



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı

TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI ve SOSYAL KİMLİK OLUŞUMU: Y NESLİ

Işıl AVŞAR ARIK

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2018

TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI ve SOSYAL KİMLİK OLUŞUMU: Y NESLİ

Işıl AVŞAR ARIK

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

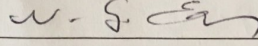
Sosyoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

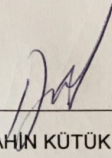
Ankara, 2018

KABUL VE ONAY

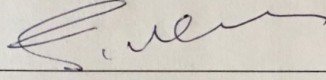
İşil AVŞAR ARIK tarafından hazırlanan "Teknoloji Bağımlılığı ve Sosyal Kimlik Oluşumu: Y Nesli" başlıklı bu çalışma, 07.06.2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



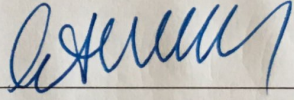
Prof. Dr. Nevin GÜNGÖR ERGAN (Başkan)



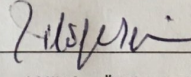
Doç. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK (Danışman)



Prof. Dr. M. Demet ULUSOY



Doç. Dr. Erdal AKSOY



Dr. Öğr. Üyesi Nilüfer ÖZCAN DEMİR

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Musa Yaşar Sağlam

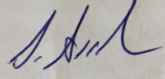
Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ☒ Tezimin/Raporumun ...1... yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

[07.06.2018]



İŞİL AVŞAR ARIK

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

- Tezimin/Raporumun tamamı dünya çapında erişime açılabilir ve bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir.

(Bu seçenekle teziniz arama motorlarında indekslenilecek, daha sonra tezinizin erişim statüsünün değiştirilmesini talep etseniz ve kütüphane bu talebinizi yerine getirirse bile, teziniz arama motorlarının önbelleklerinde kalmaya devam edebilecektir)

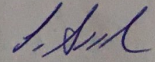
- Tezimin/Raporumun 2023 tarihine kadar erişime açılmasını ve fotokopi alınmasını (İç Kapak, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) istemiyorum.

(Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir, kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir)

- Tezimin/Raporumun.....tarihine kadar erişime açılmasını istemiyorum ancak kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisinin alınmasını onaylıyorum.

- Serbest Seçenek/Yazarın Seçimi

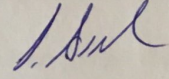
02 /07/2018



Işıl AVŞAR ARIK

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında zgn olduğunu, Doç. Dr. Birsen şAHİN KÜTÜK danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.



Işıl AVşAR ARIK

TEŞEKKÜR

En başta lisans eğitimimden itibaren akademik hayatıma çok önemli katkılar yapan, gerek yüksek lisansa devam etmem için gerekse ders dönemlerinde beni yüreklendiren, akademik hayatıyla ve karakteriyle, duruşuyla her zaman bana bir örnek olan tez danışmanım Doç. Dr. Birsen Şahin Kütük'e beni bu süreçte her daim desteklediği için, bayramlarda, tatillerde dahi attığım her e-postaya cevap verip beni yönlendirdiği için, yapıcı sorularıyla zihnimi açtığı için sonsuz teşekkür ederim.

Hem lisans hem de yüksek lisans ders dönemim boyunca kendisinden ders alma ayrıcalığına erişmiş olduğum değerli jüri üyesi Prof. Dr. Nevin Güngör Ergan'a bu süreçte vermiş olduğu emeklerden ve tezime yaptığı katkılardan dolayı ayrıca teşekkür ederim.

Derslerini her daim ilgi ile takip ettiğim ve tez savunmamda bulunan değerli jüri üyesi Prof. Dr. Demet M. Ulusoy'a fikirleri ve önerileriyle tezime yapmış olduğu katkılardan dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

Jürimde bulunan ve tezimi geliştirmeme katkı yapan değerli hocalarım Doç. Dr. Erdal Aksoy' a ve Dr. Öğr. Üyesi Nilüfer Özcan Demir'e ayrıca teşekkür ederim.

Ayrıca bu süreçte maddi ve manevi her türlü zorluğu benimle birlikte yaşayan, tezimi yazma sürecimde beni motive eden, her zaman arkamda duran, zor zamanlarımda bana cesaret veren eşim Dr. Öğr. Üyesi Ferhat Arık'a sonsuz teşekkür ederim.

ÖZET

AVŞAR ARIK, Işıl. *Teknoloji Bağımlılığı ve Sosyal Kimlik Oluşumu: Y Nesli*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2018.

Nesiller kavramsallaştırması sosyal bilimler literatüründe Batı ve Amerika’da yapılan çalışmalar referans gösterilerek yapılmaktadır. Y Nesli’nin özelliklerini belirleyen en önemli etkenlerden biri teknolojik gelişmelerdir. Teknoloji kullanımı içerisinde yaşadığımız yüzyılda sağladığı faydaların yanında olumsuz sonuçlara da neden olabilmektedir. İnternet bağımlılığı ise bu olumsuz sonuçlardandır. İnternet tüketiminin ucuz hale gelmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte, internette geçirilen süre özellikle genç bireylerde artış göstermiş ve bu durum sosyalizasyon süreçlerinde de etkili olmaya başlamıştır. Öyle ki internet, sosyalizasyon sürecinde bireyin yaşantısının ilk yıllarından itibaren etkili olan aile kurumuna alternatif bir sosyalizasyon ajanı haline gelmiştir. Sosyalizasyon sürecinde inşa edilen kimlikler ve sosyal kimlikler de bu gelişmelerden etkilenmiştir. Bu çalışmada ise Türkiye’deki Y Neslinin yaş aralığı teknoloji kullanımı açısından tahmin edilmeye çalışılarak, Türkiye’deki Y Neslinin internet bağımlılık düzeyi araştırılmış ve bu durumun gençlerin sosyal kimliklerini inşa sürecine olan etkisi incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada araştırmacı tarafından hazırlanan anket ve Young (1998) tarafından geliştirilip, Türkçe uyarlaması ile geçerlilik ve güvenirlik çalışması Çakır Balta ve Horzum (2008) tarafından yapılan “İnternet Bağımlılığı Testi” kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda Türkiye’deki Y Nesli’nin yaş aralığının Batı ve Amerika’dakinden daha farklı olabileceği; bu neslin cinsiyet, devam edilen sınıf, fakülte ve yaşa göre internet kullanım davranış ve alışkanlıklarının farklılaştığı, internet kullanımının sosyal kimlik oluşumunda etkili olabileceği ortaya çıkmıştır. Ayrıca gençlerin %56,7’sinin kontrollü internet kullanıcısı, %13,3’ünün riskli internet kullanıcısı ve %0,7’sinin de internet bağımlısı olduğu görülmüştür.

Anahtar sözcükler

Y Nesli, Teknoloji, İnternet, Aile, Sosyalizasyon, Sosyal Kimlik

ABSTRACT

AVŞAR ARIK, Işıl. *Technology Addiction and Social Identity: Generation Y*, Master Thesis, Ankara, 2018.

The concept of generations in literature of social sciences is made with specific reference to the West and America. One of the most important characteristic features in determining Generation Y is the technological developments. In the living era, besides its benefits, use of technology can cause the negative outcomes. Internet addiction is the one of these negative results. With becoming of the internet cheap and widespread people, especially younger, has begun to waste time on the internet longer and this situation has started to be effective on socialization. Thus, the internet has become alternative socialization agent to the family which has effective on individuals from the beginning of the life in process of socialization. Identity and social identity which are made in the process of socialization has influenced by this progress. In the recent study, historical age range of generation Y in Turkey was tried to predict, was researched the level of internet addiction of generation Y in Turkey and was examined the impact of this situation on the construct of social identity processes. In line with this purpose a questionnaire which has formed by researcher and “Internet Addiction Test” which has formed by Young (1998) and adapted to Turkish version by Çakır Balta and Horzum (2008) used in the study. In the result of the study have been found that the historical age range of generation Y in Turkey may be different from the West and America; according to the sex, age, class and faculty the usage of internet differs and usage of internet can be effective on the construct of social identities. Beside this 56,7 % is controlled internet usage, 13,3 % is risky internet usage and 0,7 % is internet addict of the participant.

Key words

Generation Y, Technology, Internet, Family, Socialization, Social Identity.

İÇİNDEKİLER

KABUL ve ONAY	i
BİLDİRİM	ii
YAYIMLAMA ve FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	iii
ETİK BEYAN	iv
TEŞEKKÜR	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
TABLolar DİZİNİ	xiii
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAPSAMI ve YÖNTEMİ	5
1.1. Araştırmanın Konusu	5
1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	7
1.3. Araştırmanın Yöntemi	8
1.3.1. Evren ve Örneklem Belirleme Süreci.....	9
1.3.2. Veri Toplama ve Analiz Teknikleri	10
1.3.3 Araştırmanın Hipotezleri	11
2. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ARKAPLANI	12
2.1. Sosyallaşma	12
2.1.1. Sosyallaşma Ajanları.....	13
2.2. Kimliklerin ve Sosyal Kimliklerin Oluşumunda Sosyallaşma Sürecinin Önemi	15

2.2.1. Sosyolojik Açıdan Benlik, Kimlik, Sosyal Kimlik Tanımlamaları ve Bunların Oluşumuna Dair Teoriler.....	15
2.3. Teknolojinin Bilimsel Olarak Gelişimi ve İnternet Teknolojisinin Ortaya Çıkışı.....	21
2.3.1. Teknoloji ve Bilim.....	21
2.3.2. Geleneksel ve Yeni Medya.....	22
2.3.3. Elektronik ve Dijital Teknolojinin Kronolojik Gelişimi.....	23
2.3.4. İnternetin Ortaya Çıkışı ve Tarihçesi.....	23
2.3.5. Bir Kitle İletişim Aracı Olarak İnternet.....	24
2.3.6. İnternet Bağımlılığı.....	25
2.3.7. İnternet Bağımlılığına İlişkin Kuramsal Açıklamalar.....	26
2.3.7.1. Young'un İnternet Bağımlılığı Modeli.....	27
2.3.7.2. Davis'in Bilişsel Davranışsal Patolojik İnternet Kullanımı Modeli.....	29
2.3.7.3. Caplan'ın Bilişsel Davranışsal Modeli.....	31
2.3.7.4. Ying'in Nöropsikolojik Modeli.....	32
2.4. Nesiller Kavramsallaştırması ve Nesiller.....	35
2.4.1. Nesil Kavramı.....	35
2.4.2. Nesiller.....	38
2.4.2.1. Bebek Patlaması Nesli.....	38
2.4.2.2. X Nesli.....	39
2.4.2.3. Y Nesli.....	41
2.4.2.4. Z Nesli.....	43

2.5. Çalışmanın Modeli.....	44
3. BÖLÜM: KONUYA İLİŞKİN LİTERATÜR ÖZETİ: Y NESLİ ve TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI.....	50
3.1. Psikolojik Açıdan Teknoloji Bağımlılığı.....	50
3.2. Teknoloji Bağımlılığı ve İletişim.....	52
3.3. Teknoloji Bağımlılığı ve Eğitim.....	53
3.4. Teknoloji Bağımlılığı ve Kültürlerarası Karşılaştırmalı Çalışmalar....	55
3.5. Sosyolojik Açıdan Teknoloji Bağımlılığı.....	55
3.6. Teknoloji Bağımlılığı ve Sosyal Kimlikler.....	59
3.7. Y Nesline İlişkin Literatürün Değerlendirilmesi.....	64
3.7.1. Y Nesli ve İş Yaşamı.....	64
3.7.2. Y Nesli'nin İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı.....	68
3.7.3. Y Nesli ve Öğrenme-Öğretme Stilleri.....	71
4. BÖLÜM: BULGULAR.....	73
4.1. Sosyodemografik Bulgular.....	73
4.2. Türkiye'deki Y Nesli'nin Yaş Aralığını Belirlemeye Yönelik Bulgular.....	79
4.3. İnternet Kullanım Alışkanlıklarına Yönelik Bulgular.....	83
4.4. Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarına Yönelik Bulgular.....	88
4.5. Bireylerin Aitlik Hissettikleri Sosyal Grupları Belirlemeye Yönelik Bulgular.....	94
4.6. Gençlerin Sosyal Kimliklerinin Oluşmasında Ailelerinin Etkisi	98
4.7. Hipotez Testleri.....	105

4.7.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Analizler.....	106
4.7.2. İnternet Kullanım Alışkanlıklarına İlişkin Analizler.....	109
4.7.3. Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarına İlişkin Analizler.....	111
4.7.4. Sosyal Kimliğe İlişkin Analizler.....	113
SONUÇ ve TARTIŞMA.....	122
KAYNAKÇA.....	139
EK 1. Anket Formu.....	154
EK 2. İnternet Bağımlılığı Testi.....	159
EK 3. Etik Kurul Raporu.....	160
EK 4A. Orijinallik Raporu (Türkçe).....	161
EK 4B. Orijinallik Raporu (İngilizce).....	162

ŞEKİLLER

Şekil 1: Davis'in Bilişsel Davranışçı Patolojik İnternet Kullanım Modeli

Şekil 2: Ying'in Nöropsikolojik İnternet Bağımlılığı Modeli

Şekil 3: Nöropsikolojik İnternet Bağımlılığı Şemasının Açıklaması

Şekil 4: Çalışmanın Modeli



TABLÖLAR

Tablo 1: Cinsiyet Dağılımı

Tablo 2: Doğum Tarihi Dağılımı

Tablo 3: Eğitim Alınan Fakülte Dağılımı

Tablo 4: Fakültelerin Sınıflara Göre Dağılımı

Tablo 5: Cinsiyete Göre Doğum Yeri Dağılımı

Tablo 6: Anne veya Babanın Hayatta Olma Durumu

Tablo 7: Anne Babanın Evlilik Durumu

Tablo 8: Annenin Eğitim Durumu

Tablo 9: Babanın Eğitim Durumu

Tablo 10: Annenin Mesleği

Tablo 11: Babanın Mesleği

Tablo 12: Ailenin Aylık Ortalama Gelir Seviyesi

Tablo 13: Üniversiteye Başlamadan Önce Kiminle/Nerede Yaşanıldığı

Tablo 14: Şu Anda Kiminle/Nerede Yaşanıldığı

Tablo 15: İlk Kez Bir Cep Telefonunun Kaç Yaşında Kullanıldığı

Tablo 16: İlk Kez Kaç Yaşında Bir Cep Telefonuna Sahip Olunduğu

Tablo 17: İlk Kez Bir Bilgisayarın Kaç Yaşında Kullanıldığı

Tablo 18: İlk Kez Bir Bilgisayara Kaç Yaşında Sahip Olunduğu

Tablo 19: İlk Kez Bir Oyun Konsolunun Kaç Yaşında Edinildiği

Tablo 20: Kaç Yıldır İnternet Kullanıldığı

Tablo 21: Günlük Ortalama İnternet Kullanım Süresi

Tablo 22: İnternete Bağlanılan Cihaz Dağılımı

Tablo 23: İnternetin En Çok Hangi Amaçlarla Kullanıldığı

Tablo 24: İnterneti Kullanım Sırasında Birinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 25: İnterneti Kullanım Sırasında İkinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 26: İnterneti Kullanım Sırasında Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 27: İnterneti Kullanım Sırasında Dördüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 28: İnterneti Kullanım Sırasında Beşinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 29: İnterneti Kullanım Sırasında Altıncı Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 30: İnterneti Kullanım Sırasında Yedinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 31: Sosyal Medya Ağlarını Kullanım Durumu

Tablo 32: Hangi Sosyal Medya Hesaplarının Kullanıldığı

Tablo 33: En Sık Kullanılardan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında Birinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 34: En Sık Kullanılardan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında İkinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 35: En Sık Kullanılardan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 36: En Sık Kullanılardan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında Dördüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 37: En Sık Kullanılardan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında Beşinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 38: Sosyal Medyada Geçirilen Süre

Tablo 39: Sosyal Medya Paylaşımlarının Beğeni veya Yorum Almasının Önemi

Tablo 40: Ailelerinin Sosyal Medya Kullanma Durumları

Tablo 41: Sosyal Medya Hesabı Bulunan Aile Üyelerinin, Örneklemin Kullandıkları Sosyal Medya Hesaplarında Ekli Olma/Bulunma Durumları

Tablo 42: Sosyal Medya Ağlarında Hangi Aile Üyelerinin Bulunduğu

Tablo 43: Ailelerinin Neden Sosyal Medya Hesaplarında Bulunmadıkları

Tablo 44: Aile Üyeleri İle Birlikteyken İnternette Geçirilen Süre

Tablo 45: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplar

Tablo 46: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardan Birinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 47: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardan İkinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 48: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardan Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 49: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardan Dördüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 50: Birinci Sıraya Yerleştirilen Sosyal Grubun Karakter Üzerindeki Etkisi Hakkındaki Düşünceler

Tablo 51: İkinci Sıraya Yerleştirilen Sosyal Grubun Karakteri Üzerindeki Etkisi Hakkındaki Düşünceler

Tablo 52: Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Sosyal Grubun Karakteri Üzerindeki Etkisi Hakkındaki Düşünceler

Tablo 53: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiği

Tablo 54: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Birinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 55: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında İkinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 56: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 57: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Dördüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 58: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Beşinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 59: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Altıncı Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

Tablo 60: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardaki Diğer Kişilerle Nasıl İletişim Kurulduğu

Tablo 61: Ailelerin Kendilerini En Çok Hangi Sosyal Grup İle Tanımladığı

Tablo 62: Ailelerin Bilgisi Dışında veya Onaylamadığı Bir Sosyal Gruba Aitlik Hissetme Durumu

Tablo 63: En Önemli Olduğu Düşünülen Sosyal Grubun İnternet veya Sosyal Medya Platformları Üzerinde Kurulmuş Bir Grubuna Üyelik Durumu

Tablo 64: Bu Gruptan Alınan Yorum veya Beğenilerin Ne Derece Önemli Olduğu

Tablo 65: Bu Gruplara Üyelikten Ailelerin Bilgisinin Olup Olmadığı

Tablo 66: Bu Gruplara Üyelikten Neden Ailelerin Bilgisinin Olmadığı

Tablo 67: Aile Üyelerinden En Az Birinin Sosyal Medya veya İnternetteki Bu Gruba Katılma Durumu

Tablo 68: Demografik Bilgiler İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklere İlişkin Korelasyon Analizi

Tablo 69: Doğum Tarihine Göre “Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar” Alt Ölçeğinden Alınan Puanların Ortalaması

Tablo 70: Öğrenim Görülen Fakülte İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 71: Doğum Yeri İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 72: Anne ve Babanın Evlilik Durumu İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 73: Teknoloji Kullanımı İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Korelasyon Analizi

Tablo 74: İnternet Kullanım Amaçları ile İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Korelasyon Analizi

Tablo 75: Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Korelasyon Analizi

Tablo 76: Aitlik Hissedilen Dini Sosyal Gruplar İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 77: Aitlik Hissedilen Etnik Sosyal Gruplar İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin ANOVA Analizi

Tablo 78: Aitlik Hissedilen Milli Sosyal Gruplar İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 79: Aitlik Hissedilen Farklı Cinsel Yönelim Grupları İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 80: Aitlik Hissedilen Çeşitli Hobi Sosyal Grupları İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 81: Aitlik Hissedilen Sosyal Grup İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin ANOVA Analizi

Tablo 82: Ailelerin Bilgisinin Olmadığı veya Onaylamadığı Bir Sosyal Gruba Aitlik Hissetme Durumu İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 83: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplarla İletişim Sağlama Şekli İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 84: En Önemli Olan Sosyal Grubun Sosyal Medya Üzerinde Kurulmuş Bir Grubu Olma Durumu İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 85: En Önemli Olan Sosyal Grubun Sosyal Medya Üzerinde Kurulmuş Grubundan Aldıkları Beğeni veya Yorumların Önemi İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

Tablo 86: Aitlik Hissedilen Sosyal Grupların Sosyal Medya Üzerinde Kurulu Grubuna Üyeliğinden Ailelerin Bilgisinin Olup Olmamasının İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine Göre Nasıl Farklılaştığı

Tablo 87: Aitlik Hissedilen Sosyal Grupların Sosyal Medya Üzerinde Kurulu Grubuna Aile Üyelerinden En Az Birinin Ekli Olma Durumunun İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine Göre Nasıl Farklılaştığı

GİRİŞ

Şu anda içerisinde yaşadığımız yüzyıl çeşitli ifadelerle tanımlanabilmektedir. Örneğin, Bilgi Çağı, Risk Toplumu, Postmodern Toplum, Modern Toplum, vb. ifadeler bu tanımlamalardandır. Bunlardan bir tanesi olan “Sanayi Sonrası” terimi, 1973 yılında Daniel Bell tarafından “bilgisayar teknolojisini kullanarak bilgi üretme” anlamında kullanmıştır. Bu cümle artık yeni bir toplumsal sürecin başladığını belirtmektedir. Sanayi toplumlarında üretimin merkezi fabrikalar ve mal üreten birtakım makineler iken; sanayi sonrası toplumlarda üretimin merkezi bilgisayar üzerinden bilgi üreten, onu pratiğe taşıyan elektronik aletlerdir (Macionis’ten akt. Can, 2013, s. 84). Bu anlamda bilgi ve teknoloji kavramları çağın anahtar kavramları arasındadır. Deneyimlenen ve üretilen her türlü bilgi ise dijital aletler ve internet teknolojisi ile dünyanın her yerine aktarılabilir hale gelmiştir.

