde azalmakta ve arkadaş grupları, okullar, medya bu rolü üstlenmektedir (Giddens, 2012: 205). Bu noktadan bakıldığında ailenin, arkadaş gruplarının ve medyanın kişiliğin oturması ve iletişim biçimlerinin öğrenilmesi noktasındaki önemi daha net görülmektedir.

Tarihsel süreç içerisinde ailenin işlevlerinde çeşitli değişimler yaşandığı ve hala yaşanmakta olduğu gözlenmektedir. Yaşanan bu değişimlerle ailenin işlevleri bazı dönemlerde fazlayken özellikle de modernleşme süreciyle birlikte bu işlevlerin azalarak bazı işlevleri başka kurumlara bıraktığı görülmektedir. Bu azalma post modern dönemde de devam ederek teknolojiadaki gelişmelerle birlikte iletişim sürecinde yaşanan değişimler ailenin bazı işlevlerinin farklı kurumlara kaymasına neden olmaktadır. Bu durum ailenin işlevleriyle ilgili genel bir sıralama yapmayı zorlaştırmaktadır.

Endüstrileşme ve kentleşme olguları pek çok toplumsal kurumu olduğu gibi aile kurumunu da etkilemekte, dönüştürmekte ve değiştirmektedir. Endüstrileşmeyle birlikte ortaya çıkan sosyal değişim ile birlikte yaşanan kültürel değişimler çoğu kurum üzerinde olduğu gibi aile kurumu üzerinde de değişimlere neden olmaktadır. Aile kurumunda yaşanan değişimlerin temeline bakıldığında çalışma anlayışı ve şekillerindeki değişimin ön plana çıktığı görülmektedir. Bireysel ilişkilerde toplumsal ilişkilere kadar her alanda kendini gösteren bu değişim aile kurumu ile başlamaktadır (Parrilo, 2002: 304).

Geleneksel toplumların genelinde bireyin içinde doğup büyüdüğü aile onun hayatının geri kalanında sahip olacağı toplumsal konumu belirlemektedir. Modern toplumlarda ise toplumsal konum bu şekilde devralınmamaktadır. Bireyin doğduğu, büyüdüğü çevre toplumsal kimliğini yine önemli ölçüde etkilemekle birlikte bunların dışında kalan toplumsal oluşumlar da kişiliğin oluşumu ve toplumsallaşma üzerinde etkili olmaktadır. Arkadaş ilişkileri çocukluk ve ergenlik dönemlerinde daha yoğun olmakla birlikte daha sonraki dönemlerde de kişiliğin oluşumu ve toplumsallaşma üzerinde etkilidir (Giddens, 2012: 205). Kitle iletişim

araçlarının yaygınlaşması, elektronik iletişim araçlarının icadı ve özellikle de internet ve yeni medya teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte medyanın birey üzerindeki etkisi artmakta ve medyanın etki ettiği yaş grubu giderek düşmektedir. Günümüz iletişim teknolojileri arasında yer alan akıllı telefonlar, tabletler aracılığıyla bireyler bebeklik döneminden, ailenin daha etkin olduğu birinci toplumsallaşma evresinden itibaren kuşatılmaktadırlar.

Ailenin ve aile türlerinin sınıflandırılmasıyla ilgili olarak pek çok yaklaşım mevcuttur. Bu yaklaşımlardan biri de aileyi tarihsel süreç içerisinde geçirdiği değişimlere göre inceleyen yaklaşımdır.

Aile değişime açık bir sosyo-kültürel yapıya sahip olduğundan sürekli değişim ve gelişim göstermekte, pek çok yaşam döngüsü aşamalardan geçmekte ve bu nedenle yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Aile, üyelerinin psikolojik ve sosyal gelişimlerini gerçekleştirebilmek ve ailenin sürekliliğini sağlayabilmek için mevcut değişimlere ayak uydurmak durumundadır. Aile bütünlüğünü koruyamadığında, toplumu oluşturan en küçük yapı olduğundan toplum düzeni de zarar görmektedir. Bu açıdan aile toplum için de, sahip olduğu yapı gereği ekonomi için de etkileyciliği bakımından önemli bir yapı durumundadır (Silverstone vd., 1989:11).

Aileyi tarihsel süreç içerisinde geçirdiği değişimlere göre incelerken dikkat edilmesi gereken noktalar bulunmaktadır. Öncelikle tarihsel süreç içerisinde meydana gelen değişimler tüm toplumlarda aynı biçimde görülmemektedir. Ya da modern döneme ait olarak gösterilen çekirdek aile tipi modern dönemden önce de görülürken, modern öncesi döneme ait olarak kabul edilen geleneksel ve geniş aile tiplerine de modern dönemlerde pek çok toplumda hala rastlanmaktadır. Mesela, kadının iş hayatında yer almadan zamanını sadece evde geçirdiği dönem olarak modern öncesi dönem ve geleneksel aile tipi gösterilmekteydi ancak bu yaklaşımın doğru olmadığı bugün kabul edilmiştir (Giddens, 2012:140). Ancak şu da bir gerçektir ki modern dönemle birlikte aile kurumu önemli değişikliğe uğramaktadır ve yeni aile türleri ortaya çıkmaktadır. Bu bölümde ailenin tarihsel süreç içerisinde geçirdiği değişimler incelenirken dönemlere ait genel tablo göz önüne alınmaktadır.

Tarihsel süreç içerisinde ailenin geçirdiği değişime paralel olarak çocuğa yüklenen anlam ve verilen değer de değişiklik göstermektedir. Antik dönemde çocuklar, iyi vatandaş olma, devletler arası ilişkilerde güvence olarak görülme, akrabalık ilişkilerinin yürütülmesinde birer unsur olma gibi amaçlara hizmet eden bir düşünce sisteminin parçası olarak görülmektedir. Orta Çağ, çocukluk kavramının yer almadığı, çocukların yetişkinlerden ayrı düşünülmediği bir dönemdir. Özellikle de Hristiyanlıktaki günahkar doğma inancının da getirdiği bir durum olarak çocuk bu dönemde değerli bir varlık olarak görülmemektedir. Çocuğun değer kazanması ve yetişkin dünyasından soyutlanarak korunması gereken bir varlık olarak görülmesi Modern Çağ ile birlikte mümkün hale gelmektedir (Öztürk, 2017: 255-257).

Sosyolog David Riesman, tarihsel süreç içerisinde yaşanan devrimlerin aile yapısı üzerinde önemli etkileri olduğunu dile getirerek Rönesans, Reform, Karşı Reform, Sanayi Devrimi ve 17., 18. Ve 19. Yüzyıllarda meydana gelen siyasi devrimlerin aile üzerinde öncelikli rol oynadığını vurgulamaktadır (Riesman, 2016:26).

2.2. Modernleşme Öncesi Dönemde Aile ve Medya

2.2.1. Modernleşme Öncesi Dönem

Dünyada varoluşlarından itibaren ilk dönemlerde insanlar avcı ve toplayıcı toplumlarda yaşamaktaydılar. Bu toplumda yaşamlarını sürdürebilmek adına bireyler avcılık, balıkçılık ve doğada hazır olarak buldukları bitkileri tüketmekteydiler. Bu toplumlar, daha sonra ortaya çıkan toplum biçimleriyle karşılaştırıldıklarında eşitliğin en fazla olduğu toplum biçimidir. Çünkü, bu toplumlarda amaç gereksinimleri karşılamak olduğundan maddi servet biriktirmekle pek fazla uğraşılmamaktadır. Bunun sonucu olarak zengin fakir ayrımı da bulunmamaktadır. Bu toplumlarda erkekler avcı iken kadınlar doğada buldukları yabani bitkileri toplayarak yemek yapar ve çocuklarını yetiştirmektedirler. Bu ilk toplulukları incelemek şuan ki yaşamların, kurumların ve uğraşların doğal olmaktan ne kadar da uzak olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Avcı toplayıcı topluluklar yaşamlarını sürdürebilmek adına hayvan yetiştirmeye ve toprak ekmeye başladıklarında tarım toplumları ortaya çıkmaya başlamaktadır. Bu toplulukların yaşamları avcı ve toplayıcılarla karşılaştırıldığında daha karmaşık bir yapıya sahip oldukları görülmektedir.

Tarım toplumunun hakim olduğu geleneksel devletlerin büyük çoğunluğu imparatorluk biçimindedir ve başka insanları ve toprakları yönetimleri altına alarak büyümektedirler (Giddens, 2012:70-73).

Bu çağda, gerekli malların büyük çoğunluğu toprakta üretildiği için toprak önemliydi ve zenginliğin ölçütü ona sahip olmakta yatmaktaydı. Dolayısıyla da insanların servetinin ölçüsünü sahip olduğu toprak miktarı belirlemekteydi (Huberman, 2017: 20).

Günümüz toplumlarına bakıldığında zengin insanlar paralarını altın ya da gümüş dolu kutularda saklamak yerine parayı işletmek istemektedirler. Bu amaçla onu en iyi kar getirecek işte değerlendirirler. Ancak modern öncesi çağ olarak adlandırılan Ortaçağın özellikle de başlarında eline para geçen insanların bu şekilde bir imkanları bulunmamaktadır. Para hem çok az insanda bulunmakta hem de onu harcayacakları yer yoktu. Çünkü bu dönemde neredeyse hiçbir şey satın alınmamaktadır. İnsanlar kendi yiyeceklerini kendileri yetiştirdikleri gibi kullanacakları eşyaları da kendiler üretmektedirler. Bunun yanında malların değiş tokuşu da mümkündür (Huberman, 2017: 26-27).

Modern öncesi dönemin kent yapısına bakıldığında modern ve modernleşme sonrası dönemden oldukça farklı yapıda olduğu görülmektedir. Bu dönemin kentleri el yapımı maddelerin üretildiği birer merkez olmanın yanında varlıklarını dışarıdan alınan gıda malları ve hammaddelerle sürdürdüklerinden dışa bağımlı pazar merkezleri biçimindedirler. Bazı kentler siyasal, dinsel ve eğitsel yapılarına göre farklı konularda uzmanlaşmaktadırlar.

Sanayi öncesi toplumların nüfus artış oranları, tarımda makineleşmenin olmaması, ulaşımdaki yetersizlikler ve hayvan gücüne dayalı ulaşım, elverişsiz gıda saklama yöntemleri, seri üretimin bulunmayışı gibi nedenlerden ötürü düşük olmaktadır. Sokaklara bakıldığında yalnızca insanların yürüyebileceği ve

hayvanlar için yapılmış yollar bulunmaktadır. Binalar çok katlı olmamasına rağmen kalabalık yapılardır. Bazı kentler yüksek duvarlarla birbirinden ayrılmış yapıdadır ve geceleri bu kentlerin kapıları kilitlenmektedir. Etnik ayrımlara göre oluşturulan kentlerde keskin sınıfsal ayrımlar ve toplumsal ayrışmalar bulunmaktadır. Alt sınıf topluluklar kentlerin merkezlerinden uzak bölgelerinde yaşamaktadırlar.

Orta Çağ Avrupa'sına bakıldığında kentlerdeki evlerin atölye biçiminde kullanıldıkları görülmektedir. Yine bu dönemde dinsel yapılar da eğitim ya da alışveriş merkezleri olarak değerlendirilmektedir.

Sanayi öncesi kentlerinde malların üretimi hizmetlerin sunumunda elektrik ve buhar üretimi bulunmadığından canlı (İnsan ve hayvan) enerji kaynağıyla sürdürülmektedir. Yapılan işlerde farklılaşma ve uzmanlaşma modern toplumlardaki anlamıyla bulunmamaktadır. İşler zanaatkarlık biçiminde ve evlerde ya da evin yakınındaki dükkanlarda yapılmaktadır. Zanaatkar, üretimin her aşamasından kendisi sorumlu olarak üretimin her aşamasında kendisi yer almaktadır. Genellikle yapılan işler sakın bir şekilde yürütülür ve tek amaç para kazanma amacı olarak görülmemektedir. (Sjoberg, 2002: 37-40).

Modern öncesi dönemlerde bireylerin benlik algısına bakıldığında bütüncül ve kutsal bir benlik algısı olduğu görülmektedir. Bu çağlarda benliğin bütünlüğünü korumak çoğu din ve öğretilerde yer almaktadır (Foucault, 2001: 64,73). Bu dönemlerde birey tarihsel koşullar içerisinde yer alan bir varlık olarak görülmektedir. 18. Yüzyıl Aydınlanma Dönemi'yle birlikte bu durum değişmeye başlamakta insan benliği parçalanarak birey artık biyolojik, kültürel ve ekonomik etkenlerin ürünü haline gelmektedir. Artık bu dönemle birlikte evrensel bir insan doğası düşüncesi giderek yok olmaktadır (Sennett, 2011: 17). Evrensel insan doğasının yıkılmaya başlamasıyla ve rasyonelliğin ön plana çıkmasıyla benlikte parçalanmalar ve boşluklar oluşmaktadır. Doğayı benliğinden ayıran rasyonel akla sahip birey doğayla uyum içinde yaşamayı terk ederek doğayı egemenliği altına alma uğraşısına girmektedir (Horkheimer, 2010: 128-130).

2.2.2. Dönemin Aile Yapısı

Modern öncesi toplumlarda evliliğin temeline bakıldığında cinsel çekicilik ya da romantik aşk bulunmamaktadır. Bu topluluklarda ailenin oluşumunda ekonomik amaçlar önceliklidir. Evliliklerin aşk ile kurulması ve romantik aşk 18. Yüzyıl ve sonrasına ait kavramlardır (Giddens, 2012: 282).

Modernleşme öncesi döneme bakıldığında ailelerin genellikle anne, baba ve çocuklara ek olarak yakın akrabaların da dahil olduğu kalabalık, geniş aileler şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Günümüzde kırsal kesimlerde hala sürdürülmekte olan geniş aile yapısı modern çağdan önceki toplumların temel aile yapısını oluşturmaktadır. Geleneksel aile olarak da tanımlanan bu aile yapısı, üyelerinin ihtiyaçlarının ev içerisinde giderildiği içe dönük bir yapıya sahiptir (Canatan, Yıldırım, 2018: 71).

Geniş ailede genellikle ya ikiden fazla kuşak bir arada yaşamaktadır ya da aynı kuşak içinde yer alan birden fazla evli çift aynı evi paylaşmaktadır (Sennett, 2019: 228).

Geniş aile, aile kavramının ortaya çıktığı ilk günlerden günümüze kadar değerlendirildiğinde modern toplumlarda tek eşliliğin ilk örneği olduğu görülmektedir. Çoğunlukla geleneksel topluluklarda ve kırsal yerleşimlerde görülen geniş aileler akrabalık bağlarının kuvvetli olduğu ve üye sayısının fazla olduğu aile türüdür. Üye sayısı fazla olan bu aile türünün üyeleri çok sayıda farklı kuşağa sahiptir. Çoğunlukla ataerkil ve hiyerarşik olan geniş ailelerde mülk ortaktır ve akrabalık bağları güçlüdür (Çimen, 2008: 29).

Bu dönemde yaygın olarak görülen geleneksel aile tipinde aile üzerinde dönemin tarımsal üretim biçimi, inançları, tarihsel koşulları etkili olmaktadır. Bu aile tipi, genellikle geniş, ekonomi, eğitim, meslek kazandırma gibi çok işlevli, işbirlikçi, akrabalık bağları kuvvetli, mahrem, güçlü ilişkilere sahip ve ortaklaşa bir yaşam sürmektedir (Canatan, Yıldırım, 2018: 71).

Geleneksel aile modelinde, aile içinde çok sayıda farklı kuşak birlikte aynı ev içerisinde ortak mülkiyet esasına dayalı bir şekilde yaşamaktadırlar. Akrabalık ilişkilerinin güçlü olduğu kırsal alanda yaşayarak geçimini tarımla sürdüren bu

ailelerde özellikle yaşlı erkekler olmak üzere karar almada erkeklerin üstünlüğü bulunmaktadır. Karar alma yetisi en güçlü olan erkeğin eşinin de diğer kadınlar üzerinde benzer bir gücü bulunmaktadır. Dış ortama kapalı bir aile yaşantısı olan geleneksel ailelerde toplumla ilişkiler törelere, gelenek, göreneklere ve dini inançlara göre yürütülmektedir. Biz duygusunun ön planda bulunduğu geleneksel toplumlarda bireysellik ön planda değildir ve ailenin üyeleri kendilerini etkileyen olaylar karşısında yalnız bırakılmayarak bütün aile bireyleri arkasında bulunmaktadır (Çimen, 2008: 29).

Bireyselliğin ön planda bulunmaması ve bireysel davranışların gelenekler doğrultusunda oluşturulması demek bu toplumlarda bireye değer verilmediği, kendisini gerçekleştirmesine ve girişimlerine izin verilmediği anlamına gelmemektedir. Hatta kimi geleneksel topluluklarda birey, modern toplumun birçok alanından daha fazla saygı ve taktir görmektedir. Bu toplum yapısında bireyler dahil oldukları grubun diğer üyeleriyle birlikte hareket etmekte ve aralarında iyi tanımlanmış işlevsel ilişkiler bulunmaktadır. Modern toplumlarda işsiz bireyler fazlalık, belli bir vasa sahip olmayanlar ise işe yaramaz görülürken geleneksel toplumlarda bireyler bu şekilde görülmeyerek grup içerisinde sınırlı da olsa kendi tercihlerine göre kabul görerek ilerleme sağlayabilmektedirler.

Geleneksel topluluklarda detaylı bakıldığında aslında çok gelişmiş bir kişiliğe ihtiyaç duyulmadığı da görülmektedir. Davranışların tüm detaylarıyla tanımlandığı ve görgü kuralları ile ritüellerin hayatı yönetmesinden dolayı ihtiyaç duyulan tek şey kurallara uygun hareket etmek ve onların dışına çıkmamaktır. Ancak modernleşmeyle birlikte ortaya daha önce görgü kurallarıyla tanımlanmamış çok fazla yeni durum çıkmakta ve burada bireyin vereceği bireysel karar ve davranış biçimi önemli olmaya başlamaktadır. Toplumda meydana gelen yeni sorunlar ve sunulan daha fazla seçenek karşısında bireylerin, baş edebilecek bir bireysel karar ve davranış mekanizmasına sahip olması gerekmektedir (Riesman, 2016: 11).

Aile kavramı ortaya çıktığı ilk dönemlerde geçerli olan geleneksel aile tipi özellikle Hindistan, Japonya, Çin gibi ülkelerde görülmektedir. Günümüzde hala köylerde, kasabalarda geniş aile türü mevcutken, şehirlerde dahi özellikle de

göçün etkisiyle ve getirdiği ekonomik zorluktan dolayı rastlanmaktadır (Güler, Ulutak, 1992: 53).

Geleneksel toplumlarda evlilik çoğunlukla yerel topluluklar içinde yapıldığından eşler aynı kültürün içerinden gelmektedirler. Aynı kültürel değerlere sahip olan eşlerin değerleri rasyonelleştirme ya da bir üst kimlikte değerlerini birleştirme gibi gereksinimleri bulunmamaktadır. Bu nedenle de dönemin aile yapılarında değişim azdır ve durağan topluluklardır (Canatan, Yıldırım, 2018: 170).

Sanayi öncesi kentlerde akrabalık ilişkileri ve soyun devamı pazar saygınlığıyla eş güdüm içerisinde sürdürülmektedir. Bu dönemde çocuklara ama özellikle erkek çocuklara değer verilmekte, çok eşlilik, evlat edinme gibi uygulamalarla geniş ailelerin sayısının artırılması amaçlanmaktadır. Yine bu dönemde yetişkin bireylerin toplumsal yaşamda iyi bir yer edinebilmesinin temelinde evlilik bulunmaktadır ve bu dönemin evlilikleri duygusal ilişkilere dayalı olmaktan çok daha erken yaşlarda ve ailenin uygun gördüğü biçimlerde kurulmaktadır.

Sanayi öncesi dönemin aile yapılanması içerisinde cinsiyet ve yaş farklılıkları önemli bir yere sahiptir. Kadınlar toplumsal yaşamda baba ya da kocadan sonra gelmektedir ve özelliklede yüksek sınıftan bir kadının ev dışında pek fazla işi bulunmamaktadır. Kentli, köylü ya da aşağı sınıfa ait kadınların rolü bakıldığında üst sınıf kadınlardan daha dışa dönük şekildedir.

Cinsiyet farkında olduğu gibi yaş farkı da toplumsal düzen içerisinde etkilidir. Kardeşler içinde yaşı en büyük olan belli başlı avantajlara sahip olmaktadır. Çocuklar ve gençler, ailenin diğer üyelerine kıyasla daha alt basamakta bulunmaktadırlar. Yaşı daha büyük olanın gücü ve saygınlığı daha fazladır ve erken yaşta evliliklerin yaygın olmasından dolayı da gençlik kültürü kavramı bulunmamaktadır

Akrabalık bağları ve ekonomik örgütlenme arasında sıkı bir bağ bulunmaktadır ve yukarıda da bahsedildiği gibi işlerin büyük bir çoğunluğu evde ya da eve yakın yerlerde yapılmaktadır. Büyü bu dönemde ekonomik

etkinliklerden aile hayatına kadar toplumsal etkinliklerin tümünün içinde yer alan bir uğraşıdır. Önemli konularda doğru seçeneği gerçekleştirmek amacıyla kehanette bulunmaya sıklıkla başvurulmaktadır. Dönemin toplumsal yapıları içerisinde hastalıkların tedavisinde bilimsel olan yöntemlerden çok diğer yöntemler daha yaygın bir biçimde kullanılmaktadır (Sjoberg, 2002: 47-50).

Sanayi öncesi toplumlarda bireyler hem üretici hem tüketici konumundadırlar ve ihtiyaçları olan ürünlerin üretimini kendileri gerçekleştirmektedirler. Çoğunlukla tarımsal üretimin hakim olduğu dönemde üretim aile içi ihtiyaçları karşılamak için ve bu ihtiyaçları karşılayacak miktarda, tüm aile bireylerinin katılımıyla gerçekleştirilmektedir. Sadece ekonomik değil sosyal etkinlikler de birlikte gerçekleştirilmektedir (Sezal, 2014: 138).

İhtiyaç duyulan tüm mal ve hizmetler aile içinde üretilip tüketilir, gelir tek elde toplanıp ve giderler de yine aynı biçimde tek elden yapılmaktadır. Ailenin işlevlerinin geniş olduğu bu toplumlarda aile üyelerinin toplumsal statüleri de aile içindeki konumlarına göre belirlenmektedir (Çimen, 2008:30).

Tarıma dayalı olarak yürütülen ekonomik faaliyetler bu dönemde makineleşme olmadığından yoğun bir biçimde insan ve hayvan gücüne dayanmaktadır. Dönemin üretimi kas gücüne dayandığından maddi ihtiyaçların giderilmesinde insanın kas enerjisine duyulan gereksinim bu dönemde yüksektir. Bunun sonucu olarak da ailenin geçimini sağlamak için çok sayıda bireye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum da bu dönemin aile kurumlarının kalabalık olmasının bir diğer nedeni olarak görülmektedir (Canatan, Yıldırım, 2018: 123).

Endüstri de yine evde yürütülmekte ve üretim aile içinde gerçekleştirilmektedir. Çünkü bu dönemdeki üretimin temel amacı evin ihtiyaçlarını karşılamaktır. Ailede eşya lazım olduğunda başkasına yaptırılmamakta ya da satın alınmamakta, aile bireyleri ağacını kendisi kesip, yontup, doğrayıp yapmak istediği eşyayı kendisi yapmaktadır. Yine aynı şekilde aile üyeleri giyim eşyalarını karşılamak için yünü kendisi dokumakta, kumaşını kendisi yapıp dikmektedir (Huberman, 2017: 66). Aynı şey gıda ürünleri için de geçerlidir, üretim kendi topraklarında kendilerine yetecek ölçüde yapılmaktadır.

Bunun yanında küçük zanaatlarla uğraşan kişiler de bulunmaktadır. Bu iş için fazla sermayeye ihtiyaç duymadan evlerinin bir bölümünü atölye yapabilmektedirler. Bu kişilere yardımcı olacak çıraklar ve kalfalar bulunmaktadır. Çıraklar kendi evlerinden ayrılıp zanaatkârın evine yerleşerek çıraklık öğrenmektedir. Anne babalar belirli bir ücret karşılığında çocuklarını usta olana kadar bu zanaatkârlara teslim etmektedirler.

Her iki durumda da mallar endüstrileşmeden sonraki dış pazar anlayışıyla değil evin ihtiyacını karşılamak amacıyla üretilmektedir (Huberman, 2017: 67).

18. yüzyıl ortalarına deyin ekonominin fiziksel mekânı ev olarak kabul edilmektedir. Çünkü bu dönemden önce aileler yukarıda da bahsedildiği gibi tükettikleri şeylerin birçoğunu kendileri üretmektedirler. Zanaatlar da yine aynı şekilde o dönemin kentlerinde aile evi içinde gerçekleştirilmektedir. Örneğin bir fırıncı evinde kendi biyolojik ailesinin yanında kalfası ve çıraklarıyla birlikte yaşamakta, yemeklerini birlikte yemekte, aynı evde uyumaktadır. Ancak 18. Yüzyılın ortalarından itibaren bu durum değişmeye ev ve iş yerleri birbirinden ayrılmaya başlamaktadır (Sennett, 2017: 35).

Fiziksel yaşam koşulları içerisinde önemli yere sahip olan evler çoğunlukla tek odalıdır. Evlerde yaş gruplarını ve çeşitli işlevleri birbirinden ayıracak odalar bulunmamaktadır. Yine yukarıda da bahsedildiği gibi ev aile yaşantısı yanında ekonomik bir yapı da olduğu için ofis ya da fabrikada çalışmayan erkekler yaptıkları işlerde fazla bir ilerleme göstermemektedirler. Bu neden de toplumsal hareketlilik oranı çok düşüktür (Riesman, 2016: 61).

Geleneksel ailede babanın görevi ailenin geçimini sağlamak, karısının ve çocuklarının ihtiyaçlarını karşılamaktır. Çocuklar da büyüdüklerinde ailelerine bakmakla yükümlüdürler (Canatan, Yıldırım, 2018: 72). Bu dönemde yetişkin rolü çocuklara erken dönemlerden itibaren verilmektedir. Çocuklar erken dönemlerden başlayıp çevrelerindeki yetişkinleri gözlemleyerek nasıl davranmaları gerektiğini öğrenmektedirler. Bu nedenle teknik ve zanaata yönelik becerilerini geliştirmek haricinde sözel bilgilere ihtiyaç duyulmamaktadır. Yetişkin rollerinin kuşaklar arasında değişiklik göstermediği geleneksel

topluluklarda çocukların oyunları ve merak duyguları sınırlı olduğundan çocuklar cinsellik gibi yetişkin yaşamına ait olan konuları daha küçük yaşlarda öğrenmektedirler.

Çocukların örnek aldığı kişiler anne babaları ve ev içinde yaşayan diğer yetişkinler olmaktadır. Karakter oluşumu buna göre belirlenmektedir. Çocuğun gelişmesinin yaşça büyümesi anlamına geldiği geniş ailelerde çocukların yaşadıkları problemler de yetişkinlerin yaşadıklarıyla benzerlik göstermektedir. Çocukların gelenekleri anlayıp onlara uygun olarak yaşamayı öğrenmeleri büyümeye başladıklarının göstergelerini oluşturmaktadır (Riesman, 2016: 61).

Geleneksel aile biçimde ev işleri kadının alanı durumundayken, ev dışı işler erkekler için ayrılmaktadır. Kadınlar evlerde ev işlerinin büyük bir bölümünü üstlenirken erkekler de dışarıda çalışıp ücret kazanarak ev için gerekli parayı kazanmaktadırlar. Ancak sanayileşme öncesi bu dönemde ev ve çalışma alanı birbirinden ayrı olmadığından bugünkü biçimiyle ev işleri kavramı gelişmemiştir (Giddens, 2012: 792).

Geleneksel aile içinde aile üyelerinin kendi kendilerine yeterli duruma gelebilmeleri önemli olduğundan özellikle de gelir getiren etkinlikler üyelere aile tarafından öğretilmektedir. Bu aile yapısında biz olma duygusu bireyselliğin önünde yer almaktadır (Sayın, 1990: 9). Çocuğun toplumsallaşması bu doğrultuda gerçekleştirildiğinden bireysellik geri planda yer almakta ve bu da toplumsal hareketliliği engellemektedir.

Geleneksel aile yapısındaki eğitim anlayışı da çocuklara aile tarafından mesleki becerilerin öğretilerek tüm aile bireylerinin aile ekonomisine katılması yönünde olduğundan çocuğun bireysel gelişiminden önce üretim olarak aileye katkısı önemlidir (Aslan, 2002: 28).

Ailelerin sahip olduğu çocuk sayıları fazla ve çocuk ölüm oranları yüksek olduğundan bu çağda çocuklar aile üyeleri tarafından duygusal bir yatırım aracı şeklinde görülmemektedir. Yukarıda da bahsedildiği gibi çocuklar, aile üyelerinin yaşlılığı zamanında onlara bakacak birer yatırım aracı olarak görülmektedir.

Tarım toplumlarında çocuklar erken yaşlardan itibaren üretime katılmakta ve aile dışında verilecek bir eğitim pek çok ailede gerekli görülmeyerek doğal hayatın içerisinde yaşayarak öğrenilmektedir. Orta Çağ döneminde bir bebek doğduğu andan itibaren yetişkinlerle birlikte yer alarak, onlarla aynı kıyafetleri giyip, aynı etkinlikleri yerine getirmektedirler. Çocukluk döneminin yerleşmediği bu çağda her yaştan insanın yer aldığı bir ortamda çocuklar topluluk içinde büyüyerek sosyalleşmektedirler (Spring, 1991: 85).

Ortalama olarak beş ila yedi yaş gibi erken dönemlerde yetişkin dünyasına dahil olan çocuklar yetişkinlerle birlikte aynı oyunları oynayıp, aynı öyküleri dinleyip, aynı şarkıları söylemektedirler. Yetişkinlik dönemi ile çocukluk birbirine o kadar yakın bir yapıdadır ki ki çocuklar bugün yetişkinlere özgü olarak görülen kumar oynama, içki içme, yetişkinlere özgü şakalar yapma gibi davranış kalıplarını dahi göstermektedirler. Yukarıda da bahsedildiği gibi kendilerine özgü kıyafetleri bulunmayıp yetişkinler gibi giydirilen çocukların kıyafetleri hareketi zorlaştıracak ve onları disipline edecek bir biçimde, cinsiyet rollerini ve toplumsal statüyü yansıtacak ağır ve detaylandırılmış kıyafetlerden oluşmaktadır (Öztürk, 2017: 262).

Bu dönemin eğitim yapısına bakıldığında, geniş kitlelerin okuma yazma bilmesi gereksinimi bulunmamaktadır. Mevcut üretim sistemine bakıldığında da eğitim için büyük bir çoğunluğun ayıracağı boş zaman mevcut değildir. Resmi eğitim çoğunlukla seçkin erkeklere onları yönetsel, eğitsel ve dinsel açıdan yetiştirmek amacıyla verilmektedir. Yazı dili konuşma dilinden farklı olduğundan yazı dilini öğrenebilmek özel çaba gerektirmektedir ve bu toplumlarda öğretmenlerin saygınlıkları yüksektir. Dönemin öğrenme anlayışına bakıldığında büyük oranda ezbere dayandığı görülmektedir (Sjoberg, 2002: 52).

Bu dönemde çocuklar küçük yaşlardan itibaren çiftlikte çalışarak ebeveynlerine yardım etmektedirler. Bazı çocuklar da erken yaşlarda evlerinden ayrılarak başkalarının evlerinde ev işleri yapmak ya da çıraklık için başka yerlere çalışmaya gitmektedirler.

Ailenin duygusal bağı odağında olmadığı bu dönemde evlilikler duygusal ya da cinsel hazlarla değil çocuk üretmek amacıyla yapılmaktadır. Bu ailelerde anne babaların ya da akrabaların çıkarları bireysel çıkarlardan ve seçim özgürlüğünden daha önce gelmektedir. Ailenin erkekleri ve özellikle de baba çalışıp para kazanır, anne ise sadece ev işleriyle ilgilenir.

Geleneksel toplumlarda dayanışma, tarım, gelenekler bir aileyi oluşturan temel unsurlar olarak görülmektedir. Bu toplum modelinde aile, yaşamın merkezinde konumlandırılmaktadır.

Akrabalık ve komşuluk ilişkilerinin güçlü ve önemli olduğu bu yapıda yakın akrabalar da aileden sayılarak aralarında güçlü bir dayanışma ve yardımlaşma bulunmaktadır.

Geleneksel aile tipi günümüzde geniş aile kavramıyla kent ailesi biçiminde varlığını sürdürmektedir. Geniş aileler, anne baba ve çocuklara ek olarak diğer akrabaların da katılımıyla ortaya çıkan bir birliktir. Geniş aile çoğunlukla fakir kırsal kesim ailesidir. Ekonomik zorluklar nedeniyle bir arada yaşamayı tercih eden bu aile türünde ekonomik ve sosyal yardımlaşma yoğun olarak bulunmaktadır. Bir arada yaşamasalar dahi çekirdek aile yapısına sahip bazı aileler yoğun etkileşimle, telefon, aileler arası ziyaret gibi modern iletişim araçlarıyla geniş aile yapısını ekonomik ve sosyal dayanışmayı aralarında sürdürmektedirler (Canatan, Yıldırım, 2018: 73).

2.2.3. Dönemin Medya ve Serbest Zaman Etkinlikleri

Literatürde “leisure” olarak geçen kavram Türkçede serbest zaman ya da boş zaman olarak adlandırılmaktadır. Toplumdan topluma, kültürden kültüre farklı anlamlara gelen kavramın tarihsel süreç içerisinde de anlamında değişimler yaşandığı görülmektedir (Gülbüz, Henderson, 2013: 929).

Hayatın zorunlu gereksinimleri olan çalışmak, barınmak ve yemek gibi faaliyetler dışında kalan zaman ve faaliyetleri ifade etmek için kullanılan bir kavram olan serbest zaman, kişinin kendisini özgür hissedebildiği, kendisini ve toplumu eleştirel bir biçimde sorgulamaya fırsat bulabildiği kendi kişisel gelişimi için ayırabildiği zamanı ifade etmektedir. Serbest zaman kapsamında

gerçekleştirilen etkinlikler zorunlu olmayan, gönüllü olarak gerçekleştirilen özgür zaman etkinlikleridir. Ancak modern dönemle birlikte serbest zaman bireyin kendi zamanı olmaktan çıkarak 19. Yüzyılda yaşanan gelişmelerle birlikte asıl tanımından uzaklaşmaya başladığı görülmektedir. Günümüzde birçok birey için serbest zaman kavramının içini medya etkinlikleri başlığı altında toplanabilecek, kendisi dışında gelişen faaliyetler oluşturmaktadır (Aydoğan, 2019: 1-2).

Serbest zaman ve boş zaman gibi kavramlar modernleşme sonrası toplumlara özgü kavramlar olduğu için geleneksel toplumlara bu kavramlar yabancıdır. Bu toplumlarda eğlenme ve dinlenme de gündelik yaşam içerisinde çalışma zamanının birer parçası olduğundan doldurulması ve değerlendirilmesi gereken ayrı bir boş zaman dilimi bulunmamaktadır. Bu dönemde eğlence hizmeti veren, üreten sektörler de bulunmadığından bu tarz ihtiyaçlar aile içinde karşılanmaktadır (Sayın, 1990: 8-9).

Zorunlu zaman, boş zaman, serbest zaman, iş zamanı gibi kavramlara açıklık getirerek kavram karmaşasının önüne geçen Lefebvre, iş zamanı ve zorunlu zaman olarak mesleki iş için ayrılan zamanı; serbest zaman ile eğlenceye ayrılan zamanı; zoraki zaman ile ise ulaşım, formaliteler gibi iş dışı etkinliklere ayrılan zamanı kastetmektedir. Modern dönemde bireyin zamanını zoraki zamanın yoğun bir şekilde işgal ettiğine dikkati çeken Lefebvre, giderek önemi artan boş zamanın günümüzde bir şenlik ya da emeğin ödülü olmadığını, serbest ve özgür bir faaliyetten ziyade genelleştirilmiş gösteri, televizyon, sinema ve turizm faaliyetlerini içerdiğini dile getirmektedir (Lefebvre, 2010: 65).

Serbest zaman kavramı ailenin devamlılığı ve aile üyelerinin sağlıklı iletişim kurabilmeleri açısından da önemli bir zaman dilimini oluşturmaktadır.

Aile bağlarını güçlendirmek açısından aile içi serbest zamanı değerlendirmenin adı literatürde “Amaçlı Serbest Zaman” olarak geçmektedir. Aile üyeleriyle birlikte gerçekleştirilen serbest zaman etkinlikleri aile üyelerinin iletişimlerini kuvvetlendirerek aile hissiyatı etkisi oluşturmakta ve aileyi birbirine bağlamaktadır. Bu biçimde aileler çocuklarına düzgün yaşam biçimlerini sunarak sağlıklı birer birey olarak yetişmelerini sağlamaktadırlar (Çizmecı, 2015: 10).

Geleneksel topluluklarda bireyler, geçimlerini sağlayabilmeleri için yapılması gereken etkinlikleri hep birlikte gerçekleştirmektedirler. Bu dönemde gereksinimler fazla olmadığından çalışma, ihtiyaçları karşılayacak kadar gerçekleştirilmekte ve zaman açısından da ciddi bir zaman dilimini kapsamamaktadır. Dolayısıyla bireylerin dinlenme zamanları bugüne kıyasla çok daha fazladır. Bu nedenle bu toplumlarda ekstra bir serbest zaman ihtiyacından söz edilememektedir (Aydoğan, 2019: 16).

Modern öncesi çağlara bakıldığında serbest zaman kavramının Antik ve Orta Çağ'da farklı biçimde nitelendirildiği görülmektedir. Antik Yunan ve Roma kentlerinde sanat ve spor faaliyetleri önemli serbest zaman etkinlikleri olarak görülmekte ve kentlere bu etkinlikleri gerçekleştirebilmek amacıyla parklar, amfi tiyatrolar, arenalar yapılmaktadır. Antik Yunanda serbest zaman etkinliği yaratıcı bir zaman dilimi olarak değerlendirilirken Romalılarda bu kavram o dönemde siyasal bir araç olarak görülmektedir (Yalçınkaya, 2015: 86).

Antik Yunanda serbest zaman, iyilik, güzellik, ahlak ve bilgi gibi üstün değerlerle ilgilenmek ve bunlar üzerine kafa yorulan zaman dilimi olarak algılanmaktadır. Buradan da anlaşılacağı gibi serbest zaman bir şey yapılmadan boş geçirilen bir zaman dilimi değildir. Boş zaman, iş ve çalışma zamanından tamamen ayrı bir şekilde değerlendirilen ruhun arındırıldığı, felsefe ile uğraşılan zaman olarak görülmektedir. Çalışma alt sınıfa ait bir etkinlikken serbest zaman seçkin kesime ait bir zaman dilimidir. Roma'da ise serbest zaman kavramına farklı yaklaşılarak bu zaman dilimi eğlenceli etkinliklerle geçirilen gevşeme zamanı olarak görülmektedir. Romalılarda boş zaman sınıfsal bir ayrım olarak görülmeyip modern dönemdeki anlamına yakın bir biçimde çalışma zamanı dışında kalan, yeniden üretim için enerji toplanarak onu destekleyici bir zaman dilimi olarak görülmektedir. Oyunlar, çeşitli spor dalları ve gladyatör dövüşleri gibi kitlece tüketilebilen boş zaman etkinlikleri bu dönemde ortaya çıkmaktadır (Juniu, 2000: 70).

Orta Çağ döneminde en önemli servet kaynağı toprak olarak kabul edildiğinden toprağa bağlı olarak sınıflı bir toplum yapısı görülmektedir. Toprak sahibi olan kişiler serbest zamana sahip bir sınıf iken sıradan insanlar gündelik

işlerle uğraşmaktadırlar. Gündelik işlerden arta kalan zamana sınırlı da olsa sahip olmalarına rağmen gerçek anlamda serbest zamanları bulunmamaktadır (Yalçinkaya, 2015: 86).

Orta Çağ'da toplumun en alt tabakasını oluşturan köleler toprak sahiplerinin malı olarak görüldüğünden toprak sahiplerinin kendilerine ayırabilecekleri geniş zaman dilimleri bulunmaktadır. Bu dönemin önde gelen serbest zaman etkinlikleri arasında karnavallar yer almaktadır.

Bedensel çalışmanın karşıtı anlamda kullanılan ve zihinsel faaliyetleri içeren boş zaman, serbest zaman kavramları, Antik dönemde insanın kendisini gerçekleştirebileceği özgürlük alanı olarak görülürken, Ortaçağ'da kutsal bilgiye erişilebilecek bir zaman olarak görülmekteydi. Her iki amaçta da serbest zaman kavramı değerli olarak görülmektedir. Bu dönemlerde serbest zaman, çalışma zamanından daha değerli sayılmaktadır.

Antik Yunan'dan önceki dönemlere bakıldığında serbest ya da boş zaman olarak adlandırılan zaman diliminin bulunmadığı görülmektedir. Çünkü bu dönemde çalışma ve dinlenme zamanları arasında kesin bir ayrım bulunmamaktadır. Antik Yunan'da ve sonrasında Ortaçağ döneminde yaygın olan kölelik kurumu, özgür insanlara kendileri için ayırabilecekleri geniş bir zaman dilimi bırakmaktadır. Bu zaman dilimi, bireyin kendisini bedensel işlerden uzaklaştırarak, özgürce entelektüel ve estetik alanlara yöneldiği bir zaman dilimidir. Bu dönemde serbest zaman dilimi seçkin sınıfların sahip olabildikleri bir zaman dilimidir. Bu zaman dilimi güzel sanatlarla, spor, müzik, politik tartışmalar, felsefi meseleler gibi bireyin kendisini geliştirdiği etkinliklerle geçirilmektedir (Bahadır, 2016:103-106). Orta Çağ'da serbest zaman, dinlenme ve etkinlik zamanını ifade etmenin yanında üst tabakada yer alan sınıflar için sosyal temsil alanı olarak görülmektedir. Antik Yunan'dan farklı olarak bu dönemde boş zaman, işten arda kalan zamanda zihnini ve bedenini dinlendirme ve katılacağı etkinlikleri özgürce belirlediği zamanı ifade etmektedir. Orta Çağ'ın son dönemlerine yaklaşıldığında boş zaman, gösterişin, lüksün, israfın hakim olduğu bir dönem haline gelerek soyluluğun işareti olarak görülmeye başlamaktadır (Aytaç, 2005:3).

Geleneksel toplumlara hakim olan zaman kavramı modern toplumlardakinden farklı bir biçimde işlemektedir. Geçmişin ve geleceğin iç içe bir şekilde yaşanan zamana eklentili olduğu bu dönemde zaman olarak da mekan olarak da çalışma ve serbest zaman dilimleri iç içe yer almaktadır (Giddens, 2012: 23).

Geleneksel topluluklarda yukarıda da bahsedildiği gibi ayrıca doldurulması gereken bir serbest zaman aralığı bulunmadığı için eğlenme ve dinlenme iş yaşamı içerisinde onunla bütünleşik bir yapı içerisinde bulunmaktadır. Bunun sonucu olarak da eğlence ve dinlenme hizmeti veren kurumlar bulunmamakta ve bu görev aile içinde düzenlenmektedir (Çağan, 2013: 18; Arslantürk, Amman, 2009: 6).

Geleneksel aile modelinde aile üyeleri çalışmadan arta kalan zamanlarını yine aile üyeleriyle birlikte geçirmektedirler (Çimen, 2008: 30). Bu dönemde aile içi serbest zaman etkinlikleri içerisinde yüksek sesle kitap okuma önemli bir etkinlik olarak görülmektedir.

Aile üyeleriyle birlikte ev içerisinde gerçekleştirilen serbest zaman etkinliklerine bakıldığında, çoğunlukla ailenin yaşlı üyeleri tarafından anlatılan mitler, masallar, efsaneler, birlikte söylenen şarkılar gibi anlatıya dayalı etkinliklerden oluştuğu görülmektedir. Çocuğa iyiyle kötünün, doğruyla yanlışın gelenek kurallarına uygun bir biçimde aktarıldığı bu anlatılar aynı zamanda çocukların sosyalleşmesi üzerinde de önemli etkilere sahip olmaktadır (Riesman, 2016: 114-115).

Bu dönemde yukarıda da bahsedildiği gibi üretim ve tüketim birimi aile olduğundan çalışma hayatı aile hayatıyla iç içe bulunmaktadır. Bu sayede aileler çalışacakları ve dinlenecekleri süreleri, kendi ihtiyaçları kadar çalıştıklarından, kendileri belirlemektedirler. Serbest zamanlarında da eğlence ve boş zaman etkinlikleri için bahçe, tarla işleriyle uğraşmakta ya da komşularıyla birlikte zaman geçirerek onlarla oyun oynayarak çeşitli etkinliklere katılmaktadırlar. Bu dönemin üretiminde henüz makineleşme söz konusu olmadığından aileler zihinsel

faaliyet gerektiren işlerle uğraşmadıklarından daha az okuyup politikadan söz etmeden yaşamaktadırlar (Aydoğan, 2019: 61).

Yine bu dönemde çocukluk dönemi kavramı bulunmadığından ailenin yetişkinleri ve çocukları birlikte zaman geçirerek benzer etkinlikleri gerçekleştirmektedirler. 17. yüzyılın sonlarına kadar çocuklar çok erken yaşlardan itibaren yetişkin olarak kabul edildiğinden çocukları ve yetişkinleri eğlendiren oyunlar arasında önemli bir fark bulunmamaktadır. Özel kostüm giydirilmiş bebekler sadece çocukların değil her yaşta insanın ilgisini çekmektedir. Oyuncak bebekler, oyuncak askerler, farklı yaş grubundaki insanlar arasında henüz bir ayırım oluşmadığından herkesçe sevilerek oynanan oyuncuklar olarak görülmektedir. Aynı şekilde eğlenme biçimleri ve eğlence anlayışları da bir arada ve aralarında keskin bir biçimde çocuk için, yetişkinler için diyerek ayrılmadığından benzer şekillerde gerçekleştirilmektedir. Çocuklar ve yetişkinler bu dönemde şarkı söyleme, masal okuma ve müzik gibi etkinliklerini de bir arada gerçekleştirmektedirler. Sözlü kültürün etkisinin devam ettiği bu dönemde etkinlikler yüksek sesle yapılmaktadır. Ancak yazılı kültüre geçişle birlikte yetişkinler yüksek sesle kitap okuyup şarkı söylemeyi çocukça ve gereksiz bulmaya başlamaktadırlar. Sessiz okumaya geçişle birlikte basılı yayınların, halk hikayelerinin okunması yetişkinlerin serbest zaman etkinliği olmaya başlamaktadır. Sessiz okundukları için de bu hikayeler ve masallar çocuklar için uygunsuz görülmeye başlanmaktadır. Yine daha önceki bölümde bahsedildiği gibi bu dönemde çocukların kıyafetleri de dahil serbest zaman etkinlikleri yetişkinlerinkiyle büyük oranda benzerlik taşıırken 18. Yüzyılla birlikte çocuklar ayrı birer kitle olarak görülmeye başlanmaktadır. Çocukluğun bu özel durumdan dolayı getirilen sınırlamalarla beraber önceki dönemlerde yetişkinlerle birlikte kimi kamusal alanlarda yer almalarında sakınca görülmeyen çocukların artık bu alanda oynayamayacağı, bu nedenle de çocuğun kamusal alana değil aileye ait olduğu görüşü yerleşmeye başlamaktadır (Sennett, 2019: 127-128).

Sanayileşmeden önceki toplumlarda kitle iletişim araçları mevcut olmadığından kentler birbirinden yalıtılmış yapıları. Kentlerin kendi içlerinde de seçkinler ve diğer gruplar birbirinden yalıtılmış biçimde yaşamaktadırlar. Sözlü

iletişimin egemen olduğu bu dönemde masal anlatıcılar yaygın olarak iletişim görevini üstlenmektedirler (Sjoberg, 2002: 52).

2.3. Modern Dönemde Aile ve Medya

2.3.1. Modern Dönem

Geleneksel toplum anlayışından tamamen farklı bir toplum yapısı oluşturarak toplumsal düzeni önemli lde değişime uğratan modern ağ, toplumun herhangi bir dış otoriteye bağlı olmadan ve din temeline dayanmadan, kendi ürettiği ilkeler doğrultusunda varlığını sürdüren toplumların oluşturduğu bir ağ olarak kabul edilmektedir (Giddens, 2012: 14).

Modern dönemin başlangıcı konusunda farklı görüşler ve tarihi süreçler verilmesinin yanında modern çağın oluşumlarının Aydınlanma ağı’na kadar gittiği görülmektedir. Aydınlanma ağı olarak adlandırılan tarihsel devir, 18. yüzyılla birlikte başlayan ve aydınlanma felsefesinin benimsenmeye başladığı devirdir (tr.wikipedia.org).

“Modern” kavramı ortaya çıkışı açısından daha gerilere giden bir tarihe sahip olmasına rağmen Habermas’ın modernite projesi şeklinde ifade ettiği şey 18. yüzyılda ortaya çıkmaya başlamaktadır. Proje, Aydınlanma dřnrlерlerinin “nesnel bilimi, evrensel ahlakla hukuku ve kendi ayakları üstünde duran sanatı, kendi iç mantıkları çerçevesinde geliştirme çabası”dır. Özgürlükçü ve yaratıcı insanların çalışmalarıyla elde edecekleri bilgi birikimini günlük yaşamın çeşitlendirilerek iyileştirilmesi ve insanın özgürleştirilmesi amaçlanmaktadır (Harvey, 2019: 25).

Modernitenin temelini oluşturan bireycilik, nedensellik, akılcılık, determinizm, ilerlemecilik, merkezi yönetim biçimi gibi özelliklere bakıldığında bu zelliklerin Aydınlanmanın kökenlerinde bulunan özellikler olduğu gözlenmektedir. Bu ilkeler, kökenlerini aydınlanmadan almakta ve geçmişten kesin bir kopuşu ifade edecek biçimde modernizm içerisine yerleştirilmektedir. Habermas, moderniteyi Aydınlanma’nın henüz bitirilmemiş bir projesi olarak değerlendirmektedir. Uygarlık tarihine bakıldığında Aydınlanma’yla beraber

sosyal, kültürel, siyasi ve felsefi pek çok alanda dönüşüm meydana geldiği görülmektedir. Aydınlanma ile birlikte ortaya çıktığı kabul edilen modern çağla birlikte daha önceki çağlardan derin bir kopuş yaşanarak toplumlar tekrar şekillenmeye başlamaktadırlar (Habermas, 1987: 3).

Aydınlanma düşüncesi yazıdan resme, müzikten mimariye kadar her alanda kendisini göstermenin yanında en genel ifadeyle, geleneksel düşüncelere karşı çıkan insanın, toplum ve doğayla ilgili yeni bir düşünce sistemi oluşturma süreci olarak açıklanabilmektedir. Bu çağda düşünce yapısında meydana gelen değişimlerle birlikte pozitif bilginin ön plana çıkmasıyla bilimde önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak tarım ve imalat teknolojilerinde büyük değişimler meydana gelerek endüstrileşme sürecini başlatmakta ve bu süreç de beraberinde toplumsal değişimlere neden olmaktadır. Toplumsal yapı içerisinde yer alan aile kurumu da bu süreçte üzerine düşen payı almaktadır (Hamilton, 2001: 24).

Aydınlanma fikir olarak ilerlemeyi, moderniteyi savunarak geçmişten ve geleneklerden kopmayı amaçlamaktadır. Laik bir hareket olarak insanları özgürleştirme amacıyla bilgiyi ve toplumsal örgütleri mistik ve kutsal inançlardan temizlemeyi hedefleyen bu düşünce Alexander Pope'un "insanlığın gerçek araştırma alanı insandır" görüşünü öne çıkarmaktadır. Görüşten de anlaşılacağı üzere modernleşme projesi insanlığın ilerlemesi adına bilimsel keşifleri, bireysel yaratıcılığı ve mükemmelliyeti olumlamaktadır. Dönemin kavramları arasında insan zekasına inanç, evrensel akıl, eşitlik, özgürlük gibi kavramlar yer almaktadır (Harvey, 2019: 26).

Aydınlanma dönemiyle birlikte önem kazanan modern kelimesi Latince "modernus"tan gelmektedir. Modernus kelimesi de aynı şekilde Latince'den gelmekte ve "hemen şimdi" anlamındaki "modo"dan türemektedir (Kızılcılık & Erjem, 1996: 385).

Alman Filozof G. W. Friedrich Hegel, moderinite kavramını içinde bulunan yeni dünyayı, Rönesans ve Reform dönemlerini Orta Çağ'dan ve

özellikle de Antik Yunan döneminden ayırmak için kullanmaktadır (Habermas, 1987: 5).

Sosyolog Zygmunt Bauman moderniteyi, Aydınlanma Çağı'nın önemli bir ürünü, kültürel bir proje ve kapitalizmin sonucu olarak toplumsal yapıya yerleşen bir yaşam biçimi olarak tanımlamaktadır (Bauman, 1990: 26).

Bauman'a benzer biçimde İngiliz sosyolog Anthony Giddens de moderniteyi, 17. yüzyılda Avrupa'da ortaya çıkan ve tüm dünyaya yayılarak etkisi altına alan toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimi olarak açıklamaktadır (Giddens, 2012: 11). Modern yaşamın sadece kurumlarının değil bunun yanında bireysel kimlikleri de bütünüyle etkisi altına aldığı için çizen Giddens, Modernliğin ortaya çıkışının, kapitalist sistemin de ortaya çıkışına denk geldiğini ifade eder. Modern yaşamla beraber örgütlenme sistemlerinin de değiştiğine vurgu yapan Giddens, zaman ve uzam arasındaki ilişkinin bozulmasıyla da birlikte bireyin yaşamı üzerinde daha fazla karar alma yetkisine sahip olmasının yanında modernite ile birlikte gelen tehlikelere ve tehditlere daha açık bir hale geldiğini vurgulamaktadır (Giddens ve Pierson, 2001: 107).

Modernizme eleştirel açıdan yaklaşan Karl Marx, modernizmle birlikte ortaya çıkan yeni toplumsal düzenin temel gücünün kapitalizm olduğunu belirterek, kapitalizmin sadece ekonomide değil bütün kurumlar üzerinde etkin olduğunu ifade etmektedir. Bu bakımdan modernizm içinde yükselen yeni yaşam biçimlerinin temelinde kapitalizmin yattığını dile getirmektedir (Giddens, 2010: 20).

Kapitalizm, üretimi yapılan mal ve hizmetlerin metalaşması anlamına gelmektedir. Meta olarak adlandırılan şey ise, üretimin tüketim için değil değişim için yapılması anlamına gelmektedir (Şaylan, 2009: 164).

Üretim şekli olarak bakıldığında kapitalizm, önemli ölçüde bireysel girişime ve özel mülkiyete dayalı bir sistemdir. Üretim araçlarının denetlenmesine dayanan bu sistemde amaç karı en üst noktaya ulaştırmaktır. Kapitalist sistem, verimliliği artırmayı amaçladığından çalışanın fiziki ve zihinsel emeği kapitalist

sisteme hizmet edecek biçimde en üst seviyeye çıkarılmaya çalışılmaktadır (Rojek, 1995: 12).

Kapitalizmle birlikte önceki dönemlerde var olan kölelik kurumunun yerine özel mülkiyete dayalı örgütlü bir yaşam biçimi olan serbest kölelik sistemi gelmektedir (Erdoğan, Alemdar, 2011:76). Kapitalist sistemde kişiler sermaye sahibidir ve üretim birimlerinde söz sahibi olan sermayedir. Bu sistem içerisinde üretilen mallar serbest pazarın rekabet koşulları içerisinde satılmaktadır (Ertuna, 2005: 29).

Bireyselliğin hakim olduğu kapitalist sistemde birey ben merkezci bir biçimde yalnızca ne kadar kazandığıyla ilgilenmektedir.

Marx'a göre paranın ön plana çıktığı bir ekonomi anlayışı geleneksel toplulukların temelini oluşturan bağları ve ilişkileri bozarak parayı gerçek bir topluluk haline getirmektedir. Bu yeni düzende artık kişisel ilişkilerimizin ve tanışıklıklarımızın olduğu toplum düzeninden kişisel olmayan ve nesnel ilişkilerin hakim olduğu bir toplum düzenine geçilmektedir. Bu tarz ilişkiler ve bağımlılıklar arttıkça para daha da fazla bir biçimde üreticiden bağımsız bir güç haline gelmektedir. Bu nedenle başlarda üretimi artıran bir araç gibi görünen para amaç haline gelmektedir (Harvey, 2019: 122).

Kapitalizmle birlikte tüketim kavramının anlamı da değişmektedir. Ortaya çıkan tüketim toplumu, hiçbir toplumun gerçekleştiremeyeceği bir biçimde ve ölçüde insanların arzularını tatmin etme vaadi üzerine kurulmaktadır. Ancak arzunun tam olarak doyurulması tüketim toplumunun amacı değildir. Çünkü arzu edilen şey tam olarak doyurulmadığı zaman tatmin etme vaadi çekiciliğini korumaktadır. Burada amaç tatminsizliği kalıcı hale getirerek tüketicilerin arzularını sürekli olarak canlı tutmaktır. Her arzu ve ihtiyaç yeni arzu ve ihtiyaçları doğuracak biçimde tatmin edilmektedir. Bu nedenle tüketimcilik, yalanlara, israf ekonomisine ve aşırılığa dayanmaktadır ve bu özellikler onun kötü işlediğini değil düzgün işlediğinin göstergeleridirler (Bauman, 2005:106-108).

Sosyolog Marshall Berman, modernitenin bireye bir yandan kendini ve dünyayı değiştirmek için güç, heves, coşku verirken diğer yandan sahip olduğu

her şeyi yok etme tehdidi içinde yaşadığı bir ortam sunduğunu vurgulamaktadır (Berman, 1994: 11-14).

Marshall Berman, modern ortam ve yaşamların, tüm coğrafi ve etnik farklılıkları, sınıf ve ulus sınırlarını, din ve ideoloji sınırlarını boylamasına kestiğini ifade etmektedir. Bu açıdan bakıldığında modernitenin tüm insanlığı birleştirdiği söylenebilmekle birlikte buradaki birlik aslında paradoksal ve uyumsuz bir birliktir. Marx'ın da üzerinde durduğu gibi modern olmaktan kast edilen şey “katı olan her şeyin buharlaştığı” bir evrenin parçası olmaktır. Modern yaşamda her şey gelip geçici, anlıktır ve ne kendi geçmişine ne de modern öncesi toplumsal düzenlere saygı göstermesi olasıdır. Buradan da anlaşılacağı gibi modernite yalnızca kendisinden önceki tarihsel durumlardan değil, kendi içerisinde de sürekli bir iç kopuş ve bölünme durumundadır.

Berman, modern çağ olarak adlandırılan dönemin üç aşamada gerçekleştiğine dikkati çekmektedir. İlk aşamanın 16 ve 18. Yüzyıllar arasında yaşandığını ifade eden Berman, bu dönemde modernizmin adlandırılmadığını ve henüz bireyler tarafından yeni algılanmaya başladığını söylemektedir. Toplumsal açıdan büyük değişimlere neden olan ikinci aşamanın Fransız Devrimi'yle birlikte gerçekleştiğini ifade ederek, 20. yüzyılla birlikte üçüncü aşamanın yaşandığını ve bu son aşamada modernitenin tüm dünyayı etkisi altına aldığını dile getirmektedir. Bu aşama için Berman, modernitenin etki alanını genişlettikçe bölündüğü, bölük pörçük bir hale geldiği, anlamından koparak derinliğini kaybeden bireyleri modernlikten kopmuş bir biçimde modern çağın içine yerleştirdiğini söylemektedir (Berman, 2019: 29). Berman, bu dönemi Marx'ın deyişiyle “katı olan her şeyin buharlaşıp gittiği, kutsal olan her şeyin dünyevileştiği” bir çağ olarak görmektedir (Berman, 2019: 27).

Ebel Jeanniere, moderniteye geçişin bilimsel, kültürel, siyasal, teknik ve endüstriyel alanlarda yaşanan dört temel devrimle gerçekleştiğini ifade etmektedir. Bilimsel devrimi Newton'la, siyasal devrimi modern demokrasilerin doğumuyla başlatır. Modern demokrasilerde bahsedilen yenilik, devletin hem rasyonel olarak tek bir biçim haline gelişini, ulus devletleri hem de iktidarının kaynağını Tanrıdan değil halktan alan, akla dayanan yönetim biçimlerine

dayanmaktadır. Kültürel devrimden bahsettiği düşüncenin laikleşmesidir ve düşüncenin laikleşmesi bütün alanlarda akılcılığı getirmektedir. Bu toplumlarda din artık toplumun yönetim basamaklarında yer almamaktadır. Endüstriyel devrimden kastettiği şey ise makineleşmeyle başlayıp emeğin soyutlanmasına kadar giden aşamaları içermektedir. Burada bahsi geçen tüm devrimler birbirine esnek bağlarla bağlıdır (Jeanniere, 1992: 82).

Geçmiş zamanlardan tümüyle koparak yeni ilkeler temelinde yepyeni bir başlangıç anlamına gelen modernizm kavramı bunun yanında sonsuz bir biçimde genişletilen bir gelecek zamana, insanlık tarihinde örneği görülmemiş yeni gelişmelere uzanan bir zamana geçiş anlamlarına da gelmektedir.

1989 yılında yaşanan Fransız Devrimi modern kavramını dönüştüren ilk modern devrim olarak kabul edilmektedir. Bu devrim modernliğin yani insanların gözleri önünde devamlı oluşan ve yeniden oluşan bir zamanın doğuşunu gözler önüne sermektedir. Bu yeni çağ, değişik biçimlerde insan gelişiminin en üst noktasına ulaştığı çağ olarak görülmektedir. Bu çağın görevi, Tanrı'nın bireye yüklediği amacı keşfederek Tanrı'nın krallığını dünyada bilinçli olarak inşa etmektir. Yaşanan bu devrim, modern dönemin amacını, aklın rehberliğinde özgürlüğe ulaşma çabası olarak belirlemektedir.

Fransız Devrimi, modernliğe karakteristik biçimini ve aklın önderliğinde hareket etme bilincini kazandırırken yaşanan Sanayi Devrimi ise modernliğe maddi cevherini sağlamaktadır. Modern dünya aynı zamanda sanayi dünyasıdır. Bu şekilde, modernlik ve devrim arasındaki bağlantı, düşünsel ve politik alanda olduğu gibi ekonomik alanda da kendini ortaya koymaktadır. Zaman içerisinde bütün dünya modern bir toplumun anlamının sanayileşmiş bir toplum anlamına geldiğini de görmektedir. Sanayicilik, sürekli bir kriz ve yenilenme halinde olan bir sistem olma açısından modernlikle uyumludur (Kumar, 1995:101-107).

Modernleşmenin temelini oluşturan sanayileşme, buhar ya da elektrik gibi cansız güç kaynaklarının kullanımına dayanan makineleşmiş üretim biçimlerini ifade etmektedir. Modern ya da gelişmiş toplumlar olarak da adlandırılan sanayi toplumları kendilerinden önceki toplum yapılarından farklıdırlar. Geleneksel

toplumlarda insanların büyük bir kısmı topraklarda çalışırken sanayi toplumlarında insanların büyük kısmı fabrikalar, ofisler ya da dükkanlarda çalışmaktadırlar. Bu kurumların büyük bir bölümü kentlerde yer aldığından insanlar da büyük oranda kentlere göç ederek buralarda yaşamaktadırlar. Kentlerde gündelik yaşam öncekilerle kıyaslandığında birincil tür ilişkilerden çok ikincil tür ilişkilere dayalıdır. Günlük yaşamda karşılaşılan kişiler tanınanlardan çok yabancılardan oluşmaktadır. Büyük şirketler ya da hükümetler gibi örgütler neredeyse herkesin hayatını etkiler konuma gelmektedir.

Sanayileşmeyle birlikte ulaşım ve iletişim çok daha hızlı hale geldiğinden daha bütünleşik ulusal topluluklar ortaya çıkarmaktadır. Sanayi toplumlarıyla birlikte ilk örnekleri görülen bu ulus devletler, geleneksel topluluklardan farklı olarak sınırları belli politik topluluklardır (Giddens, 2012: 73-75).

Sanayi toplumunda yaşanan ev ve iş yerlerinin ayrımı modern iş bölümlerinin en önemlileri arasında yer almaktadır. İş bölümünün ilerlemesiyle beraber, emeğiyle geçimini sağlayan kişilerin çoğunun işi işin tamamına hakim olup bir ürün ortaya çıkarıp, karmaşık hesaplar yapmak yerine çoğunun işi çok basit bir ya da iki işlemle sınırlı hale gelmektedir. Dolayısıyla sanayi işçisi bir ya da iki işlemi ezberlemiş olarak yerine getiren, dinamik ifade gücüne sahip olmayan “aptal ve cahil” hale gelmektedir. Gerçekleştirdiği işin tekrara dayalı doğası onu pasifleştirmekte ve yaşanan endüstriyel rutin onun karakterinin derinliklerini yok etme tehdidini barındırmaktadır.

Sanayi dönemine ait bir diğer özellik ise ortaçağ başlarında zamanın anlaşılması kiliseden yayılan çan sesleriyle mümkün hale gelmekteydi. İnsanlar çalışma saatlerinin, dua saatlerinin ve yeme içme zamanlarının geldiğini çan sesiyle anlayıp günlük yaşamlarını düzenlemekteydiler. 18. Yüzyılın ortalarına gelindiğinde mekanik saatler icat edilerek çan sesin yerini almış ve cep saatlerinin kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır. Bundan sonra insanlar artık nerede olursa olsun, yakınında bir kilise olmasına ihtiyaç duymadan, dakikası dakikasına saati bilme lüksüne kavuşmaktadır. Bu da zamanın mekana bağımlılığını ortadan kaldırmaktadır (Sennett, 2017: 38-39).

Modern dönemde zamanla ilgili kavramların yerini mekanla ilgili kavramlara bırakması düşünce ve yaşamda mekanlaşmayı beraberinde getirmektedir. Modernizmin felsefe alanında temsilcisi sayılan Kant, zaman ve mekanı öznelleştirerek bunların insanın öznel yaşantısının boyutları olduğunu ifade etmektedir. Kant, zamanın mekandan daha üstün ve kapsayıcı bir kavram olduğunu vurgulamaktadır (Koçak, 1992: 15).

Modernleşme öncesi dönemlerde insanların eylemleri insani yapı ve doğal çevreye fazlasıyla bağımlıyken modernleşme ile birlikte hem doğal çevrenin hem de insanın kendi fiziki yapısının neden olduğu birçok sınırlama kalkmaya başlamaktadır (Der Loo, 1993:123).

Modern toplum olarak da adlandırılan sanayi toplumunun temelinde dünya pazarının doğuşu yer almaktadır. Dünya pazarının doğuşu ve yayılması yerel ve bölgesel pazarları zayıflatmakta ve ortadan kaldırmaktadır. Bunu sonucunda da insan ihtiyaçları ve tüketim olgusu giderek uluslar arası bir kimliğe bürünmeye başlamaktadır. Bununla birlikte iletişim teknolojilerinde görülen gelişmeler teknolojik açıdan daha karmaşık kitle iletişim araçlarının icadını sağlar. Bütün bunlar üretimi giderek merkezi hale getirir ve bu üretim ileri düzeyde otomatlaşan fabrikalarda gerçekleşmeye başlar. Üretimin bu fabrikalarda gerçekleştirilmeye başlaması ve bu fabrikaların belirli merkezlerde toplanmasıyla köklerinden koparılan fakir bireyler bu oluşturulan kent merkezlerine doğru göç ederler. Bu büyük merkezlerde düzenin sağlanabilmesi için yasal, mali ve idari alanlarda merkezileşme gerekmektedir. Bu durum kapitalizmin ortaya çıktığı her yerde gereklidir. Bu gereksinim sonucunda ulus devletleri ortaya çıkar ve bütün gücü ellerinde toplarlar. Kapitalizm adım adım modern hayatın her aşamasına yerleşir (Berman, 2019:130-131).

Sosyoloji Profesörü Henry Lefebvre, Sanayi toplumunda, devletin ve akılcılığın öneminin giderek yükseldiği bir süreçte sınai üretimin özellikle modern ülkelerde sürekli arttığını ifade etmektedir. Sanayinin tarımı tamamlamadığını, sınai üretim ve tarımsal üretimin barış içinde bir arada yaşayamayacağını dile getiren Lefebvre, sanayinin tarımsal üretimi yutarak onu sanayileştirmeye başladığının altını da çizmektedir (Lefebvre, 2016: 58).

Sanayi toplumu ya da modern toplum olarak adlandırılan çağı Lefebvre, israf toplumu şeklinde eleştirerek bu toplumda sürekli yeni bir yoksulluk türü ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu toplumlarda temel gereksinimler karşılanmakta fakat kültürel olarak adlandırılabilen ince ihtiyaçlar ve toplumsal olarak adlandırılabilen diğer temel ihtiyaçlar büyük ölçüde karşılanmamaktadır diyen Lefebvre, bu yeni toplum biçiminde yoksulluğun kök salarak genelleştiğini ve beyaz yakalılar gibi yeni toplumsal tabakaları proleterleştirdiğini vurgulamaktadır. Bu israf ya da bolluk toplumu olarak adlandırılabilen toplum modelinde eskiden kıt olan ekmek gibi temel gereksinimler bol olmakla birlikte eskiden geniş olan mekan darlaşmaktadır. Bu toplumda artık buğday boldur ancak kent ve kentleşmeyle birlikte mekan kıtlığı yaşanmaktadır. Mekan kıtlığının yanında zaman da arzular da kitledir ve kıtlığın düzenlenmesi bilim haline getirilerek bilimsellik temelinde meşrulaştırılmaktadır (Lefebvre, 2016: 64-65).

Sanayileşmeyle beraber parasal ilişkiler yüceltilerek insan ilişkileri çökere dayalı bir duruma getirilmekte, insanın insanla kurduğu ilişki insanın nesneyle kurduğu ilişkiye dönüşmekte ve bu durum da insanı ilişkilerin insani yanından uzaklaştırmaktadır. Yine bu dönemde yaygınlaşan kitle iletişim araçlarının da etkisiyle insanların davranışları, tutumları, düşünceleri belli bir standart içerisine girmektedir. Sanayi toplumunun bireyleri topluma ve siyasete aktif bir şekilde katılan kamusal topluma ait bireyler olmak yerine artık kitle iletişim araçlarıyla şekillendirilen kitle toplumu biçimine dönüşmektedir. Modern çağda aile konusunda da üzerinde durulacağı gibi bu gelişmeler sonrasında aile kurumu da hızlı bir değişim içerisine girmeye başlamaktadır. Tarım ağırlıklı olarak sürdürülen köy ekonomileriyle arzu ettikleri kazanca ulaşamayan insanlar şehirlere göç etmekte ancak gelir yetersizliğinden ve şehre uyum sağlayamamaktan kaynaklanan problemler nedeniyle gecekondualarda yaşamaktadırlar. Bu bölgelerde yaşayan aileler modern dönemin aile yapısı olan çekirdek aile yapısına dönüşümü tamamlayamamakta ve geniş aile yaşantısını ve kültürünü sürdürmeye devam etmektedirler (Karakoç, 2017: 209-211).

Kapitalist sistemin hakim olduğu Modern Çağda artık her şey Zygmunt Bauman'ın belirttiği gibi "akışkan"dır. Bauman, kapitalizmin canlı ve cansız her

şeyi tüketim nesnesi haline dönüştürdüğünü belirterek, bu nesnelerin daha kullanıldığı anda kullanışlılığını yitiren nesneler halini aldığını vurgulamaktadır. Bu çağda her şey birer tüketim nesnesi haline gelmekte ve tüketim nesnelerinin belirli ömürleri bulunmaktadır. Ömürlerini tamamlayıp artık tüketilmez konuma geldiklerinde yerini yeni ve henüz kullanılmamış tüketim ürünlerine bırakmaktadırlar.

Her şeyin gelip geçici olduğu ve belli bir tüketim ömrünün bulunduğu bu çağı “akışkan yaşam”, “akışkan modernlik” olarak adlandıran Bauman, bunun modern toplumda yaşanan cinsten bir hayat tarzı olduğunu kaydetmektedir. Böyle bir ortam içinde yaşayan kişilerin davranış biçimleri ve alışkanlıkları rutine dönüşmeden hızla değişmektedir. Yaşamın ve toplumun akışkanlığı bu süreç içerisinde birbirini besleyerek pekiştirmektedir. Akışkan hayat, akışkan modern toplumda olduğu gibi biçimini ve yönünü uzun süre koruyamamaktadır. Bu toplumlarda bireysel başarılar da kalıcı hale dönüşmeden kısa sürede varlıklarını yitirmektedirler.

Akışkan hayat tek cümleyle, “sürekli belirsiz şartlarda yaşanan kararsız ve riskli bir hayat” olarak özetlenebilmektedir.

Akışkan modern toplumda yaşamak bir koşu yarışı içinde yer almaya benzetilebilmektedir. Bu yarış küresel bir rekabetin olduğu ve küresel bir pistte gerçekleşen bir yarıştır. Bu yarış kazanma şansı en yüksek olanlar, küresel gücün en üstünde yer alanlar, mekanın ve zamanın önemli olmadığı, birden fazla mekanı ev olarak kabul etmiş ve tek ve sabit bir evleri bulunmayan kişilerdir (Bauman, 2005: 7-10).

Endüstrileşmeyle özdeşleştirilen modern çağ yalnızca bununla sınırlı kalmamaktadır. Modern endüstrileşmenin haricinde, artan kentleşme, düşünce ve davranışlarda aklın temel olarak alınması, büyü ve dinden uzaklaşma, demokratikleşme, azalan toplumsal farklılıklarla birlikte ortaya çıkan ulus devletleri, bireycilik gibi pek çok olguyu da içermektedir (Den Loo, 1993:114).

Modernleşmeyle birlikte temeli geniş aileye ve akrabalık ilişkilerine dayanan toplumsal yapıdan, temeli yurttaş bireylere dayanan, ulus devlet gibi üst kurumlarla desteklenen toplum düzenine geçilmektedir (Köksalan, 2007: 43).

Modern çağda her grup ulus devlet konumuna gelmeyi amaçlamaktadır. Ancak bu konuda istekli olmayan, asimile olmayı hoş karşılamayan gruplar da bulunmaktadır. Çünkü ulus devleti inşa etmek, yerel ve etnik gelenek görenek, şiveler ve şecerelerin çıkarılıp atılması anlamına gelmektedir. Bu yerel kültürler yerine içişlerine, eğitime, kültürel faaliyetlere yeni bütünleyici unsurların getirilmesi gereklidir. Modernlik ve ulus devleti kavramı pek çok tanımda toplumsal ve kültürel alanların, dinsel kurum ve simgelerden, büyüden arındırıldığı bir çağ olarak ifade edilmektedir. Ancak bu noktada üzerinde durulmayan nokta, “modernlik, “ulusu” aynı yeni otoriteyi, onun aracılığıyla ulus adına konuştuğunu ve hareket ettiğini varsayan insan icadı kurumları yücelterek büyülemektedir.” (Bauman, 2015: 60-61).

Geleneksel toplumlarda üretim biçimleri çoğunlukla alışkanlıklara dayalı geleneksel üretim modelleri biçiminde olduğundan durağandır. Ancak modern döneme hakim olan kapitalist anlayış, üretimin ve üretim teknolojilerinin tekrar tekrar gözden geçirilmesini özendirdiğinden bu dönemde üretim ve buna bağlı olarak bilimin önderliğinde gelişen teknolojiler daha önceki dönemlerin toplamından çok daha hızlı bir seviyededir. Bilim ve teknolojiye yaşanan bu gelişmeler aynı zamanda politik ve kültürel olaylardan hem etkilenmekte hem de onları etkilemektedir. Örneğin bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmelere paralel olarak ortaya çıkan radyo, televizyon, cep telefonları ve internet gibi buluşlar modern iletişim biçimlerinin yaratılması üzerinde etkilidirler. Televizyon ve internet gibi iletişim teknolojilerinin kullanımı dünya hakkındaki düşüncelerimizi ve siyasal alanda yaşanan değişimleri de etkilemektedir.

Modernliğin temelini kapitalizm olduğunu ifade eden Marx, “günümüzde her şey kendi karşısına gebe gibi görünüyor” diyerek maddi ilerlemenin manevi yoksulluğu beraberinde getirdiğinin, bilimsel ilerlemenin kitlelerin cehaletini engellemediğinin, doğanın fethinin insanın köleleştirilmesini beraberinde getirdiğinin altını çizmektedir (Kumar, 1995:115).

Modernizm ve romantizm bahsi geçen çağa egemen olan ve birbiriyle ilintili kavramlardır. Romantizm, tarihsel açıdan somut olanla, çağın yaşam biçiminin gerektirdiği çeşitlilik üzerinde odaklanmaktadır. Modernizmde olduğu gibi evrensel olan ve zaman dışı olana karşı çıkararak göreceli ve zamanla geçici olanla ilgilenmektedir. Kısaca, çağdaş hayatın ve modernliğin farkında olmak anlamına gelen romantizm sanatsal bir biçimde iletilen bugün duygusu anlamına gelmektedir (Kumar, 1995:109).

Modernizmin 20. yüzyılda yaşamaya başladığı dönüşüm, yukarıda anlatıldığı gibi Berman'ın belirttiği modernizmin üçüncü aşamasına denk düşmektedir. Bu yüzyılda Aydınlanma felsefesinin insan doğasına sonsuz ve değişmezlik bakımından ayrıcalıklı bir konum atfetmek artık mümkün olmamaktadır. Bu dönemde estetiğin bilimin, aklın, politikanın üstüne çıkması kültürel modernizme yeni bir rol ve yön kazandırmaktadır. Bu değişimle birlikte Rousseau Descartes'in "Düşünüyorum öyleyse varım" inancının yerini "Hissediyorum öyleyse varım" inancı almaya başlamaktadır. Bu da Aydınlanmanın akılcı ve araççı stratejisinden daha estetik bir stratejiye doğru yönelim olduğunu göstermektedir (Harvey, 2019: 31-32).

Modernleşme süreci beraberinde modern kent kavramını da getirmektedir. Sanayileşmeyle birlikte çalışma alanlarının belirli bölgelerde toplanması beraberinde göç kavramını getirmektedir ve sanayi merkezlerinin çevresine doğru göç etmeye başlayan topluluklar beraberinde kentleşme kavramını ortaya çıkarmaktadırlar.

İnsanlık tarihine bakıldığında insanların yaşadığı çevreyi değiştiren "Tarım Devrimi" ve "Sanayi Devrimi" olmak üzere iki devrimi gerçekleştirdiği görülmektedir. Tarım devrimiyle birlikte insanlar yerleşik hayata geçerek tarım topluluklarını oluştururken sanayi devrimiyle birlikte yaşanan göçlerle modern kentler ortaya çıkmaktadır. Tarıma dayanan geleneksel köy topluluğundan çağdaşlaşmanın temsillerinden birini oluşturan modern kentlere geçiş tarihçiler tarafından önemli bir tarihsel değişim olarak değerlendirilmektedir (Kaypak, 2012:13). Kentleşme, sanayileşme ve ekonomik gelişmelere paralel olarak kent sayılarının artması, örgütlenme ve iş bölümlerine uygun yapıda büyümesi

anlamına gelmektedir. Bu bakımdan kentleşme toplumsal değişimleri hızlandıran ve etkileyen bir süreç olmaktadır (Keleş, 2002:22). Modern kentler denildiğinde sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan sanayi toplumuna ait kentler kastedilmektedir. Modern dönemde kırdan kentlere doğru yaşanan yoğun göç, sanayileşme, makineleşme, politik hareketlerle birlikte yaşanan devasa ölçekteki kentleşme beraberinde psikolojik, sosyolojik, organizasyonel, politik sorunlar, yoksullaşma ve izdihamın neden olduğu derin krizler gibi sonuçları da beraberinde getirmektedir. George Simmel, “Metropol ve Zihinsel Yaşam” isimli makalesinde kentsel yaşamın bireyi getirdiği durumdan bahseder. Burada birey zincirlerinden kurtulup kişisel düzeyde daha ileri bir özgürlüğe kavuşurken, bunun bedeli olarak diğer insanlara birer nesne ve araç olarak yaklaşmaya başlamaktadır. “Anonim kimlikli” diğerleriyle parasal amaçlı soğuk ve kalpsiz ilişkiler kuran bireye dönüşmektedir. Bunun yanında zaman ve mekan algısı da katı bir disipline teslim olarak ekonomik gerçekliğin egemenliği altına girmektedir (Harvey, 2019: 38-40).

Sanayi devriminin getirdiği sonuçlara bakıldığında bu değişimlerin en önde geleni, iş gücünü oluşturan kitlelerin, bulundukları topraklardan ayrılarak devamlı genişleyen sanayi bölgelerine göç etmeleridir. Bu durum, sonunda tarımsal üretimin de büyük oranda makineleşmesine yol açmaktadır. Yaşanan bu gelişmelerin sonucu olarak da kentler hiç olmadığı kadar büyümeye başlamaktadırlar (Giddens, 2019: 15).

Modern görüşün hakim olduğu dönemin kent plancıları, bilinçli bir şekilde “kapalı biçim” tasarımı aracılığıyla metropoller üzerinde bütünsel açıdan hakim olmayı hedeflemektedirler.

Modern kent, kişisel ve politik yaşamın bir arada aktığı bir mekan olarak işlev görmektedir (Berman, 2019: 307). Sanayileşmeye anlamını katan ve onu sürecin önemli bir parçası haline getiren şey kentleşmedir. Teknolojiler toplumlara kentler aracılığıyla girerek bir ortam oluşturmaktadırlar (Lefebvre, 2016: 60,62).

Modern çağda büyüme ve gelişme kavramları önemli bir yere sahiptir. Bu dönemde büyümeden kastedilen şey sanayileşme iken gelişmeden kastedilen şey ise kentleşmedir. Kentleşme, sanayileşmeye anlam veren bir oluşum süreci olarak değerlendirilmektedir (Lefebvre, 2016: 95).

Kentleşme oranı yükseldikçe insanların yaşam biçimlerinde de pek çok değişim meydana gelmektedir. Kentleşmeyle birlikte, yaşanan fiziksel ortam, günlük yaşamda kullanılan ürünler, kılık kıyafet ve tüketim anlayışlarında değişim yaşanmaktadır. Bu değişimlerle birlikte insanların düşünce ve davranış biçimleri ve hayata bakış açıları da dönüşüme uğramaktadır (Sezal, 1992: 86). Yaşanan bu değişimler bireylerin serbest zaman aktivitelerini de etkileyerek kentte yeni bir yaşam standardı oluşturmaktadır (Featherstone, 2005: 169). Sanayi devriminin de etkisiyle iş alanları kentlerde toplanınca kentler modernizmin merkezi durumuna gelerek nüfuslarını hızla artırmaktadır (Harvey, 2019: 39).

Kentleşmeyle birlikte yaşam biçimlerinin değişmesiyle geleneksel toplumlardaki birincil ilişkiler yerini daha resmi ve anonim ilişkilere bırakmaya başlamaktadır. Bu daha az samimi olunan ilişki türleri içerisinde bireyler kişisel problemlerini paylaşma ve güvende olma ihtiyaçlarını daha az karşılar duruma gelmektedirler. Bu ihtiyaçları karşılayabilmek için spor kulüpleri gibi boş zamanlarını değerlendirme kulüpleri gibi kurumlar ortaya çıkmaya başlamaktadır. Kentler kuruluşundan bugüne dek statü farklılaşmalarının yoğun olarak yaşandığı mekanlar olmaktadır. Kentler, fiziki yorgunluk açısından insanların en kalabalık oldukları bölge olmanın yanı sıra sosyal açıdan da kendilerini daha az güvende hissettikleri ve metaya bağımlılıklarının daha yoğun olduğu yerlerdir (Smelser, 1985: 83).

Kent yaşamında sürekli var olan karmaşa, koşturucu durumu içinde yaşayan insanlar, sürekli bir stres, yorgunluk, endişe içerisinde bulunmaktadır. Bu nedenle de kent yaşamının bu olumsuzluklarından uzak durabilmek adına daha güvenli olduklarını düşündüklerinden yalnızlığı seçmektedirler (Çakır, 2013: 62).

Kamusal alanda kendini güvensiz hisseden insanların giderek evlerine kapanarak özel alanlarına çekilmesi önceki dönemlerde keskin bir biçimde var

olmayan kamusal ve özel alan ayrımını da beraberinde getirmektedir. Bu dönemde eve yönelen aile, ev içinde dahi bölümlenmiş özel alanlara sığınmaya başlamaktadır. Geleneksel dönemde bahsedildiği gibi dönemin ev yapısı herkesin aynı odada yer aldığı, evin bugünkü anlamda birbirinden duvarlarla ayrılmış farklı alanlarının bulunmadığı bir yapıya sahipken modern toplumlarda her bireyin kendisine ait bir odası olmaya başlamaktadır (Öztekin, Öztekin, 2010: 532).

Modern toplum denildiğinde akla gelen bir diğer nokta insan-doğa ve insan-insan ilişkileridir. Modern insanın doğayla olan ilişkisini belirleyen önemli bir özellik, insanın kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve amaçlarını gerçekleştirebilmek için çevresine egemen olabilmesidir. Modern toplum içinde insan bir birey olarak algılanmakta ve bireyler arası ilişkiler önemli duruma gelmektedir (Göker, 1990: 26).

Ancak doğaya karşı kazanılan üstünlüğün doğayı kucaklamak şeklinde değil de ona hakim olma biçiminde gelişmesi, kendini doğanın bir parçası olarak görmeyen birey ve toplumların doğal kaynakları bilinçsizce tüketmesine, havayı suyu toprağı kirletmesine ve doğal kaynakları bir daha yerine getirilemeyecek şekilde kullanmasına neden olmaktadır. İnsan görünüşte biyolojik ve coğrafi çevrenin egemenliği altından çıkarken aslında gerçekleşen durum kendi teknolojik cihazlarına, diğer insanlara ve hatta kendisine dahi daha bağımlı hale gelmektedir (Tehrani, 1983: 100).

Rasyonelleşmeyle birlikte bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmeler geleneksel toplumlarda ve ilişki biçimlerinde yaşanan yüz yüze “sen-ben” ilişkilerinin yerini bürokrasinin uzak ve işlevsel “ben-o” ilişkilerine bırakmasına neden olmaktadır.

Bu noktalardan bakıldığında modern hayat bazı düşünürlerce özgürlük getirici bir hayat olarak görülse de geldiği noktada kendisine karşı bir mücadele verilerek kazanılabilecek bir durum haline gelmektedir. Özünde bakıldığında modernlik, bireyleri aile, kabile gibi çeşitli grupların denetiminden çıkararak ve çeşitli görüşleri, düşünce yapılarını ona sunarak özgürlük getirmektedir. Bu özgürlüklerin beraberinde gelen bireyselleşme modern toplumlarda bireyciliğin ön

planda olduğu sistemleri ortaya çıkarmaktadır. Bireyselleşmenin ön plana çıkması zamanla bireyi yalnızlaştırarak yabancılaşmasına neden olmaktadır (Berger, 1985:218).

Bunun bir nedeni de, bu dönemdeki ilişki biçimlerinin modernleşme öncesi dönemin kapalı, küçük ve dayanışmaya dayanan cemaat yapısından farklı olarak daha az dayanışmaya dayanan, karmaşık ve birbirinden daha ayrıık iletişim ağlarıyla yürütülmesidir. Bu çağda ilişki biçimleri karmaşık ve mesafeli olmakla birlikte aynı zamanda insanların hayatlarında ve kariyerlerinde oluşan değışmelere bağlı olarak da değışkenlik göstermekte ve sürekliliğini yitirmektedir (Loo, Reijen, 2003: 30, 86).

Modern Çağın bireyleri, var olan dünyayı bir gösteri dünyası biçiminde algılamaktadır. Birey için önemli olan sevgi, güzellik, dürüstlük, hakikat gibi değerler sosyal ilişkileri yürütebilmek amacıyla kullanılmaktadır. Amacı sosyal ilişkilerini esnek bir yapıda sürdürebilmek olan modern çağın bireyi bu açıdan güçlü bir iletişimci olduğu gibi aynı zaman da Erwing Goffman' a göre sahtekarlıktır da. Birey sosyal yaşamını kendi istediği özelliklerini ön plana çıkarıp istemediklerini geri planda bırakacak şekilde sürdürebilmek amacıyla çeşitli maskeler kullanarak kişilerarası iletişimini yürütmektedir. Bireyler, kamusal alana katıldıklarında belirli bir rol üstlenerek davranış biçimleriyle, giyim kuşam ve konuşma şekilleriyle kendileri hakkında diğer insanlara çeşitli mesajlar vermektedirler. Vermek istedikleri mesajla çelişen her türlü özelliklerini ellerinden geldiğince saklama eğilimindedirler. Kamuya ıkma şekilleriyle kimliklerinin vurgulamak istedikleri yönlerini vurgulayarak taktıkları maskeyle kendilerini göstermek istedikleri biçimde sergilemektedirler.

Modern dönemde birey gerçeği ararken ya da yargılarken geleneksel değer ya da normlar yerine öznel değer ve duyguları kriter olarak almaktadır. Bu da modern dönemin tüketimci ahlak yönünü daha da beslemektedir (Loo, Reijen, 2003:152-153).

Modern dönem bireyi özgürleştirmenin yanında ona ihtiyaç duyduğu güven duygusunu gerçek anlamda verememektedir. Modern çağın insanı tüm

enerjisini kendisi için olumlu bir imaj kurmak için sarf etmektedir ancak gerçekte kendisini hiçbir zaman yeterli görmemekte ve güven duymamaktadır. Takındığı maskelerle bu güven ve özgüven eksikliğini örtmeye çabalamaktadır. Modern birey her ne kadar sürekli olarak bireyselliğini ön plana çıkararak ben ve diğerleri gibi bir ayrım yoluna gitse de bu onun kendisine yeterli olduğu ve diğerlerine ihtiyaç duymadığı anlamına gelmemektedir. Kendinde olduğunu düşündüğü eksik yönleri tamamlamak ve kimliğini oluşturabilmek için başka insanların hayranlığına ve beğenisine gereksinim duymaktadır. Özel hayatında kendisi gibi olan insanlarla bir arada bulunarak bu hayranlığı garanti altına alma çabası içinde bulunan birey kendisini yalnızca burada güçlü hissetmektedir (Loo, Reijen, 2006:191).

Modernizm bireyi mekanikleştirdiği ve bir anlamda kendisine bağımlı bir köle haline getirdiği için birey ne kadar özgürüm ve bağımsızım dese de dediği oranda başkalarına ve kendine de o oranda bağımlı hale gelmektedir. Bu çağda yaşayan bir birey artık yaşamını belirli bir plana ve programa göre düzenlemek durumundadır (Harvey, 2019:120).

Modern çağ özünde başta bilim olmak üzere birçok önemli başarıların gerçekleştirildiği bir çağdır. Ancak bu büyük başarıların yanında büyük acılar, savaşlar, soykırımlar ve çeşitli insan trajedileri de yaşanmaktadır. Kapitalizmin ortaya çıkışı ve yükselişi yukarıda da bahsedildiği gibi pek çok problemi beraberinde getirmektedir. Temel ahlaki dayanaklarından biri hümanizma olan modern çağa bakıldığında her yönüyle hümanist olmadığı görülmektedir (Şaylan, 2009:143).

Modernizmin arkasından gelerek onun eleştirmenliğini yapan post-modern görüşe karşı çıkan Habermas, modernizmin tüm aşamalarının henüz gerçekleşmediğini ve kendisine yöneltilen saldırıları hak etmediğini vurgulamaktadır. Habermas'a göre, modernleşmenin olgunlaşmasıyla birlikte kamusal alan tüm yönleriyle işlemeye başlayacak ve demokrasinin gelişimiyle insanın mutluluğu ancak o zaman gerçekleşebilecektir (Güngör, 2019:261).

2.3.2. Dönemin Aile Yapısı

Modern çağda aile başlığı altında araştırma yapılırken, burada kent ailesinin genel özellikleri dikkate alınmaktadır. Ne modern çağda ne de diğer dönemlerde tek bir aile yapısından bahsedilemeyeceği gibi bir çağa baskın gelen aile yapısı sadece o çağda görülmemektedir. Burada kent yapısına hakim olan çekirdek aile yapısı ve bu ailenin genel özellikleri incelenirken diğer aile türlerinin de varlığını sürdürdüğü gerçeği bilinmektedir. Bunun yanında çekirdek aile kavramının temelini oluşturan anne baba ve evlenmemiş çocukların bulunduğu bir evde yaşama kriterini sağlamanın yanında yaşayış olarak geleneksel aile hayatını sürdüren aileler de mevcuttur.

Sanayi öncesi dönemde toplumların sınıfsal bir yaşam biçimi olduğu bilinmektedir. Modern dönemde her ne kadar bu şekilde bir sınıf ayrımı olmasa da temeline bakıldığında sınıf ayrımlarının devam ettiği, sadece oluşum biçimlerinin değişerek varlığını hissettirdiği görülmektedir.

Eski dönemlerde sınıf ayrımları toprağa bağlıyken modern toplumlarda kendini hissettiren sınıf farklı gelir miktarına hatta yalnızca gelir miktarına değil gelirin niteliğine (ödeme şekli: maaş, saat başı, yıllık, aylık ödeme gibi), işletilmesine göre de belirlenmektedir. Modern çağda yer alan sınıflara bakıldığında orta sınıf ve burjuva sınıfının ön plana çıktığı görülmektedir. Bunun yanında köylüler ve yeni bir sınıf kabul edilebilecek işçi sınıfı da yer almaktadır (Lefebvre, 2016:46). Marx'a göre makineler nasıl modern dönemin icadıysa işçilerde aynı biçimde modern dönemin icadıdır (Berman, 1992: 46)

Orta sınıf ve burjuva sınıfı daha yüksek bir akılcılığa sahip olarak görülmektedir. Bu iki sınıfta da aile babası kavramı bulunmaktadır ve bu statüde yer alan baba, eş, parayı yöneten kişidir ve ailenin bakımı için gereken parayı eşine vererek artan kısmı birikim için ayırmaktadır. Tipik burjuva ailesi tasarruf ederek yatırımlar yapar ve ailesi için mülk, miras oluşturmayı hedef edinmektedir.

Köylülerin sahip oldukları para miktarı az ve paranın idaresi kadında bulunmaktadır. Kadının görevleri ev ve bahçe işleriyle uğramak erkeğin göreviyse toprağın işlenmesinin idaresi biçimindedir. İşçi sınıfı ise, para biriktirmesinin

olanaklı olmadığı, günü gününe yaşayan bir sınıf olarak ön plana çıkmaktadır. Ücretin büyük kısmını kadın almakta ve erkek iyi bir koca, kadın da iyi bir ev hanımı gibi davranmakta ve paranın idaresini elinde tutan kadın ufak tefek zevkleri için kocasına ödeme yapmaktadır (Lefebvre, 2016: 46).

19. yüzyılda şehirleşme ve endüstrileşmeyle birlikte yapısal olarak ailede de değişimler meydana gelmektedir. Kozmopolit kültürlerin karmaşık yapısı geniş ailelerin bir arada tutunması zorlaştırarak geniş ailelerde bölünmelere neden olmaktadır. Bu bölünmelerin de etkisiyle çekirdek aile yapısı giderek artmaya başlamaktadır. Çekirdek aile, geniş ailenin parçalanmasıyla ortaya çıkan bir yapı olmaktan çok daha fazlasını içermektedir. Bu aile modeli, büyük şehirlerle, kişilerin dışında oluşan bürokrasilerle, büyük iş bölümleriyle şekillenen yeni toplum yapısına karşı oluşturulan bir modeldir. Çekirdek aile yalnızca 19. Yüzyılda ortaya çıkan bir aile modeli olmamakla birlikte bu yüzyıldan itibaren işlevleri değişen bir kentsel aile modelidir. Aile aslında bu dönemde toplumda yaşanan ekonomik ve kültürel değişimlere katılım sağlama amacıyla değil, bu duruma karşı koyabilmek amacıyla kullanılan bir araç olarak oluşturulmaktadır. Burada aile, özel hayatın dışındaki alana karşı oluşturan bir sığınak ve barınılacak mekan olarak görülmektedir. Bu ilk yüzyılda çekirdek aile yapısına bakıldığında aslında kadınların ve çocukların korunma amacıyla toplumun genelinden koparıldığı mekanlar olarak yer almaktadır. 19. yüzyıl çekirdek ailesi, güvensiz olarak görülen kamusal alandan kendi kabuğuna çekilerek kendi içerisinde güçlenen bir yapı olarak görülmektedir. Aile içindeki üyelerin azaldığı bu aile tipinde aile içinde bireylerin üstlenmesi gereken roller de azalmaktadır. Yetişkinlerin eş ve ebeveyn olmak üzere rollerinin iki temel noktada sabitlendiği görülmektedir (Sennett, 2019: 231-232).

Endüstrileşmeyle birlikte modern çağda ekonomik etkinliklerin aileden ayrılmasıyla aile yeni bir yapılanma içine girerek aile içindeki bireylerin psikolojik doyumlarıyla ve çocukların gelişimiyle ilgilenen bir kuruma dönüşmektedir. Aile büyüklerinin çocuklar üstündeki denetimi azalarak, kadınların iş yaşamına dahil olmasıyla kadınlar, kocalarına daha az bağımlı duruma gelmektedirler (Smelser, 1983: 80).

Bunun sonucunda modern çekirdek ailelerde, aile üyeleri aile içinde yaptıkları işlerin dışına çıkarak farklı mekanlarda çalışmaya başlamaktadırlar. Emeğin aile dışına çıkarak metalaştırılması ailenin ekonomik olarak bağımsız bir kurum olma özelliğini ortadan kaldırdığı gibi pek çok açıdan aile düzenini ve ailenin görevlerini de etkilemektedir. Bunun yanında meydana gelen bu değişimler aileye farklı ve daha iyi işlerle ilgilenebilmek için de yeterli hareketlilik alanı sağlamaktadır. Bu dönemde kadınlar bağ, bahçe, tarla gibi işlerin dışında çalışmaya başlayarak yeni roller ve statüler edinerek daha eşitlikçi bir konuma kavuşmaya başlamaktadır (Canatan, Yıldırım, 2018: 87).

Önceki dönemlerle karşılaştırıldığında babanın iş yerinin evden artık daha uzak olması, evin önceki anlamındaki şekliyle tam bir mahremiyet alanı olmaması, ailenin küçülmesi, akrabaların artık aynı çatı altında yaşamaması gibi durumlar çocuğun anne ve baba arasındaki gerginliklere doğrudan maruz kalması sonucunu beraberinde getirdiği bir ortamda çocuğun da aile bireylerinin de öz bilinçleri giderek artmaktadır (Riesman, 2016: 61).

Endüstrileşmeyle birlikte dışa kapalı olan geleneksel aile yapısı sanayileşmenin yarattığı gereksinimlerin gerisinde kalmaya başlamaktadır.

Bunun sonucu olarak geleneksel ailedeki üyelerin aile için aile içinde üretim biçimi geçerliliğini yitirmeye başlayarak üretimin aile dışına çıkması aileyi tüketim birimine dönüştürmektedir.

Endüstrileşme, yaşam şekilleri ve bireysel ihtiyaçları da dönüştürerek bireyselliğin ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Bireyselliğin ön plana çıkması, toplumsal statülerde yaşanan değişimlerle birlikte geleneksel geniş aile yapısından modern çağın aile yapısı olan çekirdek aileye geçiş başlatmaktadır (Giddens, 2012: 151).

Çekirdek aile, anne baba ve henüz evlenmemiş çocuklardan oluşan en küçük aile birimidir (www.tdk.gov.tr). Çekirdek aile yapısı tüketici özelliğiyle birlikte sanayileşmenin beraberinde getirdiği tüketim toplumuna uyarlanmış bir aile yapısıdır. Çekirdek aile de geniş aile yapısı gibi ekonomik ve sosyal şartlara uyum sağlayabilmek amacıyla geliştirilmiştir. Çekirdek ailenin kökenine

bakıldığında Batılı endüstri toplumlarına dayandığı görülmektedir (Canatan, Yıldırım, 2018: 74-75).

Çekirdek aile, hane halkı sayısı az olan, sanayi, ticaret ya da hizmet sektöründe çalışıp kentlerde yaşayan, karar alma yetisinin aile üyeleri arasında paylaşıldığı ve akrabalık ilişkilerinin geleneksek aile modeline oranla daha az hale geldiği aile modeli olarak da tanımlanmaktadır. Bu aile modelinde en fazla iki farklı kuşak bir arada yaşamaktadır (Çimen, 2008: 30).

Çekirdek aile ortaya çıktığı ilk dönemde çalışma ve iş bölümü açısından tam olarak modern aile tipini yansıtmamaktadır. Bu ilk dönemde baba yine aile reisi olarak dışarıda ailesi için para kazanırken, anne ev işleriyle ilgilenmektedir. Buna rağmen çekirdek aileye geçiş sosyal değişim açısından önemli bir basamaktır. Endüstrileşmeyle birlikte ekonomik faaliyetleri azalan çekirdek aile döneminde aile içi dayanışma azalarak eşlerin rolleri birbirine yaklaşmaktadır (Erkan, 1991:166).

Endüstrileşmeyle birlikte insanların çalışma alanları ev dışındaki fabrikalara ya da çeşitli iş yerlerine taşınmaktadır. Maaşla çalışmaya başlama ev üretiminin yerine ekonomik temele dayanan paranın ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Böylece aile bireyleri, dışarıda çalışan üyelerin eve getirdikleri maaşlara bağlı olarak yaşamaya başlamaktadırlar. Modernleşme sürecinin başında erkekler iş yaşamında ayrıcalıklı konumda yer almaktaydılar ve ekonomik açıdan problem yaşanmadığı sürece kadınlar çalışmamaktaydı. Bu da bu ilk dönemlerde kadınların erkeğin kazancına bağlı kalması sonucunu doğurmaktadır. Daha sonraki yıllarda kadınların da iş hayatında daha fazla yer edinmeye başlamasıyla birlikte kadınlar, kendilerine ödeme yapılan çalışanlar ve ödeme yapılmayan ev kadınları şeklinde iki farklı role bürünmektedirler (Canatan, Yıldırım, 2018: 76).

Genellikle hizmet sektöründe ya da kamusal alanda çalışan çekirdek aile kadınları bürokrasinin çoğunlukla alt ya da orta katmanında bulunmaktadır. Hem ev kadını hem de iş sahibi bir kadın olabilen kadınların aile içindeki statüleri de yükselmektedir. Bu kadınlar çoğunlukla artan gereksinimler nedeniyle aile ekonomisine destek amacıyla çalışmaktadırlar (Çimen, 2008: 30).

Yukarıda da belirtildiği gibi sanayileşmeyle birlikte ev, üretim birimi olmaktan çıkıp tüketim yeri haline gelmeye başlayınca bugünkü anlamda ev işyeri kavramı ortaya çıkmaya başlamaktadır. Sanayileşmeden önce kadının daha çok alanı olarak görülen ev işleri zor ve zahmetli bir yapıya sahipken, sanayileşmeyle birlikte daha kolay hale gelmektedir. Örneğin, çamaşır yıkamak önceleri ağır ve güç gerektiren bir işken, sıcak ve soğuk akan suyun musluklara kadar getirilmesi, bu işi yapan makinelerin ortaya çıkması gibi yenilikler, bu iş için suyun taşınması, ısıtılması, odunun kesilmesi, sobanın yakılması gibi işleri gereksiz hale getirmektedir.

Çamaşır makineleri, elektrik süpürgeleri ve bulaşık makineleri gibi işgücünden tasarruf sağlayan yeniliklerden sonra bile kadınların ev işlerine harcadıkları zamanın pek de değişmediği gözlenmektedir. Makineler ağır nitelikli işleri ortadan kaldırdıkça bunların yerini yeni işler almaya başlayarak çocuk bakımına, alışverişe, yemek yapımına ayrılan süre hep artmaktadır (Giddens, 2012: 792).

Her ne kadar çekirdek aile özellikleri bakımından ve ailedeki iş bölümü açısından başlangıçta geleneksel aile tipine benzer özellikler sergilese de kadının iş yaşamına girmesiyle birlikte zaman içerisinde bu durum değişime uğramaktadır. Artık evlilik bağları cinsel çekim gücü ve aşka dayalı bir biçimde oluşturulmaya başlamaktadır. Bu aşamada çekirdek aile birbirine daha çok duygusal bağlarla bağlanan, ev mahremiyetinin üst noktalara çıktığı, çocukların yetiştirilmesinin ve eğitimlerinin önemli olmaya başladığı bir seviyeye ulaşmaktadır (Giddens, 2012:250).

Endüstrileşmeyle birlikte toprağa olan bağımlılığın azalması, ortaya çıkan yeni iş kolları, kurulan fabrikalar ve bu alanlarda çalışma isteği beraberinde göç kavramını getirmektedir. Göç ile birlikte yeni iş olanaklarının bulunduğu bölgelerde toplanmaya başlayan aileler kentlerde kent kültürünü benimsemeye başlamaktadırlar.

Modern çekirdek ailelerin temel özelliklerine bakıldığında temelinin eş seçme özgürlüğüne dayalı olduğu görülmektedir. Arkadaşlık temeline dayanarak

eşlerini seçen bireyler evlendikten sonra her iki tarafa da bağlı olmadan, eşler arasında eşitliği seçerek ayrı bir evde yaşamlarını sürdürmektedirler. Yine bu evde evlenmemiş çocuklarıyla birlikte yaşayan ebeveynler kentsel yaşamın gerekliliğine uygun bir tarzda yaşamaktadırlar (Güler, Ulutak, 1992: 57).

Eş seçimi tarım toplumlarıyla karşılaştırıldığında daha geniş bir alanda yapıldığından eşler arasında kültürel farklılıklar meydana gelmektedir. Bu kültürel farklılıklar eşler tarafından bir üst kültürle bütünleşip sahip oldukları değerleri rasyonelleştirmeleriyle birlikte giderilmektedir. Çocuklara öğretilecek değerlerde de bu duruma dikkat edilmektedir. Yine bu dönemde önemli olan ulus olma değerleri de çocuklara aile içinde ve okulda aşılanmaktadır.

Modern dönem içerisinde kadın ve erkeğin sahip olduğu rollere bakıldığında, post modern döneme kıyasla daha belirgin ve birbirinden ayrıştırmış roller olduğu görülmektedir. Genel yapıda erkek evini geçindiren kadın ise ev işleri ve çocuk bakımını üstlenen rollere sahiptirler (Canatan, Yıldırım, 2018:170).

Değişen ekonomik koşullar ve yaşam biçimleriyle birlikte devlet, toplumun kurumsal görevlerini kendi üzerine almaktadır. En basitinden geleneksel ailede aile bireylerinin ve özellikle de çocukların eğitimi aile içinde gerçekleşirken yeni toplumsal düzende ve aile yapısında bu görev eğitim kurumlarına bırakılmış durumdadır. Bu şekilde çocuklar artık zamanının büyük bölümünü aile içinde geçirmemeye başlamaktadır (Demirbilek, 2005:175).

Modern Çağ'la birlikte ailenin işlevlerinde bu şekilde azalma ve sadeleşmeler olduğu görülmektedir. Eğitim işlevini okul, arkadaş grupları gibi kurumlara bırakan ailenin elinde görece olarak çocuğun sosyalleşmesi yetişkinler arasındaki duygusal ilişkilerin dengelenmesi kalmaktadır (Canatan, Yıldırım, 2018:75). Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yeni iletişim ortamlarının kurulması çocuğun sosyalleşmesi üzerinde de ailenin etkisini azaltmaktadır.

Modern çağda, çocukluk kavramı insan hayatına ait değişik ve taşıdığı birçok özellik bakımından eşsiz bir dönem olarak keşfedilerek bu dönem önemli hale gelmektedir. Oluşmaya başlayan çocukluk dönemi kavramıyla birlikte

çocuklara verilen önem bir yandan artarken diğer yandan yine aynı nedenlerden dolayı çocuk sahibi olmaya kuşkuyla yaklaşılmaya başlanmaktadır. Çünkü bir çocuğa sahip olmak demek yetişkinlerin hayatlarındaki serbest zaman ya da boş zamanların yeniden düzenlenmesi anlamına gelmektedir. Çünkü bu dönemde çocuk eğitime ve yetiştirilmesine verilen önem artmakta ve çocuklara güvenilmeyerek kendi hallerine bırakmadan her anları kontrol altına alınıp gözetlenmektedir (Giddens, 2012: 104-111).

Çocukların ebeveynler için değerli birer varlık haline geldiği bu dönemde Orta Çağ'daki durumun tersine çocuk ve anne baba arasında duygusal açıdan derin ilişkiler oluşmaya başlamaktadır. Ailelerin yalnızca çocukların hayatta kalmasına yönelmedikleri bu çağda çocukların toplumda saygın bir yer kazanması için eğitimlerine verilen önem de artmaktadır (İnal, 2007: 18).

Postman'a göre çocukluk kavramında yaşanan değişimde matbaanın icadı önemli bir role sahiptir. 16. yüzyılda icat edilen matbaa yeni bir iletişim ortamı yaratarak bu ürünleri tüketebilmek için okuma yeterliliğini gerekli kılmaktadır. Okuma yeterliliğine dayanan yeni bir yetişkinlik anlayışı okuma yetersizliğine dayanan yeni bir çocukluk anlayışı yaratmaktadır. Bu durum da çocukların statülerinde bir değişime gidilmesine neden olarak çocukların yetişkinler dünyasından çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Yaşanan bu durum okullaşma ve çocukların okullara gönderilmesi anlayışında farklılıklar oluşturarak okula giden çocuklar ile anne babaları arasında mesafe oluşmasını sağlamaktadır (Postman, 1995: 31).

Modern dönemde Ortaçağın aksine çocuklar rahat hareket edecekleri kendilerine özgü kıyafetler giymeye başlamaktadırlar. Çocukların eğlence anlayışlarının da değiştiği bu çağda yetişkinlerle çocukların dünyası ayrılarak yeni bir çocukluk anlayışı ortaya çıkmaktadır. Çocukların yanında yapılması gerekenler ve yapılmaması gerekenler kurallaşarak çocukların dünyası ayrı kılınmaktadır.

Evlenme yaşının da daha ileri yaşlara ertelendiği dönemde pazarlığa dayalı olarak gerçekleştirilen evliliklerin yerini aşk evlilikleri almaya başlamaktadır (Öztürk, 2017:2070).

Üretimde ileri teknolojilerin kullanılmaya başlamasıyla birlikte yaşam koşulları da karmaşıklaşmaya başlayarak bu karmaşık hayata çocukları hazırlama gereksinimi ortaya çıkmaktadır. Bu da okullaşma oranlarını ve çocukların okullara gönderilme gereksinimlerini daha da artırmaktadır. Okullaşmanın artmasıyla birlikte çocukluk dönemi iyice belirginleşmeye başlamaktadır.

Ortaçağ döneminde günahkar olarak görülen çocuklar 19. yüzyıldan itibaren masum varlıklar olarak kabul edilmeye başlanmakta ve yine bu yüzyıl ve özellikle de 20. yüzyılla birlikte çocuk bilimsel olarak incelenen bir alan durumuna gelmektedir.

Yine bu dönemlerde, geleneksel çağlardakinden farklı olarak çocuklar yaşlılık yılları için birer sosyal güvence olarak görülmeyip duygusal yatırım aracı olarak görülmeye başlamakta ve çocukların eğitime verilen önemin artması, eğitim sürelerinin uzamasıyla birlikte çocukların çalışma yaşamına başlama yaşları yükselmektedir. Çocukların yetiştirilmesine verilen önemin artmasıyla birlikte çocuklar yetişkin topluluklarından uzaklaştırılarak farklı bir statüye kavuşturulmaktadır. Eğitimin tüm çocuklara zorunlu hale getirilmesiyle de eğitim kimi toplumsal sınıflar için ayrıcalık olmaktan kurtulmaktadır (Spring, 1991: 85).

Artık yeni ekonomik ve sosyal şartlarla birlikte önemleri giderek artan çocuklar rahat bir yaşama kavuşmaktadırlar. Genç kızlar evlerinde köle gibi çalışmak, erkekler çocuklar da gazete dağıtma gibi ekonomik getirisi olan işlerle uğraşmak zorunda kalmamaktadırlar. Çocukların ekonomik değer olarak görülmekten vazgeçildiği bu dönemde aynı zamanda ebeveynler kendilerini çocuklardan üstün görmeyi bırakmaktadırlar. Çocuklar isteyerek dünyaya getirilip eşit ilgiyle büyütülmektedirler. Anne babaların çocuklarına yaklaşımlarında meydana gelen bu görüş değişiminde kitle iletişim araçlarının da rolü bulunmaktadır. Anne ve babalarından pek çok konuda daha bilgili olan çocuklar, medya araçları ve yaşlılarından öğrendikleri davranış kalıplarını ebeveynlerine

karşı koz olarak kullanmaya başlamaktadırlar. Bunun yanında anne ve babalar da çocuk yetiştirmeye yönelik yaşadıkları zorlukları aşmak için çeşitli medya araçlarına başvurarak kimi problemlerle bu şekilde baş etme yoluna gitmektedirler (Riesman, 2016: 72-74).

Geleneksel topluluklarda ebeveynler kendilerini bireysel bir varlık olarak görmemektedirler. Kendi kaderleri üzerinde etkili olabilecekleri veya çocuklarının kaderlerinin kendilerinden farklı olabileceği düşüncesine sahip değildirler. Modernleşmeyle birlikte yaşanan toplumsal, siyasal ve teknolojik dönüşümle birlikte insanlar kendi hayatları üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmaya başlamakta ve çocuklarını da kendilerine ait yaşamları, kariyerleri olabilecek bireyler olarak kabul etmektedirler. Tarımda meydana gelen düşüş ve sanayileşmenin ileriki dönemlerinde meydana gelen yaşam koşulları ve çalışma şartlarındaki düzenlemelerle çocuk işçiliğinin son bulması, çocukları iktisadi bir değer olarak görmekten çıkarmakta ve çocuğa verilen değer artmaktadır (Riesman, 2016: 37).

Geleneksel çağda toplumsal ilişkilerin daha kesin sınırlar içerisinde belirlendiği ve mekanik bir dayanışma anlayışına dayanan cemaat toplulukları bulunmaktaydı. Modern dönemle birlikte ortaya çıkan cemiyet kavramı duygu yerine aklın egemen olduğu, iş bölümü ve organik ilişkilere dayanan toplulukları ortaya çıkarmaktadır. Bu değişim süreci içerisinde toplumda var olan güven kavramı da dönüşüme uğramaktadır. Güven duygusuyla bireyin benlik inşasının yakından ilişkili olduğunu vurgulayan Giddens, bu durumu kamusal alan ve mahremiyet anlayışının dönüşümü olarak belirtmektedir. Kamusal alanın giderek kurumsallaşmasıyla birlikte özel alanlar giderek azalmakta ve referans noktalarını kaybederek insanın kendi özneline doğru kaçmasına neden olmaktadır. Bu süreç içerisinde arkadaşlık kavramı da anlam kaybına uğramaktadır. Cemaat toplumlarında arkadaş karşıt kavramlar olarak ifade edilen düşman ve yabancı kavramları tanıdık, tanınmayan biri, meslektaş gibi kavramlara dönüşmektedir. Bu yapı içerisinde kişisel güvenin yerini soyut kavramlar, yapılar almaya başlamaktadır ve bu soyut sistemlerin sağlayacağı güven hissi geleneksel

toplumlardaki güven ve mahremiyet duygularını sağlayamamaktadır (Giddens, 2012:104-111).

Bu durum bireyi kamusal alanın yok olduğu bir mahremiyet toplumunda yaşamak zorunda bırakmaktadır. Yaşanan bu süreç içerisinde, kamusal alan istikrarsız ve ahlaki olarak düşük bir durumdayken aile, bireyin benliğini koruyabilmek için her türlü kötülükten uzak, yüksek ahlakın bulunduğu bir sığınma noktası durumuna gelmektedir. Kamusal alanlardan uzaklaşarak kendi evlerine çekilmeye başlayan insanlar kamusal alanlardan çekilerek sessizleşirler. Bu dönem içerisinde kamusal alan yabancıların yer aldığı ve onlarla konuşmamanın kural haline geldiği bir yapı halini almaktadır (Sennett, 2019: 44).

Çekirdek aile genel özelliklerine bakıldığında ailenin modernleşmeyle birlik kazandığı bir özellik olmanın yanında modernliğin idealize edildiği bir aile tipidir. Üye sayısının az olduğu, aile üyeleri arasında eşitliğin ve ebeveynler arasında eşit rol dağılımının bulunduğu, aile üyelerinin her birinin birey olarak kabul edildiği ve evliliklerin daha geç yaşlarda yapıldığı bir aile modeli olan çekirdek aile zaman içerisinde kent ailesi olarak da anılmaya başlamaktadır. Çoğunlukla sanayi toplumuyla beraber ortaya çıkan kentlerde yaşamını sürdüren bu aile türü modern kentin özelliklerinden beslenmektedir. Yaşanılan kente hakim olan yaşam biçimi ve kentin sosyal özellikleri aileyi etkisi altına almaktadır (Canatan, Yıldırım, 2018: 76).

Modern aile, kent ailesi, çağdaş aile gibi isimlerle de anılan çekirdek ailelerin yer aldığı teknolojik toplumlarda “ben” duygusu egemendir ve demokratik temelli bir eşitlikçi yapıya sahiptir. Sosyal ilişkilerin akıl ve mantık temeline dayandırılarak yürütüldüğü bu aile yapısında daha esnek ve yapılandırılmış ilişkiler görülmektedir. Aile üyeleri kendilerini hem bir ailenin üyesi gibi hem de bağımsız birer birey olarak görebilmektedirler. Ekonomik güçlerin paylaşıldığı ve kararların hep birlikte alındığı çekirdek ailelerde bireysel gelişime de önem verilmektedir (Çimen, 2008: 30).

Kısaca ifade edilecek olursa, geleneksel toplum yapısının üretim anlayışından, yaşam tarzından, inanış biçiminden yenilerine geçme gayreti olarak

adlandırılabilen olan modernleşme sürecinde, insan ve hayvan gücüne dayalı tarım toplumu anlayışından makine enerjisine dayanan sanayi dönemine geçilmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak kendine dönük ve yeterli bir pazar ekonomisinden kara dayalı ve tüketimi temel alan bir ekonomik sistem kurulmaya başlamaktadır. Bu süreç içerisinde üretim, kentleşme ve göç başta olmak üzere sosyal alanda pek çok değişim meydana gelmektedir. Aydınlanma hareketine paralel olarak başlayan bu süreçte bireyselleşme, hümanizm, pozitivizm, rasyonalizm gibi düşüncelerin yaygınlaşmasıyla entelektüel bir dünya oluşmaktadır. Böyle bir süreç içerisinde aile birimi de küçülüp parçalara ayrılmakta, mahremiyet ilişkileri değişerek kadın erkek ilişkilerinde özgürleşme yaşanmakta, üretimden tüketime yönelen bir aile yapısı ortaya çıkmakta ve aile bireyleri özgürleşmektedir (Canatan, Yıldırım, 2018:124).

2.3.3. Dönemin Medya ve Serbest Zaman Etkinlikleri

Antikçağ dönemine bakıldığında önceki bölümde de aktarıldığı gibi çalışma kölelere özgü bir etkinlik olarak görülmektedir. Yine benzer bir biçimde Ortaçağ döneminde de çalışma her kesimin yaptığı bir etkinlik olarak kabul edilmemektedir. Bu dönemde çalışma, geleneksel yaşam standardını sağlamak amacıyla yapılan ve tüm zamanı kapsamayan bir alan olarak görülmektedir. Ancak sanayi devrimiyle beraber çalışmanın anlamı değişmeye başlamaktadır. Bu dönemde çalışma belirli saatlerde ve ev dışında yapılmaya başladığından bireyler ücret karşılığı çalışmaya başlamaktadır ve bu durum da çalışma ve serbest zamanı birbirinden ayırmaktadır. Önceki dönemlerde çalışma aile içinde şenlikli bir biçimde ritüellerle yapılmaktayken, makineleşmenin getirdiği yeni iş bölümüyle birlikte çalışma eğlenceli olmaktan uzaklaşarak sıkıcı ve tekdüze bir iş halini almaktadır (Aydoğan, 2019: 79-83).

Endüstrileşme öncesi dönemlerde kişinin kendisini geliştireceği entelektüel zaman dilimi olarak görülen serbest zaman kavramı bu süreçle birlikte anlamını yitirmeye ve dinlenme zamanı, tüketim zamanı olarak görülmeye başlamaktadır. Endüstrileşmeyle beraber çalışmanın önemi giderek artmakta ve toplumları bir arada tutmanın yolu olarak modern dönemin dayanaklarından biri durumuna gelmektedir. Endüstrileşmenin bu ilk dönemlerinde çalışmaya atfedilen

anlamla birlikte insanların manevi olarak gelişmesi için ayrıca bir zamana ihtiyaçları olmadığı düşüncesinden yola çıkarak serbest zaman çalışma zamanı içerisinde eritilmektedir (Bahadır, 2016:108-109).

Zaman kavramına bakıldığında önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi modern öncesi toplumlarda mekanla ilişkilendirilmektedir. Bu dönemlerde zamana bağlı örgütlenmeler mevsimsel olarak ve kilise takvimine göre ayarlanmaktadır. Gündelik yaşamı düzenlemede soyut zaman dilimlerine ihtiyaç duyulmamaktadır (Yırtıcı, 2009: 70). Gündelik yaşamın soyut zaman dilimlerine göre belirlenmesi modern dönemle birlikte gerçekleşmektedir. Bu dönemde endüstrileşmeyle birlikte ortaya çıkan yeni ekonomik sisteme göre zaman kavramının tekrar düzenlenmesi gerekmiştir. Kapitalizmle birlikte günün diğer zaman dilimlerinin çalışma zamanına göre belirlenebilmesi amacıyla ve mekanik saatlerin icat edilip kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte zaman nicel bir yapıya dönüşerek belirli bir ölçüt gelmektedir (Giddens, 2012: 23).

Modern toplumlar önceki dönemlerle karşılaştırıldıklarında zaman dilimine daha bağımlı toplumlardır. Önceki dönemlerde toplumsal faaliyetlere göre düzenlenen zaman kavramı modern dönemde saatlerin icadıyla mekanik bir zamana göre belirlenmeye başlamaktadır. Mekanik bir zaman dilimine göre hareket etme modern çağın kapitalist düzenine uygun düşen bir yaşam şeklini oluşturmaktadır (Wittel, 2016: 82).

Endüstrileşmeyle birlikte ortaya çıkan yeni ekonomik sistemde artık boş zaman kavramı önceki dönemlerdeki insanın zihinsel, soyut, kültürel olarak kendisini olgunlaştırdığı dönem olarak görülmeyle çalışmayla birlikte üretilen somut ürünlerin tüketilmesine yönelik bir zaman dilimi haline gelmektedir (Aytaç, 2004: 125).

Böyle bir kapitalist pazar ekonomisi içerisinde aile artık çalışma ve dinlenme zamanlarını kendisi belirleyemez konumda olmaktadır (Giddens, 2012: 23).

Dönemin yeni ekonomik hatta yaşam sistemi olan kapitalist sistemde, çalışma sadece ihtiyacı karşılamaya yönelik yapılmamakta öncelikli amaç kar elde

etmek olmaktadır. Bu amaçla da çalışma süreleri giderek uzamakta ve çalışma saatleri belirlenmektedir. Böylelikle çalışma zamanı ve diğer zamanlar birbirinden ayrılmaya başlamaktadır. Makineleşme, sanayi döneminin başında insanlara serbest zaman vermemekte, makineleşmeyle birlikte serbest zaman süresi artacağı yerde azalmaktadır. Çalışma saatlerinin sürekli arttığı bu dönemin ilk yıllarında çalışanlar sadece yemek yemek ve uyumak gibi fiziksel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla zaman bulabilmekte ve bunun haricinde boş zamanları bulunmamaktadır (Aydoğan, 2019: 79-83).

Bu dönemin insanları tarihe bakıldığında pek çok dönemden daha fazla bir biçimde sömürüye açık hale gelerek ağır çalışma şartları altında yaşamak zorunda kalmaktadırlar. Ana amacın kar amaçlı bir biçimde üretimi artırmak olduğu dönemde çalışma büyük bir erdem kabul edilmekte ve tembellik bir hastalık olarak tanımlanmaktadır. Kapitalist sistemin kaymağını yiyen çeşitli çıkar grupları ve patronlar, kitlesel çalışma düzenini biçimlendirerek sanayi toplumunu çalışma kampına dönüştürmektedirler (Juniu, 2000: 70).

19. yüzyılın sonlarına gelindiğinde çalışma koşullarında ve sürelerinde iyileşmeler yaşandığı görülmektedir. Bu dönemde fabrikalar da daha nitelikli yerler durumuna getirilmiştir. Fabrikaların içlerine işçilerin dinlenebilecekleri parklar, spor salonları, kütüphaneler, kulüpler yapılmış ve çalışanlar için çeşitli etkinlikler düzenlenmeye başlamıştır (Aydoğan, 2019: 79-83).

Kişilerin kendilerine ayırabilecekleri zamanın oluşmaya başlaması tarihsel anlamda serbest zaman kavramının anlamını netleştirerek iş ve iş dışı zaman dilimi ayrımını kesin bir biçimde belirlemektedir. Kapitalist sistem içerisinde serbest zaman kavramı, işten ayrı olarak düşünülen, işin tekrar üretimi amacıyla oluşturulan zaman olarak tanımlanmaktadır. Tüketicinin öncelik kazandığı bu zaman diliminde, bu zaman dilimine ait olan özgür olma kavramı ortadan kalkarak artık sadece kapitalist sisteme göre belirlenmiş etkinliklere ayrılan, kişisel ya da derin düşünceyle geçirilen bir zaman olmaktan uzaklaşmaktadır. Boş zaman artık bu dönemde bireysel özgürlüğe dayanmayan bir bireycilikte ve alışveriş öncülüğünde tüketilen bir zaman dilimi olmaktadır (Juniu, 2000:71).

Bu dönem içerisinde çalışma koşullarının iyileşmesi, çalışma saatlerinin düzenlenmesi sonucu insanların kendilerine ayıracakları çalışma dışı zamanlarda artış meydana gelmeye başlamaktadır.

Ancak bu dönemde artık serbest zaman kişilerin kendi tercihlerine bırakılan zaman olmaktan çıkarılarak kapitalist sisteme hizmet eden zaman durumuna getirilmektedir. Kapitalist dönemle birlikte serbest zaman kavramının ortaya çıktığı ilk anlamından uzaklaştığı görülmektedir. Bu dönemde serbest zaman, bireyin kendisini geliştirdiği, eleştirel düşüncelere yer verdiği ve özgürce seçimler yaptığı dönem olmaktan çıkarak kapitalist sisteme hizmet eden onun çarklarıyla hareket eden boş zaman etkinliklerine dönüşmektedir. Birey artık kendisine ait olan bu zaman diliminde yine kapitalist sisteme hizmet edecek şekilde onun belirlediği alanlarda, belirlediği etkinlikleri yerine getiren tüketici konumuna gelmektedir.

Modern dönem ve yükselen kapitalizmle birlikte ortaya çıkan uzmanlaşmış boş zaman/eğlence endüstrileri, bu zaman dilimini değerlendirmek amacıyla yapay eğlenceler üreterek satmaktadır. Televizyon programları, sinemalar ve sinema içlerinde oluşturulan popcorn vs ile tüketimi artıran sektörler, video, bilgisayar oyunları, popüler romanlar, müzik, gazete ve dergiler, at yarışları gibi araçlar ile boş zamanın geçirilmesi ciddi paraların döndüğü birer endüstri sektörüne dönüşmektedir. Bu alanda kar hacmini yükseltmek amacıyla reklam, propaganda gibi her türlü yol kullanılmaktadır (Aytaç, 2002:248).

Çünkü kapitalizm varlığını sürdürebilmek için tüketicilere ihtiyaç duymaktadır. Kapitalizmin kendi döngüsünü sürdürebilmesi için çalışma zamanında üreten bireyin, üretilen malların tüketimini gerçekleştirebilmek için, tüketmesi gerekmektedir. Tüketim olgusunu yerine getirebilmek için sistem kendi içerisinde ve yine kendisine hizmet amacıyla bireylere sunduğu serbest zamanı artırmaktadır. Ancak bu dönemdeki serbest zaman bireylerin özgürce seçim yaptıkları bir zaman dilimi olmaktan çıkarak kapitalist sistem için, sistemin belirlediği biçimlerde tüketim yapılan bir zaman dilimine dönüşmektedir.

Sanayileşmeyle beraber ortaya çıkan modern dönemin kentleri, bireylerin makineleşme ve yabancılaşmayla birlikte sıkıcı hale gelen çalışma saatleri dışındaki zamanlarını değerlendirmesi için kendi içinde eğlence tekelleri oluşturmaktadırlar (Harvey, 2013:278). Tüketicinin temel amaç olduğu bu sektörde herkesin yararlanabildiği, kim olduğu önemli olmadan ucuzdan pahalıya doğru sıralanan metalaştırılmış mallar içerisinde herkesin kendisine göre bir şeyler bulup tüketebileceği bir alan yaratılmaktadır (Botton, 2008:84).

Yaratılan bu eğlence sektörüyle beraber ortaya çıkan boş zaman, bireylerin nasıl geçireceklerine dahi kendilerinin karar vermedikleri, yaşamlarına yön veren bir zaman dilimi olarak çalışma zamanının önüne geçmektedir (Aytaç, 2002:233).

Kapitalizmle birlikte yaratılan ihtiyaçlar, bireyin gerçek anlamda ihtiyacı olup olmadığını dahi anlayamadığı sisteme hizmet eden yapay ihtiyaçlardır. Bu dönemde bireyler ihtiyaçlarını kendileri belirlememekte, onların seçme özgürlükleri köreltilerek ve medya tarafından belirlenen bir yapıya büründürülerek ihtiyaçların belirlenmesi üretici güçlerin eline geçmektedir (Baudrillard, 2008: 72). Bu şekliyle kapitalizm, diğer tüm alanları olduğu gibi serbest zaman alanını da metalaştırarak sistemin hizmetine sokmaktadır.

Bu dönemde bireyler birincil görevleri olarak tüketim yönü ağır basan aktiviteleri tercih ederek bunları toplumsal kimlik göstergesi olarak kabul etmektedirler. Alışveriş merkezlerinde gezerek, göstergelerin ağırlıklı olduğu marka ve nesnelere sahip olarak toplumsal ilişkilerini ve statülerini artırmaya çalışmaktadırlar. Bu yönde tüketim faaliyetinden uzakta kalan birey kendisini edilgen bir mutsuzluk içerisinde bulduğundan bu yöntemlerle mutluluk üretmek onlar için vazgeçilmez konuma yükselmektedir. Mevcut sistem tarafından da desteklenen bu yöndeki tüketim arzusu insanlara vatandaşlık göreviymiş gibi dayatılmaktadır (Baudrillard, 1995: 98).

Büyük bir tüketim toplumuna dönüşerek adeta büyük bir mağazayı andıran bu yeni dünyada eşyalar kadar birliktelikler ve tüm ilişki türleri gibi her şeyin parasal bir değeri bulunmaktadır. İnsanlar daha fazla tüketebilmek amacıyla daha fazla çalışmak zorunda kalmaktadırlar (Bauman, 1999: 51).

Modernliğin ve gündelikliğin eş zamanlı olarak ortaya çıktıkları genel kabul görmektedir. Gündelik hayat, kısımları ve parçaları belirli bir zaman içinde yer alan, tarih taşımayan bir kavramdır. Görünüşte göstergesiz olan, kişiyi meşgul eden ve zaman kullanımında gizil olan gündelik hayat modern zamanın bileşenidir. Modernlik kelimesinden daha önce de bahsedildiği gibi yeni olan, teknik ve dünyevi olan şey anlaşılmaktadır. Modernlik, içinde geçiciliği barındıran kavram gündelik olanla iç içedir. Hermann Broch, gündelik hayatı modernliğin arka yüzü ve zamanın ruhu biçiminde tanımlamaktadır.

Modern toplum denince akla gelen bir diğer kavram olan boş zaman kavramı giderek önemini artırarak gündelik hayat içerisinde yer edinmektedir. Boş zaman, modern yaşamın neden olduğu yorgunlukları atmayı, eğlenmeyi, güzel zaman geçirmeyi, gevşemeyi sağlayacak bir zaman olarak gereksinimler arasına girerek var olan gereksinimleri dönüştürmektedir.

Modern toplumlarda zaman kullanımı bölümlendiğinde ortaya mesleki işe ayrılan zorunlu zaman; eğlenceye ayrılan serbest zaman; ulaşım, yürütülecek işlerin formaliteleri gibi iş dışındaki gerekliliklere ayrılan zoraki zaman olmak üzere üç farklı zaman çeşidi ortaya çıkmaktadır. Aslında modern döneme bakıldığında zoraki zamanın serbest zamandan daha fazla gündelik hayat içinde yer aldığı ve yaşamı zorlaştırdığı görülmektedir. Modern çağda gündelik yaşam zengin bir özne olma durumundan uzaklaşarak toplumsal örgütlenmenin nesnesi haline gelerek güçlenmektedir (Lefebvre, 2016: 64-65).

Modern dönemde iş zamanı ve serbest zaman kavramları birbirinden kesin çizgilerle ayrılmakta ve modernizmin ilk dönemlerinde serbest zaman, çalışmak için tekrardan güç toplama ve dinlenme biçiminde algılanmaktadır. Bu zamanı eğlenmek ya da kişisel gelişim için kullanmak desteklenen bir durum olmamaktadır. Serbest zamanın bu anlamından sıyrılarak yaşam hakkı olarak görülmeye başlaması daha sonraki yüzyıllarda görülmeye başlamaktadır (Yalçinkaya, 2015: 17).

Sanayileşmeyle beraber iş gücüne duyulan gereksinimin artması iş hayatını aile yaşantısının dışına çıkarmanın yanında iş saatlerini de artırmaktadır.

Geçimlerini sağlamak için zamanlarının büyük bölümünü çalışarak geçirmenin yanında kadın ve çocukların ucuz iş gücü olarak görülmesiyle birlikte onlar da çalışma hayatı içerisinde yer almaya başlamaktadırlar (Giddens, 2012: 61). Bu durumun sonucu olarak ailelerin ev içerisinde geçirdikleri zaman dilimi yalnızca uyuma ya da dinlenmeye ayrılır duruma gelmektedir. Bu da zamanının çoğunu dışarıda geçiren ailelerin çocuklarına ayırdıkları zamanın azalmasına neden olmaktadır. Anne ve babaları çalışan çocuklar zamanlarının büyük bölümünü kreş, okul, çeşitli kurs ve sportif faaliyetlerde geçirmektedirler (Macionis, 2012: 471). Bu durum, ailenin önemli işlevleri arasında yer alan eğitim ve sosyalleşme işlevlerinin farklı kurumlara geçmesine neden olmaktadır.

Eskiden dış mekanlarda gerçekleştirilen serbest zaman etkinlikleri ve çocukların sokaklarda oyun oynama faaliyetleri modernleşmeyle birlikte kentsel yapının karmaşasının ortaya çıkardığı güvensizlik problemiyle birlikte ve çocukların oynayabilecekleri park ve bahçelerin azlığı gibi nedenlerden dolayı kapalı mekanlara çekilerek çocukların kendi kendilerine dışarıda oynama özgürlükleri de yok edilmektedir (Tezcan, 2010:163; Kılıç, 2011: 117).

Yine bu dönemde endüstrileşmenin etkisiyle teknoloji alanında yaşanan atılımlar ailenin serbest zaman etkinlikleri üzerinde de belirleyici olmaya başlamaktadır. Televizyonun icadıyla birlikte aile üyelerinin en çok birlikte vakit geçirdikleri akşam saatlerini televizyon doldurmaya başlamaktadır.

Kitle iletişim araçlarının ve özellikle de televizyonun insan yaşamına girmesiyle birlikte kitle iletişim araçları bireylerin serbest zamanlarını meşgul etmeye başlamaktadır. İlk ortaya çıktığı dönemde belli saatler yayın yapan televizyonun gece yayınlarına geçmesiyle birlikte ticari reklamlar ve tüketimi ön plana çıkaran yayınlar bireylerin hayatlarına daha fazla nüfuz etmeye başlamaktadır. Yarışma programları, televizyonda parasız verilen ürünler bu dönemde tüketimi artırmak amacıyla kullanılmıştır.

Bu dönemin serbest zaman etkinlikleri ev içi serbest zaman etkinlikleri ve ev dışı serbest zaman etkinlikleri olmak üzere iki başlık altında değerlendirilebilmektedir. Televizyon, video seyretme, gazete, dergi okuma, CD

çalarlar ve uydu alıcılarıyla birlikte yeni medya teknolojileri ev içi serbest zaman etkinlikleri içinde yer almaktadır. Ulaşım teknolojilerindeki ve turizmde yaşanan gelişmeler, araba sahipliğindeki artışla birlikte artan tatil ve alışveriş etkinlikleri de ev dışı serbest zaman etkinlikleri başlığı altında değerlendirilebilmektedir.

Eskiden sinema, tiyatro gibi geleneksel serbest zaman etkinlikleri telekomünikasyon ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte yerlerini ev merkezli eğlencelere bırakmaktadır. 19. yüzyıldan bu yana insanların yaşam alanı olan evleri çalışma yerinin karşısı olarak serbest zaman mekanları olarak işlev görmeye başlamaktadır. Serbest zamanlarının büyük çoğunluğunu evde geçiren insanlar için kitle iletişim araçları önemli birer etkinlik durumuna gelmektedir. Dönemin mevcut siyasal ve ekonomik anlayışını destekleyen kitle iletişim araçlarının içerikleri herkes tarafından izlenmek amacıyla farklılıkları ortadan kaldıran ve gereksinimleri standartlaştıran bir biçimde hazırlanmaktadır.

Dönemin aile içi etkinliklerine bakıldığında, modern ailelerde ailenin merkezi yine ev olmakla birlikte eskiden var olan aile bireylerinin tümünün katıldığı yaratıcı ve eğlenceli etkinliklerin yerini medyanın aldığı görülmektedir (Aydoğan, 2019: 110-115).

Teknolojik gelişmeler birçok alanda işleri kolaylaştırıp aile bireylerinin ev yaşantılarına ayıracağı zaman dilimini artırabilmesi uygulamada her zaman bu şekilde işlememektedir. Aynı çatı altında geçirilen zaman diliminin artması aile üyelerinin birlikte kaliteli zaman geçirdikleri anlamına gelmemektedir.

En basitinden kaloriferin icadı bile eskiden sobanın olduğu odada bir arada bulunan aile bireylerinin her birinin farklı odalara çekilmesini olanaklı hale getirmektedir. Yine yukarıda bahsedildiği gibi ebeveynler televizyon başında vakit geçirirken çocuklar, odalarında müzik dinlemek, bilgisayarla ilgilenmek gibi etkinlikleri yerine getirebilmek için odalarında vakit geçirmektedirler (Tolan, 1990: 868).

Bu dönemde medya teknolojilerinin özellikle de televizyonun aile yaşantısına egemen olmasıyla gerçek manadaki iletişim gerilemeye başlamakta ve tek taraflı, tek yönlü, aracılı bir iletişim biçimi ön plana çıkmaya başlamaktadır.

Pek çok serbest zaman etkinliğiyle karşılaştırıldığında ucuz ve erişiminin kolay olması nedeniyle televizyon özellikle orta ve alt gelir düzeyine sahip aileler açısından önemli bir serbest zaman etkinliği durumuna gelmektedir. Bu dönemde ev içinde geçirilen etkinliklere bakıldığında pek çoğunun televizyona göre düzenlendiği göze çarpmaktadır. Yemek yeme gibi etkinliklerin dahi televizyon karşısında yapıldığı televizyon izleme etkinliği pek çok ailede iletişimi engellemekte sohbet etmek ya da televizyon başından kalkıp farklı bir uğraşla ilgilenmek için reklam kuşakları beklenmektedir.

Televizyon izleme etkinliği sayesinde, iş zamanı dışında güvenli görerek sığındığı evinde en yakınındakilerle zaman geçirdiğini düşünen aile yeleri televizyon nedeniyle aynı mekanda dahi olsalar birbirlerinden giderek uzaklaşmakta ve daha az sohbet eder hale gelmektedirler. Önceleri mekansal olarak bile olsa aile üyelerini aynı ortamda toplayan televizyona sahip olmak maddi açıdan daha mümkün hale gelince her odaya bir televizyon koyularak mekansal olarak da aile içindeki birliktelik parçalanmaktadır. Evlerde sahip olunan televizyon sayısı yükseldikçe televizyonun aileyi bir araya getirerek birlikte bir etkinlik yapıyor olma durumu da o denli azalmaktadır (izmecici, 2015: 69-70).

Yukarıda da bahsedildiği gibi birlikte televizyon izleme eyleminin aile içi iletişimi artıracadıına ilişkin olumlu görüşlere karşın, aile içi iletişimi aynı fiziki mekanda bulunmaktan daha öteye gtrmediğine dayanan olumsuz görüşler de bulunmaktadır.

Televizyon izleme etkinliği sırasında aile yeleri aynı mekanı paylaşmanın yanında, yapılan araştırmalar anne baba ve çocuklar arasındaki etkileşimin fazla olmadığını göstermektedir. Maccoby (1951), yaptığı araştırmada televizyon izleyen kişilerin %58'inin izleme esnasında birbirleriyle ya sınırlı etkileşim kurduklarını ya da hiç kurmadıklarını kaydetmektedir. Brody, Stoneman ve Sanders(1980), yaptıkları araştırmalarda ailelerin televizyon izleme esnasında daha pasif olduklarını ve babalarıyla daha az iletişim kurduklarını hatta babaların televizyon izleme sırasında daha asık yüzlü olduklarını ortaya koymaktadırlar (Brody ve ark., 1980). Gunter, Furnham ve Lineton (1995), yaptıkları araştırmalar

esnasında gözlemledikleri ailelerde, aile bireylerinin televizyon karşısında oldukları süre içerisinde bu sürenin yalnızca yüzde 15'ini sözel etkileşimle geçirdiklerini ortaya çıkarmaktadırlar.

Postmodern dönem içerisinde de bahsedileceği gibi tabletler ve akıllı telefonların icadıyla birlikte aynı odada bulunan ve aynı televizyon ekranına bakan aile üyeleri birlikte zaman geçiriyor gibi görünmelerine rağmen tek paylaşımlarının mekan olduğu her birinin ayrı ve birbirinden bağımsız faaliyetlerle meşgul oldukları görülmektedir.

Medya ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ailenin çocuk üzerindeki sosyalleşme işlevini daha da azaltarak eğitim kurumları yanında bu teknolojilerin sosyalleşme işlevi üzerinde giderek daha fazla etkili olmasına neden olmaktadır. Bu durum da aile için yabancılaşma olgusunu daha da artırmaktadır (Tolan, 1990: 868).

Richard Sennett, elektronik iletişimi, kamusal yaşam fikrini yok eden araçlardan biri olarak görmektedir. Sennett'e göre, medya, toplumların ve bireylerin birbirleriyle ilgili bilgilerini artırmanın yanında onların fiili olarak bağ kurmalarını gereksizleştirmektedir. Radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarını "mahrem araçlar" olarak nitelendiren Sennett, bu cihazların çoğunlukla evde izlendiğini, barlar gibi insanların topluluk halinde bulunduğu ortamlarda televizyon açık olsa dahi bunun bir dekor olmaktan öteye gidemediğini vurgulamaktadır. Kamusal alandan çekilme bu cihazların icadından çok önce ortaya çıkamaya başladıysa da hızlanması bu cihazların icadıyla gerçekleşmektedir. Televizyon gibi seyir yönü ağır olan kitle iletişim araçları ailece evlerde izlense dahi bu birliktelik sessiz bir kalabalıktan öte bir şey değildir. Yüz yüze iletişim kurulan bir ortamda kişilerin sözleri kesilerek araya yorum katılabilir, itiraz edilen ya da anlaşılmayan noktalar hakkında konuşulabilir ancak televizyonda böyle bir şey söz konusu olmadığından sessizce izlemeyi bozup konuşan kişi sıradaki cümlelerin kaçırılmasına neden olacağından susturulmaktadır. Kitleli medya araçlarıyla birlikte insanlar daha fazla şey görmekte ancak daha az karşılıklı ilişkiye girmektedirler (Sennett, 2019: 356-358).

Yükselen kapitalizmle beraber özgürlüğünü ve özerkliğini giderek kaybeden bireyler karmaşık toplumsal ilişkilerden sıyrılarak içine kapanmaya başlamaktadır. Bu süreç içerisinde aileden de koparılan bireyler boş zamanda katılacağı eğlencelere ağırlık vermeye başlamaktadırlar. Bunun sonucunda modern çağın bireyleri çalışma ve aile yaşantısında bulamadıklarını boş zamanlarında aramaya başlamaktadırlar (Lefebvre, 2010: 39).

Bu dönemde sosyal ilişkiler gerçek anlamını yitirerek yalnızlaşma, yabancılaşma gibi kavramlar ön plana çıkmaya başlamaktadır. Her şeyin alınıp satılabilen metalara dönüştüğü çağda sosyalleşme biçimleri ve ilişkiler de bu durumdan etkilenmektedir. Bu dönemin ilişkileri, etkinlikleri kişinin özgürce gerçekleştirdiği ilişkiler ve etkinlikler olmayıp başkalarına göre belirlenen, toplumsal onayı alabilmeye yönelik ve çıkara dayalı bir biçimde yürütülmektedir. Eğlence sektörü içerisinde yer almaktan kaçınmanın neredeyse imkansız hale geldiği bu dönemde bu durum kendiliğinden oluşmamakta, diğer insanlardan kopmamak, dışlanmamak, bir gruba dahil olabilmek amacıyla meydana gelmektedir. Boş zaman etkinliklerine bakıldığında etkinliklerin birbirine benzemeye başladığı, herkesin benzer etkinlikler, benzer hayatlar içerisinde yer aldığı “kopya hayatlar” ortaya çıkmaktadır. Pek çok şeyin metalaştığı, alınır satılır duruma geldiği bir çağda insanların pek çoğu aynı mekanlar içinde yer alma, popüler kitapları okuma, popüler filmleri izleme, belli başlı markaları tüketme peşinde olmaktadır. Sosyal ilişkiler, kişilerin kendisine faydası dokunacak insanları yakınında tutma gibi araçsal bir ilişkiye dönüşmektedir. Kişisel davranışlar, içten gelen davranışlar olmaktan uzaklaşarak diğerlerinin onaylamalarına, değer yargılarına göre belirlenmeye başlamaktadır. Bu durum içerisinde yer alan kişiler kalabalıklar içerisinde güvensiz, güçsüz hale gelmektedirler (Aytaç, 2002: 245).

2.3. Post-Modern Dönemde Aile ve Medya

2.3.1. Post-Modern Dönem

Modern toplumlarda aklın ve bilimsel bilginin ön plana çıkmasıyla yaşanan teknolojik gelişmeler ve değişimler bilginin yapısını da değiştirmektedir.

Bilginin yapısının değişmesi ve teknolojik gelişmelerin beraberinde getirdiği birey ve toplumlarda meydana gelen bilgisayarlaşmayla birlikte modernlikte bir kırılma ve kopma oluşumu meydana gelerek post-modern toplum kavramı ortaya çıkmaya başlamaktadır (Kızılçelik, 1996: 57).

“Post-Modernizm” kavram olarak üzerinde tam bir uzlaşı sağlanamamış ve pek çok açıdan tartişılan bir kavramdır. Çeřitli dūřünürlerin bu kavramı farklı açılardan açıklayarak birbirinden farklı bağlamlarda değerlendirdikleri gör÷lmektedir. Kavramla ve kavramla kastedilen dönemle ilgili tartişmaların başında bu kavramın yeni bir dönemi yansıtıp yansıtmadığıyla yer almaktadır. Post-modern çağı yeni bir dönem olarak gör÷p değerlendiren dūřünürler olduğu gibi onu modern dönemin devamı olarak gör÷p değerlendiren dūřünürlerde bulunmaktadır.

Modernizmin yarattığı kimliksizleşme, zaman ve mekan kavramlarının anlamlarında oluşan değişmeler, kaymalar, dünyada ve toplum içindeki bireysel konumlarda sürekli meydana gelen değişmeler, yaşam biçimlerindeki, insan ilişkilerindeki, sahip olunan değerlerdeki değişmeler ve yaşanan belirsizlikler beraberinde kişisel güvensizliği getirmektedir. Böyle bir ortam içinde birey kendisi için tanımladığı kimliğinin de anlamını kaybetmektedir (Harvey, 2019: 58). Bütün bunların yaşandığı süreç içerisinde meydana gelen İkinci Dünya Savaşı ve sonrasında yaşanan kapitalizmin büyümesi sonucu ortaya çıkan krizler refah toplumun dūřüřüne ve Aydınlanma sürecine duyulan inancı azalarak düzene karşı dūřüncelerin ağırlık kazanmasına sebep olmaktadır. Ancak bu düzen karşıtı dūřüncelerin kendilerine alan açamaması bu gör÷ř içinde yer alan entelektüellerin mevcut düzenin akılcı anlayışından ve adalet sisteminden iyice kuşkulanmaya ve bu sistemi iyice sorgulamaya başlamalarına neden olmaktadır. Post-modern söylemlerin çıkış noktası olarak bu entelektüeller gör÷lmektedir. “Post-modernizm, Batılı iřçi hareketlerinin geri çekilmesi ve kapitalizmin aşırı tüketicici dinamiklerinin karakterize edildiği bir dönemin ürünü olarak gör÷lmektedir” (Küçük, 1993: 204).

Jameson, Post-modernizm olarak kısaca, II. Dünya Savaşı'ndan sonraki geç kapitalizm olarak kabul edilen tüketim toplumunu göstermektedir (Featherstone, 2005: 23).

Post-modern dönem, sanayi sonrası toplumunun tüm karmaşa ve belirsizliklerini üzerinde taşıyan bir dönem olarak da kabul edilmektedir.

Pek çok düşünürün farklı biçimlerde tanımladığı post-modernizm, kavram olarak felsefe alanında ilk defa Jean François Lyotard tarafından kullanılmış ve modernliğin geldiği en son aşama olarak ifade edilmiştir. Lyotard, "Post-modern Durum" adlı kitabında post-modernizmi, ideolojilerin ve üst söylemlerin sonuna geldiği dönem olarak tanımlamaktadır (Soykan, 1993: 116).

Dünya tarihinde 19. yüzyılın sonlarında başladığı varsayılan Post-modern Çağ, en genel anlamıyla ve kısaca Rönesans'tan 19. yüzyılın sonlarına kadar devam eden Modern Çağ'dan kopuş anlamına gelmektedir. Modern Çağ temelinde ilerlemeye ve aklın üstünlüğüne dayanırken, Post-Modern Dönem irrasyonellik temeline dayanarak belirsiz olmayı teşvik etmektedir (Kumar, 1995: 132).

Post-modernizm, modern çağa hakim olan akıl, mantık, evrensellik, nesnellik, özgürlük, egemenlik, bütünlük, pozitivizm gibi kavramları eleştirerek bu kavramlar yerine göreceli, belli bir temele dayanmayan, farklılıkları içeren, parçalanmış, belirsizliklere dayalı, sınıf politikalarının yerine kimlik politikaları, esneklik, sınırların kalkması gibi kavramlarla ilgilenmektedir. Post-modern anlayış modernizmin bütünsel görüş ve hiyerarşik anlayışını yıkarak parçalanmış bir toplum düzeni anlayışını getirmektedir (Giddens, 2012: 152).

Post-modernizmdeki parçalanma pek çok alanda kendisini göstermektedir. Post-modernizm, modernizmdeki birlik, bütünlük ve homojenlik anlayışının tersi bir biçimde bütünleştirici ve indirgemeci her türlü sosyal olgudan, düşünce ve fıkirden uzaklaşmaktadır. Post-modernizmin bütün yerine parçalara yönelmesinin en büyük nedenlerinden birisi büyük anlatılara karşı olmasıdır. Büyük anlatıların mevcut düzenlerin hiçbirisini açıklamada yeterli olamayacağı görüşü hakimdir. Parçalara ayırma görüşü içerisinde devletler, toplum düzenleri, aileler gibi sosyal

kurum ve siyasi partiler de yer almaktadır. Hayat da dahil olmak üzere bölünmüş, parçalanmış, farklı görüşler, düşünceler hakimdir ve hiçbir şey sürekli değildir.

Post-modernizmde toplumun parçalanmasına paralel olarak modern çağda ortaya çıkan bireyselleşme de giderek artmaktadır ve artık bireyselleşme bir seçenek olmaktan çıkarak kader durumuna gelmektedir. Bireyselliği ön plana çıkaran etkenlerden birisi ortak çıkarların ne olduğu konusunda artık ortak bir görüşün eksikliği ve var olan belirsizliktir. Belirsiz görüş ve düşünceler kişileri bölmektedir.

Aslında bireyselleşmeye ve bireyselleşmiş hayat tarzlarına bakıldığında bunun post-modern dönemle başlamadığı, Rönesans'la birlikte Orta Çağ'ın feodal düzeninden kopuş ve 19. Yüzyılda kuşaklararası aile bağlarının esnekleşmesiyle birlikte başladığı görülmektedir. Ancak post-modern dönemde başlayan bireyselleşme eğitim, yaşam ve rekabet şartlarının değişmesiyle birlikte değişime uğrayarak toplumun geneline yayılmıştır. Bu dönemde kişinin de kendi içinde parçalandığı göze çarpmaktadır. Birey sahip olduğu ya da olmak istediği imajlar sayesinde farklı kimliklere bürünebilmektedir (Özoran, 2019:739-740).

Post-modernistler, insan ve toplumun tıpkı moda ve reklam sektöründe olduğu gibi sürekli bir değişim içinde, ne olacağı belli olmayan bir yapıya sahip olduğunu söylemektedirler. İçinde yaşanan dünya gerçekte milyon dolarlık sermaye ve paraya dayanan örgütlenmelerin, planlı bir şekilde tüketimin teşvik edildiği bir iletişim politikalarının gerçekleştirildiği bir dünyadır (Erdoğan, Alemdar, 2010: 415). Bu dünyada egemen güç medyadır ve medya toplumu geçmişinin dışına çıkarmaktadır. Çoğulcu ve çok çeşitli bir yapıya sahip olan post-modern dünyada sayısız televizyon kanalı, film, video, internet sitesi bulunmaktadır ve bunlar aracılığıyla imaj dünyası yaratılmaktadır. Sınırsız denilebilecek sayıda bilgi, fikir ve değer bulunan bu çağdaki bahsedilen bu bilgi, değer ve fikirlerin çok azı bireyin kendi tarihi ya da yaşanan tarihle, yaşamla ilgilidir. Sürekli bir değişimin olduğu bu çağda her şey hızlı bir ilerlemeye sahiptir ve her şey akışkan durumdadır (Giddens, 2012:152).

Yaşanılan bu çağda her şeyin parçalara bölünmesi medya ürünlerinde de kendisini göstermektedir. Bu dönemin televizyon reklamlarına bakıldığında birbiriyle pek fazla ilgisi bulunmayan parçaların kısa spotlar halinde yayınlandığı görülmektedir. Sadece televizyon reklamlarında değil, sinemada, televizyon programlarında, haberlerde, dergi ve gazetelerde, dizilerde birbiri ardından gelen sahnelerin ve görüntülerin amacı anlam bütünlüğü oluşturmaktan ziyade heyecan yaratmaktır ve bu amaçla bu programlar kısa ve birbiriyle bağlantısı bulunmayan parçalara ayrılarak işlenmektedir (Fırat, 1991: 74).

Sürekli tüketimin teşvik edildiği bu dönemin post-modern insanı önceki dönemlerde olmadığı kadar maymun iştahlı ve değişken bir yapıya sahiptir (Loo, Reijen, 2003: 171). Post-modern insanın davranış biçimleri temelinde modern dönemden beslenmektedir. Modern dönemlerden itibaren artan kentleşme ve sonrasında meydana gelen metropoller ve bu metropollerde yer alan üretimi değil devamlı tüketmeyi teşvik eden büyük mağazalar, büyük alışveriş merkezleri popüler kültür ve kapitalizmi yanlarına alarak sürekli büyümekte ve post-modern insanların önemli uğrak yerleri durumuna gelerek onların yaşam biçimlerini şekillendirmektedirler (Başta, 2016: 49).

Post-modernizm, toplumsal alandan sanata kadar kent oluşumu, resim, sinema, mimari gibi pek çok alanda kendisini göstermektedir ve tam olarak tanımlanamayacak kadar karmaşık ve kapsamlı bir kavramdır. Post-modernizm, Aydınlanma ve rasyonalizme bir karşı çıkıştır. Aydınlanmanın önemli temsilcilerinden J. F. Lyotard, “Post Modern Durum” adlı eserinde “Aydınlanma, en temel amacı olan sonsuz ve evrensel barış savını gerçekleştiremediği için bitmiştir” demektedir (Gazo, 1992: 7).

Kuramcı Peter Wollen, post-modernist düşüncüyü, modernizme karşı çıkış ya da onun yerine bir düşünce biçimi olarak görmek yerine “modernizmin her zaman mevcut olan tabi ve ikincil boyutlarının gecikmeli olarak su yüzüne çıkması” olarak değerlendirmektedir (Wollen, 1993: 205).

Post-modernizm kavram olarak, modernizmin başa çıkamadığı noktalarda modernleşmeye karşı çıkış olarak da adlandırılarak modernizmin neden olduğu

çıkamazlara yönelik bir alternatif olarak sunulan modernizm sonrası toplumu ifade etmek için kullanılmaktadır (Aslan ve Yılmaz, 2001: 93).

Kısaca ifade edilecek olursa, Modern Çağ, özellikle Batı’da feodal düzenin çöküşü ve sanayi devrimiyle birlikte ortaya çıkan kapitalist sistemi kapsamaktayken, Post-modern çağ ise modern dönemin tıklandığı noktalarda ve bu dönemin söylemlerinin çöktüğü bir dönemi ifade etmektedir (Erol, 1999: 15).

Sanayicilik sonrası ya da post-modernizm gibi çeşitli biçimlerde ifade edilebilen bu dönem özünde karşıtlığı barındıran bir dönemdir. Anlamını dışladığı veya aştığı ifade edilen şeyden aldığı kadar aynı zamanda içerdiği veya onayladığı şeyden de almaktadır. Modernizmin ilk anlamına bakıldığında, en azından bu yeni kavramın modernizm olmadığı, modernliğin sona erdiği görülmektedir.

Pek çok post-modernist, bu yeni çağın modernliğin ötesinde yepyeni bir çağ olduğu görüşüne karşı çıkmaktadır. Kavramın başındaki “post” eki sonradan gelen, var olan şeylerin yeni bir duruma geçişi anlamlarına gelmektedir (Kumar, 1995: 87).

Post-modern söylemlerin ve yaşam tarzlarının egemen olduğu bu yeni toplum biçimi ve yeni dönem, “Post-endüstriyel Toplum”, “Tüketici Toplumu”, “Medya Toplumu”, “Enformasyon Toplumu”, “Elektronik Toplum” ve “İleri Ağ Toplumu” gibi ifadelerle adlandırılmaktadır (Jameson, 1994: 93). Dolayısıyla post-modern kültür de sanayi sonrası kavramına denk olacak bir biçimde çoğunlukla “Sanayi Sonrası Toplum” biçiminde adlandırılmakta ve post-modernizm sanayi sonrası hangi konumdaysa toplum açısından kültür de o konumda yer almaktadır (Kumar, 1995: 138).

Post-modern Çağ’ın ağırlıklı olarak elektronik ve iletişim alanındaki buluşlara dayanmasından ve bu teknolojilerin iş yerinde olduğu kadar ev ortamlarında da aynı ağırlıkta kullanılmasından dolayı bu dönem “Enformasyon Toplumu” olarak da adlandırılmaktadır. Sanayi döneminin başlıca simgelerini saat ve demiryolu gibi buluşlar oluşturmaktayken enformasyon toplumu olarak adlandırılan post-modern dönemin başlıca simgesini bilgisayarlar ve internet ağları oluşturmaktadır. Bu teknolojiler zaman ve mekanın sıkıştırılmasını

sağlayarak pek çok alanda yaşanacak dönüşümlerin önünü açmaktadırlar (Kumar, 1995: 24).

Post-modernizmde ön plana farklılıklar çıkmaktadır. Bu görüşte kopmalar süreklilikten daha önemlidir. Bu nedenle bütünlük içinde homojen bir dünya yerine parçalara ayrılmış heterojen yapıya sıcak bakılmaktadırlar. Bu düşünce biçimi içinde açıklık ve farklılıklara hoşgörü gibi pek çok değeri bünyesinde barındırmaktadır (Loo, Reijen, 2003: 200).

Post-modernizm, özünde herhangi bir geleneğin yakın geçmişle harmanlanmasıdır yani modernizmin hem sürdürülmesi hem de aşılmasıdır.

Gündelik hayata bakıldığında bireylerin post-modernizmle en fazla karşılaşabilecekleri alan mimaridir. Post-modernizm, kent ve bina tasarımlarında modernizmin getirdiği yüksek-aşağı kültür, seçkin sanat-kitle sanatı gibi ayrımları yıkarak tek düze bir anlayış geliştirmek yerine çeşitliliği ve bir arada olmayı ön plana çıkarmaktadır. Bu durum, sanat filmleri gösteren sinemalarla büyük zincirlerin popüler film gösterimi yaptığı sinemaları, gurme restoranlarla fast food yemek yerlerini, büyük marka ürünler satan mağazalarla kitlesel üretim ürünleri satan mağazaları bir arada görme şeklinde kendisini göstermektedir (Kumar, 1995: 132).

Baudrillard, Post-modern Çağ'ı, modernitenin dönüşümü olarak görür ve modern çağın getirdiği tüketim olgusuna dayanan, kendine has bir kültürü ve teknolojisi olan çağ olarak adlandırır. Yaşanan bu dönemde yaşanan hiçbir şeyin gerçek olmadığını ve taklitlerden oluştuğunu dile getirir (Kızılcılık, 1996: 62). Baudrillard, elektronik medyanın insanların geçmişle olan ilişkilerini bozduğunu, düzensiz, karışık, boş bir dünya yarattığını söyler. Medyanın egemen olduğu bu çağda anlamın artık televizyon programlarındakine benzer imajlarla yaratıldığını vurgulayan Baudrillard, bu yeni dünyada insanların artık gerçek kişi ve olaylara değil medya imajlarına tepki verdiklerinin altını çizer (Giddens, 2012: 153).

Yaşanan çağı Post-modern Çağ olarak adlandırmayan Giddens, bu çağın modernitenin sonuçlarının daha da radikalleştiği bir çağ olduğunu ifade eder (Giddens, 2012: 49).

Post-modern dünya, insanları geçmişlerinden koparan ve medyanın hakim olduğu oldukça çoğulcu ve çeşitli bir dünyadır. Bu dünyada sayısız film, televizyon, kanal, video, web siteleri vardır. Bunlar aracılığıyla çok sayıda fikir ve değerle ilişki kurulurken bunların insanların kendi değerleri ve yaşamlarıyla ve tarihleriyle olan ilgileri son derece zayıftır. Bu dünya, durağanlığın olmadığı her şeyin akışkan olduğu bir dünyadır (Giddens, 2012: 152).

Post-modern kuramcılarının önemli bir çoğunluğu, çağdaş toplumlarda modernizmin tersi bir biçimde çoğulculuğu, parçalanmanın ve bireyciliğin hakim olduğunu ifade ederler. Bunu aynı zamanda ulus devletleri ve buna paralel olarak ulus kültürlerin sona ermesiyle bağlantılandırırlar. Politikanın, ekonominin ve kültürel hayatın küresel boyutlarda cereyan etmesiyle birlikte yerel olan, bölgesel olan, ulus altı tabir edilen kültürler yeniden canlanma eğilimindedirler. Bu duruma paralel olarak da ulus devletine ait olan tipik yapı kurumlar zayıflayarak bunların yerine toplumsal cinsiyet, ırk, yerellik, cinselliğe dayanan yeni toplumsal hareketler güç kazanmaya başlar. Kolektif kimlikler çözülerek özelleşmiş kimlikler oluşmaya başlar. Pos-modernizm, farklılık politikasını destekleyerek ulusal kültür ve kimliklere karşı çıkar. Ulusal yapıları çözerek yerel yapıları geliştirir (Kumar, 1995: 148-149).

Post-modernizmde devletin modern dönemdeki bölünmez yapıdaki egemenlik anlayışı, günümüzde küçük parçalara bölünerek dünyanın farklı yerlerine dağılmış durumdadır. Bir zamanlar ulus devletin elinde bulunan egemenlik buharlaşarak bölgesel yöresel ilişkilerden sıyrılan küresel güçlerin egemenlikleri altında toplanmakta, finans piyasaları devlet yerine onun adına bu görevi yürütmeyi üstlenen özel kurumlara doğru kaymaktadır. Ekonomi, güvenlik ve kültürel unsurlar üzerinde eskisi gibi tam denetimi bulunmayan devlet, günümüz çağında küçük profesyonel ordulara geçiş yapmaktadır. Geçiş yapılan bu küçük profesyonel ordularda artık kahramanlara gerek duyulmamaktadır (Bauman, 2005: 62-63).

Post-modernizm, modernizmde hakim olan üst diller, üst teoriler, üst anlatılar, kişiler, toplumlar ve şeyler arasındaki ayrımları, farkları yok sayma, farklılıkları üst bir potada eritme, üstlerini örtme anlayışındadır. Post-modernizm,

ötekilik kavramını ön plana çıkararak cinsiyet, ırk, sınıf gibi farklılıklar içeren unsurların üstündeki perdeyi kaldırmaktadır. Bu durum post modernizmin radikal boyutunu oluşturmaktadır.

Post modernizm, kendisini, modernizmin neden olduğu sıkıntıları aşmayı amaçlayan bir akım olarak kendini basit görme eğilimindedir.

Temelinde bakıldığında modernizm ve post-modernizm arasından farklılıktan öte bir süreklilik bulunmaktadır. Post-modernizmin kullandığı dile bakıldığında aslında özünde üst teoriden vazgeçilmediği, onu yer altına iterek bilinçsiz bir etki olarak işleyen tehlikeli bir yapıda olduğu görülmektedir. Çünkü ekonomi politığın ve küresel iktidarın koşullarıyla yüzleşmekten kaçınmaktadır (Harvey, 2019: 134-139).

Post-modern dönemde tüketim olgusu modern dönemde olduğu biçimiyle önemini korumanın yanında tüketimde süreklilik değersizleştirilerek geçicilik yüceltilmektedir. Tüketim toplumu aşırılığın, abartının, bolluğun ve müsrifliğin olduğu bir toplum olma özelliğini korumanın yanında bu özelliği daha da ileriye götürmektedir (Bauman, 2005: 106).

Tüketimin etkisini giderek artırdığı bu dönemde kapitalizm, çok uluslu şirketler aracılığıyla giderek küresel bir yapıya bürünmektedir (Bocock, 2005: 83-84).

Özellikle 2000’li yıllarla birlikte üretim sistemlerinde ciddi değişiklikler meydana gelerek üç boyutlu yazıcılar, insansız fabrikalar, öğrenebilen robotlar, kendi kendini yöneten makineler gibi yeni üretim sistemleri ortaya çıkmaktadır. Üretim sistemlerinde medyana gelen değişimler tüketim alışkanlıklarını ve tüketime yüklenen anlamı da değiştirmektedir. Sanayi devriminden önce kitle üretimi mevcut olmadığından ürünler az ve yalnızca üst sınıfların ulaşabileceği bir şekilde sınırlıydı. Sanayi devrimiyle birlikte sadece üst sınıflar tarafından satın alınabilen ürünler orta ve alt sınıf içinde ulaşılabilir hale gelerek modern tüketimi ortaya çıkarmaktadır. 20. yüzyıla gelindiğinde yukarıda bahsedildiği gibi üretimin artması, çeşitlenmesi ve tüketim kültürünün değişmesiyle birlikte insanlar sadece ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla değil başka sınıfların yaşam biçimlerini taklit

etmek, kendisini diğer sınıflardan ayırmak gibi nedenlerle de tüketmeye başlamaktadırlar. Bu yeni dönemde ürünler henüz kullanım ömürlerini doldurmadan yerine yenileri üretilerek, ihtiyacı olan ürünün tüketiminin gerçekleşmesi yerine önce ürünün üretilip ihtiyacın ürüne yönelik olarak yaratılması gibi tüketim olgusunda yaşanan değişimler post-modern toplumun yeni tüketici özelliklerini özetlemektedir. Bu çağda ürünler artık ömürleri tükenmeden atılmakta ya da üst modeliyle değiştirilerek “kullan-at” dönemi başlatılmaktadır (Özoran, 2019: 733).

Bu yönden baktığımızda post-modern dönem kısaca, teknolojiye önemli gelişmelerin yaşandığı, üretimin sınırsız hale geldiği ve beyin gücünün, bilgisayar teknolojilerinin kol gücünün yerini aldığı bir dönemdir. Bu dönemde yaş, sınıf, cinsiyet ayrımı gözetilmeden tüketim ortak bir kimlik göstergesi durumuna gelmektedir. Tüketimin ağırlıklı bir biçimde ön plana çıktığı bu dönemde alışveriş olgusu sadece ihtiyaçları karşılamaya yönelik olarak yapılmamakta özellikle de kent merkezleri dışına kurulan büyük alışveriş merkezleri aracılığıyla post-modern dönemin göstergesi haline gelmektedir. Bu dönemin insanları artık yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak için değil tüketim ürünlerine sahip olabilmek için çalışmaktadır (Hatipler, 2017: 36).

Tüketim toplumunda tüketilen şey artık yalnızca mağazalardan alınan ürünler olmaktan çıkıp insanlar arası ilişkiler ve bağlar da tüketim olgusu içerisinde yer almaktadır. Çabucak eskiyen ve yerini başka tüketim eşyalarının çok çabuk bir şekilde almasına alışan bireyler aynı şekilde hayatlarındaki ortakları, eşlerini ve diğer kişileri de tüketme eğilimine girmektedirler.

Artık bu dönemde çoğu insan için bir ortağa ya da eşine, kendisine artık iyi şeyler sunmadığı ya da sundukları artık heyecan vermediği için hayatından çıkmasını istemesi eskiyen arabasından ya da bilgisayarından kurtulmak istemesiyle eşdeğer duruma gelmektedir.

Böyle bir ortamda piyasalar, kişiler arası ilişkileri önce sağlamak, sonra koparmak, insanları bir araya getirip getirdikten sonra onları birbirinden ayırmak, bağlamak ve uzaklaştırmak, randevulaştırmak, mesajlaştırmak ya da mesajlaşma

alanından çıkarmak gibi faaliyetlerle de ilgilenmektedir. İşyerlerinde, evlerinde, özel ve kamusal alanlarında insanlar arası ilişkilere renk katmaktadırlar. Yaşamı, yalnızca mağazaların raflarında bulunabilecek nesnelerle çözümlenebilir sorunlardan oluşan bir alana dönüştürmektedirler. Her şeyi bir meta olduğu ya da metaya dönüştürülebileceği fikri geçerli olmaktadır.

Böyle bir toplumda sadece nesneler veya ilişkiler değil aynı zamanda kişinin bedeni de tüketim metası haline dönüşmektedir. Günümüzde insanların kendi bedenleri üzerinde denetim kurabilecekleri araçlar bulunmasına rağmen insanlar bedenin ne olduğu ve onu nasıl kontrol etmesi gerektiğiyle ilgili şüphe içinde bulunmaktadır.

Eskiden üretim toplumlarında üreticilerin bedende değerli buldukları her şey tüketim toplumunda zararlı olarak görülmektedir. Bu nedenle eskiden değerli görülen bu bedensel özellikler bu çağda bedenden atılmalıdır. Üretim toplumunun önceliği bedenlen sağlıklı olmakken tüketim toplumlarında bu sağlıklı olmanın yerini “fitnes” almaktadır. Beden ne ölçüde fit ve formda ise o kadar iyidir diğer her konuda olduğu gibi bu noktada da tam bir doyuma ulaşmak mümkün değildir. Çünkü ne kadar fit olunursa olsun bunların bir sonu ya da ölçüsü olmadığından her zaman daha da fit olunabilir inancı hakim olmaktadır. Bu nedenle her zaman fit olmadığı için rahatsızlık veren bir nota bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında “fitnes” sağlıklı olmaktan başka bir şeydir. Sağlıklı olmakta ulaşılabilecek bir hedef bulunmaktadır ancak fit olmakta böyle bir hedef bulunmadığından fit olma arzusu çok çabuk bir süre içinde bağımlılığa dönüşebilmektedir. Belli bir hedefin var olmamasında da her zaman bir belirsizlik söz konusudur. Kendisini forma sokma amacı içine girmiş bir birey sürekli bu amaç doğrultusunda hareket ederek saplantılı bir şekilde her zaman değişmeye hazır olmak durumundadır. Bu açıdan çağın gerektirdiği bir biçimde esnek olmak zorundadır. İki yeme bozukluğu, bulimia ve anoreksiya gibi çağın hastalıklarına bakıldığında bu durum net bir şekilde görülmektedir (Bauman, 2005: 106-125).

Modern öncesi toplumlara bakıldığında bireyler yalnızca kendi benlikleri üzerinde yoğunlaşmamakta biz bilinci üzerine de yoğunlaşmaktadır. Yalnızca benim yaşamım demek yerine çocuklarının ve atalarının da hayatlarını

düşünmektedirler. Modernizmle birlikte başlayan ve post-modernizmle üst aşamaya ulaşan insandaki ben duygusu ve bilinci tarihinden kopmuş ve içi boşaltılmış bir parçalı benlik bilincidir (Güven, 2019: 49).

Kişisel benliğin ön plana çıktığı bu dönemi “ben nesli” olarak adlandıran Jean M. Twenge, yaşamın kendisinin kişisel bir ifade biçimine dönüşerek yaşamdaki tek amacın farklı olmak, duygularını ön plana çıkarmak, kendini ifade etmek halini aldığını dile getirmektedir (Twenge, 2013: 82).

Tüketim toplumu içerisinde yaşayan birey reklamlar aracılığıyla doyumsuz bireyler haline getirilerek birer metaya dönüştürülmektedirler. Bu çağda artık mesajların doğruluğu değil inanırılığı önemli olmaktadır. Bir mesaj eğer inandırıcıysa doğru olmaması o kadar da önemli değildir. Hatta doğru olan şey inanılır gözükmüyorsa yok sayılabilmektedir (Güven, 2019: 50).

Gelinen bu aşamada var olan toplumları Guy Debord “Gösteri Toplumu” olarak adlandırmaktadır. Modernleşme öncesi dönemlerde görsel dolaşım az olduğundan görme sonraki dönemler kadar önemli değildi. Modern Çağ’la ve sanayileşmenin getirdiği teknolojilerle birlikte görsellik artarak görmeyle bilme eşit duruma gelmektedir. Post-modern Çağ da ise görmenin önemi artarak bu çağda görme bilmenin önüne geçmektedir. Özellikle Batılı toplumlar yoğun bir biçimde televizyon programları, reklamlar, fotoğraflar, internet içerikleri, gözetleme kameralarıyla yoğun bir şekilde görsel teknolojilerin kuşatması altında yer almaktadırlar. Görme artık özellikle de bu toplumlarda toplumsal hayatın kültürel inşası açısından önemli bir konumdadır (Rose, 2001: 4).

Post-modern Çağ’da görme duygusu dış dünya hakkında fikir sahibi olmada temel noktada bulunmaktadır. John Berger, bireylerin diğer insanlar hakkındaki görüşlerini görsel algıları üzerinden belirlediklerini söylemektedir. Bu nedenle de insanlar kendi görünüşlerine olduğu gibi aldıkları arabanın işlevinden çok görünüşüne yine aynı şekilde evlerinin dekorasyonlarına fazlaca önem vermektedirler (Berger, 2018: 7).

Guy Debord, gösterinin aldatıcı, yanıltıcı, baştan çıkarıcı olduğunu ve kişiler arasındaki ilişkilerin de imajlara dayalı bu tarz bir ilişki olduğunu

belirtmektedir. Gösterinin artık doğrudan algılanamayan dünyayı dolaylı olarak gösterdiğini ifade eden Debord, tarih de dahil olmak üzere bu çağda artık ihtiyaçların, kültürün, bilimin ve her şeyin gösterinin egemenliği altına girdiğini ifade etmektedir. Günümüzde alışveriş merkezleri sadece ürün ve hizmetlerin satıldığı yerler olmaktan çıkarak yüksek teknolojiye sahip eğlence yerleri, post-modern gösterişli ve ışıklı mimari ve aydınlatmalarıyla gösteri toplumunun önemli birer simgesi haline gelmektedirler (Debord, 2019:78).

Pos-modern Dönem, sanayileşmeye dayanan Modern Dönem'in kentleşme anlayışına da karşı çıkmaktadır. Nüfusun kentlerde toplanması yerine dağıtılmasını, sanayiden arındırılmış bölgeler oluşturulmasını, varoşlardaki eski kent bölgelerinin yüksek teknolojiye dayanan üniversite kentlerine dönüştürülmesini desteklemektedir. Böylece insanlar ve iş yerleri büyük kentlerden uzaklaşarak büyük gökdelenlerin ve apartmanların yerine küçük ölçekli tasarımlara önem vererek, insanları böyle bölgelerde komşularıyla bağlantılı bir biçimde yerel kültürlerini yaşamayı teşvik etmektedir (Kumar, 1995: 148-149).

Bütün bu açıklamalar sonucunda denilebilir ki, post-modernlik kavramının başında yer alan “post” eki, yeni bir oluşum ya da modernlikten sonra gelen yeni bir çağı işaret etmek yerine modernizm kavramının eleştirel bir bakış açısıyla incelendiği, aksaklıklarının üzerine gidildiği çağ olarak adlandırılabilir. Bauman, post-modernizmi, “yanlış bilinçten kurtulmuş modernizm” olarak adlandırmaktadır. Post-modernizmi eski olarak görmek yerine ona yeni bir ışık tutarak kendi amaçları doğrultusunda kullanmaktadır. Bu şekilde modernizmin gizli kalmış potansiyellerinin bir bölümünü açığa çıkarmakta ve modernizmin mükemmel, akılcı toplum inşa etmek için kısıtladığı insanların üzerindeki modern ruhu kaldırmaktadır (Kumar, 1995: 168-169).

Mimari ve kentsel açıdan post-modernizmin etkilerine bakıldığında modernizmin planlamanın hakim olduğu geniş çaptaki teknolojik açıdan akılcı ve metropol tarzındaki mimari anlayışından uzaklaşmaktadır. Post-modernizm, kentsel dokuyu diğer tüm alanlarda olduğu gibi parçalara ayırarak üst üste yığılı bir kolaj haline getirmektedir. Kent tasarımları, bölgesel geleneklere, kişisel istek

ve ihtiyaçlara göre şekillendirilir. Tüm bunlar mimari üslupların eklektik bir yapı halinde oluşturulmasıyla süslenmektedir.

Modernistler mekanı toplumsal amaç için biçimlendirirken post-modernistler mekanı zaman dışı ve belli amaca dayanmayan güzelliği amaç haline getirerek estetik ilkeler doğrultusunda biçimlendirmektedirler.

Post-modern mimarlığın temelinde iki temel teknolojik gelişmenin bulunduğu öne sürülmektedir. İlki, günümüz kitle iletişim araçları alışlagelmiş zaman ve mekan sınırlarını yok ederek kentlerin ve toplumların içinde insanların yerine, işlevine ve çıkarına göre şekil alan güçlü iç farklılaşmalar yaratmaktadır. Bu parçalanma mekan içinde toplumsal etkileşimi büyük oranda farklılaştıracak bir ulaşım ve iletişim teknolojileri bağlamında ortaya çıkmaktadır. İkinci olarak, özellikle içinde bilgisayarların yer aldığı yeni teknolojiler kitle üretimi kavramını değiştirerek üretimin kişiselleştirilmiş ürünler bazında dahi yapılmasını olanaklı hale getirmektedir. Bu da büyük fabrika ve iş yerlerine karşın küçük zanaatların tekrardan önem kazanmasını sağlamaktadır (Harvey, 2019: 92-95).

Modernistlerin kent mimarisine hakim olan bütünsellik post-modern mimaride yerini değişimin hakim olduğu denetlenemez ve kaotik bir mekan olarak görme eğilimine bırakmaktadır (Harvey, 2019: 58).

Post-modern kent yaşamı, insanlara verdiği mesajlarda sürekli değişimi ve farklılaşmayı dile getirerek insanlarda tüketim alışkanlıklarını artırmayı amaçlamaktadır. Kentlerde mal ve hizmet tüketimi yoğun olarak alışveriş merkezlerinde gerçekleşmektedir. Bu merkezlerde aynı zamanda sinema, müze, kitap ve müzik ürünleri de yer alarak sanat ürünlerinin tüketimini de artırmaktadır. İnsanların sahip oldukları yaşam biçimleri onların serbest zaman alışkanlıkları, ev ve araba tercihleri, giyim, yiyecek, içecek tercihlerine göre şekillenmekte ve bütün bunlar da yaşamlarını sürdürdükleri kentlerdeki yaşam koşullarıyla belirlenmektedir (Zukin, 1988: 439).

Post-modernizm, özünde modernist anlayışın içinde yer alan geçicilik, parçalanma, süreksizlik ve kargaşa durumunu benimsemekle birlikte bu gerçekliği çok özgül bir biçimde karşılayarak onu aşmaya, değiştirmeye çaba göstermez.

Post-modernizm dünyada başka hiçbir şey yokmuş gibi değişimin parçalanmışlığı içinde yer alır (Harvey, 2019: 76-80).

Post-modern ve tüketimci toplum uzun vadeli ve bütünlük içerek tüm idealleri aşağı olarak görmektedir. Bu toplum düzeni içinde, şöhret ve tanınırlık da hayatın kendisi gibi süreklilikten yoksundur. Dönemin şöhretleri gökten düşme şöhretler şeklinde ve kısa süre içerisinde unutulacak şekildedir (Bauman, 2005: 69).

Post-modern düşüncenin en özgürleştirici yanı belki de “ötekilik” konusundaki hassasiyetinde yatmaktadır. Sömürülen halklar, siyahlar, azınlıklar, çeşitli gruplar, işçi sınıfı, kadınlar adına ortak bir dille konuşan moderniteyi eleştirmektedir. Tüm grupların kendi sesleriyle konuşması gerektiği fikri post-modernizmin çoğulcu yanına vurgu yapmaktadır.

Post-modern birey, modernizmde olduğu gibi klasik Marksist anlamda yabancılaşmış bir birey olarak bile görülmemektedir. Çünkü yabancılaşmanın temelinde tutarlı bir benlik vardır ve birey bu benliğe karşı yabancılaşmaktadır. Post-modernizmde yabancılaşmanın yerini kişiliğin ve öznenin parçalanması almaktadır.

Post-modernizmde zamansallığın yitilmesiyle birlikte derinlik de kaybedilerek yüzeysel ve dayanıklılığa sahip olmayan anlık iletiler ön plana çıkmaktadır.

Aynı şekilde kitle televizyonunda kökler yerine yüzeyler, derinlikli çalışma yerine kolajlar, üst üste getirilmiş anlık ve alıntı imgeler, sağlam temeller üzerinde yer alan kültür yerine çökmüş bir zaman ve mekan duygusu gelişmektedir. Zaten temelde bakıldığında televizyonun kendisi geç kapitalizm dönemine ait bir üründür ve bu açıdan tüketimi teşvik eden bir yapıya sahip olarak tüketimi, arzu ve istekleri artırmayı amaç edinen bir eğlence anlayışına yönelmektedir.

Post-modernizme bu açıdan yaklaşan düşünürler, onu geç kapitalizmin kültürel mantığı çerçevesinde değerlendirmektedirler (Harvey, 2019: 76-80).

2.3.2. Dönemin Aile Yapısı

Sanayileşme süreciyle birlikte ortaya çıkan çekirdek aile sahip olduğu dinamik yapısı nedeniyle sürekli değişim içerisinde. İlk ortaya çıktığında geleneksel aile yapısında olduğu gibi erkeğin çalışıp kadının evde ev işleriyle meşgul olduğu yapı zaman içerisinde değişmektedir. Zaman içerisinde ortalama iki çocuğa sahip olan çekirdek ailede çocukların eğitime verilen önemle birlikte eğitim masraflarının artmasıyla çocuk sayısı giderek düşmektedir.

Çekirdek ailede meydana gelen bu değişimlerle birlikte çekirdek ailenin içinden doğan farklı çekirdek aile türleri ortaya çıkmaya başlamaktadır. Çocuksuz aileler, çocukları belli bir yaşa gelince yanlarından ayrılan aileler, eşcinsel aileler, tek ebeveynli aileler, evlenmeden beraber yaşayan çiftler ve ikinci evliliğini yapan bireylerden oluşan yeni aile türleri bunlara örnektir (Parillo, 2002: 286).

Modern toplumsal yaşam, ortaya çıktığı ilk yıllarla karşılaştırıldığında post-modern dönemde çok daha fazla değişim ve devinim içine girmektedir. Bu dönemde insanlar eskiye kıyasla daha fazla iş değiştirmekte ve bu durum sonucunda da oturduğu coğrafyayı daha sık değiştirmektedirler. Önceki dönemlere kıyasla daha da küçülen ailelerde boşanmaların da artmasıyla birlikte bireysel ilişkiler daha da ön plana çıkmaya başlamaktadır. Bu süreçte arkadaşlık ilişkileri insanların yaşamını etkileyen değişim süreçleri içerisinde bir topluluğa ait olabilmek için önem verilen bir yöntem olmaktadır (Giddens, 2019: 182).

Görüldüğü gibi çekirdek aile Post-modern Dönem'in de aile biçimi olma özelliğini korumakla birlikte bu dönemde parçalanmış aile, tek ebeveynli aile, birleşmiş aile gibi yeni aile tipleri ortaya çıkarak yaygınlaşmaya başlamaktadır.

Bu dönemin çekirdek ailesinde kadın ve erkeğin rolleri modern dönemdeki gibi kesin çizgilerle birbirinden ayrılmamaktadır. Eve parayı kadının getirdiği, erkeğin ise evde çocukların bakımını üstlendiği ailelerin sayısı giderek artmaktadır (Canatan, Yıldırım, 2018: 171).

Bugünün çağında evlilikler ekonomik amaçlar ya da ailelerin istemiyle değil çoğunlukla gönüllü bir biçimde gerçekleşmektedir. Ulrich Beck ve Elizabeth Beck Gernsheim, "Aşkın Olağan Kaosu"nda, yaşanan bu çağın aile, iş, sevgi ve

kişisel amaçların peşinde gitme özgürlüğü arasında çatışmayla geçen bir çağ olduğunu dile getirmektedirler. Önceki dönemlerde kadınlar, evlerinin dışında yarı zamanlı bir biçimde çalışsa dahi çocuk yetiştirmek amacıyla meslek yaşamlarına daha az zaman ayırmaktadırlar. Günümüzde ise kadınlar da erkekler kadar mesleki ve kişisel ihtiyaçlarını önemli görmektedirler. Günümüz çağındaki ilişkiler sadece sevgi, cinsellik, çocuk, evlilik gibi konularla sınırlı kalmayarak siyaset, ekonomi, meslekler, kişisel hak ve özgürlüklerle de ilişkilidir. Bütün bunlara bakılarak aile ve evlilikler bu çağda daha kırılgan gözüktükse bile insanlar için hala çok önemli durumdadırlar. Boşanma eskiye oranla yaygın hale gelse dahi yeniden evlenmeler yaygınlaşmaktadır. Doğurganlık oranı düşse bile doğurganlığın iyileştirilmesiyle ilgili istemler bulunmaktadır. Daha az insan evlenmeye yönelse de bir çiftin parçası olarak yaşama arzusu istikrarlı bir biçimde devam etmektedir (Giddens, 2019: 284-285).

Modern sonrası döneme bakıldığında evliliklerin de daha soyut ve kısa ömürlü temeller üzerine kurulduğu dikkati çekmektedir. Bu dönemde daha iyi şartlar altında daha iyi işlerde çalışan kadın ve erkekler ekonomik açıdan ailelerinden bağımsız olmaktadır. Kadın ve erkeğin birlikteliği feodal yapılarda olduğu gibi herhangi bir siyasal amaca ya da mülk edinmeye bağlı olmadığından miras alınan ve doğal olarak kabul edilen bağlar gevşemektedir. Bu da evlenen çiftleri daha ayrıcalıklı bir konuma kavuşturmaktadır.

Sağlam temellere dayanan her şeyin giderek kaybolduğu bu dönemde bireyler de, daha önce toplum tarafından kendilerine sunulan olanakları sevgilisiyle yaşadığı makro-mikro kozmosta bulmak durumundadır. Sanayi devriminden bu yana var olan aşk evliliği toplumsal gerçekler tersini de ileri sürse az çok arzu edilen evlilik biçimidir. Zenginlik ve gücü sonraki kuşaklara aktarmak olarak görülen evlilik, duygusal ilgi ve bireyin kendisini bulması arzusuyla günümüz durumuna doğru hızla gelerek amacındaki istikrarı kaybetmektedir (Giddens, 2019: 191).

Sanayi öncesi dönemde ev halkını dağıtarak eğlenceyi ve işi dışarıda aramayı teşvik eden sanayileşmeden sonra, teknolojik gelişmeler ve internetin getirdiği olanaklarla birlikte eve geri dönüş başlamaktadır. Aileler sinemaya

gitmek dışarıda lokantalarda yemek yemek yerine evlerinde oturmayı hazır gıdalar ya da mikrodalga fırınlarında çabucak yaptıkları gıdaları tüketerek sinemaya para vermek yerine büyük ekran, özel ses donanımlarına sahip akıllı televizyonlarında daha ucuza ve evlerindeki klima olanaklarıyla da daha konforlu ortamlarında zaman geçirme eğiliminde olmaya başlamaktadırlar. Aynı şekilde bilgisayarlarının başında evden dışarıya çıkma gereksinimi duymadan bütün işlerini yerine getirebilen bireyler sadece ev merkezli tüketim değil aynı zamanda ev merkezli üretimi de gerçekleştirmektedirler. Sanayi sonrası toplumların bireyleri çoğunlukla hizmet sektöründe çalıştıklarından mal yerine enformasyon üretmektedirler. Bu da bireylerin pahalı ofislerde zaman alan yolculuklar yaparak işe gitmek yerine evlerinden iş yapmalarını kolaylaştırmaktadır. Evlerin büyük çoğunluğu, bilgisayar ve modemler aracılığıyla düşük bütçeler ile ofis haline getirilerek birçok iş dalının ev merkezli hale gelmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, yeni toplumsal yapının ve çağın eve dönüşle birlikte aileyi güçlendirebileceği görüşünü akla getirmekle birlikte süreç bu şekilde işlememektedir. Burada bahsedilen ev kavramı bir aile olarak paylaşımın yapıldığı evden farklıdır. Enformasyon toplumunun gerçek yönelimi aile yerine bireyi özgürleştirmek ve güçlendirmektedir. Ev, bireysel işlerin ve uğraşların tercih edilen bölgesi durumuna gelmekle birlikte burada aileyle paylaşım ve kolektif bir amaç bulunmamaktadır. İnsanlar yaşamlarını ev içinde birbirinden bağımsız bir şekilde etkin olarak sürdürmeyi tercih etmektedirler. Bu durumda ev, aile için “kalpsiz bir dünyada bir yuva” olmanın ötesinde ücrete tabi olan ya da olmayan misafirlerin kaldığı bir otel haline gelmektedir (Kumar, 1995: 188-191).

Post-modern dönemde yaşanan pek çok gelişme aile kurumunu yeniden yapılandırmaktadır. Örnek olarak mikrodalga fırınların icadıyla birlikte ailelerin yemek yeme alışkanlıkları ve saatleri değişime uğramaktadır. Bu cihaz sayesinde yemek hazırlama süreleri hem kısaltmakta hem de yemek yapma ve pişirme mikro dalga fırınlar için hazırlanan yiyecekler sayesinde kolaylaşmakta ve ev halkı artık yemek yemek için birbirine bağımlı olmamaktadır.

Bu dönemde yaşanan gelişmeler yemek yeme alışkanlıklarında olduğu gibi pek çok alanda esneklik ve kolaylık yaşanmasını sağlamaktadır. Yeni ulaşım

hatları, abonman kartları, uzun mesafe yolculukları daha kolay hale getirerek yolculuk etme, çalışma mekanlarını değiştirme ve esnek çalışma zamanlarını tercih edebilme gibi pek çok esnekliği beraberinde getirmektedir. Bunun yanında bilgisayar ve internet ağları sayesinde ev ve iş yeri kavramları değişime uğrayarak ikisi arasındaki keskin ayırım kalkmaya başlamakta bilgi ağları sayesinde ev ortamında da insanlar işlerini yurutebilme esnekliğine kavuşmaktadırlar (Gottdiener, 2005: 81-82).

İnternet teknolojilerinin bireylere sunduğu bu olanaklar modern dönemde sınırları keskinleşen özel ve kamusal alan arasındaki bu keskin sınırları yeniden belirsizleştirmektedir. Bilgisayar ve internet ağları sayesinde çalışma tekrar eve aşınmaya başlamakta, kamu gündemiyle ilgili problemler ev içinde internet aracılığıyla diğer insanlarla tartişılabilmekte, yine bu araçlar aracılığıyla kamusal alanı ilgilendiren meseleler evlere girebilmektedir (Gungör, 2013: 372).

Modern ağlardan başlayarak Post-modern Dönem’de artarak önemini koruyan tüketim toplumu olgusu çocukları da yeniden işlemden geçirerek onların ruhunu yonetmeye odaklanmaktadır. “ocukların ticari dünyanın açığa çıkardığı, onunla bağlantılı ve i içe geçmiş malzemelerle, medyayla, gorsellerle ve anlamlarla işkilenmesi, günümüz yaşamında kişiliğin ve ahlaki tutumların oluşmasında merkezi bir konumda bulunmaktadır.” Merkezi konumda bulunma hali küçük yaşlardan itibaren başlamaktadır. Alışveriş bağımlısı olma çocuklar daha okuma yazmayı öğrendiği dönemden hatta henüz öğrenmediği dönemden başlayarak oluşturulmaktadır. Bugünün çocukları yarının tüketicileri olarak görölmektedir. Son dönemlerde aile içinde yapılan harcamalara bakıldığında çocuklara harcanan payın ya da çocukların etkisiyle harcanan payın oranının arttığı gözlemlenmektedir. Çocuklar daha ilkokula dahi gelmeden markete giderek bağımsız bir biçimde alışveriş yapabilmektedirler.

Bauman, Amerikalı ocukların yarısından fazlasının çift gelire sahip aileler tarafından büyütöldüklerini ve okulda olmadıkları zamanlarının büyük bir çoğunluğunu tek başlarına ya da akranlarıyla birlikte geçiren “kapı eşiği çocuklarına” dönüştüklerini ifade etmektedir. Çalışma günleri içinde aile bağlarının gevşediğini belirten Bauman, ocuğun alışverişte uzmanlaşması ve

alışveriş kararlarına yön vermesiyle birlikte aile içi yönetim ve otorite tersine dönerek var olan bağların daha da zayıfladığını dile getirmektedir (Bauman, 2005: 145-149).

Çalışma yaşamının giderek karmaşık bir hale gelmesi ve gelişen teknolojiyle birlikte ileri düzey bilgi gerektirmeye başlaması çocukların bu yaşama hazırlanabilmesi için gereken eğitim süresini uzatarak kültürel çocukluk dönemini uzatmaktadır. Bunun sonucu olarak ailelerine daha uzun bir süre bağımlı duruma gelen çocukların eğitim masrafları da yükselmektedir. Yaşanan bu durum çocuk sahibi olmayı masraflı bir duruma getirmektedir (Canatan, Yıldırım, 2018: 167).

Bu çağın modern okulları artık yalnızca eğitimin verildiği ortamlar değil aynı zamanda sosyalleşmenin de mekanı olarak ailenin bu konudaki görevini üstlenmektedirler. Karmaşık bürokratik yapılara sahip olan sosyal hizmet kurumları, sağlık ve psikiyatri, reklamlar ve pazarlama endüstrileri ailenin yerine geçerek çocuğun yetişmesinde daha etkili konuma ulaşmaktadırlar. Bu süreçte ortaya çıkan, pediatri uzmanları, doğum uzmanları, öğretmenler, televizyon programları, internet çocuk gelişimindeki ailenin sorumluluğunun büyük bir bölümünü kendi üzerine almaktadır. Aileler çocuklarına yol göstermek yerine ona sadece sevgi veren ve yetiştirmeye çalışan bir kurum haline gelmekte ve bu durum kuşak sürekliliğini sağlama bakımından yetersiz olmaktadır (Güven, 2019: 51).

Modernleşme döneminin özellikle de ilk dönemlerinde geçerli olan şehirli küçük ailelerin katı disiplin altından çocuk yetiştirme yöntemleri terk edilerek özgür çocuk yetiştirme fikri büyük oranda kabul görmeye başlamaktadır. Bu yeni oluşum sürecinde çocuklar için yaşlıları daha önemli duruma gelmektedir ve aileler için çocukların ahlaki değerleri öğrenememelerinden öte arkadaş ilişkilerini sürdürememeleri ve popüler olamamaları gibi konular daha önemli hale gelmektedir. Çocuklar üzerinde okulun ve yaşlılarının etkisinin artmasının yanında medyanın gücünün de çocuklar üzerindeki etkisini giderek artırmasıyla daha dışa yönelimli karaktere sahip çocuklar yetiştirmeye başlamaktadır. Bu dönemin dışa yönelimli bireylerinin en büyük yönlendirme kaynakları sevilme ve onay görme ihtiyacıdır. Dışa yönelimli bir kişi için aile artık sıkı bir biçimde bağlı

olduğu bir yapı olmaktan çıkarak sosyal çevresinin bir parçası haline gelmektedir. Birey artık kozmopolittir. Geleneksel toplumlarda tanıdık olanla tanıdık olmayan arasındaki sınırlar ve ilişki biçimleri net ve birbirinden farklıyken bu çağın bireyinde artık ikisi arasında sınır bulunmamaktadır. Aile bireyleri, kendilerine yabancı gelen bir durumla karşılaştıklarında bu durumu bünyelerine katarak kendilerini ona göre yeniden şekillendirmektedirler (Riesman, 2016: 41-46).

Bilgi ve eğlence sektöründe yaşanan gelişmeler çocukları gerçek arkadaşlık ilişkilerinden ve oyun oynadıkları sokaklardan kopararak kendilerine bağımlı hale getirmektedir. Ailelerin yoğun iş yaşamlarıyla birlikte artan iş saatleri ev için ayırdıkları zamanı kısıtlamakta ve bu da fast food ve dondurulmuş gıdalara yönelmeyi artırmaktadır. Bu tarz beslenmenin yaygınlaşması ve çocukların ev içine hapsolmesiyle birlikte obezite beslenme problemleri de ortaya çıkmaktadır.

Bu süreçte ortaya çıkan bu olumsuz durumlar çocuklar üzerindeki ebeveyn kaygılarını artırmakta ve nitelikli çocuk yetiştirme artık yardım alınarak yapılabilecek bir duruma gelerek bu özelliklere sahip bir çocuk yetiştirmek bir mesleğe dönüşmektedir. Bunun sonucu olarak çocuklar akademik başarıya koşullandırılmaktadır (Canatan, Yıldırım, 2018: 167).

Endüstriyel üretimle beraber babanın evde daha az bulunması baba otoritesini ortadan kaldırarak onun yerine “büyüklenmeci kendilik imgeleriyle kaynaşmış arkaik ebeveyn imgelerine dayanan sert ve cezalandırıcı bir üst ben” ortaya çıkmaktadır (Güven, 2019: 51).

Ailenin tarih içerisinde geçirdiği değişimler incelendiğinde dönemin ekonomi politikalarıyla yakından ilgili oldukları görülmektedir. Bölgesel, ulusal ve uluslar arası pazarların büyümesi yerel tabakalaşma hiyerarşisini azaltmaktadır. Aynı şekilde bu dönemde giderek küçülen aile kurumu içindeki hiyerarşik tabakalaşma da azalmaktadır. Aile ve yakın ilişkilerde davranış modelleri çeşitlenmeye başlamakta ve hoşgörünün ağırlık kazandığı daha esnek roller benimsenmektedir. Bu dönemde daha az sayıda insan evlenmekte, daha çok sayıda kadın iş yaşamında yer almaktadır. Boşanma oranları artmakta,

çocuklarıyla birlikte yaşayan ebeveyn ve aile büyüklerinin sayısı düşmektedir. Yaşanan bu gelişmelere paralel olarak çocuk ve kadınlar daha eşitlikçi bir yapıya sahip olmaktadır. Tabakalaşmanın bir gereği olarak da eğitim ve mesleklere oranla aile daha az önemli duruma gelmektedir. Devletlerin refah düzeylerinin artmasıyla devlet bireylere daha fazla seçenek sunmakta ve pek çok görevi aileden alarak kendi bünyesindeki kurumlara dağıtmaktadır. Bunun bir sonucu olarak da çocuk yetiştirme ve onlara iş bulma gibi konularda ailenin sorumlulukları azalmaktadır. Bu dönemde yapılan toplumsal hareketlilik çalışmalarına bakıldığında ailelerin eğitim ve gelirlerinin çocuğun iş başarısı üstündeki etkisi azalırken eğitimin bağımsız etkilerinin arttığı gözlenmektedir (Giddens, 2019: 293-294).

1950'lerden itibaren başlayan yetişkinlerin nüfuzunun ve otoritesinin giderek azalması süreci devam etmektedir. İçinde yaşanan dönemin lise ve üniversiteye giden gençleri, kendilerini kalabalıklar içinde yalnız hisseden güvensiz anne babaların çocuklarıdır. Ebeveynlerdeki özgüven kaybı teknolojiye ve değerlerde meydana gelen hızlı değişimin bir sonucudur ve evrensel bir durumu yansıtmaktadır (Riesman, 2016: 11).

Modern dönemde ayrı bir alana kavuşan çocukluk ve çocukluk dönemi kavramları bu dönemde yine kendisine has konumunu yitirmeye başlamaktadır. Çok küçük yaşlardan itibaren yetişkinler tarafından kullanılan medya teknolojilerini kullanmaya başlayan çocuklar yetişkinlere özgü enformasyonlara da maruz kalmaktadırlar. Okuma yazma öğrenme yaşına dahi henüz ulaşamamış, sokağa tek başına çıkma izni bulunmayan çocuklar internet ve yeni medya teknolojileri aracılığıyla tüm dünyayı dolaşabilmektedirler. Bu durum da çocuklar ile yetişkinler arasındaki ayrımın silikleşmeye başlamasına neden olmaktadır (Giddens, 2012: 216).

Dönemin genel aile tablosuna bakıldığında, yoğun iş temposu içinde çalışıp yorulan aile üyeleri çalışma saatleri dışındaki zamanlarında evlerinin kapılarını dış dünyaya kapatarak dış dünyayla olan iletişimlerini medya araçları ve özellikle de internet üzerinden sürdürmeye devam etmektedirler. Bu zaman dilimi dışında, mesai saatleri içerisinde çoğunlukla boş kalan evler, eski tek ya da iki

katlı bahçeli evlerin aksine en az dört beş katlı ve her katta birden fazla dairenin yer aldığı, sokakla birinci kat arasındaki mesafenin yükseldiği apartman dairelerine dönüşmektedir. Bu apartman binaları içine hapsolan çocuklar çoğunlukla yaşlılarından uzak bir şekilde büyüyerek topluma yabancılaşmakta ve yalnızlaşmaktadırlar (Karakoç, Taydaş, 2017: 211).

2.3.3. Dönemin Medya ve Serbest Zaman Etkinlikleri

Post-modern Çağ, 1970’li yıllarda yaşanan ekonomik krizin beraberinde esnek tüketim anlayışının kabul edilip, bu durumun iletişim ve bilişim alanlarında meydana gelen teknolojik gelişmelerle desteklendiği zamana denk gelmektedir (Baudrillard, 2004: 78).

II. Dünya Savaşı’nı takiben üretim odaklı ekonomiden tüketim odaklı ekonomiye geçilmesiyle birlikte ekonomi anlayışında önemli bir değişiklik meydana gelmektedir. Yeni kapitalizm ya da geç kapitalizm gibi isimlerle adlandırılan bu dönemde tüketimi artırmak amacıyla farklı tüketim alanları oluşturulmaya başlanmakta ve üretimde farklılaşmaya gidilmektedir. Kapitalist üretiminin çalışanları sistemlerinin mevcut çarkını döndürebilmek için kazandıkları parayı tekrar dönüşüme sokmaları gerekmektedir. Bunu sağlamak için de boş zaman kavramı oluşturulmaktadır. Yeni kapitalizmin sürekli kendisini yenilemesini sağlayan bu kavram kazanılan parayı tekrardan sistem için dönüşüme sokmayı amaçlamaktadır. İnsanlar kendileri için oluşturulan ve işten arta kalan bu zamanlarında kendi kişisel tercihlerini yapmak yerine kapitalizmin belirlediği alanlarda sistem için faaliyet gösterirken kendilerini özgür zannetmektedirler. Oluşturulan bu yeni boş zaman insanın nesne durumuna geldiği kültür endüstrileriyle dolu bir alan içerisinde bireyin sürekli bu kültür endüstrisi ürünlerini tüketerek zamanlarını harcadıkları bir sisteme dönüşmektedir (Adorno, Horkheimer, 2010: 162-171).

Kitlesel üretimin giderek arttığı bu dönemde kapitalist sisteme hizmet edecek bir şekilde tüketim yüceltilerek yaşam biçimi haline getirilmektedir. Tüketicinin artık fiziksel ihtiyaçları karşılamaya yönelik yapılmadığı, tüketilen nesnenin özelliğinden çok ona yüklenen gösterge ve sembollerin satın alındığı

Post-modern Çağ'da tüketim nesnesi birey için artık kendini ifade etmek için kullandığı bir araç durumuna gelmektedir (Baudrillard, 2004: 78).

Bu dönemin kapitalizm anlayışında üretimin de önüne geçen tüketim anlayışında artık kişilere bırakılacak boş zaman çalışma zamanından daha önemli olmaya başlamaktadır. Bu dönemde kapitalizm artık dikkatini iş zamanından boş zamana doğru kaydırmaya başlamaktadır. Örneğin, televizyon izlerken dahi metalaştırma sürecinin bir parçası olarak seyredilen metaları, imajları tüketen bireyler sürecin içerisinde yer almaya devam etmektedirler. Kapitalizmle birlikte bireyin zamanı olmaktan çıkan boş zaman dilimi, bu dönemde zaman kavramının parçalı bir yapıya dönüşmesiyle de kar hesaplarına uygun bir biçimde bölümlenmektedir. Geçmiş, şimdi, gelecek kavramları iktisadi içeriklerle birlikte kar amacına uygun olarak biçimlendirilmektedir (Fiske, 1999: 39,90).

Çalışma sürelerinin azalması, ücretli izinlerin artması ve teknolojinin gelişimiyle birlikte yeni iş kollarının ortaya çıkması ya da mevcut iş kollarının daha az zaman harcayarak işi yerine getirebilecek konuma ulaşmasıyla artan boş vakit, gezi, hobi, deniz turizmi, dağ turizmi, paket tatil programları, spor salonları, yeni iletişim araçları, hobi kursları, tematik parklar, çeşitli sanatsal etkinlikler gibi kültür endüstrileri aracılığıyla kontrol altında tutularak, bireyleri ve toplumları kitlesel olarak tüketime yönlendirmektedir (Kraus, 1994: 42).

Bu da tüketimi yeme, içme, giyinme, dekorasyon gibi alanların dışına çıkararak dinlenme ve eğlenme faaliyetlerini de içine alan bir dönemi ifade etmektedir (Harvey, 2019: 318). Tüketimin ön plana çıkarak eğlenme ve dinlenme zamanlarının kapitalist sistemin hizmetine girmesiyle birlikte insanlar zamanlarının büyük çoğunluğunu bir malı veya hizmeti almakla geçirmeye başlamaktadırlar (Featherstone, 2005: 26).

Tüketim odaklı olarak boş zaman etkinliklerinin özellikle eğlence sektöründe giderek artmasıyla beraber ortaya çıkan yeni olanaklardan faydalanabilme çoğu zaman bir kılavuz kullanmayı gerekli kılmaya başlamaktadır. Gelişmiş şehirli toplumlarda bu konularda hobi danışmanları kullanılmaktadır. Spor öğretmenliğinden, seyahat danışmanlarına, otel

işletmecilerinden tatil köyü yöneticilerine ve sanat eğitmenlerinden dans öğretmenlerine kadar pek çok alanda karşımıza çıkan hobi danışmanlığı eğlence ve boş zaman hakkında önerilerde bulunan başka pek çok danışmanı da içermektedir. İnsanlar tatiller aracılığıyla kendi akran grubundan olmayan ve normal koşullarda toplumsal tecrübe alanları dışında kalan kişilerle bir araya gelmektedirler. Bunun yanı sıra tatiller, binicilik, resim, yüzme, dans gibi aktiviteleri satma yetenekleri olan kişilerle bunları alabilecek paraya ve boş zamana sahip kişileri bir araya getiren yer ve zaman işlevi de görmeye başlamaktadır. Ancak burada bahsedilen hobi danışmaları aslında insanlara ne istediklerini bulmaları konusunda yardımcı olmak yerine çoğunlukla herhangi bir ürün ya da hizmeti satmaya çalışmaktadırlar (Riesman, 2016: 335-336).

Boş zaman etkinlikleri küreselleşerek dünyanın her yerinde aynı zamanda ve aynı biçimde tüketilmektedir. Teknolojik yenilikler arttıkça boş zamanın değerlendirilmesi giderek araçsal bir yapıya bürünmektedir. Televizyon, internet, bilgisayar oyunları, sinema, eğlence aletleri, enstrümanlar boş vakit üzerinde egemen konuma gelerek kendilerine olan bağımlılığı da giderek artırmaktadırlar. Bu da boş zaman etkinliklerinde bireysel tasarrufu sınırlayarak araçsal faktörlerin gücünü artırmaktadır. İnsanlar artık bu zaman dilimindeki tercih özgürlüklerini yitirerek araçsal ve mekânsal kısıtlamalarla, kitle beğenisine uygun olarak oluşturulmuş ve metalaştırılmış, paketlenmiş eğlence seçenekleriyle serbest zaman etkinliklerini oluşturmaktadırlar. Böylece dünya artık boş zamanı olan sınıflardan “boş zaman toplumuna” dönüşmektedir (Aytaç, 2005: 11-12).

Kitle iletişim araçlarının teknolojik gelişmelere paralel olarak maliyetlerinde yaşanan düşüş ve içeriklerinin giderek zenginleşmesi, alım gücünün artmasıyla da birlikte bireylerin zamanlarının büyük bölümünü kaplar duruma gelmektedir. Bu durum kendini öncelikle televizyonda göstermektedir. Eskiden her ailede bir tane ve salonda bulunan televizyon en azından mekânsal açıdan bir aradalık sağlarken bahsedilen bu gelişmelerle beraber evin her odasında yer alan televizyon, aileleri evde bir arada geçirdikleri zaman diliminde de birbirlerinden kopuk ve televizyona bağımlı bir şekilde zaman geçirmelerine neden olmaktadır. Televizyonun neden olduğu etkinin yanında ortaya çıkan

internet ve internet üzerindeki çeşitli uygulamalar televizyonun neden olduğu bu kopukluğu desteklemektedir. İnternetin oluşturduğu sanal alemin yarattığı bağımlılık ve dijital dünya içerisine bireyi hapsedme özelliği, insanların sosyal, toplumsal ve aile içi ilişkileri üzerinde de önemli ölçüde etkili olmaktadır.