İnternet, yirminci yüzyılın son yıllarında ortaya çıkmış bir teknolojidir. İnternet ile yazı ve sese dayalı iletişimin yanında, görsel olarak iletişim kurmak da artık mümkün hale gelmiştir. Dahası, dünyanın neredeyse tamamında bulunan mevcut ağlar sayesinde internet ile kişilerarası anlık iletişim sağlanabilmektedir. Gerek internetin yaygınlaşmaya başlaması ve ucuz hale getirilmesi, gerek tablet, akıllı telefon, internete erişimi olan kol saatleri, küçük bilgisayarlar, vb. aletlerin geliştirilmesiyle, internet tüm insanlığın ilgisini çekmekle birlikte, özellikle bu teknolojiye daha aşina olan genç neslin ilgisini daha fazla çekmeye başlamıştır. Y Nesli ise tam bu teknolojik gelişmelerin başlayıp yaygınlaştığı bir zaman diliminde gelmiştir. Bu nedenle bu teknolojiye kendisinden önceki nesillere göre daha fazla aşinadır.

Teknoloji kullanımı Y Nesli’nin birtakım karakteristik özelliklerinin oluşmasında da etkili olmuştur. Bu konuda yapılan çalışmalar incelendiğinde, Y Nesli’ni tanımlayan en önemli özelliğin teknolojik yatkınlık (technology savvy) olduğu sıklıkla tekrarlanmaktadır (Prensky, 2001, s. 1; Palfrey ve Gasser, 2008; Bolton vd., 2013, s. 248; Crumpacker ve Crumpacker, 2007; Zempke v.d.’den akt. Adıgüzel v.d., 2014, s. 173). Bu yatkınlık onların kişilik özelliklerinde, yeteneklerinde, düşünme şekli ve davranış şekillerinde, konuşma tarzlarında, eğitim hayatlarında, vb. birçok alanda farklılık yaratmaktadır. Örneğin bu nesil diğer nesillere göre birden fazla işi aynı anda yapabilme özelliğine sahiptir. Bundan dolayı Y Nesli bireylerinin “çok yönlü” (multitasking) olduğuna vurgu yapılmaktadır (Spiro, 2006). Bir taraftan müzik dinleyen bu nesil, diğer taraftan ders çalışabilmektedir. Anlık mesajlar alıp vermeye izin veren bir teknolojiye aşina olmaları ise (Prensky, 2001; Crumpacker ve Crumpacker, 2007) onların daha sabırsız ve çok daha çabuk sıkılan bir yapıda olmalarına

sebebiyet verebilmektedir. Aynı zamanda kolay uyum sağlayabilen, bilgiye hızlı ulaşabilen, sürekli yeni bakış açıları elde etmeye çalışan bir nesildir (Lower, 2008). Bu örnekler Y Nesli'nin sosyalizasyon sürecinde internet gibi dijital teknolojilerin önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Çünkü yaşamlarının her alanına bu teknoloji nüfuz etmiş durumdadır.

Sosyalizasyon, sosyoloji biliminde bireyin toplumsallaşma sürecini ifade etmektedir. Sosyalizasyon kısaca insan yavrusun doğduğu andan itibaren toplumun bir üyesi haline gelmesi (Kağıtçıbaşı, 2014, s. 219- 220; Openstax, 2012, s. 100); biyolojik bir varlıktan, sosyal bir birey haline dönüşmesidir (Kağıtçıbaşı, 2014, s. 219- 220). Kimlik, kişilik, benlik, sosyal benlik ve sosyal kimlikler sosyalizasyon süreci boyunca gelişir. Her birey belli bir toplumun veya bir kültürün içerisinde dünyaya gelir. Sosyolojik bakış açısı bireyi böyle bir sosyal grup içerisinde inceler. Sonuç olarak bireyler içerisine doğduğu sosyal gruptan etkilenecek kendi kimliklerini geliştirirler. Bir sosyal gruba üyelik sosyal kimliklerin şekillenmesinde en önemli etkenlerdendir. Sosyal kimlik milliyet, sınıf, cinsiyet, dini, etnik gibi sınıflamaları içerir (Sözen, 1991, s. 97).

Günümüzde bireylerin kendilerini ait hissettikleri sosyal kimlikler hem reel hayatta hem de sanal hayatta mevcuttur. Yeni doğan bir çocuk zaten ailesi vasıtasıyla belirli bir sosyal grubun parçası olarak dünyaya gelmektedir. Dolayısıyla bireyin doğduğu andan itibaren sahip olduğu bu grup onun sosyal kimliğini oluşturmada oldukça etkili olacaktır. Bu anlamda aile, sosyal yaşamın başlangıcı olmasından dolayı, bir sosyalizasyon ajanı olarak bireyin sosyal kimliklerini şekillendirme merkezi bir yere sahiptir. Fakat birey yaşı ilerledikçe okul, arkadaşlar, kitle iletişim araçları, iş ve meslek grupları gibi birçok farklı sosyalizasyon ajanları ile etkileşim içerisine girer. Farklı sosyal gruplarla tanışıp, bu grupların norm ve değerlerini öğrenir. İnternet de bunlardan bir tanesidir.

Bu çalışmada Türkiye'deki Y Nesli'nin sosyal kimliklerinin oluşmasında sosyalizasyon ajanlarından merkezi bir noktada bulunan ailelerinin mi yoksa, son yirmi yılda ortaya çıkan internet gibi dijital teknolojilerin mi daha etkili olduğunu araştırmaktadır. Bu anlamda çalışmada Y Nesli bireylerinin geçmişten bugüne dijital teknolojiyle olan ilişkilerinin yanı sıra aileleriyle kurdukları sosyal ilişkiler de incelenmiştir. Çalışmanın Y Nesli üzerinde yapılmasının gerekçesi ise bulunduğumuz çağda gençlik yıllarını yaşayan bu neslin, yukarıda bahsedildiği üzere teknolojik yatkınlığının kendinden önceki nesillere göre çok daha fazla olması; bu yaş grubunu temsil eden bireylerin artık günümüzde yüz yüze samimi ilişkilerden ziyade sanal ortamlarda yeni ilişkiler şekillendirmeye meyilli olmalarından

kaynaklanmaktadır. İnternetin yeni bir sosyalizasyon ajanı olarak bireylerin hayatlarına girmiş olması, onun sosyal değişimde etkili bir araç haline gelmesine neden olmuştur. Bu anlamda bir sosyal değişme aracı olarak internetin yerinin genç bireyler üzerindeki etkisini tespit etmek önem arz etmektedir.

Bilgi ve yöntemi nesnesine tabidir. Bir çalışmada elde edilmek istenen bilgi ve bu doğrultuda izlenen yöntem araştırma nesnesinin doğasına bağlıdır. Bu çalışmada yöntem olarak nicel bir araştırma tasarımı kullanılmıştır. Çünkü çalışmada Y Nesli'ni temsil eden üniversite öğrencilerinin internet bağımlılık düzeyleri ve bu durumun onların sosyal kimlik edinme süreçlerine olan etkisi incelenmektedir. Dahası Türkiye'deki Y Nesli ile Batı ve Amerika'daki Y Nesli'nin tarihsel yaş aralığının aynı olup olmadığı teknoloji kullanımı açısından tahmin edilmeye çalışılmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın genelleme ve karşılaştırma iddiası söz konusudur. Bundan dolayı nicel araştırmalarda görülen bir bütün olarak belli bir nüfusun bazı ortak özellikleri, belli bir nüfus içerisindeki düzenlilikler ve ortak örüntüler keşfedilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda ise örneklemin internet kullanım ve alışkanlıkları hem araştırmacı tarafından hazırlanan anket ile hem de Young (1998) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması ile geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Çakır Balta ve Horzum (2008) tarafından yapılan "İnternet Bağımlılığı Testi" ile ölçülmüştür.

Bu çalışma toplam dört ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın konusu, amacı, önemi ve yöntemi anlatılmaktadır. İkinci bölümde çalışmanın kuramsal arka planı verilmiştir. Bu bölümde ilk olarak sosyalizasyon sürecinden ve bu süreçte inşa edilen sosyal kimliklere dair ortaya konan kuram ve görüşlere yer verilmiştir. Daha sonra günümüzün dijital teknolojilerine gelene kadar bilimde meydana gelen birtakım gelişmelerden bahsedilmiş ve en son olarak da bilgisayar ve internet teknolojisinin hem dünyada hem de Türkiye'de nasıl ve ne zaman kullanılmaya başlandığı belirtilerek, internet bağımlılığına ilişkin kuramsal açıklamalara yer verilmiştir. Sonrasında nesiller kavramının sosyal bilimlerde nasıl ve ne zaman kullanılmaya başlandığından bahsedilerek şu anda dünya üzerinde yaşamakta olan dört nesil ayrıntılı olarak anlatılmıştır. Son olarak ise bu bölümde araştırmada nasıl bir eklektik modelin kullanıldığına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde konuya ilişkin hem ulusal hem de uluslar arası literatürün özeti verilmiştir. Bu doğrultuda çeşitli disiplinlerde teknoloji bağımlılığının, Y Nesli'nin ve sosyal kimlikle ilgili çalışmaların nasıl ele alındığı, hangi değişkenler bağlamında konunun incelendiğine yer verilmiştir. Dördüncü ve son bölümde çalışmanın bulguları ve analizler bulunmaktadır. Daha sonra bu bulgular sonuç ve

tartışma kısmında ulusal ve uluslararası literatüre atıflar yapılarak tartışılmış ve bu doğrultuda gelecek çalışmalara yön vermesi açısından öneriler geliştirilmiştir.



1. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI ve YÖNTEMİ

1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu çalışmada Türkiye’deki Y neslinin tarihsel yaş aralığını sadece teknoloji kullanımı açısından tahmin etmeye çalışılarak, Y nesli bireylerinin teknoloji ve internet kullanım davranışlarının bağımlılığa yol açıp açmadığını ve sosyalizasyon sürecinde inşa edilen sosyal kimliklerin oluşumunda geleneksel sosyalizasyon ajanlarından olan ailelerin mi yoksa yeni ortaya çıkan dijital teknolojinin mi daha etkili olduğu araştırılmaktadır.

Nesil veya diğer bir deyişle kuşak kavramı belirli bir zaman aralığı ile ifade edilse de rakamsal bir ifadeden çok daha fazlasıdır ve sosyolojik bir tanımlama içermektedir. Çünkü bir kuşağın başlangıç ve bitişini gösteren tarihsel aralık, aynı zamanda bireylerin birlikte tecrübe ettikleri sosyal, psikolojik, ekonomik, teknolojik ve tarihsel olayları da kapsamaktadır. Türk Dil Kurumu’na göre kuşak kavramı yaklaşık olarak aynı yıllar içerisinde doğan ve o çağın şartlarını, benzer sıkıntılarını, kaderini paylaşan insanlar topluluğunu ifade etmektedir (www.tdk.gov.tr). Nesiller kavramsallaştırmasında Y neslinin tarihsel aralığı farklılıklar göstermektedir. Fakat bilimsel çalışmalarda ortalama olarak 1980 ile 2001 yılları (Lower, 2008, s. 80) veya 1981 ile 1999 yılları arasında doğan nesli kapsadığı görülmektedir (Bolton vd., 2013, s. 247). Bu yüzden bu çalışmada Y neslinin tarihsel aralığı 1980 ile 2000 yılları olarak alınmıştır. Fakat ulusal literatürde Türkiye’deki Y Nesli’nin tarihsel yaş aralığının Batı ve Amerika’dakinden farklı olduğuna dair çeşitli tartışmalar ve araştırmalar yer almaktadır. Bunun altında yatan sebeplerden bir tanesi ve en önemlisi olarak ise Türkiye’de dijital teknolojilerin Batı’dan daha geç yaygınlaşması gösterilmektedir. Bu yüzden bu çalışmada Türkiye’deki Y Nesli’nin tarihsel yaş aralığı teknoloji kullanımı açısından incelenecektir.

Y Nesli, dijital dünyayı sonradan keşfetmemiş; o dünyanın içine doğmuştur. Önceki kuşaklar, örneğin herhangi bir şeyle ilgili bilgi edinmek istediğinde ilk olarak internete bakmak yerine o şeyin el kitabını okumayı tercih eden; bir görüşme yapacak olduğunda internet ortamında görüşmeyi sürdürmek yerine yüz yüze görüşmeyi tercih eden; bir yazıyı bilgisayarda okumak yerine onun çıktısını alıp okumayı tercih eden bir nesildir (Prensky, 2001, s. 2). Y Nesli ise bütün bunları teknolojik aletler vasıtasıyla yerine getirmeyi tercih eden bir nesildir.

İnternete erişimin artık daha ucuz hale gelmesi, taşınabilir küçük teknolojik cihazlarda internet erişiminin olması, vb. gibi nedenler özellikle teknolojiye yatkınlığı daha yüksek olan

genç bireylerin internette çok fazla zaman geçirebilmesine neden olabilmektedir. Bu durum sonucunda ise internet kullanımı patolojik bir rahatsızlığa yani bağımlılığa dönüşebilmektedir. Bağımlılık, bireyin bir madde veya davranışı kullanmayı bırakamamasıdır (Egger ve Rauterberg, 1996, s. 8). Bağımlılık, genellikle ruhsal, fiziksel, duygusal veya sosyal bozukluk olarak tanımlanmaktadır (Aronson, 1997, s. 8). Teknolojik gelişmeler ve bu teknolojik ürünlerin kullanılması ise günümüzde bir bağımlılığa dönüşmüş durumdadır. Sürekli gelişmekte olan internet teknolojisi, insan hayatına kolaylıklar sağlamakla birlikte, aynı zamanda bir bağımlılığa da dönüşebilmektedir. Buna bağlı olarak ise bireylerde okuldan kaçma, ilişkilerde bozukluk, tıbbi tedavi görme gibi birçok sorun görülmektedir (Egger ve Rauterberg, 1996, s. 6).

İnternet bağımlılığı davranışa bağlı bağımlılıklar kapsamında değerlendirilmektedir. İnternet bağımlılığı bir kavram olarak ilk defa 1996 yılında Kimberly S. Young tarafından Amerikan Psikoloji Derneğinin yıllık toplantısında dile getirilmiştir. İnternet bağımlılığı bir “hastalık” olarak ise ilk kez Goldberg tarafından dile getirilmiştir. (Goldberg, 1996’dan akt. Balcı ve Gülnar, 2009, s. 6). Amerikan Psikiyatri Birliği’nin 1994’te yayınladığı Mental Bozuklukların Tanımsal ve Sayısal EL Kitabı’nda (DSM-IV) internet bağımlılığı bir hastalık olarak yer almaktadır (Çelebi’den akt. Cengizhan, 2005, s. 3).

Y Nesli’nin teknolojik yatkınlığı onun hem toplumsal ilişkilerini hem de aile yaşantısını etkileyebilmektedir. Ailenin bireylerin eğitimi, kimlik oluşumu ve sosyalizasyon sürecinde etkili faktörlerden biri olduğu dünden bugüne tartışılan bir konudur. Aile, evlilikle başlayan ve kurucularının ölümüne kadar devam eden dinamik bir yapıdır (Özdemir, vd., 2009, s. 8). O, bir toplumun çekirdeğini oluşturur ve gerek beslenme gibi maddi, gerek üreme gibi fizyolojik, gerekse kültür ve eğitim gibi, bireylerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılar. Hem maddi hem de manevi değerler aile vasıtasıyla kuşaktan kuşağa aktarılır (Cansel, 1991, s. 63). Aile, içerisinde bulunduğu toplumdan, ekonomiden, mevcut siyasi sistemden etkilenir ve bu toplumsal sisteme katılacak yeni bireyleri üretir. Bu anlamda ailenin fonksiyonel bir işlevi olduğu aşikârdır (Özdemir, Vatandaş ve Torlak, 2009, s. 10).

Bu çalışma ise Türkiye’deki Y neslinin internet bağımlılığını incelemektedir. Günümüzde internete erişiminin yalnızca tek bir cihazla sınırlı olmayıp gelişen teknolojiyle birlikte masa üstü bilgisayarlar, dizüstü bilgisayarlar, tablet bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve hatta kol saatleri ve televizyon gibi çeşitli teknolojik aletler ile internete erişim mümkündür. Ayrıca bu tür internet erişimi olan aletlerin artık daha küçük ve taşınabilir hale gelmeleri bireylerin her

an her yerde internete erişimini kolaylaştırmaktadır. Bu cihazlar sayesinde bireyler internet ile daha fazla zaman geçirebilmektedirler. İnternet teknolojisinin ucuz bir hizmet haline gelmesiyle birlikte, hayata dair her şeyi içinde barındırması internetin bireylerin sosyal gelişimi üzerinde çok etkili bir faktör olarak ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bireylerin kimlik geliştirme ve sosyalizasyon süreçlerinde aile dışında internetin de etkili olduğu son yıllarda oldukça sık tartışılan bir konu haline gelmiştir.

Bu bağlamda çalışma Türkiye’deki Y Nesli’nin teknolojik açıdan tarihsel yaş aralığını tahmin etmeye çalışarak bu neslin teknoloji ve internet kullanım alışkanlıkları ile internet bağımlılık düzeylerini tespit edilmeye çalışmıştır. Sosyalizasyon sürecinde Y Nesli bireylerinin ailelerinin ve internet kullanım davranışlarının etkileri araştırılarak, sosyal kimliklerinin gelişmesinde hangisinin daha etkili olduğu incelenmiştir.