Yapılan son dönem araştırmaları sanal dünyanın bireylerin sosyalleşmeleri üzerinde etkili olduğu sonucunu ortaya koymakla birlikte bu sosyalleşmenin gerçek sosyalleşmeden ziyade sanal bir sosyalleşme olduğunu göstermektedir. Uzmanlar, aile üyelerinin artık birbirleriyle konuşmadıklarını, ailelerin çoğunlukla televizyon ya da internet başında ya da her ikisiyle birden vakit geçirirken, çocukların da yine aynı şekilde televizyon ya da bilgisayarları başından birbirinden kopuk bir şekilde zaman geçirdiklerini ortaya koymaktadır.

İnternet ve sosyal ağlar, bireylerin sosyal ilişkiler kurup bunları devam ettirmelerine imkan sağlamanın yanında birbirleri yerine başkalarıyla bu ilişkileri sürdüren aile bireyleri arasındaki iletişimin olumsuz yönde etkilenmesine ve aile üyelerinin hem birbirlerine karşı hem de gerçek sosyal ortamlarına karşı yabancılaşmalarına neden olmaktadır (Karakoç, Taydaş, 2017: 217-219).

Telekomünikasyon ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler zaman ve mekan kavramlarını da dönüştürmekte ve anlık zaman kavramı ön plana çıkmaktadır. Bu dönemde saat zamanından anlaşılan şey artık modern zamanlardaki saat zamanından çok farklı bir duruma gelmektedir. Post-modern Dönem’de zaman kavramı geçmiş ve geleceği şimdinin içinde eritmekte ve geçmiş, şimdi, gelecek kavramları değişmektedir. Şimdinin artan önemiyle birlikte anlık planlar, anlık zevkler insanlar için daha önemli bir konuma gelmektedir. Bu yeni zaman sürecinde yaşam alanları, yeme içme giyinme zevkleri, heyecan ve korkular küresel standartlara dönüşerek bir örneklemektedir. Kültürlerin, yaşam şekillerinin, sosyal olma anlayışı sanallaşmayla birlikte değişmekte, dönüşmekte, yeni kimlikler, yeni yaşam biçimleri, ara kişilik biçimleri ortaya çıkmaya başlamaktadır. Ortaya çıkmaya başlayan bu yeni kimlikler sabit kimlikler olmayıp esnek ve akışkan yapıda kimliklerdir. Öznenin kaybolarak yığınlara dönüştüğü, parçalı ve kararsız bir kimliğe ve kitleye dönüştüğü görsel olanın ön plana çıktığı bu yeni dönemde “izlemek” eylemi ön

plana çıkmaktadır. İmajlar, estetik görsellerin ön plana çıktığı bu dönemin görsel medyası da elektronik birer meta olmaktadır. Televizyon, internet, konulu parklar, turistik mekanlar, eğlence ağırlıklı mekanlar ve benzerleri bu dönemin serbest zaman etkinlikleri olarak yer almakta ve hepsinin ortak noktasını popüler ve seyirsel olmaları oluşturmaktadır (Aytaç, 2002: 254-255).

Modernizmin ilk dönemlerine bakıldığında, üretimin ön planda olduğu görülürken kapitalizmin ilerleyen dönemlerinde ve özellikle post-modern, geç kapitalist dönemde popüler kültür ve medyanın da etkisiyle önemi azalan üretimin yerine tüketim olgusu geçmektedir. Robert Bocok, bu dönemdeki tüketim olgusu ve bireyler için, “Modern dönemin tüketicileri zihinsel açıdan çok meşgul olmanın yanında fiziksel açıdan pasif kişilerdir. Tüketim, diğer bütün dönemlerde olduğundan daha fazla bir şekilde kafada halledilmesi gereken bir deneyim ve zihinsel bir olgu olarak sadece vücudun ihtiyaçlarını gideren basit bir süreç olmaktan çıkmıştır.” şeklinde açıklama yapmaktadır (Bocock, 2005: 58).

Bu dönemde kentler de tüketim öncelikli mekanlar şeklinde oluşturulmaya başlanmaktadır. Kentlerde yer alan alışveriş merkezleri, eğlence alanları, temalı parklar, spor merkezleri insanların serbest zamanlarını geçirerek işten arta kalan zamanlarını tüketim odaklı olarak değerlendirdikleri mekanlar olmaktadır (Rojek, 2006: 477).

Alışveriş merkezleri farklı etkinlikleri bir arada bulundurması, olumsuz hava şartlarından yalıtılmış olması ve kentin güvensiz ortamıyla kıyaslandığında daha güvenli bir ortam sağlamasından dolayı Post-modern Dönem’in ev dışı serbest zaman etkinliklerinde önemli bir yere sahip bulunmaktadır.

Günümüz toplumlarında internetin ve yeni medya teknolojilerinin toplumsal yaşam üzerindeki yeri birinci bölümde de anlatıldığı gibi büyüktür. İnternetin sunduğu siber uzay, küresel ağın şekillendirdiği etkileşim ortamıdır. Bu ortamda kişiler artık insanlar olarak değil birbirlerinin ekranlarındaki mesajlar olarak var olmaktadır. İnternet yerel olanla küresel olan arasındaki sınırı yok ederek iletişimde yeni kanallar açar ve günlük işlerin birçoğunun sanal ortamda halledilmesini sağlayarak günlük yaşamı dönüştürücü güce sahip olmaktadır.

İnternetin toplum ve ilişkiler üzerindeki etkileri konusunda genel olarak olumlu ve olumsuz açıdan bakan iki görüş bulunmaktadır. Olumlu görüşler bildiren grupta yer alan araştırmacılar, elektronik iletişim biçimlerinin iletişimi kolaylaştırdığı, birbirini tanımayan insanların dahi iletişime geçecekleri bir ortam yarattığı, zaman ve mekandan bağımsız olarak insanları bir araya getirerek iletişime katkı sağladığı görüşündedirler. Diğer grup ise, sanal ağlar nedeniyle bireylerin zamanlarının büyük çoğunluğunu artık online iletişim kurarak geçirdiklerini, günlük işlerini bu ortamlarda idare ettikçe dış dünyadan ve birbirleriyle gerçek ortamlarda kurdukları ilişkilerden uzaklaşmaya başladıklarını ifade etmektedirler. Evlerde internet kullanım olanaklarının artmasıyla birlikte insanların aileleriyle ve birbirleriyle daha az nitelikli zaman geçirmeye başladıklarını ifade eden bu görüşe sahip araştırmacılar internetin ev ve iş arasındaki sınırı belirsizleştirdiğini ve çoğu ebeveynin işlerinin yetişmeyen bölümlerini evde internet aracılığıyla sürdürdüklerini ve bunun da ev içindeki yaşama tecavüz ettiğini belirtmektedirler. Durum bu şekilde olunca, insanların birbirleriyle olan ev içi iletişimleri azalmakta, kişisel ilişkiler zarar görmekte, tiyatro ve kitap gibi geleneksel eğlence biçimlerinden uzaklaşmakta ve bu şekilde toplumsal yapı zayıflamaktadır (Giddens, 2012: 642-643).

Kitle iletişim araçlarının serbest zamanı ciddi oranda ele geçirdiği enformasyon toplumunda serbest zaman çoğu durumda birey için kişisel bilgisayarının ekranı ya da akıllı telefonu başında geçirdiği zaman olmaktadır. İletişim ve telekomünikasyon sistemlerinde yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte bilgisayar ağları aracılığıyla insanlar kilometrelerce uzaktaki kişilerle anlık ve karşılıklı iletişim kurabilmekte, birlikte oyun oynayabilmektedirler. Bir mekanda meydana gelen bir olay sanal gerçeklik ile birlikte farklı mekanlara sanal olarak iletilebilmektedir. Teknolojide yaşanan bu gelişmeler karşısında kimi araştırmacılar olumlu bir tavır alırken kimi araştırmacılar da bu yeni durumun getireceği ve getirmekte olduğu olumsuz durumlar üzerinde durmaktadırlar (Bauman, 1992: 54).

Post-modernistler, kitle iletişim araçlarının etkilerine farklı bir perspektiften bakarak, medyanın gerçeği iletmediğini var olan gerçeği yeniden

inşa ederek nesnel gerçekliğin ötesinde elektronik bir gerçeklik yaratarak bu gerçekliği ilettiğini dile getirmektedirler. Bu yeni çağa uyumlu bir nesne olan televizyon, görüntüsüyle birlikte bir denetim ekranı haline gelerek insanları ve bütün dünyayı kuşatmaktadır.

Baudrillard, internet ve yeni medyayla birlikte ortaya çıkan “sanal gerçeklik” ve “siber uzay” oluşumlarından bunları olumlayanların aksine iyimser bir şekilde söz etmemektedir. Bu oluşumların benlik ve çevre arasındaki ayrımları ve mesafeleri sildiği için müstehcen bulmaktadır. Özne-nesne, kamusal alan-özel alan ayrımlarının anlamını kaybedip hepsinin birbiri üzerine çöktüğünü ifade eden Baudrillard, enformasyon ve iletişim içerisinde gizlilik, mahrem alan gibi kavramların tamamen yok olduğunu bu durumun da yeni bir şizofreni biçimi yarattığını vurgular. Bu durum her şeyin haddinden fazla yakınlığına, bireyi koruyacak özel alanın kalmamasına neden olarak şizofrenik bireyin haline benzer bir korku haline neden olur. Birey, enformasyon ağları arasında yok olur (Baudrillard, 1983: 127-132).

Baudrillard, elektronik medyanın insanların geçmişiyle olan ilişkilerine zarar verdiğini ve karışık, boş bir dünya yarattığını dile getirmektedir. İnsanların dünyası medya tarafından kuşatılarak onu gerçeklikten kopartmakta, onlara gerçeğin taklidini sunmaktadır. Baudrillard, bu çağa damgasını vuran en önemli kavramların medya ve iletişim olduğunu vurgulamaktadır. Kitle iletişim araçları nedeniyle iletişim dünyasında devamlı olarak sayısız mesajlara maruz kalan bireyler yapay bir gerçeklik içerisinde yaşamlarını kurgulamaktadırlar (Öker, 2005: 237).

İnternet ve yeni medya uygulamaları gibi yeni teknolojik gelişmelerle birlikte bireyler bu yeni olanakları bağımlı derecesinde tüketmeye başlayarak serbest zamanlarını sistem için sisteme ücretsiz işçi olarak harcamaya başlamaktadırlar. Dijital teknolojilere zamanlarının büyük bir kısmını ayıran bireyler evlerine kapanıp, bu ortamda kendilerine ait olmayan bir dünya içinde yaşamaya başlamaktadırlar. Bu durum kişileri eve hapsedip ekranlara bağımlı hale getirerek onların yalnızlaşmalarına neden olmaktadır. Birbirlerinden uzaklaşmaya

başlayan insanlar topluluk olma duygularını giderek kaybetmektedirler (Adorno, Horkheimer, 2010: 294).

Modern dönemde birbirinden ayrılan ev ve iş yeri arasındaki ayrımın yeniden belirsizleşmeye başladığından önceki bölümlerde bahsedilmektedir. Eskiden evden çalışma gözden düşmüş, marjinal ve arka planda kalmış bir alan olarak görülürken 20. yüzyılın sonlarına doğru gözde ve moda bir alan olmaya başlamaktadır. Mobilyacıların dahi ev için ofis mobilyaları üretip reklamını yaptığı bu dönemde orta sınıf ev düzenlemeleri internet bağlantılarıyla birlikte tekrar şekillenmeye başlamaktadır. Bugün, pek çok profesyonel yönetici, idareci ve teknik çalışanlar evlerinden işlerini yürütebilir duruma gelmektedirler. Gelişim hızına bakıldığında üretimi geride bırakan yeni ekonomi türü bilgi ekonomisinin bilgi işçileri genellikle esnek ve internet üzerinden işlerini yürütebilen sektörlerin çalışanları olmaktadır. Ev içinde daha fazla vakit geçiriyor gibi görülen bu çalışanlar aslında bir süre sonra iş kolik konumuna gelerek ailelerine ayırdıkları zamandan ve serbest zamanlarından, hafta sonlarından çalmaya başlamaktadırlar. Bunun dışında iş yerinden ve iş arkadaşlarından ayrı bir şekilde evde tek başına çalışan kişilerde bir süre sonra yalnızlaşma, başkalarından ayrılmış olma hissi yaşanmaya başlamaktadır. Kalpsiz dünyadaki sığınak olarak görülen ev zaman içerisinde kalpsiz dünyanın sızdığı bir ortam haline gelmektedir (Giddens, 2019: 358-361).

Yeni medya teknolojileriyle birlikte zamanlarının büyük kısmını bu ekranlara hapsolarak geçiren kişiler sosyal hayata daha az dahil olmakta, aile ve arkadaşlarıyla daha az iletişime geçmektedirler. Yine bu araçlara yoğun bir biçimde maruz kalan kişiler hobi edinme noktasında da problem yaşayarak farklı aktivitelere katılma noktasında isteksizlik göstermektedirler (Gentile, Walsh, 2002: 163).

Ekonomik açıdan iyileşme ve teknolojik ucuzlamayla birlikte ailenin her üyesine birer bilgisayar ya da akıllı telefon düşmesiyle dönemin genç kuşakları serbest zamanlarının önemli bir kısmını bilgisayar başında ve özellikle de video oyunları ile geçirmektedirler (Roberts, 2000: 42).

Video oynatıcılar ve video kayıtlarıyla birlikte insanlar artık televizyon kanallarına ve yayın saatine bağlı kalmadan istedikleri zamanda istedikleri programları izleme imkanına kavuşmaktadırlar. Bunun yanında teknolojinin gelişmesine paralel olarak kablolu televizyon ve uydu teknolojileriyle birlikte kanal seçme esnekliği oluşmakta ve televizyon izleme alışkanlığı önceki dönemle kıyaslandığında daha fazla seçenek sunmaya başlamaktadır (Gottdiener, 2005: 81).

Bilgisayarların icadı, gelişen ağ teknolojisi ve akıllı telefonlar bir yandan bireylerin yaşamını kolaylaştırırken diğer yandan bunlara olan bağımlılığı artırmaktadır.

Post-modern Çağ'da, kentlerin yerini metropollere bırakmasıyla ve buralarda yaşanan çarpıklaşmalarla birlikte kamusal alanlar rahatsızlık ve korku veren yerler durumuna gelmektedir. Bu tür kamusal alanlara alternatif olarak inşa edilen kapalı ve klimalı büyük yeni yaşam yerleri olan alışveriş merkezleri hızla çoğalmakta ve günlük yaşamda bireylerin serbest zaman ya da boş zaman etkinliklerini gerçekleştirdikleri mekanlar konumuna gelmektedirler (Gottdiener, 2005: 146).

Post-modern Dönem'in televizyonu da bu dönemin anlayışına uygun bir biçim sergilemektedir. Bu çağda artık diziler, filmler, programlar, haberler öncelikli olarak görsellik üzerine kurulmaktadır. Renk programlarıyla görüntü üzerine ağırlık verme, programlarda seçilen sunucuların, dizilerdeki oyuncuların modaya uygun giyinmeleri, saç tasarımları, aksesuarları, rengarenk ve süslü dekorlar önceliğin görselliğe verildiğinin ispatıdır. Kurgunun ve görselliğin içeriğin önüne geçtiği bu tele görsel yapıda gerçekliğin üretimi var olan gerçekliğe göre değil kapitalizme göre üretilmektedir. Sunum, görsellik ve kurguyla birlikte içerikteki boşluk kapatılmakta ve artık önemli olmamaktadır. Montajın ön plana çıktığı televizyonda süreklilik sürekli bir imaj akışıyla kaybolmakta, yüzeysel bir anlatım ön plana çıkmaktadır (Aytekin, 2014: 137).

İnternetin artık girilip çıkılan bir yer değil de sürekli içinde bulunulan bir ortam haline gelmesiyle kişiler serbest zamanlarını ve sosyal ilişkilerini yeni

medya aracılığıyla devam ettirmeye başlamakta, gazeteleri artık dijital ortamdan takip etmekte, iş ve kişisel ilişkilerini mail ve anlık sohbet uygulamalarıyla yürütmekte kısacası her çeşit iletişim ihtiyacını internet ve akıllı telefonlar ile karşılamaktadırlar. Çağın gerisinde kalmak istemeyen bireyler sosyalleşme ihtiyaçlarını bu ortamlar üzerinden gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Bu da bireylerin zihinlerini, bedenlerini dinlendirmek, zinde tutmak için fiziksel aktivitelere katılmak yerine bu teknolojiler başında zaman geçirmelerine neden olmaktadır (Özkoçak, Neşe:2014: 11).

Yeni medya teknolojileri ve özellikle de akıllı cep telefonları kişilerin iletişim kurmalarını kolaylaştırarak arkadaşlarıyla ve aile bireyleriyle daha sık ve kolay iletişim kurmayı mümkün hale getirmenin yanında temel olarak bakıldığında yüz yüze iletişimi olumsuz yönde etkilediğine yönelik pek çok görüş ve araştırma bulunmaktadır. İnternet başında vakit geçirmek sosyal açıdan bakıldığında kişinin fiziki çevresinden kendisini yalıtmasını gerektirdiğinden, internet başında bulunan bireyler aile içinde dahi etrafındaki insanlara daha az zaman ayırmaktadırlar.

Kişiler arası iletişimi artırmayı ve kişiyi özgürleştirmeyi vaat eden bugünün teknolojilerine bakıldığında, insanları daha da sıkıştırdıkları görülmektedir. İş ve serbest zamanı birbirine karıştıran sanal ağlar ve akıllı cep telefonları, her an bağlanabilirlik özelliğiyle insanlara zaman kazandırmayı amaç edinmişken bireye dünyanın tüm zamanları yetemez konuma gelmektedir. Bugünün teknolojilerine bakıldığında bireyi daha önceki dönemlerde görülmediği kadar meşgul duruma getirmektedir. Giderek evlerine daha fazla kapanan bireyler diğer insanlarla fiziki ortamlarda iletişim kurmak yerine sanal ortamlarda ilişkilerini sürdürerek çevrim içi yaşam biçiminde yaşamlarını sürdürmeye başlamaktadırlar. Yaşanan bu çağda kendisini giderek daha fazla yalnız ve güvensiz hisseden bireyler, fiziksel gerçeklikle sanal gerçeklik arasında sıkışmakta ve onların zayıf yanlarına daha fazla hitap eden teknoloji onlar için vazgeçilmez bir noktaya gelmektedir. Bu durum, bireylerin birbirlerinden saklanmalarına ve konuşmak yerine mesajlaşma yöntemlerini kullanarak iletişim kurmalarına neden olmaktadır. Bir araya gelip yapılan yüz yüze sohbetlerin dahi

telefona gelen mail, mesaj gibi uyarılarla sık sık bölünüp herkesin kafasını cep telefonuna indirdiği sohbetlere dönüştüğü görülmektedir. Yaşanılan bu çağda insanlar daha fazla iletişim halindeymiş gibi görünmesine rağmen daha fazla yalnızlaştıkları, robotlarla kurdukları iletişim artarken insanlarla kurdukları iletişimin giderek azaldığı gözlenmektedir.

Post-modern Dönem’de yaşanan teknolojik gelişmelerin de etkisiyle artan serbest zamanla birlikte aileler daha fazla birlikte zaman geçirerek daha fazla çocuklarının yanında olmaktadır ancak bu yanında olma çoğunlukla fiziksel olarak yanında olmanın ötesine geçemeyerek mobil teknolojiler aracılığıyla zihinsel olarak farklı mekanlarda bulunmakta ve çoğunlukla çocuklarından çok telefonlarıyla ilgilenmektedirler. Bu teknolojiler sayesinde sürekli ulaşılabilir duruma gelen ebeveynler tatillerde dahi cep telefonları aracılığıyla işleriyle ilgilenmeye devam etmektedirler. Çocuklar da aynı biçimde çevrim içi oyunlar ve sosyal medya uygulamaları aracılığıyla aileleriyle birlikteyken de onlardan çok uzakta olabilmektedirler. Ekran başında geçirilen zaman, çocukların birebir edinebilecekleri deneyimler için ayıracakları zamanı onlardan çalarak pek çok sosyal davranış ve becerileri fırsatlarını kaçırmalarına neden olmaktadır (Çizmeci, 2015: 105-110).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE AİLENİN GELİŞİMİ VE KUŞAKLARA GÖRE AİLE İÇİ İLİŞKİLER

3. 1. Türkiye’de Aile ve Ailenin Gelişimi

Toplumsal kurumların en temeli olarak kabul edilen aile kurumu da diğer toplumsal kurumlar gibi tarihsel süreçlerde yaşanan değişimlerden etkilenmektedir. Türk aile yapısının bugünkü biçimini anlayabilmek için geçmiş dönemlerine de bakmak gerekmektedir.

Türk aile yapısının tarihsel dönemde geçirdiği değişimlere bakıldığında kaynakların çoğunluğu bu dönemleri eski Türklerde aile, İslami dönemde aile ve modern Türkiye’de aile başlıkları altında incelemektedir (Canatan, 2018: 97). Kimi kaynaklar da bu dönemleri Eski Türklerde aile, Osmanlı’da aile ve Cumhuriyet ailesi şeklinde sınıflandırmaktadır (Çimen, 2019: 87-369).

Bu çalışmada aile Cumhuriyet öncesi dönemde aile, Cumhuriyet döneminde aile ve günümüz Türk ailesi olmak üzere üç bölümde incelenmektedir.

3.1.1. Cumhuriyet Öncesi Dönemde Aile İçi İlişkiler

İslam dininin henüz kabul edilmediği dönemlerde, boy yaşamından geçerek devlet kurma dönemine gelindiği zamanlarda Türklerde “baba ocağı” olarak adlandırılan aile biçimi görülmektedir. Baba ocağında karı ile koca eşit haklara sahiptir ve erkeğin tek kadınla evlenmesi yaygın bir gelenektir. Çocukların aileden ayrılmaları evlenme yoluyla gerçekleşmekte ve bu duruma baba ocağından ayrılma adı verilmektedir. Çocuklar üzerinde anne ve baba eşit hakka sahip olup, erkekler eşlerine sürekli saygı göstermektedir (Güler, Ulutak, 1992: 58).

Türklerde her zaman kutsal bir yapı olarak kabul edilen aile Eski Türklerde törelere, örfilere ve geleneklere göre oluşturulmakta ve sürdürülmektedir (Çimen, 2008:116).

Eski Türlerde “pederi” yani “ataerkil” aile görülmektedir. “baba ailesi” denilen bu yapıda ailenin reisi baba olmakla birlikte aile üyelerinin de katılımı önemli bir yere sahiptir (Özmenli, 2018: 349).

Eski Türklerde yaygın olan tek eşli evliliktir. Bu durum Türk destanlarından da anlaşılmaktadır. Destan kahramanlarına bakıldığında tek eşe sahip oldukları görülmektedir. Bunun yanında Türkçede ikinci eş anlamında kullanılabilecek bir kelime de mevcut değildir (Sevin, 1987: 80).

Eski Türk toplumun ekonomik ve fiziki alt yapısını göçebe bozkır kültürü, at ve koyunlar meydana getirmektedir.

Eski Türk geleneklerine bakıldığında İslami dönemde ve cumhuriyet döneminde de olduğu gibi evliliklerin sözleşmeye dayalı olarak ve tarafların onayıyla kurulduğu görülmektedir. Nikah esnasında şahitlerin olması ve insanlara açık bir biçimde yapılması kamuya dönüklüğü ve evliliğin sosyal boyutlarını göstermektedir (Canatan, 2018: 98-102).

Evlenmenin temelde bir sözleşmeye dayanmasıyla birlikte evlilik için şart koşulan bir yaş sınırı bulunmamaktadır ancak evlenebilmek için ergenliğe erişmiş olmak gerekmektedir. Evlilik birliğinin oluşturulmasında anne baba kadar evlenecek kişilerin rızası da önemlidir (Gökalp, 1991: 256). Evlilikler görücü usulü olmaktan çok bireylerin kendi seçtikleri kişilerle evlenmeleri şeklinde gerçekleşmektedir ve Türk kızları bu seçimi kendileri yapmaktadırlar (Ekkutay, 1991: 515).

Pek çok kaynakta da yer aldığı üzere Türk ailesinin temelini çekirdek aile tipi oluşturmaktadır. Ancak aile kurum olarak soy, sop, boy, devlet gibi daha geniş toplulukların içerisine gömüldüğünden araştırmacıların bir bölümü Türk aile yapısını dar açıdan ele alıp çekirdek aile olarak değerlendirmekte iken diğer kısmı ise daha geniş açıdan bakarak geniş aile olarak adlandırmaktadırlar.

Eski Türklerde “baba ailesi” tipi yaygın olarak görülmektedir ve bu aile tipinin temeli dışarıdan evlenmeye (exogami) dayanmaktadır. Ailenin çekirdeğinin baba, oğul ve torunlardan oluştuğu kabul edilen Eski Türklerde evlenerek evden

ayrılan kız çocukları aileden sayılmamaktadır. Bu açıdan bakıldığında anne de “elkızı” olmakta, evlendikten sonra kocasının soyuna geçmektedir.

Bu dönem ailesinde aile içi iş bölümünün cinsiyet ve yaşa dayalı olarak gerçekleştiği bilinmektedir. Aile içinde kız çocuklarını yetiştirmek annenin görev alanında yer almaktayken erkek çocuklarını yetiştirmek babanın görev alanı içerisinde yer almaktadır. Sahip olunan evlat bakımından kız ve erkek çocuklar arasında ayrım gözetilmemektedir. Aile içi iş bölümü bakımından kadınlar evde ev işleriyle ilgilenmekte, erkekler de dışarıda para kazanarak evin bakımını üstlenmektedirler (Canatan, 2018: 98-102).

Kadınlar bu dönemde, iş olarak çadırların kurulması, çözülmesi, arabaya yüklenmesi, süt sağma, peynir yapma, ayakkabı, keçeden kıyafet yapma gibi işleri gerçekleştirmektedir. Yalnızca evde değil dışarıda da kocasına yardım ederek çalışan kadınlar, gerektiğinde kocalarıyla birlikte savaşlarda da yer almaktadırlar (Aksoy, 2011: 13).

Türklerin tarihine bakıldığında en eski devirlerdeki Türk kadınlarının kocalarıyla eşit haklara sahip oldukları görülmektedir. Bu dönemlerde aile karşılıklı saygı ve eşitlik ilkesine dayanmaktadır (Çimen, 2008: 116-172). Türklerde aile kurumu içinde özel mülkiyetin olması ve kadının ailede özgür olması pek çok toplumda o dönemde var olmayan bir özelliktir (Donuk, 1990: 255).

Her ne kadar ataerkin bir yapı sistemi bulunup aile reisi baba olarak kabul edilse de aile içinde koca baskısı diye bir durum söz konusu olmamakta, eşler birbirine karşı samimi ve saygılı olmaktadır. Eşler aile içinde karar alırken birbirine fikirlerini sormaktadırlar.

Kadınların önemli bir yere sahip olduğu eski Türklerde, kadınlar da ata iyi binen, kılıç kullanan kişiler olarak tasvir edilmektedir. Üst düzey görevlerde yer almasının önünde hiçbir engel bulunmayan kadınlar hükümdar, vali ya da elçi gibi görevlere gelebilmektedirler.

Sıradan ailelerde ev, eşlerin ortak malı olarak görülmekte ve çocuklar üzerindeki vekillik hakkı baba kadar anneye de ait olmaktadır (Gökalp, 1978: 145).

Eski Türklerde evlenmekle ev sahibi olmak birlikte kullanılan kavramlardır. Evlilik gibi ev de kutsal sayılmaktadır. Ev gibi evin eşiğinin de kutsal sayılması ve bu eşiğe basan yabancıların çarpılacağına olan inanç evin mahremiyetine duyulan inancı göstermesi bakımından önemlidir.

Ailenin temeli olarak kabul edilen anne ve baba devlet baba ve devlet ana olarak adlandırılmaktadır. Bu adlandırmadan da eski Türklerde devlet kurumuna verilen önem görülmektedir. Anne vatan ile özdeşleştirilirken baba koruyuculuk özelliğinden dolayı devlet ile özdeşleştirilmektedir. Türklerde devletin devamlılığı ve güvenliği ailenin güvenliğiyle ilişkilendirilmektedir.

Ekonomik yaşamda erkeğin yanında yer alan ve onunla eşit haklara sahip olan kadının tüm mallar üzerinde tasarruf hakkı bulunmaktadır.

Bir tek aile türünün hakim olmadığı Türklerde sosyal ve ekonomik yapısına göre mevcut aile türü değişiklik göstermektedir. Ancak yukarıda da bahsedildiği gibi yaygın olan aile türü geniş aile değil çekirdek ailedir.

Çocuk sahibi olmanın önemli olduğu ve çocuklara verilen değerin yüksek olduğu eski Türklerde çocuk sahibi olmamak toplum içinde itibar kaybı olarak da görülmektedir. Eski Türklerde kız ve erkek çocuklar arasında da ayırım bulunmamaktadır ve kız çocuğa sahip olmak Araplardaki gibi olumsuzluk olarak algılanmamaktadır. Mevcut fiziki koşullara rağmen kız çocuklarının serbest bir yaşam biçimine sahip olmaları kimi araştırmacılar tarafından şaşkınlıkla karşılanmaktadır. Bu serbestliğin güvencesi kızları ve kadınları koruyan törelerin getirdiği ağır cezalar olarak görülmektedir.

Türk aile yapısında töreler gereği büyüklere saygı göstermek esas olarak kabul edilmektedir. Sadece büyüklere değil kardeşlerin kendi aralarında da birbirlerine saygı, sevgi göstermeleri ve yardımlaşma içinde olmaları gerekmektedir (Çimen, 2008: 116-172).

Çocukların önemli bir yere sahip olduğu ailede onların eğitime önem verilmektedir. Bu dönemlerde töreler gereği çocuklar güçlü birer asker olarak yetiştirilmektedir. Daha küçük yaşlardan itibaren av alanlarına götürülen çocukların ata binmeyi öğrenmeleri törenlerle kutlanmaktadır. Yukarıda da bahsedildiği gibi her ne kadar kız çocuklarının eğitimi annelerinde erkeklerin babalarında gibi kabul edilse de erkek çocuklarının eğitimi de annelerine bırakılmaktadır (Akyüz, 1989: 7).

Çocukların gündelik yaşamlarında yaptıkları işlere bakıldığında hayvan bakıcılığı, çadır işleri, hayvan otlatmak, silah yapmak, giysi üretiminde yardımcı olmak, yemek, içmek, yarışma, eğlence, spor, müzik gibi işleri aileleriyle birlikte gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu dönemde okul ve benzeri eğitim kurumları bulunmadığından eğitim aile içinde verilmektedir. Aileler sahip oldukları tüm bilgi, beceri ve erdemleri çocuklarına öğretmek için çabalamaktadırlar. Çocuklara aile içinde verilen bu temel eğitimin yanında on iki hayvanlı takvime uygun bir şekilde yaşamını düzenleme, nasıl giyinip davranacağını öğrenme, tuvalet, basit yazı öğrenimi gibi eğitimler de verilmektedir (Aksoy, 2011: 14).

Eski Türklerin yaşam biçimi göçebe olduğundan aile yaşantısı da buna göre biçimlenmektedir. Aile üyelerinin zorlu yaşam koşullarında ayakta kalabilmek için birlikte mücadele etmeleri gerektiğinden çocuklar erken yaşlarda yetişkin rollerini üstlenmeye başlamaktadırlar (Kaplan, 1985: 68).

Türklerin 8. yüzyılın sonlarından itibaren İslamiyet'i kabul etmeye başlamaları aile yapısı üzerinde de değişimler yaşanmasına neden olmaktadır.

Önceleri Şamanizm, Manizm, Budizm gibi dinlerin yaygın olarak görüldüğü Türk topluluklarında İslamiyet'in kabul edilmesiyle birlikte Türklerin sosyal alanlarında da pek çok değişim meydana gelmeye başlamaktadır. İslam dini Türklerin din anlayışına benzerlik gösterse de Arap ve Fars kültürlerinin etkisi Türklerin aile yapısını ve kadının statüsünü olumsuz yönde etkilemektedir.

Selçuklular dönemi, eski Türk kültüründen İslam kültürüne geçiş dönemini temsil etmektedir ve Osmanlı Devleti de büyük oranda Selçuklu kültürünü

devralarak onu geliştirdiği için bu dönemi iyi anlayabilmek açısından Osmanlı döneminin aile yapısına bakılması faydalı olmaktadır.

Osmanlı dönemine hakim olan aile yapısı incelenirken üzerinde durulması gereken iki önemli nokta bulunmaktadır. Birincisi, Osmanlıda aile denildiğinde, farklı toplumsal kategoriler ve milletler yer aldığından toplum içinde ailenin farklı biçimlerinin yer aldığı unutulmamalıdır. İkincisi ise, Osmanlı döneminde aile Osmanlı Devleti’nin kuruluş ve gelişme dönemlerindeki aile yapısını kapsamaktadır. Bunun nedeni klasik dönem ile yenileşme dönemi olan Tanzimat’la birlikte başlayan dönemde aile kurumunun yeni bir yapılaşmaya girerek klasik dönemden farklı bir yapıya sahip olmasıdır. (Canatan, 2018: 103-105).

Osmanlı Devleti’nde kadın erkeğin mekansan olarak birbirinden ayrılması 15. yüzyılda haremın kurulmasıyla başlamaktadır. Bu dönemde saray erkeklere ait olan selamlık bölümü ve kadınlara ait olan haremlik bölümü olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu gelişmenin ardından kadınların giyim biçimleriyle ilgili kararlar da alınmaya başlamaktadır. 1600’lerin başında kadınların çeşitli dükkanlara girmemeleri, erkeklerle birlikte sandala binmemeleri gibi kararlar alınmıştır. 1787’de ince kumaştan ferace giymeleri yasaklanan kadınların III. Osman döneminde sokağa çıkabilecekleri günlere de kısıtlamalar getirilmiştir. 1900’de alınan bir kararla kadınların yanlarında babaları ya da oğulları varken bile sokakta bulunmamaları, bazı alanlarda dolaşmamaları tembih edilmektedir.

Alınan bu kararlar genellikle kent kadınları üzerinde baskı oluşturmakta köy kadınları yaşadıkları bölgenin ve yaşam koşullarının bir gerekliliği olarak bu durumdan kent kadınları kadar etkilenmemektedirler. Köy kadınları tarlalarda, bahçelerde erkeklerle birlikte çalışmaya devam etmektedirler (Güler, Ulutak, 1992: 59-62).

Türklerin İşlam dinini kabulüyle birlikte “pederi” aile yapısının yanında “pederşahi” olan aile yapısı da özellikle yönetici sınıf arasında görülmeye başlamaktadır. Zamanla sınırlı olarak dahi olsa halk arasında da görülmeye başlayan bu aile yapısıyla beraber çok eşlilikte eskiye oranla artış meydana gelmektedir. Çok

eşlilikle ilgili kaynaklar incelendiğinde pek çok toplumda mevcut olan çok eşliliğin eski Türklerde yaygın olmadığı Türk destanları ve kitabelerde yer almaktadır. Osmanlı arşiv belgeleri incelendiğinde çok eşliliğin Osmanlı döneminde hanedan üyeleri ve yönetici sınıf haricinde yaygın bir evlilik türü olmadığı görülmektedir (Özmenli, 2018: 349).

Ziya Gökalp, Türklerin İslamiyet'e geçtikten sonraki aile yapısı ve kadının statüsüyle ilgili şunları söylemektedir: "Türk ailesinin İslam devrinde devamı, İslam ailesidir. İslam ailesi; eski Arap ailesinden doğduktan ve buna Yunanla, İran'ın "peyderşahi" ailesinden birtakım unsurlar katıldıktan sonra Müslüman kadını gayet elemli bir mevkie düştüğü şeklinde izah edilmektedir. Ancak Anadolu Kıpçak, Mevaraünnehir gibi Türk illerinde eski Türk aile gelenekleri sürdürülmektedir".

Gökalp'le aynı görüşleri paylaşan çok sayıda araştırmacı bulunmaktadır.

Osmanlılarda aile hayatı Osmanlı hukukunun şeriata dayalı kanunu olan Mecelle'ye göre düzenlenmektedir ve Mecelle çok eşliliğe izin vermektedir. Ancak buna rağmen Türkler eski gelenekleri olan tek eşliliği büyük ölçüde devam ettirmektedirler. Çok eşlilik padişahlar, kamu görevlileri, yöneticiler ve tüccarlar gibi kentlerde yaşayanlar arasında görülürken diğer bölgelerde yaşayan aileler genellikle tek eşli olmaktadır. Halk arasında çok eşlilik yaygın olmadığı gibi fakirlerde hiç rastlanmamaktadır. İslam dini gereği her eşe eşit imkanları sağlama ve kendi dairesini verme gibi şartlar bulunduğundan ancak maddi durumu iyi kişiler bu imkana sahip bulunmaktadır.

Osmanlı döneminde aile yapısına bakıldığında bu yapının üretim tarzına ve yerleşim yerine göre değişim gösterdiği bilinmektedir. Osmanlı aile yapısı incelenirken temelde iki grup aile yapısından bahsedilmektedir. Bunlardan ilki "Hanedan Aile Modeli" de denilen saray ve sarayın yöneticileriyle birlikte şehirde yaşayan aileleri içermektedir. Diğeri ise kırsal bölgelerde yerleşik ya da göçebe yaşayan aileleri içermektedir.

Büyük yerleşim yerleri ve kentlerde genel olarak çekirdek aile tipi görülmekteyken kırsal kesimlerde geniş aileler yaygındır. Çünkü bu bölgelerin yapısına geniş aile tipi uygun düşmektedir. Bu nedenle bir avluyla birbirine bağlanan çeşitli odalardan oluşan evlerde birkaç kuşağın bir arada yer aldığı aileler yaşamaktadırlar. Özellikle de orta sınıf insanlar çekirdek aileyi tercih etmektedirler. 19. Yüzyılla birlikte aile tipi olarak çekirdek aile giderek yaygınlaşmaya başlamaktadır.

Osmanlı ailesinde sahip olunan çocuk sayılarına bakıldığında sanılanın aksine çocuk sayılarının çok fazla olmadığı görülmektedir. Şehirli ailelerde çocuk sayısı daha az, kırsal kesim ailelerde, çocuklar iş gücü kaynağı olarak görüldüklerinden, çocuk sayıları daha fazladır.

Türklerde genel olarak çocuklara ve onların eğitime önem verilmektedir. Erkek ve kız çocuklar arasında da özellikle yaş farkına dayalı bir ayrım bulunmaktadır. Küçük olan çocuklar kendilerinden büyük olan kardeşlerine saygı göstermeli ve itaat etmelidirler. Aile içinde babadan sonra geldiği kabul edilen ağabey, baba hayatını kaybettiğinde ailenin reisi konumuna gelmektedir.

Çocukların yaşamları iki ayrı evrede değerlendirilebilmektedir. Yaşları küçükken şefkatle büyütülen çocuklar, büyüdüklerinde babalarının hakimiyeti altına girmekte ve büyüklerine karşı hürmet gösterecek disiplinde yetiştirilmektedirler.

Osmanlı Devleti'nde kadın ve erkeğe sahip oldukları roller bakımından iki farklı dünya sunulmaktadır. Dine ve geleneklere uygun olarak belirlenen bu dünyalarda kadın içeriye, özel ve mahrem alanı olan evine aitken, erkler dışarıya, kamusal alana ait olarak kabul edilmektedirler. En önemli rolü evin ekonomik giderlerini karşılamak olan erkek karısına kocalık, çocuklarına babalık yapmakla görevlidir. Eve ait görevler kendisine bırakılmış olan kadın ise kocasına karılık, çocuklarına annelik ve aynı zamanda eğiticilik yapmakla görevlidir. Evin reisi baba olmakla birlikte evin düzenini sağlama görevi kadına aittir. Osmanlı döneminde bir kadın ne kadar çok çocuk sahibi olursa kocasına o kadar fazla söz geçirebilmekte ve toplum tarafından o ölçüde saygı görmektedir. Çocuk sahibi ve özellikle de erkek

çocuk sahibi olmak kadınlar için önemli bir görev olarak görülürken çocuk sahibi olmamak ayıplanmaktadır.

Eğitimlerini dışarıda değil de ev içinde alan kız çocuklarının eğitiminde din ve ahlak dersleri önemli yer tutmaktadır. Bu eğitimi anne ya da evdeki en yaşlı kadın vermektedir. Kız çocukları için önemli görülen şey onların iyi birer anne ve eş olarak yetiştirilmeleridir. Durumu iyi olan ailelerde kadınlar ev işleriyle ilgilenmediklerinden kız çocuklarına çalgı çalmak ya da nakış yapmak öğretilmektedir. Doğdukları andan itibaren çeyiz hazırlanan kız çocuklarının evlilik yaşına geldiklerinde evlenmemeleri olumsuz olarak karşılanan bir durum olmaktadır.

Kırsal kesimde ise üretim tarzından dolayı geniş aile şeklinde yapılanan ailelerde yaşa ve cinsiyete göre bir iş birliği bulunmaktadır. Evin reisi olan baba aynı zamanda işçi veya çırak rolünde olan çocukların işvereni konumundadır. Kırsal bölgedeki bu ailelerde kadınların eve kapanması gibi bir durum söz konusu olmamakta, kadınlar da erkeklerle birlikte üretim faaliyetine katılmaktadırlar (Çimen, 2008: 227-290).

Osmanlı'da şehir yaşamı mahallelerden oluşmaktadır. Kelime anlamı olarak "konaklanan yer" anlamına gelen mahallelerde sınıf ve statü farkı bulunmamaktadır. Buralarda insanlar inanışlarına, adet ve geleneklerine, yaşam tarzlarına göre kümelenmektedirler (Düzenli, 2011: 24). Bir mahalleye taşınabilmek için orada yaşayan bir ailenin kefil olması gerekmektedir. Osmanlıda aile yaşantısı çoğunlukla bu mahalleler içerisinde kurulan özel yaşamı dışarıdan ayıran avlulu evlerde sürmektedir. Bu avlular içerisinde genellikle üç kuşak bir arada yaşamaktadır

Osmanlı İmparatorluğu içinde yer alan aileler daima bir sülalenin parçası olarak bu avlulu evlerde bir arada yaşamakta, bir arada üretim yapmakta, örneğin çamaşırı birlikte yıkayıp turşuyu birlikte kurmaktadırlar. Doğumlar birlikte yapılmakta, hastalıklar birlikte yaşanmakta, ekonomik bir ihtiyaç durumunda birleşerek birbirlerine yardımcı olmaktadırlar. Ailenin en küçük birimini oluşturan çekirdek aile günün büyük bir bölümünü bir arada geçirdikten sonra geceleri kendi odalarında olmaktadırlar (Ortaylı, 2016: 31).

Osmanlı ailelerinin gündelik yaşamı, çocukların eğitimi ve beslenmesi, eşler arasındaki ilişkilerin düzgün yürütülmesi ve dayanışma, evin idaresi, sağlık ve aile içi diğer problemlerin çözülmesi ile geçmektedir. Çocuk aileyi devam ettirecek en temel varlık olduğu için aile yaşamı çocuk etrafında dönmektedir. Bu nedenle de çocuk yapmak ve doğru bir şekilde yetiştirmek ailenin en temel görevi olarak kabul edilmektedir. Doğum ve çocuğa isim konulması aile içinde kutlanan ve önem verilen olaylardır. Çocuklar babanın himayesinde ve velayetinde olmasına rağmen aile içi eğitimi önemli ölçüde anne ve annecanne tarafından verilmektedir. Bu nedendir ki Tanzimat dönemiyle birlikte başlayan yenileşme çağında toplumu modern hale getirmek için ilk önce kadınların yani annenin eğitimi üzerinde durulmaktadır (Aksoy, 2011: 16).

Kamusal alanın bulunmadığı ve kadınların yaşam alanının zaten ev içi olarak belirlendiği bu dönemde yukarıda da anlatıldığı gibi kadının gündelik yaşantısını öncelikli olarak ev işleri ve çocuk bakımı oluşturmaktadır. Bu görevleri yerine getirdikten sonra kadınlar kimi zaman aile üyeleriyle kimi zaman komşu kadınlarla birlikte saz çalıp şarkı söylemekte, oya işlemekte, tatlı ve reçeller kaynatmaktadırlar. Günlerini ev işleriyle geçiren kadınlar bazı günleri temizliğe bazı günleri çamaşır yıkamaya ve yukarıda bahsedilen etkinlikleri yapmaya ayırmaktadırlar. Bu dönemin aile hayatı kapalı ev hayatı biçimindedir ancak bu durum eve misafir gelmediği anlamına gelmemektedir. Evin bölümleri haremlik ve selamlık biçiminde oluşturulmakta ve kadınlar ile erkeklerin bulunduğu alanlar sarayda da olduğu gibi birbirinden ayrılmaktadır. Böyle bir ortam içinde gece misafirlikleri de yapılmaktadır.

Ev içinde yatma, kalkma, kahvaltı etme, yemek yeme eylemlerinin belirli saatleri bulunmaktadır. Yatma zamanı geldiğinden camlar ve perdeler kapatılıp sürahideki sular değiştirilip öncelikle çocuklar yatırılmaktadır. Bu dönemde ebeveynler ile çocuklar arasında, çocukların terbiyeleri bozulacağı gerekçesiyle arkadaşlık ilişkileri kurulmamaktadır.

Okuma yaygın bir etkinlik olarak yer almakta, evlerde yer alan yaşlı kadınlar, hanımlar bir araya gelerek Kuran okumakta, okuduklarını kız çocuklarına

ezberletmekte, onlara namaz kılmayı öğretmektedirler. Çocuklar uyutulduktan sonra farklı romanlar da okunmaktadır.

Evin selamlık bölümünde yaşam akşam saatlerinde başlamakta, yazları ya da tatil günleri gündüzleri de selamlık bölümü hareketli olmaktadır. Sabah kahvesine, öğle ve akşam yemeklerine gelip giden misafirlere sık rastlanmaktadır. Bu ortamlarda genellikle sohbet edilip tavla oynanmaktadır. İskambil oyunları da mevcut olmasına rağmen pek hoş karşılanmamaktadır. Topluluk içindeki bir kişi genellikle ayağa kalkarak şiir ya da gazel okumaktadır.

Bu dönemin konaklarında da yaşanan ev hayatı yukarıda anlatılandan çok büyük farklılıklar taşımamaktadır. Konakların bahçelerinde yürüyüşler, koşular, bisiklet gezintileri, körebe oyunları, havuz başı sohbetleri gerçekleştirilmektedir. Konakların ev içi etkinlikleri arasında burada ev işleri çoğunlukla hizmetçiler tarafından yerine getirildiğinden müziğe de önemli yer ayrılmaktadır. Saz, ud, piyano gibi müzik aletleri çalınır, komşularla birlikte kadınlar haremde erkekler selamlıkta olacak şekilde ayrı ayrı eğlenilmektedir (Mümtaz, 2011: 21-49).

Yaşanılan bu çağın çocukları yukarıda bahsedildiği gibi sıkı bir disiplin ve gözetim altında yetiştirilmektedir. Serbest zamanlarındaysa, çocuklar sokaklarda arkadaşlarıyla etkileşimli bir şekilde körebe, yakan top, seksek, saklambaç, mendil kapmaca, yağ satarım bal satarım gibi oyunlar oynamaktadırlar (Çizmecı, 2015: 118).

Osmanlıların gündelik yaşamlarına bakıldığında herkesin birlikte yaşayabileceği ortak kamusal mekanların olmadığı görülmektedir. Ortak kamusal mekanlar olarak yalnızca mahallelerde bulunan cami ve kahvehaneler bulunmaktadır. Ancak 19. yüzyıldan itibaren, klasik dönem Osmanlıda caminin dinsel bir uzantısı olarak yer alan kahvehaneler dönüşüme uğrayarak gündelik hayattaki yeri değişmeye başlamaktadır (Kaya, 2018: 41).

Osmanlı'nın klasik döneminde günlük yaşamın temelini mahalleler oluşturmaktadır ve halk günlük yaşama bu mahalleler içerisinde dahil olmaktadır. Mahalle sakinleri yaşadıkları mahallelerde kendi kültürlerini yaşamakta ve

mahallelere o kültürlerin özellikleri hakim olmaktadır. Mahalleler arasında dolaşıldığında kültür farklılıkları göze çarpmaktadır. Daha önce de bahsedildiği gibi mahalleler kişilerin dinlerine göre biçimlenmekte ve bir mahalleye taşınmak pek çok kurala göre gerçekleşmektedir (Gökkaya, 2012: 53).

Matbaaların çoğalarak kitap basımlarının ve  evirilerinin arttığı dönemlerde, kitaplara daha kolay ve ucuz bir şekilde ulaşmaya başlayan halkın serbest zaman etkinlikleri arasında kitap okuma da yaygınlaşmaya başlamaktadır. Bu dönemde özellikle cinayet ve polisiye romanlar halkın ilgisiyle karşılanmaktadır ( izmecici, 2015:121).

Tanzimat Dönemiyle birlikte Batı'dakine benzer pek çok kurum kurulduğu gibi konak hayatında da değişiklikler yaşanmaya başlanmaktadır. Avrupa tarzı eşyalar yaygınlaşmaya başlamakta, Avrupa'nın günlük yaşam alışkanlıkları taklit edilir olmaktadır. Bu dönemde kızlar eskiden olduğu gibi evlerde ud  almak yerine piyano çalmaya heveslenmektedirler.

1908 yılında Meşrutiyet'in ilanından sonra kadınlara tanınan haklar artmaya başlamaktadır. 1917'de yayınlanan "Evlilik Kararnamesi" ile kadına kocasının tek eşli olması hakkı tanınarak, bu hakkı ihlal eden kocayı mahkeme kararıyla boşama hakkı verilmektedir ( zdemir, 2009: 71).

Bu dönemde eğitim alanında da kadın ve dolaylı bir şekilde aileyle ilgili olarak bir takım gelişmeler yaşanmaktadır. Tanzimat  ncesi dönemde yalnızca sıbyan mekteplerinde eğitim alma imkanı bulunan kadınlar için  ğretmen okulları ve rüştiyeler açılmaktadır. Öğretmen okulları aracılığıyla kadınlar çalışma hayatına katılma şansını yakalayarak öğretmenlik yapmaya başlamaktadırlar.

Hukuki açıdan da kimi haklara kavuşan kadınlar, arazi hukuku alanında erkeklerle eşit konuma gelmektedir. Giyim kuşamla alakalı bir takım değişikliklerin yapıldığı bu dönemde cariyelik kaldırılmaktadır.

Yine bu dönemde meydana gelen gelişmeler edebiyat alanına yansıyarak kadının aile ve toplum içindeki yerini konu alan eserler verilmeye başlanmaktadır.

Meşrutiyet döneminde ortaya çıkan Garpcılık hareketi kadınlara daha fazla hak verilmesi gerektiği üzerinde durmakta ve görücülük usulünün kaldırılması, kadınlar için tıbbiye okulları açılması ve kadınların giyim kuşamlarına karışılmaması fikirleri gündeme getirmektedirler. Meşrutiyet döneminde kadın ve aileye ait dergi ve dernekler ilk kez çıkmaya başlamakta ve kadın konulu kitaplar yazılmaktadır.

Uygarlaşmayı temel alan Tanzimat ve Meşrutiyet dönemi düşünürleri ve yöneticileri, uygarlığın temeli aile olduğundan değişime birçok açıdan aile kurumundan başlanmasını sağlamaktadırlar. Yine bu dönemde çıkarılan fermanlarla zorla evlendirme gibi uygulamalar üzerinde durulmakta, boşanma ve çok eşlilik konularında kadınların lehine düzenlemeler yapılmaktadır.

Ancak dönemin bir başka getirisi de Batılılaşma ve Batı taklitçiliği sonucunda öncesinde tutumlu, kendine yeterli ve üretim birimi konumundaki aile, tüketimci bir aileye doğru evirilmektedir. Gösteriştan uzak Osmanlı evleri ve mekanları Osmanlı diplomat ve öğrencilerinin getirdiği yeniliklerle değişmeye başlamakta, özellikle yaygın hale gelen Fransız mürebbiyeleri ile ailelere yeni alışkanlıklar gelmektedir (Canatan, 2018: 110-113).

19. yüzyıl Osmanlı Devleti için siyasi ve sosyal yönden pek çok değişimin yaşandığı bir dönem olmaktadır. Sosyal yapı içerisinde yaşanan değişimlerden aile kurumu ve insanların gündelik yaşamları da etkilenmektedir. Bu dönemde sosyal ve kültürel alanda meydana gelen değişimler aileler için yeni toplumsal ve kültürel alanlar oluşturmaktadır.

Bu dönemde iktisadi alanda yaşanan yetersizlikler ve iskan kısıtlamalarının azalmasıyla beraber günlük hayatın sınırları mahallelerin dışına çıkmaya başlamaktadır. Nüfus artışına da paralel olarak önceleri sur içi bölgesinde yaşamını sürdüren Müslüman halk, Hristiyan ve diğer dinlere mensup kişilerin yaşadıkları Galata ve Pera gibi yerlere taşınmaya başlamaktadırlar. Bu durum kültürel alanda yaşanacak değişikliklere zemin oluşturmaktadır. Batılı yaşam tarzının benimsenmesiyle birlikte mimari alanda da değişimler yaşanmakta caddeler, sokaklar yeniden inşa edilmektedirler (Gökkaya, 2012: 58).

Önceleri yalnızca caminin bir uzantısı olarak cami yakınlarında yer alan ve dini mekan olarak kabul edilen kahvehaneler bu dönemde değişime uğramaktadır. Kahvehanelerden kerevitler kaldırılarak onların yerine iskemleler konulmakta, ortada yer alan havuzun yerine tiyatro sahneleri kurulmaya başlamaktadır. Bu değişimlerle birlikte kahvehaneler mahallelerin sosyal iletişim mekanı durumuna gelmektedir. Müslüman mahallelerinde yer alan kahvehaneler bu şekilde birer sosyal iletişim mekanına dönüşürken, Pera’da yer alan Levanten kahvehaneleri de pastanelere dönüşmektedir. 19. yüzyıla birlikte açılmaya başlanan lokantalar, modernleşme sürecine eşlik etmekte ve Batı kültürüne göre yemek yenilen yerler olarak üst ve seçkin sınıfların gündelik yaşamlarında önemli yere sahip olmaya başlamaktadır. Yine bu dönemde gündelik yaşam içinde yer almaya başlayan bir başka mekan kervansarayların dönüşümüyle birlikte ortaya çıkan oteller olmaktadır. Sosyal yaşamda meydana gelen bu değişimlerin yanında ailelerin yaşadığı evlerde de önemli değişiklikler gözlenmeye başlamaktadır. Köşk ve konaklarda yaşamını sürdüren zenginlerin ev anlayışlarına Boğaziçi’ndeki yalılar ve yeni apartman daireleri eklenmektedir. Yeni oluşmaya başlayan apartman kültürü yalnızca kentlerde değil taşralarda da kendisini göstermeye başlamaktadır. 19. yüzyılda Türk aile yapısı önceki dönemlerde de olduğu gibi ağırlıklı olarak çekirdek aile yapısını sürdürmektedir. Alt tabakada yer alan ailelerin yaşantısında önemli bir değişikliğin yaşanmadığı bu yeni dönemde seçkin sınıflara ailelerde modernleşmenin etkisiyle birlikte yenilikler yaşanmaktadır. Zengin ailelerde yer alan zenci dadı ya da ağırlıklı olarak Çerkez olan hizmetçilere ek olarak Fransız mürebbiyeler yer almaya başlamaktadır. Bu yeni mürebbiyelerle birlikte Batı kültürü hızlı bir şekilde bu aileler içine nüfuz etmeye başlamaktadır. Geniş aile biçiminde yer alan özellikle de seçkin aileler bu süreçte hızlı bir şekilde çekirdek aile durumuna gelmeye başlamaktadırlar. Aile yapısındaki değişim aile içindeki otorite yetkisinde de kendisini göstermektedir. Kadın, modernleşme süreciyle birlikte ortaya çıkan süslenme, moda, uygun giyinme, davranma gibi gereksinimlerle birlikte toplumda ayrı bir birey olarak kendisini göstermeye başlamaktadır. Bu durum, kısmen de olsa erkeğin otoritesini aile içindeki diğer üyelerle paylaşması gereğini ortaya çıkarmaktadır. Bu dönem kadınlarından beklenen yalnızca iyi bir eş ve çocuklarına anne olmak değil bunun yanında “asri” bir anne ve eş de olmalarıdır.

Ortaya çıkan yeni mekan ve davranış biçimleri önceki dönemlerden farklı bir eğlence anlayışı ortaya çıkararak “eğlence kültürü”nün oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu yeni eğlence kültürü evlerde evin salonlarında, şehirlerde ise lokanta, sinema, tiyatro, oteller ve barlar gibi mekanlarda gerçekleştirilmeye başlamaktadır. Bu dönemde yaygınlaşan evlerin salonlarında düzenlenen balolar “salon kültürü” anlayışını geliştirmektedir. Eğlence merkezlerinin artmasıyla birlikte eğlence anlayışı evin salonlarından şehir merkezlerine kayarak bu dönemlerde Pera/Beyoğlu’nun önemli bir eğlence ve kültür merkezi olmasını sağlamaktadır.

Saray ve çevresinin çok daha erken dönemde tanıştığı tiyatro bu dönemde halka inerek önemli bir gösteri sanatı durumuna gelmektedir. Tiyatro, resim, roman ve sinemanın da toplum yaşamına girmesiyle birlikte kültürel alanda hızlı değişimler meydana gelmeye başlamaktadır. 1913’te Şişli’de “bahçe sineması” adında açılan açık hava sineması kamusal alanda meydana gelen değişimlerin başka bir örneğidir (Kaya, 2018: 41-63).

19. yüzyılda dinin gündelik yaşam üzerindeki etkisinin azalmasına paralel olarak kadın ve erkekler bir arada eğlenmeye başlamaktadırlar. Elçiliklerde düzenlenen kokteyller ve tanınmış bir sanatçının çağırılarak birkaç ailenin bir araya gelerek düzenledikleri eğlenceler yeni eğlence anlayışının göstergelerini oluşturmaktadır.

Bu yeni çağda aile yaşantısında meydana gelen bir diğer gelişme yine seçkin ailelerde görülmeye başlayan yazlık yaşantısıdır. Köşk ve konaklarda yaşamlarını sürdüren bu aileler yaz aylarını Boğaziçi sahilinde, adalarda ve Yeşilköy’deki yazlık evlerinde geçirmeye başlamaktadırlar.

Yine bu dönemde mahalle aralarında dolaşan faytonlara ek olarak otomobiller de az sayıda da olsa şehrin sokaklarında, caddelerinde yer almaya başlamaktadır. Toplu ulaşımında ilk elektrikli tramvayın halkın hizmetine sunulması bu dönemin önemli gelişmelerinden biri olarak kabul edilmektedir (Gökkaya, 2012: 58-61).

Bu dönemin gündelik yaşantısını o dönemin yöneticilerinin, yazarlarının bıraktığı mektuplardan da öğrenmek mümkündür. 1986-1932 yılları arasında yaşayan Türk matbuatında yazar olarak çalışan Ahmet Rasim, “Şehir Mektupları” adlı eserinde dönemin gündelik yaşamı hakkında bilgiler vermektedir. Tanzimat döneminin yenilikçi dönemine denk gelen Rasim, bu dönemde ulaşımın ve özellikle vapur seferlerinin düzenlenmesiyle birlikte artan adalar gezilerinden bahsetmektedir. Yine aynı dönemde sayıları artan parklar ve bahçeler ile mesire yerleri insanların aileleriyle birlikte vakit geçirebilecekleri mekanlar olmaktadır. Komşuluğun önemli bir yere sahip olduğu Osmanlı toplumunda yenileşmeyle birlikte artan gece misafirlikleri komşuluk ilişkilerini geliştirmektedir. İstanbul içinde gezmeye çıkan bir kişi ya da aile o geceyi gezmeye gittiği semtteki tanıdıklarında geçirebilmektedirler. Kurulan hamamlar insanlar için yeni bir sosyalleşme mekanı olmakta ve buralarda eğlenceler, komedyalar düzenlenmektedirler. Toplumun özellikle de alt ve orta sınıfı için ev içi eğlenceler ağırlık oluşturmaktadır. Evlerde akşamları mangal ya da ocak başında pişirilen kestaneler aileyi etrafında toplamaktadır. Bayramlar ailelerin ve akrabaların birbiriyle daha yoğun zaman geçirmelerini sağladıkları günleri oluşturmaktadır. Tüketim toplumuna henüz tam anlamıyla geçilmediği bir dönemde çocuklar için bayramda kendilerine alınacak bayramlık, günlerce hayalini kurdukları ve ulaşmak için aileleriyle mücadele ettikleri bir değere sahip bulunmaktadır (Rasim, 2006: 30-128).

3.1.2. Cumhuriyet Döneminde Aile İçi İlişkiler

Cumhuriyet Dönemi Türk ailesi için kimi kaynaklarda modern Türk ailesi kavramı da kullanılmaktadır. Ancak Batı’daki modernleşme süreciyle Türkiye’deki birbirinden farklı olduğu için bu dönemi Cumhuriyet Dönemi Türk ailesi olarak adlandırmak daha yerinde olacaktır. Türkiye’deki sanayileşme hareketleri Batı’daki kadar yaygın olmamasına rağmen bu süreçte meydana gelen değişimler Türk aile yapısı üzerinde de etkili olmaktadır (Düzenli, 2011: 30).

Türk aile yapısı üzerindeki değişimlerin temelinde büyük oranda Cumhuriyet’in ilanıyla beraber ortaya çıkan gelişmeler yatmaktadır.

Cumhuriyet'in ilanının ardından 1926 yılında yürürlüğe giren Türk Medeni Kanunu ile kadın pek çok alanda erkeklerle eşit haklara kavuşmaktadır. Bu yasa ile çok eşlilik yasaklanmakta, aile mallarının bölüşülmesi konusunda kadın ile erkeğe eşit haklar tanınmaktadır.

Bunlardan başka Medeni Kanun ile eşlere eşit boşanma hakkı tanınmakta, çocukların velayeti her iki eşe de verilebilmektedir. Evliliğin geçerli sayılabilmesi için resmi nikah şartı getirilerek nikahta evlenen kadının da bulunması şartı konulmaktadır (Güler, Lale, 1992: 62).

Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde ekonomik olarak henüz kırsal ekonomiye dayalı olduğundan nüfus daha çok kırsal bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Kentleşmenin henüz yaygınlaşmadığı bu dönemde sanayileşme hızlı olmadığından kentsel çekirdek ailenin gelişimi yavaş olmakta ve geleneksel aile yapıları hakimiyetini sürdürmektedir. Devrimlerin yeni yeni yerleşmeye başladığı, çağdaş toplum olma yönünde çeşitli adımlar atıldığı bu dönemde ailede fazla çeşitlenmeler henüz bulunmamaktadır (Tezcan, 2005: 1).

Cumhuriyet'in ilerleyen dönemlerinde kalkınma politikalarıyla birlikte giderek artan kentleşme ve sanayileşmeyle birlikte çıkarılan kanun ve yasalarla toplumsal yapıda meydana gelen ekonomik değişmelerin yanında aile yapısında ve aile içindeki bireylerin konumu da değişmektedir. Endüstrileşme süreciyle birlikte kırsal kesimden kentlere ve büyük şehirlere göçlerin artması kent ailesi kavramını ön plana çıkarmaktadır. Çoğunlukla anne baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan kent aileleri çekirdek aile yapısına sahiptir (Lale, 2004: 55-56).

Geleneksel aile yapısından kentsel çekirdek aile yapısına geçişte sanayileşme, tarımda makineleşme, işsizlik, kentleşme, iç ve dış göçler, eğitim olanaklarının artması, ulaşım ve iletişim alanında yaşanan teknolojik gelişmeler gibi pek çok unsur etkilidir. Bu unsurlar yalnızca aile yapısını değil, evliliğin kuruluş biçimi, evlenme yaşı, eş seçimi ve evlilik kararının biçimi gibi birçok alanı etkilemektedir (Canatan, 2018: 115).

Batılı toplumlara da bakıldığında ailenin tarihsel gelişim süreci içerisinde hiçbir dönemde tek bir aile tipi görülmemekte o döneme hakim olan aile tiplerinden bahsedilebilmektedir. Cumhuriyet Dönemi'nde de birden fazla aile türü görülmesine karşın yaygın olarak çekirdek aile biçiminde kendisini ağırlıklı olarak gösteren kent ailesi ön plana çıkmaya başlamaktadır.

Türkiye'deki kentsel aile Batı'daki sanayileşmiş ülkelerin kentsel ailesinden farklı bir takım özelliklere sahip bulunmaktadır. Türkiye'de kentsel ailelerde her geçen yıl değişmekle birlikte pek çok ailede baba egemen durumdadır. Ancak özellikle eşlerin ikisinin de çalıştığı ailelerde ailenin ortak kararlarla yürütüldüğü görülmektedir. İş edinmek için uzun bir eğitim evresinden geçmek gerektiğinden buna paralel olarak evlilik yaşının da büyüdüğü gözlenmektedir (Kongar, 1999: 595).

Kırsal bölgelerde ve köylerde yaşamayı devam ettiren ailelerin oluşturduğu kırsal (köy aileleri) aileler, aile üyeleri açısından çekirdek aile yapısına sahip aileler de mevcut olmakla birlikte daha kalabalık bir yapıya sahip olmaktadır. Kırsal kesimdeki ailelerin yapısına bakıldığında geleneksel yapının kentlere oranla daha sıkı korunduğu görülmektedir. Özellikle tarımla geçimini sağlayan yerlerde ailenin üretim yönü ön planda olmaya devam etmektedir. Aile üyelerinin birer birey olarak değil de ailenin üyeleri olarak kabul edildiği bu bölgelerde akrabalık ilişkileri bireyin toplulukla bağlantısını sağlamaktadır. Toprak mülkiyetine dayalı aile yapılarında üretimin bir parçası olan çocuk da her şeyden önce iş gücü olarak görülmektedir (Güler, Ulutak, 1992: 64).

Türkiye'de bu dönemde ortaya çıkan diğer bir aile türü köyden kente geçişle birlikte ortaya çıkan gecekondü ailesidir. Gecekondü ailesinin özelliklerine bakıldığında kırsal kesimdeki ailelerle benzer özellikler taşımanın yanında baba yine denetim mekanizması olmakla birlikte kadınlar ve çocuklar kentsel yapının getirdiği imkanlarla daha özgür yapıya sahip olabilmektedirler (Kongar, 1999: 590).

Bu dönemin kent yaşamı içindeki çekirdek ailesine bakıldığında yakında veya uzakta oturan akrabalarıyla ilişkilerinin devam ettiği görülmektedir. Kendilerinden önce kente göç eden akrabalar, yeni gelenlere iş bulma, ev kurma gibi konularda

yardımcı olmaktadır. Özellikle de gecekondü yerleşim yerlerine bakıldığında buralarda akrabaların bir araya gelerek mahalleler oluşturdukları görölmektedir (Tezcan, 2005: 4).

Burada bahsedilen köy ailesi, kent ailesi, gecekondü ailesi ve bunlara eklenebilecek kasaba ailesi gibi ayrımlar, Türk ailesinin sosyal çevreye göre farklılaşan biçimlerini örneklemek açısından üzerinde durulmaktadır. Köy ailesi yukarıda da bahsedildiği gibi kırsal çevreyi anlatmak amacıyla kullanılan, evlilikle ilgili kararların çoğunlukla aile bireyleri tarafından alındığı, evliliklerin daha küçük yaşlarda gerçekleşip doğum oranlarının daha yüksek olduğu aileleri betimlemek için kullanılmaktadır. Kasaba ailesi, kırsaldan büyük olmakla birlikte kent özelliği taşımayan, çoğunlukla kırsal kesim özelliklerinin hakim olduğu ancak buna rağmen aile içi ilişkilerde geçişlerin yaşandığı aile türleri için kullanılmaktadır. Kent ailesi kavramı, sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan kentlerde yaşayan, evlenme ve eş seçimlerinin diğer aile türlerine kıyasla daha özgür bir ortamda gerçekleştiği, evlilik yaşının ve alınan eğitimin süresinin arttığı, aile üyelerinin birbiri üzerindeki otoritelerinin zayıfladığı, eşler arasındaki eşitliğin artıp sahip olunan çocuk sayısının azaldığı aileleri tanımlamaktadır. Bu aile tiplerinden daha farklı bir noktada gibi görölen gecekondü aileleri, çarpık kentleşmenin sonucu olarak kent çevrelerinde ortaya çıkan yerleşme birimlerinde yaşayan aileleri temsil eden aile türüdür. Bu aileler köye de kente de ait değildirler, ikisi arasında ikisinden de özellik taşımaktadırlar (Çelik, 2009: 29). Bu aile türleri fazlalaştırılabileceği gibi özellikle sanayileşme ve göçle birlikte 1950 sonrası Türkiye'ye hakim olan aile türleridir.

Cumhuriyet'in ilk yılları, kurulan ulus devletini güçlendirmek adına yapılan iktisadi ve sosyal alanlardaki yeniliklerle geçmektedir. Aile sosyal yapı içindeki en küçük ve önemli bir kurum olduğundan yapılan devrimlerin benimsetilebilmesi için aile kurumunun da modernleşmesi gerekmektedir. Bu amaçla Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren aileye büyük önem verilmektedir. Eğitim programları da yine aynı şekilde yeni kurulan devletin ilkelerini benimsetme yönünde yeniden yapılandırılmaktadır. Aile kurma, Cumhuriyet ideolojisi içinde önemli bir kavram olduğu için derslerde ayrı bir öneme sahip bir konu olarak işlenmektedir. Aile içinde

çocukların, kadınların ve erkeklerin sahip olması gereken roller net bir biçimde belirtilmektedir.

Bu dönemde, aile yaşamı, çıkar çatışmaları ve karmaşanın bulunduğu toplumdan ayrı tutularak, duygusal ilişkilerin geliştirildiği, manevi ihtiyaçların karşılandığı bir alan olarak belirlenmektedir.

Önceki dönemlerde var olan cariyeye, hizmetçi biçiminde aile içinde yer alan kişiler aileden çıkarılmakta, aile anne baba ve çocuklardan oluşan yalın haline getirilmektedir. Belirlenen çağdaşlaşma politikalarıyla birlikte kadına verilen önem artırılarak, onun erkeğe bağımlı, toplumsal yaşamın dışında bırakılmış, ev ortamına hapsedilmiş durumunun değiştirilmesi amaçlanmaktadır. Açılan okullarla kız çocuklarının modern yaşamı öğrenmeleri amaçlanmaktadır. Cumhuriyet döneminde iş edinme alanında da aktif olması beklenen kadının hem dışarıda hem de ev içinde sorumlulukları giderek artmaktadır.

Bu dönemde evlerinde şekli yapısal olarak değişmekte ve herkese kendisine özel odalar tahsis edilerek bireyselleşmenin önü açılmaktadır.

Küçülen aile yapısına paralel olarak küçülen evler, eski dönemin her an misafir ağırlayan yapısından, kendi içine kapanık duruma gelmektedir. Artık misafir ziyaretleri için belirli zamanlar belirlenerek onun dışındaki zamanlar aile üyelerinin baş başa kaldıkları zamanlar olmaktadır. Ailelere, aralarındaki bağları kuvvetlendirmeleri amacıyla akşam yemekleri sonrasında birlikte kitap okuma, müzik dinleme gibi etkinlikler önerilmektedir. Eskiden doğum günü, evlilik yıl dönümü gibi kutlamaların bulunmadığı Türk ailelerinde Batılılaşma hareketleriyle birlikte bu tarz etkinlikler de aile içinde yer almaya başlamaktadır (Çizmecı, 2015: 128-133).

Tanzimat Dönemi'nde de önemli bir yere sahip olan balolar Cumhuriyet'le birlikte önemli serbest zaman etkinlikleri arasında yer almaya başlamaktadır. Balo kültürüne öncelikle Türk toplumunun elit sınıfının erkekleri dahil olurken, Cumhuriyet'in ilanıyla beraber sadece erkeklere ya da azınlıklara has bir eğlence anlayışı olmaktan çıkarak kadın ve erkeklerin birlikte katıldıkları balolar

düzenlenmeye başlanmaktadır. Giderek moda haline gelen balo ya da çay ziyafeti biçimindeki eğlencelerin yanında Cumhuriyet Bayramı kutlamaları, çeşitli kurumların düzenledikleri hayır geceleri gibi kutlamalar gelenekselleşmektedir (Kaya, 2018: 55).

1927 yılında radyonun icadıyla ailelerin serbest zaman etkinliklerini geçirecekleri yeni bir alan doğmaktadır. Yine bu dönemde sinema aileler için serbest zaman etkinliği durumuna gelmektedir. Televizyonun icadıyla birlikte, daha ekonomik olduğundan sinema yerine televizyon izlemeyi tercih eden çoğunluk, önceleri pahalı olduğundan az sayıda kişinin evinde yer alan televizyonu izlemek için misafirliklere gitmeye başlamaktadırlar. Televizyonun bu ilk yıllarında televizyonda halk tarafından sevilen programlar başladığında sokakların boşaldığı ve programlar bittikten sonra sokakların tekrar eski kalabalık haline geldikleri gözlemlenmektedir.

Sanayileşmeyle birlikte çalışma ve serbest zamanları giderek belirginleşen ailelerin, gündelik yaşama otomobillerin de girmesiyle birlikte uzak ya da sahil bölgelerine giderek yaptıkları tatiller popülerleşmeye başlamaktadır (Çizmecı, 2015: 128-133).

Cumhuriyet Dönemi'yle birlikte aile içinde kadın ve erkeğe tanınan eşitlik ile toplumun eğlence anlayışı da Batılı anlayışa yaklaşarak, eşler arkadaş çevresi içinde birlikte eğlenebilme imkanına kavuşmaktadırlar.

Bu dönemde ev içi mekan kullanımı da farklılaşarak haremlik selamlık alanlar yerine ev halkının ve konukların birlikte bir arada vakit geçirebilecekleri alanlar oluşturulmaktadır. Bu zamanda ayrı bir öneme ve anlama sahip olan salonlar, misafirlere daha kapalı bir yapıya dönüşen, mahremiyeti artan evlerin kamuya açık yüzü olarak misafirlerin ağırlandığı alanlar olarak düzenlenmektedirler. Evlerin ayrı bir öneme ve özene sahip konuma gelen salonları baloların, düğünlerin ve çeşitli etkinliklerin düzenlendiği, bu etkinliklere uygun kıyafetlerin giyilerek konukların ağırlandığı bir bölüm konumuna gelmektedir. Yaşanan bu değişimlerden etkilenen yemek yeme alışkanlıkları da Batılı tarz kurallara göre oluşturulmaktadır. Aile üyelerinin cinsiyet ayrımı olmaksızın bir arada yedikleri yemekler, güzel örtülerin

serildiği, çatak, bıçak ve porselen tabakların, su dışında şarap gibi içeceklerin de yer aldığı sofralarda gelenekselden farklı olarak uzun süre oturularak sohbet edilen etkinlikler haline gelmektedir. Salonlarda kadın ve erkeğin bir arada bulunması, erkeklerin daha kibar tavırlar içerisine girmesine neden olmaktadır. Misafirlerin ağırlandığı evin bölümü olan salonlar dolayısıyla evin dışa dönük yüzüdür ve bu nedenle ayrı özen gösterilmektedir. Bu dönemde salonlar misafir haricinde kapısı kilitlenen her zaman temiz ve düzenli tutulan, masa, konsollar, biblo ve çeşitli değerli eşyalarla süslenen mekanlar olmaktadır. Bazı evlerde salonlar kadın ve erkeklerin ayrı oturmalarına da imkan sağlayacak şekilde iki bölümden oluşmaktadır. Düzenlenen ev partilerinde müzik önemli bir öneme sahiptir ve bu dönemde piyano kültürel bir gösterge olarak salonlarda yer almaya başlamaktadır.

Tanzimat Dönemi'nden itibaren başlayan çok katlı apartman dairelerindeki küçük evlerde çekirdek aile biçiminde yaşama geleneği bu dönemde de artarak devam etmektedir. Eski dönemin üst sınıf konaklı aileleri dahi bu apartman dairelerine özenmeye başlamaktadır.

Evlerin sahip olduğu bu yeni biçimsel özellikler aile içi ilişkileri de dönüştürmektedir. Geleneksel evlerde bütün aile bireyleri aynı oda içerisinde yer almakta, evler en fazla haremlik ve selamlık olarak iki bölmeye ayrılmakta ve yatma zamanı gelinceye kadar herkes bir arada bu mekanlarda zaman geçirmektedirler. Ancak bu yeni ev düzenlerinde anne baba ve çocuklar kendi küçük evlerinde bir arada kalmakta, hatta her birey kendisine ait olan odasında kendi bağımsız ev düzenini oluşturabilmektedir (Artıkoğlu, 2007: 50-53).

Yine bu dönemde aile içinde önemli bir konuma sahip olan çocukların da birer birey olarak yetiştirilmeye başladıkları gözlenmektedir. Modern eğitim anlayışıyla birlikte eğitim yaşının düşmesiyle birlikte çocukların aldıkları eğitimin süresi de uzamaktadır. Çocuk politikalarına önem verilen Cumhuriyet tarihinde sağlıklı, yetenekli, bilinçli, eğitilmiş çocukların vatani ve milleti koruma noktasında önemli bir konuma sahip olacakları düşüncesinden yola çıkarak milli duygulara sahip, iyi eğitilmiş çocuklar yetiştirmenin önemi üzerinde durulmaktadır (Kaya, 2018: 48).

3.1.3. Günümüzde (1980 Sonrası) Aile İçi İlişkiler

Cumhuriyet'in ilanından itibaren pek çok yenileşme hareketinin yapıldığı Türkiye'de bu yıllar dayanışma ve tutumluluk yılları olarak geçmektedir. Ancak 1980 sonrası dönemde gerçekleştirilen özellikle de liberal ekonomi politikalarıyla birlikte Türkiye bu tarihten itibaren adım adım liberal bir tüketim toplumuna doğru gitmeye başlamaktadır.

Bu dönemde insanların gündelik yaşamı içinde yer edinmeye başlayan kredi kartları, tüketimi özendirmektedir. 1980 darbesi sonrasında politikadan uzaklaştırılan ve giderek bireyselleşen gençler, izledikleri filmlerde gördükleri zengin hayatlara özenerek büyümektedirler. 1990'lı yıllarla birlikte ortaya çıkan özel televizyonlar ve medya kuruluşları gerçekleştirdikleri yayınlarla bu özentiye desteklemektedirler. Yayınlanan yabancı dizi ve filmlerde görülen lüks yaşam, giyim kuşam, gençleri lüks ve teknolojik ürünleri satın almaya yönlendirmekte bunlar kent modernliliğinin göstergesi konumuna gelmektedirler.

Bu tarihlerden bugüne değin Türk gençliği paraya, zenginliğe, marka ve dış görünüşe önem veren, en büyük vazgeçilmezi cep telefonları ve internet olan bir gençliğe dönüşmektedir (Çizmeci, 2015: 134-135).

Dönemin gençleri üzerinde etkili olan faktörler aile üzerinde de etkili olmaktadır. Bu değişimlerden üzerinde durulması gereken önemli bir faktör teknolojiye yaşanan gelişmelerdir. Bilgisayar, internet, televizyon, cep telefonları, tabletler dünyayı McLuhan'ın ifade ettiği gibi zaman ve mekanı yok eden küresel köye çevirmektedir.

Tarihsel süreç içerisinde yaşanan pek çok gelişme Türk ailesinin dönüşümü üzerinde rol oynamaktadır. Sanayileşmeyle birlikte kırsal bölgelerden kentlere yapılan göçler, işgücü ihtiyacının artmasıyla birlikte kadının çalışma yaşamına dahil olması, eğitim sürecinin artmasına paralel olarak gençlerin çalışma yaşamına daha geç atılmaları ve buna paralel olarak evlilik yaşının büyümesi, boşanma oranlarında yaşanan artış, parçalanmış ailelerle birlikte arada kalan çocuklar, teknolojinin gelişmesiyle birlikte medyanın her geçen gün daha fazla aile yaşantısı içerisine

girerek onu etkileyip dönüştürmesi, bunlara paralel olarak ailelerin ev içinde birbirleriyle geçirdikleri zamanın azalması ve birbirleriyle daha az paylaşımda bulunmaları gibi faktörler bu dönemin ailelerinin maruz kaldığı durumlar olmaktadır.

Aile üzerinde etkili olan bu yeni durumlar, aile içi ilişkilerde ve aile üyeleri arasındaki görev dağılımı gibi konularda değişimlere neden olmaktadır. Kadınlar yaşanan bu dönemde eskiye oranla daha fazla gelir getirici ve statüsü yüksek işlerde çalışmaktadırlar. Kadınların eğitiminin ve çalışmasının daha fazla desteklendiği bu dönemde çocuklar daha korumacı bir yapı altına alınmakta, onların da eğitimi önceki dönemlerden çok daha fazla üzerinde durulan bir konu olmaktadır. Aile içi rollerin dağılımında, ev içi işlerin paylaşımında, insanların evlilik ve evlenme yaşıyla ilgili görüşlerinde değişimler meydana gelmektedir (Yılmaz, 2016: 41).

Bilgi toplumu olarak adlandırılan bu yeni çağa yukarıda da bahsedildiği gibi teknolojik ürünler özellikle de televizyon, internet, cep telefonları ve bilgisayarlar aile yapısını ve aile içi ilişkileri etkilemektedir. Aile içinde bu teknolojik cihazların kullanımlarının artmasıyla birlikte sosyal ve duygusal paylaşımlar azalarak hem aile içinde hem de bireylerin dış dünyayla ilişkilerinde yüz yüze iletişim giderek azalmaktadır. İnsanların karar alma süreçlerini etkileyen bu cihazlar aile içi iletişimi olumsuz yönde etkilemekte ve hep birlikte ev içinde geçirilen zamanlar da dahi aile bireylerinin elinde bu teknolojik cihazlardan en az birisi bulunmaktadır (Çaki, 2016: 284; Demir, 2016: 238).

Teknolojik cihazların aile içine bu denli girmesiyle birlikte mahremiyet kavramı da dönüşmekte daha önce özel alana dahil olan pek çok davranış ve paylaşımlar özellikle de internet aracılığıyla diğer insanlarla paylaşılmaktadır (Can, 2016: 219).

21. yüzyıl ailelerine bakıldığında, bu artan teknoloji kullanımı ve medyanın da teşviğiyle birlikte, yukarıda da bahsedildiği gibi dönemin politikalarına paralel olarak artan bir şekilde tüketim kültürünün birer parçası oldukları görülmektedir. Küreselleşmenin ve yükselen kapitalizmin etkisiyle gerçekte ihtiyaç olmayan pek çok nesne satın alınmaktadır. Tüketim kültürü içinde yetişkinlerden daha fazla hedef

halinde bulunan gençler ve çocuklar ailelerinin tüketim tercihleri üzerinde belirleyici olmaktadır (Çaki, 2016: 288).

Bu dönemde çekirdek aile yapısı da dönüşüme uğrayarak çekirdek ailenin içinden tek ebeveynli aileler gibi farklı aile türlerinin çıktığı gözlenmektedir. Aile üyelerinin dışarıda daha fazla bireysel vakit geçirmeye başlamaları, aile içi paylaşımın giderek azalması, evde geçirilen vakitlerin kitle iletişim araçları ve sanal ortamlar tarafından kuşatılması, ailenin giderek özel alan olmaktan uzaklaşarak kamusal alan haline gelmesi gibi etkenler aile yapılarını daha kırılgan hale getirerek artan boşanmalar üzerinde etkili olmakta, bunun sonucu olarak da çekirdek aile içinden doğan tek ebeveynli aileler ortaya çıkmaktadır (Sarı, 2016: 94).

Tek ebeveynli aile, eşlerin birbirinde ayrı yaşayıp, çocukların bu eşlerden birinin yanında yaşamasıyla ortaya çıkan aile türüdür. Ailenin bu biçimde parçalanmasında bireyselleşmenin de etkileri bulunmaktadır. Sanayileşme, kentleşme ve modernleşmenin bir getirisi olarak ortaya çıkan bireycilik kavramı, kendine yeten, bireysel hakları ve bağımsızlığını korumayı amaç edinen bir anlayışla aile içinde kadın, erkek ve çocuklar ayrı ayrı konumlandırılmakta ve bu da birbirinden bağımsız, ilişkisiz bir yapının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Aslında, insanların birey olduğu fikrinin ön plana çıkması, bağımsızlığın ve özgürlüğün felsefi olarak değer kazanması, modernliğin bir ürünü olarak modern erkek ve kadın değerlerinin inşa edilmesini sağlamaktadır. Bu noktadan bakıldığında bireycilik, modernleşmenin bir sonucu olarak her insanı diğer insanlarla eşit olarak görmektedir (Öz, 2019: 802-808).

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan “İstatistiklerle Aile 2018” araştırma sonuçlarına göre Türkiye’deki hane halkının yüzde 65’ini çekirdek aileler oluştururken, hane halkı büyüklüğü ortalama 3.4 kişi olarak belirlenmektedir. Geniş aile oranının yüzde 15.8 olarak belirlendiği araştırmada, yüzde 2.8 çekirdek aile bulunmayan, yüzde 16.1’de tek kişilik hane halkı olarak belirlendi. Çekirdek aile içindeki oranlara bakıldığında yüzde 14.1’inin sadece eşlerden oluştuğu, yüzde 42.3’ünün eş ve çocuklardan oluştuğu, yüzde 8.9’unun da tek ebeveynli çocuklardan oluştuğu görülmektedir (www.tuik.gov.tr).

Modernleşme, sanayileşme, kentleşme süreçleri küreselleşmeyle paralel olarak ilerlemekte ve bireylerin, evlilik, aile yaşamı, cinsellik gibi konulara bakış açısını değiştirerek geleneksel kadın ile erkek rollerini dönüştürüp evlilikten beklentileri çeşitlendirmekte, bu da aileyi ve aile içi rolleri değiştirmektedir (Öz, 2019: 802-808).

Bu süreçle beraber değişen aile içi ilişkiler ve roller sonucu, gün boyu dışarıda çalışmak zorunda kalan ve iş yoğunluğu olan baba çocuklarından giderek soyutlanmakta ve çocuklarıyla birbirini yeterince tanıma olanakları azalmaktadır. Aile içi ve dışı rollerin net bir şekilde belirlendiği geleneksel aileden farklı olarak modern ailelerde kadın ve erkeğin çalışma hayatında birlikte yer almalarıyla rol karmaşaları ortaya çıkmaktadır. Medyanın farklı aile türlerini, farklı yaşam biçimlerini sürekli ve yoğun bir şekilde yansıtmasıyla aile içi roller ve ilişki yapılarının değişmesiyle ortaya çıkan geçiş aşaması kimi zaman çatışmaların yaşanmasına yol açmaktadır. Medyada yer alan evlilik programları, internetteki sanal arkadaşlık ve evlilik siteleri yanında bilimsel alanda yaşanan genetiksel gelişmeler, yapay dölleme, evlilik sözleşmeleriyle birlikte hukuksal yanı öne çıkan evlilikler, çocuk yetiştirme ve aile programları, haber programları, yayınlanan filmler ve diziler aile yapısı ve aile içi ilişkiler üzerinde etkili olmaktadır (Çelik, 2009: 31).

Kadın erkek rollerinin değişmesi ve kadınların toplumsal yaşama katılmalarının temelinde eğitim alanında yaşanan reformlar yer almaktadır. Tanzimat ve Meşrutiyet dönemleriyle başlayıp Cumhuriyetle artan eğitim reformlarıyla ve 1980'lerden itibaren eğitim alanında atılan önemli adımlarla birlikte kadınların okullaşmalarında önemli yükselişler görülmektedir.

2018-2019 Milli Eğitim İstatistikleri'ne göre resmi okulda eğitim gören erkeklerin oranı yüzde 51 kadınların oranı ise yüzde 49 olarak belirlenmektedir (<http://sgb.meb.gov.tr/>).

Kadınlarda eğitim olanaklarının ve kalitesinin artmasına paralel olarak iş yaşamında da rolü giderek artmakta bu durum kadının aile içi rolünü de etkilemektedir. Böylece, geleneksel ataerkil aile düzenine karşı çıkışlar çoğalmakta,

kadının eşit, bağımsız ve özgürlükçü yanı ön plana çıkmaktadır. Bu da aile içindeki cinsiyete dayalı hiyerarşik yapıları dönüştürmektedir (Öz, 2019: 820, 827).

2019 yılında düzenlenen “Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırması” verilerine göre 2016 ve 2019 yılları arası veriler karşılaştırıldığında kadın ve erkeklerin aynı imkanlara sahip olmaları gerektiği düşüncesinde yüzde 13’lük bir artış olduğu; kadınların çalışma hayatına katılmalarının ülkelerin refahı açısından gerekli olduğu fikrine katılanların sayısının da yüzde 14 arttığı görülmektedir (www.khas.edu.tr).

Yüksek Öğretim Kurumu Ocak 2019 verilerine bakıldığında yüksek öğretim kurumlarında lisans eğitime katılan kadınların oranı yüzde 46 olarak belirlenmektedir. 2005 yılının aynı verilerine bakıldığında bu oran yüzde 17 olduğu görülmektedir. Bu da son 14 yılda yüksek öğretimde eğitim alan kadınların oranının yüzde 29 oranında arttığını göstermektedir (www.ailevecalisma.gov.tr).

Teknoloji de yaşanan gelişmelere paralel olarak ev içi teknolojik gelişmelerin ilerlemesiyle birlikte kadının geleneksel ev kadını rolü anlamını kaybederek, iş yaşamında yükselişiyle birlikte kamusal alanda erkekle birlikte eşit rol almaya başlamaktadır. Çalışan kadın sayısında meydana gelen artış ev içi ve dışı rol dağılımlarını da değiştirmekte cinsiyete dayalı rolleri azaltmaktadır.

Hem kadınların hem de erkeklerin yaşamlarında işe verilen önemin giderek artması ve merkezi konuma gelmesi beraberinde daha uzun çalışma saatlerini getirmekte, yaşam koşullarının iyileşmesi, yaşanan ekonomik zorluklar, bireylerin iş ve aile yaşamı arasında sıkışmalarına neden olmaktadır. Çocukların da eğitim süre ve saatlerinin artmasıyla birlikte günümüzün gündelik yaşam biçimi, evden çok dışarıda geçirilen şekle bürünmektedir (Öz, 2019: 820, 827).

TUİK tarafından Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı işbirliğiyle 2016 yılında yürütülen “Aile Yapısı Araştırması” verilerine göre, yemek yeme saatlerinde daha fazla bir araya gelme fırsatı bulan ailelerin, yemek yeme alışkanlıklarında hafta içi ve hafta sonu hangi sıklıkta bir araya geldikleri incelendiğinde, hane halkının en fazla hafta sonunda ve akşam yemeklerinde bir araya geldikleri görülmektedir. Hane

halklarının akşam yemeklerinde bir araya gelme oranları hafta içi yüzde 78.2 iken, hafta sonu bu oran yüzde 83.1 olmaktadır. Akşam yemeklerinden sonra en fazla sabah kahvaltılarında bir araya gelebilen aileler hafta içi sabah kahvaltısında yüzde 43.4 oranında, hafta sonu yüzde 72.3 oranında bir araya gelebilmektedirler. Öğle yemeğinde bir araya gelebilen hane halkı oranı hafta içi yüzde 26.8 iken, hafta sonu yüzde 57.2 olmaktadır (www.tuik.gov.tr). Yapılan araştırmanın sonuçları aile üyelerinin bir araya gelme sürelerinin özellikle de çalışma zamanının yoğun olduğu hafta içi ne kadar kısıtlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Ev içinde aile ile birlikte geçirilen kısıtlı zaman dilimleri de, bireylerin sosyalleşmeyi ilk öğrendikleri ortam olan ailenin, televizyon ve internet gibi iletişim teknolojileriyle birlikte, bireylerin yalnızca aynı evi paylaştıkları topluluk haline gelmesine neden olmaktadır. Sosyal ve duygusal paylaşımların giderek azaldığı bu ortamda çocukların kitle iletişim araçlarını kullanma oranları giderek artarken bu araçları kullanma yaş ortalaması ise giderek düşmektedir.

Türkiye’de 2013 yılında TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) tarafından yapılan “06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya” araştırması sonuçlarına bakıldığında bu çalışmada ilk defa hane halkı bilişim teknolojileri kullanımı araştırmalarının 06-15 yaş grubu arasını da içerecek şekilde genişletildiği gözlenmektedir. Bu araştırmada çocukların bilgisayara ve internet kullanmaya başlama yaşlarının 6 ile 10 arasında değiştiği görülmektedir. 06-15 yaş arası çocukların yüzde 24.4’ü kendilerine ait bir bilgisayara; yüzde 13.1’i cep telefonuna, yüzde 2.9’u da oyun konsoluna sahiptir. Yine bu yaş arası çocukların yüzde 60.5’i bilgisayar, yüzde 50.8’i internet, yüzde 24.3’ü cep telefonu kullanmaktadırlar. Haftalık ortalama internet kullanım sürelerine bakıldığında çocukların yüzde 45.6’sının her gün internet kullandığı; bunların yüzde 38.2’sinin 2 saat, yüzde 47.4’ünün 3 ile 10 saat arasında, yüzde 11.8’inin 24 saat, yüzde 2.6’sının ise 24 saatin üzerinde internet kullandıkları tespit edilmektedir.

Yine bu yaş aralığındaki çocukların cep telefonu kullanmaya başlama yaşlarının yapılan araştırmada ortalama 6 ile 10 arasında değiştiği kaydedilmektedir.

Ödevlerini yoğun olarak internet üzerinden yapan bu yaş grubu çocukların onundan dokuzu hemen her gün televizyon izlemektedir (www.tuik.gov.tr).

TUİK tarafından 2019 yılında yapılan “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” verilerine bakıldığında bir önceki yıl yapılan benzer araştırmada yüzde 72.9 olan 16-74 yaş arası internet kullanımının 2019 yılında yüzde 75.3’e çıktığı görülmektedir. Yine bir önceki yıl evden internete erişim imkanı yüzde 83.8 iken 2019 yılında bu oranın yüzde 88.3’e ulaştığı kaydedilmektedir. Her iki kişiden birinin e-devlet hizmetlerini kullandığının ortaya çıktığı araştırma sonuçlarına göre bir önceki yıl internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal ve hizmet alım oranı yüzde 29.3 iken 2019’da bu oran yüzde 34.1’e çıkmaktadır. İnternette en çok satın alınan ürün olarak yüzde 67.2 ile giyim ve spor malzemeleri ilk sırada yer almaktadır (www.tuik.gov.tr).

RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) tarafından 2013 yılında gerçekleştirilen “Türkiye’de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması” sonuçlarına göre Türkiye’deki çocukların yüzde 52’sinin kendisine ait odası bulunurken, yüzde 40’nın odasında kendisine ait televizyon bulunmaktadır. Araştırma verilerine göre, çocukların yüzde 97,9’unun evinde televizyon, yüzde 73,7’sinde bilgisayar/tablet, yüzde 63’ünde internet erişimi, yüzde 44,6’sında sabit telefon, yüzde 38,3’ünde radyo bulunmaktadır.

Çocukların en çok önem verdikleri kitle iletişim araçları sorulduğunda yüzde 70.7 oranında kişi kitap gazete ve dergileri ilk sıralarına koyarken, yüzde 60.8 oranında kişi interneti, yüzde 48.6 oranında kişi bilgisayar ve tableti, yüzde 45 oranında kişi cep telefonunu, yüzde 40.5 oranında kişi de ilk sıralarına televizyonu koymaktadır. Ancak çocukların en fazla zaman ayırdıkları iletişim aracı olarak cep telefonlarını göstermeleri önem verme düzeyleriyle kullanma süreleri arasında bir paralellik olmadığını göstermektedir. Araştırma verileri çocukların yüzde 7.9’unun gazete, dergi ve kitabı hiç okumadıklarını, lise öğrencilerinin de yüzde 30’unun okumayı hiç sevmediklerini ortaya çıkarmaktadır (www.rtuk.gov.tr).

TUIK araştırma sonuçlarına da bakıldığında yüzde 99.7 oranla evlerin neredeyse tamamında en az bir tane bulunan televizyon toplumun ve ailenin yapısı üzerinde meydana getirdiği kültürel değişim üzerinde önemli rol oynamaktadır. Özellikle yayınlanan dış yapım dizi ve filmlere bakıldığında bu filmlerdeki karakterler ailede sadece çocuklar üzerinde değil ailenin diğer üyeleri üzerinde de etkili olarak aile içi ilişkileri etkilemektedir. Bu film ve dizilerdeki karakterlerin genel özellikleri eşya tüketiminin, karşı cinsten arkadaş edinmenin ve istedikleri her şeyi yapabilmenin ön planda olmasıdır.

Televizyonun ailenin çocukları üzerindeki etkileri diğer bireyler üzerindeki etkilerine oranla daha yüksek olmaktadır. Bu etkiler sadece bilgi iletme yoluyla değil aynı zamanda davranış modelleri sunma ve çocukların bunları taklit edip rol model olarak kabul etmeleri yoluyla da olmaktadır.

Bugünün gençlerine bakıldığında evde geçirdikleri zamanı aile bireyleriyle iletişim kurmaktan çok televizyon kanallarında iletilenleri pasif izleyerek sosyal ve kültürel açıdan kendilerini yetiştirmektedirler. Bunun bir sonucu olarak kısa süre içerisinde popüler olma, çok para kazanma gibi amaçlarla arabesk pop şarkıcılığı, mankenlik gibi, yeteneklerini geliştirmeden edinebilecekleri meslekleri idealize ederek yaşamlarını sürdürmektedirler (Süleymanov, 2009: 15).

İnsanların yaşamlarında meydana gelen değişimler, artan iş yaşantısı, uzayan eğitim süreleri yukarıda da bahsedildiği gibi aile üyelerinin bir arada geçirdikleri vakti azaltmaktadır. Bir arada vakit geçirmenin eski önemini kaybetmesiyle birlikte ailenin bu işlevi dışarıya doğru kaymaya başlamaktadır. Bu boş vakit geçirme, önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi dışarının güvensiz olması, maddi olarak daha külfetli olması gibi nedenlerden ötürü, televizyon ya da internet başında pasif olarak geçirilmektedir. İnternet kullanımının artması yüz yüze iletişimin yerini bilgisayar aracılı iletişimin almasına neden olmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte insanlar artık günlük ihtiyaçlarını ve iletişimlerini bu araçlarla karşılamaya başlamakta ve iletişim sanal bir dünyaya doğru yönelmektedir.

Sosyal paylaşım siteleri, uygulamaları, önceki dönemlerde yüz yüze ve geleneksel yöntemlerle gerçekleşen iletişimi azaltmakta, yaşanan iletişim boşluğunu doldurarak aile içi ilişkileri ve ailenin dinamiklerini etkilemektedir. Yapılan araştırmalar, sanal ağlarda ve sosyal medyada geçirilen zamanın artışına paralel olarak yüz yüze yapılan görüşmeleri ve aile üyeleriyle geçirilen zamanı azalttığı yönündedir. Özellikle gençler serbest zamanlarının büyük çoğunluğunu odalarında tek başlarına bu ağlarda geçirmekte ve sosyal hayattan soyutlanmaktadır. Aile üyelerinin ve özellikle çocukların sosyal etkileşimde bulunmak yerine sanal ağlarda vakit geçirmeyi tercih etmeleriyle aile bireyleri serbest zamanlarını birbirlerinden kopuk bir biçimde geçirmeye başlamaktadırlar. Çoğu durumda ailelerin internet konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları çocukları olumsuz bir biçimde etkileyerek, onların gerçek yaşamdaki olaylardan uzaklaşıp sanal bir yaşamın parçası haline getirmektedir. Sosyal medyanın yoğun bir şekilde kullanımı, ailede yüz yüze iletişimin gerçekleştirilemediği, aile bireylerinin farklı mekanlarda bulunduğu, beden dilinin eksik kaldığı bir ev ortamı oluşturmaktadır. Yapılan bir araştırma, haftada beş saatten daha fazla internet başında bulunan bireylerin aile ve arkadaşlarına daha az zaman ayırdıklarını ve internet nedeniyle ev dışı aktivitelere daha az katıldıkları sonucunu çıkarmaktadır (Dilber, 2019: 337-339).

Aile bireylerinin farklı mekanlarda bulunması, aile içindeki yüz yüze iletişimi azaltmakta ve iletişimde benden dilinin kullanılamaması iletişim eksikliğine neden olmaktadır. Bu şekilde, zaman içerisinde aile üyeleri ortak bir şeyler yapmayı, birbirlerini dinlemeyi bırakmakta ve bu durum da sağlıklı iletişim kuramayan aileleri ortaya çıkarmaktadır.

Yaşanan bu çağda insanların birbiriyle iletişim kurabilmesi için gereken bir arada olma şartı ortadan kalmış olmakla birlikte aile içinde iletişimin sağlıklı bir biçimde yürütülmesi için bu şart hala geçerliliğini korumaktadır. Modern dönemle birlikte artan iş saatleri sonrası evde birlikte geçirilecek zamanın azalması, akşam saatleri ya da yemek vakitlerini ailenin birbiriyle iletişim kurması için önemli zaman dilimleri haline getirmektedir. Ancak internet ve internete ek olarak akıllı telefonların ortaya çıkmasıyla birlikte geçirilmesi gereken bu vakitler aile üyeleri bir arada

bulunsa bile herkesin elinde olan akıllı telefonlar, bilgisayar ve tabletlerle verimli bir şekilde geçirilememektedir.

İnternet başında sosyalleşeceğini düşünerek geçirilen vakitler, insan ilişkileri açısından önemli olan yüz yüze iletişim için ayrılacak vakitlerden çalmaktadır (Güleç, 2018: 113).

1990’lardan itibaren özellikle de özel televizyonların yayına başlamasıyla insanların serbest zamanlarını büyük ölçüde ele geçiren televizyonun yerini bilgi çağında internet ve internetle bağlantılı teknolojiler almaktadır. İnsanlar internet sayesinde mesajlaşma, gazete okuma, televizyon ve video izleme imkanına kavuşmaktadırlar. İnternet üzerinden kurulan iletişim aynı zamanda sanal bir etkileşim imkanı sunduğundan yüz yüze iletişime oranla daha esnek bir ortam sağlamaktadır. Bu esneklik ve diğer medya araçlarının da işlevlerini yerine getirebilmesiyle daha cazip hale gelen internet bireylerin sosyalleşme ve iletişim kurma algılarını değiştirmektedir. Bu erişim kolaylığı kimi zaman asosyallığı de beraberinde getirmektedir (Livingstone, 2011: 23).

İnternet ve sosyal medya uygulamalarından önce mahremiyet sınırları içerisinde değerlendirilen aile ve ev yaşamı, bugün bakıldığında şeffaflık olarak sosyal olma olgusu içerisinde değerlendirilmektedir. Evin mahrem olarak kabul edilen alanlarında çekilerek paylaşılan fotoğraflar, videolar, aile dışındaki bireylerle hatta hiç tanınmayan milyonlarca kişiyle sosyal paylaşım ağları aracılığıyla paylaşılabilir (Öz, 2019: 814).

Son yıllarda yapılan araştırmalara bakıldığında aile içinde aile üyelerinin ve özellikle de çocukların internet ve sosyal medya ağlarını kullanma oranlarının sürekli bir artış içerisinde olduğu görülmektedir. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak iletişim teknolojilerinde yaşanan yenilikler aile üyelerinin birlikte geçirdikleri vakitlerin kalitesini düşürmektedir. Aynı mekan içinde yer alıp da amaç ve ruh olarak birbirinden farklı yaşantılar geliştiren ailelerde sağlıklı bir iletişimden bahsetmek güçleşmektedir (Kılıç, 2014: 32).

TÜİK'in 2018 yılında gerçekleştirdiği "Türkiye'nin İnternet Kullanım Alışkanlıkları Araştırması" verilerine göre 2017'de hanelerin yüzde 80.7'si evden internete erişim imkanına sahipken 2018'de bu oran yüzde 83.3' yükselmektedir (www.tuik.gov.tr).

"We Are Social" ve "Hootsuite" tarafından her sene hazırlanan "İnternet ve Sosyal Medya İstatistikleri" 2019'da "Digital 2019 in Turkey" adıyla yayınlandı. Bu araştırmanın verilerine bakıldığında 82.4 milyon nüfuslu Türkiye'de, nüfusun yüzde 72'si internet, yüzde 63'ü aktif sosyal medya kullanıcısı, yüzde 53'ü de aktif mobil sosyal medya kullanıcısıdır. Bir önceki yılın araştırma sonuçlarıyla karşılaştırıldığında internet kullanıcılarında 5 milyonluk artış, aktif sosyal medya kullanıcılarının sayısında ise 2 milyonluk artış olduğu gözlenmektedir.

Türkiye'de yetişkin bireylerin yüzde 98'i cep telefonu, bunların yüzde 77'si akıllı telefon kullanmaktadır. Masaüstü bilgisayar veya laptop kullananların oranı yüzde 48, tablet kullananların oranı yüzde 25, giyilebilir teknoloji kullananların oranı ise yüzde 9 olarak belirlenmektedir. Aynı araştırmanın sonuçlarına göre yüzde 99 oranıyla hemen herkesin evinde televizyon bulunmaktadır.

Günde ortalama 7 saatlerini internet başında geçiren insanlar, ortalama 3 saatlerini televizyon başında, 1 saatlerini müzik dinleyerek, 3 saate yakın zamanlarını da sosyal medyada geçirmektedirler.

Türkiye'deki sosyal medya kullanım istatistiklerine bakıldığında ülkede toplamda 52 milyon sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir.

Yapılan bir araştırma, yaşanan bu yeni çağın gençlerinin uyandıklarında dahi henüz yataklarından kalkmadan sosyal medya hesaplarını kontrol ettiklerini ortaya koymaktadır. Birçoğu sosyal medya bağımlısı olan gençler, internetin olmadığı bir ortamda kendilerini huzursuz, mutsuz hissettiklerini ve internete bağlanamadıkları her an kaçırdıkları şeylerin sonradan yakalamakta güçlük çecekleri kadar fazla olacağı endişesi taşımaktadırlar (Güzel, 2018:)

Yapılan araştırmaların da gösterdiği gibi “Bilgi Toplumu” olarak da adlandırılan yeni medya teknolojilerinin hakim olduğu bu çağda, mevcut bu teknolojiler Türkiye’deki hanelere fazlasıyla girmektedir. Bu durum, ailelerin birbirleriyle geçirecekleri vakitleri ve iletişimlerini etkileyerek aile içi iletişim konusunda döneme hakim problemlerden belki de en önemlisini oluşturmaktadır.