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Günümüzde bilgi ve enformasyonun bu kadar hızlı ve kolay bir şekilde aktarımı toplumsal ilişkilere de yansımaktadır. Özellikle son çeyrek yüzyılda meydana gelen bilgisayarlar ve internetin bulunuşu gibi teknolojik gelişmeler, bu teknoloji ile birlikte büyüyen nesiller üzerine oldukça etkili olmuş ve bu neslin yaşayış, algılayış, düşünüş şeklinde; kişilik ve kimlik oluşumunda; ailevi ve toplumsal ilişkilerinde önceki nesillere göre farklılıklara sebep olmuştur. Aile ise bir bebeğin doğduğu andan itibaren sosyalizasyon sürecinde etkili olan son derece önemli bir kurumdur. Fakat eğitimden basit ev işlerinin nasıl yapılacağını öğrenmeye kadar hayatın her alanına sızmış internet teknolojisi, toplumdaki geleneksel kurumlardan bir tanesi olan aileyi ve aile hayatını da birçok açıdan etkilemektedir. Özellikle var olduğu andan itibaren bu teknolojiden haberdar ve ona alışık olan Y Nesli, bilgisayarlar ve internet ile birlikte büyüyen ilk nesildir. Günümüzde artık bir bebeğin henüz iki yaşına bile gelmeden akıllı telefonları kullanmayı öğrendiği görülmektedir. Yüz yüze kurulan samimi ilişkiler artık ev ortamında dahi cep telefonları üzerinden çok rahatlıkla yürütülebilir hale gelmiştir. Bundan dolayı bu çalışmanın iki ana amacından ilki, bu teknolojiyle iç içe büyüyen ve ona alışık olan Y Nesli’nin hem aile ile kurulan sosyal ilişkilerini hem de teknolojinin hayatlarına olan etkilerini incelemek ve sosyalizasyon sürecinde inşa edilen sosyal kimliklerinin gelişiminde ailelerinin mi yoksa internetin mi daha etkili olduğunu tespit etmeye çalışmaktır.

Kablosuz ağlarla dünyanın her yerine bağlantı kurulabilen böyle bir çağda, artık nesillerin de global bir karakter sergiledikleri düşünülmektedir (Edmunds ve Turner, 2005). Fakat unutmamak gerekir ki son çeyrek yüzyılda ortaya çıkan bu teknoloji dünyanın her yerine aynı

anda ve aynı hızla yayılmamıştır. Her toplumun teknolojik ve ekonomik alt yapısı kendi zaman çizgisi içerisinde değişkenlik göstermektedir. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere bu tür gelişmeler Batı'ya ve Amerika'ya kıyasla birkaç yıl daha geç ulaşmıştır. Bu nedenle bu çalışmanın iki ana amacından diğeri ise nesiller kavramsallaştırmasında global bir nesil olma özelliği gösteren Y Nesli'nin tarihsel yaş aralığının Türkiye'de nasıl olduğunu teknoloji kullanımı açısından tahmin etmeye çalışmaktır. Çünkü Y Nesli'nin kimlik gelişimde ve toplumsal ilişkilerinde en etkili olarak görülen unsurlardan bir tanesi teknoloji kullanımıdır. Fakat bu gelişmelerin Batı'ya kıyasla Türkiye'ye daha geç ulaşmış olması, Y Nesli'nin tarihsel yaş aralığının Türkiye örneğinde daha farklı olabileceğini düşündürmektedir.

Bu iki temel amacın yanı sıra ise çalışmada ayrıca Türkiye'deki Y Nesli'nin teknoloji, internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ortaya koymak, bu neslin internet bağımlılık düzeyini belirlemek amaçlanmıştır.

Günümüzde üretimin merkezinin artık bilgi üreten ve onu tüm dünyaya aktaran bilgisayar olması, beraberinde toplumsal değişmeye de kapı aralamaktadır. Sosyal değişme sosyoloji biliminde en önemli kavramlardan bir tanesidir. Geçmişten günümüze her toplumda sosyal değişme vardır. Bu değişimin arkasında yatan nedenler demografik değişmeler, ekonomide meydana gelen düşüş ve yükselişler, savaşlar, teknolojik gelişmeler olabilir. Günümüzde ise teknolojik gelişmelerden internet teknolojisi son yıllarda sosyal değişmelerde etkili olmaya başlamıştır. Bu anlamda bir sosyal değişme aracı olarak internetin yerini tespit etmek bu çalışmanın önemini göstermektedir. Ayrıca, yapılan çalışmalarda internet ve teknoloji kullanımının gençlerin sosyalizasyon süreçlerine ve aile içi ilişkilerine olan etkilerinin sorgulandığı fakat Y neslinin sosyal kimliklerinin gelişiminde teknolojinin etkisinin sorgulanmadığı çalışmaya rastlanmamıştır. Bu anlamda çalışma literatürdeki bu boşluğu doldurması açısından da önem arz etmektedir.

1.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bir araştırma yaklaşımının seçimi araştırmanın başlamasından sonlanmasına kadar geçen sürenin tamamını etkiler. Araştırma, seçilen araştırma deseninin doğasına uygun olarak başlar ve devam eder. Araştırma yaklaşımının seçimi ise; araştırma probleminin doğasına, araştırmacının kişisel deneyimlerine, araştırmanın nesnesinin temel özelliklerine göre belirlenir (Creswell, 2014, s. 3).

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma, değişkenler arasındaki ilişkiyi inceler ve nesnel ölçütler çerçevesinde oluşturulmuş kuramları test etme prensibine dayanır. Değişkenler ise belirlenen ölçme araçlarıyla ölçülür, sayısallaştırılmış veriler istatistikî yöntemler aracılığıyla analiz edilir (Creswell, 2014, s. 4).

Nicel araştırma deseni altında başlıca üç tasarım türü ortaya çıkar. Bunlar; deneyler, yarı deneysel çalışmalar ve korelasyon analizleridir (Punch, 2005, s. 63). Değişkenler arasındaki ilişkiye odaklanan korelasyon araştırmalarında bazı ilişki ya da ilişkilerin ne derece var olup olmadığını bulmaya çalışır. Araştırmacının herhangi bir şekilde müdahalesi ya da yönlendirmesi olmaksızın, doğal olarak ortaya çıkan olgular arasında ilişkileri bulmak ve tanımlamak araştırmacının genel görevidir (Büyüköztürk vd., 2012, s. 16). Değişken temelli nicel çalışmalarda hipotez temeldir. Hipotez, bir araştırmanın olası sonucuna dair yapılan tahminlerin ifadesidir (Fraenkel ve Wallen, 2006; Gay vd., 2009'dan akt. Büyüköztürk vd., 2012, s. 16). Bu araştırmada değişkenler arası ilişki oluşturulan hipotezler aracılığı ile ölçülmeye çalışılmıştır.

1.3.1. Evren ve Örneklem Belirleme Süreci:

Bu araştırmanın evrenini 2017-2018 eğitim yılında Karabük Üniversitesi'nde öğrenim gören 1990 ile 1999 yılları arasında doğan ve Y nesli olarak adlandırılan grup oluşturmaktadır. Karabük Üniversitesi'nde çalışmanın yapıldığı bu yıllarda toplam 42 bin öğrenci öğrenim görmektedir. Örneklem seçiminde olasılıklı olmayan örneklem tekniklerinden amaçlı örneklem tekniği kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme bazı durumlarda koşulların kontrol altına alındığı problemlerde, araştırma için önem arz eden ve araştırmacının amacına en iyi şekilde hizmet edecek tipik bir grup seçilir (Özen ve Gül, 2007, s. 414). Bu çalışmanın temel amacı ise sosyal kimliklerin oluşmasında internet kullanım ve alışkanlıklarının etkisini incelemektir. Bu bağlamda amaçlı örnekleme kullanılırken yaş, cinsiyet ve fakülte faktörleri temel alınmıştır. Türkiye'ye internet ve bilgisayar teknolojisi Batı ve Amerika ile karşılaştırıldığında, yaklaşık on yıl sonra bu teknolojiler gelmiştir. Bu nedenle araştırmanın örneklemini Türkiye'de bu teknolojilerin kullanılmaya başlandığı yıllar olan 1990 ile 1999 yılları arasında doğan bireylerden seçilmiştir. Çünkü bu çalışma Y Nesli'ni sadece teknoloji kullanımı açısından incelemektedir. Bu kapsamda toplam 16.893 Edebiyat ve Mühendislik öğrencisinden 0.05 hoşgörü miktarı ve 0.1 hata payı ile örnekleme hesabı yapılmış ulaşılması gereken öğrenci sayısı 272 olarak bulunmuştur. Temsili bir çalışma amaçlanmaması ve cinsiyet, yaş üzerinden yakın dağılıma ulaşmak hedeflendiği için amaçlı örnekleme ile 139

kadın ve 133 erkek öğrenci olmak üzere edebiyat fakültesi¹ (136 kişi) ve mühendislik fakültelerinden² (136 kişi) toplam 272 öğrenciye anket uygulaması yapılmıştır. Edebiyat fakültesinin sözel ağırlıklı, mühendislik fakültesinin ise sayısal ağırlıklı eğitim alması anlamında aralarında yapısal bir farklılık olduğu öngörüldüğünden araştırmada bu iki farklı fakülte örneklem olarak seçilmiştir.

1.3.2. Veri Toplama ve Analiz Teknikleri

Bu araştırmada, nicel araştırmaya uygun olarak araştırmacı tarafından hazırlanan soru formu ve internet bağımlılığını ölçebilmek için Kimberly S. Young'un 1998 yılında geliştirdiği "İnternet Bağımlılığı Testi" (Internet Addiction Teste) kullanılmıştır. Test "İnternet Bağımlılığı Testi" olarak Çakır Balta ve Horzum tarafından 2008 yılında Türkçeye çevrilmiş ve geçerlilik güvenirlik çalışması yapılmıştır. Young'un 20 maddelik internet bağımlılığı testi, Türkçe geçerlilik ve güvenirlik çalışması sonucunda 10. maddenin güvenirliği bozduğu gerekçesiyle testten çıkarılarak, 19 soruya düşürülmüştür. Ölçek ile elde edilen verilerin cronbach alpha katsayısı .895'tir. Fakat 10. madde ölçekten çıkarıldıktan sonra ölçeğin güvenirlik değeri .90'a yükseleceği görülmüştür. Hesaplanan değerler Türkçeye çevrilen ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Türkçe uyarlamasında ölçek toplam üç alt bölümden oluşmaktadır (Çakır Balta ve Horzum, 2008):

- Çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme,
- Çevrimiçi olma süresini artırmak isteme,
- Çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar.

Çalışmada örneklemin internet bağımlılığı ölçeğinden aldığı genel puan ve her bir alt ölçekten aldıkları puanlar hesaplanmıştır. Buna göre bireyler en az 0 en fazla 95 puan almaktadır. İnternet Bağımlılık Testi (İBT) düzeyleri ise aldıkları bu puana göre hesaplanmıştır. Buna göre,

- 0-19 arası puan alanlar sıradan internet kullanıcısı,

¹ Çalışmanın yapıldığı 2017- 2018 eğitim yılında Karabük Üniversitesi Edebiyat Fakültesinde toplam 5321 öğrenci öğrenim görmektedir.

² Çalışmanın yapıldığı 2017- 2018 eğitim yılında Karabük Üniversitesi Mühendislik Fakültesinde toplam 11572 öğrenci öğrenim görmektedir.

- 20-49 puan alanlar ortalama internet kullanıcısı,
- 50-79 ara sıra problemlı internet kullanımına sahip veya başka bir deyişle risk grubunda
- 80-95 arası puan alanlar ise sık sık problemlı internet kullanıma sahipler veya diğeri bir deyişle internet bağımlısıdır.

İlgili ölçeğin kullanılmasına ilişkin Çakır Balta ve Horzum ile iletişime geçilmiş ve ölçeğin Türkçe versiyonunun kullanımı için izin alınmıştır. İzin belgesi eklerde sunulmuştur.

Çalışmada ayrıca demografik bilgilere ilişkin soruların bir kısmının hazırlanmasında Birsen Şahin'in "Yöneticilerin Sosyal Sorumlulukları Üzerinde Ailelerinin Etkisi: Ankara Elektronik Sanayi Örneği" isimli doktora tezinde kullandığı demografik sorularından yararlanılmıştır. Bununla birlikte, sosyal medya ile ilgili soruların bir kısmının hazırlanmasında ise Aysel Günindi Ersöz'ün "Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanma Alışkanlıkları: Sosyoloji Bölümü Öğrencileri Örneği" adlı çalışmasında kullandığı anket formundan yararlanılmıştır. İlgili araştırmacılardan soruların kullanımı için gerekli izinler alınmıştır. Çalışmanın sonuçları SPSS (Statistical Package for Social Science) ile analiz edilmiştir.

1.3.3. Araştırma Hipotezleri:

H1: Sosyalizasyon sürecinde sosyal kimliklerin oluşması ile internet bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Sosyalizasyon sürecinde sosyal kimliklerin oluşması ile internet kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Gençlerin sosyal medyada üye oldukları sosyal gruplar üzerinde ailelerin sosyal kimlik algısı etkilidir.

H4: Sosyalizasyon sürecinde sosyal kimliklerin oluşması ile aile ile sosyal ilişkiler arasında anlamlı ilişki vardır.

2. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ARKAPLANI

2.1. SOSYALİZASYON

Sosyolojinin başlangıç noktası sosyal kişidir. Sosyal kişi, başkalarından izole olmuş bir birey değil, fakat diğer insanlarla etkileşim içerisinde olan kişidir (Fichter, 2009, s. 20). Sosyal kişi sosyalizasyon süreci ile oluşmaktadır. Sosyalizasyon kelimesi sosyoloji biliminde bireyin toplumsallaşma sürecini ifade eden Fransızca kökenli bir kavramdır. Kavram Fransızca “socialisation” (www.fransizcasozluk.net) ve İngilizce “socialization” (www.seslisözlük.net) şeklinde yazılmakta olup Türkçeye sosyalizasyon veya sosyalleştirme yahut toplumsallaştırma (www.tdk.gov.tr) şeklinde çevrilmiştir.

Sosyalizasyon kelimesi aslen sosyal kavramından türetilmiştir. Bir sıfat olarak sosyal kelimesi, 14. yy Fransa’ında “arkadaşlık ve hoşgörü ile karakterize edilmiş” ve “müttefik, ortak” anlamlarına tekabül etmektedir. Kelimenin bu şekildeki kullanımı ise Latince “socialis” kelimesinden türetilmiştir. Bu kelime “birleşmiş, başkaları ile yaşam” anlamlarına denk gelmektedir. Socialis kelimesinin Latince “socius” kelimesi ile bir bağı söz konusudur. socius ise “yoldaş, takip eden” anlamlarında kullanılmaktadır. Kelimenin bilinen muhtemel kökü” sequi”ye dayanmaktadır. Sequi kelimesi “sequel” kelimesi ile benzer bir anlama sahip olup, “takip etmek” demektir. “başkaları ile birlikte yaşamak veya başkaları ile birlikte yaşamayı sevmek, arkadaşça ilişkiler içerisinde bulunmak” şeklinde kullanılmaktadır. Kelimenin bu şekilde kullanımı 1729 yılında olmuştur (Dilmen ve Ögüt, 2010, s. 237).

Sosyalizasyon kelimesi çoğu bilimsel çalışmada toplumsallaştırma/sosyalleştirme veya toplumsallaşma/sosyalleşme kavramları ile ifade edilmektedir. Bu çalışmada söz konusu kavram, anlam karmaşası olmaması adına sosyoloji biliminin genel kullanımına uygun şekilde “sosyalizasyon” olarak operasyonelleştirilmiştir. Çünkü sosyalleşme/toplumsallaşma veya toplumsallaşma/sosyalleşme kavramları ile sosyalizasyon kavramı arasında anlamsal açıdan farklılık bulunmaktadır. Her ne kadar Türkçeye aynı anlamı ifade edecek şekilde çevrilse de İngilizce socialization (sosyalizasyon, sosyalleşme) ile socializing (sosyalleştirme) kavramları birbirinden farklıdır. Socializing kelimesi arkadaş grupları veya aile üyeleri ile birlikte vakit geçirme gibi anlamları ifade ederken, sosyalizasyon süreci sosyolojik bir süreç olarak sosyalleştirme aşamasında gerçekleşir (Openstax, 2012, s. 100).

Sosyalizasyon kısaca, kişinin çevresindekilerle arasındaki etkileşim sürecidir (Fichter, 2009: 26). Sosyallaşma süreci, yeni doğan bir bebeğin içerisine doğduğu kültür için gerekli olan bilgi ve becerileri öğrenip, kendilik bilincini geliştirmesidir (Giddens, 2012, s. 200). Yani sosyallaşma, insan yavrusun doğduğu andan itibaren toplumun bir üyesi haline gelmesi (Aziz, 1982, s. 1; Kağıtçıbaşı, 2014, s. 219- 220; Openstax, 2012, s. 100); biyolojik bir varlıktan, sosyal bir birey haline dönüşmesidir. Bu süreçte insan yavrusu, ailesinin, akrabalarının, komşuluk çevresinin, içerisinde yaşadığı kentin ve köyün ve nihayet ulusunun bir parçası haline gelir (Kağıtçıbaşı, 2014, s. 219- 220). Sosyallaşma sürecinde birey toplumun beklentilerini, değer ve normları öğrenir ve içselleştirir (Openstax, 2012, s. 100). Bu yüzden sosyallaşma süreci özellikle yaşamın ilk yıllarında çok daha yoğun olmasına rağmen, tüm yaşam boyunca devam eden bir süreçtir (Aziz, 1982, s. 1; Giddens, 2012, s. 200-204; Gökün Baran, 2008, s. 88).

Sosyallaşma süreci oldukça karmaşık ve çok yönlü bir süreçtir. Çünkü insan her gün sayısız olayla ve kişilerle karşılaşmakta, içerisinde bulunduğu sosyoekonomik ve sosyokültürel koşullardan etkilenebilmektedir. Gelenekler, görenekler, fiziksel çevre ve daha sayılamayan birçok unsur, bir insanın sosyallaşma sürecini etkileyebilmektedir. İnsan yavrusu bütün bu unsurların karmaşık etkileşimi sonucunda bir “*kişi*” olarak ortaya çıkmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2014, s. 220).

2.1.1. Sosyallaşma Ajanları

Sosyallaşma süreci sosyallaşma ajanları vasıtasıyla gerçekleşir. Bu sosyallaşma ajanları, içerisinde önemli toplumsal süreçlerin gerçekleştiği sosyal gruplar veya bağlamlardır (Giddens, 2012, s. 200- 204). Aile, iş ve okul arkadaşları, arkadaş grupları, kitle iletişim araçları, medya, vb. sosyallaşma ajanlarına birer örnektir.