3.2. Kuşak Teorisi ve Kuşaklar

3.2.1. Kuşak Kavramı ve Kuşak Teorilerine Genel Bakış

Kuşak tanımlaması, birbirine yakın tarihsel süreçte doğan, sosyal ve ekonomik hareketlerden meydana gelen zaman aralıklarına veya belli bir sosyal sınıfa ait olan kişiler için yapılmaktadır. Kavram, bu anlamıyla 1928 yılında ilk defa Alman Sosyolog Karl Mannheim’in yazdığı bir kitapta geçmekle birlikte (Güzel, 2019: 241), tarihsel süreç içerisinde yazılı kaynaklara bakıldığında kuşak kavramından Antik Yunan ve Eski Mısır Uygarlığı’nda da çeşitli bilim dallarında bahsedildiği görölmektedir (Joshi, 2011: 179). “Generation”, “Cohort”, “Age Group” kelimelerinin karşılığı olarak kullanılan kuşak kavramının günümüz anlamına en yakın kullanımı ve kuşakları içeren sınıflandırma ve tartışmalar ilk kez önceleri Inglehart tarafından, ardından Strauss ve Howe (1991) tarafından yazılan kitap ile popülerlik kazanmaktadır. Bu nedenle bu kuram, bazı araştırmacılar tarafından “Strauss-Howe Kuşak Kuramı” olarak isimlendirilmektedir. Bu kuram, belli bir dönemde büyüyüp, birbirine yakın yaş aralıklarına sahip kişilerin benzer davranış kalıplarına sahip oldukları ve her yeni kuşakla birlikte bu davranış kalıplarının değişme eğilimine sahip olduğu görüşüne dayanmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde pek çok önemli toplumsal olaylar meydana gelmektedir ve bu da toplum içinde çeşitli sosyal dönüşümlerin yaşanmasına neden olmaktadır. Bu durum da o dönemde o toplum içinde yaşayan kişilerin tutumları, davranışları ve değer yargıları üzerinde etkili olabilmektedir. Bu nedenle belli bir zamanda dünyaya gelen ve aynı yaş grubu içinde bulunan bireyler, benzer bazı eğilimleri ve bilişsel davranışları taşıyabilmektedirler. Bu etkilerin zaman içerisinde devam edeceği de kabul edilmektedir (Güzel, 2019:241; Schwarz, 2008: 80).

Türk Dil Kurumu kuşak kavramını, “Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderi paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu” şeklinde tanımlamaktadır (sozluk.gov.tr).

İngilizce’den Türkçe’ye geçen “Kohort (Cohort)” kavramına da karşılık olarak kullanılan nesil, kuşak kavramları, ortak niteliklere sahip insanları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu kuşağı, nesli, kohortu, diğerlerinden ayıran şey ortak yaşanmışlıklar olduğundan aynı kuşak içinde yer alan kişilerin belli başlı ortak özelliklere sahip olduğu varsayımı kuşak teorisyenleri tarafından kabul edilmektedir (Çetin, Karalar, 2016: 159). Kuşakların oluşumuna bakıldığında toplum üzerinde önemli etkiler doğuran siyasi, toplumsal, ekonomik, bilimsel ve teknolojik olaylara denk geldikleri görülmektedir.

Belirli bir kuşağı oluşturan bireyler, içinde yaşadıkları dönemden ve toplumdan etkilendikleri gibi kendi düşünce ve davranışlarıyla içinde yaşadıkları toplumu etkileyerek, o dönemin toplumsal olayları üzerinde etkili olmaktadır.

Kuşakların belirlenmesinde yukarıda da bahsedildiği gibi kişilerin doğum tarihleri dikkate alınmakta, belirli yıllar içinde dünyaya gelen kişilerin belirli bir kuşağa dahil oldukları kabul edilmektedir. Bununla birlikte kuşaklarla ilgili yapılan çalışmalara baktığında, kuşak sınıflandırmaları yapılırken zaman dilimlerinin başlangıcı ve bitişinde farklılıklar olduğu görülmektedir. Bunun nedeni olarak, toplumlarda yaşanan olayların farklılık göstermesi ve yaşanan olayların etkilerinin toplumdan topluma değişebilmesi gösterilmektedir. Bunun sonucu olarak, her toplumun yaşanan olaylardan etkilenme zamanları farklı olabilmektedir. Bu durumun başka bir nedeni de kuşakları başlatan faktörlerin tek bir olaydan meydana gelmemesi, pek çok etkeni içinde barındırması olarak gösterilebilmektedir (Özel, 2017: 4; Reeves, Oh, 2008: 296).

Mannheim, kuşak tanımlaması yaparken, belirli bir tarihsel dönemde yaşamış olma kriterinin yeterli olmadığını vurgulamaktadır. Kuşakların oluşumu sadece belirli dönemde yaşamış olmakla sınırlandırılmamakta, bunun yanında yaşanan

sosyal değişimlerle de ilişkilendirilmektedir. Kuşakların oluşumunda belirli bir tarihsel süreçte yaşamış olmanın yanında aynı zamanda hızlı gerçekleşen bir toplumsal değişim sürecini birlikte deneyimleyerek davranış ve tutumları diğer kuşaklardan ayrılan, bu nedenle de diğerlerinden farklı bir kolektif kimlik ve tarihsel bilinç oluşumu taşıyan kişileri içermektedir. Kitabında yer alan açıklamalarla ilk defa “Çoklu kuşaklar” kavramını dile getiren Mannheim, bu kitabında bir kuşağın süresini 30 yıl olarak belirlemektedir. İnsanların ilk 30 yıl içinde öğrenme aşamasında bulunduğunu söyleyen Mannheim, sonraki 30 yıl içinde hayatın içinde aktif bir şekilde yer aldığını bu nedenle de onun kuşağının bu ikinci 30 yıl olduğunu dile getirmektedir. Bu aktif olan ikinci 30 yıldan sonra kişiler aktif yaşamdan artık çekilmeye başlamaktadırlar. Mannheim, kuşak kavramının sosyal bir konum olduğunu yani birbirleriyle fiziksel ya da zihinsel temasları bulunan, birbirinden haberdar kişiler olmadıklarının altını çizmektedir. Kuşakların var olması için var olan bu kültürel sürece devamlı yeni katılımcıların eklenmesi, eski katılımcıların devamlı süreçten ayrılması, kültürel birikimin ve tecrübelerin kuşaktan kuşağa aktarılması gerektiğini dile getirmektedir. Bir kuşağa ait olan üyeler, tarihsel devrin belirli bir kısmına dahil olabilmektedirler. Bir kuşağa ait bireyler, “paylaşılan geçici konum, paylaşılan tarihi yer, paylaşılan sosyo-kültürel konum” olmak üzere üç unsurdan etkilenecekleri için, yaşanan olayları farklı açılardan görebilmektedirler. Bu da aynı kuşakta yer alan bireylerin tamamen benzer bir yapıda olmadıklarını göstermektedir (Mannheim, 1970: 278-292).

Donfut ve Arber, kullanım açısından kuşak kavramını uygun bulmakla birlikte kavram olarak hem popüler söylemde hem de sosyal bilimlerde bilimsel anlamda kavramın anlamıyla ilgili karmaşanın bulunduğunu dile getirmektedirler. Jenerasyon, kuşak, kavramının en az beş anlama sahip olduğunu belirten Donfut ve Arber, kavram karmaşasının önüne geçebilmek adına bu beş anlamı sırasıyla açıklamaktadırlar. Kavram ilk olarak birbirine yakın zaman dilimlerinde doğan insanları diğerlerinden ayırt etmek için kullanılmaktadır. Bu ilk anlamıyla kavram, demografik bir terim olarak ortaya çıkmakta ve aynı yıl doğan, birlikte yaşanan, aynı kronolojik zamanda belirli bir geçiş ya da toplumsal değişimi birlikte yaşayan insanlara atıf yapmaktadır.

İkinci olarak, kuşak kavramı büyükanne, büyükbaba, ebeveynler ve çocuklar arasındaki bağlantıyla ilişkilendirilerek akrabalık kavramından türetilmektedir.

Üçüncü ve daha popüler olan anlamında anne baba ve çocuklarının yaşları arasındaki, yaşlarını numarasal olarak temsil eden tarihsel sürece vurgu yapmaktadır. Pek çok kültürde yer alan bu hesaplama biçimi, aile içindeki yaş farkları değişkenlik gösterebildiğinden dolayı kesin sonuçlar vermemektedir. Kimi ailelerde kuşaklar arası yaş farkı 20 iken kiminde 40 olabilmektedir. Bu durum üzerinde topluluklar arasında evlenme, çocuk yapma, ailenin sahip olduğu üye sayısı gibi etmenlerin değişmesi rol oynamaktadır.

Dördüncü tanımda, Karl Mannheim'in oluşturduğu ve kuşak kavramını sosyal değişimle bağlantılandıran tanım yer almaktadır. Yukarıda da bahsedildiği gibi Mannheim, kuşak kavramında sadece aynı zaman diliminde doğan bireyleri değil, aynı zamanda doğmuş olmakla birlikte ani bir toplumsal değişim sürecini birlikte yaşayan insanlarla birlikte oluşturulan kolektif kimlik ve toplumsal bilinci kastetmektedir. Bu dönüşüm süreçleri ve yaşanan toplumsal olaylar aynı kuşağı paylaşan bireyler arasında ortak dünya görüşü yaratması açısından onu diğer kuşaklardan farklı kılmaktadır.

Son olarak Kohli tanımında, “refah kuşaklar (welfare generations)” kavramını kullanmaktadır. Burada kuşaklar emeklilik, çalışma, eğitim gibi iş gücüne katılıp katılmamalarına, sosyal güvenlik kurumlarına katkı sağlayıp sağlamamalarına ve aldıkları eğitim ile sosyal güvenlik yardımlarına göre tanımlanmaktadırlar. Ancak yaşanan bu günde insanların aldıkları eğitimin süresi, iş hayatına atılma ve aile kurma yaşları değiştiği için bu tanım artık diğerleri kadar geçerli olmamaktadır (Donfut, Arber, 2001:2).

Donfut ve Arber'in aile kuşağıyla ilgili üçüncü tanımlamasında yer alan kuşak tanımlamasını ve farklı anlamlarda kullanılabilmesini Maurice Debesse'nin kuşak kavramıyla ilgili açıklamaları netleştirmektedir. Debesse, kuşak kavramı tanımlamaları yapılırken aile kuşağı ve toplumsal kuşak kavramlarının birbirine karıştırılmaması gerektiğinin altını çizmektedir. İlk başta “kendisine benzer bir varlık yaratma” anlamıyla aileye vurgu yapan kavram, bu anlamının dışında bir de

toplumsal kuşaklar olduğunu ve bunun için aile bağları olması gerekmediğini, belirli bir zaman diliminde ve belirli bir kültür ortamında yetişen insanların da aynı ailede olduğu gibi benzer özellikler sergileyeceğini dile getirmektedir. Toplumlarda meydana gelen savaşlar, krizler, teknik gelişmeler, devrimler gibi unsurlar o dönemi yaşayan insanlar arasında kolektif bir bilinç oluşmasına neden olmaktadır (Demir, Özkoç, Damgacı, 2017: 81).

Kupperschmidt, kuşak kavramını, kritik gelişme dönemleri içinde aynı benzer doğum yılını, yaşını ve belli bir toplumsal çevreyi ve olayları paylaşan insan gruplarını tanımlamak için kullanmaktadır (Kupperschmidt, 2000: 69). Aynı kuşakta yer alan kişiler aynı çağın şartlarını yaşadıklarından ortak toplumsal ve tarihsel tecrübeleri paylaşmaktadırlar ve bu da onları diğer kuşaklardan ayırmaktadır (Wong ve diğ. 2008: 882).

Kuşak teorilerinin öncülerinden kabul edilen Howe ve Strauss (2010) da kuşak teorilerinde kronolojiden çok yaşanan tarihsel süreçlerin daha önemli olduğunu vurgulayarak kuşakların aidiyet algısı, ortak inanç ve davranışlar ile tarihte aynı yerde bulunma özelliklerini ön plana çıkarmaktadırlar.

Kuşak kavramının biyolojik bir durumdan çok sosyolojik bir olgu olarak değerlendirilmesi kavramın daha çok sosyolojik araştırmalara konu olmasına neden olmaktadır. Bu nedenle de yaşanan bu çağda kuşak kavramı “sosyal kuşaklar” olarak anılmaya başlamaktadır. Kuşak kavramıyla ilgili kimi araştırmacılar, kuşağı toplum içindeki sosyal sınıflardan birisi olarak görmekte iken kimi araştırmacılar da öneminin cinsiyet, ırk, sınıf, eğitim gibi faktörlerin gölgesinde kaldığını ifade etmektedirler (Pilcher, 1994).

Kuşak kuramları genel olarak, kuşakları oluşturan bireylerin sosyal etkileşimleri sonucu ortaya çıkmakta ve dönemin yaşanan önemli olayları onlar üzerinde belirli olgu ve olaylara karşı ortak bir dünya görüşüyle deneyim oluşturmaktadır. Bu kuramlar, farklı zaman ve dönemlerde büyüyen, büyüdüğü dönemin sosyal, kültürel, ekonomik, teknolojik, siyasal pek çok olayından etkilenen

bireylerin, diğerlerinde farklı duygu ve düşüncelere sahip olduğu fikrine dayanmaktadır (Inglehart, 1997; Glass, 2007).

Birinci ve İkinci Dünya Savaşları'na kadar olan dönemlerde yaşanan tarihsel olaylara göre belirlenen kuşaklar, iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişmelerle birlikte yaşanan bu çağda daha çok kuşakların teknolojiyi kullanma biçimlerine göre belirlenmektedir (Kuyucu, 2017: 846).

Kuşak kavramının ve kuşaklar arası farklılıklar ile aynı kuşakta yer alanların taşıdıkları ortak yapıya kimi araştırmacılar farklı yaklaşım farklı tanımlamalar yaparken (Nagy, Kölcsey, 2017; Williams, Page, 2011; McCrindle, Wolfinger, 2010; Jaeger, 1985; Reeves, Oh, 2008; Kupperschmidt, 2000; Crumpacker, Crumpacker, 2007; Joshi, 2011; Fortes, 1994; Tocqueville, 2004; Alwin, 2002; Zemke vd., 2013; Cho, Hu, 2009; Chen, 2010) kimi araştırmacılar da kuşak kavramına ve kuşaklar arası farklara dayanarak yapılan sınıflandırmalara karşı çıkmaktadırlar. Aynı kuşakta yer alan bireylerin farklı toplumsal olaylara maruz kaldıklarını, aynı yaş grubunda olsalar dahi etnik kökeninin, doğduğu yerin farklı olduğu, kariyer ve yaşantı anlamında farklı evrelerde olabileceklerini söylemektedirler (Jorgensen, 2003; Smola, Sutton, 2002; Giele, Elder, 1998; Zemke vd., 2013; Alwin, 2002; Giancola, 2006; Westerman, Yamamura, 2007; Parry, Urwin, 2010; Costanza, Finkelstein, 2015). Bu da bireyler aynı kuşak içerisinde yer alsalar dahi farklı yaş gruplarında farklı farklı kişilik özelliklerinin ortaya çıkabileceğini kanıtlamaktadır (Jang, Kim, Bonn, 2011; Benezra, 1995). Judith Lower (2008), kuşakların sahip olduğu özelliklerin açıklanmasında kalıp ifadeler kullanıldığını, bu nedenle de bireyleri bir kuşağın üyesi olarak betimlerken, tüm grup üyelerinin belirtilen tüm özellikleri taşıdığının düşünülmemesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Kuşak kavramına farklı yaklaşımların yanında kuşakları ve kuşakların ayrıldığı dönemleri farklı ele alan araştırmacılar da bulunmaktadır. Karl Mannheim, kuşakları dönemlere ayırırken yukarıda da bahsedildiği gibi 30 yıllık periyotları kullanmaktadır. Strauss ve Howe (1991), ortalama insan ömrünün 80 yıl olduğundan yola çıkarak kuşakları çocukluk, gençlik, erişkinlik ve yaşlılık dönemlerini baz alarak ortalama 20 yıllık periyotlara ayırmaktadır. McCrindle ve Wolfinger (2010),

kuşakları ebeveynlerin ve çocuklarının doğum tarihleri arasındaki ortalama 20-25 yıllık süre olarak ele almakta ve kuşakları dönemlere ayırırken bu süreleri dikkate almaktadır. Ryder (1965), kuşakları dönemlere ayırırken sadece yaş unsurunu değil yaşanan önemli toplumsal olayları da dikkate almaktadır. Bu nedenle onun için sanayi devrimi kuşaklar arası farklılıkları oluşturmada önemli bir etkiye sahiptir. Ryder gibi kuşakları yalnızca yaş gruplarına göre ayırmayıp öncelikli olarak yaşanan toplumsal, ekonomik ve teknolojik değişmelerin de kuşak periyotlarını oluşturmada önemli olduğunun üzerinde duran araştırmacılar bulunmaktadır (Rahulan, Troynikov, Watson, Janta, Senner, 2015; Williams, 2015; Alwin, McCammon, 2007; Oblinger, 2014).

Kuşak kavramına ve kuşak sınıflandırmalarına farklı yaklaşan araştırmacılar yer almakla birlikte literatür tarandığında William Strauss ve Neil Howe'nın 1991 yılında yayınladıkları kitaplarında yer alan tanım ve sınıflandırmanın genel kabul gördüğü ortaya çıkmaktadır. Strauss ve Howe'un (1991), kuşakları doğum tarihlerine göre ayırdıkları ve her kuşağa belli başlı karakteristik özellikler yüklediklerinden yukarıda bahsedilmektedir. İki tarihçi, bu kuşakları Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması, X, Y, Z Kuşakları şeklinde sınıflandırmaktadır. Bazı araştırmacılar "Sessiz Kuşak" olarak adlandırılan sınıfı farklı adlandırmalarla açıklamakla birlikte genel olarak bakıldığında Strauss ve Howe'un kuşak sınıflandırmaları kabul görmektedir (Williams, Page, 2011; Suderman, 2016; Feiertag, Berge, 2008; Swaidan, 2012; Fox, 2011).

Jeff Suderman (2016), "Defining Workplace Generations: Infographic" adlı çalışmasında kuşak sınıflandırmasını Strauss ve Howe'ın sınıflandırmasına paralel olarak oluşturmuş olmasının yanında onların kuşak sınıflandırmasına ek olarak 2010 yılı ve sonrası doğanları ifade etmek için "Alpha (Alfa)" kuşağı sınıflandırmasını kullanmaktadır. Suderman, kuşakları, Öncül (1930-46), Baby Boomers (1946-64), X (1965-84), Y (1976-2004), Millenials (1982-2004), Z (1995-2010), Alpha (2010-2030) şeklinde sınıflandırmaktadır. Kuşak sınıflandırmasıyla ilgili yapılan çalışmalar tarandığında Z ve Alfa kuşaklarıyla ilgili çalışmaların, diğer kuşaklarla ilgili yapılan çalışmalara kıyasla sınırlı sayıda olmakla birlikte son dönemde diğer kuşaklara

oranla yoğunluk kazandıkları görülmektedir. Yine bu iki kuşakla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde yabancı kaynakların ağırlık kazandığı görülmektedir (Bump, 2014; McCrindle, 2016; Strebenz, 2015). Kuşak sınıflandırmalarında görülen farklılıkların ve ortak noktaların yanında, aynı kuşak ayrımlarını kullanan araştırmacıların, kuşak sınıflandırmalarında kullandıkları tarihlerde kimi farklılıklar bulunmakla birlikte en azından genel adlandırma yukarıda ifade edildiği biçimde kullanılmaktadır.

Dünya geneline bakıldığında kuşak araştırmalarıyla ilgili sınıflandırmalarda ve sınıflar arası yılların belirlenmesinde farklılık bulunmasının bir nedeni de Dünya üzerinde yaşanan kimi gelişmelerin her ülkede, her bölgede, her toplumda yaşayan insanlar üzerinde etkili olmasının yanında farklı bir takım gelişmelerinde yaşanmış ve yaşanmakta olmasıdır (Moss, 2016).

Strauss ve Howe'ın kuşak sınıflandırmasını esas alan araştırmacıların kuşak sınıflandırmasında esas aldıkları dönüm noktalarına bakıldığında, Sessiz Kuşak ya da kimi kaynaklarda Geleneksel Kuşak olarak adlandırılan kuşağı, 1925-45 arası doğumluları kapsamakta ve II. Dünya Savaşı'yla büyük ekonomik krizin yaşandığı dönemi içerdiği görülmektedir. Baby Boomers Kuşağı II. Dünya Savaşı'nın bitip savaşta yer alan erkeklerin evlerine döndüğü ve doğumların arttığı yılları kapsamaktadır. 1961-81 yılları arasında doğan nesli X kuşağı olarak adlandırmaktadırlar ve bu nesli duyarlı bir nesil olarak tanımlamaktadırlar. 1982-94 yılları arasında doğup “şehirli” olarak adlandırdıkları nesle Y kuşağı ismini vermektedirler. 1995-2010 yılları arasında doğan nesli ise Z kuşağı şeklinde adlandırmaktadırlar. Strauss ve Howe'ın kuşak sınıflandırması Z kuşağı ile sona ermektedir (Strauss, Howe, 1991). Z kuşağından sonraki nesil ise farklı araştırmacılar tarafından farklı isimlerle adlandırılmakla birlikte literatür tarandığında genel kabul gören adlandırmanın “Alfa Kuşağı” olduğu görülmektedir (Marketing Türkiye, 2016; Dünya, 2015; McCrindle, 2016).

3.2.2. Kuşak Sınıflandırmaları

3.2.2.1. Sessiz (Geleneksel) Kuşak (The Silent Generation)

Bu kuşağa aynı zamanda, iki dünya savaşı arasında doğan insanları kapsadığından, kimi kaynaklarda “Savaş Kuşağı” ismi de verilmektedir.

1925-45 yılları arasında dünyaya gelen bu kuşağın üyeleri, günümüzde dünya nüfusunun yüzde 4’ünü, Türkiye nüfusunun ise yüzde 3’ünü oluşturmaktadır. Cumhuriyetin kurulduğu ilk yıllara denk gelen bu kuşak aynı zamanda Cumhuriyet’in ilk, 20. yüzyılın ise en genç kuşağıdır.

Yaşadıkları süreç iki önemli dünya savaşına ve ekonomik bunalımlara denk geldiği için zor zamanlarda yaşamış ve çok çalışmaları gerektiğinden çocukluklarını yaşamaya fırsat bulamamışlardır. Bu nedenle kendilerine “sessiz” denilmektedir. Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş sürecini yaşayan bu kuşak kimi kaynaklarda “Gelenekçiler” olarak da adlandırılmaktadır (Kuran, 2018: 41).

Türkiye’de Milli Mücadele ve Cumhuriyet’in ilan edildiği ilk yıllarda doğan bu kuşak üyeleri Türkiye’de “Cumhuriyet Kuşağı” olarak da isimlendirilmektedir. Yeni bir siyasal ve toplumsal düzenin kurulduğu zorlu bir döneme denk gelen bu kuşak, bu dönemde gösterdikleri çabalardan dolayı “Ümit Kuşağı” olarak da görülmektedir.

Bu kuşağın yaşadığı dönemin önemli sıkıntılarından biri de yaşanan iki dünya savaşının da etkileriyle ortaya çıkan ekonomik krizlerdir. ABD’de ortaya çıkan ve kısa süre içerisinde dünyanın pek çok yerini etkisi altına alan ekonomik krizlerden dolayı bu kuşak kimi kaynaklarda da “Buhran Kuşağı” olarak adlandırılmaktadır. Yaşanan işsizlik ve çeşitli eğitim ve sağlık problemleriyle birlikte yaşamını mücadele alanı olarak geçirmek zorunda kalan bu kuşağa mensup üyelerin yaşamları gelecek kaygısıyla şekillenmektedir (Duygulu, 2018: 637).

Türkiye’de özellikle de 1929 ile 1939 yılların arasında dünyaya gelen kişiler, ilk dünya savaşı bitmiş olsa dahi yaşanan ekonomik problemlerden dolayı gelecek kaygılarını yoğun yaşayan bir gruptur. Savaşın ardından yaşanan Soğuk Savaş

dönemi, dünyanın Batı Medeniyeti, Doğu Bloku, Üçüncü Dünya, İslam Dünyası gibi sınıflandırmalarla geçtiği bir dönemdir. İki savaş arası bu dönem dünyada da yaşanan ekonomik ve siyasal problemlere paralel olarak Türkiye’de her ne kadar eğitim ve sağlık açısından dönemin şartları elverdiği ölçüde gelişmeler yaşansa da bugün ile karşılaştırıldığında insanların yaşam standartları düşüktür (Ayhün, 2013: 98).

Yaşadıkları dönemin önemli iki toplumsal olayını I. Dünya Savaşı ve dünyada yaşanan büyük ekonomik buhran oluşturduğundan bu kuşağın üyeleri yokluk ve ciddi ekonomik problemlerle uğraşmak zorunda kalmaktadırlar (Strauss, Howe, 1991: 279; Reeves, Oh, 2008: 297; Zemke ve diğ, 2000: 3). Böyle bir ortamda yaşamlarını sürdüren Sessiz Kuşak, risk almaktan kaçınmakta ve hayatının pek çok alanında tedbirli olmayı sevmektedir (Lehto, Francis, O’Leary, 2008).

Sessiz Kuşağa mensup bireylerin yaşadığı döneme bakıldığında bu döneme geniş ailelerin birbiriyle sıkı ilişkilerinin olduğu ve komşuluk ilişkilerinin yoğun bir şekilde yaşandığı görülmektedir. Yaşamak için çalışmanın genel felsefelerini oluşturduğu bu kuşağın bireyleri otoriteye saygılı, toplumsal değerlere önem veren, çalışmayı ve sadakati önemli değerler olarak gören insanlardan oluşmaktadır (Gilbaugh, 2010: 4).

Diğer kuşaklara oranla sayıları az olan bu neslin üyeleri, yaşanan bu çağın anneannelerini, babaannelerini ve dedelerini içermektedir. Türkiye’de Cumhuriyet’in ilk yılları gören bu kuşağın genel karakteristik özellikleri, çalışkan ve uyumlu olmalarıyla güven duygusuna önem vermeleridir (Adıgüzel, Batur, Ekşili, 2014: 171).

Risk almaktan hoşlanmayan bu grup üyeleri işlerinde ve yaşamlarında denenmiş ve doğrulanmış, bilinen yöntemleri tercih etmektedirler. Tutarlılığa önem veren bu nesil, korumacı, uyumlu, kurallara bağlı ve otoriteye genel olarak karşı gelinmesinden hoşlanmazlar. Değişimden yana olmadıklarından yaşanan teknolojik gelişmelere adapte olmada zorluk yaşamaktadırlar (Dunn-Cane, Gonzalez, Stewart, 1999). Bu kuşağın üyelerinin büyük çoğunluğu alışverişlerini geleneksel yöntemleri kullanarak yapmaktadır. İnternet üzerinden alışverişi daha çok yüksek gelire sahip

olan üyeler tercih etmektedir. Genel olarak bilgi teknolojilerine ihtiyaç duymayan kuşağın daha genç üyeleri internet kullanıcısıdır (Williams, Page, 2011: 40).

Günümüzde tamamına yakını emekli olmuş olan bu kuşak üyeleri genellikle üst düzey ve danışmanlık gibi pozisyonlarda çalışmış ve işbirlikçi, takım çalışmalarını seven, mükemmeliyetçi yanları ağır basan, istikrarlı kişilerdir (Özel, 2017: 5). İstikrarlı kişiler olmaları ve risk almayı sevmemeleri iş yaşamlarına da yansımakta ve pek çoğu tüm çalışma hayatı boyunca tek bir yerde istihdam etmektedirler (Espinoza, Ukleja, Rusch, 2010: 15). Ücreti tatmin ettiği ve adaletli davranıldığı sürece zor olarak kabul edilen işlerde çalışmaktan hoşlanmaktadırlar. Birçok üyesi yaş nedeniyle emekli olduğundan iş gücünde en düşük düzeye sahip olsalar da kendilerini yönetme yetisine sahip olan bu grup ideal çalışanlar olarak kabul edilmektedirler (Crampton, Hodge, 2009: 2).

Yaşadıkları dönemin zorlukları göz önüne alındığında finansal güvenliğini sağlamaya önem veren Sessiz Kuşak, tutumlu ve birikime önem verdiklerinden gayrimenkul açısından önemli miktarda birikime sahiptir.

Yaşadıkları dönemin şartları sonucu diğer kuşaklarla karşılaştırıldıklarında daha korumacı, tedbirli, sert ve kurallara uygun bir şekilde yaşayan bir gruptur. Savaşın neden olduğu zor şartları bire bir yaşayan Sessiz Kuşak üyeleri savaş karşıtı bir yapıdadır (Williams, Page, 2011: 40).

Sahip oldukları otoriteye saygı, onur, sabır, sıkı çalışma azmi gibi özellikleriyle yaşanan bu çağın temellerini atmış, önemli kültürel değerlerin oluşmasını sağlamış bir nesil olarak adlandırılmaktadırlar (Hobart, Sendek, 2014; Parry, 2014).

Yaşamlarında çatışmalardan uzak, mevcut sistemlerle uyumlu bir şekilde yaşamayı tercih eden nesil, anlaşma sağlanamayan durumlarda çatışmak yerine sessiz kalmayı tercih etmektedirler. Uyumlu olmalarından kaynaklı bir şekilde ekip çalışmasından hoşlanmakta ve bireysel çalışmalardan kaçınmaktadırlar (Kapoor, Solomon, 2011: 309). Büyük firmalarda ve çoğunlukla da kamu kurum ve kuruluşlarında çalışmayı tercih eden Sessiz Kuşak için iş ve aile kendi içinde büyük

öneme sahip ve sınırları birbirine karışmayacak bir şekilde belirlenmiş iki ayrı kurumdur (Zemke, Raines, Filipczak, 2000; Hobart, Sendek, 2004).

Yaşamlarının temel amacı çalışmak ve ev sahibi olmak olan bu kuşak iletişimlerini mektup, resmi yazılı ve yüz yüze iletişimle gerçekleştirmektedirler (Güzel, 2019: 241). Kurdukları ilişkilerde yüz yüze iletişim önemli bir yere sahiptir (Kapoor, Solomon, 2011: 309). Yüz yüze iletişime önem vermenin yanında özellikle de kendi kuşaklarıyla iletişim kurarken resmi hitap ve unvanları tercih etmektedirler.

Önemli bir kısmı çok çocuklu ailelerde büyümüş olan bu kuşak üyeleri için aile önemli bir kavramdır. Serbest zaman etkinlikleri olarak aileleriyle vakit geçirmek, sağlıklı kalabilmek için spor yapmak, tarihi ve kültürel yerleri gezmek ve tur seyahatlerine katılmak sayılmaktadır. Bu kuşağa mensup ebeveynlere bakıldığında genellikle erkek çalışmakta kadın ise ev hanımlığı yapmaktadır. 1977 yılında Amerika’da yapılan bir araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, kadınların ev hanımlığı yapıp erkeklerin çalışması gerektiğini savunan kişilerin oranı yüzde 66’dır (Alwin, 2002).

İki önemli savaşın yaşandığı bir dönemde dünyaya gelerek büyüyen bu kuşak için hayatta kalmak önemlidir ve çocukluk dönemlerini bunun önemini kavrayarak geçirmişlerdir (Ayhün, 2013: 98).

3.2.2.2. Büyük Bebek Patlaması Kuşağı (The Baby Boomers Generation - BBG)

İlk defa 1970 yılında Washington Post Gazetesi’nde yayımlanan makalede “Baby Boomers” olarak adlandırılan, 1945-1960 yılları arasında doğanları kapsayan bu kuşağa mensup bireyler, yaşanan iki büyük dünya savaşının ardından, savaşın izlerini silmek adına uygulanan refah politikalarının devreye girdiği bir dönemi temsil etmektedirler. Refah politikalarından dolayı “altın çağ” olarak da yorumlanan bu dönemde refah politikalarına paralel olarak doğum oranlarında artış gözlemlendiğinden “Patlama Kuşağı” olarak alınmaktadırlar. II. Dünya Savaşı’ndan sonraki yıllarda ortalama olarak bir milyar bebek doğduğu kayıtlarda yer almaktadır. Çalışkan ve toplumsal açıdan sorumluluk sahibi olarak adlandırılan bu kuşağın

üyeleri dönemin önemli teknolojik ve ekonomik gelişmelerine tanıklık etmişlerdir (Güzel, 2019: 242). Dönemin önemli teknoloji tabanlı iletişim araçlarını televizyon, radyo ve telefon oluşturmaktadır.

Bu dönem içinde doğan kişiler sayısal bakımdan fazla olduğundan toplumun ve toplumsal kurumların tekrar düzenlenmesinde önemli etkileri bulunmaktadır (Levickaite, 2010: 171). Kendilerinden önceki kuşaklara göre bireysel özelliklere ve özgürlüklere daha fazla değer veren bir nesil olan Bebek Patlaması Kuşağı, yaşanan savaşların ardından yaşamın değerini bilen bir kuşak olarak bireysel hak ve özgürlüklere önem vermektedirler. Gençlik dönemlerinde nüfusun yüzde 40'lık gibi ciddi bir bölümünü oluşturdıklarından, işçi hareketleri, devrimleri, yurttaşlık ve özgürlük hareketleri, aile ve evlilik kurumuna bakış açısının değişmesi gibi pek çok alanda değişimin öncüsü olmaktadır. Bunlara bağlı olarak bu dönemde kürtaj ve doğum kontrol hapları yasallaşmakta, geleneksel aile modelinden modern aile yapısına geçilmekte, boşanmaların artmasına paralel olarak tek ebeveynli ailelerin oranlarında artış meydana gelmektedir (Oblinger, 2004; Dawis, Pawlowski, Houston, 2006).

Sessiz Kuşak'ın çocukları olan bu kuşak, savaş sonrasına denk gelmektedir ve bu nedenle istedikleri pek çok şeyi yapma şansına sahip ve kendilerinden önceki kuşaklarla karşılaştırıldığında eğitim, sosyal ve ekonomik açılardan daha iyi durumdadırlar.

Özellikle de gençlik dönemlerinde ailelerinden daha çok, çalışma yaşamlarına daha fazla zaman ayıran bu kuşağın üyeleri takım çalışmasını sevmekte ve uzun saatler çalışabilmektedirler. Yaşam felsefeleri çalışmak için yaşamak olan bu kuşak, ilerleyen yaşlarla birlikte aile yaşamlarına daha fazla yönelmektedirler. Özgürlükçü ve yeni şeyleri keşfetmeyi sevmelerinin yanında aynı zamanda kanaatkar, sadık ve uyumludurlar (Özel, 2017: 5-6).

Bu kuşakta yer alan bireylerin sıkı çalışmalarının bir nedeni de çalışmayı para kazanmanın önemli bir yolu olarak görmeleridir. Sıkı çalıştıklarından ve işlerine

bağlı olduklarından üyelerin bir bölümü yüksek gelir grubu içinde yer alan işlerde yer almaktadırlar (Glass, 2007; Elsdon ve Lyer, 1999).

Çalışma yaşamlarında taktir edilmek amacıyla olmayıp kendi kendilerini çalışmaya motive edebilen bu kuşağın üyeleri takım olarak çalışmaya ve takım toplantılarına değer vermektedirler. Zor bir işte çalışmanın önemine inanmakta ve öncelikli tercihleri maaşları olmaktadır.

Savaş sonrası dönemin yokluklarını yaşamanın yanında refahlaşma hareketleriyle birlikte lüks harcamalarının artmaya başladığı bir döneme denk gelen bu nesil, henüz tüketim olgusu tam anlamıyla oluşmuş olmasa dahi zevk ve eğlence için harcama yapmayı sevmektedirler. Bunun yanında kuralcı bir yapıya da sahiptirler (Adıgüzel, Batur, Ekşişi, 2014: 172).

Çalışkan ve sorumluluk sahibi olma özelliklerinin yanında adalete ve saygıya verdikleri önemle de diğer kuşaklardan daha önde gelmektedirler. Sadakati ve gelenekleri önemseyen, güven duygusuna önem veren bu kuşak üyeleri diğer kuşaklarla da kıyaslandığında daha az kuşkucudurlar (Demirtaş, 2017: 157).

“Baby Boomers” adlandırılması Amerikalılar tarafından yapılmış olmasına karşın, Türkiye’ye ve pek çok ülkeye bakıldığından durumun, özellikle de yoğun nüfus artışı bakımından o dönemin Amerika’sına benzer özellikler sergilediği görülmektedir.

Kaynaklar tarandığında bu kuşağın “Aşk Kuşağı (Love Generation)”, “Sandviç Kuşağı (Sandwich Generation)”, “Ben Kuşağı (Me generation)” gibi isimlerle de adlandırıldığı görülmektedir (Williams ve Page, 2011: 40).

“Sandviç Kuşak” olarak adlandırılmaları onların çocukluk ve gençlik dönemleri hakkında da bilgi vermektedir. Bu şekilde adlandırılmalarının temel nedeni aynı ev içerisinde önce çocuklarına daha sonra da yaşlanan ebeveynlerine bakmaları olarak açılanmaktadır.

Türkiye’de bu kuşağın gençlik dönemine bakıldığında 1000 kişiye 18 telefon ve 4 otomobil düştüğü görülmektedir. Elektrik yalnızca büyük kentlerde

bulunmaktaydı. Tüm bunlara rağmen, bu kuşağın üyeleri az kaynakla büyük hayaller kurabilen kişiler olarak tanımlanmaktadır.

Radyonun altın çağını yaşadığı bu dönemde dünyada gençlerin, daha iyi bir dünya düzeni için sisteme başkaldırısı yaşanmaktadır. “68 Kuşağı”nın ebeveynlerinden oluşan bu neslin insanların temel özelliklerinden biri “başkaldırı” olmaktadır. Bu dönemin Türkiye’sine bakıldığında çok partili sistemin belli bir düzene girdiği, ilk ihtilalin yaşandığı görülmektedir. Türkiye’nin bu kuşak mensuplarına bakıldığında sosyal medyayı, çok yoğun bir biçimde yer almasalar dahi kullandıkları görülmektedir.

Çocuklarını bakıcıya bırakmaktan çok kendi ebeveynlerine bırakmayı tercih eden bu kuşak hem çocuklarına hem de ebeveynlerine baktıkları için kuşaklar arası iletişimde daha başarılı olarak kabul edilmektedirler (Kuran, 2018: 59-69). Kuşaklar arası iletişimde başarılı olmalarının yanında pek çok alanda sorumluluk paylaşmaktan hoşlanma ve iletişimlerini etkin olarak gerçekleştirmede başarılı olmaları bu kuşağın temel özellikleri arasında yer almaktadır (Families and Work Institute, 2002).

Serbest zaman etkinliği olarak bakıldığında bu kuşağın üyelerinin daha çok, diğer kuşaklara oranla maddi açıdan daha iyi bir durumda olmalarının da etkisiyle, politika, kitap okuma, kişisel sağlık bakımı, evcil hayvan bakıcılığı, seyahat etme ile ilgilenmektedirler. Kendilerinden önceki kuşaklarla kıyaslandığında daha fazla seyahat ederek daha fazla yer görmektedirler (Ağlargöz, 2017: 177).

Bu kuşağın üyelerinin büyük bir bölümü aileyle ilgili görev ve sorumluluklarını tamamlamış bireyler olduklarından boş zaman etkinliklerine katılmaktan hoşlanmakta, serbest zamanlarını kendilerini daha sağlıklı, daha donanımlı hale getirecek yemek kursları, sağlık eğitimleri, sportif faaliyetler gibi etkinliklerle geçirmektedirler. Keşfetmeyi sevmelerinin bir getirisi olarak seyahatlerini kültür turları, bölgesel festivaller, tarihi yerleri görme şeklinde geçirmekten zevk almaktadırlar (Kim, Fidgeon, Kim, 2015; Li, Li, Hudson, 2013; Souvenirs, Gifts, Novelties, 2006).

TUIK (Türkiye İstatistik Kurumu)'nun 1990 ve 2010 “Hane Halkı İş Gücü” anketlerine bakıldığında Bebek Patlaması Kuşağı üyelerinin 1990’da toplam iş gücünün yaklaşık yarısını oluştururken 2010 yılına gelindiğinde bu oranın yarı yarıya düştüğü görülmektedir (www.tuik.gov.tr).

Bu duruma neden olan önemli bir etken Türkiye’de emeklilik yaş şartının Avrupa ülkelerine oranla daha düşük olmasıdır. Çalışmaya devam eden grubun üyelerine bakıldığında pek çoğunun emekli olup tekrar çalışmaya başladığı görülmektedir. Bunların bir bölümü geçim sıkıntısından dolayı çalışırken, bir bölümü de çalışma hayatından kopmamak için danışmanlık ya da üst düzey yöneticilik gibi görevlerde yer almaktadırlar.

Doğal ve organik ürünler tüketmeye gayret eden, sağlıklı olmaya önem verip boş zaman aktiviteleri bu doğrultuda düzenleyen kuşağın üyeleri X kuşağı ile karşılaştırıldıklarında daha sağlıklı oldukları görülmektedir (Hugo, Wittert, 2014).

Aile ilişkileri açısından bakıldığında bu kuşağın üyeleri anne baba ve çocuk arasındaki iletişimin ikinci planda yer aldığı otoriter ve geleneksel bir aile yapısında büyümektedirler (Duygulu, 2018: 638). Buna karşın kendileri ebeveyn olduklarında, yukarıda da bahsedildiği gibi yaşanan toplumsal dönüşümlerle birlikte aile yapısı değişmeye başlamakta, geleneksel yapıdan daha modern yapıya doğru geçilmekte, kendilerinden önceki kuşaklarla karşılaştırıldığında daha hoşgörülü olan kuşağın bu özellikleri çocuk yetiştirme biçimlerine de yansımaktadır. Kendi ailelerinden farklı olarak çocuklarını daha rahat ve esnek bir ortamda büyütmektedirler (Alwin, 2002). Aile içinde anne ve babanın her ikisinin birden çalışmaya başlaması, çalışmayı seven bir kuşak olan Bebek Patlaması Kuşağı üyelerinin çocuklarıyla daha az zaman geçirmelerine neden olmaktadır.

Üyelerinin büyük bir çoğunluğu eğitilmiş olan bu kuşağın üyelerinde aile yapısı, cinsiyet rolleri, etnik köken, din ve politik alandaki görüşler bakımından çeşitlilik bulunmaktadır (Frey, 2010).

Gençlik dönemlerinde radyonun altın çağının yaşanması, televizyon gibi kitleleri etkisi altına alan öncelilerden farklı bir kitle iletişim aracının icadı ve

evlerde yaygınlaşmasıyla teknolojik gelişmelere yabancı kalmamaktadırlar. Dönemin özelliklerine bağlı olarak müzik dinlemek ve televizyon izlemek önemli serbest zaman etkinlikleri arasında yer almaktadır. Kimi kaynaklarda teknolojik cihazlarla aralarının iyi olmadığı yazmasına rağmen pek çok araştırma göstermektedir ki teknolojik gelişmelere adapte olmakta zorlanmalarına karşın, Sessiz Kuşakla karşılaştırıldıklarında teknolojik araçları kullanmaya heveslidirler. Bu kuşağın internet kullanım oranlarına bakıldığında yüzde 70’lerde olduğu dikkati çekmektedir (Dunn-Cane, Gonzalez, Stewart, 1999; Frey, 2010).

Teknolojiyi gerektiğinde kullanan, geleneklerine ve kültürlerine bağlı olan bu kuşağın üyeleri 68 kuşağı olarak anılan X kuşağı üyelerini yetiştiren kuşaktır ve 68’liler televizyon ile yetişen ve televizyonun kitle iletişim aracı olarak ne kadar önemli olduğu anlayan ilk kuşak olarak kayda geçmektedir (Güzel, 2019: 242).

İnternet ile tanışmaları, yetişkinlik döneminden sonraya denk geldiği için interneti ve yeni teknolojileri kullanma konusunda çok hevesli değildirler. Ancak buna rağmen bu kuşağın üyelerinin yüzde 84’ü Facebook hesabına sahiptir ve sosyal medya platformları içerisinde en çok kullandıkları platform Facebook’tur. Bu kuşak üyelerinin yaklaşık yüzde 16’sı haftalık 11 saatlerini Facebook’ta geçirmekte ve çoğunlukla aile üyeleri ve torunlarının paylaşımlarını beğenmektedirler. Facebook’tan sonra en fazla tercih ettikleri sosyal medya ağı Youtube olan Bebek Patlaması kuşağında yer alan bireyler Instagram’la fazla ilgilenmemektedirler (Ağlargoç, 2017: 191).

3.2.2.3. X Kuşağı

Bilimsel olarak X Kuşağı’ndan ilk defa İngiltere’de 1964 yılında yayımlanan bir makalede bahsedilmektedir (Sujansk, Reed, 2009: 62).

X Kuşağı açıklanmadan önce, onların dünyaya geldiği 1960 ve 1980 yılları arası dünyada ve Türkiye’de neler olduğuna bakılması bu kuşağı daha iyi anlamayı sağlamaktadır.

Bu kuşak, her ne kadar savaşların bitimiyle beraber ortaya çıkan rahat bir dönemde doğsa da soğuk savaşların ve kutuplaşmaların sürdüğü siyasal çalkantıların olduğu bir dönemde yaşamak zorunda kalmaktadırlar.

Önceki dönemde savaş sonrası, kapitalist düzeni yerleştirebilmek ve canlandırabilmek amacıyla oluşturulan refah ortamı, 1970’lerde, özellikle de petrol kriziyle birlikte yerini liberal ekonomik politikalara bırakmaya başlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, X Kuşağı, Bebek Patlaması Kuşağı’nın yaşadığı refah ortamının faturası ödemek durumunda kalan “Kayıp Kuşak” olarak da anılmaktadır. Dünyanın çalkantılarıyla, belirsizlikleriyle uğraşmak durumunda kalan bu kuşak, araştırmacılar tarafından rekabetçi olarak kabul edilmektedir (Güzel, 2019: 242).

Bu yıllar, dünyada siyasal çatışmaların yaşandığı bir dönemi oluşturmaktadır. Modernizmden post-modernizme geçişi temsil eden bu dönemde, 1979 ile 1983 yılları arasında dünya genelinde on beş askeri darbe yaşanmıştır. Bu darbeler ile, toplumsal sorunlara, çatışmalara neden olarak insanların siyasal olaylara katılmaları görülerek, toplumsal hareketlerden soyutlanmış toplumlar yaratılması amaçlanmaktadır. Aynı dönemde Türkiye’ye bakıldığında darbenin yaşandığı 12 Eylül 1980 öncesinde siyasal, ekonomik ve toplumsal açıdan karmaşaların döneme hakim olduğu görülmektedir. Bu çatışmaları önleyeceği, siyasal problemleri çözeceği varsayılan darbe sonrası yaşanan tutuklanmalar, işkenceler, ev baskınları ile darbenin gerçek yüzü dönemin insanları tarafından kısa bir süre içerisinde anlaşılmaktadır. Bu dönemde, insanları ortak bir noktada buluşturup çatışmaları engellemek amacıyla yönetime el konularak tüm siyasi partiler, kuruluşlar ve dernekler kapatılmaktadır. İnsanları siyasetten uzaklaştırmanın amaçlandığı bu dönemde din olgusu ön plana çıkarılarak insanların dinleriyle uğraşmaları, tehlikeli işlerden uzaklaşarak kendi benliklerine dönmeleri istenmektedir. 12 Eylül darbesi ile yaratılması hedeflenen siyasetten uzaklaştırılan ve din gibi daha alt kimliklere ayırtıran toplum post-modern düşünceye uygun bir sonuca doğru yönlendirilmektedir.

Bütün bu uğraşlar sonucu daha bireyci, kendisiyle ve kendi problemleriyle ilgilenen bir kuşağın yaratılması amaçlanmaktadır. Bu noktadan bakıldığında

bireyciliğin yükselişi X Kuşağıyla birlikte kendisini daha net göstermeye başlamaktadır.

Türkiye’de ülke nüfusunun yaklaşık yüzde 20’sini oluşturan bu kuşak üyelerinin çocukluk ve gençlik dönemleri karmaşanın hakim olduğu sıkıntılı bir sürece denk gelmektedir.

X Kuşağı pek çok şekilde bu isimle adlandırılmanın yanında, dünya genelinde bakıldığında, farklı bölgelerde farklı isimlerle de anıldığı görülmektedir. Türkiye’de yaşadıkları dönemde Turgut Özal’ın siyasette aktif rol oynamasından dolayı “Özal Kuşağı” olarak da adlandırılan bu kuşak, Amerika’da oranın 13. Nesli olmasından dolayı “13. Kuşak (The Thirteeners)” olarak da adlandırılmaktadır. Bunların dışında “MTV Kuşağı”, Me (Ben) Kuşağı”, “Patlama Sonrası Kuşağı (Postboomers)”, “Gölge Kuşak (The Shadow Generation)” gibi isimlerle de adlandırılmaktadırlar (Howe, Strauss, 2000; Oblinger, Oblinger, 2005; Zemke,Raines, Filipczak, 2000).

“Ara Kuşak” şeklinde de adlandırılan bu kuşağın böyle adlandırılmasının nedeni, yaşadıkları yılların dünyada önemli değişim ve dönüşümlerin yaşandığı, değişen toplumsal, ekonomik ve siyasal yapıların sancılı süreçlerinin X Kuşağı üyeleri tarafından yaşanmasıdır. Bu nedenle bu kuşak üyeleri genel olarak daha kanaatkar, toplumsal sorunları önemseyen, sadık ve bir o kadar da idealist bir kuşaktır (Demir, Özkoç, Damgacı, 2017: 85).

Kapitalizmin yerini sağlamlaştırdığı ve tırmanışa geçtiği bu dönem, her şeyi daha renkli ve daha fazlasının var olduğu, rekabetçi bir dünyanın içinde pop müziğin etkisiyle duvarların pop müzik şarkıcılarının posteriyile süslendiği bir dönem içinde gençliğini yaşayan X kuşağı, cep telefonu, internetle ve e-posta gönderme deneyimini yaşayan ilk genç kuşaktır (Kuran, 2018:79-83).

Cep telefonu ve internet gibi iletişim teknolojilerini doğuştan itibaren değil de gençlik yıllarından itibaren deneyimlemeye başlayan bu kuşak kimi kaynaklarda, bu özelliklerinden dolayı “Göçebeler” olarak da adlandırılmaktadır.

X Kuşağı, CD'ler, uzaktan kumandalar ile ilk kez tanışan ve bilgisayarı kullanan ilk kuşaktır. Gençlik dönemleri önemli teknolojik gelişmelere tanıklık eden bu kuşak üyeleri bu nedenle yeniliklere ve değişime açık bir kuşak olarak kabul edilmektedirler. Ancak yinede pek çoğu teknoloji içine doğmadıklarından, gerekli olduğunda bu cihazları kullanmaktadırlar (Peltomaki, 2015: 28).

X kuşağının gençlik dönemlerine bakıldığında, önceki dönemlerde Türkiye'de 9 olan üniversite sayısının 53'e; 3 bin olan üniversite mezunu sayısının 33 bine çıktığı görülmektedir. Kapitalizmin etkisiyle artan iş kolları, teknolojik gelişmelerle birlikte daha nitelikli çalışana duyulan ihtiyaçla birlikte bu dönemde eğitim süreleri ve iş saatleri giderek uzamaya başlamaktadır. Bunun sonucu olarak daha fazla çalışması gereken bu kuşak üyelerinin bitmek bilmeyen işlerinden dolayı çalışmaya daha fazla zaman ayırması ve eve daha fazla iş götürmesi gerekmektedir. Kadınların da çalışma hayatında daha fazla yer edinmesiyle birlikte ailelerdeki çocuk sayıları da giderek azalmaya başlamaktadır. Başarılı olmakla mutlu olmanın benzer şeyler olduğunu kabul eden x Kuşağı üyeleri bugün bakıldığında hala önemli bir kısmı iş yaşamında yönetici koltuklarında oturmaktadırlar.

Kendileri de çalışan ebeveynleri olduklarından bağımsız ve özgüvene sahip bireyler olarak kendi problemlerini kendileri çözmeye gayret etmektedirler. Mutluluğu çalışmakta gören bu kuşak üyeleri yaratıcı, hoşgörülü bir dünya düzeni özlemi içerisinde dirler (Peltomaki, 2015: 28).

X Kuşağı üyeleri aile ilişkilerine ve sosyalleşmeye önem veren bir kuşak olarak değerlendirilmektedir. Yeni kültürleri ve farklı insanları tanıyıp onlarla sosyalleşmeyi sevdiklerinden dolayı serbest zaman etkinliği olarak seyahat etmeyi tercih etmektedirler. Aileyle birlikte vakit geçirmek, seyahat etmek, alışveriş yapmak önemli serbest zaman etkinlikleri arasında yer almaktadır (Li, Li, Hudson, 2013: 161).

X Kuşağı'nın çocukluk yıllarına bakıldığında, dönemin sıkıntılı süreçlerinden dolayı oyuncak almak lüks kabul edildiğinden ve oyun oynayacak zamanları bulunmadığından daha çok doğal materyallerle oynadıkları, yapay oyuncaklar yerine

taş, çamur, toprak, çubuk gibi doğal ortamda kolayca erişebilecekleri materyallerle oyun oynadıkları görülmektedir. Çocukluk dönemleri mücadeleyle geçen bu kuşak, bahçelerde, tarlalarda, sokaklarda, yaşlılarıyla birlikte kendi yaptıkları oyuncaklarla oynamaktadırlar (Kaya, 2019: 320).

X kuşağı üyeleri yaşadıkları dönem itibariyle, çalışma yaşamına başladıkları ilk yıllarda iş fırsatları kısıtlı, işsizlik önemli bir problemdir. İş yaşamlarında karşılaştıkları zorluklara rağmen sosyal yaşamları renkli kişilerdir. Yaptıkları işlerde sonuçları bir an önce elde etmek isteyen bu kuşak, yaşamak için çalışmakta, çalışırken eğlenceli ortamları tercih etmekte, esnek çalışma saatlerine uyum sağlayabilmektedirler. Özgürlüğüne bağlı ve bağımsız bireyleri içeren X kuşağı, cinsiyetçi roller açısından da önceki kuşaklarla karşılaştırıldığında daha eşitlikçi, her iki ebeveynin de çalışıp gelir elde ettiği bireylerdir.

Bu dönem, iş ve ev arasındaki sınırın giderek belirsizleşmeye başladığı dönemdir. Yaşamak için çalışan bu grubun çalışmasının amacı, para kazanarak iş dışında geçirilecek mutlu zamanlar için maddi imkan sağlamaktır (Beutell, Witting-Berman, 2008: 519; Lyons, Kuron, 2014: Jorgensen, 2003; Sok, Lub, Blomme, 2014). Dolayısıyla iş ve ev yaşamı arasındaki sınır her ne kadar belirsizleşmeye başlasa da bu iki alan arasında denge istemektedirler. İş yaşamlarında çok çalışmaktan önce çalışan memnuniyetine değer vermektedirler. Takım çalışmasını tercih eden Bebek Patlaması kuşağının aksine bireysel çalışmayı tercih etmekte ve lidere ihtiyaç duymamaktadırlar (Yu, Miller, 2005: 37).

Kendilerinden önceki kuşaklarla karşılaştırıldığında onlar kadar iş kolik olmadan aile, arkadaşlık ve iş ilişkilerini bir arada, dengeyi bozmadan yürütebilmeye gayret göstermektedirler. Genel olarak bakıldığında Sessiz Kuşak'ın çocukları olan X Kuşağı, çalışkan, gerçekçi olmanın yanında, yaşadıkları dünyanın güvenilir bir yer olmadığını iyice gözlemlediklerinden dünyaya ve pek çok şeye karşı şüpheli yaklaşmaktadırlar (Çetin, Karalar, 2016: 160).

Aile ve arkadaş çevrelerini önemsediklerinden, daha iyi bir pozisyon ve maaş, daha iyi çalışma şartları için çalıştıkları işleri rahatlıkla bırakma eğiliminde olan X

Kuşağı'nın bu anlamda kendisinden önceki kuşaklarla karşılaştırıldıklarında iş yeri sadakatleri daha düşüktür. Parayı önemseyen bu kuşak için para her zaman her şey değildir ancak paranın yokluğu onlar için önemli bir problemdir. Kendi kişisel yaşamları ve amaçları işle ilgili amaçlardan daha önde geldiğinden esnek çalışabilecekleri ortamların tercih etmektedirler (Karp, Fuller, Sirias, 2002).

Aileyi önemsemelerine rağmen, kendilerinden önceki kuşaklarla karşılaştırıldıklarında daha geç yaşlarda evlenmeyi tercih ettikleri görülmektedir. S. T. Lyons ve L. Schweitzer'in çalışmalarında (2015), X Kuşağı üyelerinin yüzde 63'ünün aile kurdukları belirtilmektedir.

Yaşadıkları dönemin çalkantıları nedeniyle boşanma oranlarının arttığı bir döneme denk gelen X Kuşağı üyelerinin pek çoğu tek ebeveynli ailelerde büyümek durumunda kaldıklarından çocukluk dönemlerinden itibaren önemli sorumluluklar almak zorunda kalmaktadırlar. Enflasyon, işsizlik gibi sorunlarla baş etmek zorunda kalan kuşağın kendi içindeki dönemlere bakıldığında 1970'li yılları yaşanan bu problemlerden dolayı içe kapanık geçirdikleri kaydedilmektedir. 1980'lerle birlikte hırslı ve açgözlü ortamlarla boğuşmak zorunda kalan bu kuşak 1990'larda yetişkinliklerini yaşadıkları dönemde geçmişine baktığında güvenebileceği çok az şeye sahip olduğunu görmektedir (Levickaite, 2010).

Stres oranı yüksek işler yerine daha keyif alacakları işlerde çalışmayı tercih eden X kuşağı, bu nedenle yatıkları işleri sadeleştirmekten yana bir tavır sergilemektedirler.

ERC 2011 Raporu'na göre, X Kuşağı, kendilerine güvenen, esnek çalışabilen, teknolojiyi kullanmada başarılı bir kuşaktır. Kolektif ve hiyerarşik bir ortamda çalışmayı tercih etmeyen bu kuşak üyelerinin kadınları da erkekler kadar iş hayatında aktif konuma yükselmektedirler. Birden fazla kariyer yapmayı tercih eden bu kuşak için iş yaşamında güvenlik ve maaş önemli konular arasında ilk sıralarda gelmektedir (Adıgüzel, Batur, Ekşili, 2014: 172).

Yaşadıkları dönem, yukarıda da bahsedildiği gibi pek çok teknolojik yeniliğe tanıklık eden X kuşağı üyeleri bu yeniliklerle ancak yetişkinlik çağında

tanıştıklarından, teknolojiyi pek çoğu kendisine fayda sağladığı oranda kullanmaktadırlar. Ancak Bebek Patlaması kuşağının aksine teknolojik yenilikler konusunda daha iyimser ve kullanma açısından temkinli olmalarına karşın heveslidirler.

Televizyon her ne kadar Bebek Patlaması Kuşağı'nın önemli bir teknolojik iletişim aracı olsa da çok kanala sahip renkli televizyonlar ve çeşitlenen televizyon programları televizyon izlemeyi X kuşağı için önemli bir serbest zaman etkinliği haline getirmektedir. Bunun yanında evlerde kullanılan kişisel bilgisayarlar ve internet gibi teknolojik yenilikleri gündelik yaşamlarında görme ve kullanma imkanına sahip olmaktadır (Brandon, 2014).

Serbest zamanlarında yüksek oranda televizyon izleyen bu kuşak, televizyonda yer alan şiddet içerikli yayınlara büyük ölçüde maruz kaldıklarından dünyaya karşı olumsuz bir bakış açısı geliştirmektedirler. Buna karşın son zamanlarda daha eğlenceli medya içeriklerine yöneldikleri görülmektedir. Televizyon içeriklerine yoğun bir biçimde maruz kalmaları onları kültürlerini de etkilemekte ve çıkar ilişkisine dayalı evlilikler, yüksek boşanma oranları, cinselliğe odaklanma gibi faktörler X kuşağıyla birlikte artış göstermektedir (Dawis, Pawlowski, Houston, 2006; Losyk: 1997).

Küresel olarak bakıldığında 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının yaklaşık yüzde 40'ını X Kuşağı oluşturmaktadır. Kantar Millward Brown'un 2017 yılında yaptığı "AdReaction Gen X, Y and Z" isimli araştırması, başlıkta geçen bu üç kuşağın medya kullanım alışkanlıklarını inceleyerek kuşaklar arasındaki farklılıkları anlatmaktadır. Türkiye'nin de içinde yer aldığı 39 ülkenin katılımıyla yapılan anket çalışmasında Türkiye'de X kuşağı yüzde 41 oranında sosyal medya paylaşımı yapan grup olarak dikkate değer bir orana sahip olmaktadır. X kuşağının ardından yüzde 37 oran ile Z Kuşağı, onun da ardından yüzde 30 ile Y kuşağı gelmektedir. X Kuşağı teknolojik cihaz olarak masaüstü ve dizüstü bilgisayarları tercih etmekle birlikte yüzde 80'i akıllı telefona, yüzde 51'i ise tablete sahiptir. Akıllı bileklik ya da akıllı saat kullanım oranı X Kuşağında yüzde 10 civarında kalmaktadır. İletişim kurma yöntemi olarak daha çok kısa mesaj (SMS) veya e-mail kullanan bu kuşak internet

başında günlük ortalama 5 saatlerini harcamakta ve bu sürenin yaklaşık bir saati akıllı telefonlarda geçmektedir.

Serbest zaman etkinliği olarak internet yanında, Bebek Patlaması Kuşağı kadar olmasa da televizyon izleme onlar için önemli bir etkinliktir. X Kuşağının basılı yayınları tüketim şekillerine bakıldığında çevrim içi basın tüketim oranlarının yazılı basın tüketim oranlarından daha fazla olduğu görülmektedir. Sosyal medya olarak X kuşağının en çok tercih ettiği platformu Facebook oluşturmaktadır. Günümüzde Y Kuşağının büyük bir kısmı ve Z Kuşağı, Facebook'u artık daha çok ebeveynleri kullandığı ve “yaşlılar” platformu olduğu için fazla tercih etmemektedirler. X Kuşağının en fazla kullandığı sosyal medya platformunu Facebook'tan sonra sırasıyla YouTube, Twitter, Instagram takip etmektedir (Brown, 2017).

Televizyonun ve bilgisayarın iletişim aracı olarak önemli bir yer edindiği bu kuşak için, video oyunları, ATM'ler, cep telefonları, internet, mikrodalga fırınlar önemli teknolojik dönüşümlerdir.

Yaşadıkları dönemin siyasal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerine tanıklık eden X Kuşağı üyeleri ekonomik, aile ilişkileri ve toplumsal açıdan hızlı değişimlerin yaşandığı güvensiz ve çeşitlilik ortamı ile sağlam geleneklerin dönüşüme uğradığı bir ortamda çocukluk ve gençlik dönemlerini yaşadıklarından, daha içe kapanık, daha bireyci ve bireysel çalışmayı tercih eden, güven konusunda çeşitli olumsuz görüşlere sahip bireylerden oluşmaktadır. Ancak tüm bunlara karşın, problemlerle karşı karşıya bir yaşam sürdüklerinden ve bunlarla çoğunlukla tek başlarına mücadele etmeleri gerektiğinden hızlı ve pratik bir şekilde sorunlara çözüm bulma, değişime çabuk uyum sağlama, çoklu görevlere yatkın, teknik olarak yeterli çeşitliliğe sahip bir yapıya sahiptirler (Smole, Sutton, 2002: 365). Bütün bunlar sonucu genel karakteristik özelliklerine bakıldığında yüksek oranda üniversite mezunu olan bu kuşak, kariyer gelişimlerine önem vermekte, bireysel düşünebilmekte, şüpheli olmanın yanında güven duygusuna önem vermekte, kendisine ve yeteneklerine güvenmektedir (Yuseff, Kian, 2013).

Genel özelliklerine bakıldığında, toplumcu, idealist, sadık ve kanaatkar olarak tanımlanan Y Nesli, ilk küresel kuşak olarak kabul edilmektedir. Yukarıda da bahsedildiği gibi televizyondan, pilli radyolara ve pikaplara varana kadar pek çok teknolojik yeniliğe şahit olup kullanma fırsatına sahip olmaktadırlar (Senbir, 2004: 24). Solomon ve arkadaşları, çalışmalarında X Kuşağını, dünyaya olumsuz, kuşkucu bakan ve aynı zamanda kendilerini üstün gören “kibirli”ler; gelecekte umutlu ve maddi olanaklarını artırmak için gayret sarf eden “geleneksel materyalciler”; materyalist olmayan değerlerini kabullenme eğilimi içinde olan “yeni hippiler” ve tutucu olup çok kültürlülüğe sıcak bakmayan “50’lik maçolar” olarak sınıflandırmaktadırlar (Solomon, Bamossy, Askegaard, Hogg, 2006: 463-464).

3.2.2.4. Y Kuşağı

Y Kuşağı, kimi kaynaklarda farklılıklar taşımasına karşın, 1980-1999 yılları arasında doğanların oluşturduğu bir kuşaktır. Kimi kaynaklar, özellikle de yabancı kaynaklar, Y Kuşağı’nı eve bilgisayarın girdiği ilk yıllar olan 1975’ten başlatırken, Türkiye’de bu durum 1980 yılına denk gelmektedir. Y Kuşağı’nın özellikleri 1980’lerin ortalarından itibaren görülmeye başlamaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 31’ini, Türkiye nüfusunun yaklaşık yüzde 32’sini oluşturan kuşağın doğduğu ve büyüdüğü yıllara bakıldığında, dünyada Körfez savaşı, Irak Savaşı, Sovyetler Birliği’nin yıkılışı, Çernobil Kazası, 11 Eylül saldırıları gibi problemler yaşanırken, Türkiye’de de refah ve kriz dönemlerinin iç içe geçtiği, ekonomik anlamda farklı kararların alınıp, değişik politikaların denendiği inişli çıkışlı bir dönem yaşandığı görülmektedir. Teknolojik açıdan bakıldığında, daha önceki yıllarda görülmediği kadar hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu dönemde internet, İpod, Playstation gibi eğlenceler bireylerin yaşamında önemli bir yere sahip olmaktadır (Kuran, 2018: 97). Bilgi çağının giderek yükseldiği bir dönemde küresel sınırların ortadan kalmasına, küresel dolaşımın artmasına tanık olmaktadırlar. Bu dönemde yaşanan çevresel problemlere ek olarak obezite ve AIDS gibi sağlık problemleri de bireylerin savaşmaları gereken sorunlar arasında yer almaktadır (Kuyucu, 2017: 851).

Literatür tarandığında, diğer kuşaklarda da olduğu gibi, yukarıda bahsedildiği üzere Y Kuşağını 1977-1984, 1980-1994, 1982-1999 tarihleri arasında doğan

bireyler olarak tanımlayan çalışmalar da bulunmasına karşın (Arlı, Pakerti, 2016; Eckleberry, Tucciarone, 2011) genel olarak bakıldığında yukarıda verilen 1982-1999 ya da 1980-1999 yılları arasının kabul edildiği görülmektedir (Jordan, Ehlers, Grove, 2011; Lyons, Schweitzer, 2015; Kotler, Armstrong, 2004; Kotler, Keller, 2012). Literatür tarandığında pek çok kaynakta Y Kuşağı olarak kabul edilen bu kuşağın, “Ben Kuşağı (Me Generation)”, “Bumeranglar”, “Milenyum Kuşağı”, “İnternet Kuşağı”, “MTV Kuşağı”, “Net Kuşak (Net Generation)”, “Dijital Kuşak (Digital Generation)”, “Dijital Yerliler (Digital Natives)”, “Why (Neden) Jenerasyonu”, “Echo Boomers” gibi isimlerle de bazı kaynaklarda adlandırıldıkları görülmektedir (Howe, Strauss, 2010; Zemke, Raines, Filipczak, 2000; Oblinger, Oblinger, 2005 ; Williams, Page, 2011; Hills, Ryan, Smith, Warren, Forward, 2012). Bebek Patlaması Kuşağı’nın çocukları oldukları için kimi kaynaklarda “Yeni Büyük Kuşak” olarak da adlandırılmaktadır (Cui, Trent, Sullivan, Matiru, 2003).

21. asrın gençlerinden meydana gelen bu kuşağa mensup kişiler kendilerini “akıllı, yaratıcı, komik, eğlenceli, enerjik” olarak betimlemektedirler. Her şeyi sorgulayan bu kuşağın adı İngilizcedeki “Why” kelimesinden gelmektedir. Gerekçe gösterilmeden bir şeyleri yapmaları istendiğinde tepki gösteren bu nesil, kolayca inanmayan, sorgulayan ve mantıklı gerekçeler arayan bir nesildir. Apolitik olarak adlandırılmalarına rağmen özünde bakıldığında okuyan ve araştıran bir kuşaktır (Ünal, 2017: 12-13).

Döneme damgasını vuran iki önemli kavram olan “teknoloji” ve “tüketim”, bu kuşağın bireylerinin şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Kapitalizmin ve teknolojik gelişmelere paralel olarak internetin yükselişte olduğu bir dönemde gençlik çağlarını yaşayan Y Kuşağı üyeleri internet kullanımında uzmanlıkları ve tüketici kimlikleriyle ön plana çıkmaktadırlar (Dhevabanchachai, Muangasame, 2013). Teknolojinin içinde büyüyen bu kuşak, önceki kuşaklarla karşılaştırıldığında teknolojiye güven duymaktadırlar. Kimi zaman ebeveynlerinin tavsiyelerindense sosyal medyada yer alan bilgilere ve yorumlara daha fazla inanmakta ve çevrimiçi alanlarda bir araya gelerek fikir alış verişinde bulunmaktan hoşlanmaktadırlar (Peltomaki, 2015). Doğduklarından itibaren yaşamlarının her alanında kablolarla

hareket etmekte, interneti kullanmakta, web sayfaları arasında gezinmekte, bilgisayarda oyunlar oynamakta, mp3 dinlemekte, müzik indirmekte, akıllı telefonlar ile arkadaşlarıyla anında haberleşmekte, mesaj alıp göndermektedirler. Kapitalist dönemde yaşıyor olmalarından ve ekonomik büyüme zamanlarında yaşamalarından dolayı bolluk içinde yaşayan bu kuşak aileleri tarafından sürekli desteklenerek pohpohlanmaktadır (Kotler, Keller, 2012: 219). Ailelerinin üzerine titrediği ve desteklerini esirgemedikleri bu gençler de aynı biçimde aileleriyle birlikte yaşamaktan ve zaman geçirmekten hoşlanmakta, onlara değer vermektedirler. Y Kuşağı için aileleri ve arkadaşları önemlidir ve arkadaş seçimlerinde farklılıklara saygı duyarak yaşıtıları olan herkesi kendilerinden kabul etmektedirler. Onlar için arkadaşlık ve arkadaş gruplarına kendilerini kabul ettirmek önemli olduğu için sosyal gruplar içinde yer alarak onlarla birlikte hareket etmeye önem vermektedirler (Ünal, 2017: 14).

Tüketim alışkanlıkları olarak bakıldığında hızlı tüketilen “fastfood” yiyecekler, müzik, kot pantolon, laptop ve cep telefonu gibi fiyatı yüksek ürünleri tercih ettikleri görülmektedir (Rahulan, Troynikov, Watson, Janta, Senner, 2015).

Y Kuşağının yaşadığı dönemde çevre sorunları da sıklıkla gündeme gelmektedir. Ozon tabakasının delinmesi, küresel ısınma, buzulların erimesi, iklim değişiklikleri, doğal kaynakların azalması gibi çevresel problemler bu dönemde yoğun bir şekilde yaşanmaktadır. Bu nedenle bu nesil çevreye karşı daha duyarlı olması gerektiğini öğrenerek büyümektedir (Özel, 2017: 17).

Teknolojinin hakimiyeti ele geçirdiği, pek çok alanda işlerin internet ile halledildiği bu dönemde yaşanan gelişmelere paralel olarak Y Kuşağı, aynı anda birden fazla işle ilgilenebilmektedir (Kuran, 2018: 98-99). Teknoloji kullanarak büyüdüklerinden teknolojik yeniliklere uyum sağlamaları kolay olan bu kuşak, sürekli çevrim içi kalabilmektedir. Teknoloji sayesinde aynı anda birden fazla işe zaman ayırabilme, hızlı bir biçimde birden fazla kaynaktan veri toplayabilmektedirler (Shaw, Fairhurst, 2008: 368-372). Bir yandan internette gezinirken aynı anda hem telefonda konuşup hem de mesaj gönderip alabilmektedirler. Teknolojinin getirdiği yenilikler sayesinde rahat bir hayata sahip

olan bu kuşak üyeleri için teknoloji ve özgürlükleri vazgeçilmezleridir. Zamanlarının önemli bir kısmını cep telefonları, bilgisayarları, internet ve DVD'lerle geçirmeyi tercih eden bu kuşak üyeleri diğer kuşaklar kadar çalışma heveslisi değildirler ve onlar için seyahat etmek, yeni yerler keşfetmek para biriktirmekten önce gelmektedir (Amour, 2005: 3; Crampton, Hodge, 2009: 4).

Büyürken internete sahip ilk kuşak olmalarından dolayı teknolojileri kullanmada başarılı olan bu kuşak çevrim içi faaliyet olarak video izlemekten hoşlanmaktadır. Kendi serbest zamanlarına ve ilgi alanlarına sahip çıkabilen bir kuşak olan Y Kuşağı için film izlemek, müzik dinlemek, yemek yapmak, seyahat etmek, yeni yerler keşfetmek, bilimsel ve teknolojik yenilikleri takip etmek ve bunların pek çoğunu internet üzerinden yapmak önemli etkinlikleri arasında yer almaktadır. Önemli bir çoğunluğu akıllı cep telefonlarına sahip olan kuşak, bu telefonları sosyal ağlarda gezinmek, video izlemek, alışveriş yapmak amaçlı kullanmaktadırlar. Y Kuşağının medyayı kullanma ve tüketme biçimlerine bakıldığında kendilerinden önceki kuşaklardan önemli farklılıklar taşıdığı görülmektedir. Yukarıda da bahsedildiği gibi kendilerinden önceki kuşaklar kadar televizyon izlemeyen bu kuşak, diğer geleneksel medya araçlarını da önceki kuşaklar kadar tüketmemektedirler. Televizyon programlarını televizyondan izlemek yerine eş zamansız bir biçimde dijital ortamlardan seyreden Y Kuşağı için radyo dinlemek de önemli bir etkinliktir ve yine geleneksel radyo cihazı yerine dijital ortamlarda dinlemektedirler. Gazete okuma alışkanlığını yitirmemiş olan Y Kuşağı, gazeteyi de yine televizyon ve radyoda olduğu gibi dijital ortamlar aracılığıyla okumaktadır. Pek çok kaynakta “Akıllı Telefon Kuşağı” olarak nitelendirilen bu kuşak, günlerinin ortalama 7.43 saatini internet ortamında geçirmektedirler ve bu sürenin önemli bir kısmını sosyal ağlar oluşturmaktadır. Birden fazla işi aynı anda gerçekleştirebilen Y Kuşağı'nın ikinci ekran kullanımı da bir davranış biçimine dönüşmüş durumdadır. Dünya genelinde bakıldığında Y Kuşağı'nın önemli bir bölümünün film izlerken, diz üstü bilgisayar ya da çoğunlukla mobil telefon aracılığıyla ikinci bir ekran kullandığı, bunu da daha çok arkadaşlarıyla mesajlaşmak ya da izledikleri film, televizyon programı vs hakkında çevrimiçi bilgi almak için kullandıkları görülmektedir (Ağlargöz, 2017: 188-189). Daha önce de bahsedildiği gibi internetle büyüyen bir

kuşak olduğundan internet kullanımı açısından daha bilinçli bir kuşaktır. Medyada ve internette gördüğü her şeye hemen inanmayarak şüphecî yaklaşmaktadır (Jordan, Ehlers, Grove, 2011). Sosyal medyada Youtube, Facebook, Instagram, Twitter gibi uygulamaları yüksek oranda kullanmaktadırlar (Jordan, Ehlers, Grove, 2011).

SDE (Stratejik Düşünce Enstitüsü) tarafından 2013 yılında 15-35 yaş arası gençlerle gerçekleştirilen “Türkiye Gençlik Profili Araştırması”nda incelenen konular arasında gençlerin televizyon izleme, internette zaman geçirme ve kitap okuma alışkanlıkları yer almaktadır. Kendilerine ayırdıkları vakti nasıl geçirdikleri sorusuna katılımcıların yüzde 21.1’i internet/bilgisayar kullanarak; yüzde 15.4’ü kitap okuyarak; yüzde 9.5’i maça giderek; yüzde 7,9’u spor yaparak; yüzde 4.4’ü gezerek, yüzde 1.6’sı ise televizyon seyrederek cevaplarını vermektedirler. Televizyon izleme alışkanlığı düşük çıkan gençlerin televizyonda en çok dizileri takip ettikleri görülmektedir. İnternet kullanımıyla ilgili olarak internete en çok araştırma amacıyla girdiklerini söyleyenler (yüzde 29.2) en yüksek orana sahiptir ve bunu sırasıyla sosyal medya (yüzde 16.8), eğlence/oyun (yüzde 11.2) ve haber almak (yüzde 10.9) izlemektedir. Aynı araştırmada gençlere “Sizi en iyi anlayan kimdir?” sorusu yöneltildiğinde yüzde 28.8’i eşinin ya da eş adayının; yüzde 20.8’i annesinin, yüzde 8.3 hiç kimsenin anlamadığını söylemektedir. Bu sonuçlardan da görüldüğü gibi araştırmanın yapıldığı yıl itibariyle de düşünüldüğünde önemli bir kısmını Y Kuşağı’nın oluşturduğu araştırma sonuçlarına göre Y Kuşağı aileye ve özellikle de anneye ve eşine yani aile üyelerine önem vermektedir. Araştırmanın diğer bulgularına bakıldığında gençler kendilerini “apolitik”, “araştırmacı”, “çağın gerektirdiği bilgi ve donanıma sahip”, “maddiyatçı” bir gençlik olarak tanımlamaktadırlar (SDE, 2013).

BlueKiwi’nin CEO’su Robert Shaw, ICT Summit NOW Zirvesi (2013)’nde, Y Kuşağı için, onların, akıllı telefonların, diz üstü bilgisayarların ve video oyunlarının olmadığı zamanları bilmediklerini dile getirmektedir. Sosyal medyanın onların yaşamlarında vazgeçilmez bir yere sahip olduğunu ifade eden Shaw, Y Kuşağı için iletişim ile sosyal ağlarda yer almanın eş anlama geldiğini vurgulamaktadır.

Üçte ikisi beş yaşından daha önce bilgisayarla tanışan Y Kuşağı, dijital medyanın cazibesıyla büyüdüklerinden mümkün olan tüm işlerini internet ortamında halletme eğilimindedirler. Dünya genelinde yapılan bir araştırmanın sonuçları Y Kuşağı'nın yüzde 90'ının yatmadan önce sosyal medya hesaplarını ve maillerini akıllı cep telefonlarından kontrol ettiklerini, gün içinde de on dakikada bir yine telefonlarından aynı işlemleri gerçekleştirdiklerini ortaya koymaktadır. İnterneti yoğun bir şekilde kullanan ve iş yerlerinde de internete erişim imkanına sahip olmak isteyen bu nesil, araştırmalarını da yüzde 91 oranında online olarak ve kitapları da online tarayarak gerçekleştirmektedirler (Yeşil, Fidan, 2017: 103).

İş bağlılığı açısından bakıldığında diğer kuşaklara oranla kariyer yaşamları sürecinde farklı işlerde çalışmayı tercih eden bu kuşak, daha iş bulmadan işten ayrılabilen, gerektiğinde sık iş değiştirebilmekte, iş yaşamlarında olduğu gibi gündelik yaşamlarında da yaşam döngülerini amaçları doğrultusunda çabucak değiştirip şekillendirebilmektedirler. Önceki kuşaklarda karşımıza çıkan başarı, en iyi olma, çok çalışma, performans gibi kavramların aksine Y Kuşağı'nda öncelikli olarak aile, sağlık, adalet gibi kavramlar ve değerler ön plana çıkmaktadır. X Kuşağına hakim olan “önce başarı sonra mutluluk” yaşam felsefesi, Y Kuşağı'nda yerini “ önce mutluluk sonra başarı”ya bırakmaktadır (Kuran, 2018: 97-99). Daha yüksek seviyelerde eğitim alarak kendilerini sürekli geliştirme isteğinde olan, deneyim konusunda henüz yeterli seviyede olmamalarına rağmen, işi öğrenme ve yükselme açısından sabırsız olan Y Kuşağı kendilerini geliştirebilmek açısından daha küresel işyerlerinde çalışmak, kendilerine ait işyerine sahip olmak gibi amaçlara sahiptirler ve sektör olarak da medya, teknoloji, danışmanlık gibi hizmet sektörlerini tercih etmektedirler (DelCampo, 2011: 30; Deloitte, 2015).

Okul bittikten sonra iyi koşullarda ve kurumlarda çalışabilmek için kariyerlerine ve okul dönemlerine kendilerinden önceki kuşaklara kıyasla daha fazla değer vermekte ve daha fazla zaman ayırmaktadırlar. Bu amaçla daha iyi not alabilmek ve daha iyi okullara gidebilmek için birbirleriyle yarış halindedirler (Broadbridge, Maxwell, Ogden, 2007).

“Deloitte Y Kuşığı Araştırması” (2017), araştırmasının sonuçları incelendiğinde, yaşanan bugünde, Y Kuşığı’nın yalnızca beklentilerinin değil aynı zamanda kaygılarının da yüksek olduğu görülmektedir. Gelecekte ne olacağını ve kendi gelecek yıllarını daha fazla sorgulamaya başlayan kuşak, dünyanın karşı karşıya bulunduğu tehlike ve sorunlardan da endişe duymaktadır. Özellikle Avrupa, Ortadoğu, Afrika gibi bölgelerde olmak üzere dünyanın pek çok yerinde yaşanan terör olayları, saldırılar, politik sorunlar, ekonomik karmaşalar Y kuşağının dünyaya olan güvenini sarsmaktadır. Bu nedenle iş değiştirme konusunda çabuk karar veren ve iş sadakati diğer kuşaklara oranla daha düşük olan Y Kuşığı, yaşanan bugünde işlerinden ayrılma konusunda daha çekingen davranmaktadırlar. Türkiye’deki Y Kuşığı, sektörlerde yapay zeka ve robot teknolojilerinin kullanılmasının verimliliği ve iş imkanlarını artıracığını bunun sonucunda da ekonomik büyümenin gerçekleşeceğine inanmaktadır. Y Kuşığı üyeleri üzerine yapılan bu araştırmada bu görüşe inananların oranı Türkiye’de yüzde 56’dır.

Deloitte’un “2020 Küresel Y Kuşığı Araştırması”, Y ve Z Kuşaklarının son dönemde, kendilerine daha iyi bir gelecek oluşturabilmek için kararlılığa ve belirli bir vizyona sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Kovid-19 salgınının yaşandığı pek çok olumsuz durumun ortaya çıktığı bir dönemde gerçekleştirilen araştırma, her iki kuşağın da hem kendi toplumları içinde hem de küresel anlamda pozitif bir değişim açısından kararlı ve inançlı olduklarını göstermektedir. Y Kuşığı’nın en çok endişe duyduğu konular arasında refah seviyesi, kariyer ve iş olanakları ile fiziksel ve ruhsal sağlıkları ön plana çıkmaktadır. Türkiye’deki katılımcıların yüzde 66’sı, dünyada ise yüzde 45’i ailelerine kıyasla daha az mutlu bir kuşak olduklarını dile getirmektedirler. Geçtiğimiz yıl yapılan araştırma sonuçlarına bakıldığında, 2020 yılındaki araştırmada, gençlerin iş değiştirme konusunda daha çekingen hale geldikleri görülmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi dünyaya geldikleri ve yaşadıkları dönem itibarıyla çevresel sorunlara karşı önceki kuşaklardan daha duyarlı olan Y Kuşığı, çevreye verilen zararın büyük olduğunu, küresel ısınmanın ve diğer çevresel sorunların nedenlerinin başında insanların geldiğini ifade etmektedir.

Rutin işlerde çalışmayı tercih etmeyen Y Kuşağı, yaptığı işe ve ürettiği şeylere kendisinden bir şeyler eklemek istemektedir. İşe kendisini ait hissettiğinde mutlu olan Y Kuşağı'nın aksi durumlarda verimliliği azalmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, iş yerinden alacağı maaş kendisi için önemli olan bu kuşak, iş yerindeki huzuru ve mutluluğu da önemsemektedir. Takım çalışmasını seven, yeni fikirlere açık ve saygılı olan Y Kuşağı, otoriter bir yöneticidense iş bölümünün olduğu, herkesin kendince görev ve sorumluluklarının olduğu bir ortamda çalışmayı tercih etmektedirler. Rekabeti sevmelerinin yanında uyumlu ve rahat iletişim kurulabilen ortamlarda çalışmayı seven Y Kuşağı acımasız rekabeti değil gereği kadar var olan tatlı rekabeti sevmektedir. Karar alacakları zaman özellikle de aile ve arkadaş çevresine danışmakta, insancıl, başarılı, çalışkan, özgürlüklerine düşkün ve iletişime önem veren bir kuşak olan Y Kuşağı kendi başarıları kadar iş arkadaşlarının başarılarını da önemsemektedirler. Y Kuşağı hırslı, yakınlarının motivesine ihtiyaç duyan bir kuşak olmanın yanında anlamlı ve dengeli bir yaşam oluşturabilmeye de önem vermektedir. Otoriteye boyun eğmekten hoşlanmayan ve sürekli sorgulayan kuşak, haklarının neler olduğunun bilincinde ve adaletsizliğe karşı boyun eğmeyen bir kuşaktır. Y Kuşağı hakkında yaygın olarak dile getirilen “bencil” oldukları görüşüne karşı çıkan McQuenn, Y Kuşağı'nın sorgulayıcı olmasının onların bencil oldukları anlamına gelmediğini, tersine farkındalıkları yüksek olan bu grubun gönüllü işlerle daha fazla ilgilendiklerini, yaşanan olumsuzlukları değiştirmek adına daha fazla çaba sarf ettiklerini dile getirmektedir (Kömürcüoğlu, 2015: 56-62).

Takım çalışmasından yana olmalarının altında yatan belki de en önemli sebep, okul yıllarında devamlı olarak takım çalışmalarıyla karşılaşmış olmalarıdır. Bunun yanında takım sporlarına gösterdikleri ilgi de diğer kuşaklarla karşılaştırıldıklarında daha yüksektir. Tüm bunlar düşünüldüğünde takım çalışmalarını tercih etmeleri, çevrelerindeki kişilere katkı sağlayabilecekleri çalışmalar içinde yer almayı istemeleri tesadüf değildir (Özgen, Sarioğlu, 2017: 80).

Y Kuşağı'nın genel karakteristik özelliklerine bakıldığında, bireyciliğin daha da ön plana çıktığı görülmektedir. Bunun yanında teknolojinin kendilerine sağladığı hıza paralel olarak sabırsız, her şey hemen olsun isteyen, tüketen, süreçten çok

sonuçla ilgilenen, egosu yüksek, açık fikirli, kendinden emin, kendisini rahatlıkla ifade edebilen, girişimci, ciddiyeti ve bürokrasiyi tercih etmeyen kişilerdir. İş hayatında da günlük yaşantılarında da her şeye bir an önce ulaşmayı isteyen bu kuşak, kimi zaman bu tempodan dolayı bunalıma da girebilmektedirler. Onlar için iyi iş, iyi bir kazanç ve iyi bir imaj sağlayan iştir. Bunu bulamadıklarında iş değiştirme konusunda çabuk karar verebilmektedirler. Y Kuşağı üyelerinin aileleri ve ailelerinin destekleri her zaman yanlarında olduklarından işsiz kalma endişeleri kendilerinden önceki kuşaklarla karşılaştırıldığında daha düşüktür. Ailelerinin desteğini çoğu zaman alan bu kuşak, kendileri aile kurma, evlenme ve çocuk yapma konusunda aileleri kadar istekli değildir (Sok, Lub, Blomme, 2014: 58). Aile üyelerinin yoğun ilgisi ve desteği neticesinde beklentilerini yüksek tutmaya alışkın Y Kuşağı, ilgi odağı olmaya alışık bir biçimde büyümektedirler. Ailesine, arkadaşlarına, eğlenceye, bilgiye daha pek çok şeye günün her anı rahatlıkla ulaşabilen Y Kuşağı, bu açıdan isteklerine ulaşma konusunda kendilerinden önceki kuşaklardan daha sabırsızlardır. Diğer nesillerle karşılaştırıldıklarında ebeveyn olarak en yaşlı anne ve babaya sahip olan bu nesil üyeleri genel olarak çekirdek aile içerisinde yaşamaktadırlar. Ebeveynlerinin dörtte biri üniversite mezunu olan Y Kuşağı'nın ebeveynlerinin üçte biri boşanmışlardır ve bu nedenle tek ebeveynli ailelerde büyümektedirler (Zemke, Raines, Filipczak, 2013: 120-125).

Kendilerini olduğundan farklı gösterme gereksinimi duymayan Y Kuşağı, pek çok ortamda oldukları gibi, içten ve açık sözlü davranmaktadırlar (Özgen, Sarıoğlu, 2017: 81).

İletişim kurma konusunda problem yaşamayan Y Kuşağı, kendisini çok rahat bir şekilde ifade edebilmekte, aynı anda hem çevrim içi hem de çevrimdışı bir şekilde birden fazla kişiyle iletişime geçebilmektedirler. Öğrenimleri süresince farklı hayat biçimleriyle, farklı kültürlerle, etnik gruplarla karşılaştıklarından farklılıklara karşı saygılıdır. Y Kuşağı'nın yetiştiği aile ortamı anne babanın her ikisinin de çalıştığı, ebeveynler arasında eşitliğin hakim olduğu, ev ve iş yeri arasındaki keskin çizgilerin giderek bulanıklaştığı ve çalışmanın önemsendiği bir ortamdır (Sok, Lub, Blomme, 2014: 58).

Özgürlüğüne düşkün olan Y Kuşağı, hem tüm dünyayı gezmek istemekte hem de ailelerinden bağımsız bir yaşama atılma konusunda çekingen davranmaktadırlar. Bu kuşağın üyelerinin önemli bir bölümü geçimlerini ailelerinden aldıkları destek ile sağladıklarından aileden kopmak istememekte, eğitim aldıkları dönemlerde ailelerinden aldıkları harçlıklarla geçinmekte ancak ailelerinden baskı gördükleri anda bu baskıdan kurtulmak için iş hayatına bir an önce atılmaya da hevesli bir eğitim öğretim dönemi geçirmektedirler. Bu nedenle pek çoğu öğrencilik dönemlerinde yarı zamanlı işlerde çalıştıklarından iş deneyimine sahip bir biçimde iş yaşamlarına atılmaktadırlar. Her an her yerde çevrim içi olma isteği içerisinde bulunan nesil, geleneksel ailelerdeki herkesin birbiriyle sohbet ederek yemek yedikleri aile ortamlarından uzaklaşmaktadırlar. Buna karşın aile kavramı bu nesil için önemlidir ve gündelik yaşamlarında ailelerini referans olarak kabul etmekte, aile hem maddi hem manevi sıkıntılarda birer sığınak olarak görülmektedir. Bu nesil için aileleri, her zaman her tür konuda destek alabilecekleri kişilerdir. Aileye önem veren Y Kuşağı aile içinde daha demokratik bir ortamı bulmak istemekte, aksi bir durumda haklarını savunmak için ebeveynleriyle mücadeleye girişebilmektedirler (Tükel, 2018: 35-37).

Tulgan ve Martin (2001), çalışmalarında Y kuşağının olumlu temel özelliklerini, tarihte yer alan en eğitilmiş, hoşgörüsü en yüksek, gönüllülük konusunda en girişimci, güven, haysiyet ve mutlu son kuşak olarak sıralamaktadırlar.

İş ortamlarında özgür olmayı seven bu kuşak, sıkı kuralları sevmemekte, çalıştıkları işe yaratıcılıklarını katmak istemektedirler, yapılan iş için sarf ettikleri somut emeği ve katkıları görmek, göstermek ve sonuca çabuk ulaşmak istemektedirler. Çalıştıkları kurumdan yüksek ücret ve hızlı terfi bekleyen Y Kuşağı, rutinden çok hareketliliği ve farklılıkları tercih etmektedirler, bu gereksinimleri karşılanmadığında ve çalıştıkları yerde kendilerini geliştiremediklerini düşündüklerinde iş değiştirme kararını almaktan çekinmemektedirler. İş yerinde mutlu olmaya önem veren bu kuşak, ekip olarak çalışmaktan ve birlikte çalıştığı kişilerle iyi geçinmekten hoşlanmakta ve onları meslektaş olarak değil de iş arkadaşı olarak görmeyi tercih etmektedirler (Özel, 2017: 12-18).

Y Kuşığı, okul çağlarından itibaren aileleri tarafından pek çok aktiviteye yönlendirildiklerinden yaşam biçimleri içerisinde iş dışında pek çok etkinliğe katılmak istemektedirler. Bu nedenle de onlar için iş ve özel hayat arasındaki dengenin sağlanması ve iş saatlerinin bu aktiviteleri yapmaya engel olmayacak şekilde düzenlenmesi önemlidir. Bir önceki nesille karşılaştırıldığında ulaşabileceği daha fazla olanak ve ilgi alanı bulunan Y Kuşığı için bu ilgi alanları kimi zaman hobi olma durumunu aşarak ikinci kariyer boyutuna ulaşabilmektedir (Özgen, Sarıoğlu, 2017: 82-83).

Çalışacakları kurum olarak, fiziksel, sosyal ve entelektüel açıdan kendilerini tatmin edecek ortamları tercih eden Y Kuşığı, X Kuşığı'yla kıyaslandığında daha az bağımsız olduklarından desteklenebilecekleri, ilgi görebilecekleri ortamlarda çalışmak istemektedirler (Wong, Gardiner, Lang, Couon, 2008).

İş, eğitim, öğrenme, kişiler arası iletişim konularında yaşadıkları dönem itibariyle öbür kuşaklardan daha farklı düşünmektedirler. Takım halinde çalışıp, sorumluluk almayı seven bu kuşak, verilen kararlarda etkin rol oynamaktan ve yapılan işlere katkı sağlamaktan hoşlanmaktadırlar. Pek çok konuda talepkar olan nesil, kendisine olan güveni yüksektir (McCrindle, Hooper, 2006; Martin, 2005; Glass, 2007).

“Hay Group Araştırma Şirketi” tarafından Y Kuşığı ile ilgili yapılan “Gençler İş’el koydu Araştırması”na göre, Y Kuşığı ileri teknoloji bilgisine sahip kuşak olarak belirlenmektedir. Bu bilgilerini işte, okulda ve evde verimli bir biçimde kullanarak gündelik işlerini kısa bir süre içerisinde tamamlayabilmektedirler. Teknoloji alanında yaşanan gelişmeleri anlık olarak takip eden ve bu alandaki bilgilerini sürekli güncelleyen nesil, teknolojik cihazlara, yerine daha iyisi gelince eskisi terk edilen cihazlar olarak bakmamaktadır. Teknolojik cihazları yaşamın farklı alanlarında farklı işlevleri olan cihazlar olarak görmekte ve X Kuşağının aksine akıllı telefon çıkınca MP3 çalarını terk etmeyerek müzik dinlemek için onu kullanmaya devam etmektedir. MP3 çalarıyla müzik dinlerken akıllı telefonuyla iletişim kurmaktadır. Akıllı telefonlarına sosyal medya uygulamalarını yükleyip kullanmalarına karşın uzun süreli bu ortamlarda zaman geçireceklerse ve sohbet

edeceklerse yazışmalarına “netbook”larından devam etmekte, ödev yazmak ya da fotoğraflarını düzenlemek gibi işlerle ilgilenecekleri zaman küçük ekrana sahip bir “netbook” yerine diz üstü bilgisayarlarını kullanmayı tercih etmektedirler. Y Kuşağının teknoloji kullanım biçimlerine bakıldığında, tercih ettikleri cihazın farklı mesajlar içerdikleri görülmektedir. Mesela, “netbook” ile çevrim içi duruma gelmesi sohbet etmek istediği, bunun için yeteri kadar zaman ayırabileceği anlamına, “Foursquare” kullanarak yer bildirimi yaptığında arkadaşlarıyla buluşmak istediği anlamına gelmektedir (Digitalage, 2013: 55).

Serbest zamanlarında gezmeyi, seyahat etmeyi seven Y kuşağı, iş kariyerlerinin başında olduklarından kaliteli, lüks şeyleri uygun fiyatlara elde etmeye çalışmaktadırlar. Bunun için de internette sosyal medyadan, forumlardan, seyahat rehberlerinden faydalanarak tatillerini planlamaktadırlar. Yurt dışı seyahatine zaman ayırmaktan zevk alan bu kuşak için yeni yerler keşfetmek cep telefonları, GPS programları, yabancı dil sözlükler, sanal rehberler sayesinde korkutucu olmaktan çok uzaktır. Hazcı ve anı yaşamayı sevdiklerinden seyahat etmek onlar için yaşam tarzıdır (Ormancı, 2016; Leask, Fyall, Barron, 2014). Eğlence, gezme, yeni yerler keşfetme, iyi koşullarda yaşama, yeni deneyimler kazanma, başarılı olma, maddi açıdan iyi durumda bulunma, alışveriş yapma, hayallerini gerçekleştirme, sorgulayıcı olma, sevdikleriyle birlikte zaman geçirme Y Kuşağının önem verdiği konular arasında yer almaktadır (Ayhün, 20013: 101). Basılı gazete okumayı pek de tercih etmeyen Y Kuşağı’nın televizyona olan ilgisi de kendilerinden önceki kuşaklardan daha düşüktür. Onlar için internette gezinmek, sosyal ağ sitelerinde akranlarıyla bağlantı kurmak, Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal ağlarda insanlarla iletişim kurmak daha tercih edilirdir. Sosyal ağlarda sık zaman geçiren Y Kuşağı aynı zamanda birer içerik yaratıcısıdır. Globalleşmeyle beraber sınırların daha şeffaf hale geldiği, post-modern bir çağın yaşandığı, teknolojinin her alana hakim olduğu bir dönemde yaşayan Y Kuşağı, her şeyin olanaklı kabul edildiği bir dünyaya alışık olarak yaşlarına göre sağlam bir temele ve akla sahiptirler. Yeni kavramları çok çabuk bir biçimde anlayarak öğrenebilmektedirler. Y kuşağı, için William ve Page, 8 temel değer sıralamaktadır: “Seçim, bireyselleştirme, ayrıntılı inceleme, bütünlük, iş birliği, hız, eğlence, inovasyon” (Williams, Page, 2011: 45-46).

Hırslı, özgüvenleri yüksek olan Y Kuşağı aynı zamanda endişe ve depresyona girme olasılıkları yüksek, toplumdan kabul görme beklentileri yüksek olmayan bireylerdir. Ailelerince sürekli desteklenen, cesaretlendirilen Y kuşağı yüksek özgüvene sahiptir. Bu nedenlerle, Bebek Patlaması Kuşağı'nın çocukları olan Y Kuşağının aileleri kimi kaynaklarda “helicopter parents”, “curling mum”, “soccer mom” gibi adlandırmalarla anılmaktadır (Glass, 2007; Lyons, Kuron, 2014; Lamm, Meek, 2011; Twenge, Campbell, 2008).

Psikoloji Profesörü Jean M. Twenge, günümüzde 35 yaş altı olan gençleri “Ben Nesli” olarak tanımlamaktadır. Bebek Patlaması Kuşağı'ndan sonraki nesillerde daha belirgin bir şekilde görülmeye başlayan bireyselleşme, sonraki kuşaklara doğru kendini daha da hissettirmeye başlamaktadır. Bireyselleşmenin bu denli artmasında bebekliklerinden beri gerek okul gerekse ebeveynleri ve televizyon, okul müsamereleri ve sinemalarda onlara hep özel olduklarının aşılması yatmaktadır. “Ben Nesli” olarak adlandırılan bir kuşak olan Y Kuşağı'nın bencil olarak adlandırılmasına karşı çıkan Twenge, bu gençlerin başkalarına yardım etmekten hoşlandıklarını, bencil olarak adlandırılmalarının nedeninin hayallerinin peşinden koşarak toplumsal beklentilerin arkasına sığınmamalarından kaynaklandığını belirtmektedir.

Bu nesil, yani özellikle de 1980 sonrası doğanlar, özgüvenleri yüksek olmanın yanında isteklerini ve ihtiyaçlarını açıkça ifade etmekten çekinmeyen, özgür olmaktan gurur duyan kişilerdir.

Y Kuşağı üyeleri her ne kadar göreceli bir şekilde ekonomik refah ortamında ve teknolojik gelişmelerin hız kazandığı bir ortam da yaşamlarını sürdürmekteyseler de yaşam şartlarının zorlaşmasından dolayı önceki kuşaklarda aileler, lise mezunu bir aile bireyinin kazandığı maaşla orta sınıf bir yaşam sürebilirken, bugün iki üniversite mezununun aldığı maaş aynı standardı zar zor karşılayabilmektedir (Twenge, 2013: 16).

The New York Times Gazetesi (2013)'nde yayımlanan yazıda, 2008 yılında yaşanan ekonomik krizin neden olduğu durgunluk sonrası bu durgunluktan ciddi

derecede etkilenen Y Neslinin yaşamlarındaki öncelikleri değiştirerek, maddi başarıdan çok, anlamlı ve mutlu bir yaşam geçirmeye yöneldikleri belirtilmektedir (Özgen, Sarıoğlu, 2017: 80).

Yapılan bilimsel çalışmalara bakıldığında, Y Kuşağının anlaşılamamaktan yakındığı ve kendilerine yakıştırılan kişilik özelliklerinden hoşnut olmadıkları görülmektedir (McManus Warnell, 2015:0128).

Y Kuşağı, sanıldığının aksine bağımlı olduğundan değil de özgüveni yüksek olduğundan bireyci görünmektedir ancak bağımlılık ve bağımlılık arasındaki farkı iyi bilen bu nesil sosyalliğe ve birlikteliğe değer vermektedir. İletişim kurma biçimleri ağırlıklı olarak çevrim içi ve akıllı cep telefonlarıdır (Guzel, 2019: 242). Çevrimiçi olarak çoğunlukla elektronik posta, kısa mesaj, “Whatsapp” gibi sohbet programlarını tercih etmelerine karşın yüz yüze kurulan iletişim onlar için ayrı bir öneme sahiptir (Özgen, Sarıoğlu, 2017: 80).

3.2.2.5. Z Kuşağı

Z Kuşağı, 1996-2010 yılları arasında dünyaya gelip, internetin icadına şahit olmuş Y Kuşağı’nın aksine dijital bir dünyanın içine doğup, içinde yetişen ilk kuşaktır (Digitalege Sosyal Medya Eki, 2017: 43).

Duffett (2017) tarafından “ekran bağımlıları” olarak adlandırılan bu kuşak, onun araştırmalarında 1999 ve sonrasında doğanları belirtmek için kullanılmaktadır. “Ekran bağımlıları” dışında “teknolojiyle iç içe doğanlar”, “Ben Jenerasyonu”, “Yeni Sessiz Kuşak” , “Kristal Nesil”, “Derin Duygusal”, I-Generation”, “Ağ Kuşağı”, “Net Kuşağı”, “Dijital Yerliler” gibi isimlerle de adlandırılan Z Kuşağı, kimi araştırmacılar tarafından da 2000-2018 yılları arasında doğanları kapsamaktadır (Duffett, 2017; Levickaite, 2010; Twenge, Campell, Hoffman, Lance, 2010; Prensky, 2011; Oblinger, Oblinger, 2005; Jones, 2007).

Bir önceki nesil olan Y Kuşağı, çocukluklarında bilgisayar ve bilgisayar oyunları, gençliklerinde ise internetle tanıştıklarından kendilerine “Net-Generation” denilmektedir. Z Kuşağı ise internette bilginin ortaklaşa üretiminin ve tüketiminin yapılabildiği bir dönemde ve sosyal ağlarla birlikte büyüdüklerinden her

biri, gerçek kimliklerinin uzantısı olacak bir biçimde sanal kimliklere de sahiptir. Bu nedenle bu kuşağa “I-Generation” denilmektedir (Psychologies, 2019).

Dünya geneline bakıldığında Z Kuşağının nüfusu 2.5 milyar kişinin üzerindedir (www.wearesocial.com, 2019).

Yaşadığımız dönem içerisinde henüz gençlik ve genç yetişkinlik dönemlerini yaşayan Z Kuşağı da dönemin toplumsal, ekonomik ve teknolojik alanında yaşanan dönüşümlerine şahit olarak bunlardan etkilenmektedirler. Değişimin ve dönüşümün pek çok alanda ve kırılmalar şeklinde yaşandığı bir döneme tanıklık etmeleri, onların henüz doğmadan kimi özelliklerinin tanımlanabileceği bir kuşak olmalarına ve daha doğmadan özellikleri tanımlanabilen ilk kuşak olmalarını sağlamaktadır (Güzel, 2019: 243-245).

Sanal dünyanın içine doğup, bu dünyada iyi bir konuma sahip olma ihtimali yüksek olan Z Kuşağı, bu ortamlarda bilgiye çok hızlı bir şekilde ulaşabilmekte, daha erken yaşlarda eğitilebilmekte ve daha çabuk bir şekilde büyüyüp gelişebilmektedir (Akar, 2021: 199).