En önemli sosyallaşma ajanlarından bir tanesi olarak görülen aile, evlilikle başlayan ve kurucularının ölümüne kadar devam eden dinamik bir yapıdır (Özdemir vd., 2009, s. 8). O, bir toplumun çekirdeğini oluşturur ve gerek beslenme gibi maddi, gerek üreme gibi fizyolojik, gerekse kültür aktarımı ve eğitim verme gibi bireylerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılar. Hem maddi hem de manevi değerler aile vasıtasıyla kuşaktan kuşağa aktarılır (Cansel, 1991, s. 63). Aile, içerisinde bulunduğu toplumdan, ekonomiden, mevcut siyasi sistemden etkilenir ve bu toplumsal sisteme katılacak yeni bireyleri üretir. Bu anlamda ailenin fonksiyonel bir işlevi olduğu aşikardır (Özdemir, vd., 2009, s. 10). Modern toplumlarda sosyallaşma ilk olarak aile başlar. Çocuklar ilk olarak anne ve babalarının ve daha sonra yaşadığı çevrenin

insanlarının davranışlarını öğrenirler (Giddens, 2012, s. 205-206). Daha sonra bu çevre genişler ve okul yılları ile birlikte okul arkadaşları ve akran ilişkilerini ve bununla birlikte kitle iletişim araçlarını kapsar. Günümüzde özellikle sosyal medya ve internet kitle iletişim araçlarından en etkilileri arasındadır.

Okula başlayan bir çocuk sınıfta sessiz olma, disiplin kurallarına uyma gibi birtakım davranışları öğrenir. Aynı zamanda akran grupları ile ilişkilerde toplumsal cinsiyet rolleri de öğrenilebilmektedir (Giddens, 2012, s. 206-207). Okul çağına gelmiş bir çocuğun çevresi sadece aile, okul ve akran grupları ile sınırlı değildir. Kitle iletişim araçları günümüzde hem çocukların hem de yetişkin bireylerin rahatlıkla ulaşabileceği düzeye ulaşmıştır. Televizyon ve radyo gibi kitle iletişim aralarına son yıllarda bilgisayar ve akıllı telefonlar eklenmiş hatta internet teknolojisi ile bu cihazlar bambaşka boyutlara ulaşmıştır. Bu cihazların her geçen gün küçülerek çok kolay bir şekilde taşınabilir hale gelmeleri ve internet erişiminin ile ucuz hale gelmesi, bu teknolojiyi çağımız insanları için vazgeçilmez bir unsur haline getirmiş durumdadır. Böylece bir toplumda yaşayan bireylerin sosyal çevreleri genişlemeye başlamıştır. Çünkü internet teknolojisi zaman ve uzam bariyerlerini ortadan kaldırmış, sosyal etkileşimi zamansız ve mekânsız bir boyuta taşımıştır. Artık kişilerin birbirleri ile iletişime geçmelerinde “şimdi” ve “burada” olmanın bir mecburiyeti kalmamıştır. Böylece bireylerin sosyalleşme imkânları gerek zaman, gerek ülke boyutlarının çok daha ötesine taşınmış durumdadır. Bu açıdan bakıldığında özellikle akıllı telefonlar aracılığıyla kullanılan internet teknolojisi bireylerin düşüncelerinin, davranışlarının, yaşam tarzlarının, eylemlerinin, alışkanlıklarının, eğitim hayatlarının şekillenmesinde ve daha birçok alanda etkili olmaya başlamıştır. Bireyler bu teknoloji sayesinde hem mevcut sosyal çevresiyle iletişimini her yerde ve her an devam ettirebilmekte hem de fiziksel olarak hiç görmediği kişilerle, kültürlerle, sosyal gruplarla iletişime geçebilir hale gelmiştir. Bireyler internet ve özellikle de sosyal medya aracılığıyla kendi sosyal gruplarını oluşturabilme imkânlarını da elde edebilmektedirler. Böylece gerek kimliklerin gerek sosyal kimliklerin oluşumunda aile, okul, iş, vb. geleneksel sosyalizasyon ajanlarına bir alternatif olabilmektedir.

Gökçe’ye göre sosyalizasyonun dört temel ögesi vardır: kaynak, mesaj, medya ve hedef. Bireyin sosyalleşmesinde ilk kaynak ailedir. Daha sonra bireyin arkadaşları bu sürecin birer parçası haline gelirler. Birey bu aşamada kendisini diğer yaşlılarıyla kıyaslar ve yaşlılarının taşıdığı birtakım özellikleri arkadaşları sayesinde keşfeder. Daha sonra birey okula başlar ve sosyalleşme aşaması burada da devam eder. Bununla birlikte, özellikle günümüz toplumlarında kitle iletişim araçları sosyalizasyon sürecinde oldukça etkili araçlar haline

gelirler. Bireyin yaşı ilerlediğinde ise birey çeşitli kulüplere, siyasi partilere, meslek gruplarına, vb. katılır ve böylece yeni ve farklı **kaynak**larla etkileşime girer. Bu kaynaklar birer **mesaj** olan ve bireyin yaşadığı toplumu anlamasını ve anlamlandırmasını sağlayan gelenekler görenekler, örf ve adetler, toplumsal değerler, inançlar, ve benzerlerini öğrenir. Bireyin içerisinde bulunduğu toplum tarafından benimsenen ve kendisinin de öğrenmesi beklenen bu davranışları bazı araçlar vasıtasıyla öğrenir. Bu araçlara ise **medya** denir. Medya, sosyal gruplar, yaptırımlar, sosyal etkileşim, eğitim gibi ögelerden meydana gelir. Bu alt ögelerden bir tanesi olan sosyal gruplar vasıtasıyla birey, farklı davranış kalıpları geliştirerek içerisinde bulunduğu grubun inanç ve normlarını içselleştirir ve bu gruptaki konumuna uygun roller üstlenir (Gökçe, 1993'ten akt. Bayraktutan, 2005, s. 7).

Sosyalizasyon süreci tek taraflı değil, çift taraflı ilerleyen bir birey-toplum iletişimidir. Bazen birey kaynak ve toplum hedef olabilir ve toplum bireyin üzerinde etkili olabileceği gibi birey de toplumu etkileyebilir.

2.2. KİMLİKLERİN ve SOSYAL KİMLİKLERİN OLUŞUMUNDA SOSYALİZASYON SÜRECİNİN ÖNEMİ

2.2.1. Sosyolojik Açıdan Benlik, Kimlik, Sosyal Kimlik Tanımlamaları ve Bunların Oluşumuna Dair Teoriler

Kimlik, kişilik, benlik, sosyal kimlik, gibi kavramlar sosyolojik bakış açısıyla değerlendirildiğinde, bireyin sosyalleşme sürecinde geliştirilirler. Sosyolojik bakış açısı bireyi toplumdan bağımsız ve tek başına olarak ele almaz. Doğan her bir üye belirli bir kültürü, değerleri, normları, ahlaki sistemi, dini, dili, vb. olan; bireyden bağımsız, bireylerin toplamından daha fazla ve onlara harici olan bir grubun parçası haline gelir. Dolayısıyla da her sosyal grubun kendine özgü bir realitesi söz konusudur. Bireyler bu realiteyi sosyalizasyon sürecinde içselleştirerek toplumun bir parçası, o sosyal grubun bir üyesi haline gelirler. Sonuç olarak bireyler içerisine doğduğu sosyal gruptan etkilenerek kendi kimliklerini geliştirirler. Fakat Berger ve Lucmann'ın da belirttiği gibi, bu süreci salt deterministik bakış açısıyla okumak yerine diyalektik bir süreç olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır. Yukarıda kısaca belirtildiği üzere, birey kendilik kimliğini oluştururken nasıl toplum tarafından etkileniyorsa, aynı şekilde kendilik veya kişilik bir kere oluştuktan sonra onu, etkilendiği topluma geri yansıtır ve toplumu etkiler (Berger ve Lucmann, 1967). Yani ferdi realite ile sosyal realite arasında bir ilişki vardır (Birkök, 1994, s. 66). Denilebilir ki,

sosyalizasyon süreci ve bireyin kimliğinin oluşumunda yapı ve fail birbirini karşılıklı olarak etkilemektedir.

Castells'e göre kimlik, bir anlam ve tecrübe kaynağıdır. Kimlikten bahsederken, aslında belirli bir tür "anlamın" anlamlar kümesinin başka anlam kaynaklarına kıyasla öncelik verilmesi durumunu ifade etmektedir. Anlamlar ve kültürel özellikler dizisi ise her zaman bir inşadır. Kimliklerin inşası, tarihten, coğrafyadan, biyolojiden, kolektif hafızadan, vb. her zaman malzemeler kullanır. Ama bireyler, gruplar, toplumlar, bütün bu malzemeyi içinde bulundukları içinde bulundukları toplumsal koşullara ve kültürel projelere göre işler. Bütün bu malzemelerin anlamını yeniden düzenler. Castells kimliğin oluşum sürecini bir toplumsal inşa çerçevesinde ele alırken, söz konusu insanın ise iktidar ilişkilerinin bir sonucu olarak üretildiğini belirtir (Castells, 2008a, s. 12-14).

Coştu'ya göre günümüz toplumsallaşma konusunda iki temel yaklaşım söz konusudur. Bunlardan ilki yapısal fonksiyonalizmle bağlantılı olan ve sosyalleşme sürecini toplumsal roller ve statüler çerçevesinde ele alan yaklaşımdır. Diğer ise toplumsallaşmayı benlik ve öz benlik oluşumu ile açıklar (Coştu, 2009, s. 124- 126). İlk yaklaşıma göre bireyler içerisinde bulundukları toplumun statü ve rollerini özümseyerek öğrenirler (Brim, 1996'dan akt. Coştu, 2009, s. 125). Bireyler kendisinden bağımsız olan statü ve rollerin bulunduğu bir dünyaya doğar. Birey bu statü ve rolleri ne kadar benimserse sosyalleşme süreci de o kadar başarılı olur (Coştu, 2009, s. 125). Diğer yaklaşım ise sembolik etkileşimcilikle ilgilidir. Buna göre benlik ve kimlik gelişimini sosyalleşme sürecinin temeli olarak ele alınır (Gecas, 2000'den akt. Coştu, 2009, s. 126). Benlik kavramı özellikle çocukluk ve ergenlik dönemlerinde önem kazanır. Benlik kişinin başkalarıyla ilişkilerine her zaman kendisini merkeze koyması ile ilgilidir. Benlik insanın kendisini nasıl gördüğü, kendisine nasıl bir değer biçtiğidir ve benlik kişinin yaşı ilerledikçe gelişip değişmektedir. Bu bir sosyalleşme sürecidir (Tural, 1990, s. 28-30). Benlik kavramı sembolik etkileşimci kuramın en önemli kavramlarından bir tanesidir. Bu kavram toplumsal bir sürecin önceden var olduğunu vurgular. Çünkü hayvanlarda ve yeni doğan bebeklerde benlik kavramı yoktur; o toplumsal etkileşim sürecinde inşa edilir. Bu akımın önemli temsilcilerinden biri olan G. H. Mead'a göre, toplumsal deneyimin yokluğunda bir benlik kavramından söz edilemez (Ritzer, 2011, s. 362; Coser, 2008, s. 296). Çünkü ona göre insan düşüncesi, deneyimleri ve eylemleri en temelde diğer insanları da gerektiren toplumsal bir özelliğe sahiptir (Slattery, 2012, s. 336). Benlik ve kimlik kavramları sembolik etkileşimcilikte çoğu kere birbirinin yerine kullanılan kavramlardır. Mead'e göre kimlik,

bireyin doğduğu andan itibaren, etkileşimde bulunduğu diğer bilişsel ve entelektüel gelişim aşamalarıyla birlikte gelişir (Bilgin, 2007, s. 87).

Bireyler doğdukları andan itibaren var oluşun zorunlu bir şartı olarak sosyal bir kişi haline dönüşmektedirler. Mead bu durumu sosyalizasyon sürecinde cereyan eden “I” ve “ME” yani “ferdi ben” ve “sosyal ben” kavramlarıyla ifade etmiştir (Şenol, 1990’dan akt. Çelebi, 2007, s. 23). Mead’e göre bir kimse sosyal benin farkına ötekilerle etkileşim sonucunda varırken, ferdi benin farkına da sosyal ben aracılığıyla varır (Çelebi, 2007, s. 23). Ferdi ben, kimliğin hesaplanamaz, tahmin edilemez ve yaratıcı yönüdür. Bireyin ötekilere dolaysız tepkisidir. Sosyal ben ise genelleşmiş ötekinin benimsenmiş halidir. Ferdi benin insanlar farkında olmazken, sosyal benin farkındalardır. Sosyal ben toplum ile birey arasındaki uyumu sağlar. (Mead’dan akt. Ritzer, 2001, s. 366). Mead’a göre toplumsal deneyimde ortaya çıkan benlik, sosyal bende bulunan genelleştirilmiş ötekinin ve ferdi benin hesaplanamaz oluşunun bir birleşimidir (Mead’dan akt. Coser, 2008, s. 300).

Akımın bir diğer temsilcisi olan C. H. Cooley de benzer bir yaklaşımı ayna benlik kavramıyla ifade eder. Buna göre birey sanki bir aynaya bakıyormuş gibi, kimliğini diğer insanların gösterdikleri tepkilerden yansımış olarak algılar. Fakat birey burada her görüntüyü olduğu gibi algılamaz, seçici davranır. Kendisi için önemli gördüğü yargıları kabul ederken, diğerlerini geri plana atar (Birkök, 1994, s. 102). Hem Mead hem de Cooley bireylerin kimliklerini oluşumunda toplumsal yapının varlığını ön şart olarak kabul etmekte ve benliklerin veya kimliklerin sosyal etkileşimler sonucunda inşa edildiğine vurgu yapmaktadır. Dahası Cooley birey ve toplumu birbirinden ayrı olarak gören Kartezyen felsefeye karşıt olarak, onların iç içe geçmiş kavramlar olduğunu vurgulamıştır (Coser, 2008, s. 271).

Sembolik etkileşimci teoride Mead’e göre, bireyler “rol alma” ile bir benlik algısı geliştirirlerken (Slattery, 2012, s. 336); sembolik etkileşimciğin diğer bir önemli temsilcisi olan Goffman’a göre ise kimlik gelişimi bir kimsenin diğer insanlara karşı sunduğu bir izlenimdir. Goffman’a göre insanlar sabit bir benlik algısı oluşturabilmek adına onları izleyenlere bir performans sergilerler (Ritzer, 2011, s. 375). Bu yüzden Goffman’a göre toplumsal yaşam bir tiyatro ve insanlar ise performanslarını sahnede sergileyen oyunculara benzetilmektedir. Goffman’a göre bir kimse içerisinde bulunduğu herhangi bir ortamda, oranın gerçek doğasını keşfetmek (Goffman, 2009, s. 231) ve başkaları tarafından kabul edilecek türden bir benlik sergilemek isterler (Ritzer, 2011, s. 376). Bu doğayı keşfetmek ve diğerlerinin kendisi hakkında hangi duygular içerisinde olduklarını öğrenmek için de bazı

toplumsal verilere ihtiyaç duyar. Bunlar her zaman açık olmadığı için birey mevcut işaretleri, simgeleri, ipuçlarını, manidar hareketleri izler. Yani kişi diğer kimseleri, hem geçmiş hem de gelecek hakkında, şu anda sundukları izlenimlere bakarak yargılar (Goffman, 2009, s. 231-232). Aynı zamanda bireyin kendisi de bir izlenim sunmaktadır. Hatta çoğu zaman birey, diğerlerinden belli bir tepkiyi elde etmek için ince ince hesaplanmış davranışları sergilerler (Goffman, 2009, s. 19). Böylece benlik, eyleyen ve izleyici arasındaki dramatik etkileşimin bir sonucu olarak görülmektedir (Ritzer, 2011, s. 376).

Yukarıda tartışılan teorilere göre benlik ve kimlik gelişimi sosyal bir ortamın varlığını gerekli kılmaktadır. Çünkü kimlik gelişimi süreci diğerleriyle etkileşim içerisinde oluşan bir olgudur (Bilgin, 2007, s. 11). Bu sosyal ortam ise aynı zamanda bir sosyal grup meydana getirmektedir. Sosyal grup kavramı makro anlamda bir toplumu temsil edebileceği gibi, mikro anlamda da dini, etnik, cinsiyet, vb. gibi farklı farklı grupları tanımlayabilir. Çünkü birey bir sosyal gruba üye olduğunda aynı zamanda toplum içinde de tanımlanabilir. Bir kimsenin bir toplumun üyesi haline gelebilmesi de sosyalizasyon süreci ile mümkündür (Sözen, 1991, s. 101). Bir sosyal gruba üyelik sosyal kimliklerin şekillenmesinde en önemli etkenlerden bir tanesidir. Sosyal kimlikler ise hem gruplar arası davranışlar hem de farklı kültürlerin karşılaştırılmaları ile ortaya çıkar (Sözen, 1991, s. 97).

Nuri Bilgine'e göre kimlik *"bir kişi veya grubun kendisini tanımlaması ve kendini diğer kişi veya gruplar arasında konumlaması"*dır. Bu tanımın birinci kısmında kişi veya grubun kendisini nasıl değerlendirdiğine, ikinci kısımda diğerlerinin o kişi veya grubu nasıl değerlendirdiğine gönderme yapılır. Sosyal kimlik ise kimliğin kişiler arasında ifade edilmesidir (Bilgin, 2007, s. 11-13). Sosyal kimlik bir kimsenin benliğinin belirli bir sosyal gruba ait olmasından kaynaklanan bilgisi veya bilinç durumudur (Tajfel, 1981'den akt. Bilgin, 2007, s. 13).

Sosyal kimlikle ilgili yapılan tartışmalar hem fertlerin kişilik ve davranışlarındaki farklılıklara hem de sosyalleşme sonucu sosyal uyum ve benzerliklerin oluştuğuna dikkat çekerler. Böylece fert, bir sosyal grubun üyesi, bir sosyal yapının ve kültürün temsilcisi olarak ele alınır (Sözen, 1991, s. 95). Sosyal kimlik kavramı kişisel kimlik kavramından daha farklıdır. Turner'a göre kişisel kimlik zihinsel, bedensel ve benzeri unsurları kapsarken, sosyal kimlik milliyet, sınıf, cinsiyet, dini, etnik gibi sınıflamaları içerir. Fakat bu kimliklerin birbirine aktarılma özelliği vardır (Turner ve Giles 1984'ten akt. Sözen, 1991, s. 97). Aynı zamanda sosyal kimlik Goffman'ın yaklaşımında kişiler arası etkileşimde sergilenen bir roldür. Çünkü

ona göre sosyal kimlik kişilerarası etkileşimde bir kimsenin bir sosyal kategorisini ön plana çıkararak belli bir sosyal statüye bağlı olarak davranış sergilemesidir (Bilgin, 2007, s. 13).

Sosyal kimliğe dair ilk teoriler ilk defa psikolog William James (1842- 1910) tarafından geliştirilmiştir. Bu teoriye göre bireyler kendilerini tanıyan diğer insanların zihinlerinde onlar hakkında mevcut olan imajların sayısı kadar sosyal benliğe sahiptir (Hess 1998'ten atk. Birkök, 1994, s. 97-98). Toplum içerisinde bir kimse farklı gruplar ile etkileşim halindedir. Her grubun kendine has normları ve değerleri vardır. Birey de ilişkiye girdiği grupların bu özelliklerini dikkate alarak davranış sergileyeceğinden, toplum içerisinde farklı yönleriyle tanınmaktadır. Böylece birey toplum içerisindeki her bireyin gözünde farklı bir kimlik sahibi olarak görünmektedir. İşte bu kimliklerin toplamı o bireyin sosyal kimliğini vermektedir (Birkök, 1994, s. 98).

Sosyal kimlik tanımlamalarında önemli bir diğer isim olan Hyman ise bu konuda referans grup kavramını geliştirmiştir. Hyman referans grup kavramıyla ferdi varlığı dayanak noktaları olarak toplumsal temellere oturtmaktadır (Birkök, 1994, s. 99). Referans grubu, kişilerin kendi durumunu veya davranışlarını başka gruplarla karşılaştırmalar yaparak değerlendirmesine atıfta bulunur. Yani referans grubu insanların tutum, davranış ve inançlarını inşa ederken, herhangi bir eylemde bulunurken kendilerini bir tuttukları veya ayrı tuttukları ve karşılaştırdıkları gruplardır. Dolayısıyla referans grubuna üyelik olabilir de olamayabilir de (Hyman ve Singer, 1968, s. 3-21).

Sosyal kimlik ile ilgili yukarıda bahsedilen söz konusu yaklaşımlar en yeni ve en kapsamlı şekilde 1970'lerde Turner ve Tajfel tarafından, "Sosyal Kimlik Kuramı" adı altında tartışılmıştır. Turner ve Tajfel grup kavramını merkeze alarak, grup üyeliğini, gruplar arası süreçleri, gruplar arası ve grup içi ilişkileri incelemişlerdir (Demirtaş, 2003, s. 124). Tajfel'e göre sosyal kimlik, bireyin sahip olduğu benlik algısının bir sosyal gruba veya gruplara üyeliğine yönelik bilgisinden ve bu üyeliğe yüklediği değerden ve duygusal anlamlardan oluşan parçasıdır (Tajfel 1981'den akt. Tajfel 1982, s. 24). Tajfel'in dikkat çektiği nokta, gruplar arasındaki toplumsal ilişkilerin bir bireyi belli bir gruba karşı ne şekilde etkilediğidir. Bunun sonucunda ise birey hem kendisine hem de ait olduğu gruba olumlu özellikler atfetmek ister (Hogg ve Ridgeway, 2003, s. 97).

Demirtaş Sosyal Kimlik Kuramı'nın temel varsayımlarını şu şekilde açıklar:

1. Bireyler kendilerini tanımlarken üyesi oldukları sosyal grubu temel alırlar ve buna göre kendilerini kategorilendirirler (Turner, 1987'den akt. Demirtaş, 2003, s. 129). Bu kategorileştirme sonucunda ise kendilerini yerleştirdikleri o grupta özdeşleştirerek sosyal kimliklerini oluştururlar (Demirtaş, 2003, s. 129).
2. Bireyin çevresinde bulunan diğer gruplar ise o bireye kendi grubunu değerlendirmesi için birer model oluştururlar. Birey kendi grubuyla diğer gruplar arasında sosyal karşılaştırma yapar (Turner, 1987'den akt. Demirtaş, 2003, s. 130).
3. Bireyler kendilerini diğer gruplarla karşılaştırırken, kendi benlik saygılarını yüksek tutmak ve olumlu bir sosyal kimlik edinmek için iç grup kayırmacılığı yaparlar. Buna göre kendi gruplarını ayırır ve diğer grupları da küçümserler (Doosje ve Elemers 1997'den akt. Demirtaş, 2003, s. 130).
4. Sonuç olarak bireyin kendi grubunun olumlu bir imaja sahip olup olmaması, üyesi olduğu grubun yapısına ve konumuna bağlıdır (Condor, 1990 ve Turner ve Brown 1978'den akt. Demirtaş, 2003, s. 130).

Benlik, kimlik ve sosyal kimlik oluşumuna dair yukarıda tartışılan teorik yaklaşımların, ilgili kavramların belirli bir sosyal deneyimin sonucunda ortaya çıktığı konusunda ortak bir paydada buluştukları söylenilebilir. Bu sosyal deneyim ise bireyler veya gruplar arası karşılıklı ilişkiler, iletişim, etkileşim ile meydana gelmektedir. Söz konusu kavramlar aynı zamanda sosyalleşme sürecine de atıfta bulunmaktadır. Çünkü toplumsal deneyim bireyin doğduğu andan itibaren bir sosyalleşme sürecine girmesiyle elde edilir. Kimlik ve sosyal kimliklerin oluşumunda ise sosyalizasyon ajanları oldukça önemlidir. Çünkü birey kimliğini oluştururken toplumdaki diğer bireylerle bu sosyalizasyon ajanları üzerinden etkileşime girer. Bu ajanlar yukarıda bahsedilen aile, iş ve okul arkadaşları, akran grupları, kitle iletişim araçları, medya ve benzeridir. Bu çalışmada ise özellikle aile ile birlikte bir kitle iletişim aracı olan internetin sosyalleşme süreci üzerindeki etkisi incelendiğinden, diğer sosyalizasyon ajanları üzerinde gerektiği kadar durulmuş ve aile ile internet ise daha geniş ve ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

2.3. TEKNOLOJİNİN BİLİMSEL OLARAK GELİŞİMİ ve İNTERNET TEKNOLOJİSİNİN ORTAYA ÇIKIŞI

2.3.1. Teknoloji ve Bilim

Çağımızın anahtar kelimelerinden bir tanesi olan teknoloji Türk Dil Kurumu'na göre *“bir sanayi dalı ile ilgili yapım yöntemlerini, kullanılan araç, gereç ve aletleri ve bunların kullanım biçimlerini kapsayan uygulama bilgisi, uygulayım bilimi”* ve *“insanın maddi çevresini denetlemek ve değiştirmek amacıyla geliştirdiği araç gereçlerle bunlara ilişkin bilgilerin tümü”* şeklinde tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr).

İnsanlık tarihi ilk günden itibaren içerisinde yaşadığı çevreyi manipüle ederek, kendisine yaşanılır bir alan haline getirmeye çalışmıştır. Bu uğurda doğada bulduğu her şeyi tek tek deneyerek işine yarayanları kendi ihtiyaçları doğrultusunda kullanmayı öğrenmiştir. Başarısız olan denemeler ise tıpkı başarılı onlalar gibi bilimin ilerlemesine katkı sağlamış, neyin nerede ne zaman kullanılacağına dair fikirlerin gelişmesinde etkili olmuştur. Bilim de bu sayede her geçen gün kümülatif bir şekilde ilerlemiş ve teknoloji giderek bugün ulaştığı noktaya gelmiştir.

Bilim, deneyim ve eylemin birbiri ardına sıralanmasıyla sürekli gelişmeye devam etmektedir (Bernal, 2009, s. 59). Antik çağlardan beri bilim kesintisiz ilerlemiş ve giderek bugünkü halini almıştır. 15. Yüzyıldan itibaren deney ve hesaplama doğa bilimlerinin yöntemi haline gelmeye başlamıştır. Bilim ve teknik karşılıklı olarak birbirinin gelişmesini sağlamıştır. Bunun yanında ekonomik ve bilimsel devrimin gerçekleşmesi, sonuçları bakımından uygar toplumların bir belirtisi olan tarımın keşfinden bile daha önemlidir; zira sonsuz ilerlemenin yolu artık böylece açılmıştır (Bernal, 2009, s. 325-326).

21. yüzyıl genel itibari ile bilgi toplumu, bilgi çağı, enformasyon toplumu, risk toplumu, gibi ifadelerle tanımlanmaktadır. Bu tanımlardan bir tanesi olan “sanayi sonrası” terimi, 1973 yılında Daniel Bell tarafından “bilgisayar teknolojisini kullanarak bilgi üretme” anlamında kullanmıştır. Bu cümle, yeni bir toplumsal sürecin habercisidir. Sanayi toplumlarında üretimin merkezi fabrikalar ve mal üreten birtakım makineler iken; sanayi sonrası toplumlarda üretimin merkezi bilgisayar üzerinden veya bilgi üreten, onu pratiğe taşıyan elektronik aletler tarafından gerçekleşir (Macionis'ten akt. Can, 2013, s. 84). Bu yüzyılı ön plana çıkaran temel güç bilgi ve tekniktir. Bu yönüyle de içinde bulunduğumuz çağ teknolojik gelişmelerle ifade edilmeye başlanmıştır ve teknolojik gelişmeler ekonomik büyümelere de büyük oranda yön

vermektedir. Teknoloji çağı olarak da adlandırılan bu günümüzde artık birer teknoloji ürünü olan bilgisayar ve internet insanlar için vazgeçilmez araçlar haline gelmiş durumdadır.

2.3.2. Geleneksel ve Yeni Medya

15. yüzyılda matbaa makinesinin icadı kitle iletişim araçlarının temeli sayılmaktadır. Çünkü bu makinenin icadıyla tarihte ilk defa bazı metinler yüksek hızda ve birçok sayıda basılmaya başlanmıştır. Son yıllarda ise internet teknolojilerinin ortaya çıkması kitle iletişim araçlarının yapısında değişime neden olmuş bu durum toplumsal yaşama da yansımıştır (Giddens, 2012, s. 632).

Geleneksel medyada gazete oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Ortaya çıktığı andan itibaren gazeteler yıllar boyunca geniş kitlelere hızlı ve ucuz bir şekilde bilgi akışını sağlamışlardır. Gazetelerin etkisi radyo, sinema ve daha sonra televizyon ve internetin icadı ile azalmaya başlamıştır. Gazetelerden sonra filmlerin ve sinemanın ortaya çıkmasıyla kitle iletişim araçları çeşitlenmeye başlamıştır. Hatta birleşik krallıkta sinemaların yayılması gazetelerin yayılma sürecinden daha çabuk olmuştur. Radyo ve televizyon ise dinleyicisiyle daha farklı bir şekilde buluşmuş, sinemadan farklı olarak evlere taşınmıştır. İnsanlar günlük işlerini yaparken bir taraftan da radyo dinleyebilmekte ve televizyon izleyebilmekteydiler (Giddens, 2012, s. 632-637).

Yeni medya ise dijital cihazların insan hayatına girmesiyle başlar. Dijital kelimesi Türk Dil Kurumu'na göre *“verileri bir ekran üzerinde elektronik olarak gösteren”* anlamına gelmektedir (www.tdk.gov.tr). İlk olarak antenli televizyonların yerini dijital televizyonlar ve bilgisayarlar almaya başlamıştır. Dijital televizyon resim ve sesi bir bilgisayar tarafından alınan bilgilere dönüştürerek işleme sokar. Dijital televizyon aynı zamanda internet imkânı da sunmaktadır. Yirmi birinci yüzyılın son yıllarındaki en çarpıcı teknolojik gelişmelerden bir tanesi telekomünikasyonun görünümünü oldukça değiştirmiş durumdadır (Giddens, 2012, s. 638- 639).

Yeni medya ürünlerinden şimdiye kadar en etkili olanı internettir. İnternetin icadı tüm dünyayı derinden etkilemiştir. Öyle ki internetin yaygınlaşması da özellikle sosyologların dikkat çektikleri bir mesele haline gelmiştir. İnternet çoğu kişi tarafından yeni küresel düzenin bir parçası olarak görülmüştür. İnternetin bağlandığı bilgisayarlardan oluşan küresel ağın şekillendirdiği mekâna ise “siberuzay” adı verilmektedir. İnternetteki her türlü alış veriş siberuzayda gerçekleşmektedir. Bizler artık siberuzayda birer insan değil, ekranlara düşen

mesajlar haline gelmiş durumdayız. Böylece siberuzayda küresel ile yerel olan içe geçmekte, giderek internet günlük yaşamın tüm kanallarına yerleşmektedir (Giddens, 2012, s. 642-643).

Geleneksel medya ile yeni medya arasındaki en belirgin farklardan bir tanesi, geleneksel medya araçlarıyla yapılan iletişimin oldukça sınırlı bir düzeyde olmasına karşın, yeni medyada karşılıklı etkileşimin düzeyi oldukça artmıştır (Çetin, 2015, s. 42).

2.3.3. Elektronik ve Dijital Teknolojinin Kronolojik Gelişimi (Gardner ve Davis, 2013, s. 52):

- Telgraf ve telefonun ortaya çıkışı: 19. Yy sonları 20. Başları
- Radyonun icadı: 1920-1940
- Televizyonun icadı: 1950
- Kişisel bilgisayarların icadı: 1980'ler
- İnternet, e-mail, World Wide Web: 1990'lar
- Dijital tüketim (E-bay, Amazon): 1990'ların sonları
- Web 2.0- Bloglar, Wiki web siteleri, sosyal ağlar, çok kullanıcıli oyunlar, vb., mesajlaşma ve anlık ileti paylaşımı, Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest, Instagram, dijital uygulamaların (application) kullanılmaya başlanması: 21. Yy

2.3.4. İnternetin Ortaya Çıkışı ve Tarihçesi

İnternet teknolojisinin temeli Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ile Sovyet Rusya arasındaki rekabete dayanmaktadır. Sovyet Rusya 1957 yılında ilk yapay uydu olan Sputnik'i uzaya fırlatmış ve buna karşılık olarak ise ABD ARPA (Advanced Research Projects Agency) projesini başlatmıştır. Bu proje bilim ve teknolojinin orduya en iyi şekilde uyarlanmasını amaçlamaktaydı. Böylece ABD kendisine yönelik olası bir nükleer saldırıya karşı tüm ülkeye yayılabilecek bir bilgisayar ağı tasarlamıştır. ARPA'nın bu projeyi desteklemesiyle proje ARPANET adını almıştır (Bölükbaş, 2003'ten akt. Arısoy, 2009, s. 56).

1962 yılında J.C.R. Licklider Amerika Birleşik Devletleri'nin en büyük üniversitelerinden biri olan Massachusetts Institute of Technology (MIT)'de ortaya attığı "Galaktik Ağ" kavramından bahsetmiştir. Galaktik ağ kavramıyla Licklider, küresel anlamda birbirine bağlı bir sistemde insanların herhangi bir yerden veri elde edebilme veya bir programa ulaşabilmesini kast etmiştir. Bilgisayarlar ise ilk kez 1965 yılında birbirleriyle iletişime geçebilmiştir. Kısa süre içerisinde ise birçok merkezdeki bilgisayarlar ARPANET ile birbirine bağlanmıştır (<http://www.armaweb.com.tr>). 1972 yılına gelindiğinde ise ilk e-posta

ARPANET içerisinde kullanılmıştır. 1980’li yıllarda artık soğuk savaşın etkisini yitirmeye başlamasıyla akademik ve ticari çevreler de bu bilgisayar ağı ile ilgilenmeye başlamışlardır. İlk başlarda sadece bilgisayar uzmanları, mühendisler tarafından kullanılan bu ağ 1991’de Tim Barnes Lee’nin word wide web (www)’i geliştirmesiyle daha basit hale gelip yaygınlaşmış ve nihayet bu ağ, kullanıcısının 617.000’e ulaşmasıyla “internet” adını almıştır(Bölükbaş, 2003’ten akt. Arısoy, 2009, s. 56-57).

Türkiye’de internetlin gelişimi ve yaygınlaşması ise yine aynı yıllarda ODTÜ ve TÜBİTAK’ın internet teknolojilerini kullanmaya yönelik başlattığı bir proje ile gerçekleşmiştir. Böylece 12 Nisan 1993’te Türkiye’nin ilk internet bağlantısı ABD ile gerçekleştirilmiştir (<http://www.internetarsivi.metu.edu.tr>). Türkiye’de internetin ticari kuruluşlar ve hane halkları gibi geniş kitleler tarafından kullanımı ise 1996 yılında olmuştur. 90’lı yılların sonu ve 2000’li yılların başlarında ise bugün de kullandığımız birçok internet sitesi kurulmuş ve internetin kullanımı giderek yaygınlaşmıştır (<http://www.socialmediatr.com>).

2.3.5. Bir Kitle İletişim Aracı Olarak İnternet

İletişim kısaca bir insan veya insan grubunun diğerleri ile sözlü veya günümüzdeki şekliyle kitle iletişim araçları vasıtasıyla bilgi iletimi olarak tanımlanmaktadır (Giddens, 2008, s. 631). İletişim her toplumsal ortamda vardır. Bu yüzden de sosyal bilimlerin geniş bir ilgi alanı haline gelen “anlam”ların oluşma sürecidir (Marshall, 1999, s. 336-337). 21. yüzyılda enformasyon teknolojileri, dünyanın neresinde olursa olsun milyonlarca insanın eş zamanlı olarak iletişime geçmesine olanak sağlamıştır. Küreselleşmenin de etkisiyle günümüzde insanlar dünyanın bir ucundan diğer ucuna aynı müziği dinleyip, aynı filmi izleyip, aynı haberleri okuyup dinleyebiliyorlar (Giddens, 2012, s. 631).

Kitle iletişim kavramı ise bir “kitle”ye gönderme yapmaktadır. Çünkü kitle iletişim araçları çok sayıda dinleyiciye (yani kitleye) ulaşmak amacındadır. Televizyon, gazete, dergi, CD’ler, reklamlar, video oyunları, internet vb. kitle iletişim araçlarıdır (Giddens, 2012, s. 632).

Diğer kitle iletişim araçlarının aksine internet, pasif bir makine- insan etkileşimi yaratmamaktadır. İnternette bireyler içerikleri kendileri oluşturup, etkinliklerini kendi istekleri doğrultusunda gerçekleştirebilmektedirler. Bu nedenle internet kullanımında birey em aktif hem de ne yaptığının bilincindedir. İnternet bağımlılığının konu edildiği bu çalışmada internet

dışındaki diğer kitle iletişim araçlarından derinlemesine bahsedilmeyip, internet daha geniş olarak ele alınacaktır.

2.3.6. İnternet Bağımlılığı

Bağımlılık, kişinin bir madde veya davranışı kullanmayı bırakamamasıdır (Egger ve Rauterberg, 1996, s. 8). Bağımlılık, genellikle ruhsal, fiziksel, duygusal veya sosyal bozukluk olarak tanımlanmaktadır (Aronson, 1997, s. 8). Bireyin öz iradesiyle herhangi bir şey ile etkileşime geçtiği, fakat sonrasında birey iradesi dışında o şeyin etkisi altında bir süreklilik kazandırdığı bir olgudur. Bağımlılık sadece belli bir maddeye karşı oluşmaz; davranışlarda ortaya çıkan bağımlılıklar da vardır. Örneğin çay, kahve, sigara, alkol, uyuşturucu, vb. maddelere olan bağımlılık madde bağımlılığı olarak değerlendirilir. Davranışsal bağlı bağımlılık ise, herhangi bir davranışın normalden farklı sıklıklarda sergilenmesi ile bireyin psikolojik, bedensel veya sosyal ortamlarda dengesini yitirmesidir. Bunun sonucunda ise bireyin düzeni bozulur ve sosyal ortamlara uyum sağlayamaz (Canoğulları, 2014, s. 10). Teknolojik gelişmeler ve bu teknolojik ürünlerin kullanılması ise günümüzde bir bağımlılığa dönüşmüş durumdadır. Sürekli gelişmekte olan internet teknolojisi, insan hayatına kolaylıklar sağlamakla birlikte, aynı zamanda bir bağımlılığa da dönüşebilmektedir. Buna bağlı olarak ise bireylerde okuldan kaçma, ilişkilerde bozukluk, tıbbi tedavi görme gibi birçok sorun görülmektedir (Egger ve Rauterberg, 1996, s. 6).

İnternet bağımlılığı literatürde teknoloji bağımlılığı alt başlığında değerlendirilmektedir. Teknoloji bağımlılığı ise davranışa bağlı bağımlılıklar kapsamında değerlendirilmektedir. Buna göre teknoloji bağımlılığı insan- makine etkileşimine dayanan ve kimyasal olmayan (davranışsal) bağımlılıklar kapsamında yer almaktadır. Teknoloji bağımlılığı televizyon izlemek gibi pasif olabileceği halde, bir bilgisayarda oyun oynamak gibi aktif de olabilmektedir. Bu yüzden internet bağımlılığı davranışa bağlı teknolojik bağımlılıklar kapsamında değerlendirilir (Griffits ve Dancaster, 1995; Griffits ve Widyanto, 2007).