Ekonomik açıdan bakıldığında kendilerinden önceki kuşağa kıyasla daha kötü koşullara denk gelen Z Kuşağı, kendi ailelerinden daha düşük yaşam kalitesine sahip olma tehlikesini sezdiğinden kimi açılardan daha gerçekçi yetişmiş ve yetiştirilmiş bir kuşaktır. Bu durum onları, meslek seçimlerinden alışveriş tercihlerine kadar pek çok alanda etkilemektedir (Sarioğlu, Özgen, 2018: 1069).

Bugünün ekonomik koşulları düşünüldüğünde Z Kuşağı için bir ev almak ya da ayrı eve çıkarak o evin masraflarını karşılamak zor olacağından onlar için aile bireyleriyle birlikte yaşamak daha güven vericidir ve rahatlarıyla konforlarını sağlamanın yoludur. Bu nedenle ayrı eve çıkmak için acele etmemektedirler. Yine aynı ekonomik nedenlerden dolayı geleceğe bakışları Y Kuşağı kadar iyimser olmayıp kendi ebeveynlerinde de olduğu gibi endişe vericidir (Sarioğlu, Özgen, 2017: 249).

Her ne kadar bu nesil teknolojinin, iletişimin ve ulaşımın gelişerek yaşam şartlarını kolaylaştırdığı bir dönemde yaşıyor olsalar da yaşadıkları dönem doğal

kaynakların giderek azaldığı, bozulduğu bir döneme denk gelmektedir (Coşkun, 2019: 48). Doğal kaynakların azalmasıyla ilgili olarak önceki kuşaklardan daha da endişeli olan bu kuşak, onların korunması konusunda daha duyarlı ve bununla ilgili çalışmalarda yer almaya gönüllüdürler (Stillman, Stillman, 2018).

İklim değişikliği, geri dönüşüm gibi konuların yanında ırk problemleri, göç ve göçmen sorunları, kadın hakları gibi konuların da sıkça gündeme geldiği bir dönemin çocukları olan nesil bu konularda da toplumsal bilince sahiptirler (Elpek, 2017: 108).

Merkezi Amerika’da yer alan “Cone Communications” isimli halkla ilişkiler ve pazarlama şirketi tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçları (2017), Z Kuşağının yüzde 92’sinin toplumsal konulara karşı duyarlılığı ve farkındalığı olduğunu göstermektedir. Araştırmaya katılan 10 kişiden 9’u gezegenin geleceğiyle ilgili kaygılarının bulunduğunu ifade etmektedir. Yine aynı araştırmanın verilerine göre, katılımcıların yüzde 87’si gönüllülük gerektiren işlerde yer almayı, yüzde 85’i çeşitli kurumlara para yardımı yapmayı, yüzde 84’ü toplumsal konularla ilgili düzenlenen imza kampanyalarına katılmayı önemli gördüklerini belirtmektedirler. Genç yetişkin Z Kuşağı üyelerinin yüzde 23’ü için önemli problemlerin başında insan hakları ihlalleri gelmektedir.

Bilgisayar ile henüz doğmadan, anne karnında tanışan ilk kuşak olan Z Kuşağı, dijital bir zeka ile dünyayı tanımaktadır. Bu noktadan bakıldığında teknolojiye diğer kuşaklara kıyasla daha bağımlı, aceleci, yaratıcı, internete ve teknolojiye hakim, çoklu dikkat ve karar alma yeteneğine sahip, istediği o an olsun isteyen, her şeyi isteyen ve çabuk tüketen bir kuşaktır. Tüketim konusunda ön plana çıkmaları onların daha çocukluk ve gençlik çağlarında tüketim kararları üzerinde etkili olmalarına neden olmaktadır.

İnternetin olduğu ve teknolojik gelişmelerin üst noktada yaşandığı bir dönemde dünyaya gelmeleri sebebiyle oyuncak yerine tabletlerle ve akıllı telefonlarla oynayıp, sosyalleşmeyi internet aracılığıyla gerçekleştirmektedirler. Teknolojinin içine doğdukları için teknolojik araçlar ve lüks onlar için birer

ihtiyaçtır. Tüm istekleri aileleri tarafından yerine getirilmeye çalışan bu nesil, yaşamda her şeyin gerçekleştirilebileceğine inanmaktadırlar (Güzel, 2019: 243-245).

Teknolojinin içine doğan bir kuşak olan bu kuşak, arabanın arka koltuğunda yolculuk yaparken ön koltuğa monte edilmiş ekranı izlemek, okulda defter kitap yerine daha çok ellerine verilen tabletler, yemek yemesi ya da sessiz olması için daha bebek yaşlarda cep telefonu ya da tabletlerden izletilen videolar gibi zamanlarının tamamını ekrana bakarak geçirmekte ve ekranla büyümektedir. Dolayısıyla ekran ve teknoloji onlar için artık ayrılabilen bir şey olmaktan öteye geçerek yapılan her işin içine, yaşamın içine kaynaşmış durumdadır. Yaşamlarını geçirdikleri ekranlar artık onların beyinlerinin bir uzantısı ve kimliklerinin birer parçası durumundadır (Stillman, Stillman, 2018: 49).

Sosyal medyayı aktif olarak kullanan Z Kuşağının doğdukları anda Facebook ve Twitter hesaplarına sahip üyeleri bulunmaktadır (Lenhart, 2013).

“Teknolojinin gerçek çocukları” olarak kabul edilen Z Kuşağı, diğer kuşaklara oranla daha zor tatmin olan, daha sonuç odaklı, daha kararsız, hataların tek bir tık ile düzeltilebileceğine inanan kişilerdir. Ölümü bir kusur olarak değerlendirip, ölmeyeceklerine inanan bu nesil, kuşaklar içerisinde el, göz, kulak ve motor becerilerini eşzamanlı bir biçimde en iyi kullanan, motor becerileri en gelişmiş kuşaktır (EAO Mag, 2020: 3).

Kendilerinden önceki nesillerden farklı olarak “network çocukları” olarak adlandırılan Z Kuşağının gündelik hayatı ağlar üstünden ilerlemektedir. Onlardan bahsederken çoklu görev yapabilme kapasitesine sahip denilmesinin nedeni aynı anda birden fazla işi bir arada yapabilmelerinden kaynaklanmaktadır. Ancak bu onların, aynı anda birden fazla işi başarıyla yerine getirebildikleri anlamına da gelmemektedir. Dikkat süreleri çok kısa olduğundan bir işe ayırdıkları dikkat süreleri dolduğunda diğer işe kaymaktadırlar. Z Kuşağının çoklu görevi aynı anda yapmasından kasıt daha çok, bir yandan yemek yerken diğer yandan müzik dinleyebilmesi, aynı anda “Facebook”taki fotoğraflarına bakarken bir yandan da “Instagram”da, yediği yemeğinin görselini paylaşabilmesidir. Örnekten de

anlaşılabileceği üzere bu kuşağın tüm varlığı parmak uçlarında ve tek tık ile bağlandığı sanal dünyadadır. Dijital ortamdaki ağları, istediği her şeye çok kısa bir süre içerisinde ulaşabilecek bir biçimde kullanan kuşak için bu durum onların tatminsiz ve kararsız olmalarını da beraberinde getirmektedir.

IPSOS'un 2014'te yaptığı, "Çocukların Yaşam Tarzı ve Medya Tüketimi Araştırması"nın sonuçları, Türkiye'de, internette paylaşım yapmadan duramayan 6.2 milyon çocuk olduğunu göstermektedir. Bu konuyla ilgili yapılan farklı bir araştırmanın verileri, Türkiye'deki Z neslinin ağları ne şekilde kullandığını ortaya koymaktadır. İnterneti yüzde 92.6 oranında okul ve iş yeri için; yüzde 62.3 oranında video klip izlemek için; yüzde 51.7 oranında oyun oynamak için; yüzde 46.1 oranında sosyal ağlardaki profillerine bakmak için; yüzde 45.5 oranında mesajlaşmak için; yüzde 45.2 oranında film ya da müzik indirmek için; yüzde 42.2 oranında haberleri izlemek ya da okumak için kullanılmaktadırlar (Tuncer, 2016: 35-36).

Z Kuşağının sosyal ağlar üzerinde durum güncellemesi yapması için herhangi bir yeni içeriğe ya da duruma ihtiyacı yoktur. O an yaptıkları sıradan bir iş ya da duygu durumlarında meydana gelen değişimler onlar için birer güncelleme sebebi olabilmektedir. Sosyal medyayı "günlük" gibi kullanan nesil, gün içerisinde sık paylaşım yapmaktadır.

Günlerinin önemli bir bölümünü cep telefonu, bilgisayar, tablet, televizyon gibi ekran başında geçirdiklerinden dolayı kendilerine "ekran çocukları" denilen kuşakta da ikinci ekran kullanımı yaygındır. Televizyon veya bilgisayar başında herhangi bir şey izlerken aynı zamanda cep telefonları ya da tabletleriyle etkileşim içinde olmaktadır. Bir yandan televizyon karşısında dizi ya da film izleyen bir Z Kuşağı aynı anda ikinci ekranla arkadaşlarıyla sohbet edebilmekte, dizi hakkında araştırma yapıp, yorum yazabilmektedir (Özdemir, 2017: 60).

Gün içinde yaptıklarıyla ilgili sıradan paylaşımlarının yanında oluşturdukları nitelikli ve kreatif fotoğraf, video, blog yazıları gibi sanatsal içerikleri de sosyal medya hesapları üzerinden takipçileriyle paylaşabilmektedirler (Lenhart, Madden, Macgill, Smith, 2007).

Z Kuşaaının yüzde 82'si sosyal ağları ilgi duydukları alanlarda kendilerini ifade etmek amacıyla kullanmaktadırlar. Sosyal ağları sadece kendilerini ya da kendi ilgi alanlarını paylaştıkları bir alan olarak görmeyip, toplumsal meselelerde de düşüncelerini dile getirebilecekleri, toplumsal farkındalık oluşturabilecekleri birer platform olarak görmektedirler. Sokaklarda yapılan eylemler, yürüyüşler gibi geleneksel protesto yöntemleri yerine sosyal ağlarda kendilerini ifade ederek tepki göstermenin daha fazla ses getireceğine inanmaktadırlar (Cone Communications, 2017: 14).

Kendilerine faydası olacağını düşündükleri her tür yeniliğe, önyargılı yaklaşımdan yaşamlarına hızlı bir şekilde katabilen bu kuşak için yenilikler yalnızca mobil telefonlar ya da sosyal medya değil, giyilebilir teknolojilerden yapay zeka ürünlerine varana kadar tüm teknolojik yeniliklerdir.

Bireyselliği her alanda vurgulayan, en yeni iletişim araçlarını kullanma konusunda hevesli, yeniliklere açık, iş arkadaşlarıyla dost olmayı amaç edinen, haberleşme için elektronik postayı değil de sosyal medyayı tercih eden, arkadaşlık ilişkilerini büyük oranda sosyal medya üzerinden yürüten Z Kuşaaı için teknoloji bir bağımlılık olmaktan çok doğal yaşam döngüsü içinde yer almaktadır (Kayıkçı, Bozkurt, 2018: 55).

Önceki kuşaklar tarafından yaşamlarının çeşitli dönemlerinde başvurulanan birer bilgi kaynağı olan ansiklopedilerden bu nesil haberdar değildir. Onlar için araştırma sanal ansiklopedilerden, sanal kütüphanelerden yapılmaktadır.

Okuma yerine daha çok izleyerek öğrenmeyi tercih eden Z Kuşaaı, geleneksel ve fiziki eğitim araçları yerine dijital not defterlerini, ses kayıtlarını, videoları tercih etmektedir (Duse, Duse, 2016).

Prensky (2011)'nin "dijital yerliler" olarak adlandırdığı Z Kuşaaı, basılı kaynaklardan dijital kaynakları kullanmakta, düz yazıdan fotoğrafıara, videolara ve müziğe önem vermektedir.

Kitap okumak yerine bilgisayarda zaman geçirmeyi, yüz yüze konuşmak yerine yazılı ya da uzaktan iletişim kurmayı tercih edip, dışarıda zaman geçirmeyi pek tercih etmeyen Z Neslinin bu yaşam biçimleri onların tek başlarına yaşamaya yatkın olduklarının göstergeleridir. Tüm bunlar ve bireyselliğe verdikleri önem neticesinde bu kuşağın giderek yalnızlaşacağını öngören Strauss ve Howe, onlar için “The New Silent Generation (Yeni Sessiz Kuşak)” adlandırmalarını yapmaktadırlar (Strauss, Howe, 1991: 335).

Teknolojik gelişmelerin içine doğan ve dünyanın internetsiz ve sosyal medyasız dönemlerini bilmeyen bu kuşak, aynı zamanda terörsüz bir dünyayı da tanıyamamaktadır. Yaşadıkları dönem dünyada ve Türkiye’de pek çok terör olayının medyada geldiği bir dönemi kapsamaktadır. Dünya genelinde düşündüğümüzde Z Kuşağının hafızalarına kaydolan önemli ve dünyayı etkilen terör olaylarından biri 11 Eylül saldırıları ve onu izleyen zaman içerisinde dünyanın pek çok yerinde meydana gelen terörist eylemlerdir (Psychologies, 2019).

Yaşanılan dönemin güvensiz ortamı nedeniyle sokaklarda değil de evlerinde günlerini geçirmek zorunda kalan Z Kuşağı çocukları, her iki ebeveynin çalışması nedeniyle de çoğunlukla kendilerinden farklı kuşakta yer alan ve paylaşımları sınırlı olan bir bakıcıyla büyümek durumunda kalmaktadırlar. Bu nedenle de internetle ve teknolojik cihazlarla daha fazla zaman geçiren çocuklar, yüz yüze iletişimden çok çevrim içi ortamlarda vakit geçirmeyi tercih etmekte, ikili ilişkilerde yetersiz olduklarından toplumsallıktan çok bireyselliği seçmektedirler. Takım çalışmalarını tercih etmemeleri, kurallardan hoşlanmamaları ve ne istediklerinden emin olup o noktada ısrarcı olduklarından dolayı ailesi, arkadaşları ve iletişim içerisinde oldukları kişilerle çatışmalar yaşamaktadırlar (Güzel, 2019: 243-245). Kendilerine ders ve uzun öğütler verilmesinden hoşlanmayan Z Kuşağı için özgürlüğü ve kendi tercihlerine saygı gösterilmesi önemlidir. Bireyciliğin daha belirgin bir biçimde ortaya çıktığı bu nesil, gündelik yaşamlarındaki pek çok şeyin de kendilerine özel olmasını, sahip oldukları şeylerin sadece kendilerinde olmasını ve tek olmasını istemektedirler.

Tüketici yönü ağır basan Z Kuşağının bu yapısı pazarlamacılar tarafından da göz önünde bulundurulmaktadır. Örneğin, gençler arasında önde gelen bir spor ayakkabı firması, müşterilerinin internet üzerinden ayakkabı tasarımı yaparak renk, model ve desenini kendisinin oluşturarak sipariş verebileceği bir uygulama başlatmaktadır (Sarioğlu, Özgen, 2017: 249).

Marketing Türkiye adına Aksoy Araştırma tarafından gerçekleştirilen “Z Kuşağı Araştırması” verilerine göre bu kuşak gününün ortalama 3-5 saatini internette geçirmektedir. Harcanan sürenin yanında dikkati çeken bir başka bulgu ise internete bağlanmak için tercih edilen cihazların dağılımıdır. Kişilerin tamamına yakınının evlerinde bilgisayar bulunmasına ve bu oranın devamlı olarak artmasına rağmen internete bağlanılan cihazların sadece yüzde 8’i taşınabilir cihazlardan ve yüzde 10’u masaüstü bilgisayardan oluşmaktadır. Katılımcıların yüzde 82’si internete bağlanmak için akıllı cep telefonlarını tercih etmektedirler. Tamamına yakını cep telefonu sahibi olan Z Kuşağı, telefonsuz kalmaya tahammül edememekte, tahammül sınırı bir saati aşmamaktadır. Araştırmaya göre bu nesil internette en fazla sosyal medya uygulamalarında zaman geçirilmekte ve bu uygulamaların başında “Facebook” gelmektedir. “Facebook” uygulamasını sırasıyla “Instagram” ve “YouTube” uygulamaları takip etmektedir (Marketing Türkiye, 2017: 66).

Merkezi ABD de bulunan “Adweek” reklam sektörü yayını ile dijital medya şirketi “Defy Media”nın yaşları 13 ile 20 arasında değişen bin 452 kişiyle yaptıkları, sosyal medya ortamları ve dijital dünya hakkında ne düşündüklerinin sorulduğu araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, gençlerin yüzde 95’inin en çok kullandığı platform olarak “YouTube” ön plana çıkmaktadır. Ardından sırasıyla “Instagram”, “Facebook” ve “Snapchhat” gelmektedir. Arkadaşlarıyla iletişimlerini çoğunlukla “Facebook” üzerinden gerçekleştirin Z Kuşağı, haberleri “Facebook” ile “Youtube”tan takip etmektedir. Haber takibinin yanı sıra eğlence içerikleri ve “neyi, nasıl yaparım?” şeklindeki sorular için de “YouTube”u daha işe yarar bulmaktadırlar (Digitalage Sosyal Medya Eki, 2017: 43).

Z Kuşağı için kendilerinden önceki kuşakların serbest zaman etkinlikleri arasında yer alan televizyon ve onların büyüdüğü ağırlar Z Kuşağı için sıkıcı ve

kısıtlayıcı gelmektedir. Yayınları televizyondan eş zamanlı olarak izlemek yerine bilgisayar, tablet ya da telefonlarından istedikleri zaman izlemektedirler. “Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezleri” bu neslin yüzde 41’inin bilgisayar başındaki zamanlarının günde üç saatten fazlasını okul dışı uğraşlarla geçirdiklerini tespit etmektedir. On sene önceki araştırma verilerinde bu oran yüzde 22 idi.

Televizyonu kendilerinden önceki kuşaklar kadar tercih etmeyen nesil, yukarıda da bahsedildiği gibi internet başında geçirdikleri zamanın çoğunu “YouTube” üzerinden video izleyerek harcamaktadırlar. Uzun videolara tahammülü olmayan kuşak, iki dakikanın üzerindeki videoları fazla uzun bulmaktadır. Z Kuşağının giderek artan uyaranlara çok fazla maruz kalmalarından dolayı odaklanma becerileri düşüktür. Yapılan araştırmalar, Z Kuşağı üyelerinin bir şeye dikkatini toplama süresinin önceki kuşaklara oranla çok düşük bir zaman dilimi olan 8 saniye olduğunu göstermektedir. 2000 yılında bu süre 12 saniye olarak ölçümlenmektedir. “Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezleri” 4-17 yaş arası çocukların yüzde 11’inde dikkat eksikliği problemi ve hiperaktivite bozukluğu yaşandığını ortaya koymaktadır. 2003 yılında bu oran 7.8 ölçümlenmektedir (Stillman, Stillman, 2018: 48-49, 146).

Teknolojinin insan yaşamına getirdiği katkıların ve yaşamı kolaylaştırmasının yanında son dönemde fiziksel ve ruhsal açılardan neden olduğu zararlar Dünya Sağlık Örgütü ve Sağlık Bakanlığı’nın ana gündem maddeleri arasında yer alacak kadar önemli boyutlara ulaşmaktadır. Tüm bunlar üzerine çalışmalar gerçekleştirilirken, henüz ortaya çıkmamasına rağmen muhtemel, gelecek kuşakların yaşayacağı başka problemlerde tartışma konusu olmaktadır. Teknolojinin hızla geliştiği ve buna bağlı olarak artılarının yanında ortaya çıkan olumsuz yanları, bu çağda dünyaya gelen çocukların bir yandan belirtilen sağlık sorunlarıyla mücadele etmesini gerekli kılarken bir yandan da teknolojiyle ilgili meslek yapılarının dönüşüme uğrayacağı ve aynı zamanda bu gençlerin bu duruma da hazırlıklı bir eğitim almaları gerekliliği sık sık gündeme gelmektedir (Guzel, 2019: 246).

İletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmelere tanıklık eden Z Kuşağı, bu gelişmelerin avantajlarından faydalanma fırsatını tadan bir kuşak olmanın yanında ekran başında geçirilen uzun süreler, alışverişten haberleşmeye varana kadar

pek çok işi internetten yapabilmeleri onları diğer kuşaklara oranla daha hareketsiz bir kuşak haline getirmektedir (Sarioğlu, Özgen, 2017: 245-246).

Günlerinin önemli bir bölümünü bilgisayar, tablet, laptop, akıllı cep telefonu, akıllı saat gibi ekranların başında geçiren bu nesilde obezite yukarıda bahsedilen sağlık problemleri arasında yer almaktadır. Ancak bu hareketsizliğe karşın, post-modern toplumların genel özelliği olan fit görünme isteğinden dolayı sağlıklı bir beslenme tarzının yanında sağlıklı beslenmeye önem verenler de bulunmaktadır. Z Kuşağı arasında salata yeme alışkanlığının artmasının nedeni bahsedildiği gibi sağlıklı olmanın ötesinde fit görülmek amacıyla. Yine bu dönemde, yetişkin gibi büyütülmeye özen gösterilen bu kuşak, ergenlik dönemlerinde olduğu gibi öncesinde de yetişkinler gibi giyinmeye, onlar gibi makyaj yapmaya özen göstermektedirler (Pilkington, Taylor, Hugo, Wittert, 2014).

“Zenna Kurumsal Marka Yönetim Araştırmaları ve Danışmanlık Şirketi” tarafından, “Türkiye’de ebeveynlerin çocukları arasındaki ilişkiye bakışları ve teknolojinin çocukları üzerindeki etkisi konusunda ne düşündüklerini anlamak” amacıyla gerçekleştirilen çalışma, çocukların teknolojiyle tanışma yaşının her sene düştüğünü ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçlarına göre anne babaların yüzde 62’si çocuklarının internet veya mobil cihazlarıyla odalarında geçirdikleri zaman yerine dışarıda arkadaşlarıyla birlikte olmalarını tercih etmekte, bu durumdan şikayetçi olan yüzde 29 da kendileriyle vakit geçirmelerini talep etmektedirler. Araştırmaya katılan her 4 ebeveyninden biri çocuklarını pedagoga götürmekte ve götürülenlerin yüzde 70’i de götürmelerinin sebebinin teknolojinin neden olduğu problemler olduğunu dile getirmektedir (Digitalage, 2017: 42).

Oyun aktiviteleri olarak bakıldığında X ve Y Kuşağının oyunlarının birbirine benzerlik taşıdıkları görülmektedir. Her iki kuşak da sokaklarda arkadaşlarıyla birlikte fiziksel aktivitelerde bulunabildikleri mendil kapmaca, ip atlama, körebe, top oyunları gibi oyunlar oynarken Z Kuşağı bilgisayar oyunları, playstation, internet ve bir ölçüde televizyon ile zamanlarını geçirmekte, oyunlarını teknolojik cihazlar oluşturmaktadır. Y Kuşağında görülen oyun çeşitliliğine karşın, Z Kuşağında oyun çeşitliliği, teknolojik gelişmelere rağmen, azalmaktadır. Y ve X Kuşakları, çamurdan

pasta yapma, bez bebeklerle oynama, arkadaşlarıyla birlikte sokaklarda toprakla çamurla oynama gibi doğal materyallerle oyun oynamaktayken, Z Kuşağı, ip, kağıt, bebekler, arabalar, teknolojik cihazlar gibi endüstriyel oyuncaklarla oynamaktadırlar. Yine Z Kuşağının oyun oynama mekanlarını, dönemin güvensiz koşullarından dolayı, kapalı mekanlar oluşturmaktadır (Kaya, 2019: 320-321).

Z Kuşağını internete bu kadar bağımlı kılan durumlardan birisi de her an her şeyi izleme arzusu içinde bulunan bu nesilde yaşanan bir şeyleri kaçırma korkusudur. Her an çevrim içi olan bir kuşak, internet aracılığıyla her şeyi sürekli izlemektedir. İnsanların her an internette olmadıkları bir dünyayı bilmediklerinden sürekli bağlantılı olmak onlar için nefes almak kadar önemlidir. Bağlantıda olmadıkları zaman kendilerini bir terslik içinde hissetmekte ve o süre içerisinde kaçırdıklarını düşündükleri her şeyden rahatsızlık duymaktadır.

“Pew Araştırma Merkezi” tarafından Z Kuşağı üzerine yapılan bir araştırmada Z Kuşağının yüzde 91’inin dijital cihazlarını yataklarında bulundurduklarını ortaya koymaktadır. Aslına bakılırsa bu oran Z Kuşağında daha fazla olmasına rağmen, yaşanan bu dönemde akıllı telefonu bulunan insanların yüzde 65’i telefonlarıyla uyumakta ya da onu yatağının altında tutmaktadır ve bu oran neredeyse aynı yatakta uyuyan evli çiftlerin oranıyla aynıdır (Stillman, Stillman, 2018:141-143).

Kraut ve arkadaşları, internetin cazip bir iletişim aracı haline gelerek zamanla gerçek yaşamda yer alan sosyal aktivitelerin ve sosyal bağların yerine geçtiğini, bu durumun sonucu olarak da insanların gerçek yaşamlarındaki gerçek sosyal aktivitelerinden koparak sanal aktivitelere kaymaya başladıklarını belirtmektedirler. Aşırı internet kullanımı kişinin eğitim, aile ve sosyal aktiviteleriyle arkadaşlarına ayırdıkları zamanlardan çaldığı için bireylerin bu bağları giderek zayıflamaktadır. İnternetin sanal aleminde zamanının çoğunu geçiren kişiler gerçek dünyadan zaman içerisinde koparak arkadaşlıklarını, kişisel ilişkilerini bu mecralarda yaşar duruma gelmektedirler (Özen, 2010: 150). Sanal ortamın, coğrafî, fiziki ve ekonomik engelleri yok ederek, gerçek yaşamda karşılaşmanın dahi zor olacağı gruplara

girmeyi ve buralarda kendini ifade etmeyi olanaklı hale getirmesi Z Kuşağı için sosyal platformları cazip hale getirmektedir.

Gerçekleştirilen bir araştırmada gerçek kimliği ve sosyal konumundan hoşnut olmayan gençlerin, sanal ortamlarda olmasını istedikleri kimlikleri kolaylıkla oluşturdukları tespit edilmektedir. Gerçek olmayan ve maskeli şekilde oluşturulan arkadaşlıklar, ilişkiler, onların gerçek kimliklerinin onayını ve kabulünü daha da zor hale getirmekte ve bu durum, onların yüz yüze iletişim gerektiren ortamlara girdiklerinde kendilerini ifade edebilme konusunda zorluk yaşadıklarını ortaya koymaktadır. Yüz yüze iletişimde çekingen olan, kendisini ifade etmeyi beceremeyen kişiler, bu ortamlardan uzaklaşarak kendilerini rahatça ve istedikleri biçimde ifade edebildikleri sanal ortamlara kaymaktadırlar. Bu da onların suni olan çevrimiçi ilişkilere yönelmelerine, gerçek yaşamlarında yalnızlaşmalarına neden olmaktadır (Güzel, 2019: 247).

Peplau ve Perlman tarafından tek başına olmaktan farklı bir durum olarak tanımlanan yalnızlık, kişilerin var olan sosyal ilişkileriyle var olmasını istedikleri sosyal ilişkileri arasındaki farkları anlaması sonucu ortaya çıkan ve olumsuz bir ruhsal durum yaratan süreç olarak açıklanmaktadır (Batıgün, 2010: 214).

Yalnızlık hissi içinde bulunan kişiler, bir gruba ait olabilmek, arkadaşlık kurabilmek ve sosyal yaşamlarını zenginleştirebilmek için çevrim içi sosyal gruplara katılmaktadırlar. Morahan ve Schumacher'e göre, gerçek yaşamda bu gruplara katılmakta zorluk yaşayan gruplar, bu ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına bu çevrim içi platformlarda yer almaktadırlar. Bu açıdan internet, fiziksel anlamda bir varlığın olmaması, iletişim kurulacak kişilerin seçilebilmesi, kendilerini istedikleri gibi gösterebilmeleri ve kimliklerini gizleyebilmelerinden dolayı yalnız bireyler için diğerleriyle iletişime geçmek açısından ideal mekanları oluşturmaktadır. Yüz yüze iletişimden farklı olarak, iletilecek mesajları oluşturmak için zaman bulunduğundan yüz yüze iletişimde problem yaşayan gençleri kendisine çekmektedir (Morahan, Shumacher, 2003: 662).

Gençlerin sosyal ağları tercih etmelerinin temel nedenlerinden birinin diğer kişilerle iletişim kurma, sohbet etme ihtiyacını karşıladığını vurgulayan Pelling ve White, bu ağlar sayesinde gençlerin bir yere ait olma ihtiyaçlarını karşıladıklarını söylemektedirler (Doğan, Karakuş: 60).

Sonuç itibarıyla, sosyallik açısından yeterli olgunluğa erişememiş, kendisini yalnız hisseden genç kuşaklar, sanal ortamlarda hissettiklerini dile getirmekte ve iletişime geçmede daha rahat hareket etmektedirler (Morahan, Schumacher, 2003: 663).

Z Kuşağı için fiziki alan ve sanal alan ayrımı olmayıp her ikisini birden gerçek olarak kabul ettiklerinden onlar için internette edindikleri sanal arkadaşlar da en az gerçek arkadaşları kadar gerçektir. Sosyal medyadan ve buralardaki arkadaşlıklarından etkilenme oranı yüksek olan Z Kuşağı, iletişim biçimi olarak bu ağları yoğun bir şekilde kullanmanın yanında kelimeler yerine emojiler, gif'ler, resimler ve videolar gibi görsel unsurları tercih etmektedir (Bolton, Parasuraman, Hoefnagels, Migchels, Kabadayi, Gruber, Solnet, 2013).

İletişim kurarken yazı yerine görsel unsurları tercih eden bu nesil aynı zamanda herhangi bir konuda araştırma yaparken, yeni bir şey öğrenirken yazılı bir metni okumak yerine, internet üzerinden araştırma yaparak ve yazı yerine resim ve video gibi görselleri kullanmayı tercih etmektedirler (Relander, 2014). Yukarıda da bahsedildiği gibi bilgi alma noktasında ailelerine ve okula bağımlı olmayan ve bilgi alma noktasında sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanan nesil, bilgiyi elde etmek de olduğu kadar yayma noktasında da görsel unsurları tercih etmektedir (Levickaite, 2010).

Z Kuşağı, önceki kuşakların internet kullanımından farklı olarak internette sadece tüketici konumunda yer almamakta aynı zamanda internette içerik de üretmektedirler. Kendi sayfaları üzerinden canlı yayın yaparak milyonlarca kişiye ulaşabilmektedirler. “Nano teknoloji çocukları” olarak da adlandırılan nesil, dünyayı ceplerine sığdırmaktadır. Tüm dünyayla iletişim halinde olmalarını sağlayan internet ve özellikle de sosyal medya sayesinde dünya vatandaşı olarak yetişmektedirler.

Yaşadıkları, yaptıkları şeyleri tek bir tıkla tüm dünyaya duyurup, tüm dünyada olup bitenleri tek bir tıkla öğrenebilmektedirler.

Yazışırken, söylemek istedikleri şeyleri düzenleme imkanları bulunduğundan çoğu durumda yüz yüze konuşmak yerine mesajlaşmayı tercih etmektedirler. Mesajlaşırken kullandıkları dil kendilerine özgüdür. Mesajlaşma sırasında kendilerini daha hızlı ifade edebilmek adına emojiler kullanmayı, kelimeleri kısaltmayı, daha hızlı yazabilmek adına da sesli harfleri kullanmamayı tercih etmektedirler.

Arkadaşlarıyla gerçek mekanlarda görüştüklerinde dahi, ayrıldıktan hemen sonra internet üzerinden iletişime devam edebilmektedirler.

Yukarıda da bahsedildiği gibi hızlı bir yaşam içerisinde yer aldıklarından iletişimin de hızlı olmasını istemekte bu amaçla anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanmaktadırlar.

Önceki kuşaklarla karşılaştırıldığında interneti daha bilinçli kullanan bu nesil için profillerinin gizliliği ve güvenliği önemli olduğundan güvenilir uygulamalar kullandıklarından emin olmak istemektedirler (Coşkun, 2019: 50-51).

Z Kuşağı'nın aile içi ilişkilerinin şekillenmesinde onların ebeveynleri olan X Kuşağı'nın yetiştirme koşulları önemli rol oynamaktadır. Y Kuşağını şekillendiren Bebek Patlaması Kuşağı'nın aksine X Kuşağı kendilerine katı kurallar koyan aileler tarafından büyütölmektedir. Onların ebeveynleri yoğun çalıştıklarından anne babalarıyla çok az zaman geçirmekte, okuldan eve geldiklerinde evin kapısını kendi anahtarlarıyla açmak zorunda kalan çocuklar olmaktadır. Gündelik yaşamlarını tek başlarına düzenlemek zorunda kalan X Kuşağı çoğu zaman kendi yemeklerini kendileri hazırlamak durumunda kalmaktadırlar. Hatta gün boyu dışarıda oynadıklarında onlara nerede kaldığını soracak bir ebeveynleri dahi çoğu zaman bulunmamaktadır.

Teknolojik gelişmelere paralel olarak çok kanallı, kablolu televizyon ve atari gibi video oyunları ile zamanlarını geçiren X Kuşağı için bu cihazlar gün boyu aileleri yanlarında olmayan çocuklar için birer bakıcı cihaz durumunda olmaktadır.

Çok kanallı televizyonlar sayesinde X Kuşığı farklı kültürleri, yaşam biçimlerini görerek büyümektedirler.

Tüm bunların sonucu olarak X Kuşığı büyüüp aile kurduklarında kendilerinin sahip olamadıkları evleri kurmaya, mümkün olduğunca boşanmamaya, doğru kararı verebilmek adına geç evlenmeye başlamaktadırlar. Huzurlu olarak kurmaya özen gösterdikleri evlerinde, kendi yaşadıkları yalnızlık problemini çocuklarının yaşamaması amacıyla onların mümkün olduğunca yanlarında olmaya ve evde yalnız bırakmamaya gayret göstermektedirler. Bebek Patlaması Kuşığı'nın kaliteli zaman geçirme görüşünü benimsemeyerek kaliteli zaman kadar onlarla uzun vakit geçirmenin de önemi üzerinde durmaktadırlar. Bunu sağlamak için de kimi X Kuşığı ebeveynleri mümkün olduğunca anne babadan birinin çalışmayarak çocuğun büyümesi ve eğitimiyle ilgilenilmesi gerektiğini düşünmektedir.

Teknolojinin de imkan sağlamasıyla birlikte X Kuşığı ebeveynleri çocukları üzerindeki denetimi giderek artırmaktadırlar. Bu da çocuklar üzerindeki korumacılığı önceki kuşaklarda rastlanmayacak boyutlara taşımaktadır. İnternet sayesinde anne babaların ulaştığı yeni bilgiler, forumlar ve bloklar aracılığıyla diğer anne babalarla fikir alışverişleri, bunların hepsi çocuklar üzerinde daha önce konusu bile geçmeyen yeni tehlikelerin konu edilmesine neden olmakta ve Z Kuşığı çocukları üzerindeki denetimleri daha da artırmaktadır. X Kuşığı'nın kendi çocukluk dönemlerinde yaşadıkları sokaklarda tüm gün oynama, özgürce dolaşp ailelerinin haberdar olmaması gibi bir durum onların çocukları olan Z Kuşığı için mümkün olmamaktadır. Z Kuşığı ve ebeveynleri arasında teknoloji kullanımı açısından önceki kuşaklara oranla büyük bir uçurum bulunmadığından kuşak çatışmaları daha az yaşanmakta ve ebeveynler çoğunlukla arkadaş olarak görülmektedir. Bunun yanında Z Kuşığı'nın ebeveynlerin tüketimleri üzerinde de büyük etkileri bulunmaktadır. Pek çok ebeveyn bir şey satın almadan önce çocuklarının fikrini almaktadır. Z Kuşığı çocukları önceki dönem çocuklarından farklı olarak gerçeklerle büyütölmekte, ebeveynleri tarafından gerçek dünyaya hazırlanmaktadır. Y Kuşığı çocuklarının büyüdüğü ekonomik açıdan refah ortam artık yer almadığından, orta sınıf giderek yok olmaya başladığından bu gerçeklerle büyüyen Z Kuşığı için bir iş

bulmak, kendini geçindirecek kadar para kazanabilmek endişesi küçük yaşlardan itibaren zihinlerini kurcalamaya başlamaktadır (Stillman, Stillman, 2018: 26-31).

X Kuşağı ebeveynlerinin yetiştirme tarzlarından dolayı Z Kuşağının genç üyeleri dahi birer yetiştik gibi düşünebilmektedirler (Eckleberry, Tucciarone, 2011). Bir yerlere ve bir şeylere ait olma, kabul görme, saygı görme güdöleri yüksek olan nesil giysileriyle, tarzlarıyla, saç şekilleriyle arkadaşları arasında yer edinmeye çabalamaktadır (Giovannini, Xu, Thomas, 2015: 32).

X Kuşağının temel özellikleri arasında yer alan kuşkuculuk, kötümserlik gibi duygular, onların çocuklarına aşırı ilgi göstermelerine ve baskıcı bir tavır olmasa da kontrolcü bir tavırla yaşamlarını kontrol etmelerine, garanti altına almak istemelerine neden olmaktadır. Çocuklarının güvenliğine fazla önem vermeleri, Z Kuşağını ailelerinin ilgi odağı haline getirmektedir (Capital, 2019:2).

X Kuşağı aileleri, çocukları kendi çektikleri sıkıntıları çekmesin diye gayret gösterdiklerinden onlara her konuda rehberlik etmekte, hata yapmalarını engellemek istemekte, tüm bunları da onlarla arkadaş gibi her konuda konuşarak gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Bu nedenlerden dolayı da Z Kuşağı için ailelerinin önerileri önemlidir ve onlara bağıdırlar.

Bu dönem aile yaşantılarına bakıldığında aile için rollerde değişimlerin daha da belirgin bir biçimde yaşandığı ve cinsiyetçi rollerin eskisine oranla daha esnek bir yapıda olduğu görölmektedir. Bütün bunlar da bu kuşağın karakteri üzerinde etkili olmaktadır (Coşkun, 2019: 48).

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, yine X Kuşağı ebeveynleri tarafından yetiştirilmiş olmalarının etkisiyle, bir önceki kuşakla kıyaslandığında daha tutucu bir nesildir. 13 bin lise öğrencisi ile yapılan anket sonuçlarına bakıldığında sigara, alkol ve uyuşturucu kullanım oranlarının daha düşük olduğu gözlenmektedir (Kingston, 2014).

Don Tapscott'ın "Grown Up Digital" adlı kitabında Z Kuşağında yer alan 11 bin kişiyle araştırma yapılmıştır. Yapılan bu araştırmanın sonuçlarına göre,

araştırmaya katılanların yüzde 69'u iyi görünmektense akıllı olmayı tercih etmektedir. Tapscott, kitabında Z Kuşağının karakteriyle ilgili olarak, “özgürlük, özelleştirme, doğruluk, eğlence, yenilik, hız, işbirliği, incele eleyip sık dokumak” özelliklerini sıralamaktadır (Tapscott, 2009: 6).

BBC'nin 16-22 yaş arası bireylerle gerçekleştirdiği anket sonuçları, onların en fazla “sosyal medya takıntılı ve tembel” olarak adlandırılmalarından şikayet ettiklerini ortaya koymaktadır (Rotherdam, 2017).

Z Kuşağı, iyi bir eğitim almayı, yaratıcılığını ön plana çıkarmayı, bireyselliğini, ifade özgürlüğünü, anlayış ve empati görmeyi, bilgiye çok çabuk ve ilk elden ulaşmayı önemsemekte; standart sosyal çevre meslekleri, sıkı kuralları, zamanlarını alan işleri, grup halinde çalışmayı, yaratıcılığını gösteremeyeceği sosyal ve iş alanlarını, özgüven eksikliği yaşayan kişileri önemsememektedirler (Ünal, 2017: 27-28).

David Barkowitz (2016), Z Kuşağını, ekonomik açıdan paylaşmaktan hoşlanmayan, kuralları, sınırları ve sınırlandırmaları reddeden ve aynı zamanda çevik bireyler olarak betimlemektedir.

Gerçek ve sanal dünyayı birbirinden ayırmadan bir bütün olarak algılayan Z Kuşağı, iletişim kurarken de yüz yüze iletişim ve sosyal medya uygulamaları üzerinden iletişimi bir arada kullanmaktadır.

Geleneksel kurallara ve yapılara karşı ve tamamıyla kişiselleştirilmiş bir nesil olan Z Nesli, ortak değer ve kuralların taşıyıcısı olmaktan ziyade farklı değer ve nitelikleri içinde barındıran kişilerden oluşmaktadır (Bağcı, İçöz, 2019: 247).

3.2.2.6. Alfa Kuşağı

Alfa Kuşağı, üzerinde son dönemlerde yeni yeni konuşulmaya başlanan bir kuşaktır. Demografi Uzmanı Mark McCrindle Z ve Alfa Kuşaklarını yeni gelişen kuşaklar olarak ifade etmektedir. Alfa Kuşağı kavramından bahsederek, literatüre son giren kuşağın ilk sinyallerini veren McCrindle, 1995-2009 yılları arasında dünyaya gelenleri Z Kuşağı, 2010 yılı ve sonrası dünyaya gelenleri ise Alfa Kuşağı olarak

adlandırmaktadır. Alfa Kuşağının başlatılmasında 2010 yılının seçilme nedeni, dijital çağa hakim olan pek çok icadın benzer tarihlerde gerçekleşmiş olmasıdır. Bu dönemde birinci nesil iPad dünyaya tanıtılmakta, yeni bir sosyal ağ olan “Instagram” kurulmaktadır. Kuşağa adını veren Mark McCrindle, bu kuşak tamamen yeni bir çağda doğduğundan, adlandırma yapılırken, Z Latin alfabesindeki son harf olduğundan başa dönüp A diye devam etmeyi doğru bulmadıklarını ifade ederek, tamamen yeni bir çağ olduğundan yeni bir alfabeyle geçmenin daha doğru olduğuna karar verdiklerini dile getirmektedir. Bunun sonucu olarak yeni bir başlangıç için Yunan Alfabesinin ilk harfi olan Alfa ile birlikte başka isim önerilerinin de eklendiği bir anket yapılarak isim önerileri test edilmiştir. Bu anketlerin sonucunda kuşağa Alfa isminin verilmesi kabul görmektedir. Y Kuşağının çocukları olan Alfa Kuşağı için tamamının 21. yüzyılda doğan çocuklardan oluşan ilk kuşak olduğunun altını çizen McCrindle, 21. yüzyılda nüfus içindeki oranlarının rekor seviyede ve tamamen şekillendirilmiş bir kuşak olacağını vurgulamaktadır. Gelecek 4 yıl içerisinde sayıca Bebek Patlaması Kuşağından üstün olmaları beklenen neslin pek çoğu 22. yüzyılı görmek için yaşayacaklardır. Sonuncusu 2024 yılında dünyaya gelecek Alfa Kuşağı ortalama 15 senelik bir zaman dilimini kapsamaktadır (McCrindle, 2020).

Her hafta ortalama 2.5 milyon Alfa Kuşağına yeni üye katıldığı göz önüne alındığında 2025 yılında bu neslin sayısının 2 milyara ulaşması öngörülmektedir (Bağcı, İçöz, 2019: 247).

2013-2030 arası “iPad” ile doğan ve sınırsız bilgiye sahip olan Alfa Kuşağı, ellerinden geldiğince fiziksel görüşmelerden ve doğrudan iletişim kurmaktan kaçınan bir kuşaktır. Bu kuşak, ailedeki alışkanlıktan dolayı belki de babalarıyla birlikte futbol maçı izleyecekler ancak onların asıl maçları ve arkadaşlarıyla bir araya gelmeleri bilgisayar ortamında gerçekleşecektir.

iPad ile doğup sınırsız bilgi sahibi olan bu kuşak, merak ettiklerini anne babalarına sorup öğrenmek yerine “Google”a sorarak öğrenmeyi tercih etmektedirler. İnternetin içine doğup büyüyen nesil mümkün olduğunca fiziksel görüşmelerden ve çevreleriyle direkt iletişim kurmaktan kaçınmaktadırlar. Önceki kuşakların çocukluk hayallerinin içinde bulunan bisiklet sahibi olmak bu kuşak için artık öncelikli bir

hayal olmaktan çıkmaktadır. Artık onların hayallerini “Fornite”da bir silah sahibi olmak süslemektedir. Bu da göstermektedir ki onların hayallerini artık fiziki ürünler değil daha çok sanal ürünler oluşturmaktadır (Marketing Türkiye, 2019).

Sahip oldukları ve yaşamlarının merkezine koydukları teknolojilerin tümünü kişiselleştirerek kullanacak olan Alfa Kuşağı, alışverişlerini çevrim içi yaparak diğer kuşaklara oranla daha az kişiyle fiziksel temasa geçecekler, robot arkadaşlarıyla oynamak, ders çalışmak ve muhabbet etmek, vakit harcamak onların yaşamlarının önemli birer parçası olacaktır. Çevrimiçi öğrenme yöntemleriyle birlikte aldıkları eğitim günümüzdekinden daha farklı olan Alfa Kuşağı, eğitimlerinin ilerleyen dönemlerinde de uzaktan eğitim uygulamalarıyla eğitim almaya devam edecek gibi görünmektedirler. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda, bu nesil diğerleriyle karşılaştırıldığında daha az konuşan, çevrelerindeki diğerleriyle daha az sohbet eden, gerek duyulmadıkça fiziksel buluşmalar yerine sanal buluşmaları tercih eden bir kuşak görünümünde olacaktır (Erdör, 2018: 2).

Pek çoğu Y Kuşağının çocukları olan ve evlerin en küçük üyeleri olan Alfa Kuşağı, teknolojinin içine doğan bir nesil olarak ortalama 2 yaşlarında bilgisayar destekli sistemleri ve tabletleri kullanmaya başlamaktadırlar. İlkokul çağına geldiklerinde teknolojik cihazların birçoğunu kullanmayı öğrenmiş olan bu neslin çocukları 8 yaşına gelmeden önce en az bir kere internete girmiş bulunmaktadır (Oblinger, 2003).

Üç boyutlu ekranlarla büyüyen yaşamlarının her alanında ekranla karşılaşan Alfa Kuşağının beyin yapıları diğer kuşaklardan farklı çalışmaktadır. Bu nesil, yapay zeka ile arkadaşlık eden, sanal ortamlardaki oyunları oynayarak arkadaş olabilen kişilerdir (Januariyansah, 2018).

Dijital ekranlarına dokunarak, basit parmak hareketleri ve komutlar ile bilgiye kolayca erişebilecekleri cihazların içinde büyüyen Alfa Kuşağı bu kolaylığa alışmaktadır. Eğlence araçları ve oynadıkları oyuncaklarının da pek çoğu dijital ekranlardan oluşan bu çocuklar, her konuda bilgisayar kullanarak sorunlarını halletmeye alışarak büyüdüklerinden fiziksel aktivitede bulunmaktansa dokunarak

pek çok bilgiye ve eğlenceye ulaşmayı tercih etmektedir. Sürekli hareketli görüntüye alışan bu çocukların dikkatlerini çekebilmek güç olmaktadır ve dikkatleri çok çabuk dağılmaktadır (Hartman, vd, 2005).

Yaşamları bilgisayar ve yapay zeka uygulamalarıyla şekillendiğinden durağanlaşan Alfa Kuşağı, gündelik hayatlarında kağıt ve kalem yer almasına rağmen dokunmatik cihazlara alıştıklarından bunları kullanmaya istekli olma konusunda sıkıntı yaşamaktadırlar. Pek çok şeyi internet üzerinden yapmaya alışık olduklarından yazı yazma noktasında üşengeç davranmaktadırlar (McCrindle, 2018).

Alfa Kuşağı, ellerinde tabletleriyle büyüyen bir nesil olarak akıllı telefonları ya da saatleri olmadan yaşayamayacaklardır. Yeni teknolojiler ile ilk tanışacak olan kuşak, herhangi bir düşüncüyü saniyeler içerisinde çevrimiçi ortamlarda paylaşabilme becerisine sahip olacaklardır (Sterbenz, 2015). Alfa Kuşağı kendilerini çevreleyen ekranlardan ve uygulama tabanlı oyunlardan dolayı dijital okuryazarlıkları gelişecek, ekran başında daha uzun süreler geçirecek ancak bunun sonucu olarak daha az sosyal oluşum içinde yer alacaklardır. Teknolojinin hızlı gelişimine paralel olarak kendilerinden önceki pek çok şeyi kullanmaya alışık olmayacaklardır. Geleneksel sözlükler, sokak rehberleri, DVD oynatıcılar, analog bir saat ve bu saatin alarmını kurma, bir cihaz olarak radyo Alfa kuşağı tarafından kullanılmayacaktır. Gelecekte yalnızca tekno-etkin oyuncaklarla oynayacak olan bu kuşak için ebeveynlerin birçoğu anti-sosyal etkilerinin olacağı konusunda endişeli görünmektedirler. Alfa Kuşağı sadece evde değil, kreşlerde ve okullarda da eğitici oyuncaklarla oynayacaklar, eğitimleri önceki nesillerden 3-4 sene daha önce başlayacak bu nesil için var olan bu durum yaşam becerileri konusunda eksikliğe neden olabilecektir (McCrindle, 2020).

Dünyayı sınırları bulunmayan bir yer olarak algılayan Alfa Kuşağı, bilgiye kolay ve hızlı bir biçimde ulaştığından girişim bakımından en etkin kuşak özelliğine sahip olmaktadır. İletişimi teknolojik cihazları kullanarak gerçekleştirecekleri için insanlarla fiziksel temasa gerekmedikçe geçmeyeceklerdir. Doğdukları andan itibaren bilgisayar teknolojileriyle iç içe olan kuşak, klavyeyi iyi kullandıklarından yazarak anlaşılmayı tercih edeceklerdir. Yapay zeka uygulamalarının gelişmesiyle

birlikte robot arkadaşlar edinerek sosyalleşmelerini onlarla gerçekleştireceklerdir (Sivrikaya, 2019: 248).

Alfa Kuşağının teknolojisi akıllı telefonlar, tabletler, video oyunları, sürücüsüz trenler, otonom arabalar, akıllı cevap veren hoparlörler olarak tanımlanmaktadır. Tüm bunlar kendi nesilleri içinde gelişen ve gelişecek olan teknolojik cihazlar ve bu kuşağın tüm bildikleri bunlardan oluşmaktadır. Teknolojik gelişmelerin çok hızlı yaşandığı bir dönemin çocukları olan nesil, en genç yaştan itibaren ekran önüne yerleştirilmekte ve yıllar boyunca ekrana maruz kalmaktadırlar. Bu durumun sonucu olarak dikkat süreleri Z Kuşağının dahi altında kalan nesil için eğitimde eğer başarılı olunması isteniyorsa oyunlaştırılmalıdır. Onların bu denli ekrana ve teknolojiye maruz kalmaları yaşamları üzerinde büyük etkiler yapacaktır. Konuşmayı dahi öğrenmeden ekranla etkileşime geçip bu cihazları öğrenmeye başlayan nesil için sosyalleşmenin bozulması önemli bir problem olarak görülmelidir. İyileşen yaşam koşullarına ve yetişme ortamlarına paralel olarak fiziksel olgunluğa daha erken girecek olan nesil için bu durumun olumsuz sonuçları da yaşanacaktır. Ergenlik süreci hem daha erken başlayacak hem de daha uzun sürecektir (McCrindle, 2020).

Henüz pek çok üyesi doğmamış, doğanları ise henüz bebelik ya da çocukluk çağında olan Alfa Kuşağı üzerine sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Yeni yeni araştırmaların yoğunlaşmaya başladığı bir kuşak olan Alfa Kuşağının özellikleri, yaşanan son on yıldaki gelişmelere paralel olarak ve çok genç olan üyeleriyle ilgili edinilmeye başlayan bilgilerle birlikte onların gençlik dönemleriyle ilgili araştırmacılar tarafından tahminler yürütülmektedir.

Alfa Kuşağının hayatı boyunca yaklaşık altı farklı kariyere sahip bir kuşak olarak kuşaklar arasında en çok iş değiştiren bireyler olacaklarını öngören Sutter, eğitim açısından da kendilerinden önceki kuşakları geçeceklerini, eğitim sürelerinin daha da uzamasına paralel olarak daha da geç para kazanmaya başlayacaklarını, bu nedenle de genç yetişkinlik dönemlerinde hala ailelerinin yanında yaşıyor olacaklarını ifade etmektedir (Sutter, 2016).

McCrindle ise Alfa Kuşağının yaşamı süresince 17 defa iş değiştireceği, beşin üzerinde kariyere sahip olacağı ve evini 15 kez değiştireceği tahmininde bulunmaktadır (Sivrikaya, 2019: 248).

Alfa Kuşağını çevreleyen dünyaya bakıldığında, çevrelerinin ve ailelerinin demografik bilgileri onların gelecekleri hakkında ileriye dönük tahminler vermede yardımcı olmaktadır. Alfa Kuşağının ebeveynleri yaş olarak önceki kuşaklardan daha büyük, hem aileleri hem içinde yaşadıkları sosyal çevreleri kültürel açıdan daha çeşitli, sosyo-ekonomik açıdan daha zengin, aileleri üye sayısı bakımından daha küçük, yaşam beklentileri açısından daha uzun yaşamayı hedeflemektedirler. Alfa Kuşağının ebeveynleri olan Y Kuşağı daha sık hareket eden, daha fazla seyahat eden, kariyer gelişimleri açısından bakıldığında donanımlı ve maddi açıdan da kendilerini donanımlı hale getirmiş, teknolojik cihazların kullanımı açısından da donanımlı ebeveynlerdir. Bunun sonucu olarak Alfa Kuşağının önceki kuşaklara oranla teknolojiye ve bilgiye daha fazla erişim imkanları bulunmaktadır (McCrindle, 2020).

Alfa Kuşağı, çocukluk dönemine bakarak, şüana kadarki en resmi eğitilmiş, gelişimi teknolojik gelişmeler tarafından en çok sağlanan, şüana kadar dünyanın en zengin kuşağı olma potansiyeline sahip bir kuşak olarak görülmektedir (Williams, 2015).

Toledo, Albuquerque, Magalhaes, Alfa Kuşağının dil bariyerinin kırılması noktasında öncü bir kuşak olacağını dile getirmektedirler. İngilizcenin egemenliğini yok ederek küresel iletişim sayesinde farklı kültürlere daha kolay ulaşılmasını sağlayacaklarını ifade etmektedirler. Bunun sonucu olarak da eğitim sisteminde önemli değişimler meydana gelmesi beklenmektedir (Reis, 2018: 11).

Alfa Kuşağı da Z Kuşağı kardeşleri gibi iklim değişiklikleri ve büyük siyasal mücadelelerin olduğu bir ortamda yaşamlarını sürdürmektedirler. Alfa Kuşağının yetişkinlik dönemlerine gelindiğinde bir arabaya ya da ehliyete muhtemelen ihtiyaç duymayacaklardır. “Uber” gibi, sürücüsüz arabalar gibi pek çok teknolojik yenilik yaşamları içinde olacaktır. Yine yetişkin olduklarında sınavları hiçbir zaman yazılı bir şekilde yapılmayabilir ve geleneksel bir sandıkta hiçbir zaman oy

kullanmayabilirler. Dijital olarak fazlasıyla robotik bir çağa geçilirken kişiler arası ilişkilerin Alfa Kuşağı için hiç olmadık kadar önemli hale gelmesi beklenmektedir (McCrindle, 2020).

Y Kuşağının küçük çocukları ve Z Kuşağının küçük kardeşleri olan Alfa Kuşağını anlamak geleceği temsil ettiklerinden dolayı önemlidir. Şuanda en genç nesil olmalarına rağmen ebeveynlerinin marka ve satın almaları üzerinde etkileri bulunmaktadır. Sosyal medya ortamını şekillendirip, popüler kültürü etkileyecek ve geleceğin yüksek tüketicilerini oluşturacak olan bir nesildir. Şuan en büyüğü ilkökul öğrencileri olan bu nesil, 2030'lara gelindiğinde en büyüğü yetişkinliğe geçerek iş gücü ve aile oluşumuna hazır hale gelecek.

Günümüzde Y Kuşağı da aile kurup birer ebeveyn olmaktadır. Onların ebeveynliklerini anlamak için yine onların ebeveynleri olan Bebek Patlaması Kuşağına bakmak gerekmektedir. Önceki bölümlerde anlatıldığı gibi Bebek Patlaması kuşağı çocuklarına yoğun özgüven aşılama ve rekabetçi bir ortamda büyötmektedir. Her biri çocuklarının diğerlerinden farklı ve eşsiz olduğunu düşünmektedir. Çocuklarına kendi ebeveynlerinde gördükleri gibi hoşgörü ve demokratik bir biçimde yaklaşmakta ve bunu bir adım öteye götürerek aile içindeki herkesin söz hakkının olduğu aile içi demokrasiler oluşturmaktadırlar. Y Kuşağı üyeleri sayıca X Kuşağından daha fazla olduğundan ve interneti daha fazla kullanıp, dönemlerinde sosyal medya gibi uygulamalar bulunduğundan buralarda diğer ebeveynlerle bir araya gelmekte, birbirlerine sürekli tavsiyeler vermektedirler. Mükemmeliyetçi özelliklerini bu platformlara da taşımakta ve sosyal medyadan mutlu, mükemmel birer aile olduklarını gösteren içerikler oluşturmaya başlamaktadırlar. Bu mükemmeliyetçiliği yakalayabilmek adına ebeveynlerden biri çalışmamayı tercih ederek tüm zamanını çocuklarına ayırmaktadır (Stillman, Stillman, 2018: 35-36).

Z ve Alfa Kuşaklarının özellikleri düşünüldüğünde, hem birbirlerine yakın zaman aralıklarında dünyaya gelmesi, hem de genellikle aynı aile içinde kardeş olma özelliklerinden dolayı benzer özellikler sergiledikleri de görölmektedir. Forbes yazarı Dan Schawbel (2014), Z ve Alfa Kuşaklarının birbirine benzeyen özelliklerini

sıralamaktadır. Bu özellikler, her iki nesil de öncekilere kıyasla daha girişimci olmaktadır, teknolojiye olan ilgileri, bağlılıkları ve teknolojiyi kavrayışları çok yüksek ve teknolojisiz bir dünyayı düşünememektedirler, alışverişlerini önceki kuşaklara kıyasla daha fazla çevrim içi gerçekleştirip daha az kişiyle etkileşim kurma eğilimindedirler, ebeveynleri olan X ve Y Kuşakları tarafından fazlasıyla şımartılan iki kuşak da kendilerini özel olarak düşünmektedirler, iyi eğitilmiş ve yaşama hazır kişiler olarak kendilerine yeterek büyük güçlüklerle baş edebilmektedirler.

Alfa Kuşağı, küreselleşmenin, göçlerin ve giderek küçülen bir dünyanın çocukları olarak ırk ve kültürel çeşitliliği en fazla yaşayan kuşak durumundadır. Çeşitli etnik gruplarla bir arada büyüyen, eğitim alan, çalışan bu kuşağa bu durumun katkıları arasında olayları değişik açılardan görebilme, kültürel çeşitliliği kabul ve eleştirel düşünebilme yetenekleri erken yaşlardan itibaren edinebilme yer almaktadır. Alfa Kuşağı çocukları aileleri tarafından devamlı araştırılarak, özen ve ilgi gösterilerek büyüyen çocuklar olduklarından pek çok kaynaktan “oluşturulmuş kuşak” olarak geçmektedir. Tüm bunlar onların kendilerini özel ve biricik hissetmelerine neden olmaktadır. Doğdukları andan itibaren sosyal medyada fotoğraflarının paylaşılması, sürekli beğeni almaları, her anlarının aileleri tarafından kaydediliyor olması ve tek çocuklu ailelerde daha titiz ve yoğun sevgiyle büyütülmesi de bu durumu desteklemektedir. Z Kuşağına oranla dikkat süreleri özellikle de ekran karşısında uzayan bu kuşak, dikkatini çeken bir videodan sıkılmadan, onu tekrar tekrar izleyebilmektedir. Ancak, bebekliklerinden itibaren birden fazla duyu organlarına seslenen uygulamalarla yetiştiklerinden, tek duyu organına seslenen uyaranlardan çabuk sıkılmaktadırlar. İnsandan çok ekrana bağlı olan bu kuşak her konuda insandan önce ekrana ihtiyaç duymaktadır (www.egitimkolektifi.com).

Doğadan, hayvanlardan, bitkilerden uzak yetişen bu kuşak, insanlarla da paylaşmayı sevmeyen, benmerkezci bir kuşak özelliği göstermektedirler. Hafızalarında gereksiz buldukları bilgileri tutmayarak, ihtiyaç duyduklarında bilgilere internetten kolaylıkla ulaşabilecekleri bilinciyle anlık öğrenmeyi tercih etmektedirler (İnovax, 2018).

Hayatlarının temel parçalarından biri olan sanal gerçeklik aracılığıyla ile arkadaşlarıyla oyun oynamayı, ders çalışmayı, sohbet etmeyi tercih eden bir kuşak olan Alfa Nesli bu nedenle arkadaşlarıyla ve diğer insanlarla daha az fiziksel temas halinde bulunmaktadır (Sigorta Dünyası, 2019).

Eski dönemlerde yetişkinlik yaşamı, evlilik, çocuklar, ev satın alma ve kariyerle ilgiliyken, Alfa Kuşağı için kariyer ön planda olduğundan eğitimleri daha uzun sürecek, bu nedenle daha geç gelir elde etmeye başlayacaklar ve yine bu nedenle aileleriyle daha uzun süre bir arada yaşayacaklardır. Bu nedenle ebeveynlik rolü eskiye kıyasla daha geniş bir yaş aralığını kapsayacak ve çocuklarının bakımlarını 20'li yaşların sonlarına kadar üstlenmek durumunda olacaklardır. Önceki kuşaklara oranla küresel bağlılığı en yüksek olan kuşak, küresel çalışacak, ülkeler arasında sık seyahat edecek ve yukarıda da bahsedildiği gibi çoklu kariyere sahip olacaklar. Şimdiki çağda olduğu gibi gelecekte de çalışma önemli olacağından Alfa Kuşağı 18 farklı kariyere sahip olacak ve bunların yüzde 65'i şuan mevcut olmayan işlerde çalışacaklar. Tamamıyla yeni teknolojilerle, yeni endüstrilerde, nano teknoloji, siber güvenlik, otonom, ulaşım ve sanal gerçeklik alanlarında kariyerlerini gerçekleştirecekler. Gelecek zamanda sadece teknolojik gelişmeler değil aynı zamanda demografik gelişmelerin de yaşanması öngörülmektedir. Daha zengin ebeveynler, yeni çocuk bakım hizmetleri, yeni bakıcı rolleri, yaşlanan nüfusa yeni roller açmak, yaşlı bakım sektörü, kültürel çeşitliliği artan aile yapıları gibi değişimlerin hepsi birden endüstriyel alanda yeni taleplerin doğmasına neden olacaktır.

Alfa Nesli, taşınabilir çağda, cihazlarla şekillenen ilk kuşak olduğundan çoğu için emzikleri bir çingirak ya da bir dizi anahtar yerine akıllı telefon ya da tablet cihazlardır. Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir araştırma, 8-12 yaş arasındaki çocukların bir günlerinin 4 saat 44 dakikalarını ekran karşısında eğlence amaçlı geçirdiklerini ortaya koymaktadır. 13-18 yaş arasındakiler için bu süre 7 saat 22 dakikaya çıkmaktadır. Alfa Kuşağı, "iPhone", "Youtube", "IPad", "Instagram" dünyasına doğan bir kuşak olarak, onlarda çoklu tarama davranışlarının artması beklenmektedir. Siber zorbalık, ekran bağımlılığı konuları yeni nesil ebeveynlerin

baş etmeleri gereken sorunlar arasında yer almaktadır. Y Kuşığı ebeveynleri, kendileri de dijital dünyada yetiştiklerinden Alfa Kuşığının bu problemlerini çözme konusunda yeteneklidirler. Günümüzde Y Kuşığı çok çalıştığından, Alfa Kuşığı çocuklarının bakıcılığını Bebek Patlaması Kuşığı büyükanne ve büyükbabalar yapmaktadır. Y Kuşığı ebeveynleri, Alfa Kuşığını gelecekleri için yatırım yapmaya teşvik etmekte ve onların eğitimlerine gereken önemi vererek becerilerini geliştirmeye çalışmaktadırlar (McCrindle, 2020).



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Z VE ALFA KUŞAKLARININ AİLE İÇİ İLİŞKİLERİNDE İLETİŞİM BİÇİMLERİ VE MEDYA TERCİHLERİ

4.1.Amaç ve Yöntem

4.1.1. Amaç

Bu araştırmada medyadaki teknolojik gelişmelerin Z ve Alfa Kuşağı çocukları ile aileleri arasındaki ilişkileri ve onların serbest zamanlarını nasıl etkilediğinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

Araştırmada bu iki kuşağın özellikle seçilmesinin nedeni, dijital yerliler olmaları, özellikle Alfa Kuşağı üzerine yapılan araştırmaların sınırlı olması ve Z kuşağından Alfa kuşağına kadar olan kısa süreli dönemde iletişim ve medya kullanma biçimleri üzerindeki değişimleri ortaya koyarak Alfa Kuşağının gençlik dönemlerinde bu değişimlerin hangi yönde ilerleyerek nasıl bir dönüşüm yaşanacağı üzerinde çıkarımlarda bulunabilmektedir.

Bu çalışmanın önemi, iki kuşağı, bu boyutlarıyla karşılaştırıp anlamaya, gelecekte nasıl olacağını araştırmaya yönelik bir ön çalışma niteliği taşıyacak olmasıdır. Bu sayede Alfa Kuşağının gençlik dönemlerine gelindiğinde iletişim kurma becerileri ve tercihleri üzerine yapılacak araştırmalara ışık tutması hedeflenmektedir.

Çalışmadaki amaç, iki kuşağın iletişim kurma, iletişime geçme konusundaki farklılıklarını ortaya koyarak son iki kuşak olarak kabul edilen Z ve Alfa Kuşaklarının diğer kuşaklardan ne denli farklı olduklarını gösterebilmektedir.

İletişim kavramı geniş bir kavram olduğundan, bu farklılıkları ortaya koyma noktasında daha somut veriler elde edebilmek için inceleme alanı, birincil tür ilişkiler olan aile içi iletişim ile sınırlandırılmaktadır.

Yeni medya teknolojilerinde yaşanan gelişmelere de paralel olarak günümüzde bireyler, özellikle de genç kuşak olarak adlandırdığımız Z ve Alfa

Kuşakları, zamanlarının büyük çoğunluğunu bu teknolojinin ürünleri ile geçirmektedir. Bu durum onların fiziksel olarak yakınlarında bulunan kişilerle iletişimlerinin aksamasına neden olmaktadır. Bu etki kendisini yoğun olarak aile içi ve arkadaş ilişkilerinde de göstermektedir. Bu da bireylerin yüz yüze ilişkilerinden zaman içerisinde uzaklaşarak cep telefonu, tablet, bilgisayar gibi aracılı iletişim yöntemleriyle iletişime geçmelerini artırmaktadır. Bu çalışmada bu problem durumundan yola çıkarak bu teknolojilerin birincil tür ilişkilerden biri olan aile içi ilişkileri nasıl etkilediği ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Alfa Kuşağını ve bu iki kuşak arasında iletişim temelli farklılıkları tanımlayabilmek ve bu farklılıkları ortaya çıkarma ihtiyacının olması bu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu konuyla ilgili literatür tarandığında yapılan çalışmaların yeterli düzeyde olmaması, direkt Z ve Alfa Kuşaklarını bu bağlamda içeren konuların azlığı, çalışmanın yapılmasına temel oluşturmaktadır.

Çalışma, benzer dönemlerde doğan insanların birbirine benzer kişilik özelliği gösteren bireylerden oluşacağı görüşünü benimseyen kuşak teorileri varsayımına dayanmaktadır. Aynı zamanda bu çalışma, yeni dönem kuşak teorisyenlerinin, hızla gelişen ve dönüşen teknolojik gelişmelerin bireylerin iletişim kurma biçimleri üzerinde etkili olduğu varsayımını da kabul etmektedir.

Çalışmanın incelenen konu bağlamında cevap aradığı sorular şu şekilde sıralanmaktadır;

1. Medyada meydana gelen teknolojik gelişmelerle birlikte aile içi ilişkilerde ne gibi farklılıklar meydana geldi?
2. Medyadaki teknolojik gelişmeler aile üyelerinin serbest zaman etkinlikleri üzerinde ne gibi farklılıklar yaşanmasına sebep oldu?
3. Kuşak teorileriyle ilgili varsayımlar kabul edildiğinde medya teknolojilerinde yaşanan değişimler kuşaklar üzerinde nasıl bir etki yarattı?
4. Kuşak teorileriyle ilgili varsayımlar kabul edildiğinde Z ve Alfa kuşakları bu bağlamda diğer kuşaklardan ne gibi farklılıklar taşımaktadır?

4.1.2. Yöntem

Bu çalışma, araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi temelinde gerçekleştirilmektedir.

Nitel araştırma, insanların yaşam biçimlerini, hikayelerini, davranış biçimlerini, örgütsel yapılarını ve toplumsal değişimleri anlamaya yönelik bir yöntemdir. İstatistiki verilere dayanan nicel araştırmanın aksine, insanların olayları nasıl nitelendirdikleri üzerinde durmaktadır (Strauss ve Corbin, 1990: 63).

Sosyal olguları araştırırken nitel araştırmaların durumu anlamak açısından daha detaylı ve açıklayıcı sonuçlara ulaşmayı sağladığından çalışmada bu araştırma modeli tercih edilmektedir. Nitel araştırmada nicel araştırmalarda olduğu gibi veriler sayılara indirgenmemektedir. Bu veriler üzerinde bazı sayısal analizler yapılmakla birlikte genellemelere ulaşmak gibi bir amaç taşımamaktadır. Nitel araştırmanın verileri daha sonra yapılacak nicel araştırmalara veri oluşturabileceği gibi daha önce yapılmış bir nicel araştırmada ulaşılan sonuçların neden ve nasıl'larına ulaşmak amacıyla da uygulanmaktadır.

Nitel araştırmada önemli olan sayısal verilerden öte bireysel farklılıkları ortaya koyabilmektir (Yıldırım, Şimşek, 1999: 46).

Araştırma deseni olarak nitel araştırma modelinin içinde yer alan durum çalışması deseni kullanılacaktır.

Teknik olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmaktadır.

Derinlemesine görüşme, seçilen konunun tüm yönlerini kapsayan, çoğunlukla açık uçlu soruların yöneltildiği, bu sayede daha detaylı cevapların alınmasını sağlayan, bire bir, karşılıklı görüşülerek bilgilerin toplandığı nitel araştırma tekniğidir.

Derinlemesine görüşme, sosyal bilimlerin tüm alanlarında olduğu gibi başka birçok alanda da tercih edilen profesyonel bir tekniktir (Kahn, 1983:5).

Nitel araştırmalarda sık kullanılan bu teknikte, görüşmeciler kendilerini birinci elden ifade edebilme şansına kavuşmaktadırlar. Araştırmacı da aynı şekilde, görüşme yaptığı kişileri birinci elden inceleme, çözümleme, onların anlam dünyalarına inebilme, içinde bulundukları özel durumlara ait duygu ve düşünceleri derinlemesine anlayabilme imkanına kavuşmaktadırlar (McCracken, 1988: 9).

Görüşmeyi yapan kişinin sürece aktif olarak katılması derinlemesine görüşmeyi diğer görüşme türlerinden ayırmaktadır. Bu teknikte görüşmeci de görüşme yapılan kişi de aktif bir biçimde yer almaktadır (Johnson, 2002: 109).

Ailelerle gerçekleştirilen bu görüşmeler, daha önceden belirlenmiş bir dizi soru ve yanıtı içeren yapılandırılmış görüşmelerdir.

Yapılandırılmış görüşmede amaç, görüşme yapılan kişilerin verdikleri bilgiler arasındaki farklılıkları ve paralellikleri saptayarak bunlar arasında karşılaştırma yapabilmektedir (Yıldırım, Şimşek, 2013: 130).

Görüşme sırasında hem önceden hazırlanan sorular sorulmakta hem de daha detaylı bilgi alabilmek amacıyla görüşmenin gidişatına göre ek sonda sorular yöneltilmektedir (Yıldırım, Şimşek, 2013:140-141).

Bu çalışmada da derinlemesine görüşme sırasında katılımcılara önceden hazırlanan sorunların yanında daha detaylı veriler alabilmek adına hazırlanan sorulara ek sonda sorular yöneltilmektedir.

Çalışmanın sonuçları betimleme yöntemi kullanılarak değerlendirilmektedir.

Betimleme yönteminde, elde edilen veriler, daha önce belirlenen temalar doğrultusunda özetlenerek yorumlanmaktadır. Bu yöntemde, görüşülen kişilerin düşüncelerini etkili bir biçimde ve doğrudan verebilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık yer verilmektedir. Amaç, elde edilen bulguları düzenli ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunabilmektir.

Betimsel analizde özetlenen ve yorumlanan veriler, detaylı bir incelemeden geçirilmektedir. Çalışmada bazı verileri daha iyi yorumlayabilmek amacıyla somut veriler tablolastırılarak sunulmaktadır. Bu tablolarda kullanılan sayısal verilerin amacı nicel yöntemlerde olduğu gibi genellemelere ulaşmak amacıyla değil, tablolar aracılığıyla ve sayısal değerlerle sonuçlara somutluk katabilmek ve anlaşılabilirliği kuvvetlendirmek amacıyla yapılmaktadır. Bu amaçla, birbirine benzeyen veriler, belirli kavramlar çerçevesinde bir araya getirerek okuyucunun rahat anlayabileceği bir biçimde düzeyip yorumlamaktır.

Çalışmanın evrenini Z ve Alfa kuşağındaki kişilerin aile bireyleri oluşturmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılacağı için örnekleme yöntemi olarak “Kartopu/Zincir Örnekleme” seçilmektedir.

Nitel araştırmaya dayalı örneklem seçimlerinde nicel örneklem yaklaşımlarının aksine temel amaç, araştırmanın konusu içerisinde yer alan kişi, olay ya da durumla ilgili ve belirli bir amaç doğrultusunda derinlemesine bilgi toplamaktır (Maxwell, 1996: 87). Bu nedenle örneklem seçimi nicel araştırmadaki örneklem seçimlerinden daha farklı biçimlerde belirlenmektedir.

“Kartopu/Zincir rnekleme” örneklem seçim yöntemi gereğince, ebeveynler seçilirken heterojen yapıya dikkat edilerek eğitim, sosyo-ekonomik durumları farklı aileler olmasına zen gösterilerek 16 aile seçilmektedir. Görüşme yapılan ailelerin ortak noktaları hepsinin Z ve Alfa Kuşaklarında çocuklarının olması ve bu çocukların televizyon, internet, tablet ve akıllı cep telefonları gibi yeni medya teknolojilerini aktif olarak kullanıyor olmalarıdır. Bu çalışmada toplamda 30 kişiyle görüşmektedir. Bu zellikleri taşıyan ailelere ulaşırken, “Bu konuda en çok kimler bilgi sahibi olabilir? Bu konuyla ilgili olarak kim ya da kimlerle görüşmemi önerirsiniz?” gibi sorular, ulaşılan katılımcılara sorularak, ulaşılmak istenilen özellikteki görüşmecilere ulaşılması amaçlanmaktadır (Yıldırım, şimşek, 2016:122).

Seçilen ailelerin sosyo-ekonomik açıdan çeşitliliğini sağlamak amacıyla öncelikli olarak üç farklı düzeyde aileler seçilip, diğer ailelere, bu ailelelerden yola çıkarak ulaşılmaktadır.

Alfa kuşağı olarak 2-7 yaş arası çocuğu ve Z kuşağı için 14-20 yaş arası çocuğu olan ebeveynler seçilmektedir. 14-20 yaş aralığının seçilme nedeni kuşak farklılıklarını net görebilmektir. Bu nedenle Z kuşağının yaşlıları tercih edilmektedir.

Bu ebeveynlere Z kuşağındaki çocuklarının 2-7 yaş aralığındaki durumlarıyla ilgili sorular da sorularak şuan ki 2-7 yaş arasındaki çocuklarından belirlenen araştırma kapsamındaki temel özelliklerle ilgili farklılıkları ortaya çıkarmayı amaçlayan sorular yöneltilmektedir.

Yapılan bu görüşmelerde iki kuşağın iletişim temelli kriterleri aranmaktadır. Araştırma yapılan alandaki farklılıklar tutumları, seviye yaklaşımlarını, alışveriş anlayışını, oyun oynama ve iletişim kurma gibi özellikleriyle bilgiye erişim tercihlerini nasıl etkilediği noktalarından çalışmanın soruları cevaplandırılmaya çalışılmaktadır.

4.2. Araştırmanın Bulguları

4.2.1. Nicel Bulgular

Nicel bulgular başlığı altında katılımcıların demografik bilgilerine ve görüşme sırasında sorulan sorulara verdikleri ortak cevaplara yer verilmiştir.

Görüşme toplam 16 aile ve 31 kişi ile yapılmıştır. Görüşmeye 16 anne ve 15 baba katılmıştır. Bir ailede anne ve baba ayrı olduklarından görüşme, çocuklar anne ile birlikte yaşadığından anne ile yapılmıştır.

Tablo 1
Görüşmeye Katılan Ebeveynlerin Yaş Ortalaması

Statüsü	Yaş Ortalaması
Anne	44
Baba	42

Görüşme yapılan ailelerdeki annelerin yaş ortalaması 42, babaların yaş ortalaması 44 olarak belirlenmektedir.

Tablo 2
Görüşmeye Katılan Ebeveynlerin Eğitim Durumları

Eğitim Durumu	Anne		Baba	
	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde
İlköğretim	2	12,50%	0	0%
Lise	5	31,50%	6	40%
Lisans	2	12,50%	6	40%
Doktora ve Üzeri	7	43,75%	3	20%
Toplam	16	100%	15	100%

Görüşmeye katılan annelerin %12,5'i ilköğretim, % 31,5'i lise, % 12,5'i lisans, % 43,75'i de doktora ve üzeri eğitim seviyesine sahiptirler. Görüşmeye katılan babaların % 40'ı lise, % 40'ı lisans, % 20'si ise doktora ve üstü eğitim seviyesine sahiptirler.

Tablo 3
Görüşmeye Katılan Ebeveynlerin Aylık Ortalama Gelirleri

Aylık Kazanç	Aile Sayısı	Yüzde
5 bin ve altı	4	25%
6 bin-10 bin arası	3	18.75%
11 bin-20 bin arası	5	31.25%
21 bin ve üstü	4	25%
Toplam	16	100%

Görüşme yapılan ailelerin aylık toplam gelirlerine bakıldığında % 25’i aylık gelirlerinin 5 bin lira ve altında olduğunu; % 18.75’inin 6 bin ve 10 bin lira arası olduğunu; % 31.25’i 11 bin ve 20 bin lira arasında olduğunu; % 25’i ise 21 bin lira ve üzerinde olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 4
Görüşmeye Katılan Ebeveynlerin Çalışma Durumları

Çalışma Durumu	Anne		Baba	
	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde
Çalışıyor	11	68,75%	14	93.3%
Çalışmıyor	5	31,25%	1	6,60%
Emekli	0	0%	0	0%
Toplam	16	100%	15	100%

Görüşmeye katılan annelerin % 68,75’i çalışırken % 31,25’i herhangi bir iş yerinde çalışmamaktadırlar. Görüşmeye katılan babaların %93.3’ü çalıştığını belirtirken; % 6,6’sı şuan herhangi bir iş yerinde çalışmadığını ifade etmektedirler.

Tablo 5
Görüşmeye Katılan Ailelerin İlk Sıralarında Yer Alan Medya Teknolojileri

Medya Teknolojileri	Anne		Baba		Z Kuşağı Çocuk		Alfa Kuşağı Çocuk	
	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi sayısı	Yüzde	Kişi sayısı	Yüzde	Kişi sayısı	Yüzde
Televizyon	8	50%	7	47%	0	0%	7	43.75%
Cep Telefonu	4	25%	5	33%	10	62.50%	2	12.5%

Bilgisayar	4	25%	3	20%	6	37.50%	1	6,25%
Tablet	0	0%	0%	0%	0	0%	6	37.5%
Toplam	16	100%	15	100%	16	100%	16	100%

Görüşmeye yapılan ailelerin medya teknolojilerini tercih sıralarına bakıldığında katılımcı annelerin % 50'sinin ilk sırasında televizyon; %25'inin cep telefonu; % 25'inin ilk sırasında ise bilgisayar yer almaktadır. Katılan babaların % 47'sinin ilk sırasında televizyon; % 33'ünün cep telefonu; % 20'sinin ilk sırasında bilgisayar yer almaktadır.

Ebeveynlerin aktarımlarına göre belirlenen Z ve Alfa Kuşağı çocukların en çok kullandıkları medya teknolojilerine bakıldığında Z Kuşağının % 62,5'inin ilk sırasında cep telefonu; % 37.5'inin ilk sırasında bilgisayar gelmektedir. Alfa Kuşağında yer alan çocuklarla ilgili verilen bilgilere bakıldığında % 45.75'inin ilk sırasında televizyon; % 37.5'inde tablet; % 12.5'inde cep telefonu; % 6,25'inde bilgisayar yer almaktadır.

Tablo 6

Katılımcılar İçin Aile Kavramının Anlamı

Aile Kavramının Anlamı	Kişi Sayısı	Yüzde
Güven	6	19,35%
Yorucu, Emek, Fedakarlık	9	29,03%
Mutluluk, Huzur	3	9,67%
Dayanışma, Yardımlaşma	6	19,35%
Destek, Güç, Ekip	2	6,45%
Vazgeçilmez ilkim	2	6,45%
Olmazsa olmazım	3	9,67%
Toplam	31	100%

Görüşmeye katılan ebeveynlerin % 29,03'ü için aile kavramını “yorucu, emek, fedakarlık” olarak ifade ederken; % 19,35'i “güven”; % 19,35'i “dayanışma, yardımlaşma”; % 9,67'si “mutluluk, huzur”; % 9,67'si “olmazsa olmazım”; % 6,45'i “destek, güç, ekip”; % 6.45'i de “vazgeçilmez ilkim” olarak tanımlamaktadır.

Tablo 7

**Katılımcıların Aile İçi İletişim Açısından Kendi Aileleri ve Çocukluklarını
Geçirdikleri Aileyi Karşılaştırmaları**

Aile İçi İletişim Açısından Ailenizi Kendi Çocukluğunuzu Geçirdiğiniz Aileyle Karşılaştırdığınızda Ne Söylersiniz?		
	Kişi Sayısı	Yüzde
Fark var, daha iyiydi	8	25,80%
Fark var, daha kötüydü	17	54,80%
Fark yok	4	12,90%
Cevap yok	2	6,40%
Toplam	31	100%

Görüşme yapılan ebeveynlere, aile içi iletişim açısından kendi kurdukları aile ile kendi anne ve babalarından oluşan aileyi ve yaşadıkları çocukluk dönemini kendi çocuklarını yaşadıkları dönemle karşılaştırmaları istendiğinde katılımcıların % 54.8'i her ikisi arasında fark olduğunu, kendi çocukluklarını yaşadıkları ailenin şuan ki ailelerinden iletişim kurma açısından daha kötü olduğunu; % 25.8'i fark olduğunu, o zamanki aile içi iletişimin daha iyi olduğunu ifade etmektedirler. Katılımcıların % 12.9 her iki dönem arasında fark göremediklerini dile getirirken, % 6.4'ü cevap vermemeyi tercih etmektedir.

Tablo 8

**Katılımcıların Medya Teknolojilerinin Aile İçi İletişimi Nasıl Etkilediği
Yönündeki Görüşleri**

Medya Teknolojileri Aile İçi İletişimi Etkiliyor mu? Etkiliyorsa Hangi Yönde Etkiliyor?		
	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet, iyi yönde	0	0,00%
Evet, kötü yönde	25	80.6%
Hayır, etkilemiyor	0	0,00%
Evet, hem iyi hem kötü yönde	6	19.3%
Toplam	31	100%

Tablo 9

**Katılımcıların Aileyle Birlikte Geçirilen Serbest Zamanın Önemiyle İlgili
Görüşleri**

Aileyle Birlikte Geçirilen Serbest Zaman Önemli mi?		
	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	31	100%
Hayır	0	0,00%
Cevap Yok	0	0,00%
Toplam	31	100%

Görüşme yapılan ebeveynlere aileyle birlikte geçirilen serbest zamanın aile içi iletişim açısından önemli olup olmadıkları sorulduğunda katılımcıların tamamı önemli olduğunu ifade etmektedirler.

Tablo 10

Katılımcıların Aileyle Birlikte Geçirilen Serbest Zamanın Yeterliliğiyle İlgili Görüşleri

Ailenizle Birlikte Geçirdiğiniz Serbest Zaman Yeterli mi?		
	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	0	0,00%
Hayır	31	100,00%
Cevap Yok	0	0,00%
Toplam	31	100%

Görüşmeye katılan ebeveynlere aileleriyle birlikte geçirdikleri serbest zamanın yeterli olup olmadığı sorulduğunda katılımcıların tamamı yeterli olmadığı cevabını vermektedirler.

Tablo 11

Katılımcıların Aileyle Birlikte Geçirilen Serbest Zamanı Nelerin Olumsuz Etkilediğiyle İlgili Görüşleri

Aileyle Birlikte Geçirilen Serbest Zamanı Olumsuz Etkileyen Faktörler		
	Kişi Sayısı	Yüzde
İnternet Teknolojileri (Akıllı telefon, Tablet, Bilgisayar)	18	58%

Çalışma Koşulları	9	29%
Televizyon	4	13%
Toplam	31	100%

Görüşmeye katılan ebeveynlere aileyle birlikte geçirilen serbest zamanı olumsuz etkileyen unsurlar sorulduğunda % 58 ile ilk sırayı internet teknolojileri almaktadır. Katılımcıların % 29'u olumsuz etkileyen faktör olarak öncelikli olarak çalışma koşullarını öne sürerken, % 13'ü televizyon izleme alışkanlığını dile getirmektedir.

Tablo 12

Katılımcıların Alfa ve Z Kuşağında Yer Alan Çocuklarının Teknolojik Cihazlarla Tanışma Yaşları

Z ve Alfa Kuşağı Çocukların Teknolojik Cihazlarla Tanışma Yaş Aralığı								
Yaş Aralığı	Alfa Kuşağı				Z Kuşağı			
	Akıllı Cep Telefonu		Tablet/ Bilgisayar		Akıllı Cep Telefonu		Tablet/ Bilgisayar	
	Kişi sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde
0-2 Yaş	13	81.2%	9	56.2%	2	12.5%	1	6.2%
3-5 yaş	3	18.7%	7	43.7%	11	68.7%	6	37.5%
6-8 Yaş	0	0%	0	0%	3	18.7%	9	56.2%
9 Yaş ve Üstü	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Toplam	16	100%	16	100%	16	100%	16	100%

Görüşme yapılan ebeveynlere Z ve Alfa Kuşağındaki çocuklarının teknolojik cihazlarla tanışma yaşları sorulduğunda, 0-2 yaş arası akıllı cep telefonu kullanma oranı Alfa Kuşağında %81.2 iken Z Kuşağında bu oran % 12.5'tir. 3-5 yaş arasında akıllı cep telefonuyla tanışanların oranı Alfa Kuşağında %18.7; Z Kuşağında % 68.7'dir. Katılımcıların Alfa Kuşağındaki çocuklarının tamamı 5 yaş ve öncesinde aklı cep telefonları ile tanışmışlardır. Z Kuşağındaki çocukların akıllı cep telefonuyla tanışma yaşı Alfa Kuşağına göre katılımcıların büyük çoğunluğunda daha geç olmaktadır.

Yine katılımcıların Alfa ve Z Kuşağı çocuklarının tablet ya da bilgisayar bilgisayarla tanışma yaşlarına bakıldığında Alfa Kuşağı çocukların yüzde 56.2'si 0-2 yaşında başlarken; Z Kuşağı çocukların % 12.5'i bu aralıkta tanışmaktadır. Alfa Kuşağı çocukların % 18.7'si 3-5 yaş aralığında tanışırken yine aynı biçimde Z Kuşağı çocukların bilgisayar ya da tabletle tanışma oranı % 68.7'dir. Görüşmeye katılan ebeveynlerin Alfa Kuşağında yer alan çocuklarının tamamı 5 yaş ve öncesinde bilgisayar ya da tabletle tanışmaktadır. Katılımcıların Z Kuşağı çocuklarına bakıldığında tablet ya da bilgisayarla tanışma yaşının Alfa Kuşağına oranla daha büyük olduğu görülmektedir. Z Kuşağı çocukların % 18.7'si Alfa Kuşağı çocuklarından farklı olarak bilgisayar ya da tabletle 6-8 yaş aralığında tanışmaktadırlar.

Tablo 13

Katılımcıların Alfa ve Z Kuşağındaki Çocuklarının 2-7 Yaş Arası Dönemlerinde Oyun Tercihleri

Alfa ve Z Kuşağı Çocukların 2-7 Yaşları Arası Dönemlerinde Oyun Oynama Tercihleri				
Yaş	Alfa Kuşağı		Z Kuşağı	
	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde
Teknoloji Tabanlı Oyuncaklar (Robotlar vs)	3	18.7 %	0	0%
Sokakta Oynamak	0	0%	4	25%
Geleneksel Oyuncaklar (arabalar, bebekler vs)	3	18.7 %	9	56.2 %
İnternet (Bilgisayar, Tablet, Telefon)	10	62.5 %	3	18.7 %
Toplam	16	100%	16	100%

Görüşme yapılan ebeveynlere, oyun oynama tercihleri açısından ne gibi farklılıklar taşıdıklarının, yıl açısından bakıldığında 10 sene gibi bir süreçte çocukların oyun oynama tercihlerinin nasıl değiştiğini ortaya koyabilmek amacıyla Alfa ve Z kuşağındaki çocuklarının aynı yaş aralıklarında nelerle oynadıkları soruldu.

Katılımcıların Alfa Kuşağı çocuklarının yüzde 62.5'i şuan ki dönemde bilgisayar, tablet ve telefon gibi internete bağlanabilecekleri cihazlarla oynamayı ilk sırada tercih ederken; Z Kuşağı çocuklarının Alfanın yaşındayken bu cihazları ilk sırada tercih etme oranları % 18.7'dir.

Z Kuşağı çocuklarının % 56. 'sinin ilk sırasında o yaşlarda bebekler, arabalar gibi geleneksek oyuncaklar ilk sırada yer alırken; ailelerin Alfa Kuşağı çocuklarının ilk sırasındaki bu oran % 18.7'dir.

Z Kuşağı çocukların % 25'inin ilk sırasında sokakta oyun oynamak yer alırken, Alfa Kuşağı çocukların ilk sırasında dışarıda oyun oynama yüzdesi % 0'dır.

Alfa Kuşağı çocukların şuan ki dönemlerinde % 18.7'sinin ilk sırasındaki oyuncakları, robotlar gibi yapay zeka ürünü oyunlar oluştururken, Z Kuşağının o dönemki oyuncakları arasında bu teknoloji tabanlı oyuncaklar yer almamaktadır.

Tablo 14

Katılımcıların Alfa ve Z Kuşağı Çocuklarının Serbest Zaman Etkinlikleri

Alfa ve Z Kuşağı Çocukların Serbest Zamanlarını Değerlendirme Konusunda İlk Üç Tercihleri												
Etkinlik Türü	Alfa Kuşağı						Z Kuşağı					
	1. Sıra		2. Sıra		3. Sıra		1. Sıra		2. Sıra		3. Sıra	
	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde
Ev Dışında Arkadaşlarıyla Vakit Geçirmek	1	6.2%	0	0%	1	6.2%	1	6.2%	5	31.2%	7	43.7%
Televizyon İzlemek	9	56.2%	6	37.5%	1	6.2%	1	6.2%	0	0%	1	6.2%
Akıllı Cep Telefonu İle Vakit Geçirmek	0	0%	2	12.5%	3	18.7%	13	81.2%	2	12.5%	0	0%
Tablet ile Vakit Geçirmek	4	25%	6	37.5%	3	18.7%	0	0%	0	0%	2	12.5%
Bilgisayar ile Vakit Geçirmek	0	0%	0	0%	1	6.2%	1	6.2%	9	56.2%	6	37.5%
Evde Fiziksel Aktiviteler ile Vakit Geçirmek	2	12.5%	2	12.5%	7	43.7%	0	0%	0	0%	0	0%
Toplam	16	100	16	100	16	100	16	100	16	100	16	100

		%		%		%		%		%		%

Görüşmeye katılan ebeveynlere Alfa Kuşağındaki çocuklarının serbest zaman etkinliklerini neler oluşturduğu sorulduğunda, Alfa Kuşağı çocukların, ilk sıradaki aktiviteleri % 56,2’lik bir oran ile televizyon izlemenin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Televizyon izlemeyi sırasıyla, %25 ile tablet ile vakit geçirmek; % 12.5 ile evde fiziksel aktivitelerle vakit geçirmek; %6.2 ile ev dışında arkadaşlarıyla vakit geçirmek izlemektedir.

Z Kuşağında yer alan çocuklarının serbest zaman etkinliklerini nelerin oluşturduğunu ağırlık sırasına göre belirtmeleri istendiğinde ilk sırada % 81.2 ile cep telefonu ile zaman geçirmek bulunmaktadır. 16 Z Kuşağı çocuğundan 13’ünün ilk sırasında akıllı cep telefonu ile zaman geçirmek yer alırken, ev dışında arkadaşlarıyla vakit geçirmek, televizyon izlemek ve bilgisayar ile vakit geçirmek birer kişinin ilk sırasında yer almaktadır.

Alfa Kuşağı çocukların yalnızca % 12.5’inin serbest zaman etkinlikleri arasında ev dışında bir ortamda arkadaşlarıyla zaman geçirmek yer alırken, aynı oran Z Kuşağı çocuklarında, her ne kadar ilk etkinlik sırasına taşınamasa da, % 81.2’dir.

Tablo 15

Katılımcıların Alfa ve Z Kuşağı Çocuklarının Medya Teknolojilerinde Günlük Ortalama Geçirdikleri Vakit

Alfa ve Z Kuşağı Çocuklarının Medya Teknolojilerinde Günlük Ortalama Geçirdikleri Vakit				
Süre/Saat	Alfa Kuşağı		Z Kuşağı	
	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde
0-2 Saat	4	25%	0	0%
3-5 Saat	11	68.7%	6	37.5%
6-8 Saat	1	6.2%	8	50%
9 Saat ve Üzeri	0	0%	2	12.5%
Toplam	16	100%	16	100%

Görüşmeye katılan ebeveynlerin Alfa Kuşağı çocuklarının % 25’i medya teknolojileriyle günlük ortalama 0-2 saat arası; % 68.7’si 3-5 saat arası; %6.2’si de 6-

8 saat arası vakit geçirmektedir. Z Kuşağı çocuklarının ise % 37.2'si 3-5 saat arası; % 50'si 6-8 saat arası; % 12.5'i medya teknolojileriyle günlük ortalama 9 saat ve üzerinde vakit geçirmektedirler.

Tablo 16

Katılımcı Ailelerin Evlerinde Bulunan Teknolojik Cihazların Sayıları

Ailelerin Evlerinde Bulunan Teknolojik Cihazların Sayıları								
Sayısı	Televizyon		Bilgisayar		Akıllı Telefonu		Cep Tablet	
	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde	Kişi Sayısı	Yüzde
Yok	0	0	0	0%	0	0%	1	6.2%
1-2	10	62.5%	7	43.7%	2	12.5%	10	62.5%
3-4	4	25%	5	31.2%	10	62.5%	5	31.2%
5-6	2	12.5%	4	25%	4	25%	0	0%
Toplam	16	100%	16	100%	16	100%	16	100%

Görüşmeye katılan ailelerin % 62.5'inin evinde 1-2; % 25'inin 3-4; %12.5'inin 5-6 adet evlerinde televizyon bulunmaktadır. Yine bu ailelerin % 43.7'sinin evinde 1-2; % 31.2'inde 3-4; % 25'inde 5-6 adet bilgisayar bulunmaktadır. Ailelerin evlerinde bulunan akıllı cep telefonu oranlarına bakıldığında % 12.5'inde 1-2; % 62.5'inde 3-4; % 25'inde 5-6 adet telefon bulunduğu görülmektedir. Ailelerin sahip olduğu tablet oranlarına bakıldığında % 6.2'sinin tablete sahip olmadığı; % 62.5'inin 1-2 adet; % 31.2'sinin 3-4 adet tablete sahip olduğu belirlenmektedir.

Katılımcı ailelerde evinde tablet olmayan bir aile bulunurken, ailelerin tamamının evinde en az bir tane televizyon, bilgisayar ve akıllı cep telefonu bulunmaktadır.

4.2.2. Nitel Bulgular

4.2.2.1. Aile Kavramıyla İlgili Genel Görüşler

Görüşmenin başında katılımcılara ilk olarak aile kavramının kendileri için ne ifade ettiği, kendi çocuklarıyla birlikte yaşadıkları aile ile geçmişte çocukluk dönemlerinde kendi ebeveynleriyle birlikte yaşadıkları aileyi karşılaştırarak bunlar arasında ne gibi farklılıklar gördükleri sorulmuştur. Bu soruların yöneltilmesinin

amacı, gelişen medya teknolojilerinin ve değişim gösteren aile algısının aileler üzerinde ne gibi değişimlere neden olduğunu ortaya koyabilmektedir.

Görüşmeye katılan ebeveynlere ailenin ne olduğu sorulduğunda farklı cevaplar alınmakla birlikte genel olarak, emek isteyen, fedakarlık gerektiren bir kurum olduğunu ancak bir o kadar da kendilerini güvende hissettikleri, huzurlu ve mutlu oldukları yer olarak tanımlamaktadırlar. Ancak burada dikkati çeken, katılımcı ebeveynlerin çoğunluğunun mutluluk ve huzurdan önce emek ve fedakarlık isteyen yorucu bir kurum olduğunu vurgulamalarıdır:

Çağla(A16, 43, Akademisyen): *“Aile, sıcak bir yuva olması gereken. En küçük bir topluluk. Herkesin birbirine güvenip inandığı, her birimizin birbirinden güç aldığı bir oluşum.”*

Murat (A12, 44, Ticaret): *“Aile önemli güzel bir şey, onlar için yaşıyorsun, çalışıyorsun, emek harcıyorsun, yoruluyorsun ama onları mutlu görünce yorgunluğunu unutuyorsun.”*

Çağla (A11, 45, Veteriner): *“Aile benim için olmazsa olmazdır, benim ilk sıramdır ve bunu anlamam da çok uzun sürdü, ben böyle iş kolik bir tiptim. Sonradan ne oldu bilmiyorum. 40'lı devirince oldu belki de. Benim için ailem atar damarım tam.”*

Tolga (A11, 45, Yönetici): *“Aile vazgeçilmez ilkim.”*

Deniz (A10, 45, İK Uzmanı): *“Aile kavramını ekip olarak tanımlıyorum. Biz kendi içinde kuralları olan, birbirini seven iyi bir ekibiz.”*

Arda (A9, 42, Tv Sektörü): *“Aile, dayanışma. Hayat zor, beraber yolda yürürken yandaş. Geniş aile iyi midir bilemiyorum ama biz çok çocuk yaptık biraz abarttık üç gereksiz oldu ama belki de biz ailemizden uzak büyüdük diye. Aile korunaklı bir şey.”*

Esra (A8, 44, Eczacı): *“Benim için çok kıymetli aile. Bu hayatta tutunabilmenin tek yolu bence, tek desteği. Aile müthiş bir destektir. Yalnız değilsin hayatta, güçtür yani. Sevgidir. Ben düşünemiyorum Ediz, Şevket ya da Duru'nun olmaması, iyi ki olmuşlar, keşke bir tane daha yapsaymışım. Hele kız olacağını bilsem hiç düşünmeden yaparmışım.O çocuk sana güldüğü zaman her şey bitiyor.*

Keşke ara vermeden bir tane daha yapsaymışım ama çalışıyorsun maddi durumun yok bakıcı tutacak.”

Filiz (A7, 50, Akademisyen): *“Sevdiğin ve zarar görmesini istemediğin insanlar, hayatının en önemli parçası ama yorucu. Sorumluluklar daha da artıyor.”*

Melek (A6, 39, Memur): *“Aile öncelikle birbirine saygı duyan bireylerden oluşmalı diye düşünüyorum. Yardımlaşma, sevgi, saygı hepsi bir arada.”*

Meriç (A5, 40, Kuaför): *“Aile önemli ama zor. Aile olmak da zor aile kalmak da zor.”*

Recep (A4, 45, İşçi): *“Aile güzel şey ama geçim sıkıntısı olmasa. Eskiden geçim sıkıntısıyla mücadele edilirdi şimdi hem geçim sıkıntısı hem çocukların artan ihtiyaçları hem de onların bu internet, sosyal medyayı hayatlarının merkezlerine koymalarıyla mücadele ediyoruz.”*

Sema (A3, 48, Akademisyen): *“Aile her şey. Özellikle çocuklar ve birlikteliği ifade ediyor. Belki mutluluk ve huzuru ifade ediyor.”*

Kemal (A3, 53, Akademisyen): *“Karşıdakini hiç düşünmeden kendini feda edebileceğin kişi ailedir. Hiç düşünmeden yaptığın fedakarlıktır aile dışında olmaz.”*

Sevgi (A2, 48, Sekreter): *“Aile bizim için düşününce çok şey aslında. Ama çok da yorucu bir şey. Çocuklardan önce bir yıl evliydik yalnızdık, o bir yılın değerini bilememişiz. Sonra bir daha öyle rahat olduğumuz bir yıl olmadı.”*

Cem (A1, 38, Öğretmen): *“Aile demek güzel bir şey, en sevdiklerin. Sana zarar vermeyecek, zarar görmeyeceğin, art niyetli olmayan kişilerden oluşan bir şey. En yakınların.”*

Görüşmeye katılan ailelere, aile içi iletişim açısından ailenizi, kendi ebeveynlerinizle birlikte çocukluğunuzu geçirdiğiniz aileyle karşılaştırdığınızda neler söylersiniz sorusu yöneltildiğinde katılımcı ailelerin çoğunluğu şimdikininki daha iyi olduğunu ifade etmektedir. Katılımcılara bu sorunun yöneltilmesinin nedeni, medya teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin aile içi ilişkileri nasıl etkilediğinin ortaya konulmasıdır. Medya teknolojilerinin aile içi iletişimi olumsuz etkilediği noktada hemfikir olan katılımcılar, aile içi ve özellikle de çocuklarla olan iletişim konusundaki farkındalıkların artması ve kendi ebeveynlerinden istedikleri ilgiyi görememeleri gibi nedenlerden dolayı eşleriyle ve özellikle de çocuklarıyla daha iyi bir iletişim kurmak için özen gösterdiklerini dile getirmektedirler:

Sema (A3, 48, Akademisyen): “Bizim zamanımızla hiç kıyaslanmaz. Bizim zamanımız olmadı ailece. Ben çocukluk yaşamadım hep sorumluluğum oldu evde. Onları yerine getirdim. Akşam olunca da zaten yorgunluktan herkes ödevine yatağına şeklindeydi. Aile paylaşımı ya da oyun oynamak gibi bir şey bilmiyorum ben. Zaten çok da çocukluk arkadaşım yoktu. Küçük bir bölgede büyüyüp mahalle arkadaşı gibi olmadı apartman çocuğu gibi oldu hem köy gibi yerde büyüyorsun hem de apartman çocuğu gibi. Ve şey yani bizim orda köy yaşantısı çayını toplarsın evine gelirsın ya da çay toplayanlara yemek hazırlarsın gibi. Hep sorumluluklar. Anne baba işte zaten yorgun ve evin çok fazla iş yükü var o iş yüküne destek oluyorsun yani çocukluk yaşamak denmiyor buna. Bence.”

Kemal (A3, 53, Veteriner): “Bizim zamanımızla karşılaştırmamız mümkün değil. Ben köyde büyümüş bir çocuğum biz saldım çayıra Mevlam kayıra usulü büyüdük bizde hiç öyle annem, iş yaptırılacaksa çağırırdı onun dışında biz oyunlar kurardık her türlü şeyi yapardık. İlkokulda öğretmenimiz fazla disiplinli diye bizi görecekt diye dışarıda oyun pek oynayamaz gizli saklı oynardık. Akşamlar, televizyon bizim eve ben ilkokulu bitirince geldi. Onun için ya ders çalışırdık ya da öyle çocuklarla oynardık. Birlikte aile hep beraber zamanımız yoktu. Anne baba çalışıyordu hayvanlarla uğraşırlardı tarla işleri olurdu zaten köy yerinde güneş batınca yemek yenmiş oluyordu uyunurdu saat 7-8 olunca sabah saat 5-6 da kalkılırdı o nedenle akşam oturması diye bir şey olmazdı. Şimdiyle karşılaştınca aslında pek farklı yok. Şimdi biz de eve gittiğimizde yorgun argın oluyoruz. Yemek telaşı şu bu derken çocuklarla yine o kadar pek bir iletişim kuramıyoruz açıkçası ilk çocukta biraz daha dikkat etmemişiz. Akşam beşten sonra dışarıda ikinci işte çalışmaya başladım saat 7-8’den sonra eve gelmeye başladım. Eve geç saatte gelince iletişim kuramıyorsun çocukla o nedenle çok fazla bir şeyim olmadı. Ela’da artık dikkat ediyorum, evde onunla beraber olup vakit geçirmeyi, onu dinlemeyi.”

Melek (A6, 39, Memur): “Biz zaten hep sokaklarda oynayan çocuklardık, aslında avantajlıydık çok. Avantajımız vardı o konuda. Eski ailelerde şimdiki gibi paylaşım yoktu aslında ya da benim ailem öyleydi. Yine akşam yemeklerimiz birlikteydi ama bir oturalım sohbet edelim bugün ne yaptın günün nasıl geçti gibi bir sohbet ortamımız olmazdı ama tabi internet sosyal medya vs olmadığı için

odalarımıza da kapanmazdık. Bir arada otururduk ama genelde televizyon izlenirdi. O şekilde vakit geçirilirdi. Bizim şanslı olduğumuz kısımlar var şuanda, aile ilgisi daha fazla ama çocuklar bun alıyorlar çok fazla aile ilgisi var diye farklı yorumluyorlar baskı anlamında ama biraz daha, bizim zamanımızda, aile ilgisi fazla olabilirdi diye düşünüyorum.”