İnternet bağımlılığı bir kavram olarak ilk defa 1996 yılında Kimberly S. Young tarafından Amerikan Psikoloji Derneğinin yıllık toplantısında dile getirilmiştir. Amerikan Psikiyatri Birliği'nin 1994'te yayınladığı Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayısal EL Kitabı'nda (DSM-IV) internet bağımlılığı bir hastalık olarak yer almaktadır (Çelebi'den akt. Cengizhan, 2005, s. 3).

Acier ve Kern'in literatür incelemesi sonucunda internet bağımlılığının yaklaşık 22 yıldır incelendiği ortaya çıkmıştır. Bu kavramsallaştırma ise literatürde 8 farklı şekilde ifade edilmektedir: İnternet bağımlılığı bozuklukları, patolojik internet kullanımı, problemlili internet kullanımı, siber bağımlılık, yüksek internet bağımlılığı, aşırı internet kullanımı, kompulsif internet kullanımı ve sanal bağımlılıktır. Bu kavramsallaştırmaların yapılan çalışmalarda net bir operasyonel tanımının ise yapılmadığı dikkat çekmektedir. (Acier ve Kern, 2011, s. 983). Fakat konuya ilişkin literatürde bu kavramsallaştırmalar benzer anlamları ifade ederek, internetin kişinin hayatında çeşitli sorunlara neden olabilecek derecede kullanılmasında atıfta bulunmaktadır. Y neslinin teknoloji bağımlılığının ve sonuçlarının incelendiği bu çalışmada ise “internet bağımlılığı” kavramı kullanılacaktır. Bu kavram çalışma kapsamında, 1990 ile 1999 arası doğumlu gençlerin aşırı ve sık internet kullanımını ve bunun sonucu onların okul, iş, aile yaşantısı, vb. sosyal alanlarda meydana gelen bozuklukları ifade etmektedir. Young’a göre internet bağımlılığı aile hayatını, iş hayatını, akademik hayatlarını ve kişilerin maddi ve fiziksel durumlarını ciddi derecede etkilemektedir (Young, 1998). Douglas ve diğerlerinin 1996 yılından 2006 yılına kadar internet bağımlılığına dair yapılmış akademik çalışmaları değerlendirdikleri meta analizde, bireyleri internet bağımlılığına iten faktörlerin a) sanal kimliklerle iletişim geçme şansı, b) çeşitli problemlerden bir kaçış yolu olması ve c) sıkıntı olduğu görülmektedir (Douglas, vd.,2008). Bazı akademik çalışmalara göre ise internet bağımlılığı tartışmalı bir kavramdır. Buna göre internetin kendisi bağımlılık yapmamakta, interneti kullanım nedenleri bağımlılık yapmaktadır (Young, 1998; Chou vd. 2005).

2.3.7. İnternet Bağımlılığına İlişkin Kuramsal Açıklamalar

İnternet kullanımının bir bağımlılık türü olarak yaklaşık 22 yıldır akademik anlamda incelendiği görülmektedir. Bu süre zarfında internet bağımlılığını tanımlamak ve saptamak için ilk zamanlarda metodolojik olarak oldukça zayıf ve kişinin kendi görüşüne dayanan veya internet bağımlılığını sadece internette kullanılan zamana göre ölçen yöntemler uygulanmıştır. Bunlardan bir tanesi Thompson'un görüşüdür. Thompson'a (1996) göre kişiye kendisini internet bağımlılığı olarak görüp görmediğini sormak o kişinin bağımlılığını ortaya koymaktadır. Eğer kişi kendisini internet bağımlısı olarak hissediyorsa, alınan bu cevap o kişiyi internet bağımlısı olarak değerlendirmek için yeterlidir (Çakır Balta ve Horzum, 2008, s. 92). Buna benzer bir çalışma gerçekleştiren Egger ve Routerberg'e göre de bir kişinin internet bağımlısı olup olmadığı kendisine sorularak öğrenilmekteydi. Daha sonra Benner 1997 yılında yalnızca “evet” ve “hayır” seçenekleri bulunan 32 soruluk bir “İnternetle İlgili Bağımlı Davranış Envanteri”ni (Internet Related Addictive Behaviour Inventory)

geliştirmiştir. Bu çalışmada yaş olarak daha büyük kullanıcılar genç kullanıcılara oranla daha az problemle karşılaştıkları görülmüştür. (Griffits ve Widyanto, 2007, s. 129). Greenfield ve Young ise ilk zamanlarda kişilerin haftada 40 saat ile 80 saat arasında internet kullanmaları durumunda bağımlı olabileceklerini ileri sürmüşlerdir (Young, vd., 2011, s. 20).

Yapılan bu ilk çalışmalarda örneklem sayısının çok az olması, öğrencilerden oluşması gibi sadece belli bir grubun referans alınması veya büyük çoğunluğunun bir cinsiyette toplanırken, diğer cinsiyete daha az yer verilmesi gibi metodolojik eksiklikler söz konusudur. Fakat 1999 yılında Greenfield tarafından gerçekleştirilen “Sanal Bağımlılık Surveyi” (Virtual Addiction Survey) 17.251 kişiye uygulamıştır. Bu çalışma aynı zamanda diğer çalışmalarda bulunmayan demografik bilgiler, betimleyici bilgiler ve bazı klinik bilgiler ve DSM-IV’te yer alan patolojik kumar oynama ölçeğinden elde edilen 10 soru da içermektedir. Fakat bu çalışmanın da büyük çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır. Çalışmaya göre örneklem yüzde 6’sı internet bağımlısı olarak saptanmıştır (Griffits ve Widyanto, 2007, s. 130).

Öte yandan internet bağımlılığına dair ortaya konulan daha bilimsel çalışmalar da mevcuttur. Bunlar Young’un İnternet bağımlılığı modeli”, Davis’in bilişsel davranışsal patolojik internet kullanımı modeli ve Caplan’ın bağımlılık modeli ve Ying’in nöropsikolojik internet bağımlılığı modelidir. Bu çalışmada Young’un 1996 yılında oluşturduğu ilk bağımlılık modelinden sonra geliştirdiği 1998 “İnternet Bağımlılığı Testi” kullanıldığından diğer çalışmalardan kısaca bahsedilecek ve Young’un çalışması daha ayrıntılı olarak aktarılacaktır. Çalışmada Young’un internet bağımlılığı testinin tercih edilmesinin sebebi, kavramı ilk bahseden kişinin Young olması ile birlikte, konuya dair çalışmaların temelini Young’a dayanmasıdır. Ayrıca testin Türkçe uyarlamasında geçerlilik ve güvenirlik puanının oldukça yüksek çıkması da tercih sebepleri arasındadır.

2.3.7.1. Young’un İnternet Bağımlılığı Modeli

İnternetin icadından sonra internet bağımlılığı bir kavram olarak ilk ifade eden isim Kimberly S. Young’tur. Young “İnternet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder” adlı makalesinde, tıpkı bir madde bağımlılığı gibi internetin aşırı kullanımının sosyal, psikolojik ve akademik sorunlara yol açabilecek bir bağımlılık türü haline gelebileceğini ve o güne kadar psikologlar, psikiyatristler veya sosyologlar tarafından bu durumun ele alınmadığını ileri sürmektedir (Young, 1998, s. 237).

Bunun için Young ilk olarak internet bağımlılığının tanı ölçütlerinin neler olduğunu, Amerikan Psikoloji Derneğinin yayınladığı Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayısal El Kitabı-IV'te yer alan patolojik kumar oynama ölçütlerini kendi çalışmasına uyarlamıştır. Çünkü Young'a göre aşırı internet kullanan bireylerde davranışsal dürtü kontrol bozukluğu söz konusudur. Bu dürtü kontrol bozukluğu herhangi bir kimyasal madde içermediğinden patolojik kumar oynama ölçütleri bu tanıma en çok uyan ölçütlerdir. Bunun sonunca Young 8 sorudan oluşan bir internet bağımlılığı tanı ölçütü geliştirmiştir. Bu çalışma aynı zamanda internet bağımlılığı için oluşturulan ilk ölçektir (Young, 1998, s. 2011):

1. İnternet ile çok fazla meşgul olduğunuzu düşünüyor musunuz (sürekli olarak internette yapılan aktiviteleri düşünme, internette yapılması planlanan bir sonraki etkiliği düşünme, vb.)
2. Doyuma ulaşmak için giderek daha fazla oranda interneti kullanma ihtiyacı hissediyor musunuz?
3. İnternet kullanımı azaltma, kontrol etme ya da bırakmaya yönelik daha önce yaptığınız başarısız bir girişiminiz oldu mu?
4. İnternet kullanımınızın alması ya da tamamen ortadan kalkması durumunda kendinizi huysuz, depresif veya huzursuz hissediyor musunuz?
5. İnternete girdiğinizde ilk başta planladığınız süreden daha fazla mı internette vakit geçiriyorsunuz?
6. Aşırı internet kullanımı nedeniyle hiç okul, aile, iş ve arkadaş çevrenizle ilgili sorunlarınız, eğitim ve işiniz ile ilgili herhangi bir fırsatın tehlikeye girdiği oldu mu?
7. Aile bireylerine, terapistinize veya herhangi başka bir kimseye internette geçirdiğiniz süreyle ilgili yalan söyledığınız oluyor mu?
8. İnterneti problemlerinizden kaçmak veya olumsuz duygulardan (çaresizlik, depresyon, kaygı, vb.) uzaklaşmak için kullandığınız oluyor mu?

Bireylerin bu sekiz sorudan beş tanesine “evet” yanıtı vermesi durumunda Young'a göre o birey bir internet bağımlısıdır (Young, 1998, s. 237-238; Young vd., 2011, s. 21). Bu çalışma sonucunda internet bağımlısı olan grubun haftada 38.5 saat internette vakit geçirdiği görülürken, internet bağımlısı olmayan grubun ise haftada 4.9 saat internette vakit geçirdikleri görülmüştür. Ayrıca metodolojik bir eksiklik olarak söylenebilir ki, bu çalışmada da yukarıda bahsedilen diğer çalışmalar gib, örnekleminin büyük çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır (Griffits ve Widyanto, 2007, s. 129). Bunun yanında günlük hayatın işlerini reddetme, sorumluluktan kaçma, sosyal izolasyon, çevrimiçi olunduğunda mahremiyet isteme, kişinin

çevrimiçiye neler yaptığını gizleme isteği internet bağımlılığına eşlik eden diğer faktörler olarak görülmüştür.

Bu ölçütler daha sonra Pratarelli (1999), Beard ve Wolf (2001), Shapiro (2003), Dowling ve Quirk (2009) gibi araştırmacı tarafından farklı şekillerde geliştirilerek birçok bilimsel çalışmalarda internet bağımlılığını tespit edebilmek için kullanılmıştır (Griffits ve Widyanto, 2007, s. 133-134). Bu tanı kriterleri kullanılarak yapılan son yıllardaki ampirik çalışmalar (Dowling ve Quirk, 2009), bireylerin 3 veya 4 soruya evet cevabını vermesi, 5 soruya evet cevabını vermiş kadar güçlü internet bağımlısı olduklarını göstermektedir. Bu çalışmalara göre 5 soru ve daha fazla soruya evet cevabını vermek kişilerin çok fazla bağımlı olduklarını ortaya koymaktadır (Young vd., 2011, s. 21).

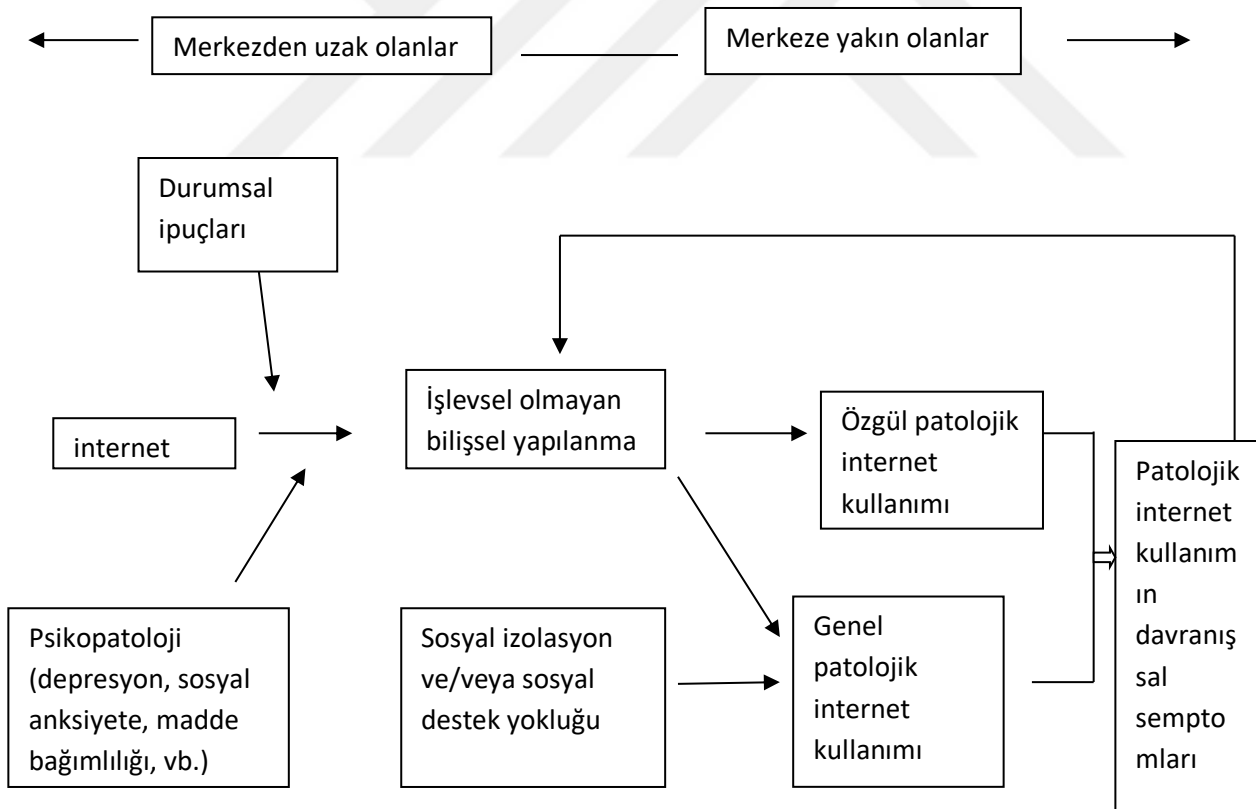
Sonraki yıllarda Amerikan Psikiyatri Derneği (American Psychiatric Association), DSM-V’te patolojik bilgisayar kullanımına yönelik tanı kriterlerini belirleme çalışmaları başlatmıştır (Block, 2008, s. 306- 307). Bu çalışmalar temel olarak bilgisayar bağımlılığını kompulsif impulsif bir rahatsızlık olarak yani dürtüsel bir davranış bozukluğu olarak ele almıştır. Buna göre bilgisayar bağımlılığı aşırı oyun oynama, cinsel meşguliyet, sürekli e-postaları kontrol etme ve mesajlaşma şeklinde üç alt başlığa ayrılmıştır (Block, 2007’den akt. Young vd., 2011, s. 22). Bu alt başlıklardan oluşan davranış bozuklukları ise zaman kaybı, günlük rutin işlerde bozulma, geç kalma, bireyin kendisini kızgın, depresif, huzursuz hissetme gibi duygular hissetmesine daha iyi bilgisayar aletlerine sahip olma bilgisayarda daha fazla zaman harcama isteği gibi tolerans göstermeye, yalan söyleme, sosyal izolasyon gibi olumsuz duygulara ve benzerlerine sebep olabilmektedir (Block, 2008, s. 306- 307; Young vd., 2011, s. 20). Bütün bu maddeler Young’un daha sonra ortaya koyduğu “İnternet Bağımlılığı Testi”ni oluşturması için birer ön kaynak haline gelmiştir. Young’un oluşturduğu ve bu çalışmada kullanılan 20 maddelik bu test, internet bağımlılığını ölçmek için kullanılan ilk geçerli ölçek olma özelliği taşımaktadır.

2.3.7.2. Davis’in Bilişsel Davranışsal Patolojik İnternet Kullanımı Modeli

R. A. Davis aşırı internet kullanımından kaynaklanan sorunları ifade etmek için “patolojik internet kullanımı” kavramıştır. Bu bağlamda Davis, geliştirdiği modelde iki tür patolojik internet kullanımından söz eder: a) özgül (spesifik) patolojik internet kullanımı ve b) genel patolojik internet kullanımı (Davis, 2001, s. 187-188).

Özgül patolojik internet kullanımı, internetin yalnızca belli bir kullanıma atıfta bulunur. Buna göre internet, pornografi, kumar oynama, alışveriş yapma vb. gibi bağımlı olunan herhangi bir nesneyi veya durumu elde etmek amacıyla kullanılır. Genel patolojik internet kullanımı ise, belli bir amaca yönelik olmayan fakat zaman geçirmeye yönelik, genel, çok amaçlı, çok yönlü internet kullanımını ifade eder. Genellikle bu kullanım internet ortamında “chat” yapma veya aşırı e-posta kullanımıyla birlikte ortaya çıkar (Davis, 2001, s. 188).

Ona göre patolojik internet kullanımına yönelik daha önce yapılan çalışmalar davranışsal unsurlara odaklanırken, O işlevsel olmayan bilişlere odaklanmıştır. Davis’in modeli bu alanda geliştirilen diğer modellerin aksine, anormal davranışın kaynağı olarak bireylerin bilişlerini veya diğer bir deyişle düşüncelerini görmektedir. Bu alanda yapılan diğer çalışmalar patolojik internet kullanımının belirtilerini genellikle duyuşsal veya davranışsal olarak açıklarken, Davis’e göre bu durumun tam tersi olarak, patolojik internet kullanımının bilişsel belirtileri duyuşsal ve davranışsal belirtilere yol açmaktadır (Davis, 2001, s. 189; Caplan, 2002, s. 557).



Şekil 1: Davis'in Bilişsel Davranışçı Patolojik İnternet Kullanım Modeli.

Kaynak: Davis, R. A., (2001). A Cognitive Behavioral Model of Pathological Internet Use. Computers in Human Behaviour, (17), 187- 195.

Yukarıda görülen Davis'in oluşturduğu modele göre, psikopatoloji, patolojik internet kullanımının merkezden uzakta olan nedenidir. Patolojik internet kullanımına neden olan uzak nedenler bir şeye olan yatkınlık ve yaşam olaylarından meydana gelmektedir. Yani bireylerin sergilediği normal dışı davranışlar daha önce yaşanan yaşam olaylarının ve bireylerin belli bir şeye olan yatkınlıklarının bir birleşiminden meydana gelmektedir. Merkezden uzak olan nedenler depresyon, sosyal anksiyete (kaygı), madde bağımlılığı gibi psikopatolojik sebeplerdir. Patolojik internet kullanımına neden olan yakın nedenler ise Davis'e göre kuşkusuz uyumsuz (İşlevsel olmayan) bilişlerdir. Yani bireylerde oluşan işlevsel olmayan biliş ve düşünceler ve bununla birlikte bunlara uygun davranışların sergilenmesi pekişmesiyle bireylerde patolojik internet kullanım davranışı ortaya çıkmaktadır. Uyumsuz bilişsel düşünceler bireyin kendisini olumsuz algılaması ve dünyayı olumsuz algılaması olarak ikiye ayrılır. Bu tür düşünceler ve düşük benlik saygısına sahip olma gibi düşüncelere sahip bireyler, bu tarz olumsuz düşüncelerden kurtulabilmek için internete yönelmektedir. Sonuç olarak bu kişiler problemlili internet kullanımı davranışını pekiştirecek öğelerle karşılaşmaktadırlar. Bireyler “internet bana saygı duyulan tek yer”, “internet dışında bir arkadaşım yok”, “sadece internette seviliyorum” gibi bilişsel düşünceler problemlili internet kullanımı pekiştirmektedir (Davis 2001, s. 189-192).