Tolga (A11, 45, Yönetici): “Kendi çocukluğumda anne ve baba ile değil arkadaşlarımla daha çok vakit geçiriyordum. Sanki bizler daha ilgili ebeveynlermişiz gibi geliyor bana. Her ne kadar kısıtlı zamanda vakit geçirebilir olsak da.”

Esra (A8, 44, Eczacı): “Kendi ailemizle hiç ortak zamanımız yoktu hiçbir şey oynamıyorduk. Babam çalışıyordu yoğun, annem çalışmıyordu ama annemin öyle sohbet etme huyu yoktu annemin vakit geçireceğim dediği şey bize dantel öğretmekti. Hiç hatırlamıyorum benimle oyun oynadıklarını ya da vakit geçirdiklerini. Biz mümkün olduğunca yapmaya çalışıyoruz. Çocuklara. Ne kadar yoğun da olsak bir şekilde ilgilenmeye çalışıyoruz anne yoğunsa baba, baba yoğunsa ağabey. O nedenle Duru şanslı. Bence Alfa Kuşağı daha şanslı. Z kuşağı bence daha sıkıntılı. Çünkü tam o geçiş döneminde.”

Dilek (A9, 42, Akademisyen): “Kendi aile yaşantım, benim o çok derin bir mevzu, ben annemle babamla büyüdüm. Onlar Almanya’daydı, beni teyzem büyüttü. Burada okul kapanınca oraya gider 3-4 ay kalırdık. Annem babam çalışıyordu biz evdeydik. Anne baba işten gelince bir alışverişe birlikte giderdik, orman vardı orada yürürdük, dondurmacı vardı, patates kızartması satan yerler babam oralara götürürdü. Ağabeylerim oradaydı ama ağabeyim büyüktü onla pek vakit geçirmedi hatırlamıyorum bile anımız yok. Evlendi. Film seyrederdik, VHS kasetler vardı Türk bakkalından kiralardık Kemal Sunal’lar, Hint filmleri falan. Benim bakıcım Hintliydi, Hint filmleri izletirdi. Annem çalıştığından bırakıyordu Türkiye’ye teyzeme, dayanamayıp bakıcı bulup tekrar götürüyordu bakıcıyla sorunlar çıkınca teyzem geri getir olmaz öyle diyordu geri geliyordum. Gel git. Hintli bir erkek bakıcıyla 3 yıl geçirdik. Hintçe konuşup anlayabiliyormuşum o yaştayken. Sonra düğünümüze bile geldi. Bakınca aile ortamına biz daha iyi sunduğumuzu düşünüyorum kesinlikle. Proje gibi görüyoruz biz çocukları, kendi eksikliğini

hissettiğimiz şeyleri onlara yaşatmamak için. Ama bunun da komplikasyonları çıkacak belki de, onlar da bizim önceki jenerasyon gibi olacak çünkü bizim üstlerine çok düşmemiz, korumamız belki de ters tepecek. Fazla üstüne düşmemiz vs.”

Erdoğan (A16, 46, Finans Uzmanı): “Annemle babam çalışırdı ancak eve gelme süreleri daha düzenliydi. Yine de fazla iletişimimiz olduğu söylenemez. Okuldan gelirdik, akşam yemeğine kadar sokakta oynardık. Yemek ye, ödev yap, biraz televizyon izle derken yatardık. Ama hep bir arada otururduk. Odamız, kardeşlerimle paylaşırdık, yatma ya da ders çalışma odasıydı. Yatmayan ya da ders çalışmayan diğerlerini rahatsız etmemek için salonda otururdu.”

Aslı (A12, 40, Ev Hanımı): “Biz de üç kardeştik. Benim de annem babam çalışırdı. Yemeği kendimiz ısıtırdık en büyük bendim. Kardeşlerim okuldan gelince onların sorumluluğu da bende olurdu. Annemle babam gelince yemek yenirdi, belki biraz televizyon başında oturulurdu, onlar bizi ödev yapmak için odaya gönderirlerdi. Pek iletişimimiz yoktu açıkçası. İyiler miydi iyilerdi ilgilenirlerdi ellerinden geldiğince tüm ihtiyaçlarımızı karşılardı ama yüzlerine hasrettik. Evlenmeden önce çalışıyordum hatta hamile olduğumda hala çalışıyordum. Hamile kalınca ayrıldım. Ortak karar verdik eşimle. Daha ilk çocukta işten ayrıldım. O zaman durumumuz bu kadar iyi de değildi ama orta karardık kötü de değildi. Yine de çocuklarla ilgilenmek istedim. Kendi yaşadığım anne babadan uzak kalma, erken yaşta sorumluluk alma şeyini onlar yaşasın istemedim.”

Murat (A2, 48, Memur): “Annem çalışmıyordu benim ev hanımıydı ama o da tüm gün evde iş yapıyordu biz de evin önünde sokakta arkadaşlarla oynuyorduk. Salonda bir televizyon vardı. Akşam saatinde zaten bizim izleyeceğimiz bir şey olmazdı gündüz de okuldayız. Hafta sonu sabahları beklerdik çizgi film izlemek için. Şimdi her saat çizgi film var, çizgi film kanalları var. bizim zamanımızda yoktu bu kadar. Anne babam ilgilenirdi bizimle ama yedirip içirme şeklinde. Şimdi bizim onlarla oynadığımız gibi, konuştuğumuz gibi ilgilenmiyorlardı. Aynı ortamda bile olsak akşam salonda onlar televizyon izler, misafir gelir onlarla konuşurlar biz de orada, ortada oyuncaklarımızla oynardık. O şekilde yani.”

Katılımcı ailelerin söylediklerine bakıldığında, görüş bildiren ailelerin çoğunluğu yukarıda da bahsedildiği gibi kendi ailelerinin, aile içi iletişim açısından şimdikinden daha yetersiz olduklarını dile getirmektedirler. Buna neden olarak öncelikli olarak anne ve babalarının çalışmasını, çalışmasalar dahi evde yapılacak işlerin yoğun olmasını ve televizyon izlenmesini neden olarak göstermektedirler. Aile içi iletişimin yetersiz olmasına rağmen çocukluk yıllarından büyük bir kısmı memnun olduklarını söylemektedirler. Memnun olduklarını ifade edenler, o zamanlar sokaklarda, arkadaşlarıyla birlikte oynayan mutlu çocuklar olduklarını belirtmektedirler; memnun olmadıklarını ifade edenler ise, çocuk olmalarına rağmen kendi üstlerinde de çeşitli sorumluluklar bulunduğundan çocukluklarını yaşayamadıklarını vurgulamaktadırlar.

Aile içi iletişim açısından kendi çocukluklarını geçirdikleri aile ve şimdiki ailelerini karşılaştırdıklarında, o zamanki aile içi iletişimin daha iyi olduğunu söyleyen ebeveynler de bulunmaktadır:

Murat (A12, 44, Ticaret): *“Bizim zamanımızda biz küçükken internet yoktu evde bir tane televizyon vardı. Salonda. Televizyon izlemeyi seven bir çocuktum. Ama daha küçük yaşlarda seviyordum. Çizgi film izlerdik. Bizim çizgi filmlerimiz de farklıydı şuan kilerden. Bence daha masumdu. Şimdi hep robotlu vs şeyler var. Okula başlayınca arkadaş edindik, okul da mahalle okulu olunca okuldan sonra mahallede buluşup oynardık. Komşu çocukları da vardı. Evin önünde sokakta oynardık. Benim annem de babam da çalışıyordu. Anahtarım vardı. Ağabeyim vardı. Birlikte eve gelirdik. Annemin bir gün önceden hazırladığı yemeği yerdik. Sonra doğru sokağa. Akşam olunca da yemek yerdik, televizyon başında meyve yerdik. Güzel geçirdi. Hep sokaklardaydık. Eve zorla çağırırlardı beş dakika daha derdik şu oyun bitsin bir gol daha atayım diye sürekli süreyi uzatırdık. Şimdi bizim çocuklar internetten çıkmıyor. Hadi yatın diyince beş dakika daha diye internet için zamanlarını artırma peşindeler. Bence biz her açıdan daha şanslı çocuklardık. Belki şimdikiler gibi pek çok şeyimiz yoktu ama mutluyduk. Eksikliğini de hissetmiyorduk. Her şeyi oyuna çevirebiliyorduk.”*

Erkan (A15, 41, ARGE Uzmanı): “Bizim zamanımızda aile de çocukluk da daha güzeldi. Şimdi mesela kapının önüne bizim çocuklar da insin başka çocuklar da insin doğru düzgün oyun oynamayı bilmiyorlar, çoğunun elinde yine telefon bir köşeye çekiliyor yine telefonuna bakıyor. Oyun oynamayı çok fazla bilmiyorlar bizim zamanımızda bir sürü oyunlar vardı çok rahat oynayabiliyorduk. Arkadaşlarıyla buluşuyorlar ama telefon ellerinden düşmüyor, telefonla çıktıkları zaman telefon ellerinden düşmüyor, telefonla çıkmasalar bile bir şekilde arkadaşında varsa ona bakıyorlar. Beraber bakıyorlar. Sosyalleşmeyi etkiliyor.”

Çağla (A16, 43, Akademisyen): “Çok fark var. Biz sokakta oynuyorduk akşam ezan okununca eve gel deniyordu. Neyse ki burada 3-4 yıldır oturduğumuz evdeyiz kızlar sokağa çıkabiliyor ama ben daha çok anneme yardım edip daha çok patates soyuyordum ama Nehir daha çok canı isteyince çok güzel yardım ediyor internetten İngilizce sitelerden güzel tarifler bulup yapıyor ama ona göre malzemeler lazım oluyor ve o yapmadan öncesinde malzeme siparişi veriyoruz. Bu kadar büyük bir evde oturmuyorduk kendi ailemizle. Bunu ben eşime de söylüyorum kızların odaları üst katta, keşke diyorum daha düz bir evimiz olsa herkesin odası yakın olsa birbirine. Bir kere ben benim tek odam olmadı 3 kişiydik onlarla kalıyorduk belli bir yaşa kadar kendi odam olmadı. Biz bu eve taşınmadan önce tek katlı evdeyken birbirimizi daha çok görüyorduk özellikle de Nehir’le. Keşke diyorum buradan taşınısak düz bir eve girsek çünkü Nehir bazen kopuyor bizden üst katta 8. Sınıf falan. Tabi ben küçükken ailemle akşamları daha çok televizyon izlerdik birlikte ama şimdi bizim Nehir’le televizyon izlememiz çok az.”

Filiz (A7, 50, Akademisyen): “Çok farklı mesela biz okuldan geldiğimizde dışarıya koşardık. İlk hedef dışarıda oyun oynamaya çıkmaktı. Mahalle arkadaşlarımız çoktu oyunlar oynardık mesela akşamları 4’te geldik diyelim okuldan, 7’ye kadar dışarıda oynardık ben de çalışkan bir öğrenciydim derslerimi falan yapardım ama mutlaka dışarıda çocuk oyunları oynardık 8-10 tane arkadaşımızla sokakta oynardık şimdi sokak diye bir şey yok. Mesela sitenin bahçesi var in diyorum. İnmek istemiyor belki çekingenlik daha da ileri boyutta. İletişim her şey online olunca yüz yüze iletişim daha da çekingen boyutlara gidiyor çünkü her şeyleri online. Birileriyle tanışma, birileriyle arkadaş olma şeklinde değil.

Çocukluğum 80 yıllara denk geliyor varsa da evin içinde bir televizyon var, aile büyükleri de vardı bizim evimizin içinde. Babaanne falan. Daha kısıtlı bir şahsi alanımız vardı öyle özel odam falan yoktu. Özel oda oldukça bireysellik çok daha fazla oluyor. O zaman dersimizi yapıyorduk bir iki bir şey seyrederim derken yatıyorduk. Öyle 12lere kadar oturduğumu hatırlamıyorum şimdi oturuyorlar.”

Ender (A14, 48, Çalışmıyor): *“Bizim çocukluğumuz döneminde zaten teknoloji yoktu tabi ki. Kendi aramızda oyunlarımız vardı onları oynardık. Akşam olunca da büyüklerimiz bir şeyler anlatırdı kendi yaşadıklarını, hikayeler anlatırdı. Hep bunları dinlerdik bu şekilde zaman geçirirdik. Annem ben küçükken öldü babamla ben ağabeyim vardı üçümüz kaldık. Onlar hikayelerini anlatırdı komşunun babası, dedesi bizi toplar anlatırdı. Bahçemizle uğraşırdık, birine yardımlaşmaya giderdik. Çocukluğumuz bu şekilde geçerdi. Yaşadığımız her andan zevk alıyorduk aslında çocukluğumuzdan. Şimdi düşündüğüm zaman bakıyorum. Şimdiki çocukluk ve o zamanki arasında çok büyük fark var. Birincisi her şeyin kıymetini biliyorduk çünkü yokluk dönemi yoktu. İkincisi yaptıklarımızdan zevk alıyorduk. Üçüncüsü bir şeyimiz olduğu zaman ona gözümüz gibi bakıyorduk neden çünkü yoktu yokluk dönemi yoktu. Mesela benim 18 yaşında bisikletim oldu. Şimdi Alperen’e biz bisiklet aldık bir kere bindi aldığımız günden beri şurada zincirlerle bağlı duruyor bir kere bindi neden çünkü hevesini aldı attı kenara. Ama biz öyle değildik. Gelirdik gün içinde akşama kadar binerdik akşam silerdik, temizlerdik, kenara koyardık ertesi gün temiz olsun diye. Üstüne titrerdik. Alamazdık zaten alamamışız 18 yaşında bisikletimiz olmuş. Biz çocukluğumuzu böyle atlattık. Şimdiki çocuklara baktığımız zaman seçenek çok. Artı şımarıklık çok.”*

Nilüfer (A13, 41, Ev Hanımı): *“Bence şuan yaşantı değil aile aile değil. Bizim çocukluğumuzda her şey daha doğaldı insanlar daha doğaldı. Şimdi bakıyorsunuz sosyal medyada bile burunlar inceltiyor, filtreler kullanılıyor. İnsanlar kendilerini olmadığı bir şey gibi gösteriyor. Biz hep olduğumuz gibiydik. Biz saat 21'lere kadar benim bulunduğum yer çıkmaz sokaktı biz orada yakan top, saklambaç, yani hep oyun oynardık. Her şeyin keyfini alırdık daha keyifliydi yani o soba yanardı hala hatırlıyorum. Çıtır çıtır oyun sesi ekmeği üzerine koyardık o koku hala burnuma gelir. Evet çok yanmışlıklar vardır o çaylardan ama ben hala o*

kokuyu alırım huzurun kokusudur o. Eskiden bizim evimizde sohbet vardı. Şimdi kimse kimseyle sohbet etmiyor, herkesin elinde bir cep telefonu var.”

Ayhan (A13, 43, CNC Operatörü): *“Annemin de babamın da işten geldiği saat belliydi. Birlikte yemeğimizi yer, birlikte oturup, birlikte televizyon izlerdik. Şimdiki gibi odalara çekilme yoktu. Çocukken ayrı odamız da yoktu. Şimdi herkes aynı yerde bile otursa telefondan kafalarını kaldırıp da birbirinin yüzüne bakmıyor.”*

Kendi çocukluklarını geçirdikleri aileleri ve şimdiki, çocuklarıyla birlikte yaşadıkları aileyi karşılaştırıp, kendi çocukluklarını geçirdikleri dönemin aile içi ilişkiler açısından daha iyi olduğunu belirten ailelerin, bu şekilde değerlendirme yapmalarına neden olan belli başlı ortak noktalar olduğu görülmektedir. Burada dikkati çeken noktalardan ilki katılımcılar, anne babaları çalışsa dahi eve gelme saatlerinin düzgün olduğu ve bu nedenle yemeklerini birlikte ve konuşarak yiyebildiklerini ifade etmektedirler. İkinci nokta, pek çoğunun kendisine ait bir odasının olmaması, onları ödev yaptıkları zaman dilimi dışında anne ve babalarıyla bir arada olmaya sevk etmektedir. Burada dikkati çeken nokta, ayrı odası olmayan katılımcıların bunu şikayet unsuru olarak değil de bir arada olabilme nedeni olarak dile getirmeleridir. Üçüncü nokta, katılımcılar o dönemin daha iyi olduğunu ifade ederken aslında ilk aşamada aile içi ilişkiler olarak değerlendirmenin ötesinde, çok sayıda arkadaşlarının olması ve tüm gün sıkılmadan, özgürce dışarıda zaman geçirebilmeleri baz almaktadırlar.

Medya teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin, aile içi ilişkilerin olumsuz etkilediği yönünde tüm aileler hemfikir olarak görüş bildirmektedir. Bu konu ayrı bir başlık altında detaylı olarak ele alınacaktır.

4.2.2.2. Aile İle Birlikte Geçirilen Serbest Zaman ve Medya Teknolojilerinin Bu Zaman Üzerindeki Etkileri Üzerine Görüşler

Görüşmeye katılan ebeveynlerin tamamı aile ile birlikte geçirilen serbest zamanın önemli olduğunu, ancak pek çok nedenden ötürü bu zamanın yetersiz olduğunu belirtmektedirler.

Ebeveynlere bu zamanı olumsuz etkileyen faktörlerin neler olduğu sorulduğunda, ilk sırada medya teknolojileri yer almaktadır. Medya teknolojilerini kendi içinde ikiye ayırdığımızda ilk sırada internet teknolojileri, ikinci sırada ise televizyonun yer aldığı görülmektedir. Aile ile birlikte geçirilen serbest zamanı olumsuz etkileyen üçüncü faktör olarak aileler çalışma koşullarını göstermektedirler. Hatta sıralamaya baktığımızda, en çok şikayet edilen internet teknolojileri, ikinci olarak çalışma koşulları ve son olarak da televizyon izleme alışkanlıkları aile ile birlikte geçirilen serbest zamanı olumsuz etkileyen faktörler olarak aileler tarafından sıralanmaktadır.

Katılımcı ailelere, medya teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin aile ile birlikte geçirilen serbest zaman üzerinde nasıl etkileri olduğu sorulduğunda, katılımcıların tamamı, etkisi olduğunu ve bu etkinin kötü yönde olduğunu ifade etmektedirler.

Aile ile birlikte geçirilen serbest zamanı nelerin olumsuz etkilediği sorusuna geçilmeden önce ailelere serbest zaman etkinliği olarak neler yaptıkları, bu sürelerin ne kadar olduğu gibi sorular yöneltilmiştir:

Kemal (A3, 53, Veteriner): *“Ortak boş zamanlar ailece çok zor oluyor. Ya ben ya Sema üçlü olunuyor dörtlü çok zor. Ama aslında bizden çok çocuklar yaratmaya çalışıyor o boş ve ortak zamanı. Hazal değil ama Ela daha çok yaratmaya çalışıyor. Beraber oyun oynayalım, beraber okey oynayalım, isim şehir oynayalım diyor genelde bunu Ela yaratmaya çalışıyor. Herkes hemen hemen kendi odasında zaman geçiriyor.”*

Sema (A3, 48, Akademisyen): *“Hazal için geçmiş dönemlerde bu zaman daha azdı sanırım bilemiyorum ama Elayla şimdi onu daha iyi yakalıyoruz. Ela tablet üzerinden oyunlar buluyor getiriyor, birlikte oynuyoruz. Kart oyunları var onları oynuyoruz. Okey oynuyoruz. Yazın daha çok. Onun dışında Ela'nın basket günü var pazar babasıyla gidiyor onunla oynuyor, cumartesi de ben götürüyorum bu ara götüremiyorum ama götürüp oynuyoruz. Şimdi aile içi ayırdığımız zaman bence yeterli değil ama o performansı ben kendimde görmüyorum göremiyorum yeterince. Halbuki bunun eksikliğini görmüş bir insan olarak daha fazla çocuklara zaman ayırmak gerekiyor ama bilmiyorum büyük şehrin bir getirisi midir ya da eve iş*

götürüyor olmanın verdiği bir şey midir eve gittiğinde ikinci bir kimliğe geçiyorsun ve sofrayı hazırlamak zorundasın, sofrayı toplamak zorundasın. İşte hiçbir şey yapmıyorsan günlük çamaşırları makineye atacaksın, asacaksın, onu yapacaksın, bunu yapacaksın, çocuk yardım edeyim dediğinde bile onu bir an önce bitirebilmek için, ben hızlı hızlı yapayım mantığıyla, çok fazla sorumluluk da veremiyorsun, ona vakit de ayıramıyorsun yani bunun suçluluğu çok ağır. Yani bunun farklıydım. Halbuki her gün aynı iş. Belki bugün sofraya daha az bir şey koymak çok önemli olmayacak o çocuğun duyguları daha önemli ama rutine girdiğinde bunu böyle düşünmeme rağmen yapamadığımı görüyorum .”

Dilek (A9, 42, Akademisyen): *“Sofrada buluşuyoruz ben mümkün olduğunca uzatmaya çalışıyorum o süreyi başka bir araya gelmemiz zor olduğundan ama online derslerden dolayı o da gitti biraz. Birinin dersi oluyor, öbürü acıkıyor, biri ders arasında yiyor akşam yemeğine acıkmamış oluyor. Bu ara o akşam yemeklerindeki birlikteliği de kaybetmiş olduk. Öbür evdeyken sahil yürüyüşlerimiz vardı bu evde de orman yürüyüşlerimiz var birlikte zaman geçirip bir şeyler yaptığımız tek şey o yürüyüşler. Akşamları televizyon izlenecekse hep beraber izliyoruz film ama akşam öyle bir vaktimiz de olmuyor. En fazla akşam yemeğinin üzerine minik bir yürüyüş yapabiliyoruz bir iki tur atıyoruz sonra yatalım.”*

Erдің (A16, 46, Finans Uzmanı): *“Bazen hep birlikte yemek yapıyoruz, pizza yapıp süsleyip yiyoruz bazen hep birlikte sinema zamanı yapıyoruz, popcorn patlatıp yere yumuşacık battaniyeler serip pijama partisi gibi. O popcornu yiyip meyve yemeyi seviyorlar. Çizgi film, film izliyoruz beraber. Genelde İngilizce izliyorlar Amerika’dan kalan alışkanlık. Türkçe televizyon izlenmiyor bizde.”*

Ayhan (A7, 52, Bilgisayar Uzmanı): *“ Birlikte boş zamanlarımız yani çok fazla vakit şuan geçiremiyoruz. Zaman zaman dışarı çıkıyoruz. Alışveriş merkezi, yürüyüş ama mesela yürüyüş yaptığımızda istekleri olur gidip onları alıyoruz. Onun haricinde birebir bir şey yapmıyor musunuz dersiniz yapamıyoruz. Yapmak istemiyor çocuklar, gelmek istemiyorlar. On beş gündür neredeyse içerideydi hafta sonu dahil. Dışarı çikalım diyoruz ama evde oturmaya çok fazla alıştıklarından onların öyle dışarı çıkmak, giyinmek onlara teferruat geliyor zor geliyor. Akşamları*

herkes kendi odasında. Oğlumun odası kızımın odası onlar odalarından çıkmazlar. Yemek yiyoruz beraber mutlaka. Biz salonda oluyoruz genelde ama ortak yaptığınız bir şey dersiniz yemek, hafta sonları o da bazen kahvaltı. Bazen çünkü uyuyorlar genelde sabah.”

Çağla (A11, 45, Veteriner): *“Bizim babamız eve akşam 21.30’da geliyor. O nedenle bizim hafta sonlarımız çok kıymetli. Büyüğü de yakalamak çok zor. Yakalarsak bir sabah kahvaltısı ama o da her zaman yakalayamıyoruz yakalarsak en sevdiğimiz şey bir pazar kahvaltısı. Çünkü büyük bazen evde sabahlıyor ve uyandırmak zor oluyor. Bizim en büyük atraksiyonumuz akşam yemeğine gitmek. Onun dışında Netflix keyfi yaparız. İzlerken kimse pür dikkat izlemiyor. Büyük olan aklı hep müzikte gidip geliyor nadir salonda 4 kişiyiz. Anne baba ve ufak oğlanız genelde. Ama izlerken bir yandan telefonla oynama yok en fazla işle ilgili mesaj atarlarsa ben bakıyorum.”*

Tolga (A11, 45, Yönetici): *“Hafta içi gün ağarmadan yola çıkıyorum akşam 21.30’da evde oluyorum. Hafta sonu eşim ve çocuklarla vakit geçiriyorum. Hafta içi kendim için yapabildiğim tek şey bireysel olarak her sabah 5.30 gibi balkonda kahvemi içmek. Serbest zamanda beraber televizyon seyredip dışarıya yemeğe gitmeye çalışıyoruz.”*

Deniz (A10, 45, İK Uzmanı): *“Hafta sonlarımızı cuma akşamından yazlığımıza gidiyoruz zaten orada internet yok. Bütün gün denizdeyiz. Evimiz denize çok yakın. Akşam yemeklerinde ortak yiyoruz. Eşim çok önem veriyor ona. Akşam yemeklerinde telefon yasak çünkü telefon olduğunda ben arızaya geçiyorum yemek yemiyorlar onunla uğraşmak için. Çok çabuk doyup bırakmak istiyorlar tabaklarını. Ben de hayır bu tabak bitecek diyip telefon yasağı getiriyorum. Zaten telefonla bir şey izlemeye kalktıklarında yemekte eşim bu sefer rahatsız oluyor konuşamıyoruz çünkü sohbet edemiyoruz. Kaan büyük olan bütün gün evde olduğundan sıkılıp telefonla uğraşmak istiyor. Dışarı çıkmıyor yazlık harici.”*

Ender (A14, 48, Çalışmıyor): *“Birlikte bir şey yapamıyoruz ve bunu her şey etkiliyor. Maddi durumdan tutun da teknolojiye kadar her şey etkiliyor. Bugün 4 kişilik bir ailenin İstanbul içinde bir yerlere gidip gezmesi yemesi içmesi en aşağı*

150 TL. Bunu da şu durumda herkesin kolay kolay karşılayabileceğini sanmıyorum tabi bu sadece yemeyle içmeyle kalmıyor. Ufak çocuk illaki bir şeyler istiyor alsan bir türlü almasan kendin üzülüyorsun iki arada bir derede kalıyorsun yani dediğim gibi her şeyin etkisi var. Eskiden, önceki dönemlerde gidilip geziliyordu değişik yerler görülüyordu ama şu dönemde özellikle de pandemi dönemine herkes bütçe olarak sıfırda. Akşam ortaklaşa bir arada olduğumuz saatler maalesef yok. İletişim kopukluğu. Herkes bir köşeye çekiliyor. Herkesin elinde maalesef bir telefon.”

Nilüfer (A13, 41, Ev Hanımı): “Biz genelde saat 23.00 gibi bir araya gelebiliyoruz. Oğlum pandemiden dolayı mesai saatleri değişti. Çok geç geliyor. Eşim zaten dahil değil çünkü çok yorgun geliyor işten ve o gidip yatıyor. Üçümüz, dördümüz biz oturup sohbet ederiz güleriz. Televizyon bizde hep açıktır hiçbir zaman kapanmaz ama illa oraya odaklanmayız o bir ses olarak açık durur bir ses olsun diye.”

Meriç (A5, 40, Kuaför): “Akşam yemeklerinde birlikteyiz birlikte yiyoruz. Hafta sonları genelde hep bir iş çıkıyor. Bazen parka AVM’ye bir yerlere gidiyoruz ama büyük kızım evde kalmayı tercih ediyor. Ufaklıkla geziyoruz. O da AVM’lerin oyun bölümünde bir şeylere biniyor oyun oynuyor. Oralardaki makineleri kullanmayı seviyor. Erken kalktığımdan hafta içi ufaklık 11 gibi yatınca ben de yatıyorum hatta anneanne bizde kalıyorsa ben daha erken bile yatabiliyorum.”

Recep (A4, 45, İşçi): “Akşam eve işte genelde geç geliyorum çünkü trafikte bazen iki saati bulabiliyor eve gelmem. Yemeğe oturmamız 8-9 oluyor. Sonra zaten çocuklar derslerinde, ben yorgunluktan televizyon karşısında.”En küçükle biraz oynuyoruz, boğuşuyoruz, seviyorum.”

Erkan (A15, 41, ARGE Uzmanı): “Daha çok televizyonla, çoğunluğumuz televizyon genel olarak akşamları genelde televizyon oluyor. Hafta sonları biraz daha farklı, hafta sonları çocuklar dışarıya çıkar. Gezersek gezeriz dolaşırız falan. Ama genelde televizyondayız.”

Aslı (A12, 40, Ev Hanımı): “Ortak boş zamanlarımızda ne yapıyoruz? Düşünüyorum ama açıkçası öyle pek bir zamanımız yok. Akşam yemek yiyoruz. Hafta sonu bazen sabah kahvaltısı yapıyoruz ama nadiren dörtlülük oluyoruz. Büyüğün özel

dersleri var derse gidiyor erkenden. Küçük geç kalkıyor. Biz de onunla yapıyoruz kahvaltı. Hafta içi ben küçükle yapıyorum kahvaltı. Şimdi pandemiden büyük evdeyken üçümüz yapıyorduk ama onun okulu açıldı yine ikiye düştük. Hafta içi akşam dördümüz yapabiliyoruz ama baba toplantıya vs kalınca üçe düşüyoruz... Hafta sonları bazen gezmeye gidiyoruz birlikte dışarıda yemek yiyoruz ama büyük oğlum dersim var diyor işim var diyor pek gelmiyor. Pandemiden önce AVM'ye gitmeyi seviyorlardı. Kışın sıcak da oluyor daha güvenli diye sık sık gidiyorduk. Büyük hemen teknoloji marketlerine giriyor. Küçük oyun yerlerine giriyor, jeton alıyoruz oynuyor. O şekilde geçiyor. Yazları eskiden anneanne babaanneye giderdik birkaç hafta ama eşim çok yoğun çalıştığından artık gidemiyoruz. Bazen ben çocukları alıp gidiyorum. Bazen büyük sıkılıyorum diyip babasıyla kalıyor gelmiyor. Şimdi böyle anlatınca çok da zaman geçiremediğimizi fark ettim. Aslında çalışmıyorum bütün gün evdeyim. Eskiden temizliğe kadın gelirdi. Şimdi pandemiden o da gelmiyor. Akşama kadar ev işi yemek derken zaman geçiyor.”

Sevgi (A2, 45, Sekreter): “Hafta içi akşam yemeğinde bir araya geliyoruz. Ama yemek bitince büyük odasına ders çalışmaya geçiyor. Biz bir iki saat oturuyoruz küçükle oynuyoruz ya da bir şeyler izliyoruz sonrasında erken kalktıkları için yatıyorlar ama yattıktan sonra bile büyük kızın telefon sesleri geliyor. Telefonu yatağının altına koymasına kızıyorum. Yatağın altında uyuyor. Ufaklık çizgi film izleyerek uyuyor. Hafta sonları da nasıl geçiyor anlamadan bir şekilde geçiyor açıkçası. Kahvaltıda geç kalkıyorlar bir arada pek olamıyoruz ama akşam yemeklerinde yine genelde birlikteyiz.”

Cem (A1, 38, Öğretmen): “Hafta içi pek ortak boş zamanımız olmuyor. İşlerden, okullardan eve toplanana kadar saat 19.00 oluyor. Yemek ye, biraz otur, çocukların ödevleri derken gün bitiyor. Hafta sonları da ev temizliği, evin ihtiyaçları derken günün biri gidiyor diğerini kendimize ayırmaya çalışıyoruz alışverişe gidiyoruz, hava güzelse büyük kızım internetten bir yerler buluyor oralara gezmeye gidiyoruz. Onun fotoğraf çekme isteği bize de gezmek için bahane oluyor. Dışarıda yemek yiyoruz o kadar. Hafta içi belki de tek ortak zamanımız akşam yemekleri onda da her akşam mümkün olmuyor.”

Melek (A6, 39, Memur): *“Akşamları genelde muhabbet ediyoruz ne yaptık ne ettik. Küçükle daha çok oyun anlamında bir arada olabiliyoruz, daha çok boğuşmayı seviyor yaşı itibariyle ablasıyla çok güzel oynuyorlar ilişkileri var. Pandemi döneminde bizde öğrenci olmadığı için bizim için avantajlı oldu bu sayede çocuklarla bire bir vakit geçirme şansımız oldu. Ama normalde iş yoğunluğundan dolayı bu şekilde olmuyor daha az zaman ayırabiliyoruz birbirimize.”*

Ailelere ortak boş zamanlarında neler yaptıkları sorulduğunda, genel olarak bakıldığında ortak boş zamanlarının pek fazla olmadığını ifade etmektedirler. Ailelerin genelinin verdiği cevaba bakıldığında ortak olarak akşam yemeklerinde buluştuklarını ifade etmektedirler. Bunun dışında hafta içi sınırlı olarak geçirdikleri ortak zamanlarını genelde televizyon ya da çeşitli platformlarda film izleyerek değerlendirdiklerini dile getirmektedirler. Kimi aileler hafta sonlarını kısıtlı da olsa kendilerine ayırabilmekteyseler de çeşitli nedenlerden dolayı bu zaman dilimi de verimli olarak kullanılamamaktadır.

Ailelerin birlikte geçirecekleri ortak serbest zamanları üzerinde olumsuz etkiye sahip unsur olarak ilk sırada internet ve televizyon izlemek yer almaktadır. Kimi aileler ortak boş zaman etkinliği olarak televizyonu gösterirken, kimi aileler de televizyonu ortak boş zaman etkinliği önündeki engel olarak görmektedirler:

Kemal (A3, 53, Veteriner): *“Herkes hemen hemen kendi odasında zaman geçiriyor. Hazal daha çok salonu kullanıyor ders çalışmak için. Dönem dönem yer değiştiriyor sıkılıp. Ela genelde ya odasındadır ya mutfaktadır televizyon izliyordur, bir şeyler yiyordur. Bizim odada televizyon var ama çok fazla açmıyoruz. Ortak bir şey izlediğimiz pek yok bazen ortak film açıyoruz. Ortak bir şey izlerken telefon bulundurmak yasak. Kimse ekstra başka bir şey yapmıyor. Zaten o yüzden de çoğu zaman bir şey izlemek istemiyorlar. Çünkü yarım saatten sonra telefona el atma, mesaj atma mooduna geçiyorlar. Öyle olunca televizyonu istemiyorlar, yarın devam edelim diyerek bırakıyorlar.”*

Ayhan (A7, 52, Bilgisayar Uzmanı): *“Gezme konusunda da onları bir tek alışveriş merkezi cezp ediyordu virüsten dolayı giremeyince dış alanda yapabilecekleri şey yürümek var o da onların çok ilgisini çekmiyor açıkçası. O*

yüzden. Evde sıkılmıyor gayet iyi internetten dolayı sıkılmıyor. Hep evde ama evdeyken sıkıldım öf diye bir şey hiç duymuyorum. Odasında çok güzel vakit geçiriyor kendi dünyasında. İnterneti birlikte yapılacak her şeye tercih ediyorlar. Yemekten sonra odalarına geçiyorlar izledikleri birkaç dizi var diziyi takip ediyor küçük çocuğum büyük televizyon izlemez. O kendi bilgisayarından tabletinden Netflix takip ediyordur onu bilmiyorum. Kız önceden bizimle beraber sevdiği bir şey varsa dizi vs izliyordu ancak şimdi odasında da televizyon olunca, her yerde elektronik cihaz olunca tabi alan da çok geniş orada bireysel izlemeyi tercih ediyor daha rahat ediyor belki.”

Nilüfer (A13, 41, Ev Hanımı): “Evde televizyon izlerken herkes odaklanıp izlemiyor. Ortak bir şey izlese bile herkesin elinde bir yandan telefon var. Mesela ben televizyona hem bakarım hem telefonda oyun oynarım. İki tane oyunum var hem o oyunları oynarım. Alt yazı izliyorsam bakarım. Telefona arada bakarım. Hepimizin elinde mutlaka bir telefon var. Çok iyi değil aslında konuşmuyoruz, eskisi gibi bir şeyler hakkında konuşamıyoruz. Böyle bir toplum olduk. İnternet yüzünde. İnterneti çok seviyorum. Mesela şuan onsuz bir hayat düşünemem. Hata ona çok fazla anlam yüklememiz sanırım. Ayın ortasında internetimiz doluyor ama bizim daha o tarihe gelmeden kota doluyor internet yavaşlamaya başlıyor Çünkü herkes evde internet kullandığı için ne kadar yükseltsen de yetmiyor.”

Meriç (A5, 40, Kuaför): “Akşam yemeklerinde birlikteyiz birlikte yiyoruz. Büyük kızımın elinde telefonu var küçük çizgi film izliyor. Tabi konuşuyoruz da bir yandan sadece sohbet olunca sıkılıyorlar onları oyalayacak bir şeyler olup aralarda sohbet etmeyi daha çok seviyorlar. Akşam birlikte bir şeyler izlerken evet genelde herkesin elinde telefon var. Ben de tüm gün kullanamadığımdan akşam otururken şöyle biraz bakıyorum. Bu da tabi aslında düşünüldüğünde sohbeti engelleyen bir durum. Bazen öylesine aynı ortamda olduğumuzu, öylesine televizyonun açık olduğunu fark ediyorum. İzlenilen şeyle ilgili kaçırdığım bir şeyi sorduğumda kimse cevap veremiyor ve aslında hiçbirimizin izlemediğini fark ediyorum.”

Recep (A4, 45, İşçi): “En küçükle biraz oynuyoruz boğuşuyoruz seviyorum. Sonra o bile baba telefonunu ver diyor diğerlerinden telefon bulamazsa. Diğer

çocuklar ödev yapıyor oluyor. Büyün kızım zaten neredeyse yemekte bile telefonuyla birlikte. Sürekli telefonuyla yaşıyor.... Bir televizyon da yatak odasına koyunca kavgalar azaldı. Kavgalar azaldı çünkü iletişim de azaldı. Tek televizyonken en azından o tek televizyonun başında bir aradaydık şimdi yemekten sonra neredeyse yatarken birbirimizi görüyoruz. Ben yatmadan önce benim de sadece Facebook'um var. Yatmadan önce ona bakıp telefonda saatimi kurup yatıyorum ama ben yattıktan sonra da eşimin telefonunun ışığı uzun süre yanıyor hatta bazen ışıktan uyuyamıyorum diyorum ışığını azaltıyor."

Erkan (A15, 41, ARGE Uzmanı): *"Tablet bilgisayar çok fazla açık olmuyor bizde genelde. Bilgisayarı genelde çocuklar ödev yapmak için kullanıyorlar. Onun haricinde çok fazla değil arada bir canımız sıkılır film seyrederek film seyrederiz ailecek televizyona bağlayıp, onun haricinde genelde aile içi toplu şeyimiz yoktur öyle eğlencemiz yoktur. Herkesin telefonu vardır herkes telefonu alır bir kenara çekilir. Ben oyun oynarım eşim sosyal medyada çok takılır kızım öyle küçük kızımız işte birazcık kendi başına oynar, oğlumuz da aynı o da internetle uğraşır. Şarkıydı Youtube'du oyundu genelde bu şekilde."*

Aslı (A12, 40, Ev Hanımı): *"Büyük oğlum bakıyorum ekmek arası bir şeyler yapıp odasına geçiyor. Ders çalışıyorum diyor onun için önemli bir sene ama bazen baktığımda Netflix'ten film izliyor oluyor. Tabi elinde yine bir telefon yine sohbet muhabbet. Hep yazışıyor. Diyorum ki oğlum bu kadar çok konuşacağınız şey biriktiyse bir buluşun oturun hepsini bir konuşun kurtulun diyorum. Anne böyle daha zevkli diyor. Video atıyorlar bir şeyler gönderiyorlarmış birbirlerine onlar üzerine gülüyorlar. Fotoğraflar gönderiyorlar. Eski Türk filmlerinden fotoğraflar ama üstünde yazılar yazılmış adına bir şey diyorlardı unuttum. Sürekli onlarda paylaşıyorlar. Yani anlayacağınız ortak boş zaman diye bir şey pek yok. Yaratmaya çalışsak bile engelleyen faktör çok... Medya teknolojileri tabi ki aile içi iletişimi engelliyor etkiliyor. Çocukları bizden kopardı bile diyebilirim."*

Sevgi (A2, 45, Sekreter): *"Sofrada telefona izin vermiyoruz. İzin versek hiç konuşmazlar. Ama bu sefer de büyük kızım hızlı hızlı yiyor çabucak kalkmak için."*

Ders çalışırken de elinde telefon. Ama dersleri de kötü değil notları iyi o nedenle ters tepmesin, kendisini kendi kontrol etsin diye sert kurallar da getirmiyoruz.”

Murat (A2, 48, Memur): *“Çocukların medya kullanımından zaman zaman şikayetçiyiz tabi. Bir şey yapmalarını istediğimizde hem onu yapıyor hem diğer elinde telefon. Zaten bir şey sorunca ya da isteyince hep bir dakika baba diyor. O oluyor beş dakika on dakika. Telefonda kopabilince geliyor. Ama akşam yemeklerine birlikte oturuyoruz. Konuşuyoruz da ama genelde televizyon açık oluyor. Bazen bir şey sorunca bir şey izliyorlarsa kaçırdık baba bir dakika diyorlar.”*

Cem (A1, 38, Öğretmen): *“Medya teknolojileri iletişimi olumsuz etkiliyor. Ama bunda bizim de payımız var. Biz de kullanıyoruz. Onu küçüklükten itibaren kullanmaya biz teşvik ediyoruz aslında. Çocuk bilmeseydi nasıl talep edecek. Önceleri bizlere kolay geliyor eline bir şey verip saatlerce sessiz kalması. Ama sonra ilerleyen zamanlarda kullanmasından şikayet etmeye başlıyoruz.”*

Kemal (A3, 53, Veteriner): *“Teknolojik cihazlar aile içi iletişimi kesinlikle kötü etkiliyor. İşte bu telefon, tablet işi kesinlikle etkiliyor. Ben de mesela her ne kadar elime almıyorum desem de alıyorum. Haber okuyorum, bir şey dinliyorum. Bir de şimdi kulaklıklar çıktı iletişimi tamamen kopardı o. Eskiden sesli dinliyorduk kimse rahatsız olmasın diye, çok fazla rahatsız olmasın diye kapatıyorduk şimdi kulaklığı kulağına takıyorsun o arada karşıdaki konuşurken bile sen yine dinliyorsun ama yarım iletişim oluyor tam bir iletişim olmuyor. O kulaklık işi bence daha negatif anlamda ilişkileri etkiledi.”*

Deniz (A1, 38, Öğretmen): *“Televizyon zaten bence gereksiz. Bunu söylüyorum ama evde olduğumuz zamanlarda televizyon hep açık. Ama televizyon kanalları değil. Ya Youtube’tan müzik açmışız ya da bir film. Dikkatimiz orada olmasa bile arka fonda ses yapıyor. Ama herkesin elinde telefon olması iletişimi olumsuz etkiliyor. Zaman zaman bizimkini de olumsuz etkiliyor. Çocuklar uyuyunca bir bakıyoruz filmin başında ikimizin de elinde telefon. Gün sonunda insanın hali kalmıyor konuşmaya bile hali kalmıyor. Uyku gelene kadar kendini oyalamak bizim yaptığımız.”*

Ender (A14, 48, Çalışmıyor): “İnternet kullanıldığı dönemde aile içi iletişim olmuyor. Yeri geliyor gece ikilere üçlere kadar hiçbir sohbet olmadan, kimsenin birbiriyle haberi olmadan her biri bir televizyon başında, telefon ya da bilgisayar başındalar. Yeri geliyor ben de Facebook’a ve Instagram’a bakıyorum ama bu tabi saatlerce değil. Mesaj gelmiş mi gelmemiş mi diye bakıyorum ama maalesef ki maalesef telefonu bozulunca Facebook’a gireceğim diye ortalığı ayağa kaldırıyoruz bazılarımız (eşini gösterip, onu kastederek)... İnternet aslında tabi ki çok güzel bir şey ama doğru anlamda kullanıldığında. Aileleri bozuyor mu bana göre bozuyor çünkü aile içi iletişim kopuyor. Neden çünkü çocuk bir tarafta oluyor diğer çocuk bir tarafta oluyor anne bir tarafta oluyor baba bir tarafta oluyor. Ben şimdi mesela bir büyük olarak aileme tabi ki bir şeyler anlatmak ve öğretmek isterim ama ne oluyor kopukluk olunca senin de bütün hevesin kaçıyor. Ben bundan (telefonu göstererek) tabi ki çoğu şeyi öğrenmek isterim ama nedir bir şeye bakarım çıkarım... Bugüne kadar diyin ki bana telefonda kaç kere oyun oynadığınız. Sıfır. Daha hiç telefonda oyun oynamadım. Oynayan insan değilim sadece gerektiği anda girerim bakar çıkarım. Ama diğerlerine bakıyorum saatleri bırakın artık günlerce oyun oynuyorlar... Bu da onların bütün sosyal aktivitelerini bitiyor, beynini bitiriyor. Hafızasını bitiriyor, iletişimini bitiriyor. Yani dediğim gibi gerçek kullanıldığı anlamda kullanıldığında çok güzel bir şey çünkü aradığın her şeyi bulabiliyorsun çabucak erişebiliyorsun ama dozunu kaçırdığında da iyi bir şey olmadığını görüyoruz.”

Murat (A12, 44, Ticaret): “Akşamları televizyon izlerken genelde dizi izliyoruz. Büyüğe hitap etmiyor bizim diziler. Bazen hadi film açalım diyoruz oğlum film açıyor. Sonra hep telefonda. Yazışıyor sürekli kalkıp telefonda konuşuyor. Aslında konuşmaktan çok yazışıyor hatta yazacağına ara söyle daha çabuk olur diyorum. Ben televizyon izliyorum aslında biz de izlerken elimizde telefon var. Eşimde de var. Bakıyorum yemek tarifi izliyor, Facebook’a bakıyor. Kim ne yapmış akrabaların bilgisini veriyor bir yandan. Ben de bazen kulaklık takıp haber izliyorum. Televizyonda haber izletmiyorlar çünkü. Bazen film bitiyor ne oldu diyince herkes bir şeyler söyleyince filmin sonunu anlıyoruz açıkçası.”

Deniz (A10, 45, İK Uzmanı): *“Teknolojik cihazlar aile içi ilişkileri kesinlikle olumsuz etkiliyor bence. Bence aile içi iletişim daha fazla olmalı. Bizim zamanımızda teknolojik cihazlar yoktu ben 80 doğumluyum ama bizim babamdan kaynaklanıyor. Güçlü bir otoriteydi, biz babam ne derse onun doğru olduğunu düşünüp onu kabul ediyorduk. Çok disiplinli büyüdük biz üç kardeş. Üçümüz de okuduk. Bir tek babam çalışıyordu maddi olanaklarımız çok iyiydi ama babam böyle yağdırmazdı bize şimdi benim eşim çok fazla yağdırıyor. Çocuklar şimdi iletişimi kesiyor mesela deniz kenarında telefon yasak ama Kaan şimdi çok mutsuz oluyor anneanne ben çok mutsuzum diyor çok mutsuzum dediği şey o an elinde cep telefonu yok arkadaşlarıyla konuşamıyor. Anneanesi de kıyamıyor ona kendi cep telefonunu veriyor. Çocuk o güzel denizi kumu bir sürü eğlenceyi bırakıp cep telefonuna konsantre oluyor. O kadar uğraşsınlar istemiyorum resmen beyinleri yanıyor yani. Onu düşünüyorum ben.”*

Sema (A3, 48, Akademisyen): *“Tek cihazlar aile içi iletişimi olumsuz etkiliyor ama şu da var ben böyle bir ortamda büyümedim tek televizyon, ona rağmen çok bir iletişimimiz yoktu bu biraz ailede belki kişilerin bunu bilmesiyle alakalı bir şey ben hep onu söylerim. Yani insan mutluluğu biliyorsa ve tanıyorsa bunu çocuklarına yansıtabiliyor ya da paylaşabiliyor. Ben bu konuda biraz zayıfım çünkü biz bu paylaşımları yapmadık. çocuklara ne aktarabileceğimi, nasıl mutlu olacakları bilgilisi aktaramıyorum. Ben bunun eksikliğini yaşıyorum çünkü yaşamamışsın yani hani bunu sadece teknolojiye bağlamak doğru değil kişiye de bağlı bir şey o duyguyu yaşamak lazım. Bilmek lazım.”*

Çağla (A11, 45, Veteriner): *“İnternet aile içi ilişkileri tabi ki de bozuyor. Elektrikler kesilince mutlu oluyorum ben. Çünkü gerçekten o eski Suadiye'deki evimizin oturma odasındaki halim geliyor aklıma ve yaratıcılığım geri geliyor. Ben hiç sevmiyorum. Bu telefon çalınca bile hiç sevmiyorum sinir oluyorum. Deseler ki al çekirdek aileni git denizin kenarında ben gerçekten istiyorum ve yaşarım. Çünkü çocuklarımı ve kocamı çok seviyorum, hayvanları çok seviyorum bana iki tane köpek iki at verin çocuklar da sıkılmasın onu nasıl yaparsınız bilmiyorum biz böyle karı koca kitaplarımızla çok güzel yaşarız... Şu hayatımdan biri beni alıp çıkarsın, şu telefonu hayatımdan biri çıkarsın çok isterim. Kimse nasılsın diye aramıyor. Arayan ilk beş*

dakika sonra bir şey istiyor. İstemiyorum hiç sevmedim ben teknolojiyi. Instagram'ım var yeni oldu oğlum açtı biliyordum beni oyalayacağını ama hep atla köpekle onları sahiplendirmeye ilgili şeylerle doldurdum, insan az koydum çünkü gerçekten hiç ilgilenmiyorum kimin ne yaptığıyla. Umurumda değil. İnsanların ne yaptığını görmek istemiyorum... Minimum kullanmayı seviyorum ama ona rağmen bakıyorum almışım elime geçmiş vakit."

Filiz (A7, 50, Akademisyen): *"Teknolojik aletler aile içi iletişimimizi bence olumsuz etkiliyor çünkü çok fazla şey imkanı olmuyor. Seni şey görüyorlar her ne kadar akademik olarak bir yerlerde olsan da bir şeyden alamayan bir şey bilmeyen onların ne istediklerini bilmiyorsun bence biraz agresifleştiriyor çocukları. Kesinlikle agresifleştiriyor asosyal yapıyor bence. İnternet ya da televizyon başında olmayı, daha doğrusu herhangi bir ekran başında olmayı bizimle iletişime tercih ediyorlar."*

Teknolojik cihazlar yanında çalışma koşullarının da en az onlar kadar aile içi iletişimi ve birlikte geçirilen zamanı olumsuz etkilediğini dile getiren katılımcılar da bulunmaktadır:

Murat (A12, 44, Ticaret): *"Yoğun çalışıyorum eve geç geliyorum. Aslında geç dediğim de genelde 7'de geliyorum ama toplantı vs olunca 10'u bulduğu oluyor. Bazen mal gelecek oluyor onu bekliyoruz vs. O nedenle sorularınıza çok da cevap veremiyorum çünkü evde değilim çocukları fazla gözlemleyemiyorum. Evet eve daha çok zaman ayırmak istiyorum ama yoğun çalışmak zorundayım. Masraflar çok. Çocuk sınavlara girecek hafta sonları ders alıyor. İhtiyaçları çok oluyor. Çocukların yükü anneye kalıyor onun da kendisine ayıracak zamanı azalıyor farkındayım ama elimden şuan başka türlü gelmiyor. İşler iyiye çalışmak lazım."*

Kemal (A3, 53, Veteriner): *"Şimdi biz de eve gittiğimizde yorgun argın oluyoruz. Yemek telaşı şu bu derken çocuklarla yine o kadar pek bir iletişim kuramıyoruz açıkçası. İlk çocukta ben biraz daha dikkat etmemişiz. Akşam beşten sonra dışarıda ikinci işte çalışmaya başladım. Saat 7-8den sonra eve gelmeye başladım. Eve geç saatte gelince iletişim kuramıyorsun çocukla o nedenle çok fazla bir şeyim olmadı. Elada dikkat ediyorum. Evde onla beraber olup vakit geçirmeyi onu dinlemeyi. Yatmadan ben mutlaka Ela'yla yatarım o uyuyana kadar. Onu uyuturum. Gece*

uyurken günün nasıl geçti, iyi ne oldu kötü ne oldu diye konuşuruz on beş yirmi dakika, konuşurduk öyle giderdi. Hala öyle gidiyor. Hazal'da yapamadığımı yapmaya çalışıyorum.”

Esra (A8, 44, Eczacı): *“Pandemi sürecinde daha beter olduk. Çünkü dün İlber Ortaylı'nın bir yazısını okudum. Yalnız kalamadığı zaman tek olmadığın zaman insanın işgücü performansı ve düşünce yeteneği yüzde elli azalıyormuş. Böyle olunca ben normalde bir günde yapacağım işi bir günde bitiremiyorum ve akşama sarkıyor. Bitirmem gereken şeyler oluyor ben akşam 21.00-21.30'a kadar çalışıyorum hani baba geldiğinde yemek oluyorsa hazırlıyor olmuyorsa bir şeyler yapıyor atıştırmalık ondan sonra baba ilgileniyor oynuyor onunla ama maksimum yarım saat akşam onunla geçirilen zaman. Ben de bu zamana kadar on güne kadar yapıyordum en az 45 dakika kitap okutturuyordum ona o okuyordu ben dinliyordum. Benimle o vakti geçiriyor ya da ikimizde yoğunsak abisiyle antrede futbol oynuyor. Abi de ders çalışırken hepimiz çok meşgulsek ona sen kendin takıl diyoruz kendisi takılıyor. Ya bebekleriyle oynuyor ya kitap okuyor. Ondan da bir süre sonra sıkılıyor. Ya da bir arkadaşıyla internet ortamında bağlanıp, eve gelemediği için. Koyuyoruz karşılıklı birlikte internet ortamında bebekleriyle oynuyorlar, oyun oynuyorlar. Özellikle de pandemi sürecinde 7-8 kere bunu yaptık. Yatak odalarında oğlumun bilgisayar var IPTV' ye bağlayıp televizyon da kullanıyor. Maçları vs oradan odasında izliyor. Benim eşim IT uzmanı bizim evde boş priz yok. Priz biçim için, biz prizi boş bulduk mu takarız. Yani öyle bir şeyimiz var. Temizliğe gelen arkadaş dolabın arkasındaki koca uzun priz uzatmalarını görünce Esra bütün bloğun elektriğini siz mi veriyorsunuz demişti bana o durumdayız. Yani evde iş gereği sürekli bilgisayar başındayız.”*

Tolga (A11, 45, Yönetici): *“Serbest zamanda beraber televizyon seyredip dışarıya yemeğe gitmeye çalışıyoruz ancak ben çok yoğun çalıştığımından hafta içi bu pek mümkün olmuyor. Eve gelmem 21.30'u buluyor. Çocuklar yemek yemiş, odalarına çekilmiş oluyorlar. Sabah da çok erken kalktığımdan en fazla bir saat oturup yatıyorum.”*

4.2.2.3. Alfa Kuşağında Yer Alan Çocukların Serbest Zaman Etkinlikleri, Medya Teknolojilerini Kullanımı ve Aile İlişkileri Bağlamında Değerlendirilmesi

Görüşmeye katılan ailelere Alfa Kuşağı'nda yer alan çocuklarının öncelikle genel özellikleri sorulmuştur. Zaman zaman soruyu yanıtlamakta zorlanan ve uzun süre düşündükten sonra cevap veren katılımcılar, genel olarak bakıldığında Alfa Kuşağı'nda yer alan çocuklarının özelliklerinden şikayetçi olmadıklarını dile getirmektedirler. Kimi aileler çocuklarını içe kapanık, kimisi insan ilişkilerinde iyi, kimi karamsar, kimisi de agresif olarak nitelendirmektedir:

Esra (A8, 44, Eczacı): *“Duru insan ilişkilerinde mükemmel, sosyal, kendini güzel ifade ediyor, kelime hazinesi müthiş. İki yaşından itibaren ona youtube’tan videolar falan izlettiğimizde İngilizce şarkıları kendi kendisine öğrenmişti tabletten çok güzel alıyor... Küçükte kontrolü daha iyi sağlıyorum kız çocuğu diye düşünüyorum. Ediz daha zordu çünkü. Komut almakta falan. Tamam diyordu ancak Duru gibi uygulamada bir şey yoktu. Duru da öyle bir şey var. Bunu istiyorsun çünkü bunu benim yararım için istiyorsun diyip benim düşüncemi söylüyor, ondan sonra beni düşündüğün için bunu yapıyorsun diyip kabul edip uyguluyor.”*

Kemal (A3, 53, Veteriner): *“Ela karamsar Hazal pek değil. Hedef yok. Hazal’ın küçükken veteriner olma hedefi vardı ama Ela’da hiçbir konuda bir hedef yok. Aklında bir meslek yok bir şey olmak istemiyorum diyor çok çabuk demoralize oluyor bir negatif onun tüm artılarını götürüyor. Hazal da o kadar değil onda da var ama ela kadar değil bizden de kaynaklı olabilir fazla hassas ve duygusallar.”*

Özlem (A15, 40, Ev Hanımı): *“Biraz zor bir çocuk. Nasıl anlatsam. Aslında duygusal ama duygularını ifade etmek yerine hırçınlığa vuruyor.”*

Sevgi (A2, 45, Sekreter): *“Selin daha civil civil bir çocuk. Hareketli, ama oyun oynama biçimleri değiştikçe o hareketliliğin gittikçe azaldığını görmeye başladım. Ortalıkta koşup oynamayı, şarkı söyleyip dans etmeyi severdi ancak çizgi filmlere daha doğrusu televizyona ve tablete olan ilgili arttıkça daha az hareket eden bir çocuk oldu. Evden dışarıya da daha az çıkınca kilosu da artmaya başladı.”*

Katılımcı ebeveynlere, Alfa Kuşağındaki çocuklarının serbest zamanlarını nasıl geçirdiği, oyun oynama ve oyuncak tercihlerinin neler olduğu sorulduğunda, Alfa Kuşağı çocukların ağırlıklı olarak teknolojik cihazlar ile vakitlerini geçirdikleri ve oyun oynama tercihlerini de yine bu teknolojik cihazlardan yana kullandıkları ağırlı olarak alınan cevaplar arasındadır. Ailelerin bir kısmı bu duruma gerekçe olarak sokaklar güvensiz olduğundan çocuklarının sokağa çıkarak oynayamadıklarını gösterirken, bir bölümü ise güvenli bölgelerde ve sitelerde oturduklarından dolayı çocuklarının dışarıda oynama imkanlarının olduğunu ancak bunu öncelikli olarak tercih etmediklerini dile getirmektedirler. Yine de ailelerin verdikleri cevaplar incelendiğinde çocukların teknolojik cihazlara daha fazla yönelmelerinin altındaki en önemli etkenin, çocukların dışarıda oynayacakları alanların çok kısıtlı olması ve yakın çevrede arkadaşlarının bulunmamasıdır. Maddi olarak daha iyi durumda olan aileler, genellikle güvenli sitelerde oturduklarından ve çocuklarına ayırabilecekleri zaman daha fazla olduğundan, çocuklarının öncelikli olarak evlerinin bahçelerinde arkadaşlarıyla birlikte oynadıklarını ifade etmektedirler. Ancak bu ailelerin oranı görüşme yapılan ailelerin içinde çok düşüktür.

Teknolojik cihazlar olarak Alfa Kuşağı çocukların ilk sırasında yoğun olarak televizyonun yer aldığı, ikinci sırayı ise tabletin oluşturduğu görülmektedir. Ancak buna rağmen, bu oranları belirlemede zorluk yaşanmasının nedeni Alfa Kuşağı çocukların, tek bir şeye uzun süre odaklanmak yerine aynı anda iki şeyle ya da iki ekranla birden ilgileniyor olmalarıdır. Örneğin kimi ebeveynler televizyonun hep açık olduğunu, ancak tüm dikkatiyle izlemek yerine fiziksel aktivitelerle de zamanını geçirdiğini ifade ederken, kimi aileler de bir yandan televizyon izlerken diğer yandan tablet ya da telefonla oyun oynadıklarını dile getirmektedirler:

Aslı (A12, 40, Ev Hanımı): *“Bizim küçük 2 yaşından beri cep telefonu ile haşır neşir. Şuan bizden iyi kullanıyor. Giriyor notlar ekliyor notlara fotoğraflar ekliyor telefonun ekranındaki görüntüyü değiştiriyor. Şimdi bana sorsanız onları bulamam. Oyuncakları var. Küçük olan oğlumun. Oynuyor ama daha çok çizgi film izlemeyi seviyor. Televizyonda, tablette çizgi film genelde açık oluyor. Tüm gün izlemiyor ama açık, karşısında oyun oynuyor. Resim çiziyor, kağıda kaleme çiziyor ama son dönemde bakıyorum resmi de tableten çiziyor daha doğrusu tableten resim*

açıyor üstünde düzenleme yapıyor. Boyama uygulamaları var açıp orada boyama yapıyor. Bir de her şeyin fotoğrafını çekme huyu var. Sadece ufaklıkta telefon yok bizimkileri kullanıyor daha çok benimkini bütün gün evde olduğumuz için. Bir resim yapıyor diyelim anne telefon diyor ve onun fotoğrafını çekiyor. Legolardan bir şey yapıyor onun fotoğrafını çekiyor. Bir kıyafet alıyoruz onu ilk giydiğinde fotosunu çektiriyor. Oyuncakları dediğim gibi Legoları var ama çizgi filmlerde gördüklerini istiyor bir de çizgi film kanallarında hep oyuncak reklamları oluyor. Onları istiyor. Mama yedirdiğin köpek uzaktan kumandalı araba. Konuşunca söylediğini aynen tekrarlayan kuşlar gibi oyuncakları var. Açıkçası çok oyuncak almak şımartmak mı oluyor bilmiyorum ama öyleyse bile ben alıyorum şımarsın. Bizim o kadar oyuncığımız yoktu.”

Ebru (A14, 41, Ev Hanımı): *“Küçük çocuk oyuncaklarla pek oynamıyor, dersine odaklanamıyor. Neden odaklanamadığını bilmiyorum. İnternet, şuan her şeyi bilgisayar ve televizyona odaklı. Kitap okumak yok, ders çalışmak yok hep of sıkılıyorum. Netflix’i biliyor. ben iki sene önce öğrendim. İnternetten oyun oynamayı dizi film izlemeyi biliyor. Bilgisayarı bıraktığı zaman telefon istiyor telefonu bıraktığı zaman tablet istiyor. Hiçbir şey yoksa televizyon oluyor ama televizyon en son tercihi çünkü onda aradığını istediği gibi bulamıyor. Ötekilerde istediği şeye hemen ulaşıyor. Ciddi teknolojiyle çok iyi bağı var yeri geliyor ablasının bile bilmediği pek çok şeyi biliyor. İnternetten dizileri izlemeye çizgi filmleri izlemeye başladı bizim hiç duymadığımız. Tişörtlerini istiyor. Sürekli internet başında. Derslerini izliyor. Dersleriyle beraber günlük 8 saat internet başında. Ders aralarında çizgi film izliyor, oyun oynuyor bilgisayarda. Akşamları elinden alıyoruz bizim sokak müsait biraz orada arkadaşlarıyla oynuyor bahçede ama kısa süreli... Sokakta arkadaşları da var ama evde internet başında olmak ona cazip geliyor. Ben diyorum ki ona gözlerin bozulacak çık dışarıda biraz hava al diyoruz. Laptopu arkadaşlarına tercih ediyor. Aleyna (büyük kızı) o yaşlarda daha sosyaldi. Arkadaşlarıyla sokaklarda oynama şansı vardı oturduğumuz yer itibarıyla. Ama onun da iki bilgisayarı vardı.”*

Esra (A8, 44, Eczacı): *“Günde sabah dersi başlayana kadar yarım saat televizyon izliyor sonra dersi var. Programlı gidiyoruz açıp da saatlerce izlemiyor. Şuan sitede oturduğumuz için bahçesi var. Bahçeye çıkıp oynuyor o nedenle*

saatlerce televizyon ekranında kalma yok. Sitede arkadaşları da var... İnternette dinlediği şeyler masal, Youtube'ta çizgi film, dizi. Açında ortalama 45 dakika izliyor. Derslerden ödevlerden ve dışarı çıkmasından çok da vakti kalmıyor. Toplasan günde bir saat giriyor ortalama. Telefon kullanmasına mümkün olduğunca izin vermiyoruz tabletten de her şeye giremiyor. Ama bir saat kalırsa sesini çıkarmıyor. Ama şey yapıyor o çok hoşuma gidiyor ben çok kaldım çok radyasyon aldım diyip kapatabiliyor yeter bu kadar diyebiliyor. Bebekleriyle oynamaya başlıyor. Gerçek bebeklerinin yanında sanal bebeği de var. Bebek besliyor sanal ortamda... . Ya da bir arkadaşıyla internet ortamında bağlanıp, eve gelemediği için. Koyuyoruz karşılıklı birlikte internet ortamında bebekleriyle oynuyorlar, oyun oynuyorlar.”

Ender (A14, 48, Çalışmıyor): “Çocuk dışarıda arkadaşlarıyla oynuyor ama internet mi arkadaşlarımı dersin ben derim ki internet. Dışarıda oynadığı bazı oyunlardan zevk alıyor ancak yeri geliyor internette oynadığı oyunlardan daha çok zevk alıyor. Neden dersiniz çünkü internette aradığını bulabiliyor. Mesela şimdi canlı dersler başladı ders arası olunca hemen diğer taraftan yok Sünger Bop yok bilmem ne bileyim Jurassic Park. Saate bakıyorum ara bitmiş ders başlamış Alperen dersin başlamıyor mu diyince daha on dakika var diyor bakıyorum ki dersi başlayalı on dakika olmuş dersle alakası olmuyor. Küçük çocuk ders harici çizgi filmlere giriyor sağdan soldan bir şey duyuyor biri diyor ki ben bir film izledim gelip onu izliyor oyun da oynuyor ancak daha çok çizgi film ve film amaçlı giriyor öyle ders yapmak araştırmak amaçlı kesinlikle kullanmıyor.”

Aslı (A12, 44, Ev Hanımı): “Küçüğün sosyal medya hesabı yok. Ama telefonumu eline aldığı anda Facebook'uma girip orada fotoğraflara bakmayı seviyor. Hatta geçenlerde bir şey yaptı babasının telefonuyla oynuyordu ona yaşlandırma programı yüklemiş hepimizin tuhaf tuhaf resimlerini çekmişti. Makyaj yapmıştı babasını kadın yapmış. Orda da Facebook'ta paylaş yazısı varmış. Basmış paylaşmış. Geldi Facebook'ta paylaştım dedi inanmadık küçücük çocuk yapamaz dedik. Büyük oğlum bir geldi anne gerçekten paylaşmış dedi. Hemen sildik ama gören olduysa o sürede bir sürü iş yaptığı insanlar yüklü rezil olmuşuzdur. Ama bir şey söyleyen olmadı. Baktık daha beğeni de almamış fotoğraf (gülerek).”

Meriç (A5, 40, Kuaför): “Küçük bu sene 2. Sınıfa başladı. Ayça’nın bebekleri var Barbie’lerle oynuyor ama daha çok televizyon izliyor. Netflix’te Barbie çizgi filmi var onu seviyor onu izliyor. Aslında Barbie alırdık ama oynamazdı. Daha yeni yeni o diziyle başladı oynamaya. Barbie evini aldı, elbiseleri, Barbie’nin arkadaşları falan derken. Herkes alıyor. Sadece benim çalışmamla ya da babasının aldıklarıyla olacak gibi değil. Aslında eskiden bizim istediğimiz kadar çok oyuncak istemiyorlar. Çünkü onların tabletleri var. Her şey içinde. Orda bahçe yapıyorlar. Bebek giydirip besliyorlar. Kuaför oyunları var onlarla oynuyorlar.”

Filiz (A7, 50, Akademisyen): “Sabah 8.30’dan 15.30’a kadar ders var. Aralarda beş on dakika ara var o aralarda mesela hemen tableti alıp oyuna bağlanabiliyor ama tabi çok aşırı gözlemleyebiliyor muyum eve gittiğim zaman gözlemleyebiliyorum. Ben burada olduğumdan ağırlıklı olarak. Mesela daha önceden özellikle bu online eğitimden önce daha fazla kitap okurdu çok iyi kitap okuyucuydu mesela o kitap okumayı azalttı televizyon ve internet arttı. Özellikle de televizyon. Tabi ona olumlu şeyler de katıyordur katmıyor değil yeni şeylerde öğrenebiliyor ama kitap okumaktan, resim çizmekten biraz uzaklaştı böyle olumsuz etkiledi... Saat 16dan sonra dersleri bitince internet başında ama ödev dışında ne zaman internet başında dersiniz onu bilemiyorum çünkü tablet hep önünde o sırada ödev mi yapıyor internette oyun mu oynuyor bilemiyorum. Göstermiyor odası kapalı her zaman içeri girince uyarıyor her şeyi şifreli hiçbir şeyi açık değil. Hiçbir şekilde ulaşamıyorsunuz hiçbir şeyine.”

Ayhan (A7, 52, Bilgisayar Uzmanı): “Küçük olan 2. Sınıfta haftanın üç günü online müzik dersi var. Kendi dersleri var onun dışında da sosyalleşme olarak kendisini internette buluyor dizi falan seyrediyor televizyon. 2. sınıf ama yapı olarak gelişken biraz. Bu sebepten televizyona da pek diğerleri kadar ilgi göstermese de izliyor ama elektronik şeyler hep hayatımızda... Sabah 8.30da derse başlıyor mesela başlamadan bir şeyler atıştırdıktan sonra eline hemen tablet alıyor. Bu sabah baktım işten çıkarken elinde tablet. Dur daha ders başlamadı dedim. Niye aldın eline dedim. Ne yapıyor bilmiyorum yapıyor bir şeyler ama sana göstermiyor. Belki biz oturtamadık bu olayı denetlenebilirliği tam oturtamamış da olabiliriz. Çünkü onların bildiği teknolojiyi tam bilmediğimizden, tam bilmiyoruz ki nereye giriyor neresi

yasaklanmalı inan ki ben deseler ki şu siteyi yasakla ben yasaklayamam mesela tableti bozuldu karalar bağladı... Biz bilmiyorum bir şey diyemiyoruz en fazla uyarıyoruz dikkat et bilmediğin kişilere kişisel bilgilerinizi vermeyin diye. Onun haricinde nerelere giriyor hangi siteleri kullanıyor bilemiyoruz. Özel eşyası durumunda internet ortamı ve teknolojik cihazları.”

Dilek (A9, 42, Akademisyen): “3. Çocuk olduğundan ona gelene kadar kaynaklar daraldı onun tableti daha geç alındı. Çocukların Ipad’i 4 yaşında alınırken arzuya 6 yaşında daha bu sene Ipad verildi o da evde kaybedilen eski Ipad’i bulduk. Saç kesme oyunu oynuyor onun gibi basit oyunları var. Öyle çok uzun vakit geçirmiyor o televizyonu seviyor. Kendisi isteyip açıyor. Netflix’teki çocuk çizgi filmleri açıyor ama filmde çok diziyi seviyor. Dizi izliyor. Çizgi diziler.”

Arda (A9, 42, Televizyon Sektörü): “Arzunun cep telefonu yok bizimkiyle oynuyor ama aslında açıkçası onun öyle bir talebi olmadı biz yaptık. Yolda giderken uzun yolda kriz çıkıyor diye kedi oyunu falan vardı onarlı indirdim 4 falan yaşlarında. Onlarla oynatıyordum. 4 yaşından önce oyuncak vs onlarla idare ediyorduk ama 4’ten sonra idare edilememeye başlayınca telefon vermeye başladık... Barbie’ler çiziyor. Hadi çizim yapalım diyince çizim yapıyor. Ipad mi çizim mi dersin çizimi tercih edebilir ama çizim mi televizyon mu dersin televizyonu tercih eder. Hamurla oynamayı seviyor. Dikkatini toplayabiliyor ama uzun mu bilmiyorum ama ağabeylerine göre dikkatini daha uzun topluyor Poyraz sıkılıp bırakabiliyor.”

Kemal (A3, 53, Veteriner): “Bizim küçük olan internete çok bağımlı hale geldi aslında çok bağımlı değildi ama son dönemde bağımlı hale geldi....Daha küçükken oyun kuran, kendi kendine yetebilen bir çocuktan daha sonra biz ne kadar kısıtlama yapsak da tablete bir telefona bir saat ayırabilirsin daha fazla ayıramazsın diyorum. Ne kadar bunu yapsan da başka bahaneler uydurarak süreyi uzatıyor. İşte beni kandırıyor bir benden aldığı bir saati annesinden aldığıyla birleştirerek iki saat yapıyor. Teknoloji açıkçası çocuğun okuma şeyini elinden aldı. Teknolojiyi kısıtlamak şart çünkü çok kötü etkiledi çocuğun okuma alışkanlığını elinden aldı. Ve çok çabuk sıkılır hale geldiler ders dinlerken bile sıkılıyor çocuklar... Biz evde yokuz. Telefonu yasakladım. Uyanıklar, internet üzerinden online görüşüp tabletten görüntülü konuşarak işi götürüyorlar aynı oyun içince iki kişi olabiliyorlar. Değişik

oyunlar oynuyorlar bilgisayarda iki kişi aynı anda birbirini görebiliyorlar. Biz yokken çocuk tamamen internete bağılı, bilgisayara bağılı. Biz varken biraz kısıtlama yapıyoruz ama yine de izin isteyip süreyi sürekli genişletmeye çalışıyor bağımlı hale geldi... Elanın şöyle bir kötü alışkanlığı var. Televizyon karşısına geçip bir şeyler yeme alışkanlığı var. Gerçi bu tür alışkanlığı olanlar genelde obez ama bizimki zaten çitlembik kürdan gibi bir şey. Ama böyle bir alışkanlığı var. Sürekli ekranın karşısında bir şeyler yapayım bir şeyler yiyeyim alışkanlığı var.”

Sema (A3, 48, Akademisyen): “Ela oyuncaklarla oynamayı seviyor kendi başına oyun kurabiliyor ama arkadaşlarıyla uzaktan birlikte oynanacak oyuncakları daha çok tercih ediyor. Onun dışında oyuncak oynamak pek fazla yok. Uzaktan dersler başlayalı hiç oyuncaklarla oynamıyor hep internet başında zaman geçiriyor. Dışarı da çıkamayınca iyice internete bağımlı hale geldi. Evde kendi başına bir vakit yaratamayınca internet başında daha çabuk oyun oynamayı tercih ediyor... Ela’nın internette oynadığı kimi oyunlarda oyunlarına yaşutlarının değil büyüklerinin de girdiğini gördük. Çiftlik yapıyorlar bir şeyler üretip satıyorlar yabancılarda gelip alıyor. Bir kere denk geldik ki aslında büyük bir insan girmiş oradan adın ne yaşın ne resmini gönder gibi şeyler yazmış ve çok rahatsız olduk bunu nasıl sınırlandıracağımızı da bilemedik ve çok rahatsız olduk ondan sonra kendisi de biraz korktu ve onun etkisiyle sanırım tablette çok açılmıyor... Ela televizyon izliyor. Ortalama iki saat izliyor ama çizgi film izliyor sütünü içerken izliyor. Televizyon izlerken uyumayı seviyor. Tabletteki süreleri kısıtlı olduğundan orayı yememek için televizyonu kullanıyor çizgi film izlemek için ama bıraksak her yerden izleyecek tableti daha çok tercih edecek. ”

Selma (A4, 42, Ev Hanımı): “8 yaşındakine ablası telefonunu değiştirtince onu verdik, yaşutlarının hepsinin telefonu olduğunu sosyal medya hesapları olduğunu kendisinin olmadığı için arkadaşlarıyla konuşamadığını dışlandığı söyledi. Ablasının telefonunu verdik. Ancak ondan da çok memnun değil. Arkadaşlarının oynadığı sanal bebekler varmış, o telefonda o sanal bebekler açılmıyormuş. 4 yaşındaki, erkek. Daha çok arabalarıyla oynuyor. Yaşadığımız mahalle güvenli olmadığından sokağa çıkmak diye bir şey yok. Biz arada parka götürüyoruz. Daha çok evde oynuyor. Ufaklık da (4 yaşındaki) hangimizin telefonunu boş bulursa onu alıyor. Genelde

benimki oluyor bu. Gün boyunca televizyon izliyor çizgi film. İşler bitince arada ben ondan fırsat bulunca alıyorum kumandayı. O da telefonda bir şeyler oynuyor. Değişik oyunlar indiriyor. Ben çok fazla anlamıyorum o oyunlardan ama ya kendisi indiriyor bir şekilde ya da kardeşleri açıyor oynuyor.”

Deniz (A1, 38, Öğretmen): *“Selin daha civil civil bir çocuk. İlk iki sene her iki çocuğumuza da mümkün olduğunca bir şey izletmedik. Ama arkadaşlarımızla vs bulduğumuzda bir yerlerde otururken oyalamak için eline telefon verip Youtube açmak zorunda kaldık. Ya da evde bakacak kimse olmadığından markete onlarla giderdik ve küçükken ağlamadan durmaları için bebek arabasının önüne Youtube açtığımız maalesef sık olurdu. Zor zamanlarda aslında ekranlar bizler için kurtarıcı o nedenle şikayet edersem kullandığım şeye haksızlık da etmiş olurum. Selin 4 yaşında. 2 yaşından beri kendi cep telefonu olmasa da bizimkileri kullanıyor her şeyini her yerini biliyor. Bu sene tablet aldık. Orda da zeka geliştirici oyunlar yükledik onlarla oynuyor. Çizgi film izlemeyi seviyor. Resim yapmayı kağıtları kesmeyi seviyor. Zekası gelişsin diye çok heves edip zeka oyunları yapbozlar aldık ancak hiç yapbozlarla oynamadı. İlgisini çekmedi. Büyük kızım küçükken onunla yapboz oynardık o daha ilgiliydi ama ufaklıkta o yok. O abur cubur yiyip çizgi film izlemeyi seviyor. Mümkün olduğunca zarlı bir şey yedirmek istemiyoruz ama kreşte de veriyorlar ve alıştı bazı şeylere ve yemek istiyor.”*

Cem (A1, 38, Öğretmen): *“Selin’in konuşan bebekleri var. Yemek yedirdiği köpeği var. Fiziksel olarak onlarla oynuyor, tablette de resim çizme, boyama yapma, onlarla oynuyor kıyafet giydirme oyunları var. Önce mağazaya gidip alışveriş yapıyor sonra bebeği giydiriyor onlarla oynuyor. Yemek yapma oyunları var. Malzemeleri seçiyor tavaya ekliyor yemek pişiyor. Onlarla oynuyor. Okuma yazmayı 3 yaşında bile değildi kendisi öğrendi.”*

Melek (A6, 39, Memur): *“2 yaşında küçük olan. Arabalarla oynamayı seviyor bebeklerle de oynuyor ancak daha çok el becerisi geliştiren kartlar vs ile oynamayı seviyor aslında biraz da biz teknolojiye yönlendiriyoruz çocukları kendi yoğunluğumuzdan dolayı. Zeka yapıları da çok farklı Alfa Kuşağı dediğiniz kuşağın daha yatkınlar teknolojiye. Küçük için çizgi film olsun nerede olursa olsun. Ancak*

oyalama aracı olarak düşünürseniz oyuncak kesinlikle oyalama aracı olmuyor. Oyalama aracı olacaksa çizgi film, tablet, sosyal medya olacak.”

Tufan (A6, 40, Pazarlamacı): *“Küçük çocuk. Telefonda Youtube izlemeye alışık olduğundan daha 2 yaşında olmasına rağmen, daha küçükken de köşede çıkan reklamları tıklayarak hemen geçiyordu. Ona televizyonda Youtube açtığımızda baktık reklam çıkınca ekrana gitti tıklayarak değiştirmeye çalıştı. Gördüğü ekranlarda, televizyonda her şeyi tıklayarak değiştirebileceği düşüncesinde.”*

Deniz (A10, 45, İK Uzmanı): *“ Tüm gün bir şey izlemek istiyor. Onun izlemek istemediği noktalar ya güreş. Güreş yapmayı seviyor onun dışında hep ekran istiyor bir şeyler izlemeyi çok seviyor. Ama şöyle oluyor mesela telefon açık yerde çalıyor o gidip başka bir şeylerle oynuyor ama illaki o ekranda bir şey açık olacak o an izlemese bile.”*

Hakan (A10, 45, Makine Mühendisi): *“3.5 yaşındaki çocuk genelde robotlarla oynuyor. Onun dışında hiçbir oyuncakla oynamadı daha. Ninja kaplumbağalar, transformalar. Robot oyuncaklarla oynuyor. İnternette şuan bir şey oynamıyor. Evimiz site. Site olduğu için site bahçesinde Scotter sürüyor. Yaşlıları da var zaman zaman oynuyor ama daha çok bireysel takılıyor. Çok iyi scotter sürüyor. Büyüğe 6 yaşında almıştık küçüğün 2 yaşından beri var.”*

Çağla (A11, 45, Veteriner): *“Korona yokken Youtube izleme, televizyon izleme vardı. Bir çok anne baba şikayet ediyordu bilgisayarın başından kaldıramıyoruz diye. Yakın arkadaşı da aynı şekilde ekran bağımlısı ancak bizde koronadan önce öyle bir bağımlılık yoktu. Kullanım miktarından pek şikayetçi değildik ancak ne zaman korona oldu, eve girdiler o zaman çok ciddi bir şekilde Youtube izleyeyim oyun oynayayım Roblox oynayayım şeklinde küçük sürekli bilgisayar karşısına geçiyor.... Küçük tabletten film indirip yüklesin ya işine onu seyretmeye 4 yaşında başladı işte Sevimli Canavarlar, Arı filmi falan. Ama oyun oynamaya daha geç başladı. 4 yaşındayken lego oynuyordu hala seviyor legoyu.”*

Çağla (A16, 43, Akademisyen): *“Alfa kuşağında 2 çocuğum var. En küçüğünü baz alırsak genelde kedi oyuncaklarıyla, yumuşak şeyler, doğayı hayvanları çok seviyor, ayıcık kedi köpek tasmaı olan köpeğı var onu gezdiriyor.*

Polly Pocket gibi şeylerle de oynuyor. Küçük küçük bebekler onlara minik minik kıyafetler giydiriyor. Top oynamayı çok seviyor. Benim bir erkek yeğenim geldiğinde onunla da top oynar. Barbie'leri var, Barbie evleri, karavanları var, kutu oyunları oynuyor, sihirli bardaklar diye oyun var. Scrabble oynuyor, kelime oyunu oynuyor.... Telefonda da Pixel Art. Renk seçip oynuyor. Ya da kayan bir oyun var. Çizim oyunları oynuyor. Mantel App oynuyor. Telefonuma yüklediği oyunları var onlarla oynuyor. Müzik aleti çalan oyunlar var. Piyano çalıyor zaten, piyano çalma oyunları var onları yükleyip oynuyor. Eline çok fazla telefon vermiyorum zaten sürekli online ders yaptıklarından bu süreç dışında da ellerinde sürekli telefon olup sürekli ekrana baksınlar istemiyorum. Bahçemiz var büyük bir tane. Bahçede kendi yaptığımız tahta salıncak var trambolin var. Toplar var. Küçük bir kulübemiz var. Holly hoplar var. Temiz havada oynasınlar diye dışarıda oynatıyoruz. Televizyon izlemeyi çok istiyorlar ama ben şimdi marttan beri pandemiden dolayı evde olduğumdan televizyon izlemelerini kısıtladım. Günde 2 saat izliyor. 2.5 saat izliyor bana göre çok değil dün iki saat. Eğer hava güzel olursa bazen hiç izlemiyorlar. Televizyonda Harry Potter izliyorlar, çizgi filmler izliyorlar. Netflix'te bazı çocuklarla ilgili diziler var atlarla falan ilgili onları izliyor.”

Erdinç (A16, 46, Finans Uzmanı): “Oyun konusunda en çok tercihleri, bahçede kedi ve köpekle oynamayı seviyorlar ilk sıra o, Selin ve Nil'lere gitmek ikinci sırada, tabi ki tablet telefon bahçede oynamayı üçüncü sıraya atıyorlar. Yeni bir yardımcımız var onunla evde saklambaç oynamayı seviyorlar. Paten yapıyorlar. Şuan derslerden kalan çok zaman olduğundan sürekli aktivite gerekiyor onlar için. Ben hafta içi çalıştığımdan fazla ilgilenemesem de. Onları yüzmeye baleye ve tenise de götürüyoruz. Daha çok eşim götürüyor. Dans ediyor iki kardeş.”

Sevgi (A2, 45, Sekreter): “Küçük kızım 4 yaşında. Nelerle oynuyor. Bebekleri var onlarla oynuyor. Resim çiziyor. İlk bir buçuk sene kendim baktım. Sonra okulun kreşine verdik. Bir buçuk sene mümkün olduğunda bir şey izletmedik. Ama tabi dışarı çıktığımızda toplu yerlerde ya da arabayla bir yerlere giderken yolculukta sorun çıkarıyordu. Eline oyuncak falan vermek ya da masal anlatmak gibi şeyler uzun süre oyalamadığından tablet alıp arabanın koltuğunun arkasına taktık. Teknolojiyle birebir tanışması sanırım o zaman oldu. 2 yaşında gibiydi ama sınırsız bir ekrana

bakma yoktu o sadece arabadaydı yolculuk sırasında izliyordu. Ama telefonlarımızı alıp bir şeylere bakıyordu. Resimlere falan. Youtube açıp video izliyordu. 2yaşından sonra bunları tek başına yapabiliyordu. Bizden iyi kullanması hoşumuza gidiyor çünkü bizim bile zor yaptığımız pek çok şeyi aslında çok rahat yapıyor. Açıyor izliyor yüklüyor. Telefonu seviyor. Tabi tüm gün telefon başında değil. Televizyonda çizgi film izlemeyi seviyor. Tablet artık yolculuk dışında eve geliyor oraya Netflix yükledi kendi oturumu var. ona oturum oluşturduk. Orda çizgi film izliyor. Ama daha çok televizyonda izliyor. Kahvaltı yaparken. Onun dışında odasında oyalanıyor. Zaten akşama kadar çalışıyoruz. Akşam eve herkes yorgun geliyor.”

Murat (A2, 48, Memur): “Aslında ufaklığın ekrana kaymasında bence bizim de biraz etkimiz oldu. Arabada sakın dursun diye biz bir şeyler izletmeye başladık. Sonra biz film izlerken çizgi film istediğinde telefonla oynamasına izin verdik. Doğduğu andan beri herkes sürekli her anının fotoğrafını çekiyor. E o da buna alıştı ve o da şimdi en ufak bir şeyde anne fotoğrafımı çek baba fotoğrafımı çek durumunda. İnternette alışveriş sitelerinden kıyafet beğeniyor. Ekran fotoğraflarını alıyor sonra bize gösteriyor. Gün içinde hafta içi evde yokuz akşam geliyoruz. Televizyon yatana kadar açık. Ya çizgi film açık ya Netflix açık. Ufaklık arada gelip gidiyor gelince çizgi film açılıyor ya da biz bir şey izliyorsak ona da tableten açıyoruz o da onu izliyor.”

Ebeveynlerin verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, nicel verilerde de bahsedildiği gibi Alfa Kuşağı çocuğun serbest zaman etkinlikleri arasındaki ilk sırayı televizyon ve Netflix gibi uygulamalar almaktadır. Buralarda daha çok çizgi film ya da çizgi diziler izlemektedirler. İkinci sırayı tablet ile vakit geçirmenin aldığı görülmektedir ve tablet ile daha çok oyun oynamaktadırlar. Z Kuşağının aksine Alfa Kuşağı, pek çoğunun kendisine ait bir telefonunun olmaması ve ailelerin internete kısıtlama getirmeleriyle birlikte bir şey izleyecekleri zaman televizyonu tercih etmekte, tablet ve telefonları daha çok oyun oynama ya da Youtube gibi uygulamalardan video izleme amaçlı kullanılmaktadırlar. Üçüncü olarak, evde fiziksel aktiviteler ya da fiziksel oyuncaklarla oynamayı tercih eden bu kuşak için dışarıda arkadaşlarıyla birlikte vakit geçirme olanakları yukarıda da bahsedildiği ve ailelerin de bahsettiği nedenlerden dolayı çok sınırlıdır. Alfa Kuşağı çocukların bilgisayar ve

cep telefonuyla vakit geçirmelerinin Z Kuşağı ile karşılaştırıldığında çok sınırlı olduğu görülmektedir. Bu durumda yaşları itibariyle, görüşme yapılan ailelerdeki Alfa Kuşağı çocukların kendilerine ait cep telefonlarının olmaması da önemli bir etkidir.

Alfa Kuşağı çocukların arkadaş ilişkilerine bakıldığında, yine Z Kuşağı'yla karşılaştırıldığında sınırlı olduğu görülmektedir. Bunda çocukların dışarıda oynama imkanlarının yok veya çok kısıtlı olması etkili olmaktadır. Arkadaşlık ilişkileri genel olarak okula başladıktan sonra gelişmeye başlayan çocukların arkadaşlıklarının genelde okul ile sınırlı kaldığı görülmektedir:

Meriç (A5, 40, Kuaför): *“Okula başlamadan önce arkadaşları yoktu. Okulla birlikte okul arkadaşları oldu ama okul dışında görüşmüyorlar. Hep yaşından büyüklerle bir arada. Biz de zaman zaman arkadaşlarıyla ailece bir araya geliyoruz bir araya gelince oynuyorlar ama kendileri hiç talep etmiyor hadi şuna gidelim buna gidelim diye. Okul dışında arkadaşlarıyla telefonda görüşme şeyi de yok küçüğün. Küçük televizyon başında çizgi film izler bebekleriyle ve tabletiyle oynar. Çok fazla bir şey talep etmez... Ufaklığı da müzik kursuna dans kursuna vs gönderiyoruz zaman zaman en azından spor olsun diye çünkü evde çok hareketsiz. Bahçesi yok evimizin. Dolayısıyla çok dışarı çıkma şansı yok. En fazla parka götürüyoruz.”*

Ayhan (A7, 52, Bilgisayar Uzmanı): *“Hiç sokak yok sokak olayı hiç yok. Çünkü zaten çok dışarı çıkan bir çocuk değildi ama şimdi pandemiden dolayı yazlıkta zaten haziran ve eylül arası dışarıda vakit geçirdi ama o da çok değil hani zaten iletişimi çok yüksek bir çocuk değil biraz utangaçlığı var belki bizden kaynaklanan ama online olarak sınıf arkadaşlarıyla arada oynuyor ama online tabi arkadaş olarak çok şeyi yok yüz yüze. Günlük internet kullanımı tablet ve telefon hep açık gece 12ye kadar sınırsız internet. 12.00’de yatıyorsa çok iyi bir şey. Küçükten bahsediyoruz.”*

Ebeveynlerin bir kısmı, bu kuşaktaki çocuklarının iletişiminin kuvvetli olduğunu ancak, kendi yaşlılarından çok ailelerle, akrabalarla ya da yaşça kendilerinden daha büyük kişilerle daha iyi anlaştıklarını ifade etmektedirler:

Selma (A4, 42, Ev Hanımı): *“Bazen üst komşunun oğlu geliyor o da kendi yaşıtı ancak pek anlaşıyorlar. Çabuk kavga ediyorlar. Çok tercih etmiyor onunla oynamayı. Daha çok kendi oyuncaklarıyla oynuyor ancak çabuk sıkılıyor bütün gün evde olunca. Ben de fazla ilgilenemiyorum.”*

Kemal (A3, 53, Veteriner): *“Dışarı çıkıp arkadaşlarıyla oynama isteği az. Akşam biz eve gidince bazen dayısı ve kuzenleriyle birlikte bisiklet sürmeye gidiyor dayısı ısrar ediyor gel diye ama öyle çok isteği yok.”*

Dilek (A9, 42, Akademisyen): *“Arkadaşları var sosyal. Bu yaz anneme bıraktık taşınıyoruz diye annemle bir ay kaldı. Sitedeki her teyzeyle denize gitmiş. Yaşı büyüklerle daha çok anlaşıyor. Hepsiyle tanışmış konu komşu hepsiyle denize gitmiş aşırı sohbet ediyor onlarla. Çok süslü aynı Aysel Gürel gibi. Mor etek sarı çorap çantalar vs ne kadar renkli o kadar hoşuna gidiyor ama toka falan sevmiyor, saçlar halkadaki kız gibi. Ama kıyafetlerine çok özen gösterir çantasına varana kadar uydurup rengarenk giyinip takar dışarı çıkacağımız zaman hazırlanır. Babasıyla arası çok iyi ona hayran. Babasına daha kibar cevap verir bana daha bağırarak cevap verir. Yine de uyumlu. Söyleneni dinliyor itiraz etse bile. Empati duygusu var. Diğerlerinde yok. Yardım ediyor.”*

Görüşme yapılan ailelerden sadece bir tanesi, Alfa Kuşağı çocuğunun serbest zaman etkinliği olarak ilk sırasında arkadaşlarıyla birlikte oyun oynamanın yer aldığını ifade etmişlerdir:

Erdinç (A16, 46, Finans Uzmanı): *“İki ya da üç komşumuzla yüz yüze görüşüyor. Biz tek tek villa tipi evlerde oturduğumuzdan sokak kültürü var. Sokağa çıkıp arkadaşlarıyla oynayıp bisiklete binme imkanları var ya da eğer hava kötüyse evin içine girip evde oyuncaklarıyla oynuyorlar ya da 130cm’lik Barbie karavanı var onu bahçeye alıyoruz oynuyor. Bir de bahçedeki masada restorancılık oynamayı seviyorlar. Küçük fincanlarla vs. Evde oyun oynarken iki kardeşler aralarında 16 ay var birbirlerine yetiyorlar ama arkadaşları akıllarına geldiği an arkadaşlarıyla oynuyorlar. Komşumuzun kedi ve köpekleri var onlara gidip onlarla oynamak istiyorlar. Onların çocukları da bizim bahçe çocuklar için çok eğlenceli olduğundan*

bize gelmek istiyorlar. Onlar da evcil hayvan istediğinden onlarla gidiyorlar aslında yüz yüze de görüşüyorlar.”

Çağla (A16, 43, Akademisyen): *“Alfa kuşağı iki küçük kızımda alfa ama küçük kızım kendi oynamayı da seviyor fakat kendisinden büyük olanla da küçük olanla da oynuyor. İki kızım genelde eve iki misafir gelince küçük olan küçükle büyük olan büyükle oynuyor yaşı daha küçük ya da büyük olsa da.”*

Ailelere Alfa Kuşağı çocukların aile ile olan ilişkileri sorulduğunda, genel olarak yaşları itibariyle aileye bağlı olduklarını ve onlarla birlikte vakit geçirmeyi talep ettiklerini dile getirmektedirler. Bunun yanında Alfa Kuşağı istediği bir şey olduğunda bunu hırçınlaşarak ya da bağırarak değil aileyi ikna ederek, duygusal açıdan etkilemeye çalışarak elde etmeye çalıştıkları aileler tarafından ifade edilmektedir.

Esra (A8, 44, Eczacı): *“Duru aileye daha bağlı. Durunun da isyan ettiği şeyler oluyor ondan ufak bir şey isteyince ben bu evin hizmetçisi miyim diyor bize. İsyan ettiği şeyler oluyor ama durunun öyle bir farkı var. Yemek yapıyorsun Ediz eline sağlık çok güzel olmuş diyip kalkıyor. Duru, annecim ne güzel yapmışsın en sevdiğim yemek teşekkür ediyorum çok uğraştın diyor bana. Bütün gün mutfaktaydın diyor. Duru senin verdiğin emeğin kıymetini biliyor Ediz öyle değil..”*

Kemal (A3, 53, Veteriner): *“Küçük daha bağlı. Bu bireysel bir şey teknolojiye bağlamıyorum kişinin bireysel duygusu yakınlığı farklı. Hazal’a kızınca o da sana kızar. Ela’ya kızınca gözünden yaşlar damlar. Bir kere kızabilirsin daha konuşamazsın. Ama Hazal’la öyle değil saatlerce kavga edersin. Yemek hazırlanırken biz genelde Sema’yla mutfakta oluruz. Çocuklar içeride bir şeyler yapıyor olur. Ela’yı çağırırsan gelir yoksa yine tabletle şeyle devam eder. Önce iki saat vermiştim onu aşarsan bir saate indiririm dedim bir saate indirince şimdi daha dikkat etti ama bu pandemi kötü oldu. Biz isteyiz çocuk evde. Bütün gün kontrol yok. Ders aralarında yine hep bilgisayar başında arkadaşlarıyla konuşuyorlar oyun oynuyorlar. Ara yok boşluk yok hiçbir şey yok çocukta. Cumartesileri genelde benim dışarıda işim oluyor annesi baskete götürüyor pazarları da ben götürüyorum onun*

dışında beraber yaptığımız bir şey yok Hazal zaten hiç katılmıyor. Hazal'ın küçükken de katılımı yoktu. Daha bireysel bir çocuk, daha bencil bir çocuk.”

Cem (A1, 38, Öğretmen): *“Bize bağlı. Şuan için. Çünkü daha küçük ihtiyaçlarını biz karşılıyoruz. Bir yere gidildiğinde yanında aileden birini istiyor mutlaka. Tepkisini merak edip bu gece bizde kal sen denildiğinde anne babasız nasıl kalırım diyor.”*

Aile ilişkileri açıdan ailelerine bağlılıkları ve kimi durumda bağımlılıkları ön plana çıkan Alfa Kuşağı ev içinde sorunlarını çözme ya da aradığı bilgiye ulaşma konusunda daha bağımsız özellik sergilemektedir. Ailelerin önemli bir bölümü, çocuklarının hangi bilgiye nasıl erişeceği konusunda yetenekli olduklarını, bilgiyi kendilerine sormak yerine internete yazarak direkt öğrenmeyi tercih ettiklerini, bazen çok gerekli bilgiler olmasa bile pek çok şeyi kendilerinden daha iyi bildiklerini ifade etmektedirler:

Esra (A8, 44, Eczacı): *“Bir şeyi merak ettiğinde bizlere sormuyor Duru. Direkt internetten bilgisayarı açıyor ve mesela bana köpekbalıklarıyla ilgili bir şey anlattı ben hiç duymamıştım. Dünyada nesli tükendiği için sevinmemiz gereken hayvanlar var dedi bana bu sabah bir köpekbalığı türü örnek verdi akşam eve gidince bakacağım. Öyle şeyler söylüyor ki hani bunu nereden öğrendi diye şaşıryoruz çünkü bizde o bilgi yok. Hani belgesel olarak da izlemiyoruz evde televizyon karşısında oturacak vaktimiz yok kaçak köçek izlemeye çalışıyoruz ve olmuyor yani.”*

Meriç (A5, 40, Kuaför): *“Bir şeyi merak ettiğinde, her ne olursa olsun, o an çok da önemli bir şey olmasa bile hemen internete yazıp bakar. Bazen televizyondan ya da nereden olduğunu bilmediğimiz cevap vermekte zorlandığımız yaşına uygun olmayan şeyler de soruyor. Cevaplarken geçiştirdiğimizi anlayıp söylemezseniz söylemeyin ben de Safari'ye bakarım diyor. Bu sefer de karşısına yanlış bir şeyler çıkar diye korkuyoruz.”*

Ebru (A14, 41, Ev Hanımı): *“Sürekli değişik şeyleri merak ediyor araştırıyor. Şimdi dinozorlar ilgi alanı. Çeşitlerini öğrenmiş, adlarını öğrenmiş, gelip şu özelliklerdeki dinozor hangisi diye soruyor. İlk defa duyduğum şeyler. Sonra da*

bilinmesi gereken bir şeyi bilmiyormuşuz gibi öğretmeye başlıyor. Ardından soruyor aklımızda tutamamışsak öğrenememiştiniz diyor.”

4.2.2.4. Z Kuşağında Yer Alan Çocukların Serbest Zaman Etkinlikleri, Medya Teknolojilerini Kullanımı ve Aile İlişkileri Bağlamında Değerlendirilmesi

Görüşmeye katılan ailelere Z Kuşağı'nda yer alan çocuklarının öncelikle genel özellikleri sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplara bakıldığında, çocuğu ergenlik dönemine girmiş ailelerle henüz girmemiş ya da bu süreci atlatmış ailelerin verdiği cevaplar arasında kimi farklılıklar olmakla birlikte genel itibariyle benzer cevapları vermektedirler. Ergenliğin etkisiyle çocuklarını aileler, kendilerinden ayrı, odalarında, teknolojik cihazlarıyla birlikte yaşayan bireyler olarak nitelendirmektedirler. Bu duruma tepki verildiğinde genel olarak hırçınlaşan Z Kuşağı, aileleri tarafından uyumlu, evine bağlı bireyler olarak nitelendirmektedirler. Aileler Z Kuşağı çocuklarını tanımlarken, rahatlarına düşkün olduklarından ve kendilerinin sağladığı konfordan mahrum kalmamak adına aileyle iyi geçindiklerini ifade etmektedirler. Z Kuşağı çocuğu ergenlik döneminde olan aileler dahil olmak üzere bu döneme girdiklerinde çocuklarının kontrol edilemez bir hale girmekten korktuklarını ancak asi bir çocuk olmadığını dile getirmektedirler. Görüşme yapılan ebeveynler Z Kuşağı çocuklarının genel yapılarından memnun olduklarını, kötü arkadaş ya da alışkanlıklara sahip olmadıklarını, yalnızca teknoloji bağımlısı olmalarından şikayetçi olduklarını dile getirmektedirler. Bunun yanında bu kuşağı, sorumluluk almaktan çok fazla hoşlanmayan, zora fazla gelemeyen, sınırsız istekleri olan, duygu ve ruh durumları çabuk değişip alışveriş yapmaktan hoşlanan ancak aldıktan sonra tekrar aynı mutsuzluğa çok çabuk düşen çocuklar olarak ifade etmektedirler:

Sema (A3, 48, Akademisyen): *“Hazal'da çok kıskançlık yaşadık kardeşini hiç kardeş olarak görmedi hiç iletişim kurmadı hep fazlalık olarak gördü şimdi iki senedir iyi. Bizim anneleri de değerlendirmemiz lazım biz X Kuşağı mıyız? X Kuşağıyız herhalde biz çok korumacıyız çok korumacı bir kuşağız ve biz çocuklara*

sorumluluk, yani ben Hazal'ın yaşındayken yapmadığım bir şey yoktu. Annem bütün evi bana bırakıp hep her işi yapabilecek konumda olduğumu hatırlıyorum. Hatta iki ağabeyimi bana emanet ediyordu ben bu kadar çok sorumluluğun yüklenmesi taraftarı değilim zaten zamanı gelince yapacaklar el mahkum öğrenecek ama belli ölçülerdeki sorumlulukları da yüklemek lazım. Benim çocuklarda şu senin sorumluluğun dediğimde kaytarma peşindeler bir yolunu buluyorlar kaytarmanın pek onların sorumluluğunda kalmıyor. Kedi aldık kedi olayı sizin sorumluluğunuzda dedik ama benim üstüme kaldı. Onunla ilgilenecek hiç mi zamanı yok seviyorlar oynuyorlar altını ben değiştiriyorum. Kedi alırken sen bunu çok istiyorsun ama sorumluluk sana ait ben iki çocuğa yetişemiyorum demiştim şimdi kim yapıyor ben yapıyorum tabi ki.”

Sevgi (A2, 45, Sekreter): “Büyük kızım, uysal bir çocuk. Ergenliğin etkisiyle hırçınlıkları oluyor ama onun alanına girmedığınız sürece bir şey yok. Odasında kendi dünyasında, telefonu ve internetiyle yaşıyor.”

Deniz (A1, 38, Öğretmen): “Büyük kızım 15 yaşında. Aslında küçük kızımın karşılaştırdınca biraz karamsar bir çocuk. İzlediklerinin etkisi mi bilmiyorum ama yaşı daha küçük olmasına rağmen dünya zor bir yer kötü bir yer diyor. Havyalar öldürülüyor çevre kirleniyor vs böyle konularla ilgili. Okuldan zaman buldukça hayvan barınaklarına gidiyor. Hatta oradan bir tane kedi edindi. Yani akli çok havada bir kız değil. Ergenlikte daha farklı bir süreç bizi bekler diye düşündük ama pek öyle olmadı. Toplumsal konulara ve insanlara karşı duyarlı bir çocuk. Ancak internet bağımlısı. Belki başka pek çok çocukla karşılaştırdınca bilemiyorum çok fazla bağımlı değildir belki ama bize bağımlı gibi geliyor. Çünkü telefonu her an elinde.”

Melek (A6, 39, Memur): “Şimdiki çocukların farklı bir zeka ve düşünce yapıları var kızım 15 yaşında o daha kendi içine kapalı sakin daha çok birebir vakit geçirebiliyoruz. Sokakta oynama gibi bir şansı olmadı dönemden dolayı ama bizim ufaklık daha çok telefonda, televizyonda çizgi film vs ama saatlerce başında oturup izlemiyor büyük çocuğum kızım, büyük olan şimdi başladı teknoloji bağımlısı olmaya ergenlikle beraber cep telefonu da edinince teknolojiyle şuan da haşır neşir olmaya başladı arkadaş grupları var sosyal medya vs.”