2.3.7.3. Caplan'ın Bilişsel Davranışsal Modeli

Scott E. Caplan 2002 yılında bireylerin internet kullanım davranışlarını araştırmak için Davis'in (2001) geliştirdiği bilişsel davranışsal modeldeki genel patolojik internet kullanımının temel varsayımlarından yola çıkarak bir teori ve ölçek geliştirmeyi amaçlamıştır. Caplan burada problemlili internet kullanım davranışı ise psikolojik iyi hali arasındaki ilişkiyi yalnızlık, utangaçlık, depresyon, vb değişkenler kullanarak incelemiştir. Bu amaç doğrultusunda ise yaşları 18 ila 57 arasında değişen 386 lisans öğrencisi ile bir çalışma gerçekleştirmiştir. Caplan bireylerin aşırı ve sık internet kullanımının olumsuz sonuçlarını ortaya koymak için “problemlili internet kullanım davranışı” ifadesini kullanmayı uygun görmüştür. Çünkü ona göre toplumda bazı bireyler internet kullanımını ihtiyacı olduğu kadar ve gerekli bir süre içerisinde gerçekleştirirken, bazıları bu sınırlamayı yapamaz ve bunun sonucu olarak ise toplumsal yaşantısında birtakım sorunlar meydana gelir. Bu davranışlar

normal dışı ve bireylere zarar vermeye eğilimli olduğu için Caplan “problemlı” veya “sorunlu” kavramını kullanmayı tercih etmiştir (Caplan, 2002, s. 551- 556).

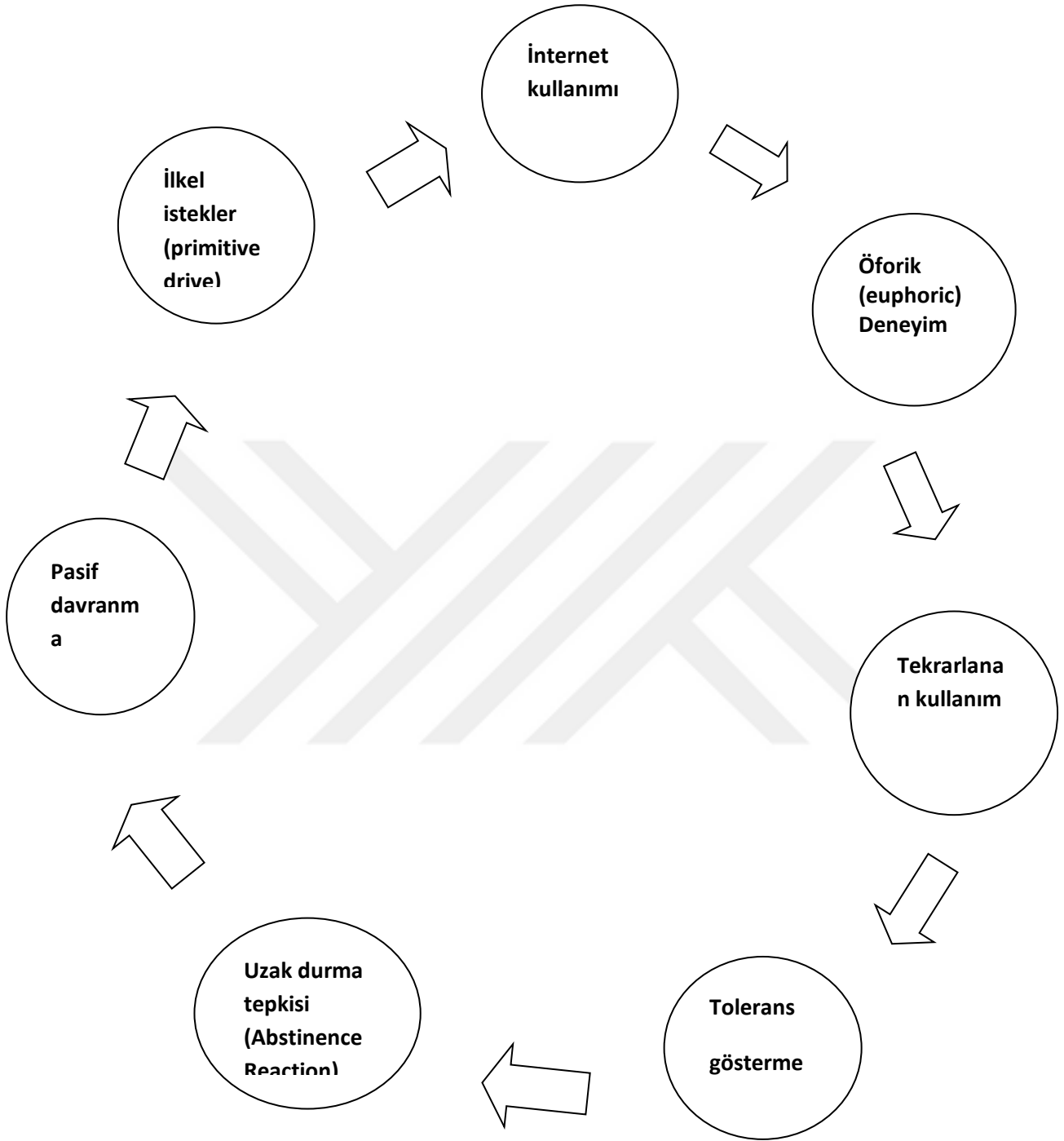
Caplan güvenirlık ve geçerlilik çalışmasını da beraberinde yaptığı modelinde sonuç olarak problemlı internet kullanım davranışı ile psikolojik iyilik hali arasında, bazı değişkenlerde çok daha kuvvetli olmak üzere, her değişken arasında bir ilişki tespit etmiştir. Çalışmanın sonunda Caplan, Davis’in “bireylerin hem psikolojik hem de sosyal anlamda sağlıklı olmaları davranışsal, duyuşsal ve genel patolojik internet kullanımı oluşturan sonuçlarla ilişkidir” önermesini doğrulamıştır. Depresyon, düşük benlik saygısı, yalnızlık gibi psikolojik rahatsızlıkları olan bireyler bilişsel açıdan yüz yüze iletişim yerine internet ortamında iletişimi tercih ederler. Çünkü sanal ortamlarda bu kişiler kendilerini daha rahat hissederler (Caplan, 2002, s. 569- 571).

2.3.7.4. Ying’in Nöropsikolojik Modeli

İnternet bağımlılığına ilişkin literatür incelendiğinde Çin başta olmak üzere Asya ülkelerinde konunun üzerinde önemle durulduğu görülmektedir. 2005 yılında “Ağ Geliştirme İçin Çin Gençlik Derneği” (China Youth Association for Network Development) ismindeki bir kurum, internet bağımlılığının tanısını koymak için bazı ölçütler ortaya koymayı başarmıştır. Buna göre şu üç durumdan herhangi bir tanesini gösteren bir kişi bu standartlara göre bir internet bağımlısıdır (Young vd., 2011, s. 8):

- Bir kişi gerçek hayat yerine internet ortamında kendisini gerçekleştirmeyi daha kolay buluyorsa,
- Kişinin internete erişiminde herhangi bir kısıtlama olduğunda veya erişim tamamen ortadan kalktığında kendisini huysuz ve depresif hissediyorsa,
- Bir kişi internette geçirdiği süre hakkında başkalarına veya ailesine yalan söylüyorsa.

Kurumun başkanı olan Ying, internet bağımlılığını ölçmek için nöropsikolojik modeli geliştirmiştir:



Şekil 2: Ying'in Nöropsikolojik İnternet Bağımlılığı Modeli

Kaynak: Young vd., (2011). Neuropsychological Chain Model of Internet Addiction. Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation.

İlgili Kavramlar	Açıklamalar
İlkel istekler	İnternet kullanımı için çeşitli motivasyonlar ve dürtülerden meydana gelen acıdan kaçma ve mutluluk veren şeylere odaklanma içgüdüğü.
Öforik deneyim	İnternet aktivitelerinin bireyin merkezi sinir sistemini etkilemesi sonucunda kişinin tatmin olmuş ve mutlu hissetmesi. Bu duygular bireyi sürekli internet kullanmaya teşvik eder ve öfori hali oluşur. Bağımlılık bir kere meydana gelince bireyin alışkanlığı haline gelir.
Tolerans gösterme	İnterneti tekrar tekrar kullanmalar sonucunda bireyin duyuşsal eşliğinde azalma meydana gelir ve bunun sonucunda birey, internetten aldığı aynı hazzı alabilmek için birey internette hep daha fazla zaman geçirmek ister.
Uzak durma tepkisi	Birey internette kullandığı zamanı azalttığında veya tamamen ortadan kaldırdığında, huzursuzluk, uykusuzluk, duygusal tutarsızlık, sinirlilik hali gibi fiziksel ve psikolojik rahatsızlıklar başlar.
Pasif davranma	Çevreyle uyumlu pasif davranışlar ve kişi töhmet altında kalma, bilişsel yanlışlama, gibi pasif davranışlar içeren dışarıdan zarar görme veya hayal kırıklığı ile karşılaştığında ortaya çıkar.
Heyelan etkisi (Avalanche effect)	Heyelan etkisi uzak durma tepkisi ve tolerans gösterme gibi pasif deneyimleri ve ilkel istekler üzerine kurulu pasif hareketleri içerir.

Şekil 3: Nöropsikolojik İnternet Bağımlılığı Şemasının Açıklaması

Kaynak:Young vd., (2011). Explanation of the Neuropsychological Link of Internet Addiction: Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation.

İnternet bağımlılığını nöropsikolojik anlamda inceleyen bu model, internet bağımlılığının sosyal yönünden çok nörolojik yönüne odaklanmıştır. Bu tür yaklaşımlar, bireyin hangi bağımlılığı gösterirse göstere, bağımlılığı başlatan şeyin beyinde aynı noktayı tetiklediğini

ortaya koymuştur. Bu durumun bir sonucu olarak ise günümüzde artık internet bağımlılığı da birtakım ilaçlar kullanılarak tedavi edilmeye başlanmıştır. Bu tedavilerin sonucunda bağımlıların internet kullanma sürelerinde ciddi azalmalar görülmektedir (Young vd., 2011, s. 10).

2.4. NESİLLER KAVRAMSALLAŞTIRMASI ve NESİLLER

2.4.1. Nesil Kavramı

Nesil veya farklı kullanımlarıyla kuşak, jenerasyon kavramlarının ilk kullanımları biyolojik veya soyla ilgili (genealogical) olup belirli bir zaman aralığı ile ifade edilmektedir (Jaeger, 1985, s. 274). Nesiller kavramsallaştırmasında her ne kadar bir neslin nereye ait olacağı doğum yılı gibi rakamsal verilerle gösterilse de, aslında bu durum nesilleri ayırt etmenin sadece tek bir yönü hatta belki de en az etkiye sahip olan yönüdür. Çünkü birçok araştırmacıya göre bir nesli belirlemenin en etkili yolu kronoloji değil, birlikte tecrübe edilen tarihsel yaşam olaylarıdır (Reeves ve Oh, 2008, s. 297).

Bir kuşağın başlangıç ve bitişini gösteren tarihsel aralık, aynı zamanda bireylerin birlikte tecrübe ettikleri sosyal, psikolojik, ekonomik ve tarihsel olayları da kapsamaktadır. Bu nedenle nesil kavramı sosyolojik bir tanımlama içermektedir. Türk Dil Kurumu'na göre kuşak kavramı yaklaşık olarak aynı yıllar içerisinde doğan ve o çağın şartlarını, benzer sıkıntılarını, kaderini paylaşan insanlar topluluğunu ifade etmektedir (www.tdk.gov.tr). Bilimsel araştırmalarda bir nesli belirlemenin genel olarak iki özelliği olduğu görülmektedir. Bunlardan bir tanesi doğum oranı, diğeri ise belirli yaşam olaylarıdır (Crumpacker ve Crumpacker, 2007, s. 351; Kupperschmidt, 2000, s. 66; Smola ve Sutton, 2002, s. 364). Doğum oranıyla ilgili olarak, doğum oranının artış göstermesi veya sabit kalması yeni bir neslin başlangıcını; azalması ise neslin yerini diğer bir nesle bırakacağını göstermektedir (Sago, 2000'den akt. Crumpacker ve Crumpacker, 2007, s. 351). Böylece belirli bir zaman dilimi içerisinde doğup aynı olayları tecrübe eden bir insan topluluğu veya diğer bir adıyla nesil, kendine özgü belirli türden ortak özelliklere sahip olurlar. Bu onların neslinin genel karakteristik özelliğini oluşturur. Tabii ki bireysel farklılıklar da söz konusu olmakla birlikte, belli bir neslin üyelerinin toplumsal fenomenlere bakış açıları benzerlikler gösterir ve nesiller değiştikçe bu fenomenlere yüklenen anlamlar da değişir. Örneğin evliliğe bakış açısının nasıl olacağı, toplumdaki kurumlara yahut toplumsal otoritelere karşı nasıl bir tutum

sergileyecekleri, çalışma yaşamından neler bekledikleri, hatta paralarını nasıl ve nereye harcadıkları benzer özellikler gösterir (Kupperschmidt, 2000, s. 66; Smola ve Sutton, 2002, s. 364).

Klasik sosyoloji yaş ve toplumsal yapılar arasındaki ilişkiyi geçmişten bugüne incelemiştir. (Edmunds ve Turner, 2002, s. 7). Sosyal bilimler alanında nesil kelimesini ilk kullanan isim sosyoloji biliminin kurucusu olarak bilinen Aguste Comte olmuştur. 1830 ila 1840 yılları arasında Comte, nesilleri bilimsel bir bakış açısıyla sistematik olarak incelemeye çalışmıştır. Comte'a göre tarihsel sürecin itici gücü kuşakların birbiri ardına gelmesi sürecidir (Jeager, 1985, s. 275; Edmunds ve Turner, 2002, s. 7) ve bu sürecin hızını da kuşaksal (generational) değişimler belirler. Daha sonra John Stuart Mill de Comte'un bu görüşlerine çok benzer görüşler ileri sürmüştür (Jeager, 1985, s. 275). Karl Marx ve Friedrich Engels de yaşın önemi üzerindeki sanayileşmenin etkilerini araştırmışlardır. Emile Durkheim ise yaş ve sosyal entegrasyon arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir (Hagestad 1999'dan akt. Edmunds ve Turner, 2002, s. 7).

Nesil kavramı daha sonra yirminci yüzyılın ilk yarısında Alman sosyolog Karl Mannheim tarafından sosyal bilimler alanında kullanılmaya başlanmıştır. Mannheim'e göre bir nesil, ortak sosyolojik ve tarihi süreçleri aynı zaman diliminde yaşamalarından dolayı benzer dünya görüşlerini paylaşan belirli bir insan grubudur (Mannheim,1952'den akt. Crumpacker ve Crumpacker, 2007, s. 351; Mannheim,1927 ve 1952'den akt. Jeager, 1985, s. 275).

Nesil kavramını bilimsel anlamda tanımlamaya çalışan bir diğer önemli isim ise Jose Ortega y Gasset'tir. Onun görüşleri de Mannheim'in görüşleri ile benzerlik göstermektedir. Ortega y Gasset'e göre, aynı zaman dilimi içerisinde dünyaya gelen bireyler benzer tarihi süreçleri yaşamışlardır. Bu yüzden de benzer görüşlere sahiplerdir. Ona göre nesil kavramı çoğunluk (mass) ve birey arasında uzlaşma sağlayan dinamik ve tarihteki en önemli kavramlardan bir tanesidir. Yeni nesil önceki nesilden fikirler, değerler, normlar ve benzeri şeyleri hazır olarak bulurken, aynı zamanda kendi yaratıcılığı ile yeni fikirler, değerler vb. ortaya koyabilir (Ortega y Gasset, 1961, s. 15-19).

Nesiller kavramsallaştırması üzerinde son yıllarda araştırmalar yapan ve nesilleri birbirinden ayırıp onları isimlendirmeye çalışan Neil Howe ve William Strauss'a göre ise bir nesli tanımlayan üç özellik söz konusudur (Howe ve Strauss, 2000, s. 41-46):

a) Aidiyet Algısı: Bir kuşağa ait olmaya yönelik algı, ilk olarak o kuşağa ait bireylerin ilk gençlik dönemlerinden itibaren başlar ve sonraki dönemlerde pekişir.

b) Ortak İnançlar ve Davranışlar: Her kuşağın kendine özgü bir karakteri, inançları ve bu doğrultuda sergilediği birtakım davranışlar söz konusudur. Aileye, iş ve kariyer yaşamına, dine, kişisel yaşama, politikaya, karşı vb. gösterilen tavırlar; iş, eş seçimi, çocuk tercihi, sağlıkla, cinsel yaşamla, ilaç ve madde kullanımıyla ilgili alınan kararlar ve davranışlar bir neslin genel karakteristik özellikleridir.

c) Ortak Bir Tarihi Paylaşma: Yaşanılan dönemde bireylerin hayatlarında önemli izler bırakma potansiyeli olan tarihsel olaylardır. Örneğin liberal politikadan muhafazakârlığa geçiş yapmak, Vietnam savaş gibi savaşlar, vs.

Neil Howe ve William Strauss, Amerikan tarihinin nesillerini 1584'ten 2069'a kadar incelemiş ve ayırmışlardır. Howe ve Strauss'a göre modern tarihin dikkate değer yanlarından bir tanesi şudur: Son beş yüz yıldır Anglo-Amerikan tarihi ortalama her yirmi yılda yeni bir döneme (turning) girmektedir ve her dönemde insanların nasıl hissettikleri, düşündükleri, kültürleri, duyguları, fikirleri, vb. değişmektedir. Buna göre her bir dönem (turning) ortalama olarak yirmi yıl veya biraz daha fazla süren dört farklı dönümden (cycle) meydana gelmektedir. Böylece bir insanın yaşam süresi veya neslin yerini tamamen başka bir nesle bırakma süresi ortalama seksen ila yüz yıl olarak hesaplanmıştır (Howe ve Strauss, 1997, s. 1-3). Bu yaşam dönemlerinin dört dönümü, büyüme, gelişme, çözülme ve yıkımdan meydana gelmektedir (Howe ve Strauss, 1997, s. 3):

İlk dönüm olan **yükselme** dönümü, bireyselliğin zayıfladığı ve kurumsallığın güçlendiği bir dönemdir. Kişiler kendilerini topluma adanmışlardır. Eski düzenin yerini yeni bir düzen almaya başlamıştır.

İkinci dönüm olan **uyanış** dönümü, kurumsal yapıların sorgulanmaya başlandığı ve yeni değerlerin öne sürülmeye başlandığı dönemdir.

Üçüncü dönüm olan **çözülme** dönümünde yükselme dönemine özgü özelliklerin tam tersi yaşanmaktadır. Buna göre bu dönemde bireysellik daha fazla ön plana çıkarak kurulu düzen ve kurumlar sorgulanır.