Tufan (A6, 40, Pazarlamacı): *“Büyük çocuğum okulda izlediği derslere çok tahammülü yok çünkü evde sürekli bir şeyler izlemeye alışık olduğundan beğenmediğini değiştiriyor sürekli ancak derste dersi, hocayı ya da sınıfı değiştirme şansı olmadığı için hocadan, dersten sıkılıyor.”*

Hakan (A10, 45, Makine Mühendisi): *“Büyük bizi üzmemekten kaçınır uyumlu bir çocuk. Hatta kardeşi üzerine de düşüyor anne dikkat et diyor ufaklık için uygunsuz içerik olan bir şeye girmesin “Youtube” olan telefon vermeyin diyor. “*

Deniz (A1, 38, Öğretmen): *“Toplumsal sorunlara karşı duyarlı bir çocuk. Hayvanları çok seviyor. Hayvan hakları gibi konular onun için önemli. Hayvan barınaklarına gidiyor, kimi sosyal sorumluluk projelerinde yer alıyor. Ancak evde dışarıda olduğu gibi aktif değil. Odasını dahi toplamaktan hoşlanmaz. Kendi alanına kimse müdahale etmesin diye zorda kalınca topluyor. Zaman zaman karamsar olduğunu görüyorum. Geleceğini düşünüyor. Hangi bölümü seçeceği şuan onun kafasını meşgul ediyor daha iki senedi olmasına rağmen. Kararları sık değişiyor. İstekleri, duygu durumu. Ergenliğin etkisinden olsa gerek bir anı diğerini pek tutmuyor.”*

Görüşme yapılan ebeveynlerin tamamı, Z Kuşağı çocuklarının çocukluklarının aksine artık birer internet ve teknoloji bağımlısı olduklarını dile getirmektedirler.

İnternette en çok yaptıkları şeyin oyun oynamak ve sosyal medya hesaplarında zaman geçirmek olduğunu söyleyen ebeveynler, çocuklarının odalarından çıkıp kendileriyle iletişime geçmemelerinden şikayetçi durumdalar.

Görüşme yapılan ailelerin Z Kuşağı çocukları bu yaş aralığında genel olarak üniversiteye hazırlandıklarından ders programlarının çok yoğun olduğunu bu nedenle de derslere ayırdıkları zamanın fazla olduğunu vurgulamaktadırlar. Ancak aynı zamanda ebeveynler, çocuklarının sınavlar için ayırdıkları zamanı yeterli görmeyerek, daha iyi çalışmalarının önündeki engel olarak internette oyun oynamak, sosyal medya hesaplarıyla çok fazla vakit geçirmek ve telefon görüşmeleri yapmalarını göstermektedirler.

Z Kuşığı çocukların, genel serbest zaman etkinliklerine bakıldığında, vakitlerini evde internet başında geçirdikleri görülmektedir. Z Kuşığı, Alfa Kuşığının aksine arkadaş ilişkileri yoğun olan bir kuşak olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak arkadaşlarıyla yüz yüze görüşmek yerine onlarla telefonda görüşmek, mesaj yazmak, sosyal medya hesapları üzerinden haberleşmek ya da sanal ortamda birbirleriyle oyun oynamak şeklinde iletişim kurmaktadırlar. Bazı aileler bu durumdan rahatsız olduklarını, dışarı çıkması için kendilerinin zorladıklarını ifade ederken, kimi ailelerde sokakların güvensiz olduğunu bu nedenle evde, odasında olmasının daha güvenli olduğu için memnun olduklarını dile getirmektedirler.

Zamanının önemli bir bölümünü okula ya da ev ikilisi arasında geçiren Z Kuşığı, serbest zaman aktivitesi olarak dışarıya çıktığında, gezecek yer olarak alışveriş merkezlerini ve aktivite olarak da alışveriş yapmayı tercih etmektedirler. Aileleriyle genelde alışveriş merkezlerine giden Z Kuşığı, arkadaşlarıyla görüştüklerinde de alışveriş merkezlerinde sinemaya gitmekte ya da yine arkadaşlarıyla alışveriş yapmaktadırlar.

Televizyon ile çok fazla ilişkisi olmayan Z Kuşığı, dizi izlemeyi sevmekle birlikte bunun için televizyondan çok bilgisayar ya da cep telefonunu kullanmayı tercih etmektedirler. Görüşme yapılan ailelerin Z Kuşığı çocuklarına bakıldığında genel olarak dizi izlemeyi sevdikleri ve bunu da çoğunlukla “Netflix” uygulaması üzerinden gerçekleştirdikleri ortaya çıkmaktadır.

Z Kuşığı çocukları, aynı anda birden fazla aktiviteyi gerçekleştirmekte dizi ya da film dahi izlerken ellerinde sürekli cep telefonlarını bulundurdıkları aileleri tarafından ifade edilmektedir.

Görüşme yapılan ailelere Z Kuşığı çocuklarının serbest zaman etkinliği olarak ilk üç sırasında nelerin yer aldığı sorulduğunda, nicel araştırmalar kısmında daha detaylı bir şekilde üzerinde durulduğu gibi, hakkında görüşülen 16 Z Kuşığı üyesinin 13’ünün ilk sırasında cep telefonun yer aldığı, bir kişinin bilgisayar, bir kişinin de arkadaşlarıyla dışarıda görüşmek olduğu görülmektedir:

Şevket (A8, 45, IT Uzmanı): *“Ediz ahşap bloklar, arabalar, tamir setleri, kitaplarla ilgileniyordu hiç böyle elektronik şey onun döneminde bu kadar yoktu evde*

bilgisayar vardı ama benim yarış araba konsolum vardı birlikte onu oynuyorduk. Onun dışında evde hırsız polis oynuyorduk. Telsizler, tabancalar gibi oyuncakları vardı ama Ediz şimdi bağımlı internete. Geçen akşam bir iş istedim ondan, yardım ederken sorun yaşadık. Bana yardım ederken eliyle bir yandan işi tutarken diğer eliyle de telefonda internette. Sonra kıyamet koptu. Bir şey için çağırıyorsun oyundayım diyip kesinlikle gelmiyor 20 dk sonra 10 dk sonra geliyor bu bizim için problem oluyor o nedenle onun için de sınırlama getirdik. Eskiden yoktu imkanda yoktu ama Ediz şimdi bağımlı. Annesi de ona dedi ki şuan bağımlılık semptomları gösteriyorsun.”

Aslı (A12, 44, Ev Hanımı): “Büyük olan şimdi üniversiteye hazırlanıyor. Hala çok sokağa çıkma huyu yok. Evden okula okuldan eve. Bazen izin alıyor arkadaşlarıyla halı sahaya gidiyor. Ama onun elinde sürekli telefon. Televizyon izleme huyu yok. Tabletle de çok bir şey yaptığına denk gelmiyorum odasında kapalıyken ne yapıyor onu bilemem ama evin içinde dolanırken elinde hep telefon. Sofrada biz diyoruz artık telefonu bırak elinden diye öyle bırakıyor. Ama bırakıyor itiraz etmiyor öyle asi bir çocuk değil. Ama sıkılmıyor telefonda hep yapacak bir şeyler buluyor kendisine. Görüntülü konuşmayı çok kullanıyor. Özellikle şimdi pandemi sürecinde arkadaşlarıyla görüşemediklerinden bir uygulama varmış oradan toplu görüşmeler yapıyorlar odasına kapanıyor. Babası iş adamı o kadar çok topu görüşme toplantı yapmıyor (gülerek).”

Meriç (A5, 40, Kuaför): “Büyük olan dışarı çıkmaya daha hevesli arkadaşlarıyla buluşma konusunda ama buluştuğunda da ya sinemaya gidiyorlar ya AVM’ye alışveriş yapmaya. Sohbetleri zaten telefonda da yapabildikleri için bir araya gelince aktiviteyle geçirdiklerini söylüyorlar. Gitar kursuna gidiyordu şimdi sınavlara hazırladığında ara verdi... Büyük kızım sosyal medyayı çok kullanıyor hem sosyal medya hem arkadaşlarıyla sohbet telefonu elinden hiç düşmüyor. Zaten onunla yatıyor. Alışveriş yapmayı seviyor. Yeni kıyafetler almak, saat almak, ayakkabı almak. Telefonunu değiştirmek. Telefon üzerinden paralı programlar var onları satın almak istiyor. Biz ailemizden en fazla elbise ayakkabı isterdik onlar program satın almak için para istiyorlar. Ayrı bir dünyası var çok anlayamıyorum ve tuhaf buluyorum. Bana gereksiz geliyor internet başında yaptıkları çoğu şey. Sürekli

videolar gönderiyorlar. Sürekli hikayeler izliyorlar. Kitap falan okumuyor öyle bir dünyası yok. Zaten şimdi sınavları var diye internetten arda kalan zaman onlarla geçiyor.”

Deniz (A1, 38, Öğretmen): *“Telefonu her an elinde. Televizyon izlerken, dışarıda gezmeye gittiğimizde alışveriş yaparken hep telefon elinde. Giydiği her kıyafetin fotoğrafını çekip gruplarına atıyor arkadaşlarının fikrini alıyor. Ben yanında yoksam da bana atıyor anne bunu alalım mı diye. Giyinip fotoğraf çekmeyi çok seviyor. Ama öyle başkaları gibi her şeyini sosyal medyada paylaşma huyu yok. Arkadaşlarıyla paylaşıyor herkese yayınlamıyor. “Instagram”da hikaye paylaşıyor. O hikayeye fotoğraf koyuyor koyarsa. Değişik yerlere gittiğimizde oralarda fotoğraf çekip koyuyor ama abartmıyor. Sosyal medyayı yoğun kullanıyor. Çektiği fotoğrafları koyuyor hayvan barınaklarına gittiğinde oralardaki hayvanların fotoğraflarını paylaşıyor farkındalık olup başkaları da sahiplensin diye. Kendi kedisinin fotoğrafını paylaşıyor. Ders çalışırken bazen kitaplarının ya da ekranının fotoğrafını paylaşıyor biz görelim diye mi bilemiyorum (gülerek). Bir de geçen gün şunu fark ettim. Hem “Facebook”u var hem “Instagram”ı ama her ikisinde paylaştığı şeyler farklı. Bizim görmemizi istemediğini düşündüğüm şeyleri “Instagram”da paylaşıyor “Facebook”ta çok paylaşım yapmıyor ya da aileyle ilgili ya da daha genel paylaşımlar yapıyor.”*

Ayhan (A7, 52, Bilgisayar Uzmanı): *“Küçük sosyalleşme olarak kendisini internette buluyor dizi falan seyrediyor televizyon. Büyük daha çok tablete değil de telefona bağımlı onun telefonla iletişimi çok daha yüksek.”*

Filiz (A7, 50, Akademisyen): *“Büyük çocuk 12. sınıfta o da eve gelince ağırlıklı olarak telefon elinde yazışma mesajlaşmayı çok şey yapıyor. Bilgisayar ve tableti küçük kadar kullanmıyor telefonla yapıyor her şeyi. Üniversiteye hazırlandığından ders çalışması gerekiyor zamanını onlarla geçirmesi lazım ama o da beklentimi karşılayan düzeyde değil. Daha fazla olabilir zamanını olabildiğince okuldaki derslerini yapıyor ama rahat bir çocuk daha çok kitap başında olsun istiyorum ama tekrar yaptığını söyleyerek ders videoları izliyor. Ders tekrarı yapıyorum diyor ama normalde ders tekrarlarının bitmiş test çözüyor olması lazım. Ama hala daha bilgisayar başında.”*

Arda (A9, 42, Televizyon Sektörü): “Z kuşağındaki çocuğuma diyorum ki en son diyalogumuz şu onunla, Poyraz kanın donacak oturmaktan yeter artık kalk dolaş. O kadar başından kalkmıyor ve odasındaki. Ders değil ders dışındaki her an başında internetin, bilgisayarın. Onun için ders anı oyundan çalınmış zaman demek. Derse mecbur en azından şimdilik. Ama onun dışında gelsin bir sohbet edelim diyoruz ama o tüm bu zamanları oyundan çalınmış zaman olarak görüyor. O onun mesaisi gece 12 oluyor bir oluyor. Tamam büyümüş ergen olabilirsin ama hala çocuksun. Koltukta böyle elinde telefon sabit duruyor. En son attım artık dedim ki. Kardeşimin ailesi şöyle yapıyormuş. Bir saat eve girmek yasak 12.00’yle 13.00 arası sokağa gidin ne yaparsanız yapın. Oynayın vs. Ben de en son öyle yaptım. Çıkıyorsun dışarıya Poyraz yarım saat gelmiyorsun. Gönderdim dışarıya yarım saat diye bisiklete bindi 15 dakika sonra geldi. Ben çok yoruldum terledim üşüdüm bilmem ne diye geldi.”

Dilek (A9, 42, Akademisyen): “Çok sosyalleşiyorlar ama bu şeklide internet başında sosyalleşiyorlar, arkadaşları 3-4 kişi bir araya geliyorlar öyle gülüşmeler kahkahalar oyun sırasında dersten bile konuşuyorlar. Mikrofonla oynuyor o da korkunç bir şey kendi sesini duymadığından bağırarak konuşuyor, bir de küfür falan iğren. Şaşırdık. Biz evde küfür etmeyiz Arda bile öyle geri zekalı bile demeyiz. Odaya bir girdim tamam özür dilerim dedi ama ne oldu dedim benim çocuğum terbiyesiz mi oldu. Hem küfürlü konuşuyorlar konu komşu duyacak rezalet rezil oluyoruz herkese ne oluyor diyecekler yeni taşınmışız zaten çok tuhaf o bilgisayar başındaki hali.”

Sema (A3, 48, Akademisyen): “Büyük kızım ders çalışmak için odasını tercih etmiyor. Odasını yaşam alanı olarak oluşturdu orası onun dinlenme, oyun oynama, dizi , film izleme odası olduğundan ders çalışmak için salonu tercih ediyor. Her şeyden çabuk sıkıldığı için odası yerine salonda ders çalışmayı tercih ediyor. Salonda kendisine bir köşe yaptı biz şuan salonu kullanamıyoruz mutfak ve yatak odasında takılıyoruz... Benim en sinir olduğum şey Hazal da ela yapmıyor bunu. Hazal odaya kapanıp yatağa y atıp bu pandemi süreci böyle geçti, ne yapacağını bilememenin verdiği bir şeyle sürekli tablet elinde “Netflix”ten film izliyor ben bilmiyorum ama dizilerin sezonları oluyor onları izliyor gün boyunca onun dışında telefonda görüntülü konuşmalar vesaireler çok oldu ve yataktan çıkmıyor. Bu hiç

hoşuma gitmiyor ama okullar açılıp rutin sınav hazırlıkları başlayınca şuan daha iyi hissediyorum. Hazal kitap okumayı da seviyor dönem dönem çok okuyor sonra ara veriyor. ”

Nilüfer (A13, 41, Ev Hanımı): *“Daha çok internet, telefon, “Instagram”. “Facebook” a girmiyorlar bildiğim kadarıyla. Onun yaşlı işi olduğunu düşünüyorlar. “Instagram” ve “Tiktok” lar çok sevmesem de. Kendisini de videolar çekip atıyor başkalarının yapıp attığı gibi onları denedi... Evimiz site olduğundan çok uzağa gönderemesek de bu zamanda burada arkadaşlarıyla kızlı erkekli bir araya gelip hep beraber oynayabiliyorlar. Bazen ben evden kovuyorum. Bırak şu telefonu tableti elinden çık dışarı arkadaşlarıyla oyna diye. Genelde özellikle pandemide kapanınca hepimizde de daha az dışarı çıkmak ve daha çok bilgisayarla uğraşmak oldu. Daha çok “Instagram”, arkadaşlarıyla “Whatsapp” tan yazışıyorlar bilgi alışverişi, bazen de dedikodu bu yaşta bile işte böyle şeyler. ”*

Ayhan (A13, 43, CNC Operatörü): *“20 yaşındaki çalışıyor ama şuanda ayrıldı askere gidiyor. O hep daha faaldi hala öyle. Mesela on kere iner çıkar üşenmez başkaları üşenir. Hiç durmaz. Ama ellerinde sürekli cep telefonu var. Onun da elinde sürekli cep telefonu var ama arayınca ulaşamıyorum. Sonra kızıyorum nasıl ulaşamıyorum diye hep elinde telefon varken nasıl ulaşamıyorum. Elinde sürekli görüyorum hep elinde sürekli yazışmalar. Ondaki ayrı bir konsantre mesela hem yazıyor aynı anda hem konuşabiliyor. Tık tık tık eli aktif aynı anda her tarafla da ilgileniyor. Bakalım askerde ne yapacak.”*

Murat (A2, 48, Memur): *“Büyük kızım 16 yaşında. Liseye gidiyor. Arkadaşlarıyla yüz yüze de zaman zaman görüşüyor genelde AVM’ye gidiyorlar ama şu pandemi sürecinde dışarıda buluşma durumları ortadan kalktı. Dolayısıyla telefon kullanımı arttı. Onun elinden telefonun düştüğünü görmüşlüğümüz yok. Kızım eline mi yapıştı getir bakayım diye uğraşıyorum sürekli. Birlikte bir şey izlerken bile bir yandan telefon elinde. Kaçırılmış gibi anlamamış gibi yapıp filmle ilgili bir şey sorduğumda da cevap veriyor vermiyor değil o zaman da bir şey diyemiyoruz. Telefonla ne yaptığını bilmiyorum. Ama genelde arkadaşlarıyla yazışıyor. Pek konuşmuyorlar. Hep yazışma. Gerçi şu son dönemde görüntülü konuşmalar yapmaya başladı gördüğüm kadarıyla.”*

Sevgi (A2, 45, Sekreter): *“Hep odasında akşam yemeklerinde gelir sofraya onun dışında film açarsak gelir ama tamamını bitiremez çoğunlukla kalkıp işim var der odasına gider. Biz salonda ufaklıkla üçümüz kalırız.”*

Cem (A1, 38, Öğretmen): *“Televizyon çok fazla izlemiyor. Tüm işlerini telefonundan hallediyor. Hatta bazen bakıyorum telefonda dizi film izliyor. Küçük ekranda ne anlıyorsun diyince öyle bir bakıyorum diyor. Baktığımda tüm diziyi ya da filmi de izlemiyor. İleri alarak izlediğini fark ettim. Bir şey kaçıracağını diyince çok sıkıcı oluyor iki saat bir filme mi ayrılır diyor. Zaten sürekli mesaj geldiğinden düzenli bir şey izleme alışkanlığı olamıyor. Bizim yanımdayken televizyon açıkken kulağında kulaklı farklı şeyler izliyor. Aslında o biraz anne bana olarak bizde de var. İzlemek istediğimiz bir haber ya da bir video olunca ortam bozulmasın diye kulaklık takıp izliyoruz. Onun dışında büyük kızım zamanını genelde odasında geçiriyor. Sıkıldıkça zaman zaman yanımıza geliyor ama pek sıkıldığı da söylenemez. Genelde mutfakla odası arasında geçiş yapacağı zaman şöyle bir uğruyor. Alışveriş yapmayı seviyor. Bir şeyler almayı seviyor ama belli markaları var onları dışına çıkmıyor. Bir kıyafet görüyor sıradan bir şey bir tişört diyelim. Çok daha ucuzu ve aynısı başka bir mağazada var kesinlikle istemiyor. Bıraksak her sene telefon değiştirecek ancak telefonlar çok pahalı... Fotoğraf çekmeyi çok seviyor. Çektiği fotoğrafları düzenliyor yayınlıyor. Kendisine ait alanları var belli kuralları var. O alanlara kimsenin girmesine izin vermiyor. Ders dışında kitap okuma huyu pek yok aslında okuma huyu pek yok. Küçükken aslında kitap okurdu ama artık pek okumuyor. Mesela bir şey hakkında bilgi edinecek bir siteyi açıp okumak yerine “Youtube” açıp izliyor. Bir şeyin nasıl kullanılacağına bile kullanma kılavuzundan değil “Youtube”tan izleyerek bakıyor. İzlemeyi tercih ediyor okumaya çok tahammülü yok. Ders nedeniyle sürekli okuduğundan belki de ekstra bir şey okumak istemiyor. Küçükken piyano kursuna gönderdik ancak o sonradan fotoğrafa ilgi duyunca şimdi fotoğrafçılıkla ilgileniyor. Hatta kendisi bedava ya da düşük ücretlere online kurslar bulup onlara katılıyor.*

Hakan (A10, 45, Makine Mühendisi): *“Kaan başkaları gibi gece 12-1’e kadar diziyi izleyip bitirmek istiyor. Diziler hani çok geç bitiyor ya. Biz hayır deyince ciddi kaos oluyor evde o dizi izlenmeyince. Çünkü biz istemiyoruz evde dizi izlenmesini. Hatta bazen bizim şey oluyor eşimle ben televizyondan, sosyal*

medyadan uzak tipleriz. Bizim televizyon bozulmuş 6 ay önce yeni fark ettik ama Kaan dizi izlemek istiyor odasındaki televizyonda. Kaan dizi izlemeyi seviyor yani 8-9 yaşındayken de böyleydi. “Netflix” çıktığından beri de orda dizi izliyor izlemeyi seviyor salonda da sürekli dizi izlemek istiyor... Büyük olan ders günde 8 saat ders sonra ödevler var sonra tekrarlar sonra “Netflix”.

Çağla (A16, 43, Akademisyen): *“Nehir en büyük kızım 8. Sınıf ve sınava hazırlanıyor.. . Nehir başka bir liseye gitmek istediğinden ciddi bir şekilde sınavlara çalışıyor, okulla birlikte ekstra dersler alıyor yüz yüze ve online. Nehir’in zamanı geçen yıla göre daha farklı geçiyor. Bilgisayarı aktif kullanıyor Netbook Pro’su var. Tableti şuan yok. Houseparty yapıyorlar onunla, “Snapchat”, “Tiktok” yapıyorlar. Kızlarımın telefonu yok küçüklerin bu nedenle “Tiktok” çekemiyorlar ama 3. Ve 4. Sınıfa giden arkadaşlarının telefonundan “Tiktok”la da çok ilgileniyorlar. Nehir’de cep telefonu var... “Candy Crash” oynuyor. Onu hepsi oynuyor en büyük kızım sürekli rekor kırıyor... Nehir’in şuan en çok sevdiği şey bilgisayar başına geçmek bir diziyi açmak o diziyi arkadaşlarıyla birlikte izlemek aynı anda arkadaşlarıyla birlikte o ekranın başında olup bunlar ne yapıyorlar birlikte yorum mu yapıyorlarsa iki saat üç saat kaç saat istersen yapabiliyor. Benden geçen “Popeyes” sipariş vermemi istedi. Anne lütfen bir kere olsun verelim dedi. Ben çünkü paket yiyecek aldırıyorum yedirmiyorum. Onu alıp battaniyenin altına girip diziyi izlemek istiyorum “Popeyes”i yiyip dedi. Ondan çok mutlu oldu.... Sosyal medyada “Tiktok” ya da “Instagram”dan birbirlerinin doğum gününü kutlamayı çok seviyorlar ve uzun uzun paragraflar yazılmasını çok seviyorlar. İyi ki arkadaşısın iyi ki seni tanıdım, o onu çok mutlu ediyor. Doğum gününde birkaç arkadaşı çok kısa yazmıştı bu onu çok üzmişti mesela. Birbirleriyle sosyal medya üzerinden oyunlar da oynuyorlar. Ama tam olarak ben bilmiyorum ne oynadıklarını çünkü o zaman onun özel alanına giriyordum.”*

Görüşme yapılan anne ve babalara Z Kuşağı çocuklarının arkadaş ilişkilerinin nasıl olduğu sorulduğunda, genel itibariyle Z Kuşağı çocukların arkadaşlarının olduğu, yalnız çocuklar olmadıkları ancak bu arkadaşlarıyla okul dışında yüz yüze bir araya gelme olanaklarının kısıtlı olduğu ya da kendilerinin bunu tercih etmediği ortaya çıkmaktadır. Aileler genel olarak bu kuşağın arkadaş ilişkilerini internet

ortamında ya da telefonda sürdürdüklerini, telefonda görüşmektense sürekli mesajlaştıklarını ifade etmektedirler. Arkadaşlarıyla internet ortamında zaman geçiren bu kuşak çoğunlukla arkadaşlarıyla sosyal medya hesapları üzerinden birbirlerinin paylaşımlarını beğenerek, onlar üzerine yorum yaparak ya da özel mesajlaşma alanlarını kullanarak iletişim kurmayı tercih etmektedirler. Bunun yanında sanal ortamda çoklu görüşmeler yapan arkadaşlar, internet üzerinden oynanan oyunlarla da çeşitli oyun odalarında bir araya gelmektedirler.

Arkadaşlarıyla dışarıda da görüşme olanağı bulan Z Kuşağı üyeleri ise, arkadaşlarıyla sinemaya giderek ya da bir arada herhangi bir mekanda toplanıp maç izleyerek, yine teknoloji tabanlı bir cihaz merkezlerinde yer alacak şekilde görüşmektedirler:

Ayhan (A7, 52, Bilgisayar Uzmanı): *“Arkadaş ilişkileri büyük çocuğun iyi görüşüyor. Daha sosyal. Spora da meraklı sporda yapıyor. Bir iki arkadaşıyla buluşup maç izliyor ama onun dışında dışarı çıkıp geziyor dersem yalan olur gezmiyor. Hem pandemiden dolayı. Okula zaten biz bırakıp biz alıyoruz toplu taşımayı çok kullanmasın diye. Hafta sonları zaman zaman spor faaliyetlerinde bulunuyor.”*

Arda (A9, 42, Televizyon Sektörü): *“Dışarıda arkadaşlarıyla görüşmek istiyor seviyor ama pandemiden dolayı görüşemiyor ondan önce de sınavları vardı bir, bir buçuk yıl pek görüşemedi. Ama dışarı da bile vakit geçirseler plan şu şekilde son buluyor birinin evinde oyun oynayarak ya da kafeye falan giderek devam ediyorlar oyun oynayarak. İnternet başına geçiyorlar. Patates kızartması vs şeklindeler. Mesela yazlıkta geçen sene internet yoktu çok isyan ediyordu. Sosyalleşiyordu mecburen ama yine de sokağa çıkmayı tercih etmiyordu. Bu sene internet de var online derslerden dolayı, oynuyor. Gün içinde akşam 9.00’da sahile gidiyor 13.00’te dönüyor yazlıkta. Yine orda da bir araya gelip bilgisayar oynuyorlarmış. Ama mümkünse dışarıda olmaktan çok online oyun oynayabileceği bir ortam yaratmayı tercih ediyor.”*

Selma (A4, 42, Ev Hanımı): *“Ama şimdi tam bir telefon bağımlısı. Sosyal medya hesapları var tabi. Hangileri var bilmiyorum ama “Facebook”u yok.*

Önceden vardı biz “Facebook” alıp onu da ekleyince sildi. Anne tüm akrabalar orada dedi. Onun da küçükken dışarı çıkma arkadaşlarıyla oynama durumu yoktu sokaklardan dolayı. Şimdi yine yok hala küçük. Arkadaşlarıyla internet üzerinden konuşuyor orada ortak bağlanıp birlikte görüntülü görüşme yapıyorlar. Neler konuşuyorlar bilmiyorum. Kapısını kapatıyor. Kapıdan dinlediğimde okuldan arkadaşlardan bahsediyorlar, şarkıcılar, yeni çıkan bir şeyler adını bilmediğim değişik programlardan bahsediyorlar.”

Deniz (A1, 38, Öğretmen): *“Dışarıya çok fazla çıkmıyor. Birlikte alışveriş yapmaya gitme harici okulda arkadaşlarıyla beraber. Onun dışında sokakta oynama kültürü yok. En fazla eve yakın bir AVM var pandemiden önce orada arkadaşlarıyla buluşurdu ama o da çok sınırlı. Daha çok evde ve odasında. Ya da fotoğraf çekmeyi sevdiğinden hafta sonarlı müsait oldukça onu internetten bulup gitmek istediği yerlere götürüyoruz. Fotoğrafçıları takip ediyor. Onların gittiği yerlere gidip benzer fotoğraf kareleri çekmek istiyor. Fotoğraf sevgisi sayesinde evden kopabilen bir çocuk ancak çektiği fotoğrafı o an düzenleyip anında paylaşmak ve beğeni almak istiyor. Bir yere gittiğimizde dönüş yolunda sürekli kaç beğeni aldığına bakıyor.”*

Melek (A6, 39, Memur): *“Yüz yüze arkadaşlarıyla görüşmüyor kızım şuanda. Telefonda arkadaşlarıyla görüşüyorlar. Telefonda arkadaşlarıyla görüntülü görüşme açıyorlar. Akşam oyun açıyorlar karşılıklı oynuyorlar görüntülü. Sosyal iletişim pek yok öyle gidelim, bir kafede oturalım vs yok. Çok nadir dönemlerde oluyor ancak bir rutini yok.”*

Görüşme yapılan ebeveynlere, Z Kuşağı çocuklarının aile ile ilişkilerinin nasıl olduğu sorulduğunda, ailelerin tamamı çocuklarının odalarından çıkmayıp telefonlarıyla, bilgisayarlarıyla zaman geçirdikleri için birlikte zaman geçirememekten yani teknoloji bağımlısı olmalarından şikayet etmelerinin yanında genel olarak çocuklarıyla iletişim kurma şekillerden memnun olduklarını belirtmektedirler. Çocuklarının kimi hırçınlıklarına rağmen, anlamaya varma noktasında sıkıntı yaşamadıklarını ifade eden aileler, çocuklarının bu durumunu, ailenin maddi olanaklarından mahrum kalmamak adına bu şekilde oldukları biçiminde yorumlamaktadırlar. Z Kuşağı üyeleri yaşları itibariyle henüz ailelerinin maddi olanaklarına bağımlı olduklarından, yaşam standartlarını kaybetmek

istememektedirler. Bu nedenle de ailelerinden bir şey talep ederken bunu üslubunca ve uzlaşma yoluna giderek yapmaya özen göstermektedirler:

Esra (A8, 44, Eczacı): *“Ediz daha large. Ediz koşullar çok iyi olursa, kendi gibi kuşağından birini bulursa bizimle ancak bayramdan bayrama görüşür. Küçükken de öyleydi. Ediz bağılydı duru daha bağımlı evet Ediz şeydi Ediz’in koşullarını sağlayacaksın yedireceksin içireceksin rahat edecek bir iş de beklemeyeceksin. O zaman Ediz’le ilişkin gayet iyi gidiyor. Ediz’den iş beklediğinde ya da Ediz’e sorumluluk yüklediğinde Ediz sıkıntı çıkarmaya başlıyor.”*

Şevket (A8, 45, IT Uzmanı): *“Daha önce de Ediz isyan bayrağını açmıştı ben 18 yaşındayım istediğim yere giderim dedi. Ben de dedim ki 18 yaşındasın bu evde yaşıyorsun benim paramla yiyip için benim paramla okuyorsun yiyip için geziyorsun dolayısıyla bu evin kurallarına uymak zorundasın bunları istemiyorsan kapı orda gidip çalışıp kendi düzenini kurabilirsin çok memnun olurum gerçekten memnun olurum çünkü hayatı öğrenir ama Ediz’de o şey yok cesaret. Şehir dışında bir devlet okuluna bile gitmek istemedi rahatını bırakmamak için gitse konforu kaçacaktı gitmedi özel okula girdi burslu.”*

Dilek (A9, 42, Akademisyen): *“Bizimle iletişimi çok iyi. Ben çok korkuyordum ergenliğe girince ters mi düşeceğiz ne olacak. Ama hiç öyle olmadı hiç hayrı yok. Çok kibar her şeye tamam anne haklısın anne diyor ama sonra yapmıyor ayakta uyutuyor beni. Hep tamam evet yaparım anne diyip kabul edip inandırıyor beni ama dolandırıyor yapmıyor. Bir şey isterken de güzelce ikna eder. Sesini yükseltmez saygısızlık yapmaz. Ama 10 yaşındaki ortanca hiç öyle değil her şeye ters her şeye hayır canınızdan bezdirir.”*

Recep (A4, 45, İşçi): *“Zaten büyük kızım kulağına kulaklığını takınca yanımızda olsa da yanımızda olmuyor. Kendi dünyası var. Bilgisayarı ve daha çok da telefonuyla o dünyada yaşıyor.”*

Filiz (A7, 50, Akademisyen): *“Ergenliğin verdiği bir şeyle zaman zaman diklenmeler oluyor, özellikle internet başından kalkmasını, telefonu biraz bırakmasını, ders çalışmasını istediğimizde sorunlar yaşayabiliyoruz. Ama aslına*

bakılırsa dersleri iyi, çalışan, zıtlasmalar yaşamamıza rağmen sonunda uzlaşıyor.”

Sevgi (A2, 45, Sekreter): *“Okuldan gelince ödevleri oluyor. Bir yemekte birlikteyiz sonra odasında ödev yapmaya gidiyor. Çoğunlukla çağırsak da yatana kadar gelmiyor. Bir şey istediğimizde yanımıza geldiğinde de elinde hep cep telefonu var. Bırak beni dinle diyince itiraz etmiyor tamam anne diyor ama yine bildiğini yapıyor. Televizyon izleme huyu pek olmadığından televizyon başında da bir araya gelemiyoruz ki. Odalarda televizyon yok ama ihtiyaç da yok. Telefonları onlar için hem televizyon hem bilgisayar hem de telefon. Yetiyor tüm zamanlarını çalmaya.”*

Aslı (A12, 40, Ev Hanımı): *“İstediği bir şey olduğunda bir tatlı dilli ki görmeniz lazım. Normalde gel biraz yardım et diye yalvarırsınız bir kaşık su vermez ama bir isteği olduğunda ve yapılması zor bir şeyse tatlı bile yapar sizi mutlu etmek için erkek çocuk olmasına rağmen. İstediği de ya daha iyi özellikli bir telefondur ya da bir yerde bir model kıyafet çıkmıştır bir çanta vs arkadaşları arasında o konuşuluyordur, onu isteyecektir.”*

4.2.2.5. Alfa ve Z Kuşağı Çocukların Serbest Zaman Etkinlikleri, Medya Kullanımı ve Aile İçi İlişkiler Bağlamında Karşılaştırılması

Katılımcı ailelere Z Kuşağındaki çocuklarının 2-7 yaş arasındaki durumlarıyla ilgili sorular yöneltilerek, şuan 2-7 yaş arasında olan Alfa Kuşağı çocuklarından oyun oynama tercihleri, teknolojik cihazlarla tanışma yaşları, serbest zamanlarını değerlendirme biçimleri arasındaki farklılıklar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Yöneltilen bu sorulara verilen cevaplara bakıldığında, teknolojik cihazlarla tanışma yaşında meydana gelen değişikliğin, diğer pek çok alan üzerinde yansımalarının olduğu görülmektedir.

Katılımcı ailelere, Z ve Alfa Kuşağında yer alan çocuklarının teknolojik cihazlarla tanışma yaşları sorulduğunda, 0-2 yaş arası akıllı cep telefonu kullanma oranı Alfa Kuşağında yüzde 81.2 iken bu oran Z Kuşağında yüzde 12.5'tir. Yine

tabletle tanışma yaş ortalamalarına bakıldığında, Alfa Kuşağı çocukların yüzde 56.2'si 0-2 yaş aralığında tanışırken, Z Kuşağı çocukların yüzde 12.5'i bu aralıkta tanışmaktadır.

Bu verilerden de görülebileceği gibi Z Kuşağı çocukların teknolojik cihazlarla tanışma yaşları, Alfa Kuşağı çocuklarıyla karşılaştırıldığında daha büyük yaş aralığına denk gelmektedir. Aileler, buna etken olarak, o dönemde cep telefonların ya da tabletlerin bu kadar fonksiyonlu olmamalarını göstermektedirler.

Z Kuşağı çocuklar, teknolojik cihazlarla daha geç tanışınca, yaşamlarının ilk yıllarına farklı oyun türleri ve farklı serbest zaman etkinlikleri hakim olmaktadır.

Görüşme yapılan 16 ailenin 9'u Z Kuşağındaki çocuklarının 2-7 yaş arası dönemini arabalar, bebekler, legolar gibi geleneksel oyuncaklarla oynayarak geçirdiklerini ifade etmektedirler. Yine, ailelerin 13'ü şuan 2-7 yaş arasında olan Alfa Kuşağı çocuklarının oyun oynama tercihlerinin ilk sırasında internet tabanlı tablet, cep telefonu gibi cihazların yer aldığını belirtmektedirler. Her iki kuşakta yer alan çocuklar için sokakta oynama imkanı genel olarak kısıtlı olmakla birlikte, katılımcı ailelerden 4'ü Z Kuşağında yer alan çocukları 2-7 yaş arasındayken öncelikli oyun tercihleri arasında sokakta oynamanın yer aldığını söylemektedirler. Alfa Kuşağında yer alan çocukların ise oyun tercihlerinde ilk sırada sokakta oynamak yer almamaktadır. Z Kuşağı çocukların 2-7 yaş arası dönemdeki geleneksel oyuncaklarıyla Alfa Kuşağı çocukların oynadıkları oyuncaklar karşılaştırıldığında bu ikisi arasında da kimi farklılıklar yer aldığı görülmektedir. Öncelikli olarak, Alfa Kuşağı çocukları, ilk sıralarında yer almasa oyuncak olarak daha çok robotlar, sanal gözlükler, artırılmış gerçekçilik içeren oyuncaklar gibi daha çok yapay zeka ürünü oyuncakları tercih etmektedirler. Buna ek olarak izledikleri çizgi filmlerde yer alan Barbie bebekler gibi karakterlerin oyuncaklarını talep etmektedirler. Alfa Kuşağı çocukların serbest zamanları çoğunlukla televizyonda ve "Netflix" gibi uygulamalarda çizgi film ve çizgi diziler izleyerek geçmektedir:

Şevket (A8, 45, IT Uzmanı): *"Ediz ahşap bloklar, arabalar, tamir setleri, kitaplarla ilgileniyordu hiç böyle elektronik şey onun döneminde bu kadar yoktu evde bilgisayar vardı ama benim yarış araba konsolum vardı birlikte onu oynuyorduk."*

Onun dışında evde hırsız polis oynuyorduk. Telsizler, tabancalar gibi oyuncakları vardı ama Ediz şimdi bağımlı internete. Ediz Duru'nun yaşındayken o zaman teknoloji bu kadar yoktu. Böyle tabletler, oyunlar bu kadar yoktu.”

Esra (A8, 44, Eczacı): *“Alfa ve Z Kuşağı arasındaki en büyük farklılık öncelikle telefonda oldu. Bizim gözlemimiz. Ediz ortaokuldayken uzak okula gittiği için servisle gittiği için orta ikide falan almıştık ona telefon ancak sınırlı bir telefonda sadece arayabiliyorduk tuşlu telefonda akıllı telefon değildi. Ama Duru bir senedir ısrarla bize telefonu kabul ettirmeye çalışıyor. Ben okula gidiyorum ve bana telefon alın diye dün geçen gün bile arkadaşının telefonu varmış ondan bir yaş küçük o da istiyormuş. Onun en doğal hakkıymış telefon sahibi olmak. Ediz diyor ki, küçük kardeşi için, bu telefona çok bağımlı eğer telefon alırsanız ona “Instagram” ve diğer bütün sosyal medya hesaplarını açar, ve oraya fotoğraflarını yükler diyor. Duru'nun cevabı ne oldu. Evet yüklerim, her şeyimi çekeceğim ve yükleyeceğim diyor. Günde yüz tane fotoğraf yükleyeceğim oraya diyor. Balım olur mu öyle dedim. Seviyor. Ekranda kendisini görmeyi seviyor. Aynada da kendisine sürekli bakıyor, fotoğraflarını çekirtiyor kendisinin bana ama hani telefonu olursa kendisi çekecek bazen bizim telefonu alıp çekiyor. Ve hani telefon hafızası doluyor kendi çektiği fotoğraflardan dolayı. Hani Duru daha şey, daha istekli bağımlı gibi. Saat koymasak, bıraksak düzen olmasa telefonu elinden düşürmeyebilir. Ama o sorumluluğu verdik kullanacağı şeyler belli süreleri belirledik şuan için sürelerle uyuyor ama abisi siz bununla başa çıkamayacaksınız diyor Z kuşağı bunu diyor (gülerek). O yüzden Ediz'e güveniyoruz biz.”*

Aslı (A12, 44, Ev Hanımı): *“Büyük oğlum 17 yaşında. O 4 yaşındayken durumumuz bu kadar iyi değildi ama tabi onun da yine istediği pek çok şeyi alıyorduk yine. Tablet yoktu o zaman ya da biz bilmiyorduk. Cep telefonuyla oynuyordu çizgi film izliyordu. O da yine Legolar, arabalar oynuyordu. Küçük kadar tüm günü ekran başında geçmiyordu ama. Ama yine de odasındaydı. Birlikte oynadığımız da oluyordu. O zaman evimiz site değildi. Sokağa çıkma diye bir şey yoktu. Siteye taşındıktan sonra sokağa çıkmaya başladı sitenin bahçesine ama çok da çıkmıyordu daha çok evde vakit geçiriyordu. Küçük de şuan sitede olmamıza rağmen sokak isteği yok. Ben çıkarınca çıkıyor parkta oynuyor ama bakıyorum parktaki*

çocuklara iletişim kurmuyor hiçbiriyle. Kendi kendine oynuyor. Anne beni tut şuradan bana bak şimdi nasıl bir hareket yapacağım falan diyip yine benimle oynuyor. Teyzeleri halaları geliyor onlarla oynuyor ama herkes yoğun, yoğunluktan o da ayda bir kez oluyor ya da olmuyor. Genelde yalnızlar ama açıkçası pek de şikayet etmiyorlar.”

Meriç (A5, 40, Kuaför): *“Büyük kızım küçüğün yaşındayken. O da çizgi film izlerdi. O zaman teknoloji bu kadar yaygın değildi. İlkokula başlayınca okul istedi diye tablet almıştık. Tablet alınincaya kadar telefonla çok haşır neşir olmadı. O zaman bu kadar akıllı da değildi telefonlar. Bebekleriyle oynardı. O da yalnızdı. Ona iki yıl ben bakmıştım. Küçüğe bakma şansım olmadı. Kreşe gitti anneanne baktı. Onunla o kadar birebir vakit geçiremedik. Büyük kızım da dikkat dağınıklığı da var. Soruları okurken bile sıkılıyor deneme sınavı yaparken. Film izlerken uzun sahnelerden sıkılıyor zaten onunla filmin sonunu getirmek zor sıkılıp bırakıyor. Küçük ona göre daha dikkatli ilgisi çeken bir şey olursa sıkılmadan izleyebiliyor. Büyük kızımın aslında daha çok oyuncuğu vardı. O daha çok şey talep ederdi. Şimdi ufaklık dediğim gibi ya Barbie ile oynuyor ya tabletle ya da çizgi film izliyor. Yemek yerken televizyon izlemeyi seviyor. O sadece çizgi film de izlemiyor. Aksiyon da izliyor. Bıraksak korku filmi de izleyecek çünkü talep ediyor. İzlediği çizgi filmler de hep başka dünyalarda geçen doğaüstü gibi robotlu şeyler. Kurduğu oyunlar da öyle. Tek başına da oynamayı seviyor bizimle de oynuyor.”*

Filiz (A7, 50, Akademisyen): *“Büyük küçükken çok oyun çocuğu değildi. Yazmak, çizmek vs bunlarla ilgilenirdi aslında yazısı vs de güzel belki benim beklentim biraz fazla olduğu için memnun değilim. Ama not tutma vs iyi bana göstermezler ama kaçak bakıyorum arada İngilizce günlük tutuyor o hoşuma gitti İngilizcesi iyi. Şekiller, resimler vs sanatsal şeylere yatkınlığı var. Kağıtları kesip yapıştırma vs. şimdi zaman zaman da yapıyor... Büyük küçüğün yaşındayken. Ya da ikisi de 6 yaşındayken, tablet yoktu o nedenle çok kullanmıyordu okula gidiyordu okuldan geliyordu dersleri vardı daha fazla dışarı çıkabiliyordu. Küçük daha sakin büyük daha hareketli. Telefonu 7.sınıfta aldık ama kızımın hayatına çok daha erken girdi telefon. O da belki eğitim şeyleri farklı diye. Eğitim süreçleri farklı diye oğlum devlet okulunda okuyordu 4. Sınıfa kadar kızım daha birinci sınıfta özel okula*

başladı. Onlarda belki farklılıklar oluşturabilir. Sınırsız internet yoktu şimdi hayatın vazgeçilmezi gibi bir şey sınırsız internet. Kotası vardı düşüktü eskiden. Belki bu da bir neden. Büyük çocuğum daha az internet kullanıyordu küçüğün yaşındayken. Gözleri mesela küçük çocuğumun gözleri etkilendi. Oğlumun da gözleri etkilendi miyopmuş biz biraz geç fark ettik 6. Sınıfta fark ettik belki de internete o da çok sık girse daha erken bozulacaktı. Mesela kızım geçen sene doktora götürdük gözleri bozulmuş. Olumsuz etkilendi ekrana erken yaşta bakmaktan çünkü gözlerinin ekran karşısında kıpkırmızı olduğunu fark ediyoruz. Ekrana bakmak hep mavi ışığa bakmak etkiliyor uykuya dalmasını da etkiliyor yatmadan beş dakika falan önce bırakmış oluyor elinden tabi ki. Uzmanlar bir iki saat önce bırakın diyor ama uygulayan yok maalesef. Reddediyorlar. Konuşmanız boşa söylüyorsunuz ama hiçbir şeyi dikkate almıyorlar. Yatmadan son gördükleri şey telefon ve tablet oluyor. Bence odada olmamalı ama hepsi odada şarja takılı sürekli hepsi çünkü şarjları sürekli bitiyor sabah da derse lazım diye hep şarjda.”

Sema (A3, 48, Akademisyen): *“Büyük olan küçüğün yaşındayken: Hazal’da oyun kurma daha azdı. Ela’da daha çok. Hazal tek başına oynamayı sevmezdi ela oynayabiliyor Hazal her zaman bizi dürtüklerdi hadi beraber diye çünkü apartman çocuğu. Ama ela biraz daha kendi odasında kendi oyununu oynayabiliyordu. Hazal küçükken yine tablet bilgisayar vardı ve onunda arası iyiydi. İnternette çok fazla faydalaniyor hatta bazen çok abuk sabuk bilgilere bile yöneliyor mesela sivilce nasıl sıkılır. Böyle “Youtube”ta ne deniyordu onlara sürekli paylaşım yapan kişileri takip edip abuk sabuk bilgileri de edinebiliyor. Hazal’da biraz daha fazla vardı birilerini takip etme isteği ela daha söz dinliyor gibi. Biraz daha anlayabiliyor daha meraklı ve daha kararlı. Rutinde olmayan şeyleri de araştırıyor kötü kokular, neler kötü kokar gibi şeyleri de araştırıyor.”*

Ayhan (A13, 43, CNC Operatörü): *“En büyük çocuk 25 bir küçüğü 20. 20 yaşındaki en küçüğün yaşındayken o sürekli sokaktaydı sokağı çok sever hiç içeri almasan hep dururdu. Sokakta oynamayı çok severdi ben bu yaşında seviyorum o nedenle hep kızıyorum çocuklara ben onların şanslı olduğunu düşünmüyorum bence şanssızlar. Şura da iki kişi top oynayınca ben hala voleybol oynamayı seviyorum. Bir oyun oynandığında katılmayı severim çünkü biz o çağın çocuklarıydık. Telefonu*

tableti seviyor muyuz evet seviyoruz ama hala sokakta oyun oynamayı tercih ederim. Sokaklarda oyun oynasınlar. Bu dönem, zaten ileride dersleri, iş için bu tableti telefonu kullanacaklar ama şuanda oyun zamanları bence. Ben öyle düşünüyorum bunu yaşamazlarsa ileride büyük eksikli zaten asosyal bir toplum olduk. Hepimiz asosyaliz ben öyleyim şahsen.”

Deniz (A10, 45, İK Uzmanı): “Büyük küçüğün yaşındayken 3 yaşına kadar büyük çocuğuma hiç telefon vermedim 6 yaşına kadar hiç abur cuburla beslemedim. 3 yaşına kadar hiç ekrana bakmadı, telefona bakmadı Ipad’e bakmadı. O şuanda da televizyon izlemez. Ama pandemiyle birlikte mecburen odasına televizyon koyduk ekranı ona bağladık. Biz işte oluyoruz o evde yalnız. 9-10 yaşından beri evde yalnız kalıyor. Teknolojik cihazlara geç başladı diye teknolojik şeylere merakı var ama direktmiyor çok televizyon izleyeyim, ekrana bakayım şeyi yok açıp baktığında kapat diyince itiraz etmiyor. Ama Oğuz küçük olan çok küçük yaşta aldı eline Ipad’i her şeyde ekranda olmak istiyor, sürekli olarak ekranda olmak istiyor. Kaan Oğuz yaşındayken eline cep telefonu almıyordu, oyuncak oynuyordu çok fazla oynuyordu. Ninja kaplumbağalar robotlar vs oynuyordu. Kaan lego hiç sevmedi aldık ama oynamadı onun yerine biz oynadık. Kaan sakın bir çocuktur. Oyuncaklarla arabalarla robotlarla oynuyordu. Onlarla vakit geçiriyordu uzun yıllar öyle vakit geçirdi. Ipad’i okuldan istediler 6.5yaşında aldık telefonu da 3.5 yaşına kadar vermedik. Televizyonu bile açmıyorduk bakıcı da yoktu ben büyüttüm bir yaşına kadar. 3 yaşına kadar anneanne büyüttü. Oğuz da iki yaşına kadar bakıcıyla büyüdü. O da 2 yaşına kadar televizyon izlemedi. 2 yaşından sonra ben tamamen saldı. İşlerim yoğundu akademik vs şeyler. Tamamen saldı ve Oğuz her şeye hakim şimdi.”

Çağla (A11, 45, Veteriner): “Büyük 4-5 yaşındayken pek telefon yoktu oyuncak olayımız da çok fazla olmadı. Tamir takımlarıyla oynardı. Küçük de lego vs oynuyor. Pandemi girmeseydi iki çocuğumun da çocukluğundan memnundum çok teknoloji bağımlısı değillerdi hiçbir zaman kısıtlamadım ben onları. Çok fazla el işi oyuncak aldım onlara. Ama evde oldukları süreçte evde durmak zor oldu. Küçükken dışarı çıkıp oynama durumu yoktu. Büyük olan annemin yazlığında dışarı çıkıyordu. Sonra cep telefonları olunca bizde biraz daha dışarı çıkabilirler mantığı oluştu ulaşabileceğimiz için. Ama genelde evdeler rutin bir dışarı çıkışlar yok. Sadece

anneanneninin bahçesi uygun olduğundan orada çıkabiliyorlar. Ama pandemi süreci bozdu. İnternette büyük olan çok müzik dinliyor ve dizi seyrediyor küçük olan “Roblox” ve “Mycraft” oyunları var onları oynuyor bir de Youtuber takip ediyor anormal bir şekilde belli Youtuber’ları var onları takip ediyor kim dersiniz hiçbir fikrim yok. İnternette bunları yapıyorlar interneti daha fazla genişletmiyorlar ama zaten “Youtube” dediğimiz başlı başına çok büyük bir yelpaze. Yaptıkları şey Youtuber takip etmek. Bir de bunları biliyor muydunuz gibi şeyler var değişik değişim tuhaf şeyler onları izliyor küçük olan. O kadar. Ama Youtuber seyretmek o kadar uzun süren bir şey ki çok uzun bölümleri var uzun uzun sürüyor. Kamera karşısında bir şey yapıyorlar onları izliyor. Büyük hiç takip etmiyorum ama küçük takip ediyor. İnternetteki meydan okuma olayları var ya onları takip ediyor onları yapıyorlar. Keyifli şeyler zararlı da değil ama sürekli internet başındalar. Büyük oğlum daha çok bilgisayar ve telefonla haşır neşirken küçük olan tabletçi.”

Selma (A4, 42, Ev Hanımı): *“Küçük olanla büyük kızım arasında farklar var tabi. Büyük kızım ufaklığın yaşındayken demin de dediğim gibi evde bilgisayar dahi yoktu. O daha çok bebekleriyle evdeki oyuncaklarıyla oynuyordu, televizyonda çizgi film izliyordu. Onun en büyük eğlencesi çizgi film izlemektir. Bizim telefonlarla oynuyordu ancak sınırlı... Küçükken şimdiki ufaklık kadar elinde telefon yoktu. Şimdi bizim 4 yaşındaki telefondaki pek çok şeyi benden bizden iyi biliyor. Alıyor zil seslerini değiştiriyor. İnternette resim falan indiriyor. Oyunlar yükleyip onlarla oynuyor. Bıraksak telefonu elinden hiç bırakmayacak. Yakında biraz akli ersin o da telefon istemeye başlar ama nasıl baş edeceğiz bilmiyorum bu sefer mümkün olduğunca almamaya çalışacağım.”*

Çağla (A16, 43, Akademisyen): *“Biz Nehir 3 yaşındayken Amerika’ya gittik doktoramı yapıyordum orada her yer Apple kaynıyordu ve eşim de ben de Nehir’den önce Iphone sahibi olalım Ipad bilelim diye çünkü orada çocuklara çok empoze ediyorlar. Japon, Çin, Koreli çocuklarda Origami var diğerlerinin hepsinde Ipad var. Ben Origami alıyordum, Nehir Ipad istiyordu. Doğru kullanım öneli tabi ki. Ben Boston’da çok gidiyordum Apple Store’lerde eksi 30’larda ve çok sıcak havalarda oralar iyi oluyordu. Orda Workshoplara katılıyorduk ilk Iphone, Ipad ve bilgisayarlarımızı oradan aldık. Tabi Nehir daha çok oyun bazlıydı, eline çok*

vermiyordum kreşe gidiyordu oradaki kreşler daha farklıydı benim okulun etrafındaki parklar çok güzeldi orada ikimizde hayatımızdaki en güzel dönemi geçirdik ve Nehir bu nedenle daha az televizyon izleyerek, daha az internete girerek geçirdi zamanını çünkü hep Boston’da pek çok onun ilgisini çekecek park vardı hem de tek çocuk olduğundan ben onunla daha çok zaman geçiriyordum. Şimdi 3 çocuk ve ben de bir yıl sonra profesör olacağım. İşler ve sorumluluklar arttı. Nehir bu nedenle bunlara göre yarı zamanını harcadı. Nehir 3 yaşına kadar ne ekran gördü ne çikolata yedi ama Deren, küçük kızım belki bir yıl bunları yapmadı giderek o süre sürekli azalıyor.”

Erkan (A15, 41, ARGE Uzmanı): *“Büyük kızım küçük kızımın yaşındayken telefon vardı. Ama çok fazla alışkanlık yoktu, vermiyorduk eline, biraz daha büyüyüp kendine alıştıkça vermeye başladık... Büyük kızımın küçüklük haliyle, küçük kızımın şimdiki hali arasında şöyle bir fark var benim küçük kızım telefonu alır şıkır şıkır gezer, okuma yazması yok “Google”ın mikrofonuna basar Barbie diyip Barbie’nin çizgi filmlerini izleyebiliyor, “Youtube”a girebiliyor. Büyük kızım onun yaşındayken tabi çok fazla telefon olmadı için kullanılmadığı için orası farklı bir konu ama o kadarını yapamıyordu.”*

Özlem (A15, 40, Ev Hanımı): *“Büyük kızım anne aç, baba aç, çizgi film diye bizden talep ediyordu. Ama şimdiki çocuklar daha bir bilinçli oluyor.”*

Görüşme yapılan ebeveynlere Alfa ve Z Kuşağında yer alan çocuklarının günümüzdeki durumları sorulduğunda, hem büyüme biçimlerinin hem de yaşlarının ve ergenlik döneminde olmalarının etkisiyle serbest zaman etkinlikleri, teknolojik cihazları kullanma biçimleri, aile ve arkadaş ilişkileri açısından farklılıklar taşıdıkları görülmektedir.

Teknolojik cihazları kullanım konusunda iki kuşak arasındaki en temel fark, Alfa Kuşağı daha çok tablet kullanırken, Z Kuşağı çocukların ilk sırasında akıllı cep telefonları yer almaktadır. Bu durum üzerinde, Alfa Kuşağı çocukların yaşları itibariyle, görüşme yapılan ailelerde, kendilerine ait bir akıllı cep telefonu bulunmaması etkili olmaktadır. Daha çok aile bireylerinin telefonunu kullanan Alfa Kuşağı çocukları için bu süre daha dar olmaktadır.

Z Kuşığı çocuklarının akıllı cep telefonlarının önceliği olmasının bir diğer nedeni, arkadaşlık ilişkilerini yoğun yaşamlarından kaynaklanmaktadır. Cep telefonlarını çoğunlukla arkadaşlarıyla iletişim için kullanan Z Kuşığı, bunu çeşitli, yazılı ve görüntülü sohbet programlarıyla ve sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirmektedirler. Evlerinde geçirdikleri süreyi daha çok bireysel olarak, kendi odalarında geçirmeyi tercih eden Z Kuşığı, dizi ya da film izlemek istediklerinde de odalarında telefon ya da bilgisayarlarından izlemeyi tercih etmektedirler.

Alfa Kuşığına bakıldığında, hem kendilerine ait cep telefonunun sınırlı çocuklarda olması, hem de Z Kuşığı kardeşleri kadar yoğun arkadaşlık ilişkileri yaşamamalarından dolayı, teknolojik cihazları daha çok bir şeyler izlemek ya da oyun oynamak amacıyla kullanmaktadırlar. Bu amaçla da ilk sıralarından tablet, ikinci sıralarında televizyon yer almaktadır. Tableti yalnızca oyun oynamak ya da “Youtube”tan video için değil aynı zamanda “Netflix” gibi uygulamalardan çizgi film, çizgi dizi izlemek için de kullanmaktadırlar.

Ebeveynlere çocuklarının internet başında geçirdikleri süreler sorulduğunda, Z Kuşığı çocuğun günlük ortalama internette bulunma süresinin 6-8 saat arası olduğunu belirten 8 aile bulunmaktadır. Bazı aileler bu özellikle Z Kuşığı çocukları için net süreler verememekte, çünkü odalarında her an neler yaptıklarına hakim olamadıkları ve internete cep telefonu dahil pek çok yerden girebildiklerini ifade etmektedirler. Alfa Kuşığı çocukların günlük internet kullanımına gelindiğinde, ailelerin bir bölümü henüz küçük olduklarından bu süreyi 0-2 saat ile sınırlandırdıklarını dile getirirken, 11 aile günlük ortalama 3-5 saatlerini internette geçirdiklerini bildirmektedirler.

Görüşme yapılan aileler, Z Kuşığı çocuklarının çocukluk dönemlerinde internetin şuan ki Alfa çocukları kadar hayatlarında yer almadığını, ancak şu dönem için Z Kuşığı çocuklarının internet bağımlısı olduklarını dile getirmektedirler.

Murat (A12, 44, Ticaret): *“Büyüğün sosyal medya hesapları var. “Facebook”u var “Instagram”ı var. “Facebook”u kapattı sanırım. Ona hitap etmiyormuş. Günlük internet kullanımları ne kadar. Bu soruya cevap vermem zor aslında. Ufaklık daha çok çizgi film izliyor. Büyük ya okulda ya odasında. Ders*

çalışıyorum diyor ama elinde hep telefon. Aslında şimdi düşününce büyük telefon bağımlısı daha çok. Küçük ise televizyon, tablet ama daha çok televizyon, çizgi film.”

Murat (A2, 48, Memur): *“Büyükle küçüğü karşılaştırınca küçük daha ekran bağımlısı. Büyük kızım telefon bağımlısı. Ve ergenlikle birlikte daha da arttı. Öncesinde küçük kızım kadar yoktu tablet ver bilgisayar ver gibi bir isteği yoktu. Elektronik şeylerle oynamayı daha çok seviyorlar. AVM vs gittiğimizde sanal gözlüklerle oyunlar oynamayı seviyorlar.7d filmlere girmeyi seviyorlar. Özellikle küçük kızım. Büyük zaten alışveriş yapacağı yeni bir şey aldıracağı zaman bizimle dışarı geliyor onun dışında evde odasında. Ya da arkadaşlarıyla.”*

Sevgi (A2, 45, Sekreter): *“Büyük kızım 4 yaşındayken nasıldı. Düşünüyorum. Yine onun da tableti vardı. Evde yine bilgisayar vardı. O zamanda da çok dışarı çıkma şansları yoktu. Şimdi küçüğün de yok. Birlikte parka giderdik hafta sonları bir yerlere çıkardık o kadar. Her ikimizde çalıştığımızdan mahalle arkadaşı gibi bir durumları yok. Büyüğün okulda arkadaşları küçüğün kreşte. Ama arkadaşlar çoğunlukla orda kalıyor. Büyük kızım dediğim gibi pandemi öncesi AVM’ye sinemaya gidiyordu sınırlı da olsa ama şimdi o da kalktı. Ama şikayetçi değiller. Birlikte arkadaşlarıyla oyun odaları açıyorlar. Onların deyimiyle ne olduğunu bilmiyorum. Oralarda birlikte oyunlar oynuyorlar. Ama büyük kızım 4 yaşındayken sanırım teknoloji o kadar yaygın değildi. Ya da bizim evde çok yoktu. Evet tablet vardı ama 4 yaşındayken değil de o ilk okula başladığında tableti oldu okuldan istediler. 4 yaşında yoktu. Bebekleriyle oynardı. Öyle çok telefon istemezdi bizden. O zaman telefonlar şuan ki kadar gelişmiş de değildi bu kadar onlara yönelik uygulamalar yoktu çok. Bebekleriyle oynardı. Yine o da kreşe gidiyordu gündüz. Okula başlayınca okul. Televizyonda çizgi film izlerdi.”*

Hakan (A10, 45, Makine Mühendisi): *“Teknoloji kullanımı açısından Oğuz daha becerikli. Tam bir uzman. Oğuz pek çok konuda daha gelişmiş ama Kaan da çok sakin Oğuz çok kavgacı. Oğuz kesinlikle okula gitmek istemiyor. Kaan ders aralarında kendisi vakit geçirir başka şeylerle de oynar ama Oğuz olsaydı kesin Xbox açardı. Kaan hafta içi Xbox kullanımı yasak hafta sonu izni var. Öyle bir kuralı var. hafta içi bir saat hafta sonu 2 saat. Şuan pandemiden dolayı evde yalnızlar. O nedenle internet kullanımını denetleyemiyoruz. 4.30’a kadar zaten derste biz onarlı*

kamerayla izliyoruz. Sürekli kameradan çocuğu izliyoruz. Şuan zaten mutsuz annesi babası yok. Çok da mutsuz değil ama hani biz evde olsak daha mutlu olacak... Büyük Kaan, küçük Oğuz. Evde iki tane televizyon var biri Kaan'ın odasında ama Kaan açmaz pek, ilgilenmez televizyonla. Küçük internette "Youtube" izliyordu ama orda sürekli bir şey aktığı için kaldırdık onu telefonundan. Ona "Netfli"x bağladık "Netflix"ten ona çizgi film açıyoruz Harika Kanatlar, Rafadan Tayfa. Mesela yüz bölüm biri bitmeden diğerini açıyor kendisi değiştirip açmayı biliyor. Telefonda savaşçı bir oyunu var animasyonlu bir şey, onu oynuyor. Abisi Xbox oynarken merak ediyor ama çok beceremiyor abisi de engel oluyor. Oyun konsollarına ellemesine izin vermiyor. "

Esra (A8, 44, Eczacı): "İkili ilişkilerde Ediz kendini ifade etmekte zayıf kalıyor. Duru insan ilişkilerinde mükemmel sosyal kendini güzel ifade ediyor kelime hazinesi müthiş. İki yaşından itibaren ona "Youtube"tan videolar falan izlettiğimizde İngilizce şarkıları kendi kendisine öğrenmişti tableten çok güzel alıyor Duru ancak Ediz alamıyor. Online eğitimde Ediz daha başarısız oldu, Duru başarılı oldu online eğitimde. Bak bunu şimdi fark ettim size söylerken. Ediz sevmedi ve yapamadı o yüzden de Ediz'in başarısı düştü. Ama Duru tam tersi kendisi de girebiliyor sisteme kendisi de yapabiliyor ve anlıyor. Hiç bir sıkıntısı yok... Duru izlediğini daha iyi alıyor Ediz'in o konuda pratikliği yok. Teknoloji, ekrandan bilgi alma konusunda duru daha iyi Ediz'den."

Meriç (A5, 40, Kuaför): "Büyük öyle çok fotoğraf çekeyim şeyinde değil ama küçük her anının fotoğrafını çekiyor. Aynaya bakmayı fotoğraf çekmeyi seviyor. Aslında uyuduğu anlar haricinde hayatının pek çok anında ekran var. Bu sadece internet değil. Televizyonu seviyor daha çok."

Dilek (A9, 42, Akademisyen): "Poyraz 5 yaşındayken eski evin orda bahçede oynardı. Uzaklaşmadan oynayabilirsiniz derdim... Büyük küçüğün yaşındayken, Poyraz her zaman bilgisayarı çok sevdi daha 3 yaşındayken "Mycraft" o zaman yeni çıkmıştı sanırım onunla oynuyordu, uğraşıyordu. Böyle bir tane videosu var uğraşıyor yapamayınca mause'a vuruyor ağlıyor. Ama baba bilgisayarla çok ilgili. ... Poyraz da ilk çocuk diye daha böyle heves edip onu bence bilgisayarla erken tanıştırdı tanıştırmasa daha farklı mı olurdu bilmiyorum. Arda kodlama

yarışmalarına jüri olarak katılıyor onları getirip Poyraz'a izletiyordu. Biz bence Poyraz'ı orada kaybettik. Sürekli ekran karşısında olmayı seviyor. Sanal gözlük var bir tane. Poyraz onunla hiç ilgilenmedi bir kere taktı bir daha da sormadı Kuzey seviyor. Dünyayı geziyorsun her yeri yüklemişler sanal gerçeklik olunca üç boyutlu dolaşıyorsun... Arzu da çok seviyor ama ona fiziksel olarak ağır geldiğinden çok kullanamıyor. Küçüklerin böyle üç boyutlu sanal gerçeklik oyunları, oyuncakları daha çok ilgilerini çekiyor... Arzu yazlıktan dolayı daha çok seviyor dışarıyı büyüklere göre.”

Kemal (A3, 53, Veteriner): “Hazal 13 yaşına kadar hala oyun oynama moodundaydı. Ela şimdi oyundan çıkmış durumda. Bu, işte telefon ve tabletin getirmiş olduğu bir şey aslında. Bu oyun sürecini teknoloji geriye çekti. Kuzeniyle birlikte odaya geçiyorlar oyun oynadıklarını sanıyorum, bakıyorum ki tabletle... Hazal 13 yaşında hala oyun oynarken evcilik oynarken ela oyun moodundan çok çabuk çıktı. Tabletlerde oyun oynuyorlar bir tane “Mycraft” diye saçma sapan bir oyun var, ev yapıyorlar bahçe yapıyorlar bitkiler yetiştiriyorlar... Hazal şimdi bir tane program indirmiş. Ders çalıştıkça soru çözdükçe puan veriyor. Hayvanlarını besliyorsun. Hayvanlar aç kalmasın diye ders çalışıyorsun. Yapmazsan ağlıyorlar, miyavlıyorlar, yemek istiyorlar. İşte teknoloji bitaraftan iyi bir taraftan kötü işte teşvik edici şeyler de var ama kötü yani. Çocuğun eğlence yaşını oyun yaşını aşağı indirdi.”

Murat (A2, 48, Memur): “Büyükle küçüğü karşılaştırdınca küçük daha ekran bağımlısı. Büyük kızım telefon bağımlısı. Ve ergenlikle birlikte daha da arttı. Öncesinde küçük kızım kadar yoktu tablet ver bilgisayar ver gibi bir isteği yoktu.”

Cem (A1, 38, Öğretmen). “Büyük kızım genel olarak karamsar bir çocuk. Moodu gün içinde çok çabuk değişiyor. Çok ufak şeyler hemen tüm dünyayı onun gözünde olumsuz yapıbiliyor. Selin daha neşeli, hareketli. Ama teknoloji kullanımı arttıkça hareketsizleşiyorlar. Ayça, büyük olan, telefon, Selin televizyon, tablet bağımlısı olma yolunda. Her ne kadar kısıtlamaya çalışsak da en azından küçük olanı. Pek mümkün olmuyor.... Ablasına oranla kendisine daha güveni olan bir çocuk. Seneye onu da piyanoya baleye göndereceğiz. Donanımlı olsunlar istiyoruz. Bizim yapamadığımız her şeyi yapabilsinler istiyoruz.”

Tufan (A6, 40, Pazarlamacı): *“Küçükün televizyon vs daha çok dikkatini çekiyor. Bütün gün televizyon açık bizim evde. Ama oturup saatlerce başında izlemiyor çocuklar dikkatini çeken canlı renkler hayvanlar çıkınca bakıyor, sonrasında tekrar dönüp oyuncaklarıyla oynuyor ama kızım o dönemde hep oyuncaklarıyla oynuyordu marketçilik oynuyordu bizimle boğuşuyordu. Bu ufaklık öyle değil. Daha televizyon ve çizgi film bağımlısı. Çevreden gördüğümde Z Kuşağı, hep telefonda canlı yayın açıyorlar yani aslında çok yaş değil de dönemden kaynaklı bir bağımlılık şuan ki diye düşünüyorum. Küçük parka falan gidiyor ancak büyüğün sokağa çıkıp oynayayım durumu hiç olmadı site değil mahallede oturduğumuzdan öyle sokağa çıkma şansı olmadı. Daha çok evde. Bizim dönemimizdeki gibi sokaklarda olmadı daha çok evde oyuncaklarıyla zaman geçiriyordu telefon vs daha yaygın olmadığından oyuncaklarıyla oynuyordu. Sokak kültürü kalmadı artık maalesef.”*

Görüşme yapılan ebeveynlerden çocuklarının şuan ki insan ilişkilerini, özellikle de, aile ve arkadaş ilişkileri kapsamında değerlendirmeleri istendiğinde, ailelerin bir bölümü genel olarak çocuklarının fazla arkadaşları olmadığını, olsa da okul ile sınırlı olduğunu belirtmektedirler. Ailelerin diğer bölümü, özellikle Z Kuşağı çocuklarının arkadaşlarının olduğunu, ancak onlarla buluşmak yerine sanal ortamlarda vakit geçirdiklerini, buluşma imkanı olanların da alışveriş merkezlerinde alışveriş ya da teknolojik cihazlarla, oyun konsollarıyla zaman geçirdiklerini ya da sinemaya gittiklerini dile getirmektedirler. Aileler genel olarak Z Kuşağı çocuklarıyla yeterince vakit geçirememekten yakınmaktadır. Buna neden olarak okullarının ve derslerinin yoğun olmasını ancak daha çok odalarında yalnız kalmayı, teknolojik cihazlarıyla internette vakit geçirmeyi tercih etmelerini göstermektedirler. Alfa Kuşağı çocukları yaşları itibarıyla henüz okula gitmediklerinden arkadaş ilişkileri sınırlı kalmakta, okula gidenlerin ise arkadaşlıkları okul ile sınırlı olmaktadır. Oturdıkları ev itibarıyla çocuklarının dışarıda oynama imkanı olan çocukların ebeveynleri, çocuklarının sınırlı da olsa arkadaşlarıyla oynadıklarını söylemektedirler. Ancak sokakta oynama şansı bulunmayan çocuklar evde genellikle tek başlarına ya da aile bireyleriyle birlikte zaman geçirmektedirler.

Her iki kuşakta yer alan çocuklarının da aile ile olan iletişiminden genel olarak memnun olan aileler, özellikle de Z Kuşağı çocuklarının ergenliğin verdiği bir hırçınlığın ötesinde uyumlu çocuklar olduklarını dile getirmektedirler. Çocuklarının kendilerine teknolojik olanaklar sağlandığı sürece, aileyle problem yaşamadıklarını ifade eden anne ve babalar, problemin bu cihazların kullanımını azaltmalarını istediklerinde başladığını ifade etmektedirler. Bu konuda Alfa Kuşağı çocukları daha iyi idare edebildiklerini sözlerine eklemekle birlikte, ergenliğe geldiklerinde Alfa ile mücadelelerinin daha zorlu olacağına inanmaktadırlar:

Recep (A4, 45, İşçi): *“Genel olarak çok arkadaşları yok. Aslında var. Okul arkadaşları var ama okul dışında evler uzak olduğundan görüşme şansları yok. Bu pandemi nedeniyle de şimdi okul da yok. Yüz yüze bizim dışımızda ve eve gelip giden akrabalar komşular dışında pek gördükleri kimse yok. Ama büyük kızım özellikle telefonuyla arkadaşlarıyla sürekli iletişim halinde. Hatta misafir geldiğinde bile biraz durup sonra yine odasına arkadaşlarıyla sohbet etmeye geçiyor. Elinde telefon sürekli fotoğraf çekiyor. Sürekli yapma desek de bir yerlerde paylaşıyor. Önceden “Facebook”ta görüp kızım bu kadar fotoğraf koyma derdik sonra bizim olmadığımız başka sosyal medyalar buldu kendine şimdi takibimiz zorlaştı.”*

Sevgi (A2, 45, Sekreter): *“Kreşe erken yaşta başlamalarına rağmen onun dışında genelde yalnız çocuklardı ikisi de. Çevremizde hep halalar teyzeler var ama yaşlıları pek olmadığından büyüklerle oynuyorlar. Yine büyük kızım zamanında yaşlıları akrabalar vardı ama şimdi ufaklığın o da yok. Zaten ilginç bir şekilde yaşlılarıyla değil büyüklerle oynamayı seviyor. Çünkü yaşlılarıyla oyun oynarken hile vs yaptığında kavga çıkıyor ama büyükler hoş görüyor. Oyunlarda büyüklerle oynarken herkes onun gönlü olsun diye uğraştığından büyüklerle oynamayı seviyor. Aslında orda biz yanlış yaptık. Oyun kurallarını ihlal ettiğinde bizim de müsaade etmememiz gerekirdi.”*

Melek (A6, 39, Memur): *“Aradan çok zaman geçince ilkiyle ilgili yaşananlar unutuluyor ancak Z Kuşağındaki çocuğum bizimle daha fazla vakit geçirirdi ufaklık daha kendi başına buyruk davranan bir çocuk. Bazen internet kullanımını abartabiliyor. O durumda söylediğimizde olumlu karşılayabiliyor. “Instagram” hesabını kapatmasını söyledik kapattı uyumlu bir çocuk dediğimizi yaptı ancak kendi*

içinde neler yaşıyor onu bilmiyoruz bize karşı sesi çıkmıyor. Ama küçük öyle olmayacak gibi. Küçük daha düzenli. Ya izlediği videolardan etkileniyor. Dışını fırçalayan çocuk görüp gidip uyguluyor, aldığı yerine koyuyor ancak kızımda o yoktur. Daha eğitici şeyler izletiyoruz belki onun etkisiyle daha düzenlidir.”

Tolga (A11, 45, Yönetici): *“İnsan ilişkileri açısından bakarsak büyük olan 9 yaşlarındayken açıldı sahneden inmiyor artık, insan ilişkileri iyi ve sosyal. Bu kadar sosyal insan tanımadım. 9 yaş onun için dönüm oldu. Küçük pek herkesle konuşmaz. İçine kapanık.”*

Arda (A9, 42, TV Sektörü): *“Yatarken yanlarında istiyorlar. Büyük zaten artık odası ayrı onu kontrol edemiyoruz ama iki küçük aynı odada. Onlar yatarken hala masal istiyor ama bildikleri hep aynı masalları istiyorlar her akşam. Döne döne aynı masalı okuyoruz. O masal okunana kadar konuşuyorlar yorucu bir süreç zor uyuyorlar. Bir dönem cep telefonundan masal açıp görüntüyü kapattım bir ara yağmur sesi falan yaptık masal çok uzuyor uykuya geçmiyorlar diye. Ondan önce Poyraz da öyleydi ama kendi odasına geçince o koptu izole gibi oldu. Aslında Poyraz da sohbeti çok sever ama internetin, oyunun başından kalkamıyor aslında bazen diyorum kapatsam şunu diye ama kriz olur herhalde.”*

Kemal (A3, 53, Veteriner): *“Küçük olanın dışarı çıkıp arkadaşlarıyla oynama isteği az. Akşam biz eve gidince bazen dayısı ve kuzenleriyle birlikte bisiklet sürmeye gidiyor dayısı ısrar ediyor gel diye ama öyle çok isteği yok. Hazal da küçükken istemezdi sevmezdi sitedekilerle çıkıp oynamak istemezdi. Bir arkadaş edineyim gideyim oynayayım ikisinde de yok. Ben eve geç gidince bozuluyorlar çünkü iletişim kuracakları arkadaşları yok yaşlıları yok. Büyük küçüğün yaşındayken o da aynıydı dışarıyla fazla iletişimi yoktu ama küçük kadar internet yoktu onda ben internet alayım telefonla oynayayım Hazal zamanında yoktu. Şimdi arttı bunlar. Şimdiki Ela teknolojiyi daha iyi kullanıyor. Kitap gibi kullanıyor tableti. Ders notu tutuyor fotolar ekliyor resimlerle birleştiriyor kendisi üstüne eliyle yazıyor al onu kitap gibi kullan. Hazal şimdi üniversiteye de hazırlandığından daha bilinçli kullanıyor Ela kadar bağımlı durumda değil. Şimdi daha pozitif yönde kullanıyor. Negatif pek bir şey yok. Büyük kızın el yazısı güzel. Ela'nın kötü. Başta okula el yazısıyla başladılar ancak sonra bıraktılar. Yazısı zayıf. Karman çorman bir yazısı*

var bazen kendisi de beğenmiyor. İnternet kullanımlarını karşılaştırınca Hazal yaşça büyük o nedenle daha bilinçli kullanıyor. Ela daha çok oyun amaçlı kullanıyor. Her şeyleri internet üzerinden bazen faydalı şeyler için de kullanıyorlar ama çok zor onu bulmak. Haritalı bir program bulmuş Hazal getiriyor akşam hangi il nerde vs onlarla oynuyoruz. Ela'ya da önce sadece İngilizce videolar izleyebilirsin, çizgi filmi İngilizce izleyebilirsin başka bir şey izleyemezsin "Youtube"ta dedik bu işe yaradı güzel oldu İngilizcesi gelişti."

Sema (A3, 48, Akademisyen): *"Hazal arkadaş ilişkilerinde daha zayıf kaldı. Okulda da çocukların birbiriyle çok bağlantısı yok. Çocuklar okulda ikiyeşerli gruplar olunca Hazal dışarıda kaldı.... ama Ela daha iyi iletişim kurabilen bir çocuk. Hayata bakışları farklı Hazal daha pozitif ve gerçekçi bakıyor ela daha duygusal ve romantik bakıyor... Hazal okuldan gelince yemeğini çoğu zaman yemeyip okulda yemiş oluyor ve o odasına çekiliyor onun programı ağır olduğundan ama aralarda gelip bizimle bir çay içiyor ama Ela'yla daha çok. Çünkü o daha küçük ve ihtiyacını daha çok biliyor. Gününü konuşuyoruz olan olayları anlatıyor. İzin versek internete elanın iki saat izni var izin versek bağımlılık olur. Kontrollü bir şekilde iki saatin var, bu iki saat istersen oyun oyna istersen arkadaşlarıyla konuş istersen çizgi film izle diyoruz. Büyük olana okul döneminde tablet vermiyorduk onu sınırlamak daha kolaydı yazın veriyorduk. Bağımlılığa anormal bir şekilde dönüşmedi. Ama bana göre çok yinede tabi... Büyük olan kızım daha geç telefonu oldu küçük olan daha erken telefon sahibi oldu. Bu da onun internetle ve telefonla daha erken tanışmasına neden oldu süreç olarak bakınca daha fazla telefonla vakit geçirme eğiliminde. Onun yaşındayken Hazal geçirmiyorken şimdi Ela geçiriyor. "*

SONUÇ

Bu araştırmada, medyadaki teknolojik gelişmelerin Z ve Alfa Kuşağı çocuklarıyla aileleri arasındaki ilişkileri ve onların serbest zamanlarını nasıl etkilediğinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Çalışmanın ulaşmak istediği hedef, çalışmaya konu olan iki kuşağın iletişim kurma, iletişime geçme konularındaki farklılıklarını ortaya koyarak, son iki kuşak olarak kabul edilen Z ve Alfa Kuşaklarının diğer kuşaklardan ne denli farklı olduklarını gösterebilmektedir.

Bu amaç doğrultusunda, araştırmanın birinci bölümünde “Tarihsel Bağlamda İletişim ve Teknoloji” başlığı altında, tarihsel süreç içinde medya teknolojilerinde meydana gelen değişimler ve bu değişimlerin birey ve toplumlar üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Kavramsal açıdan iletişim, geniş bir kavram olduğundan, bahsedilen farklılıkları daha somut bir biçimde ortaya koyabilmek adına inceleme alanı birincil tür ilişkilerden biri olan aile içi ilişkilerle sınırlı tutulmuştur.

Medyanın aile içi ilişkiler üzerindeki etkilerini anlayabilmek için çalışmanın, “Aile İçi İletişimin Tarihsel Gelişimi ve Medya” başlıklı ikinci bölümünde, aile kavramı ve zaman içerisinde bu kavramda meydana gelen değişimler incelenmiştir.

Bu süreci daha iyi anlayabilmek için, aile kavramı, modernleşme öncesi dönem, modern dönem ve post-modern dönem olmak üzere üç ayrı dönemde ele alınmıştır. Ele alınan dönemler içinde, dönemin teknolojik gelişmeleri üzerinde de durularak, medya teknolojilerinin aile bireylerinin yaşamları, birbiriyle ilişkileri üzerinde ne gibi etkileri olduğu ve onların serbest zamanlarını değerlendirme biçimlerini nasıl etkilediği araştırılmıştır.

Çalışma, benzer dönemlerde doğan bireylerin birbirine benzer kişilik özelliği göstereceği görüşünü benimseyen kuşak teorileri varsayımına dayanmaktadır. Aynı zamanda, bu çalışma, yeni dönem kuşak teorisyenlerinin, hızla gelişen ve dönüşen teknolojik gelişmelerin bireylerin iletişim kurma biçimleri üzerinde etkili olduğu varsayımını da kabul etmektedir.

Bu amaçla çalışmanın “Medyanın Günümüzdeki Durumu ve Z ile Alfa Kuşaklarının Aile İlişkileri” başlıklı üçüncü bölümünde araştırmanın yapılacağı coğrafya olan Türkiye’deki aile içi ilişkileri daha iyi anlayabilmek amacıyla Türkiye’deki aile içi ilişkilerin gelişimine yer verilmiştir. Aynı bölümde çalışmanın temel varsayımlarından birini oluşturan kuşak teorisi ve kuşaklar anlatılarak, Alfa ve Z Kuşakları hakkında detaylı bilgilendirme yapılmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünü oluşturan ve araştırmanın yer aldığı bölüm “Z ve Alfa Kuşaklarının Aile İçi İlişkilerinde İletişim Biçimleri ve Medya Tercihleri” başlığı altında sunulmuştur. Bu bölümde, araştırmanın amacı ve kullanılan yöntem ve teknikler detaylandırıldıktan sonra yapılan araştırmanın sonuçları sunulmuştur.

İnsanların, yaşam biçimlerini, davranışlarını, hikayelerini, örgütsel yapılarını ve toplumsal değişimleri anlamaya yönelik bir yöntem olan nitel araştırma yöntemi bu çalışmanın amacına uygun bir yöntem olarak ön plana çıkmıştır. Bunun nedeni, sosyal olguları araştırırken nitel araştırmaların durumu anlayabilmek ve daha doğru bir şekilde değerlendirebilmek açısından daha açıklayıcı ve detaylı sonuçlara ulaşmayı sağlamasıdır.

Bu araştırmada, nitel araştırma yönteminin bir tekniği olan derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak daha detaylı ve açıklayıcı sonuçlara ulaşmak amaçlanmıştır.

Görüşme yapılacak aileler, “Kartopu/Zincirleme Örneklem Modeli”ne göre belirlenerek, sosyo-ekonomik ve kültürel açılardan da çeşitlilik sağlanıp toplamda 16 aile ve 31 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Ulaşılan sonuçlar, betimleme yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir.

Araştırmanın bulgularının yer aldığı bölümde öncelikli olarak nicel bulgulara yer verilerek, görüşme yapılan aileler hakkında genel bilgiler toplanmıştır. Bu bulgulara bakıldığında, görüşme yapılan ailelerin, eğitim durumu, aylık ortalama kazançları, meslekleri ve çalışma durumları gibi alanlarda farklı özellikler taşıdığı görülmektedir. Ailelerin en temel ortak özeliği, her birinin Alfa ve Z Kuşağında en az birer tane çocuğunun bulunmasıdır.

Derinlemesine görüşme sonucu elde edilen nicel bilgiler tablolastırılarak temel noktaların daha net görülmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın nitel bulguları bölümünde, elde edilen veriler detaylandırılarak, çalışmanın temel soruları cevaplandırılmaya çalışılmıştır.

Araştırmadan elde edilen nicel bulgular değerlendirildiğinde, katılımcıların aile kavramı konusunda ne düşündükleri ilk olarak sorulmuştur. Görüşmeye katılan ebeveynler, farklı bir takım cevaplar vermekle birlikte genel olarak, aileyi, emek isteyen, fedakarlık gerektiren bir kurum olarak tanımlamakta ve buna rağmen, kendilerini en güvende hissettikleri, huzurlu ve mutlu oldukları yer olarak gördüklerini ifade etmektedirler.

Ailelere, aile içi iletişim açısından kendi ebeveynlerinizle çocukluğunuzu geçirdiğiniz aile ile şuan ki ailelerini karşılaştırmaları istendiğinde, katılımcıların çoğunluğu şuan ki ailelerinin bu açıdan daha iyi olduğunu dile getirmektedirler. Şuan ki ailenin iletişim açısından daha kötü olduğunu dile getiren katılımcılar, bunun nedeni olarak merkeze medya teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri koymaktadırlar. Aile bireylerinin kendilerine ait medya teknolojileriyle daha fazla vakit geçirmekten ve özellikle de çocukların odalarında bireysel olarak daha fazla zaman geçirmelerinden, aile ile birlikte geçirilen zamanları yok denecek kadar azalttığından yakınmaktadır. Şuan ki ailelerinin iletişim açısından daha iyi olduğunu söyleyen

ebeveynler, kendi çocukluk dönemlerinde ebeveynlerinin çalıştıklarından ya da günlük rutin yoğunluklarından dolayı kendileriyle yeterince iletişim kurmadıklarını, bunun eksikliğini hissederek büyüdüklerini, bu nedenle de kendi çocuklarıyla daha iyi iletişim kurma, daha kaliteli vakit geçirme noktasında hassas olduklarını belirtmektedirler. Ancak ailelerin bu hassasiyetine rağmen çeşitli sebeplerden dolayı birlikte geçirilen kaliteli zaman çeşitli nedenlerden dolayı zarara uğramakta ve azalmaktadır. Aile içi iletişimin yeterince gelişmiş olmamasına rağmen kendi çocukluklarının daha iyi geçtiğini belirten anne ve babalar, bu durumu, sokakta oynama imkanlarının olmasına ve çok miktarda arkadaşlarının olmasına bağlamaktadırlar. Şimdiki dönemde, çocuklarının evde tek başlarına ve medya teknolojileriyle büyümek zorunda kaldıklarını ifade eden aileler bu durumdan yakınmaktadırlar.

Medya teknolojilerinin aile içi iletişimi nasıl etkilediği ayrıca sorulduğunda, 31 katılımcıdan 25'i kötü yönde etkilediğini, 6'sı iyi yönde etkilediğini söylemişlerdir. İyi yönde etkilediğini söyleyen aileler, medya teknolojileri sayesinde çocuklarının evde kalmaktan sıkılmadıklarını, zamanlarını odalarında güvende geçirdiklerini, dışarıda olmalarındansa odalarında olmalarını tercih ettiklerini ifade etmektedirler. Alfa kuşağı ebeveynleri de çocuklarını kendilerinin zaman zaman oyalamakta güçlük çektikleri, medya teknolojileri sayesinde onlar kendi kendilerine oyalanırken, işlerini hallettiklerini ya da dinlenmeye fırsat bulduklarını vurgulamaktadırlar.

Görüşme yapılan ailelerin tamamı aileyle birlikte geçirilen serbest zamanın önemli olduğunu, ancak yetersiz olduğunu dile getirmektedirler. Aileyle birlikte geçirilen serbest zamanı olumsuz yönde etkileyen faktörlerin başında internet teknolojilerini (akıllı telefon, tablet, bilgisayar) sıralayan ebeveynler için ikinci sırada çalışma koşulları, üçüncü sırada ise televizyonun geldiği görülmektedir.

Artan ihtiyaçları ve özellikle de eğitim giderlerini karşılayabilmek için daha uzun saatler çalışmak zorunda kalan ebeveynler, eve geç ve yorgun geldiklerini, bazı durumlarda hafta sonları da çalışmak zorunda kaldıklarını, bu nedenle ev içi etkinliklere enerjilerinin kalmadığını söylemektedirler. Hafta sonlarını ise ev işleriyle

ya da evde dinlenerek geçirmeyi tercih eden aileler için dışarıda herhangi bir şey yapmak maliyetli olduğundan, katılımcı ailelerin bir kısmı için bu çok kısıtlı bir seçenek olmaktadır.

Birlikte geçirdikleri ortak zamanları kısıtlı olan ebeveynler, genel olarak akşam yemeklerinde bir araya gelebilmektedirler. Katılımcı ailelerin bir kısmında da birlikte yenilen akşam yemekleri, yoğun iş temposu nedeniyle hafta sonu ile sınırlı olmaktadır. Akşam yemekleri haricinde ailelerin birlikte yapma imkanını en fazla bulabildikleri etkinlik televizyon ya da çeşitli platformlarda film izlemektir. Ancak bu ortak faaliyetlerin de zaman zaman akıllı cep telefonları nedeniyle kesintiye uğradığından yakınmaktadırlar. Burada dikkati çeken bir nokta, bazı aileler televizyonu birlikte geçirilen ortak serbest zaman üzerinde engel olarak görmekteyken, bazı aileler ise ortak serbest zaman etkinliği olarak göstermektedirler. Dışarıda serbest zamanlarını geçirme imkanına sahip olan aileler için bu etkinliğin genel olarak hafta sonlarıyla sınırlı olduğu görülmektedir. Bu etkinlik de çocukların talepleri doğrultusunda şekillenmekte, çoğunlukla alışveriş merkezlerinin tercih edildiği görülmektedir.

Görüşmeye katılan ailelere, Alfa ve Z Kuşağında yer alan çocuklarıyla ilgili sorular yöneltildiğinde, bu sorulardaki amaç, araştırmanın ana sorularına ve problemine ilişkin cevaplara ulaşabilmektir. Burada ulaşılmak istenilen nihai sonuç, Alfa ve Z Kuşağında yer alan çocukları genel özellikleri itibarıyla tanıyarak, aralarında on ve ondan daha az yaş farklı bulunan bu iki grup çocuğun, teknolojik gelişmelere paralel olarak nasıl değişimler yaşadıklarını ve bunun aile içi ilişkilerini nasıl etkilediğinin ortaya çıkarılmasıdır.

Ailelere Alfa Kuşağında yer alan çocuklarıyla ilgili sorular sorulduğunda, görüşme yapılan ailelerle sınırlı kalmak kaydıyla genel olarak bazı temel sonuçlara ulaşılmaktadır. Ebeveynlerin çoğunluğu, Alfa Kuşağı çocuklarını, yalnız çocuklar olarak nitelendirmektedirler. Zamanlarının önemli bir bölümünü evde geçiren Alfa Kuşağı çocukların dışarı çıkma olanakları kısıtlı olmaktadır. Dışarı ile iletişimleri okul çağında olanların okula gitmekle sınırlıyken, okula henüz gitmeyenlerin, aile bireylerinden birisiyle parka gitmekle sınırlı olduğu görülmektedir. Özellikle

pandemi süreciyle birlikte okulların kapanmasıyla, tamamen eve kapanan çocuklar, medya teknolojilerine daha da bağımlı hale gelmektedirler. Alfa Kuşağı çocukları, günlerini televizyon izleyerek geçirmektedirler. Onların serbest zaman etkinliklerinin başında televizyon ya da “Netflix”te çizgi film ve çizgi diziler izlemek gelmektedir. Pek çoğunun yaşı küçük olduğundan, kendilerine ait bir cep telefonları bulunmamakta ve bazı aileler tarafından internete girdikleri süreler kısıtlanmaktadır. Bu nedenlerden de daha çok televizyon ve tablet gibi teknolojik cihazlara yönelen çocuklar, çizgi film izlemek için televizyonu tercihe derken, oyun oynamak için ya da “Youtube” gibi kanallarda video izlemek için tabletlerini kullanmaktadırlar. İnternet teknolojileriyle Z Kuşağında yer alan abla ve ağabeylerine göre daha erken yaşlarda tanışan Alfa Kuşağı, dünyaya geldiği andan itibaren ekranla bağımlı bir yaşam sürmektedir. Katılımcı ailelerin bir bölümü çocuklarını, en azından iki yaşlarına kadar ekrandan uzak tutmaya çalıştıklarını ifade ederken, diğer bölümü, onları pek çok alanda oyalamak için çok erken yaşlarda ekranla tanıştırdıkları vurgulamaktadırlar.

Alfa Kuşağı çocukların oyuncaklarına bakıldığında, ilk sırayı robotlar gibi yapay zeka ürünü oyuncakların aldığı görülmektedir. Bunun dışında, özellikle de çizgi filmi bulunan oyuncakları tercih etmektedirler. Akıllı cep telefonlarını ve tabletleri, pek çoğu ebeveynlerinden daha iyi kullanabilmekte ve bilgiye ulaşmak için aile bireylerine sormak yerine bu platformları kullanmayı tercih etmektedirler.

Aile ilişkileri açısından ailelerine bağılılıkları ve özellikle de yaşları itibariyle bağımlılıkları ön plana çıkan Alfa Kuşağı çocukların aileler tarafından korumacı yetiştirildikleri, dışarıda kendi başlarına bulunma ya da herhangi bir şey yapma olanakları bulunmadığı görülmektedir. Bu da onların evlerinde yalnız başlarına, ekran bağımlısı olarak yetişmelerine neden olmaktadır. Maddi olanakları daha iyi olan aileler, daha güvenli semtlerde ve korunaklı bahçeleri bulunan evlerde oturduklarından, bu evlerde yetişen Alfa çocuklarının dışarıda yaşlılarıyla oynama imkanları bulunmaktadır. Eğitim seviyesi bakımından daha bilinçli ailelerin de çocuklarını özellikle ilk yaşlarda medya teknolojilerinden koruyarak ya da ekran sürelerine sınır getirerek çocuklarını bu bağımlılıktan uzak tutmaya gayret

etmelerinin yanında, aileler, bu konuda yeterince başarılı olamadıklarını da kaydetmektedirler.

Görüşme yapılan ailelere, Z Kuşağında yer alan çocuklarının öncelikle genel özellikleri sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplara bakıldığında, çocuğu ergenlik dönemine girmiş ailelerle henüz girmemiş ya da bu süreci atlattmış ailelerin verdikleri cevaplar arasında kimi farklılıklar bulunmakla birlikte genel itibarıyla benzer cevaplar taşıdığı görülmektedir. Ergenliğin etkisiyle çocuklarını aileler, kendilerinden ayrı, odalarında, teknolojik cihazlarıyla yaşayan bireyler olarak nitelendirmektedirler. Bu duruma tepki gösterildiğinde hırçınlaşma eğilimi sergileyen Z Kuşağı, aileleri tarafından genel itibarıyla uyumlu, evine ve ailesine bağlı bireyler olarak adlandırılmaktadırlar. Aileler Z Kuşağı çocuklarını tanımlarken, rahatlarına düşkün olduklarından ve kendilerinin sağladığı konfordan mahrum kalmamak adına aileleriyle iyi geçindiklerini ifade etmektedirler. Görüşülen ebeveynler, Z Kuşağı çocuklarının genel yapılarından memnun olduklarını, kötü arkadaş ya da alışkanlıklara sahip olmadıkları, yalnızca teknoloji bağımlısı olmalarından şikayetçi olduklarını vurgulamaktadırlar. Bunu yanında bu kuşağı, sorumluluk almaktan çok fazla hoşlanmayan, zora fazla gelemeyen, sınırsız istekleri olan, duygu ve ruh durumları çabuk değişip, alışveriş yapmaktan hoşlanan ancak bir şeyi aldıktan sonra tekrar aynı mutsuzluğa çok çabuk geri dönen çocuklar olarak değerlendirmektedirler.

Görüşme yapılan anne ve babaların tamamı, Z Kuşağı çocuklarının, çocukluklarının aksine artık birer internet ve teknoloji bağımlısı olduklarını dile getirmektedirler. İnterneti daha çok arkadaşlarıyla görüşmek, sosyal medyada zaman geçirmek ya da oyun oynamak amacıyla kullanan Z Kuşağından, aileleri, odalarından çıkmayıp, kendileriyle iletişim kurmamalarından şikayetçidirler.

Z Kuşağı çocukların serbest zamanlarını nasıl geçirdiklerine bakıldığında, okul dışındaki zamanlarının önemli bir bölümünü evde internet başında geçirdikleri görülmektedir. Z Kuşağı, Alfa Kuşağının aksine, ergenlik döneminin bir özelliği olmasından ve okula gidiyor olmalarından dolayı arkadaş ilişkilerini yoğun yaşayan bir kuşak olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak bu arkadaşlıklar, çoğunlukla, yüz yüze

görüşmek yerine, telefonda görüşerek, mesaj yazarak, sosyal medya hesaplarından birbirlerini takip edip iletişim kurarak ya da sanal ortamlarda birbirleriyle oyun oynamak şeklinde yürütülmektedir. Bazı aileler, bu durumdan rahatsız olduklarını, dışarı çıkmaları için kendilerinin zorladıklarını ifade ederken, kimi aileler de sokakların güvensiz olduğunu, bu nedenle evde, odalarında olmalarının daha güvenli olduğu için memnun olduklarını belirtmektedirler.

Zamanının önemli bir kısmını okul ya da ev ikilisi arasında geçiren Z Kuşağı, serbest zaman aktivitesi olarak dışarıya çıktıklarında, gezecek yer olarak alışveriş merkezlerini, aktivite olarak da alışveriş yapmayı tercih etmektedirler. Aileleriyle zamanlarını çoğunlukla alışveriş merkezlerinde geçirmeyi tercih eden bu kuşak, arkadaşlarıyla görüştüklerinde de alışveriş merkezlerinde sinemaya gitmekte ya da yine arkadaşlarıyla alışveriş yapmaktadırlar.

Televizyon ile çok fazla ilişkisi olmayan Z Kuşağı, dizi izlemeyi sevmekle birlikte bunun için televizyon yerine daha çok bilgisayarı ya da cep telefonunu kullanmayı tercih etmektedir. Görüşme yapılan ailelerin Z Kuşağı çocuklarına bakıldığında genel olarak dizi izlemeyi sevdikleri ve bunu da genellikle “Netflix” uygulaması üzerinden gerçekleştirdikleri ortaya çıkmaktadır.

Z Kuşağı çocukları, aynı anda birden fazla aktiviteyi gerçekleştirmekte dizi ya da film dahi izlerken ellerinde sürekli cep teflonlarını bulundurdukları aileleri tarafından ifade edilmektedir. Aynı durum Alfa Kuşağı çocukları için de geçerlidir. Onlarda arka planda televizyon devamlı olarak açıkken, bir yandan tabletlerini kullanmakta ve bir yandan da evde fiziksel aktivitelerini gerçekleştirmektedirler.

Z Kuşağı çocuklarının öğrenme yönteminin video izlemek olduğunu belirten aileler, herhangi bir konuda araştırma yaparken ya da bir şeyin nasıl kullanılacağını öğrenmek istedikleri zaman, kullanma kılavuzunu açıp okumak ya da internette konuyla ilgili bir şeyler okumaktansa “Youtube” başta olmak üzere çeşitli platformlardan video izleyerek öğrenmeyi tercih ettiklerini gözlemlediklerini belirtmektedirler. Z Kuşağı, video izlerken de uzun videoları izleme konusunda isteksiz olmakta ve bu tür videoları ya tercih etmemekte ya da atlayarak izlemektedirler. Anne ve babalar, genel olarak Alfa Kuşağı çocuklarının, Z

Kuşağındakiyle karşılaştırıldığında bir şey izleme konusunda daha sabırlı olduklarını, Z Kuşağındaki çocuklarının bir şey izlerken bir iki dakika gibi kısa bir sürede dikkatlerinin dağılmasına karşılık Alfa Kuşağı çocuklarının daha uzun süre ekrandan bir şeyler izleyebildiklerini kaydetmektedirler. Bu durum da Z ve Alfa Kuşağı ile ilgili genel varsayımları desteklemektedir.

Görüşme yapılan ailelerin Z Kuşağı çocuklarının serbest zaman etkinliği olarak önemli bir bölümünün ilk sıralarında cep telefonunun yer aldığı görülmektedir.

Yapılan görüşmelerde Z Kuşağı çocuklarının, Alfa Kuşağının aksine yalnız çocuklar olmadıkları, arkadaşlarının olduğu ve arkadaş ilişkilerine ilk sırada önem verdikleri ortaya çıkmaktadır. Ancak bu arkadaşlıklar yüz yüze olmaktan çok sanal ortamda kurulan iletişimlerle sürdürülmektedir. Aileler bu kuşağın, arkadaş ilişkilerini çoğunlukla internet ortamında ya da telefonda yaşadıklarını, telefonda konuşmaktansa devamlı mesajlaştıklarını belirtmektedirler.

Arkadaşlarıyla dışarıda da görüşme olanağı bulan bazı Z Kuşakları, arkadaşlarıyla sinemaya giderek ya da bir arada herhangi bir mekanda toplanıp maç izleyerek, yine teknoloji tabanlı bir cihaz merkezlerinde yer alacak biçimde görüşmektedirler.

Aile içi ilişkiler açısından Z Kuşağı değerlendirildiğinde, kendileriyle görüşülen ailelerin tamamı, çocuklarının odalarından çıkmayıp telefonlarıyla, bilgisayarlarıyla zaman geçirdikleri için birlikte zaman geçirememekten yani teknoloji bağımlısı olmalarından şikayet etmektedirler. Ancak bunun yanında genel olarak çocuklarıyla iletişim kurma biçimlerinden memnun olduklarını sözlerine ekleyerek, kimi hırçınlıklarına rağmen, anlaşmaya varma noktasında onlarla problem yaşamadıklarını dile getirmektedirler. Bu durumun, ailenin maddi olanaklarından mahrum kalmamak adına bu şekilde gerçekleştiğini ifade eden ebeveynler, yaşları itibarıyla henüz kendilerine bağımlı olan çocuklarının yaşam konforlarını kaybetmemek amacıyla bu şekilde davrandıklarını vurgulamaktadırlar. Bu nedenle de anne ve babalarından bir şey talep ederken bunu üslubunca ve uzlaşma yoluna giderek yapmaya özen göstermektedirler.

Görüşme yapılan ailelere Z Kuşağındaki çocuklarının 2-7 yaş arasındaki durumlarıyla ilgili sorular yöneltilerek, şuan 2-7 yaş arasında olan Alfa Kuşağı çocuklarından oyun oynama tercihleri, teknolojik cihazlarla tanışma yaşları, serbest zamanlarını değerlendirme biçimleri arasındaki farklılıklar belirlenmeye çalışılmıştır.

Yöneltilen bu sorulara verilen cevaplara bakıldığında, teknolojik cihazlarla tanışma yaşında meydana gelen değişikliğin, diğer birçok alan üzerinde etkilerinin olduğu görülmektedir.

Z Kuşağı çocukları, o dönemin teknolojik cihazlarının gelişmişlik seviyesiyle de bağlantılı olarak, Alfa Kuşağı çocuklarına oranla teknolojik cihazlarla daha geç yaşlarda tanışmışlardır. Teknolojik cihazlarla daha geç tanışmanın etkisiyle Z Kuşağı, yaşamlarının ilk yıllarında Alfa Kuşağıyla kıyaslandığında daha farklı oyun türleriyle ve farklı serbest zaman etkinlikleriyle vakitlerini geçirmişlerdir.

Alfa Kuşağı çocukların oyun oynama tercihlerinin ilk sırasında internet tabanlı tablet, akıllı televizyonlar ve akıllı cep telefonları yer alırken, Z Kuşağı o dönemde daha çok arabalar, bebekler, legolar gibi geleneksel oyuncaklarla oynamaktaydılar.

Her iki kuşakta yer alan çocuklar için de dışarıda oynamak kısıtlı olmakla birlikte, katılımcı ailelerin bir kısmı Z Kuşağı çocuklarının o yaşlarda sokakta arkadaşlarıyla birlikte oynamayı tercih ettiklerini ifade etmektedirler.

Z kuşağının, 2-7 yaş arası dönemdeki geleneksel oyuncaklarıyla Alfa Kuşağının şuan oynadıkları oyuncaklar karşılaştırıldığında bu ikisi arasında da kimi farklılıklar olduğu dikkati çekmektedir. Öncelikli olarak, Alfa Kuşağı çocukları, fiziksel oyuncaklar ilk sıralarında yer almasa da oyuncak olarak daha çok robotlar, sanal gözlükler, artırılmış gerçeklik içeren oyuncaklar gibi daha çok yapay zeka ürünü oyuncakları tercih etmektedirler. Buna ek olarak izledikleri çizgi filmlerde yer alan karakterlerin oyuncaklarını talep etmektedirler. Alfa Kuşağı çocukların serbest zamanları çoğunlukla televizyonda ve “Netflix” gibi uygulamalarda çizgi film ve çizgi dizi izleyerek geçmektedir.

Görüşmeye katılan anne ve babalara Alfa ve Z Kuşağında yer alan çocuklarının günümüzdeki durumları sorulduğunda, hem büyüme biçimlerinin hem de yaşlarının ve ergenlik döneminde olmalarının etkisiyle serbest zaman etkinlikleri, teknolojik cihazları kullanma biçimleri, aile ve arkadaş ilişkileri açısından farklılıklar taşıdıkları görülmektedir.

Teknolojik cihazları kullanım konusunda iki kuşak arasındaki en temel fark, Alfa Kuşağı daha çok tablet kullanırken, Z Kuşağı çocukların ilk sırasında akıllı cep telefonları yer almaktadır. Bu durum üzerinde, Alfa Kuşağı çocukların yaşları itibariyle, görüşme yapılan ailelerde, kendilerine ait bir akıllı cep telefonu bulunmaması etkili olmaktadır. Daha çok aile bireylerinin telefonunu kullanan Alfa Kuşağı çocukları için bu süre daha dar olmaktadır.

Z Kuşağı çocuklarının akıllı cep telefonlarının önceliği olmasının bir diğer nedeni, arkadaşlık ilişkilerini yoğun yaşamalarından kaynaklanmaktadır. Cep telefonlarını çoğunlukla arkadaşlarıyla iletişim için kullanan Z Kuşağı, bunu çeşitli, yazılı ve görüntülü sohbet programlarıyla ve sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirmektedirler. Evlerinde geçirdikleri süreyi daha çok bireysel olarak, kendi odalarında geçirmeyi tercih eden Z Kuşağı, dizi ya da film izlemek istediklerinde de odalarında telefon ya da bilgisayarlarından izlemeyi tercih etmektedirler.

Alfa Kuşağına bakıldığında, hem kendilerine ait cep telefonunun sınırlı çocuklarda olması, hem de Z Kuşağı kardeşleri kadar yoğun arkadaşlık ilişkileri yaşamamalarından dolayı, teknolojik cihazları daha çok bir şeyler izlemek ya da oyun oynamak amacıyla kullanmaktadırlar. Bu amaçla da ilk sıralarından tablet, ikinci sıralarında televizyon yer almaktadır. Tableti yalnızca oyun oynamak ya da “Youtube”tan video için değil aynı zamanda “Netflix” gibi uygulamalardan çizgi film, çizgi dizi izlemek için de kullanmaktadırlar.

Ebeveynlere çocuklarının internet başında geçirdikleri süreler sorulduğunda, Z Kuşağı çocuğun günlük ortalama internette bulunma süresinin 6-8 saat arası olduğunu belirten 8 aile bulunmaktadır. Bazı aileler bu özellikle Z Kuşağı çocukları için net süreler verememekte, çünkü odalarında her an neler yaptıklarına hakim olamadıkları ve internete cep telefonu dahil pek çok yerden girebildiklerini ifade

etmektedirler. Alfa Kuşığı çocukların günlük internet kullanımına gelindiğinde, ailelerin bir bölümü henüz küçük olduklarından bu süreyi 0-2 saat ile sınırlandırdıklarını dile getirirken, 11 aile günlük ortalama 3-5 saatlerini internette geçirdiklerini bildirmektedirler.

Görüşme yapılan aileler, Z Kuşığı çocuklarının çocukluk dönemlerinde internetin şuan ki Alfa çocukları kadar hayatlarında yer almadığını, ancak şu dönem için Z Kuşığı çocuklarının internet bağımlısı olduklarını dile getirmektedirler.

Ebeveynlerden çocuklarının şuan ki insan ilişkilerini, özellikle de, aile ve arkadaş ilişkileri kapsamında değerlendirmeleri istendiğinde, ailelerin bir bölümü genel olarak çocuklarının fazla arkadaşları olmadığını, olsa da okul ile sınırlı olduğunu belirtmektedirler. Ailelerin diğer bölümü, özellikle Z Kuşığı çocuklarının arkadaşlarının olduğunu, ancak onlarla buluşmak yerine sanal ortamlarda vakit geçirdiklerini, buluşma imkanı olanların da alışveriş merkezlerinde alışveriş ya da teknolojik cihazlarla, oyun konsollarıyla zaman geçirdiklerini ya da sinemaya gittiklerini dile getirmektedirler. Aileler genel olarak Z Kuşığı çocuklarıyla yeterince vakit geçirememekten yakınmaktadırlar. Buna neden olarak okullarının ve derslerinin yoğun olmasını ancak daha çok odalarında yalnız kalmayı, teknolojik cihazlarıyla internette vakit geçirmeyi tercih etmelerini göstermektedirler. Alfa Kuşığı çocukları yaşları itibariyle henüz okula gitmediklerinden arkadaş ilişkileri sınırlı kalmakta, okula gidenlerin ise arkadaşlıkları okul ile sınırlı olmaktadır. Oturdıkları ev itibariyle çocuklarının dışarıda oynama imkanı olan çocukların ebeveynleri, çocuklarının kısıtlı da olsa arkadaşlarıyla oynadıkları söylemektedirler. Ancak sokakta oynama şansı bulunmayan çocuklar evde genellikle tek başlarına ya da aile bireyleriyle birlikte zaman geçirmektedirler.

Her iki kuşakta yer alan çocuklarının da aile ile olan iletişiminden genel olarak memnun olan aileler, özellikle de Z Kuşığı çocuklarının ergenliğin verdiği bir hırçınlığın ötesinde uyumlu çocuklar olduklarını dile getirmektedirler. Çocuklarının kendilerine teknolojik olanaklar sağlandığı sürece, aileyle problem yaşamadıklarını ifade eden anne ve babalar, problemin bu cihazların kullanımını azaltmalarını istediklerinde başladığını ifade etmektedirler. Bu konuda Alfa Kuşığı çocukları daha

iyi idare edebildiklerini sözlerine eklemekle birlikte, ergenliğe geldiklerinde Alfa ile mücadelelerinin daha zorlu olacağına inanmaktadırlar.

Özetle ifade edilirse, yapılan araştırmanın sonuçları, medya teknolojilerinin aile içi ilişkileri olumsuz etkilediğini, çocukların giderek ekran bağımlısı olduklarını, Z Kuşağının teknolojik cihazlarla daha geç tanışmasına rağmen yaşanan bu günde teknolojik cihazları ve özellikle de internet tabanlı olanları yoğun bir biçimde, hatta çoğunlukla bağımlılık derecesinde, kullandıklarını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, aileler Z kuşağı çocuklarından çok Alfa Kuşağı çocuklarının ilerleyen dönemlerinden daha fazla endişe duymaktadırlar. Çünkü, aileler, onların, ergenlik ve gençlik dönemlerinde daha internet bağımlısı olacaklarından, yalnız ve arkadaşsız kalacaklarından kaygılanmaktadırlar.

Yapılan bu araştırmanın sonuçları göstermektedir ki, teknolojiye ve özellikle de medya teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, bireyler ve aileler üzerinde etkili olmakta, onları dönüştürerek değiştirmektedir.

Ailelerle yapılan görüşme sonuçları, kuşak kuramlarını ve özellikle de Alfa Kuşağının geleceğiyle ilgili varsayımları destekler niteliktedir.

Ebeveynler bu durumdan şikayetçi olmakla birlikte, kendileri de bu teknolojileri yoğun olarak kullandıklarını ifade etmekte, kendi işlerini ve görevlerini rahat bir şekilde yerine getirebilmek adına, çocuklarının önüne ekranı, erken yaşlarda, kendilerinin koyduklarını itiraf etmektedirler.

Her konuda teknolojiye bağlı kalındığı “Tekno-hayatlar” yaşanan bu çağda bilgiye erişimin de değişmesiyle beraber bireysellik daha da artmaktadır. Tüm insanlığı ve Türkiye’yi son bir yıl içerisinde etkisi altına alan “Covid-19” virüsüyle birlikte, bu dönem tüm dünyada pandemi süreci, pandemi dönemi olarak adlandırılmaktadır.

Yaşanan bu süreçte virüsün yayılımını azaltmak amacıyla iş ve okul yaşamının “online” sistemler aracılığıyla evlere taşınması, teknoloji bağımlılığını daha da artırmaktadır. Evler artık yalnızca ailelerin bir arada zaman geçirdikleri mekan olmaktan çıkarak, birer okula ve iş yerine dönüşmektedir.

Görüşme yapılan aileler, bu süreçte birlikte daha fazla zaman geçirme imkanı bulduklarını ancak bu birlikteliğin aynı çatı altında olmanın ötesine geçemediğini vurgulamaktadırlar. Ebeveynler, sürekli aynı mekan içerisinde olmanın, okulun “online” olarak eve taşınmasının evin iş yükünü daha da artırdığını, eve taşınan iş yaşamının, evde olunmasının etkisiyle artan yoğun çalışma saatlerinin evin iş yükünü kaldıramayacak duruma geldiğinden şikayet etmektedirler. Bu durumun evdeki düzeni bozduğunu, çocukların teknolojiye olan bağımlılıklarını artırdığını, onların internet başında geçirdikleri zamanı artık kontrol edemediklerini dile getirmektedirler. Artık kendilerine ait serbest zamana sahip olamayan aile bireyleri arasında evin iş yoğunluğunun da etkisiyle daha fazla problemler yaşanmakta, eve ve teknolojiye bağlı aileler ortaya çıkmaktadır.

Zamanlarının önemli bir kısmını evde ya da okulda geçiren, dışarıyla bağlantısı sınırlı olan Z ve özellikle de Alfa kuşağı bu süreçte tamamen eve hapsolmaktadır. Zamanla, evden dışarıya çıkmak istemeyen çocuklar daha da teknoloji bağımlısı duruma gelmektedirler.

Bu durumun etkisini hafifletebilmek adına, çalışma saatleri evde de belirlenmeli, çocukların bilgisayar başında geçirdikleri okul saatleri dışındaki zamanlarını yine bilgisayar başında geçirmeleri önlenmeli ve teknolojik cihazların haricinde birlikte yapılabilecek ortak serbest zaman etkinlikleri artırılmalıdır.

Toplumsal dönüşüm içerisinde dijitalleşmenin olumsuz etkileri sonucunda değişime uğrayan aile, pandemi süreciyle birlikte yeni bir dönüşüm içerisine girmektedir. Bu süreçte yukarıda da bahsedildiği gibi, aileler, dijitalleşmenin olumsuz etkilerine daha da açık duruma gelmektedirler.

Çalışmanın diğer bölümlerinde de bahsedildiği gibi dönemin güvensiz ortamı ve anne babaların yoğun olarak çalışmaları, onların, çocuklarının teknoloji bağımlısı bir duruma gelmelerine kayıtsız kalmalarına sebep olmaktadır. Bu nedenle, çoğunlukla bu durumdan yakınan ebeveynler, bu durumu değiştirmek adına bir girişimde bulunmamakta, bulunamamaktadır.

Bundan sonraki çalışmalarda, bu durumun nasıl düzeltilebileceğiyle, geleceğin ailelerini kuracak ve iş yaşamını şekillendirecek olan Z ve Alfa

Kuşaklarının kişiler arası ve aile içi ilişkilerinin nasıl daha etkin hale getirilebileceğiyle ilgili araştırmalar yoğunlaştırılabilir. Hem ebeveynlerin hem de çocukların dijital okuryazarlıkları artırılarak iletişim teknolojilerinin daha bilinçli tüketilmesi hedeflenebilir. Bu sayede toplumun en küçük ve temel yapısını oluşturan ailenin yaşanan bu süreçlerden daha güçlü çıkması sağlanabilir.



KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Orhan, Batur, H. Zeynep, Ekşili, Nisa: “Kuşakların Değişen Yüzü ve Y kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2014,1(19), s.165-182.
- Adorno, W. **Aydınlanmanın Diyalektiği**, Çev. Elif Öztarhan Karadoğan, Thedor, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 2010.
- Horkheimer, Max:
- Agger, Ben: **Sanal Benlik**, Çev. Volkan Hacıoğlu, İstanbul, Babil Yayınevi, 2011.
- Ağlargoöz, Ozan: “Kuşaklar ve Çalışma Hayatı” Ed. Hatice, H. Özkoç, Funda Bayrakdaroglu, **Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış**, Ankara, Nobel, 2017, s.27-49.
- Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı: “Türkiyede Kadın”, 2020. (Çevrimiçi), <https://www.ailevecalisma.gov.tr/media/38419/02-03-2020-tr-de-kadin.pdf> , 5 Ocak 2021.
- Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı: “Türkiyede Kadın”, 2019. (Çevrimiçi), <https://www.ailevecalisma.gov.tr/media/38419/10-09-2019-tr-de-kadin.pdf> , 5 Ocak 2021.
- Akar, Damla : “An Assessment Based on the Siege of Digital Labor and Generation Z” , Ed. Sevimece, K. Doruk, Seda Mengü, Ebru Ulusoy, **Digital Siege**, Istanbul University Press, 2021, s. 195-209.
- Akaydın, Ayşegül: “Değişen Televizyon Platformlarının İzleyiciye Sunduğu Seçenekler”, **Erciyes İletişim Dergisi**, 2014, 3(4), s. 18-24.
- Akçalı, S. İçin: **Gündelik Hayat ve Medya, Tüketim Kültürü Perspektifinden Okumalar**, Ankara, Ebabil, 2006.

- Aksoy Araştırma: “Z Kuşağını Anlama Kılavuzu”, **Marketing Türkiye**, 2017, 10 (16), 332, s. 64-68.
- Aksoy, İlhan: “Türklerde Aile ve Çocuk Eğitimi”, **Uluslar arası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 2011, 4(16), s. 11-19.
- Aktaş, Celalettin, “Yeni Enformasyon ve İletişim Teknolojilerinin Sosyal Çaycı, Berk : Hayattaki Rolü”, **Uluslar arası Medya Çalışmaları Sempozyumu**, 2013.
- Akyüz, Yahya: **Türk Eğitim Tarihi (Başlangıçtan 1998’e)**, Ankara, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, 1989.
- Alankuş, Sevda: **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, İstanbul, Ips İletişim Vakfı Yayınları, 2005.
- Albayrak, Eda “Sosyal Ağlar ve Modern İnsanın Yalnızlaşması: Coca Cola Reklam Örneği”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 2019, 18 (70), s. 929-942.
- Altunay, Alper : “Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya: Görüntü Yüzeyi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2012, 27, s. 33-44.
- Altuntuğ, Nevriye: “Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili”, **Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi**, 2012, 1, 1309 -8039.
- Alwin, Duane F: “Generations X, Y and Z: Are They Changing America”, **American Sociological Association, Contexts**, 2002, 42 (1), s. 42-51.
- Alwin, Duane. F, “Rethinking Generations”, **Research in Human Development**, McCammon, Ryn 2007, 4 (3-4), s. 219-237.
- J: (2007).

- Amman, M.Tayfun, Aslantürk, Zeki: **Sosyoloji: Kavramlar, Süreçler, Kurumlar, Teoriler**, 6. Bs., İstanbul, Çamlıca Yayınları, 2009.
- Anadol, Cemal: **Televizyon Yayınlarının Milli Kültüre Tesirleri**, İstanbul, Türkiye Milli Kültür Vakfı, 1992.
- Arslan, Aykut, Staub, Selva : “Kuşak Teorisi ve İçgirişimcilik Üzerine Bir Araştırma”, **Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 2015, 6(11), s.1-24.
- Artıkoğlu, Pınar : “Batılılaşma’nın Osmanlı Aile Yaşamındaki İzleri” **Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu 38. ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi**, 2007, Ankara, 47-58.
- Aslan, Kadir: “Değişen Toplumda Aile ve Çocuk Eğitiminde Sorunlar”, **Ege Eğitim Dergisi**, 2002, 1(2), s. 25-33.
- Aslan, Seyfettin, Yılmaz, Abdullah: “Modernizme Bir Başkaldırı Projesi Olarak Postmodernizm”, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 2001, 2 (2), s. 93-108.
- Assmann, Jan: **Kültürel Bellek**, Çev. Ayşe Tekin, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2015.
- Atabek, Ümit: “Yeni Medya ve Yeni İletişim Düzeni”, **Mülkiye Dergisi**, 2013, 37 (3), s.175-182.
- Atabek Ümit: “Türkiye’de Kitle İletişimi”, **Türkiye’de Kitle İletişimi: Dün-Bugün-Yarın**, Ed. Korkmaz Alemdar, Ankara, Turhan Kitabevi, 2014, s. 468-479.
- Atalay, Gül Esra: “Dijital Çağda Marshall McLuhan’ı Yeniden Düşünmek: Bir Uzantı ve Ampütasyon Olarak Yeni Medya Teknolojileri”,

Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi, 2018, 4(6), s. 27-48.

Aydın, Gülşen Ç, : “X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var Mı?”, **Electronic Journal of Vocational Colleges**, 2014, s.1-15.

Aydın, Mustafa: **Sistemantik Aile Sosyolojisi**, İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2019.

Aydoğan, Filiz: **Yeni Medya Kuramcılarında Yeni Medya Kuramları**, İstanbul, Der Yayınları, 2017.

Aydoğan, Filiz: **Medya ve Serbest Zaman**, İstanbul, Der Yayınları 2019.

Aydoğan, Filiz, “Alternatif Medya Olarak Yeni Medya”, **Akdeniz İletişim Dergisi**, 2012, 18, s. 58-69.

Ayhan, Aynur “Erken Çocukluk Döneminde Bilgisayarlar, Çoluk Çocuk Aylık Bütün, Aral, Anne, Baba” **Eğitimci Dergisi**, 2013, 23, s.20-22.

Neriman:

Ayhün, Sena : “Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları”, **Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi**, 2013, 2(1), 93-112.

Aytaç, Ömer: “Kapitalizm ve Boş Zaman”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2005, 6 (1), s.1-22.

Aytaç, Ömer: “ Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2002, 12(1), s.231-260.

Aytaç, Ömer: “Kapitalizm ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman”, **C. Ü. Sosyal Bilimler Dergisi**, 2004, 28,(2), s. 115-138.

- Aytekin, Mesut: “Postmodern Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyon”, **Atatürk İletişim Dergisi**, 2014, 7, s. 127-142
- Aziz, Aysel: **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015.
- Baban, Ece: “Dikizleme Kültürü ve Sosyal Medya. Elle Dergisi”, 2018. (Çevrimiçi).
<https://www.elle.com.tr/extra/radarimizda/dikizleme-kulturu-ve-sosyal-medya> , 5 Ocak 2018.
- Bağcı, Ebru, İçöz, Onur: “Z ve Alfa Kuşağı ile Dijitalleşen Turizm”, **Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi**, 2019, 3 (2), s.232-256.
- Bahadır, Murat: “Antikçağ’dan Günümüze Boş Zaman Üzerine Bir Değerlendirme”, **ETÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2016, 1 (2), s. 103-116.
- Baldini, Massimo: **İletişim Tarihi**, Çev. Gül Batuş, İstanbul, Avcıol Basım Yayın, 2000.
- Başta, Mine: “Postmodern Toplumlarda Kişilerarası İletişim Sürecinde Psikolojik Taciz”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı**, Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2016.
- Baudrillard Jean: **The Ecstasy of Communication**. Çev. Bernard Schuütze, B, Caroline Schütze, New York, Semiotext(e) Foreign Agent Series, 1988.
- Baudrillard, Jean: “Bir Tüketim Kuramı Üzerine”, **Cogito Dergisi**, 1995, 5, s. 89-103.
- Baudrillard Jean: **Tam Ekran**. Çev. Bahadır Gülmez, İstanbul, Yapı Kredi Kültür

Yayıncılık, 2004.

Baudrillard, Jean: **The Ecstasy of Communication**, Los Angeles, CA, Semiotext(e), 2012.

Baudrillard, Jean: **Simülakrlar ve Simülasyon**. Çev. Oğuz Adanır, 9. Baskı, Ankara, Doğu Batı Yayınları, 2016.

Bauman, Zygmunt: **The Ambivalence of Modernity**, London, Polity Press, 1990.

Bauman, Zygmunt: **Akışkan Hayat**, Çev. Akın Emra Pilgir, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2018.

Bauman, Zygmunt, David: **Akışkan Gözetim**, Çev. Elçin Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2013.

Benezra, Karen: “Don't Mislabel Gen X”, **Brandweek**, 1995, 36 (20), s. 32-33.

Benlisoy Stefo: “Mit ile Gerçeklik Arasında 68'i Hatırlamak”, **Mesele Kitap Dergisi**, 2008, 24, s. 30-33

Bennett, Sue, Maton, Karl, Kervin, Lisa: “The ‘Digital Natives’ Debate: A Critical Review of The Evidence”, **British Journal of Educational Technology**, 2008, 39 (5), 775-786.

Berman, Marshall: **Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor**, Çev. Ümit Altuğ, Bülent Peker, 20. Baskı. İstanbul, İletişim Yayınları, 2019.

Beutell, Nicholas J, Wittig-Berman: “Work Family Conflict and Work Family Synergy for Generation X, Baby Boomers and Matures: Generational Differences, Predictors and Satisfaction Outcomes”, **Journal**

- U: **of Managerial Psychology**, 2008, 23 (5), s. 507-523.
- Binark, Mutlu, **İnternet, Toplum, Kültür**, Ankara, Epos Yayınları, 2005.
- Kılıçbay, Barış:
- Binark, Mutlu: **Yeni Medya Çalışmaları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2007.
- Binark, Mutlu: **Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2014.
- Binark, Mutlu, **Ayin Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik**, İstanbul, Bayraktutan, Kalkedon, 2013.
- Günseli:
- Binark, Mutlu, **Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi**, Ankara, Löker, Koray: STGM, 2011.
- Blanck, Horst: **Antikçağda Kitap**, Çev. Zehra Aksu Yılmaz, Ankara, Dost Kitabevi, 2000.
- Bocok, Robert: **Tüketim**, Çev. İrem Kutluk, Ankara, Dost Yayınları, 2005.
- Botton, Alain de, **Felsefenin Tesellisi**, 8. Bs, Çev. Banu Tellioglu Altun. İstanbul, Sel Yayıncılık, 2008.
- Bourdieu, Pierre: **Televizyon Üzerine**, Çev. Turhan Ilgaz, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1997.
- Brandon, Emily: “The Youngest Baby Boomers Turn 50”, 2014. <https://money.usnews.com/money/retirement/articles/2014/06/16/the-youngest-baby-boomers-turn-50> , 5 Ocak 2018.
- Broadbridge, Adelina M., “Experiences, Perceptions and Expectations of Retail Employment For Generation Y”, **Career Development**

Maxwell, Gillian **International**, 2007,12 (6), s. 523- 544.

A, Ogden, Susan

M:

Bulunmaz, Barış: “Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak?”, **Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi**, 2014,7, s. 22-29.

Bump, Philip: “Here Is When Each Generation Begins and Ends, According to Facts”, **The Atlantic On-line**, 2014.
<https://www.theatlantic.com/national/archive/2014/03/here-is-when-each-generation-begins-and-ends-according-to-facts/359589/> , 5 Ocak 2018.

Büker, Nalan: “Televizyon Teknolojisi ve Yeni Medya”, **Yeni Medya Üzerine... Yeni İletişim Teknolojileri**, Ed. Müge Demir, İstanbul, Literatür Yayınları, 2013.

Can, Yücel: ”, **Aile Sosyolojisi**, Ed. Nazmi Avcı, Erdal Aksoy, İstanbul, “Aile, Mahremiyet Lisans, 2016. S.219-221.
ve Mahremiyetin
Dönüşümü

Canatan, Kadir, **Aile Sosyolojisi**, 7. Baskı, İstanbul, Açılım Kitap, 2018.

Yıldırım, Ergün:

Canöz, Nilüfer: “Modern İletişimde İnternet ve Sosyal Medyanın Yeri: Türkiye’deki Kullanıcılara Yönelik Bir Araştırma”, **Humanities Sciences**, 2016, 11 (2), s. 33-54.

Capital: “Biz Kuşağı Geliyor”, 2019.
<https://www.capital.com.tr/ekonomi/makro-ekonomi/biz-kusagi-geliyor> , 5 Ocak 2018.

Castells, Manuel: **Enformasyon Çağı: Ekonomi. Toplum ve Kültür**, Ağ

- Toplumunun Yükselişi**, 1. Cilt, 1. Bs. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005.
- Chen, Huan: “Advertising and Generational Identity: A Theoretical Model”, **American Academy of Advertising Conference Proceedings**, Lubbock, 2010, s.132-140.
- Childs, Carolyn: “Marketing to Gen Z-Consumers Unlike Previous Generations”, 2015.
<https://insights.ehotelier.com/insights/2015/06/23/marketing-to-gen-z-consumers-unlike-previous-generations/> , 5 Ocak 2018.
- Cho, J. Erin, Hu, Haiyan: “The Effect of Service Quality on Trust and Commitment Varying Across Generations”, **International Journal of Consumer Studies**, 2009, 33 (4), s. 468-476.
- Cohen, Theodore F: “The Meaning of marriage and The Family”, **The Marriage and Family Experience, Intimate Relationships in a Changing Society**. Ed. Brya Strong, Theodore f. Cohen, USA, Thomson, 2005. S.1-30.
- Cone Communication: “2017 Cone Gen Z CSR Study: How to Speak Z”, 2017.
<http://www.conecomm.com/2017-cone-gen-z-csr-study-pdf> , 5 Ocak 2018.
- Costanza, David P, Finkelstein, Lisa: “Generationally Based Differences in the Workplace: Is There a There There?”, **Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice**, 2015, 8 (3), s. 1-27.
- Coşkun, Dursun Can: “Z Kuşağı Mensubu Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları”, **Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Anabilim Dalı Medya ve İletişim Sistemleri Bilim Dalı**, Yüksel Lisans Tezi, İstanbul, 2019.

Crampton, Suzanne M, “Generation Y: Uncharted Territory”, **Journal of Business and Economics Research**, 2009, 7 (4), s. 1-6.

Hodge, John W:

Crowley, David, **İletişim Tarihi**, Çev. Berkay Ersöz, Ankara, Phoenix, 2010.
Heyer, Paul:

Crumpacker, Martha, “Succession Planning and Generational Stereotypes: Should HR Consider Age-Based Values and Attitudes a Relevant Faktor or a Passing Fad?”, **Public Personel Menagement**, 2007, 36 (4), s. 349-369.

Cui, Yanli, Trent, Elizabeth S, “Cause-Related Marketing: How Generation Y Responds”, **International Journal of Retail, Distribution Management**, 2003, 31 (6), s. 310-320.
Sullivan, Pauline M, Matiru, Grace N :

Çağan, Kenan: “Ailenin İşlevleri”, **Aile Sosyolojisi**, Ed. Kadir Canatan, Ergün Yıldırım, 3. Bs., s. 83-96. İstanbul, Açılık Kitap Pınar Yayınları, 2013.

Çakır, Mukadder: **Medya ve Modernlik**, İstanbul, Parşömen Yayıncılık, 2013.

Çakır, Mukadder: “Sosyal Medya ve Gösteri”, **Sosyal Medya Araştırmaları 1**, Ed. Ali Büyükarıslan, Ali Murat Kırık, 2. Bs, İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2017.

Çaki, Fahri: “Ailedeki Değişimlere Etki Eden Faktörler”, **Aile Sosyolojisi**, Ed. Nazmi Avcı, Erdal Aksoy, İstanbul, Lisans, 2016, s.284-298.

Çalışkan, Fulya: **Yeni Medya Sanatında “Yeni” Üzerine Bir Araştırma: Yeni Olan Nedir?**, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim ve Tasarım Anasanat Dalı
İletişim Sanatları ve Tasarımı Sanat Dalı, İstanbul, 2018.

Çalışkan, Nihat, “Aile İçi İletişim ve Siber Yaşam: Teorik Bir Çözümleme”, **Ahi Aslanderan, Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi**, 2014, 15(2), s. 263-277.

Çalışır, Gülsüm: “Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, **NWSA-Humanities**, 2015, 10(3), s. 115-144.

Çelik, Celalettin: “Değişim Sürecinde Türk Aile Yapısı ve Din”, **Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi “Uluslar arası Günümüz Türkiye’sinde İslam Sempozyumu”**, 2009, 8-9 Ekim, Kayseri, Türkiye.

Çetin, Canan ve Karalar, Serol: “X, Y ve Z Kuşağı Öğrencilerin Çok Yönlü ve Sınırsız Kariyer Algıları Üzerine Bir Araştırma”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, 2016, 28, s.157-197.

Çiftçi, Ahmet : “İnternet Ortamında Yapılan Yayınlarda Cevap ve Düzeltme Hakkı”, **XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı**, 2009, 12-13 Aralık, İstanbul.

Çimen, L. **Türk Töresinde Kadın ve Aile**, İstanbul, IQ Kültür Sanat Kabaklı: Yayıncılık, 2008.

Dan Schawbel: “ What Generation Z Entrepreneurs Are Like”, 2014.
<https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2014/09/02/what-generation-z-entrepreneurs-are-like/#5becc8904f1e> , 5 Ocak 2018.

David, Harvey: **Postmodern Durum**, Çev. Sungur Savran, İstanbul, Metis Yayınları, 2010.

Davis, James B., “Work Commitments of Baby Boomers and Gen-Xers In The IT Profession: Generational Differences or Myth?”, **Journal of Computer Information Systems**, 2006, 46 (3), s. 43-49.

Houston, Andrea:

Dede, Melih “Sosyal Ağlarla İlgili İki Soruya Cevap”, 2010.
Bayram: <http://www.melihbayramdede.com/sosyal-aglarla-ilgili-iki-soru-iki-cevap.htm> , 5 Ocak 2018.

DeGaetano, Gloria: **Medya Çağında İyi Anne Baba Olmak, Çocuklarımızı İnsan Kılmak**, Çev. Nilüfer Pembecioğlu Öcel, Ankara, Nobel Yayınları, 2007.

DelCampo, Robert, G, **Managing The Multi-Generational Workforce: From The GI Generation to The Millennials**, New York, Gower Book, 2011.

A, Haney, M.
Jane, Knippel, L.
Ashley:

Dell Technologies: “ Z Kuşağı Türkiye Araştırma Sonuçları”, 2018.
<https://www.haberler.com/z-kusagi-turkiye-arastirmasi-sonuclari-11546858-haberi/> , 5 Ocak 2018.

Deloitte: “ The 2017 Deloitte Millennial Survey, Apprehensive Millenials: Seeking Stability and Opportunities In An Uncertain World”, 2017.
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-deloitte-millennial-survey-2017-executive-summary.pdf> , 5 Ocak 2018.

- Deloitte: “2020 Küresel Y Kuşak Araştırması”, 2020.
<https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/human-capital/articles/millennialsurvey-2020.html> , 5 Ocak 2018.
- Deloitte: “Welcome to Generation Z”, 2018.
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf> , 5 Ocak 2018.
- Demir, Ali, “Kuşakların Yaşam Memnuniyeti Açısından Farklılıklarının
Özkoç, Hatice, İncelenmesi”, **Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış**, Ed.
Damgacı, Uğur: Hatice H. Özkoç, Funda Bayrakdaroglu, Ankara, Nobel, 2017,
s. 77-98.
- Demir, S. Atila: “İletişim Problemleri”, **Aile Sosyolojisi**, Çev. Nazmi Avcı,
Erdal Aksoy, İstanbul, Lisans, 2016, s. 237-239.
- Demir, Müge : “Kullanım ve Doyumlar Kuramı Bağlamında Sosyal Medya
Kullanımı: Beykent Üniversitesi Örneği” , **İletişimde Sosyal
Medya Sosyal Medyada Etkileşim**. Ed. Özlem Oğuzhan,
İstanbul, Kalkedon Yayıncılık, 2015, s. 131-199.
- Demirtaş, M. Can: “Seçmen Davranışlarında “Kuşak” Faktörünün Etkisi Üzerine
Bir Değerlendirme”, **Kuşak Kavramına Disiplinler Arası
Bakış**, Ed. Hatice H. Özkoç, Funda Bayrakdaroglu, Ankara:
Nobel, 2017.
- Deuze, Mark: “Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal
Components of a Digital Culture”, **The Information Society**,
2006, 22(2), s.63–75.
- Dhevabanchachai, “The Preferred Work Paradigm for Generation Y in The Hotel
Nate-tra, Industry”, **A Case Study of The International Tourism and
Muangasame, Hospitality International Programme, Thailand,**
Kaewta N: **International Education Studies**, 2013, 6 (10), s. 27-38.

- Digital Age: “Üç Farklı Kuşağın Teknoloji Kullanım Alışkanlıkları”, **Digitalage**, Kasım 2013.
- Digital Age: “Anne Babalar İçin Dijital Doğanları Hayata Hazırlama Kılavuzu”, 2017. <https://digitalage.com.tr/anne-babalar-icin-dijital-doganlari-hayata-hazirlama-kilavuzu/> , 5 Ocak 2018.
- Dilber, Fadime: “Aile İçi İletişimde Sosyal Medya: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, **Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2019, 12 (33), s. 334-347.
- Dilmen, Necmi: “Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloklar ve Gazeteciliğe Yansımaları”, **Marmara İletişim Dergisi**, 2007, 12 (12), s. 113-122.
- Doğan, Uğur, “Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Karakuş, Yahya: Yordayıcısı Olarak Çok Boyutlu Yalnızlık”, **Sakarya University Journal of Education**, 2016, 6(1), s. 57-71.
- Donfut, C. Attias, **The Myth of Generational Conflict**, London, Routledge, 2002.
- Arber, Sara:
- Donuk, **Çeşitli Topluluklarda ve Eski Türkler’de Aile. Aile Yazıları**
Abdulkadir: **I.**, Ed. Saim Sakaoğlu, Mehmet Aça, Pervin Ergun, TC Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, Ankara, 1990.
- Duffett, Rodney : “Influence of Facebook Commercial Communications on Generation Z's Attitudes İn South Africa”, **The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries**, 2017, 81 (1), s. 1-22.
- Dunn, Cane K., “Managing The New Generation”, **AORN Journal**, 1999, 69
Gonzalez, Joan, (5), s. 930- 940.
Stewart,

Hildegarde:

Durmaz, Ahmet: **Dijital Televizyonun Temelleri**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2004.

Duse, Carmen “The Teacher of The Generation Z”, Edu World 2016 7th Sonia, Duse, Dan International Conference. Lucian Blaga University of Sibiu: Maniu: Published by Future Academy, 2016.

Duygulu, Serap: “Yeni Medya Teknolojilerinin K-Kuşağının Ebeveynleriyle Olan İletişimine Etkisi”, TRT Kademi, 2018, 3 (3), s. 633-652.

Dünya: “Turizmin Yeni Müşterisi “Alfa Kuşağı”ndan Olacak”, 2015. <https://www.dunya.com/sektorler/turizm/turizmin-yeni-musterisi-quotalfa-kusagi-quotndan-olacak-haberi-299682> , 5 Ocak 2018.

Düzenli, Furkan: **Geleneksel Türk Ailesindeki Dönüşümün Sosyal Politikaya Etkisi**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Anabilim Dalı İstanbul, 2011.

EAO Mag: “ Kuşak Kavramı: Z ve Alfa”, 2020. <http://eaomag.com/kusak-kavrami-z-ve-alfa/> , 5 Ocak 2018.

Eğitim Kolektifi : “Dikkat; Alfa Kuşağı Geliyor”, 2020. <https://egitimkolektifi.com/dikkat-alfa-kusagi-geliyor/> , 5 Ocak 2018.

Eisenstein, Elizabeth, L: **The Printing Revolution in Early Modern Europa**, 2. Bs, Cambridge, Cambridge University Press, 2005.

Ellsworth, H. Jill, **Internet Business Book**, Canada, Wiley Press, 1996.

Ellsworth, V.
Matthev:

- Ekkutay, Ülker: “İslamiyetten Önce Türk Ailesi”. **Türk Aile Ansiklopedisi TC Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu**, Cilt.1, Ankara, 1991.
- Elmacıoğlu, Tuncer: **Aile İçi İletişimin Gencin Okul Başarısına Etkileri**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1992.
- Elpek, Işık: “Sürdürülebilir Bir Yaşamın Umudu: Z Kuşağı”, **EKOIQ**, 2017, 73, s.108-109.
- Elsdon, Ron, Lyer, Seema: “Creating Value and Enhancing Retention Throug Employee Development”, **The Sun Microsystems Experience. Human Resource Planning**, 1999, 22 (2), s. 39-48.
- Erden Ayhün, S: “Kuşaklararasıdaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları”, **Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi**, 2013, 2 (1), s. 93-112.
- Erdoğan İrfan, Alemdar, Korkmaz: **Popüler Kültür ve İletişim**, 2. Bs, Ankara, Erk Yayınları, 2005.
- Erdoğan, İrfan, Alemdar, Korkmaz: **Öteki Kuram Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, 2.Bs, Ankara, Erk Yayınları, 2005.
- Erdoğan, İrfan, Alemdar, Korkmaz: **Kültür ve İletişim**, 3. Bs, Ankara, Erk Yayınları, 2011.
- Erdör, Murat: “Z Kuşağından Sonra Hangi Kuşak Gelecek?”, Digital Age, 2018. <https://digitalage.com.tr/z-kusagindan-sonra-hangi-kusak->

[gelecek/#:~:text=G%C3%BCn%C3%BCm%C3%BCz%20pazarlama%20sekt%C3%B6r%C3%BCnde%20nesillerin%20X,Alfa%20Ku%C5%9Fa%C4%9F%C4%B1%E2%80%9D%20hakk%C4%B1nda%20bilgiler%20payla%C5%9F%C4%B1.](#) , 5 Ocak 2018.

- Erkan Hüsnü: **Ekonomi Sosyolojisi**, İzmir, Alper Matbaası, 1991.
- Erol, Nuran: “Postmodern Bir Sosyoloji Mi? Postmodernitenin Sosyolojisi Mi?”, **Sosyoloji Dergisi**, 1999, 7, s. 13-32.
- Ertuna, İ. Özer: **Kapitalizmin Son Direnişi**, 2. Bs., İstanbul, Alfa Yayınları, 2005.
- Esslin, Martin: **Televizyon Çağı**, İstanbul, Pınar Yayınları, 2001.
- Evans, Dave: **Social Media Marketing: An Hour a Day**, 2. Bs., Canada, Wiley Publishing, 2008.
- Evans D, Jake M. **Social Media Marketing The Next Generation of Business K: Engagement**, Indiana, Wiley Publishing, 2010.
- Eyüpoğlu, H: “Dijital Çağda İletişim Teknolojilerinin İnsan Karakterinin Değişimine Etkisi”, **Akademik Bakış Dergisi**, 2017, 63, s. 103-110.
- Families And “ Generation and gender in the workplace”, 2012.
Work Institute: <http://familiesandwork.org/site/research/reports/genandgender.pdf> , 5 Ocak 2018.
- Featherstone, Mike: **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, Çev. Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005.
- Feiertag, Jeff, “Training Generation N: How Educators Should Approach The Net Generation”, **Education and Training**, 2008, 50 (6), s.457-464.

- Fırat, Fuat: “The Consumer in Postmodernity In Advances in Consumer Research”, Ed. Rebecca H. Holman, Michael R. Soloman, **Association for Consumer Research, Fox, A** , “**Mixing it up**”,**HR Magazine**, 1991, 56 (5), s.70-76.
- Fiske, John: **Popüler Kültürü Anlamak**, Çev. Süleyman İrvan, Ankara, Ark Yayınları, 1999.
- Fiske, John: **İletişim Çalışmalarına Giriş** Çev. Süleyman İrvan, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2003.
- Flew, Terry: **New Media; An Introduction**, USA, Oxford University Press, 2014.
- Fortes, Meyer: “Age, Generation and Social Structure”, **Age and Anthropological Theory**, Ed. David Kertzer, Jennie Keith, London: Cornell University Press, 1984.
- Foucault, Michel, **Kendini Bilmek**, Çev. G. Çağla Güven, İstanbul, Om Gutman, Huck, Yayınevi, 2001.
- Hutton, Patrick:
- France, Alan: **Understanding Youth in Late Modernity**, England, McGraw Hill Open University Press, 2007.
- Frey William H: “Baby Boomers and The New Demographics of America’s Seniors”, **Journal of the American Society on Aging**, 2010, 34 (3), s. 28-37.
- Fuchs, Christian: “Social Software and Web 2.0: their Sociological Foundations and Implications”, **Handbook of Research on Web 2.0, 3.0 and X.0: Technologies, Business and Social Applications**, Der. San Murugesan, vol II. Hershey, PA: IGI-Global, 2010.
- Gacal, Asuman: “Okul Öncesi Çocukların Eğitimde Bilgisayar Kullanımı”,

Çoluk Çocuk Aylık Anne, Baba, Eğitimci Dergisi, 2005.

Geray, Haluk: **İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Ankara, Ütopya, 2003.

Gentile, Douglas “A Normative Study Of Family Media Habits”, **Journal of Applied Developmental Psychology**, 2002, 23 (2), s. 157–178.
A:

Gezgin, Suat, **Gelişen Teknoloji, Değişen Mekan**, Konya, Eğitim Kitabevi
İranlı, A. Efe: Yayınları, 2017.

Giancola, Frank: “The Generation Gap: More Myth Than Reality?”, **Human Resource Planning**, 2006, 29 (4), s. 32-37.

Giddens, Anthony: **Sosyoloji**, Çev. Cemal Güzel, İstanbul, Kırmızı Yayınları, 2012.

Giddens, Anthony: **Modernliğin Sonuçları**. Çev. Ersin Kuşdil, 7. Baskı, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2012.

Giddens, Anthony: **Sosyoloji**, Çev. Günseli Altaylar, 7. Baskı, İstanbul, Say Yayınları, 2019.

Giddens, Anthony, **Modernliği Anlamlandırmak**, Çev. Murat Sağlam, Serhat Pierson, Uyrkulak, İstanbul, Alfa Yayınevi, 2011.

Christopher:

Glass, Amy: “Understanding Generation Differences for Competitive Success”, **Industrial and Commercial Training**, 2007, 39, s. 98-103.

Gleick, James: **Enformasyon: Bir Tarih Bir Kuram Bir Tufan**, Çev. Ümit Şensoy, İstanbul, Optimist Yayınları, 2014.

Gottdiener, Mark: **Postmodern Göstergeler Maddi Kültür ve Postmodern Yaşam Biçimleri**, Çev. Hakan Gür, Erdal Cengiz, Arhan Nur,

Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2005.

- Gozo, Ernest Wolf: “Postmodernizmin Aydınlanmayı Eleştirisi”, Çev. Şefik Deniz, **İslam Araştırmaları Dergisi**, 1992, 6, 1, 1-4.
- Gökalp, Ziya: **Türkçülüğün Esasları**, İstanbul, İnkılap ve Aka Yayınları, 1978.
- Gökalp, Ziya: **Türk Uygarlığı Tarihi**. Der. Yusuf Çotuksöken, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 1991.
- Gökkaya, Evren Karayel: “Osmanlı Döneminde İstanbul’da Günlük Yaşam ve Türk Resim Sanatında Çağdaş Dönem Öncesine Yansımaları”, **Sanat ve Tasarım Dergisi**, 2012, 2, s. 52-73.
- Güçdemir, Yeşim: **Sosyal Medya, Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama**, İstanbul, Derin Yayınları, 2017.
- Güleç, Vusala: “Aile İlişkilerinin Sosyal Medyayla Birlikte Çöküşü”, **Yeni Medya Elektronik Dergi**, 2018, 2 (1), s. 105-120.
- Güler, Deniz: “Aile Kavramının Tarihsel Gelişimi ve Türk Toplum Yaşantısında Aile”, **Kurgu Dergisi**, 1992, 11, s. 51-76.
- Gündoğdu, Cemal: **Serbest Zaman Kavramı ve İnternet Bağımlılığı**, Ankara, Akademisyen Kitabevi, 2019.
- Gündüz, Uğur: “Toplumsal Hareketler, Sivil İtaatsizlik ve Sosyal Medya Yansımaları”, **Sosyal Medya Araştırmaları 1**, Ed. Ali Büyükarıslan, Ali Murat Kırık, 2. Bs, İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2017, s. 133-154.
- Gündüz, Uğur, Pembecioğlu, Nilüfer: Sosyal Medyanın Bilgi Tekrarına Geliştirilen Tepkiler. **Sosyal Medya Araştırmaları 1**, Ed. Ali Büyükarıslan, Ali Murat Kırık, 2. Bs, İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2017, s. 225-252.

- Güngör, Nazife: **İletişim: Kuramlar, Yaklaşımlar**, 4. Bs, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2019.
- Gürbüz, Bülent, “Exploring The Meanings of Leisure Among Turkish University Students”, **Croatian Journal of Education**, 2013, 15, 4, 927-957.
- Henderson, Karla: “Premodern’den Postmodern’e Benliğin ve Kutsalın Dönüşümü: Narsisist Benliğin Kutsal Algısı”, **İnsan & İnsan**, 2015, 5, s. 38-54.
- Güzel, Meltem: “Dijital Medyada Doğan Z Kuşağının Sosyal Medya ve Yüz Yüze İletişim Becerileri: İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Öğrencilerine Yönelik Bir Ön Çalışma”, **Dijital Çağda Televizyon ve Medya**, Ed. Ceyhan Kandemir, 2019, s. 235-260.
- Habermas, Jorgen: **The Philosophical Discourse of Modernity**, Cambridge, The Mit Press, 1987.
- Hadımlı, Gönül: “Dijital Evrende Z Kuşağı”, **Digitalage Dergisi Sosyal Medya eki**, 2017 s. 42-43.
- Half, Robert: “The Secrets to Hiring and Managing Gen Z”, 2015. <https://www.roberthalf.com/research-and-insights/workplace-research/the-secrets-to-hiring-and-managing-gen-z> , 5 Ocak 2018.
- Hamilton Peter: **The Enlightenment and The Birth of Social Science**, Oxford, Open University, 2001.
- Hançerlioğlu, Orhan: **Felsefe Ansiklopedisi: Kavramlar ve Akımlar**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1976.
- Hartman, Joel, **Preparing the academy of today for the learner of Tomorrow**, Educating the Net Generation, University of Moskal, Patsy,

- Chuck, Dziuban: Central Florida, Educause Publications, 2005.
- Harvey, David: **Postmodernliğin Durumu**, Çev. Sungur Savran, 8. Baskı, İstanbul, Metis Yayınları, 2019.
- Harvey, David: **Paris, Modernitenin Başkenti**, Çev. Berna Kılınçer, 2. Baskı, İstanbul, Sel Yayıncılık, 2013.
- Hatipler, Mustafa: “Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya”, **Bilgi Dergisi**, 2017, 34, 32-50.
- Hendler, E. J: “Getting Social With Generation Z”, **Gifts and Decorative Accessories**, 2016, 117 (4), s. 34.
- Hills, Carolin, “The Impact of ‘Generation Y’ Occupational Therapy Students
Ryan, Susan, on Practice Education”, **Australian Occupational Therapy
Smith, Derek R, Journal**, 2012, 59 (2), s. 156-163.
- Warren-Forward,
Helen:
- Hobart, Buddy, **Gen Y Now: Millennials and The Evolution of Leadership**,
Sendek, Herb: 2 Bs, San Francisco, Wiley, 2014.
- Horkheimer, Max: **Akıl Tutulması**, Çev. Orhan Koçak, İstanbul, Metis Yayınları, 2010.
- Hoşcan, Yaşar: **Bilgisayar Cilt 2**, Ed. Önder Özkazan, 4. Baskı, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını, 2000.
- Howe, Neil, **Millennials Rising: The Next Great generation**, New York,
Strauss, William: Vintage Books, 2000.
- Huberman, Leo: **Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla**, Çev. Murat Belge, 18. Baskı, İstanbul, İletişim Yayınları, 2017.
- Inglehart, Ronald: **Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies**. Princeton, NJ, Princeton

University Press, 1997.

Işık, Metin: **Sizinle İletişebilir Miyiz?**, 9.Baskı, Konya, Eğitim Kitabevi Yayınları, 2015.

Inovax Technology: “Dijital Nesil: Alfa Kuşağı”, <https://inovax.net/inovax/2018/12/dijital-nesil-alfa-kusagi/> , 5 Ocak 2018.

İlhan, Vahit: “Gündelik Hayatta E-Yaşam: İhtiyaç - Arzu Çerçevesinde Yeni İletişim Teknolojileri Bağımlılığı”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2007, 30, s.59-78.

İliş, Burcu Esin: **Erken Çocukluk Döneminde Bilgisayar Kullanımına Yönelik Bilgisayar ve Anaokulu Öğretmenleri İle 6 Yaş Grubu Çocukların Görüşleri**, Yüksek Lisans Tezi, TC. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Programları ve Öğretim Programı, İzmir, 2006.

İnal, Kemal: **Modernizm ve Çocuk: Geleneksel, Modern ve Postmodern Çocukluk İmgeleri**, Ankara, Sobil Yayınları, 2007.

İnuğur, M. Nuri: **Basın ve Yayın Tarihi**, İstanbul, Der Yayınları, 1999.

İskender, Hakan: “Matbaanın İcadından Sonra Avrupa’da Okuma Kültürünün Değişimi”, **International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic**, 2014, 9 (8), s. 551-567.

İzmirlioğlu, Kerim: **Konumlandırmada Kuşak Analizi Yardımıyla Tüketici Algılarının Tespiti: Türk Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama**, Yüksel Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye, Muğla, 2008.

- Jaeger, Hans: "Generationd in History: Reflections On An Comtroversial Consepsts", **History and Theory**, 1985, 24 (3), s. 101-114.
- Jang, Yoon Jung, "Generation Y Consumers' Selection Attributes and Behavioral Intentions Concerning Green Restaurants", **International Journal of Hospitality Management**, 2011, 30 (4), s. 803-811.
- Kim, Woo Gon, "The Role of Digital Classroom Facilities to Accommodate Learning Process of The Z and Alpha Generations Facilities", **Proceeding of International Conference On child-Friendly Education, Muhammadiyah Surakarta University**, 2018, 21 (22), s. 434-439.
- Bonn, Mark A: **Yazı: İnsanlığın Belleği**, Çev. Namil Başer, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2015.
- Januariyansah, Sapitri, Rohmantoro, Didik: **Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi**, Çev. Esra Altuk, İstanbul, YKY Yayınları, 2019.
- Jean, Georges: "Modernizm Post-Modernizm", **Birikim Dergisi**, 1992, 40, s. 79-83.
- Jeanneney, J. Noel: **"Cesur Yeni Medya" Teknolojiler ve Hayran Kültürü**, Çev. Nihan Yeğengil, İstanbul, İletişim Yayınları, 2016.
- Jochum, Uwe: "The Gnosis of Media", **Library Quarterly**, 2004, 74(1), s. 21-41.
- Johnson, M. John : "In-Depth Interviewing", **Handbook of Interview Research Context and Method**, Ed. Jaber F. Gubrium, James A. Holstein, London, Sage Publications, 2002.
- Jones, Vicki, Jo, J. Martin: "Future Schools and How Technology Can Be Used To Support Millennial and Generation-Z Students", **In ICUT 2007 (Proc. B), 1st Int. Conf. Ubiquitous Information Technology**, 2007,

- Philippe: s. 12-14.
- Jordan, Yolanga, “Advertising Credibility Across Media Channels: Perceptions of Generation Y Consumers”, **Journal for Communication Sciences in Southern Africa**, 2011, 30 (1), s.1–20
- Ehlers, Lene, Grove, J.M: **Sciences in Southern Africa**, 2011, 30 (1), s.1–20
- Jorgensen, Bradley: “Baby Boomers, Generation X and Generation Y: Policy Implications for Defense Forces in The Modern Era”, **Foresight**, 2003, 5 (4), s. 41-49.
- Josh, Miller: “A16 Year Old Provides Insight Into What Drives The Next Wave of U.S. Workers and It Might Not Be What You Think. 10 Things You Need to Know About Gen Z” **HR Magazin**, November/December 2018, s. 51-57.
- Joshi, Aparna, “Generations in Organizations. Reserch in Organizational Dencker, John C , Behavior”, **Elsevier**, 2011, 31, s. 177-205.
- Franz, Gentz:
- Juniu, Susana: “Downshifting: Regaining the Essence of Leisure”, **Journal of Leisure Research**, 2000, 32 (1), s. 69-73.
- Kabadayı, Lale: “Türkiye’de Televizyon Dizileri ve Sinema Filmlerinde Estetik Anlayışın Yapılanması”, **Televizyon Ve...** Der. Bülent Küçükeroğan, 1.Baskı. İstanbul, Ütopya Yayınları, 2009.
- Kahn, L. Robert: **The Dynamics of Interviewing**, Folorida, Publishing Company, 1983.
- Kang, Jaeho: **Walter Benjamin ve Medya (Modernitenin Gösterisi)**, Çev. Deniz Gedizoğlu, İstanbul, Kafka Kitabevi, 2015.
- Kaplan, Mehmet: **Türk Edebiyatı Üzerine Araştırmalar**, İstanbul, Dergâh Yayınları, 1985.

- Kapoor, Camille, “Understanding and Managing Generational Differences in The Workplace”, **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, 2011, 3 (4), s. 308-318.
- Kara, Çağrı: **Ortaokul Öğrencilerinin Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Medya Okuryazarlık Farkındalıkları Üzerine Nitel Bir Araştırma**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Kişilerarası İletişim Bilim Dalı, İstanbul, 2019.
- Karaboğa, Tahir: “Bir Kitle İletişimsizlik Aracı Olarak Televizyon”, **Sosyoloji Notları, 3 Aylık Yaygın Sosyoloji Dergisi**, Ankara, İdeal Copy, 2007.
- Karahisar, Tüba: “Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe”, **AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology**, 2013, 12, s. 71- 83.
- Karakoç, Enderhan, Taydaş, Onur: “Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı”, **Sosyal Medya Araştırmaları 1**, Ed. Ali Büyükarıslan, Ali Murat Kırık, 2. Baskı. İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2017, s. 207-224.
- Karakulakoğlu, E. Selva: “Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 Ve Etkileşim”, Ed. Özlem Oğuzhan, **İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim**, İstanbul, Kalkedon Yayıncılık, 2015, s. 111-130.
- Karasar, Niyazi: **Bilimsel İrade Algı Çerçevesi ile Bilimsel Araştırma Yöntemi, Kavramlar İlkeler Teknikler**, 32. Bs, Ankara, Nobel, 2017.
- Karjaluoeto, E: “A Primer in Social MEdia: Examining the Phenomenon, Its Relevance, Promise and Risks”, 2008.

<https://issuu.com/midia8/docs/primer> , 5 Ocak 2018.

Karp, Hank, **Bridging the Boomer Xer gap. Creating Authentic Teams for High Performance at Work**, Palo Alto, CA: Davies-Black Publishing, 2002.

Kart, Elife: “Boş Zamanın Çoklu Tüketim Mekanı Olarak İnternet ve Yeni Yaşam Tarzlarının İnşası”, **Global MEDia Journal, TR Edition**, 2014, 9 (5), s.180-218.

Kavalcı, Kübra, “Y ve Z Kuşaklarının Öğrenme Stilleri ve Tüketici Karar Verme Tarzları Açısından Karşılaştırılması”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2016, 20 (3), s. 1033-1050.

Kaya, Aysun: “Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook”, **Sosyal Medya Araştırmaları 1**, Ed. Ali Büyükarıslan, Ali Murat Kırık, 2. Baskı. İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2017, s. 155-206.

Kaya, İsa: “X, Y, Z Kuşaklarının Çocukluk Oyunlarının İncelenmesi”, **FSM İlmi Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi**, 2019, 14, s. 313-326.

Kaya, Mehtap: “Doğuşundan Erken Cumhuriyet Dönemi’ne Kadar Türk Basınında Gündelik Hayat İzlenimleri”, **CTAD**, 2018, 14 (28), s. 37-73.

Kaypak, Şafak: “Kent Sosyolojisi”, **Basılı Ders Notları**, Antakya, MKÜ, 2012.

Kaypak, Şafak: “Modernizmden Posmodernizme Değişen Kentleşme”, **Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi**, 2013, 2 (4), s.80-95.

- Kaypakoglu, Serdar: **Küresel Medya ve Kültürel Değişim**, İstanbul, Naos Yayınları, 2004.
- Kayıkçı, M. “Dijital Çağda Z ve Alpha Kuşağı, Yapay Zeka Uygulamaları Yalçın, Bozkurt, ve Turizme Yansımaları”, **Sosyal Bilimler Metinleri**, 2018, Ayşegül Kutluk: 01, s. 54-64.
- Keleş, Ruşen: **Kentleşme Politikası**, Ankara, İmge Kitabevi, 2002.
- Kellner, Douglas: “Yeni Medya ve Yeni Okuryazarlık: Yeni Bin Yılda Eğitimin Yeniden Yapılandırılması”, Çev. M. Akif Barış, Ed. Mukadder Çakır, **Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar**, İstanbul, Doğu Kitabevi, 2014, s. 413-444.
- Kenanoğlu, Rıdvan, Kahyaoğlu, Mustafa: “Okul Öncesi Öğrencilerin İnternet Kullanımı ile Bilişsel, Duyuşsal ve Sosyal Davranışları Arasındaki İlişki”, 5. **Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyu**, 2011.
- Ketenci, H. **Yongaların 10000 Yıllık Gizemli Dansı: Görsel İletişim Ve Fehmi, Bilgili, Grafik Tasarımı**, İstanbul, Beta Yayınları, 2006.
- Can:
- Kılıç, Metin: “Serbest Zaman Etkinliklerinin (Rekreasyonun) Çocuk Suçluluğunun Önlenmesindeki İşlevinin İncelenmesi”, 1. **Türkiye: Çocuk Hakları Kongresi**. Yetişkin Bildiriler Kitabı 2, İstanbul, Çocuk Vakfı Yayınları, 2011, s. 106-116.
- Kılıç, Metin: “Aile ve Serbest Zaman İlişkisi: Düzce Örneği”, **Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2014, 5 (1), s. 27-49.
- Kırık, A. Murat: **Yeni Medya Çağı Çerçevesinde Türkiye’de Televizyondan İnternete Dönüşüm ve Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu**, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler

Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı Radyo Televizyon Bilim Dalı, İstanbul, 2013.

Kırık, A. Murat: “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, **Sosyal Medya Araştırmaları I**, Ed. Ali Büyükarıslan, Ali M. Kırık, İstanbul, Çizgi Kitabevi Yayınları, 2017, s. 69-102.

Kırık, A. Murat: **Yeni Medyada Çocuk ve İletişim**, İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2019.

Kırık, A. Murat: **Geleneksel Medyada Çocuk ve İletişim**, İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2019.

Kırık, A. Murat: “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, **Sosyal Medya Araştırmaları I**, Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları, 2013.

Kızılçelik, Sezgin: **Postmodernizm Dedikleri**, İzmir, Saray Kitabevleri, 1996.

Kingston, Anne: “Get Ready for Generation Z”, 2014. <https://www.macleans.ca/society/life/get-ready-for-generation-z/>, 5 Ocak 2018.

Kongar, Emre: **21. Yüzyılda Türkiye**, İstanbul, Remzi Yayınevi, 1991. **21. Yüzyılda Türkiye**, İstanbul, Remzi Yayınevi, 1991.

Kongar, Emre: **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, 5. Bs, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1995.

Kozanoğlu, Can: **İnternet, Dolunay, Cemaat**, 3. Baskı, İstanbul, İletişim Yayınları, 1997.

Kotler, Philip, **Principles of Marketing**, 10. Baskı, New Jersey, Prentice Hall, Armstrong, Gary: 2004.

Kotler, Philip, **Marketing Management**, 14. Baskı, New Jersey, Prentice

- Keller, K. Lane: Hall, 2012.
- Köker, Eser: **Kitapta Kurutulmuş Çiçekler ya da Sözlü Kültürü Yeniden Düşünmek**, Ankara, Dipnot, 2010.
- Köksal, Yüksel, Özdemir, Şuayıp: “Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya’nın Tutundurma Karması İçerisindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 2013, 18(1), s. 323-337.
- Kömürcüoğlu, Hüseyin: **Y Kuşağını Anlamak, Bir Gezi Parkı Araştırması**, 2. Baskı, İstanbul, Doğu Kitabevi, 2015.
- Köse, Sevinç, Oral, Lale, Tetik, Hilmiye Türesin: “Y Kuşağının Birinci ve İkinci Yarısında İş Değerlerinin Karşılaştırılması Üzerine Bir Araştırma”, **Humanitas**, 2014, s. 149-165.
- Köseoğlu, Özgür: “Bilgi İletişim Teknolojilerinin Pazarlamaya Etkisi”, **Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları**, Ed. Beril Akıncı Vural, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2006.
- Kraus, Richard : “Tomorrow’s Leisure: Meeting the Challenges”, **The Journal of Physical Education, Recreation, Dance**, April, 1994, 65, s. 4-12.
- Kumar, Krishan: **Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları**. Çev. Mehmet Küçük, 4. Bs, Ankara, Dost Kitabevi, 2013.
- Kupperschmidt, Betty R: “Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management”, **The Health Care Manager**, 2000, 19 (1), s. 65-76.
- Kuran, Evrim: **Telgraftan Tablete Türkiye’nin 5 Kuşağına Bakış**, 9. Baskı, İstanbul, Destek Yayınları, 2018.

- Kuşay, Yeliz: **Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık: Facebook Üzerine Bir Araştırma**, İstanbul, Beta Basım A.Ş., 2013.
- Kuşay, Yeliz: “Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri”. **İkinci Medya Çağında İnternet**, Der. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İstanbul, Alfa Yayınları, 2010.
- Kuyucu, Mihalıs: “Y Kuşağı ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 2017, 5 (2), s. 845-872.
- Küçük, Mehmet: **Postmodernin Modern Karakteri ya da Dönemleştirmenin İronisi**, Ankara, Vadi Yayınları, 1993.
- Kürkçü, D. **Yeni Medya ve Gençlik**, İstanbul, Kriter Yayınları, 2016.
- Duygu:
- Kütükoğlu, Elif: “Sosyal Medyada Çocuk Mahremiyeti: Annelerin Mahremiyet Algısı Üzerine Bir Araştırma”, **Yeni Medyada Çocuk ve İletişim**, Ed. Ali M. Kırık, İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2019, s. 273-290
- Kwon, Ohbyung, “An Empirical Study Of The Factors Affecting Social Network Sevice Use”, **Computers in Human Behavior**, 2010, 26 (2), s. 254-263.
- Wen, Yixing:
- Lamm, Eric, “Workplace Fun: The Moderating Effects of Generational Meeks, M. Differences”, **Employee Relations**, 2009, 31 (6), s. 613-631.
- Michael:
- Latif, Hasan, “Türkiye’de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının İş ve Çalışma Serbest, Salih: Anlayışı”, **Gençlik Araştırmaları Dergisi**, 2014, 4, s. 2147-8473.
- Lazar, Judith: **İletişim bilimi**, Çev. Cengiz Anık, 2. Bs., Ankara, Vadi

Yayınları, 2009.

Leask, Anna, “Generation Y: An Agenda for Future Visitor Attraction Research”, **International Journal of Tourism Research**, Fyall, Alan, 2014, 16, s. 462-471.

Lefebvre, Henri: **Gündelik Hayatın Eleştirisi I**, Çev. Işık Ergüden, 2. Baskı, İstanbul, Sel Yayıncılık, 2010.

Lefebvre, Henri: **Gündelik Hayatın Eleştirisi II**, Çev. Işık Ergüden, 3. Baskı, İstanbul, Sel Yayıncılık, 2019.

Lehto, Y. Xinran, “Exploring Tourism Experience Sought: A Cohort Comparison of Baby Boomers and The Silent Generation”, **Journal of Vacation Marketing**, 2008, 14 (3), s. 237-252.

O’Leary, Joseph:

Lenhart, Amanda, “Teens and Social Media”, 2017.

Madden, Mary, <https://www.pewresearch.org/internet/2007/12/19/teens-and-social-media/> , 5 Ocak 2018.

Alexandra, Smith,

Aaron:

Lenhart, Amanda: “Teens, Social Media, and Privacy: Reputation Management, Third Party Access, Exposure to Advertising. Presentation to The State of Maryland’s Children”, **Online Privacy Working Group At The Attorney General’s Office in Baltimore. PewResearch Internet Project**, 2013. <https://www.pewresearch.org/internet/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/> , 5 Ocak 2018.

Levickaite, Rasa: “Generations X, Y, Z: How Social Networks Form The Concept of The World Without Borders (The Case Of Lithuania)”, **LIMES: Cultural Regionalistics**, 2010, 3 (2), s.

170-183.

Lewis, Sandy “Psychoanalysis, Film and Television”, **Channels of Flitterman: Discourse, Reassembled**, Ed. Allen, C. Robert, 2. Press. New York and London: Routledge Taylor and Francis Group, 1992.

Li, Xiangping, Li, “The Application of Generational Theory to Tourism Consumer Behavior: An Amerikan Perspective”, **Tourism Management**, Hudson, Simon: 2013, 37, s. 147-164.

Lipman, Victor: “How to Manage generational Differences in The workplace”, 2017.
<https://www.forbes.com/sites/victorlipman/2017/01/25/how-to-manage-generational-differences-in-the-workplace/#f22ce14cc4c7> , 5 Ocak 2018.

Livingstone, S: “Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers Use of Social Networking Sites for Intimacy”, **Privacy and Self-Expression. Nes Media and Society**, 2008, 3, 10, s. 393-411.

Livingstone, Sonia: “From Family Television to Bedroom Culture: Young People’s Media At Home” **Media Studies: Key Issues and Debates**, Ed. Eoin Devereux, London, Sage Publications, 2010.

Livingstone, Sonia, Bovil, “Families and The Internet: An Observa People’s Internet Use”, 2011.<https://www.programlar.com/makale/dijital-cagda-ebeveynlik.65.5.1.html> , 5 Ocak 2018.

Loo, Hans V. Der, **Modernleşmenin Paradoksları**, Çev. Kadir Canatan, İstanbul, Reijen, Williem İnsan Yayınları, 2003.
Van:

- Lower, Judith: “Brace Yourself Here Comes Generation Y”, **Critical Care Nurse**, 2008, 28 (5), s. 80-85.
- Losyk, Bob: “Generation X: What They Think and What They Plan To Do”, **The Futurist**, 1997, 31 (2), 39.
- Lyons, S, Kuron, L: “Generational Differences at Workplace: A Review of The Evidence and Directions for Future Research”, **Journal of Organizational Behavior**, 2014, 35 (1), s.139-157.
- Lyons, Sean, Schweitzer, Linda, Ng, Eddy S: “How Have Careers Changed? An Investigation of Changing Career Patterns Across Four Generations”, **Journal of Managerial Psychology**, 2015, 30 (1), s. 8-21.
- Mannheim, Karl: “Essays on The Sociology of Knowledge” ,**The Problem of Generations**. Ed. Karl Mannheim, 2. Baskı, Londra, Routledge, 1970, s. 276-322.
- Manovich, Lev: **The Language of New Media**, Cambridge: MIT Press, 2011.
- Marketing Türkiye: “Markalar İçin Yeni Hedef K Kuşağı Hakkında Bilmeniz Gerekenler”,
<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/markalar-icin-yeni-hedef-k-kusagi-hakkinda-bilmeniz-gerekenler/> , 5 Ocak 2018.
- Maxwell, Joseph A: **Qualitative Research Design: An Interactive Approach**, California, Sage Publications, 1996.
- Mayer-Schönberger, Viktor: **Delete: The Virtue Of Forgetting In The Digital Age**, USA, Princeton University Press, 2009.
- Mayfield, Antony: “What is Social Media?”, England: Forrester Research Social

Computing”, 2008.
https://www.globalwebindex.com/hubfs/Downloads/Social%20flagship%20report%20Q3%202020%20-%20GlobalWebIndex.pdf?utm_campaign=Generic%20nurture%202019&utm_medium=email&_hsmt=92167087&_hsenc=p2ANqtz-SgClH77JD-MC_L3jJ_NE14XbC66Xt2TFzEzTyd_zkylkK4TCfObwLjvWoMGMgYiRl4pmFwePucgp7a-5NGxtrcAcLCrqZbTEfgxsp0pn6JT7WWU&utm_content=92167087&utm_source=hs_automation , 5 Ocak 2018.

Mazlum, F. Soner: **Masaüstü Yayıncılık: Tasarım Ve Basım Teknolojisine Giriş**, Ankara, Gazi Kitabevi, 2006.

MEB (Milli Eğitim Bakanlığı): “Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2018-2019”, 2019.
https://sgb.meb.gov.tr/www/icerik_goruntule.php?KNO=361 , 5 Ocak 2018.

Mengi, Zeynep: “Bb, X, Y ve Z Kuşakları Birbirinden Çok Farklı”, Hürriyet İK, 2009, s14.

McCracken, Grant: **The Long Interview**, London, Sage Publications, 1988.

McCrindle, Mark, Wolfinger, Emily: “Generations Defined”, **Ethos**, 2010, 18 (1), s. 8-13.

McCrindle, Mark: **The ABC of XYZ**, Australia, McCrindle Publication, 2014.

McCrindle, Mark, Hooper, Danica: **Gen Y: Attracting, Engaging and Leading a New Generation at Work**. Hobart, White Paper University of Tasmania, 2006.

McCrindle, Mark: **The ABC of XYZ: Understanding The Global Generations. Beyond Z: Meet Generation Alpha**, Sidney, McCrindle

Research, 2018.

McCrindle, Mark: “Gen Z & Gen Alpha Infographic” The McCrindle Blog On-line, 2016. <https://mccrindle.com.au/insights/blogarchive/gen-z-and-gen-alpha-infographic-update/> , 5 Ocak 2018.

McCrindle, Mark: **Understanding Generation Alpha**, Australia, McCrindle Research Pty Ltd, 2020.

McLuhan, Marshall: **Understanding MEdia: The Extensions of Man**, Cambridge, MIT Press, 1994.

McLuhan, Marshall: **Gutenberg Galaksisi**, Çev. Gül Çağalı Güven, 2. Basım, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2007.

McLuhan, Marshall: “Radyoyu Anlamak”, **İletişim Tarihi: Teknoloji - Kültür – Toplum**, Ed. David Crowley, Paul Hayer, Çev. Berkay Ersöz, 2. Bs, Ankara, Siyasal Kitabevi., 2011.

McLuhan, Marshall. Fiore, Quentin: **Medya Mesajı, Medya Masajıdır: McLuhan’ın İzinde Medyayı Anlama Kılavuzu**. Çev: İ. Haydaroğlu, Ed. Jaroma Agel, İstanbul, MediaCat Kitapları, 2012.

McManus Warnell, Jessica: **Engaging Millennials for Ethical Leadership**, Ed. Mary Gentile, New York, Business Expert Press, 2015.

Miller, Josh: “10 Things You Need to Know About Gen Z”, 2018. <https://www.shrm.org/hr-today/news/hr-magazine/1118/pages/a-16-year-old-explains-10-things-you-need-to-know-about-generation-z.aspx> , 5 Ocak 2018.

Miller, Vincent: **Understanding Digital Culture**, London, Sage Publications, 2011.

Millwardbrown, Kantar: “Gen X, Y and Z. Engaging Across Generations”, **AdReaction**, 2017. (Çevrimiçi), <https://iabeurope.eu/wp->

content/uploads/2019/08/AdReaction-Gen-X-Y-and-Z_Global-Report_FINAL_Jan-10-2017.pdf , 5 Ocak 2021.

Morris, Merrill, “The Internet As Mass Medium”, **Journal of Communication**, 1996, 46 (1), s. 39-50.

Morsümbül, Şebnem: “Kültürel Değerlerin Üç Kuşak Arasındaki Değişimi Üzerine Bir İnceleme: Ankara Örneği”, **Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, 2014, 21, s. 137-160.

Moss, Simon: “Generational Cohort Theory”, 2017. <https://www.sicotests.com/psyarticle.asp?id=374> , 5 Ocak 2018.

Mutlu, Erol: **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Sofos Yayıncılık, 2012.

Mutlu Erol: **Televizyon ve Toplum**, Ankara, TRT Yayınları, 1999.

Mümtaz, A. **Eski İstanbul Konakları**, İstanbul, Kurtuba Kitap, 2011.

Nagy, Adam, “Generation Alpha: Marketing or Science”, **Acta Technologica Dubnicae**, 2017, 7(1), s. 107-115.

Nalçaoğlu, Halil: **Kültürel Farkın Yapısökümü**, Ankara, Phoneix Yayınevi, 2004.

Netchitailova, Ekaterina: “Flaneur, Aylak ve Empatik İşçi”, **Yeni Medya Kuramları**, Ed. Filiz Aydoğan, İstanbul, Der Kitabevi, 2017, s. 1-20.

Niedzwiecki, Hal: **Dikizleme Günlüğü**, Çev. Gökçe Gündüç, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010.

Oblinger, Diana: “Boomers and Gen-X’ers Millennials, Understanding New Students”, **Educause Review**, 2003, 38 (4), s. 37-47.

Oblinger, Diana: “The Next Generation of Educational Engagement”, **Journal of Interactive Media in Education**, 2004, 8 (1), s. 1-18.

- Oblinger, G. **Educating The Net Gen**, Washington, D.C, Educause, 2005.
Diana, Oblinger,
L, James:
- Odaman, Cem: “Etkileşimli Televizyonculuk-1.”, **Broadcasterinfo**, 2007, 44, s. 114-132.
- Oğuzhan, Özlem: **İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim**, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2015.
- Oktay, Ahmet: **Türkiye’de Popüler Kültür**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1993.
- Ong, Walter J: **Sözlü ve Yazılı Kültür, Sözüün Teknolojileşmesi**, İstanbul, Metis Yayıncılık, 2012.
- Oral, Gülözar **Çalışma Hayatında Kuşaklar ve Çatışmalar**, Yüksek Lisans Aslı: Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul, 2013.
- Ordun, Güven: “Millennial (Gen Y) Consumer Behavior, Their Shopping Preferences and Perceptual Maps Associated with Brand Loyalty”, **Canadian Social Science**, 2015, 11 (4), s. 40-55.
- Ortaylı, İlber: **Osmanlı Toplumunda Aile**, 18. Baskı, İstanbul, Kronik Kitap, 2018.
- Ortaylı, İlber: “Türk Osmanlı Aile Yapısı”, **Perşembe Konferansları (16). Rekabet Kurumu**, 2001, s. 29-53.
- Orhan, Feza, “İlköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanımları Üzerine Bir Akkoyunlu, Çalışma”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Buket: 2004, 26, s. 107-116.
- Orhan, Feza, “Açıköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanımları Üzerine Bir Akkoyunlu, Çalışma”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**,

- Buket: 2004, 26 (26), s. 107-116.
- Ormancı, G. A: “Y Nesli Gezginler Kendilerini ‘Turist’ değil ‘Kaşif’ Olarak Görüyor”, 2016. <https://gezzio.com/y-nesli-gezgin-turist-degil-kasif/> , 5 Ocak 2018.
- Oskay, Ünsal: **İletişimin ABC’si**, İstanbul, Simavi Yayınları, 1992.
- Oskay, Ünsal: “İletişim Çağı İnsanın Sorunu: İletişimsizlik”, **Bilim ve Teknik**, Şubat, 1994, s. 315.
- Oskay, Ünsal: **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, 4.Bs., İstanbul, Der Yayınları, 2000.
- Otrar, Mustafa, “Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Argın, F. Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi”, **Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi**, 2014, 3(3), 1-11.
- Süleyman: **Araştırmaları Dergisi**, 2014, 3(3), 1-11.
- Önkal, Güncel, “Teknoloji Düşün(e)mez: Sosyal Medyada İhtiyaçlar-Değerler-Gündüzlü, Ender: Çatışmasının Felsefi Analizi”, Ed. Özlem Oğuzhan, **İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim**, İstanbul, Kalkedon Yayıncılık, 2015.
- Öz, Nedim: “Modern-Seküler Süreçte Ailenin Çözülmesi”, **Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 2019, 2 (6), s. 795-835.
- Öz, Ülgen: **XYZ Kuşaklarının Özellikleri ve Y Kuşağının Örgütsel Bağlılık Düzeyi Analizi**, Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul, 2015.
- Özen, Üstün, “Yalnızlık Olgusu ve Sanal Sohbetin Yalnızlığın Paylaşımına Sarıcı, M. Burçin Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 2010, Korukçu:

24(1), s. 149-159.

- Özdemir, Murat: **İlköğretim Öğretmenlerinin Aile Değerleri ve Medyanın Aile Değerlerine Etkisi Hakkındaki Görüşleri**, Yüksek Lisans Tezi, TC Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Yönetimi ve Denetimi, İstanbul, 2009.
- Özdemir, Nebi: **Cumhuriyet Dönemi Türk Eğlence Kültürü**, Ankara, Akçağ Yayınları, 2005.
- Özdemir, Koray: “Geleceği Görmek İçin “Alfa Kuşağı”na Bakın”, 2019. <https://www.marketingturkiye.com.tr/koseyazilari/gelecegi-gormek-icin-alfa-kusagina-bakin/> , 5 Ocak 2018.
- Özdemir, Şaban: **Kuşaklar Teorisine Göre Türkiye’deki Gençlerin Medya Kullanım Alışkanlıkları ve İstanbul Örneği**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Bilişim Bilim Dalı. İstanbul, 2017.
- Özel Ç. Hale: “Kuşak Kavramı ve Turizme Yansımaları. Özkoç”, **Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış**, Ed. Hatice H. Özkoç, Funda Bayrakdaroglu, Ankara, Nobel, 2017, s.1-22.
- Özgül, G. Eda: “Yanılsamalar Labirentinde Bir Yanılsama Olarak Özne. Oğuzhan”, Ed. Özlem Oğuzhan, **İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim**, İstanbul, Kalkedon Yayıncılık, 2015, s. 83-111.
- Özkan, Mustafa, “The Changing Face of The Employees- Generation Z and Their Perception of Work”, **Procedia Economics and Finance**, 2015, 26, s. 476-483.
- Özkoç H. Hatice, **Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış**, Ankara, Nobel Bayrakdaroglu, Yayınları, 2017.
- Funda:

- Özmenli, Mehmet: “Ortaçağ’da Türklerde Kadın ve Aile”, **The Journal of Academic Social Science Studies**, 2018, 66, s. 347-356.
- Özoran, Beris “Yeni Bir Yaşama ve Düşünme Biçimi: Postmodern Kültür”, **Uluslar Arası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 2019, 12 (62), s. 731-743.
- Artan: “Yeni Bir Yaşama ve Düşünme Biçimi: Postmodern Kültür”, **Uluslar Arası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 2019, 12 (62), s. 731-743.
- Öztekin, Hülya, “Modernleşme-Mahremiyet İlişkisi ve Siber Mekanda Öztekin, Ahmet: Mahremiyetin Aleniyete Dönüşmesi”, **NWSA Dergisi**, 2010, 5 (4), s. 526-540.
- Öztürk, Gülay: **Dijital Reklamcılık ve Gençlik**, İstanbul, Beta Yayınları, 2013.
- Öztürk, Hatice “Çocukluğun Tarihsel gelişimi Üzerine Düşünceler”, **Iğdır Karakuş: Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2017, 13, s. 253-276.
- Parrillo N. **Contemporary Social Problem**, 5. Bs., Boston, Allyn and Vincent: Bacon, 2002.
- Parry, Emma: “New Perspectives on Generational Diversity at Work”, Ed. Emma, **Generational Diversity at Work: New Research Perspectives**, Londra, Routledge, 2014, s.1-8.
- Parry, Emma, “Generational Differences in Work Values: A Review of Urwin, Peter: Theory and Evidence”, **International Journal of Management Reviews**, 2010, 13, s. 79-96.
- Peltomaki, Saara **Crises in The Tourism Industry and Their Effects on M: Different Generations**, Bachelor’s Thesis Degree Programme in Tourism, HAAGA-HELIA University of Applied Sciences, 2015.
- Pilcher, Jane: “Mannheim’s Sociology of Generations: An Undervalued Legacy”, **British Journal of Sociology**, 1994, 45 (3), s. 481-

- Pilkington, Rihannon, Taylor, Anne W, Hugo, Graeme, Wittert, Gary: “Are baby Boomers Healthier than Generation X? A Profile of Australia’s Working Generations Using National Health Survey Data. Plos One”, 2014. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0093087> , 5 Ocak 2018.
- Polat, İsmail Hakkı: “Dijital-Siber-Sosyal; Yeni Bir Medyadan Yeni Bir Yaşam Alanına Dönüşüm”, **TRT Akademi Dergisi, Dijital Medya Sayısı**, 2016, 01 (02), s. 409-424.
- Postman, Neil: **Çocukluğun Yok Oluşu**, Ankara, İmge Kitabevi, 1995.
- Postman, Neil: **Televizyon Öldüren Eğlence, Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004.
- Prensky, Marc: “Digital Natives, Digital Immigrants”, **MCB University Press**, 2001, 9 (5), s. 1-6.
- Psychologies: “ Z Kuşağı İle İletişim”, 2019. <http://www.psychologies.com.tr/z-kusagi-ile-iletisim/> , 5 Ocak 2018.
- Putnam, Robert D: “Bowling Alone: America’s Declining Social Capital”, **Journal of Democracy**, 1995, 6 (1), s. 65-78.
- Rahulan, Monika, Troynikov, Olga, Watson, Chris, Janta, Marius, Senner, Veit: “Consumer Behavior of Generational Cohorts for Compression Sportswear”, **Journal of Fashion Marketing and Management**, 2015, 19 (1), s.87-104.
- Rasim, Ahmet: **Şehir Mektupları**, Antik Kent Klasikleri, İstanbul, Fatih, 2006.

- Raymond, Williams: **Televizyon Teknoloji ve Kültürel Biçim**, İstanbul, Dost Yayınları, 2007.
- Reeves, C. Thomas, Oh, Eunjung: **Generational Differences, In Handbook of Research on Educational Communications and Technology**. Online Bs., New York, Taylor and Francis Group, 2008.
- Reeves, T. C, Oh, Eunjung Grace : “Generational Differences”, **Handbook of Research on Educational Communications and Technology**, 2008, 3 (25), s. 295-303.
- Reis, Thompson Augusto Dos: “Study on The Alpha Generation and The Reflections of Its Behavior in The Organizational Enciroment”, **Quest Journals Journal of Research in Humanies and Social Science**, 2017, 6 (1), s.09-19.
- Relander, Brett: “How to market to Gen Z, The Kids Who Already Have \$44 Billion To Spend”, Entrepreneur Media, 2014. <http://www.entrepreneur.com/article/238998> , 5 Ocak 2018.
- Riesman, David: **Yalnız Kalabalık, Amerikan Toplumsal Karakterinin Değişimi Üzerine Bir İnceleme**, Çev. Yeşil Erdem, Ankara, Heretik Yayınları, 2016.
- Rigel, Nurdoğan, Batuş, Gül, Yücedoğan, Güleda, Çoban, Barış: **Kadife Karanlık**, 2. Baskı, İstanbul, Su Yayınevi, 2005.
- Roberts, Donald F: “Media and Youth: Access, Exposure, and Privatization”, **Journal of Adoloscent Health**, 2000, 27, s. 8-14.
- Rojek, Chris: **Decentring Leisure: Rethinking Leisure Theory**, 35. Baskı, London, Sage Publications, 1995.

- Rojek, Chris: “Identity”, **A Handbook of Leisure Studies**, Ed. Chris Rojec, Susan Shaw, AJ. Veal, London, Palgra ve Macmillan, 2006, s. 476-477.
- Rotherham, Nicholas: “BBC Anketinde Z Kuşağı: ‘Yanlış Anlaşıyoruz’”, Marketing Türkiye, 2017. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-41399543> , 5 Ocak 2018.
- Ruppert, Wolfgang: **Bisiklet, Otomobil, Televizyon, Gündelik Eşyaların Kültür Tarihi**, Çev. Mustafa Tüzel, İstanbul, Kabalcı Yayınları, 1996.
- RTÜK: “Türkiye’de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması. RTÜK Kamuoyu” Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı, Ankara, Bizim Matbaa, 2013. <https://www.rtuk.gov.tr/haberler/3787/18/turkiyede-cocuklarin-medya-kullanma-aliskanliklari-arastirmasi-sonuclandi.html> , 5 Ocak 2018.
- Ryder, Norman B: “The Cohort as a Concept in The Study of Social Change”, **American Sociological Review**, 1965, 30, s. 843–861.
- Sanders. Barry: **Öküzün A’sı: Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi**, Çev. Şehnaz Tahir, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010.
- Sarı, Özgür: **Aile Kavramının ve Anlamının Dönüşümü**, İstanbul: Lisans, 2016.
- Sarioğlu, Elif Başak, Özgen, Ebru: “Z Kuşağı: İş Dünyası Yakın Geleceğin İş Gücünü Ne Kadar Tanıyor?”, **Researcher: Social Science Studies**, 2017, 5 (4), s.242-253.
- Sarioğlu, Elif Başak, Özgen: “Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Çalışma”, **Uluslar arası Sosyal Araştırmalar Dergisi**,

- Ebru: 2018, 11 (60), s. 1065-1081.
- Sarıtaş, Emel, (2016). “Bilgi Edinme Çerçevesinde Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Analizine Yönelik Nitel Bir Araştırma”, **III. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi**, 28-30 Nisan 2016, Aydın.
- Sarpel, Murat: “Dijital Video”, **İletişim Dergisi**, 1996, 5, s. 28-46.
- Sartori, Giovanni : **Görmenin İktidarı, Homo Videns**, Çev. Gül Batuş, Bahar Ulukan, İstanbul, Karakutu, 2004.
- Sayar, Kemal: **Ruhun Labirentleri-Benlik: O Yakın Soru. O Uzak Ülke**, İstanbul, Kapı Yayınları, 2017.
- Sayımer, İdil: **Yeni İletişim Araştırmaları**, İstanbul: Literatürk Yayınları, 2014.
- Sayın, Önal: **Aile Sosyolojisi-AileninToplumdaki Yeri**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınları, 1990.
- Seçkin, F. Sedef: “Türkiye’nin Kuşak Profili”, **Capital Dergisi**,2000, 12, s. 100-106.
- Senbir, Hakan: **Z Son İnsan mı? Z Kuşağı ve Sonrasına Dair Düşünceler**, İstanbul, O Kitaplar, 2004.
- Sennett, Richard: **Otorite**, Çev. Kamil Durand, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2011.
- Sennett, Richard: **Karakter Aşınması**, Çev. Barış Yıldırım, 12. Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2017.
- Sennett, Richard: **Kamusal İnsanın Çöküşü**, Çev. Serpil Durak, Abdullah Yılmaz, 6. Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2019.

- Sevinç, Necdet: **Eski Türklerde Kadın ve Aile**, İstanbul, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayını, 1987.
- Seyfi, Ümmühan: **X ve Y Kuşaklarının Ruhsal Zekâ Özellikleri ile Çalışma Algıları Üzerine Bir Analiz**, Doktora Tezi, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa, 2016.
- Sezal, İhsan: **Kentleşme, Alternatif Üniversite**. İstanbul, Ağaç Yayınları, 1992.
- Sezal, İhsan: **Sosyolojiye Giriş**, 2. Bs., Ankara, Martı Yayınevi, 2003.
- Sezal, İhsan: “Toplum ve aile” **Sosyolojiye Giriş**, Ed. İhsan Sezai, 5. Bs., İstanbul, Beta Yayıncılık, 2014.
- Shaw, Susan, “Engaging a New Generation of Graduates”, **Education Fairhurst, David: Training**, 2008, 50 (5), s. 366-378.
- Sigorta Dünyası: “Alfa Kuşağı, İş Dünyasının Kurallarını Değiştirecek”, 2019. <https://www.sigortadunyasi.com.tr/2019/11/08/alfa-kusagi-is-dunyasinin-kurallarini-degistirecek/> , 5 Ocak 2018.
- Silverstone, Roger: **The Message of Television: Myth and Narrative in Contemporary Culture**, London, Heinemann Educational Books, 1981.
- Sivrikaya, Serpil Özkurt: “Alfa Kuşağı’nın Kimya Bilimine Karşı Algılarının İncelenmesi: Nitel Araştırma”, **Route Educational and Sozial Science Journal**, 2019, 6 (8), s. 246-253.
- Sjoberg, Gideon: **Sanayi Öncesi Kenti, 20. Yüzyıl Kenti**, Çev. Ayten Alkan, Bülent Duru, Ankara, İmge Yayınevi, 2002.

- Smelser, N. J: 1985, Modernleşme Kuramına Doğru. Oskay, Ü (çev.). Seminer Dergisi, 4, 71-91.
- Smola, Karen, "Generational Differences: Revisiting Generational Work Values for The New Millennium", **Journal of Organizational Behavior**, 2002, 23 (4), s. 363-382.
- Sutton, Charlotte D:
- Solmaz, B, Tekin (7.4.2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir G, Herzem Z, Uygulama. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 23-32.
- Demir M:
- Solomon, **Consumer Behaviour: A European Perspective**, 7. Baskı, Michael, İtalya, Prentice Hall, 2006.
- Bamossy, Gary, Askegaard, Soren, Hogg, Margaret:
- Somyürek, Sibel: "Öğretim Sürecinde Z Kuşağının Dikkatini Çekme: Artırılmış Gerçeklik", **Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama**, 2014,1, s. 63-80.
- Soykan, Ö.Naci: **Türkiye'den Felsefe Manzaraları**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1993.
- Spring, Jeol: **Özgür Eğitim. Ekmekçi**, Çev. Ayşen Ekmekçi, 5. Baskı, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1991.
- Sterbenz, Christina: "How Will The Next Generation Use Technology", 2015. <https://www.weforum.org/agenda/2015/12/how-will-the-next-generation-use-technology/> , 5 Ocak 2018.
- Stillman David, **İşte Z Kuşağı, Genç Kuşak İş Yerini Nasıl Dönüştürüyor?**, Stillman Jonah: İstanbul, İKÜ Yayınevi, 2017.
- Strauss Anselm, **Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques**, New Delhi, Sage Publications, Corbin Juliet: 1990.

- Strauss, William, **Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069**, New York, Quill/William/Morrow, 1991.
- Howe, Neil:
- Strebenz, Christina: “[Here's Who Comes After Generation Z And They'll Be The Most Transformative Age Group Ever](https://www.businessinsider.com/generation-alpha-2014-7-2)”, Business Insider Online, 2013. <https://www.businessinsider.com/generation-alpha-2014-7-2> , 5 Ocak 2018.
- Suderman, Jeff: “Defining Workplace Generations: Infographic”, 2016. <http://jeffsuderman.com/defining-workplace-generations-infographic/> , 5 Ocak 2018.
- Sujansky, Joanne, Ferri-Reed, Jan: **Keeping The Millennials: Why Companies Are Losing Billions in Turnover to This Generation- and What to Do About It**, New Jersey, John Willey and Sons, 2009.
- Sutter, Mill: “Post-Z: Meet Generation Alpha”, 2016. <https://cmo.adobe.com/articles/2016/10/postz-meet-generation-alpha.html#gs.f3pem2> , 5 Ocak 2018.
- Süleymanov, Abulfaz: “Çağdaş Türk Toplumlarında Aile ve Evlilik İlişkileri”, **Aile ve Toplum**, 2009, 5 (17), s. 7-17.
- Swaidan, Ziad: “Culture and Consumer Ethics”, **Journal of Business Ethics**, 108 (2), s. 201–213.
- Şaylan, Gencay: **Postmodernizm**, 4. Baskı, Ankara, İmge Yayınevi, 2009.
- Şeker, Tülay: **Teknoloji ve Televizyon**, Konya, Literatürk Yayınları, 2009.
- Şentürk, Rıdvan: “McLuhan'nın Televizyon Teorisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi”, 2009, 15 (8), s. 17-32.
- Tapscott, Don: **Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World**, New York, Mc GrawHill, 2009.
- Tehrani, Majid: “Modernleşmenin Laneti-Modernleşme ve İletişimin Diyalektiği”, Çev. Nermin Abadan Unat, İletişim ve Toplum

- Sorunları, UNESCO/Türk Sosyal Bilimler Derneği. Olgaç Matbaası. 1983.
- Tezcan, Mahmut: “Cumhuriyetten Günümüze Türk Ailesinin Dünü, Bugünü Geleceği (Sosyo-Kültürel Açıdan)”, **S. Türk Kültürü Kongresi. Gelenek-Görenek-Örf-Adet-Giyim-Kuşam Cilt-XV**. Ankara, Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, 2005.
- Tezcan, Mahmut: **Sosyolojiye Giriş**, 5. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, 2010.
- Thompson, John B: **Medya ve Modernite**, Çev. Serhat Öztürk, İstanbul, Kırmızı, 2008.
- Timisi, Nilüfer: **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara, Dost Kitabevi, 2003.
- Timisi, Nilüfer: “Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik Ve Topluluk Alanlarına Girişi”, **İnternet, Toplum, Kültür**, Der. Mutlu Binark, Barış Kılıçbay, Epso Yayınları, 2005, s.89-105.
- Tolan, Barlas: “Geleneksel Aileden Çağdaş Aile Yapısına Doğru”, **Değerler ve Sosyal Değişme**, Ed. Beylû Dikeçligil, Ahmet Çiğdem, Ankara, Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları, 1990, s. 493-507.
- Tonta, Yaşar: “Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği”, **Türk Kütüphaneciliği Dergisi**, 2009,23 (4), s. 742-768.
- TUENA: “Türkiye Ulusal Enformasyon Alt Yapısı Ana Plan Sonuç Raporu”, 1999.
http://www.bilgitoplumu.gov.tr/Documents/1/Yayinlar/991000_TuenaRapor.pdf , 5 Ocak 2018.
- TUİK: “Hanehalkı İşgücü Anketi”, 1990.
http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007 , 5 Ocak 2018.

- TUİK: “Hanehalkı İşgücü Anketi”, 2010. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007 , 5 Ocak 2018.
- TUİK: “Aile Yapısı Araştırması 2016”, 2016. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do;jsessionid=4l2FZ1kVpNL8JhhkfQtRLqmnJtJ6xk6sGXGwbChqTR9N0LY1K1bp!1813643467?id=21869> , 5 Ocak 2018.
- TUİK: Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, (2019). <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862> , 5 Ocak 2018.
- TUİK: “Evlenme ve Boşanma İstatistikleri, 2019”, 2019. http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33708&fbclid=IwAR1kr4gwnxgaTOw2w1NgCD2an7aTU6Ca3I5KosO3G0LKy4em_2eFBCpTTvI%F1 , 5 Ocak 2018.
- TUİK: “İstatistiklerle Aile 2018”, 2018. <http://www.tuik.gov.tr> , 5 Ocak 2018.
- TUİK: “Türkiye’nin İnternet Kullanım Alışkanlıkları 2018”, 2018. <https://dijilopedi.com/tuik-turkiyenin-internet-kullanim-aliskanliklari-raporu/> , 5 Ocak 2018.
- TUİK: “Türkiye’nin İnternet Kullanım Alışkanlıkları 2018”, 2018. <https://dijilopedi.com/tuik-turkiyenin-internet-kullanim-aliskanliklari-raporu/> , 5 Ocak 2018.
- TUİK: “ İstatistiklerle Kadın 2019”, 2019. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33732> , 5 Ocak 2018.
- TUİK: “ Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2019”, 2019. <https://dijilopedi.com/2019-tuik-hanehalki-bilisim-teknolojileri-kullanim-arastirmasi/> , 5 Ocak 2018.

- TUİK: “Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri”, 2019. <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> , 5 Ocak 2018.
- TUİK: “06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya”, 2019. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15866> , 5 Ocak 2018.
- Tulgan, Bruce, **Managing Generation**, Y. US, HDR Press, 2001.
- Martin, Carolyn, George, Mary:
- Tuncer, M. Umut: “Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşağının Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi”, **Atatürk İletişim Dergisi**, 2016, 10, s.33-45.
- Turner, Anthony: “Generation Z: technology and Social Interest”, **The Journal of Individual Psychology**, 2015, 71 (2), s.103-113.
- Tutuk, Zeynep Şahin: “Televizyon Diye Bir Şey Varmış”, **TRT Akademi**, 2019, 4 (7), s.188-192.
- Tükel, İrem Paker: “Y Kuşağı Temsilcilerinin Aile Algıları Üzerine Bir Analiz”, **Akademik İncelemeler Dergisi**, 2018, 13(1), s. 23-40.
- Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Araştırmaları Araştırma Merkezi Kadir Has Üniversitesi. 2019. <https://khas.edu.tr/tr/haberler/toplumsal-cinsiyet-ve-kadin-algisi-arastirmasi-2019-sonuclari-aciklandi> , 5 Ocak 2018.
- Araştırması:
- Twenge, Jean M, Campbell, Stacy M: “Generational Differences in Psychological Traits and Their Impact on The Workplace”, **Journal of Managerial Psychology**, 2008, 23 (8), s. 862-877.
- Twenge, Jean M., “Generational Differences in Work Values: Leisure and

Campbell, Stacy Extrinsic Value Sincreasing, Social and Intrinsic Values M., Hoffman, Decreasing”, **Journal of Management**, 2010, 36 (5), s. 1117-1142.
Brian J., ve Lance, Charles E:

Twenge, Jean M: **“Ben” Nesli, Bugünün Gençleri Niçin Bu Kadar Özgüvenli ve İddialı Fakat Bir O kadar Depresif ve Kaygılı?**, Çev. Esra Öztürk, 6. Baskı, İstanbul, Kaknüs Yayınevi, 2013.

Uslu,Zeynep **Televizyon ve Kadın**, İstanbul, Alfa Yayınları, 2000
Karahan:

Ünal, Mesud: Y ve Z Kuşaklarının Yönetimi, İstanbul, Beta Yayınları, 2017.

Vural Beril “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Akıncı, Bat Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, Mikail: **Journal of Yasar University**, 2010, 20(5), s. 3348-3382.

Vural, Ali Murat: “Günümüz Baskı Tekniklerine Genel Bir Bakış”, **Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi**, 1991, 9 (3), s.139-147.

Wallsten, Scott: “What Are We Not Doing When We Are Online”, **National Bureau of Economic Research Working Paper Series. Nber Working Paper Series**, 2013.
<https://www.nber.org/papers/w19549.pdf>

We Are Social: “Türkiye’de İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri”, 2020. <http://wearesocial.com/digital-2020> , 5 Ocak 2018.

We Are Social: “Türkiye’de İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri”, 2019. <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> , 5 Ocak 2018.

Westerman, James, “Generational Preferences for Work Environment Fit: Effects on Employee Outcomes”, **Career Development**

Yamamura, **International**, 2007, 12 (2), s.150-161.
Jeanne H:

Wilken, Rowan: "Video Stores, Media Technologies And Memory", **Media Fields Journal**, 2010, 1, s. 1-9.

Williams, Alex: "Meet Alpha: The Next 'Next Generation'".
<https://www.nytimes.com/2015/09/19/fashion/meet-alpha-the-next-nextgeneration.html> , 5 Ocak 2018.

Williams, Alex: " Move Over, Millennials, Here Comes Generation Z. The New York Times", 2015.
<https://www.nytimes.com/2015/09/20/fashion/move-over-millennials-here-comes-generation-z.html> , 5 Ocak 2018.

Williams, C. "Multi Generational Marketing: Descriptions, Characteristics, Kaylene, Page, Lifestyles and Attitides", **Journal of Applied Business and Economics**, 2010, 11 (2), s. 21-37.

Robert A, Petrosky, Alfred
R, Hernandez,
Edward H:

Williams, C. "Marketing to The Generations", **Journal of Behavioral Kaylene, Page, A. Studies in Business**, 2011, 3 (1), s. 37-53.
Robert:

Williams **Televizyon, Toplum ve Kültürel Biçim**, Ankara, Dost
Raymond: Kitabevi, 2003.

Wittel, Andreas: "Digital Marx: Toward a Political Economy of Distributed Media", Ed. Christian Fucks, **Marx in the Age of Digital**

Capitalism, Boston, Brill, 2016.

Wollen, Peter: **Raiding The Icebox: Reflections on Twentieth-Century Culture**, Londra, Verso, 1993.

Wong, Melissa, “Generational Differences in Personality and Motivation: Do They Exist and What Are The Implications for The Workplace?”, **Journal of Managerial Psychology**, 2008, 23, s. 878–890.

Leah:

Yağcı, Yalçın: (2009). “Web Teknolojilerinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0”, **Bilgi Çağında Varoluş: Fırsatlar Ve Tehditler Sempozyumu, Bildiri**, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul, 2009, s.138-147.

Yalçın, Cemal: “Sosyolojik Bir Bakış Açısıyla İnternet”, **Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2003, 7 (1), s. 77-89.

Yalçınkaya, Şengül: “Modern Kentin Yeni Kamusal Alanında Çocuk, Alışveriş Merkezleri ve Serbest Zaman Etkinlikleri”, **İdealkent**, 2015, 17, s. 80-105.

Yaylagül, Levent: **Kitle İletişim Kuramları**, 8. Baskı, Ankara, Dipnot Yayınları, 2016.

Yeşil, Yeliz, “Türkiye’de Y Kuşağının E-İletişim Kullanımı: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma”, **Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi**, 2017, 3 (1), s. 100-109.

Yıldırım Ali, Şimşek Hasan: **Nitel Araştırma Yöntemleri**, İstanbul, Seçkin Yayıncılık, 2013.

Yılmaz, Adem: “Sayısal Teknolojilerin Televizyon Yayıncılığına Sağladığı Yeni Açılımları Değerlendirmek”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal**

Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2010, 2 (1), s. 389-400.

Yılmaz, Murat, “Türkiye Gençlik Profili Araştırması”, SDE, SAD, 2013.
Çetin, Selvet, <http://gencmemursen.org.tr/wp-content/uploads/2016/02/GENCLIK-ARASTIRMAS-1.pdf> , 5
Çimen, Mustafa: Ocak 2018.

Yırtıcı, Hakkı: **Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi**, İstanbul, Bilgi Üniversitesi, 2009.

Yu, Hui-Chun, “Leadership Style: The X Generation and Baby Boomers Compared in Different Cultural Contexts”, **Leadership and Organization Development Journal**, 2005, 26 (1), s. 35-50.

Yusoff, Wan Fauziah : “Generation Differences in Work Motivation: From Developing Country Perspective”, **International Journal of Economy, Management and Social Sciences**, 2013, 2 (4), s. 97-103.

Yusufoğlu, Ömer Şükrü: “Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, **İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi**, 2017, 6 (5), s. 2414-2434.

Yüksel, Okan: “Eskiden Radyo Vardı Şimdi Podcast Zamanı”, 2013. <https://www.medyaakademi.org/2013/12/12/eskiden-radyo-vardi-simdi-podcast-zamani/> , 5 Ocak 2018.

Zemke, Ron, **Generations at Work: Managing The Clash of Veterans, Boomers, Xers and Nexters in Your Workplace**, New York, Raines, Claire, Filipczak, Bob: Amacom, 2000.

Zukin, Sharon: “The Postmodern Debate Over Urban Form”, **Theory Culture and Society**, 1988, 5, s. 431-446.

EKLER

Ek.1.

Derinlemesine Görüşme Soruları

1. Kaç yaşındasınız?
2. Eğitim durumunuz, mesleğiniz, ailenizin aylık toplam geliri ve şuan ki çalışma durumunuz hakkında bilgi verir misiniz?
3. Ebeveynler ve çocuklar dışında ailede daimi yaşayan kişiler var mı?
4. Aile kavramı sizin için ne ifade ediyor? Aile kurumuyla ve kendi ailenizle ilgili düşüncelerinizi anlatır mısınız?
5. Bireysel olarak serbest zamanınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?
6. Aile içi serbest zaman etkinlikleriniz nelerdir? Kendi çocukluğunuzdakiyle karşılaştırdığınızda neler söylersiniz?
7. Medya teknolojilerinden nasıl ve ne amaçla faydalaniyorsunuz? Hayatınızdaki yeri nedir?
8. Kullanılan medya teknolojileri ve özellikle internet, sosyal medya kullanımı aile içi iletişiminizi nasıl etkiliyor?
9. Medya teknolojileri sizin ya da çocuğunuzun elinden alınsa hayatınızda nasıl bir değişim meydana gelir?
10. Alfa ve Z Kuşağı çocuklarınızı gözlemlediğinizde, onların geçirdikleri çocukluk dönemleri arasında ne gibi farklar bulunmaktadır? (Oyun oynama tercihleri ve oyuncakları arasındaki farklar; sokakta mı evde mi oynuyorlar; tablet, cep telefonu, bilgisayar kullanma alışkanlıkları arasındaki farklar; arkadaşlarıyla mı oynuyorlar yalnız mı, arkadaşları var mı, onlarla nasıl iletişim kuruyorlar; yüz yüze iletişime geçmedeki istek ve hevesleri nasıldır; yatak odalarına hangi medya araçları bulunuyor; sosyal medya hesaplarına sahiplik durumları ve edindikleri yaş aralığı nedir; TV ve interneti günlük kullanma oranları karşılaştırınız; medya teknolojilerini tüketme amaçları nelerdir?)

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı: Meltem

Soyadı: GÜZEL

Eğitim Bilgileri

Doktora: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema, Türkiye, 2021.

Yüksek Lisans: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Radyo-TV Bölümü, İstanbul, 2007.

Lisans: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul, 2004.

Tezler

Lisans Bitirme Tezi: “Türk Televizyon Tarihi”

Yüksek Lisans Tezi: “Televizyonda Haberin Magazinleşmesi”

Akademik Unvan

Öğretim Görevlisi, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Radyo Televizyon Teknolojileri Programı, Devam ediyor.

Mesleki Deneyim

2001- TRT İstanbul Radyosu Eğitim Kültür Bölümü (Staj)

2002- TRT İstanbul Televizyonu Seslendirme Bölümü (Staj)

2003- TRT İstanbul Televizyonu Program Yapımı Bölümü (Staj)

2001-2003- Marmara İletişim Haber Ajansı (MİHA)

2003- BBO Yapım Şirketi

2003- “Tatlı Hayat” ve “Kampüsistan” dizilerinin çekimleri (kamera arkası).

2006-2011 Özel İhlas Anadolu Meslek Lisesi Radyo-TV Bölümü’nde öğretmenlik.

2011-2016 İstanbul Aydın Üniversitesi Radyo TV Programcılığı Bölümü’nde öğretim görevliliği

2016’dan itibaren, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Radyo Televizyon Teknolojileri Programı’nda öğretim görevliliği

Akademik Faaliyetler

Güzel, Meltem (2017). “The Comparison Between Social Media and Face-to-face Communication Skills of Generation Z in the Era of Digital Media”, 5th MacroTrend Conference Paris 2017.

Güzel, Meltem (2019). “Dijital Medyada Doğan Z Kuşağının Sosyal Medya ve Yüz Yüze İletişim Becerileri: İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Öğrencilerine Yönelik Bir Ön Çalışma” Ed. Ceyhan Kandemir, Dijital Çağda Televizyon ve Medya, Der Yayınevi, s. 353-538.

Güzel, Meltem (2018). “Kukla:Görsel Bir Şiir”, Ulusal, Kısa Film Ve Belgeseller, 12.10.2018 , (No: 257360)

Güzel, Meltem (2019). “The Effects Of Media On Natural Habitats In Turkey” Scientific Conference Kliment’s Days 2019, Sofya, Bulgaristan, 08 Kasım 2019, ss.1.

Güzel, Meltem, Keskin, Savaş (2019). Örselenen Kimlik İçin Sosyal Medyatik ‘İyileşme/Normalleşme’: Engelli Evlilik Topluluklarında Kimliğin ‘Mürüvvetini’ Görmek. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, s. 420-440.

Güzel, Meltem (2021). 12 Eylül Dönemi’ne Farklı Yaklaşım: “Ayhan Hanım” Filmi Üzerine Göstergebilimsel Çözümleme. Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR) Uluslar arası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, s. 1-13.