Son olarak dördüncü dönüm olan **kriz** dönümünde ise eski düzen yerini bir yenisine bırakır ve ani değişiklikler meydana gelir.

Bu döngü 80 ila 100 yılda bir tekrar başa döner.

Strauss ve Howe bu dört dönüme ait dört ayrı kişilik tipi belirlemişlerdir. Bu kişilikler birinci dönemden dördüncü dönüme sırasıyla peygamber, göçebe, kahraman ve sanatçı olarak isimlendirilmişlerdir (Howe ve Strauss, 1997, s. 70).

2.4.2. Nesiller

Nesil veya kuşak, jenerasyon kavramının biyolojik olmaktan çok sosyolojik bir tanımlama içerdiğinden yukarıda bahsedilmiştir. Bu yüzden söylenebilir ki, bu tanımlamalar bir nesli tarif ederken belli tarihsel, ekonomik, sosyolojik, politik süreçlere atıfta bulunurlar. Bir neslin değişimini sağlayacak süre ise araştırmacının bilimsel birikimine göre farklılıklar göstermektedir. Bu nedenle nesillerin başlangıç ve bitişini gösteren tarihler araştırmacıya göre farklılıklar gösterebilmektedir. Aşağıda bu tanımlamalar ışığında, Y neslinin diğer nesillerle olan benzerliklerini ve farklılıklarını açıklayabilmek adına, Y neslinin bir arada yaşadığı diğer nesillerden (bebek patlaması nesli, X nesli, ve Z nesli) bahsedilmiş ve Y nesli daha ayrıntılı bir şekilde anlatılmıştır.

2.4.2.1. Bebek Patlaması Nesli

Literatüre bakıldığında bebek patlaması neslinin başlangıç tarihi ortalama olarak 1943 ila 1946 yıllarını; bitiş tarihi ise 1960- 1964 yıllarını kapsamaktadır (Reeves ve Oh, 2008, s. 296). Bu nesil ismini bu yıllarda meydana gelen doğum oranındaki yükselmeye almaktadır. Bu dönemde yaklaşık bir milyar bebek dünyaya gelmiştir (Berkup, 2014, s. 220; Erdoğan, 2015, s. 19;). 1946 yılında *Fortune* Gazetesi dönemin zenginliğini ifade edecek şekilde “The Great American Boom” (“Büyük Amerikan Patlaması”) başlığını atmıştır. Bu başlık o dönemde, sadece bebek sayısındaki artışı değil, aynı zamanda ekonomik refahı, eğitim imkânlarındaki iyileşmeyi, yerleşim ve geçinme imkânlarının artışı ve ayrıca bilimde meydana gelen olumlu gelişmeleri ifade etmektedir (Strauss ve Howe, 2001, s. 304).

Dönemin en önemli olayları doğum oranındaki yükselme, ekonomik refah, Vietnam Savaşı, Watergate Olayları, cinsel devrim, sivil haklar isyanı, rock n roll (Lancaster, 2004; Crumacker ve Crumacker, 2007; Kupperschmidt, 2000; Smola ve Sutton, 2002). Ayrıca Martin Luther King ve John F. Kennedy cinayetleri gibi olaylar ve doğum kontrol hapının bulunması, ilk nükleer santralin yapılması, ilk kez Ay’a ayak basılması (Baran, 2014, s. 7) ve en önemli olaylardan bir tanesi olan televizyonun evlerde yaygın olarak kullanılması (Lancaster ve Stillman, 2002, s. 75) yine bu dönemde gerçekleşmiştir. 1952 yılında yaklaşık

olarak dört milyon televizyon Amerikalı ailelerin evlerinde yerini almıştır. 1960 yılında bu oran elli milyona çıkmıştır. Televizyonun evlerde yaygınlaşması Bebek Patlaması neslini oldukça etkilemiştir (Lancaster ve Stillman, 2002, s. 75-76). Bu durum teknolojik gelişmelerin bir nesil üzerinde ne kadar etkili olabileceğini açık olarak göstermektedir.

İkinci dünya savaşından sonra doğan bu neslin hayattan beklentisi oldukça yüksek olmuştur. Bu nesil genel olarak hem iyi eğitim alma imkânı yakalamış hem de ekonomik refah içerisinde büyümüştür (Kupperschmidt, 2000, s. 68; Smola ve Sutton, 2002, s. 364; Lancaster ve Stillman, 2002, s. 75-76). Bu yüzden bu nesli tanımlayan anahtar kelime “optimistik” yani “iyimser” kelimesidir. Bebek Patlaması nesli dünyada ortak müzik zevklerini, modayı ve paylaşan ve iletişim kurabilen ilk küresel nesil olarak kabul edilmiştir (Edmunds ve Turner, 2002). Bu nesil toplumsal hareketler ve protestolar aracılığıyla kendi düşüncelerini küresel olarak duyurma imkânı yakalamıştır (Erdoğan, 2015, s. 21).

Bebek Patlaması Neslinin aile yapısına bakıldığında, bir önceki neslin iki büyük savaş gibi zor günler geçirdikten sonra, ailelerin çocuk merkezli olduğu ve bu neslin ebeveynleri tarafından oldukça ilgili büyütüldükleri görülmektedir (Crumpacker ve Crumpacker, 2007, s. 353; Berkup, 2014, s. 220). Bu nesil aynı zamanda “Ben Nesli” olarak da bilinmektedir. Yaklaşık bir milyar olarak en kalabalık nesil olma unvanına sahip bu nesil aynı zamanda çok çalışkan ve rekabetçi bir nesildir. Kedi kişisel hedefleri için takım çalışmalarında oldukça uyumlulardır. Onları anlatan en iyi ifadelerden bir tanesi “çalışmak için yaşamak” ve bir diğeri de “Tanrım şükürler olsun, bugün pazartesi”dir (Zemke, Raines ve Filipczak’tan akt. Berkup, 2014, s. 220). Bu neslin çok fazla işkolik olması ve kadınların da daha önce olmadığı kadar iş gücüne katılma oranları, bu nesildeki boşanma oranlarının da yüksekliğinin sebebi olarak görülmektedir (Crumpacker ve Crumpacker, 2007, s. 353; Berkup, 2014, s. 220-221).

2.4.2.2. X Nesli

Kronolojik olarak Bebek Patlaması Nesli’nden sonra gelen X Nesli, bilimsel literatür incelendiğinde 1960 ila 1981 yılları arasını kapsamaktadır. Genel olarak X Nesli şeklinde bilinmesine rağmen Strauss ve Howe bu nesli tanımlarken 13. Nesil ifadesini kullanmaktadır (Reeves ve Oh, 2008, s. 296). Bu nesil ismini Douglas Couplan’ın “X Nesli: Hızlandırılmış Bir Kültürden Masallar” kitabından almıştır. Kitapta 1980’li yıllarda yaşayan gençlerin İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra genç yetişkinlere dönüşmeleri anlatılmaktadır (Meier, 2010, s. 68; Douglas, 1995’ten akt. Topgül, 2015, s. 19).

Bebek Patlaması Nesli'nin çocukları olan bu nesil ekonomik, ailesel ve toplumsal olarak güvensiz bir ortamda yetişmişlerdir (Smola ve Sutton, 2002, s. 365; Karp vd. 2002'den akt. Tolbize, 2008, s. 3). Çünkü bu nesil Amerika'nın küresel anlamda gücünün zayıfladığı ve ebeveynlerinin de işsiz kalmaya başladığı bir dönemde yaşamışlardır. Bu neslin yetiştiği zamanda piyasalar durgunlaşmış, Amerika şirketleri küçülmeye başlanmış ve ücretlerde azalma meydana gelmiştir. Ayrıca bu nesil ebeveynlerinden daha az para kazanan bir nesil olmuştur. Bu neslin çocuklarının anne babaları işkolikti ve genel olarak her iki ebeveyn de ev dışında bir işte çalışmaktaydı. Ayrıca boşanma oranları da çok fazla yüksek olduğundan, bu neslin çocuklarına anne babası çalıştığı için, okul dönüşü evde onları bulamayan, kendisine evin anahtarı verilen çocuk (www.seslisozlukcom) anlamına gelen "latchkey kids" denilmiştir (Karp vd. 2002'den akt. Tolbize, 2008, s. 3; Kupperschmidt, 2000, s. 69; Strauss ve Howe, 1991, s. 339). Bu yüzden bu nesil kendisini yalnız hisseden (Rosen, 2001, s. 43) bu nesle "Kayıp Kuşak" da denilmektedir (Altıntuğ, 2012, s. 205-206). Fakat Strauss ve Howe'un Nesiller teorisinde Kayıp Kuşak 1883 ila 1900 yılları arasında doğmuş ve gençlik yıllarını da Birinci Dünya Savaşı sırasında geçirmiş olan nesildir. Bu nedenle Strauss ve Howe bu nesle Kayıp Kuşak demektedir (Strauss ve Howe, 1991, s. 247-260). Yukarıda bahsedildiği üzere Strauss ve Howe'un nesiller teorisinde bir neslin kendini tamamen yeni bir nesle bırakma süresi ortalama 80-100 yıl sürmektedir. Bu süre ortalama olarak her 20 yılda bir yeni bir dönüme girilmektedir. Döngü tamamlandığında süreç tekrar başa döner. Buna göre Strauss ve Howe'da Kayıp Kuşak olarak adlandırılan nesil ile diğer araştırmacılar tarafından Kayıp Kuşak olarak adlandırılan X nesli açısından bakıldığında, her iki neslin de aynı isimle anılması ve bunun sebebi olarak da her iki kuşağın da belirli sıkıntılardan geçtiğinin gösterilmesi, Howe ve Strauss'un teorisin kanıtı olarak görülebilir (Topgöl, 2015, s. 20).

Watergate Skandalı, küresel enerji krizi, AIDS hastalığının artış göstermesi, Berlin Duvarı'nın yıkılması gibi olaylar X Nesli'nin karakterinin oluşmasında etkili olmuştur. Bu yüzden X Nesli kötümser (pessimistic) olarak nitelendirilmektedir. Bu nesil dünya çapında meydana gelen olaylardan etkilenerek küresel olarak düşünebilen ilk nesildir. Televizyonun daha fazla yaygınlaşmasıyla X Nesli gençleri dünya çapında gerçekleşen olayları takip edebilmiş ve bir önceki nesle göre televizyondan ve popüler kültürden daha fazla etkilenmişlerdir (Lancaster ve Stillman, 2002).

Bir önceki nesille karşılaştırıldığında anne babaları çalıştığı için erken yaşta kendi kendilerine bakabilmeyi öğrenmiş ve bu yüzden daha fazla kendine güvenen ve daha yetenekli bir nesil olmuştur. Anne babalarının aksine otoriteyi daha fazla sorgularlar. Bebek Patlaması Nesli'nin

işkolik olmasından ve boşanma oranının fazla olmasından dolayı X Nesli aile ve iş yaşamı arasındaki dengeye önem vermektedir. Bebek Patlaması Nesli'nin “çalışmak için yaşamak” düşüncesi X Nesli'nde “yaşamak için çalışmak” şeklinde değişmiştir (Berkup, 2014, s. 221).

2.4.2.3. Y Nesli

Y Nesli'nin tıpkı diğer nesillerde olduğu gibi tarihsel yaş aralığının sınırları net olarak belirlenememiştir. Fakat genel olarak bilimsel çalışmalarda ortalama 1980 ile 2001 yılları arasında (Lower, 2008, s. 80) veya 1981 ile 1999 yılları arasında doğan nesli kapsadığı görülmektedir (Bolton vd., 2013, s. 247). Y kuşağı ifadesi ilk olarak 1996 yılında, dönemin ergen gençlerini bir önceki nesilden ayırt edebilmek için kullanılmıştır (Strauss ve Howe, 1991). Aynı zamanda milenyum nesli (Strauss ve Howe, 1991); beklemeyi sevmeyip hemen bir sonraki adımı görmek istedikleri için “next generation”; bebek patlaması nesline benzer karakteristik özellikler sergiledikleri için “echo boomers- eko patlaması” nesli (Erdoğan, 2015, s. 27); dijital kuşak (Spiro, 2006, s. 17; Shaw ve Fairhurst, 2008, s. 367; Lower, 2008, s. 80); veya N nesli (net-jenerasyonu) ve D-nesli (Digital jenerasyon) olarak da bilinen (Prensky, 2001:1) Y nesli, cep telefonları, CD'ler, DVD'ler ve dijital kameralarla birlikte büyüyen bir nesildir (Spiro, 2006, s. 17). Bu tarihler arasında doğan bireyler dijital çağın özelliklerini yansıtan her türlü oyuncak, video oyunları, bilgisayar oyunları, müzik çalarlar, cep telefonları, vb. ile kuşatılmış olarak büyümektedirler. Bu yüzden literatürde Y nesline “dijital yerli” (digital native) de denmektedir (Prensky, 2001, s. 1). Bu tanım onların teknolojiyi sonradan öğrenmek için çaba harcamadığı; aksine yeni bilişim teknolojileri ile birlikte büyüdüğü için bu teknolojileri kullanma yeteneklerinin olduğunu belirten bir ifade biçimidir (Palfrey ve Gasser, 2008). Türkçe çevirisi “Geniş Fırça” olan başka bir tanım “Broad Brush” ise yine bu neslin bilgisayarlar ile birlikte büyüdüğünü ve başta iletişim olmak üzere, hayatlarının hemen hemen her alanında bu cihazları kullanmayı tercih ettiklerini ifade etmek için kullanılmaktadır (Bolton vd., 2013, s. 248).

Y Nesli adını İngilizcedeki “why” kelimesinden almıştır. Y harfi İngilizcede bu kelime ile aynı şekilde okunmaktadır ve “vay” sesi çıkarılarak okunur. Böyle anılmalarının sebebi ise genel olarak her şeyi sorgulamak istedikleri içindir (Crumpacker ve Crumpacker, 2007). Çünkü “why” kelimesi en genel anlamda “neden”, “sebebi” olarak Türkçe'ye çevrilse de “soran”, “sorgulayan” anlamlarına da gelebilmektedir. Genel özelliklerine bakıldığında Y Nesli vücutlarına yaptırdıkları dövmeleleriyle, “piercing” ve benzerleri ile hem dış görünüş olarak hem de fikri olarak kendinden önceki nesillerden oldukça farklılık göstermektedir.

(Shaw ve Fairhurst, 2008, s. 368; Kapoor ve Solomon, 2011, s. 310). Dijital yerli de denilen bu nesil, yeni teknoloji ile birlikte büyüyen ilk nesildir. Bu yüzden bu nesil, önceki nesillerden farklı olarak, zamanının çoğunu bilgisayar başında oyunlar oynayarak, internete zaman geçirerek, cep telefonları ile ilgilenerek, anlık mesajlar alıp göndererek ve diğer dijital aletler ile ilgilenerek geçirmektedir (Prensky, 2001; Crumpacker ve Crumpacker, 2007).

Y kuşağı tüm dünyada önemli sosyal değişimlerin yaşandığı bir dönem içerisine doğmuştur. Bu dönemi diğer dönemlerden ayıran en önemli unsur ise şüphesiz bilgisayar ve cep telefonlarının hayatımıza girmesidir. Y kuşağının üçte ikisini henüz beş yaşına gelmeden bilgisayarla tanışmış ve bu yüzden de teknoloji ve internet ile kendinden önceki nesillere oranla daha sıkı bir ilişkisi içerisinde olmuştur (Zempke v.d.'den akt. Adıgüzel v.d., 2014, s. 173). Y kuşağı, dijital dünyayı sonradan keşfetmemiş; o dünyanın içine doğmuştur. Önceki kuşaklar, örneğin herhangi bir şeyle ilgili bilgi edinmek istediğinde ilk olarak internete bakmak yerine o şeyin el kitabını okumayı tercih eden; bir görüşme yapacak olduğunda internet ortamında görüşmeyi sürdürmek yerine yüz yüze görüşmeyi tercih eden; bir yazıyı bilgisayarda okumak yerine onun çıktısını alıp okumayı tercih eden bir nesildir (Prensky, 2001, s. 2). Y kuşak ise bütün bunları teknolojik aletler vasıtasıyla yerine getirmeyi tercih eden bir nesildir. İnternet teknolojisiyle birlikte Facebook, LinkedIn, MySpace gibi sosyal medya uygulamalarının da yaygınlaşmasıyla Y kuşağının iletişim biçimde ve buna bağlı olarak sosyalleşme sürecinde diğer kuşaklara göre farklılıklar gözlemlenmeye başlanmıştır. Örneğin dünyanın neresinde olursa olsun eş zamanlı veya herhangi bir zaman diliminde bireyler birbirlerine anlık iletiler gönderebilmekte, benzer zevkleri paylaştıkları insanlarla aynı platformlar altında buluşup, kendi tecrübelerini paylaşabilmekteler (Deal vd. 2010, s. 192; Zimmerman, 2010, s. 12; Yeşil ve Fidan, 2017, s. 101).

Bu neslin bireyleri geleneksel bir dünyadan daha farklı olan yeni bir dünyaya doğru geçiş yapmıştır. Çok iyi eğitim alma fırsatı yakalayan bu nesil, kendisini “özgür ruhlu” olarak tanımlamaktadır. Kolay uyum sağlayabilen, bilgiye hızlı ulaşabilen, sürekli yeni bakış açıları elde etmeye çalışan (Lower, 2008), kendine güvenen, kendinden emin ve amaç odaklı bir nesildir (Meier, 2010, s. 68). Y Nesli'nin ebeveynleri olan X Nesli bireyleri çalışan veya boşanmış anne babalara sahip olmalarından dolayı, yaşamlarında ailelerini merkeze alan bir ortamda büyümemişlerdir. Bundan dolayı X Nesli bireyleri kendi çocuklarını yetiştirirken ailelerini yaşamlarının merkezine almayı tercih etmiş ve daha otoriter, güvenli bir aile ortamı oluşturmaya çalışmışlardır (Zimmerman, 2010, s. 12).

Teknolojideki gelişmelerin yanı sıra bu neslin genel karakterin oluşmasındaki en etkili olaylar Sovyetler Birliği'nin Dağılması, 11 Eylül olayları ve benzeri terörist saldırıları, Berlin Duvarı'nın çöküşü (Zopiatis vd. 2012, s. 12; Berkup, 2014, s. 222), doğal afetler, Orta Doğu savaşları ve ırkçılığın azalmaya başlamasıdır. İletişim teknolojisindeki gelişmelere de bağlı olarak, önceki nesillerden daha fazla küresel düşünme yetisine sahip Y nesli farklı ırklara, cinsiyetlere, kültürler, vb. daha hoşgörülüdür. Aynı zamanda değişime oldukça açık, yeniliklere çabucak adapte olabilen ve sabırsız bir karakter özelliğine sahiplerdir. Kendi dönemlerinde yaşadıkları terörist ataklarından dolayı istikrarsız politikalarından olumsuz etkilenmiş ve bunun sonucunda politikacılara ve otoriteye karşı güven duyguları sarsılmıştır (Berkup, 2014, s. 222).

2.4.2.4. Z Nesli

Y Nesli'nin günümüzde bir arada yaşadığı bir diğer nesil ise Z Nesli'dir. Bu nesil ismini basitçe Y harfinden sonra Z harfinin gelmesiyle almıştır. Z kuşağı literatürde 2000 yılı ve sonrasında doğan/doğacak olan bireyleri kapsar. Bu yüzden tarihsel anlamda en yaşlısının henüz 18 yaşında olması nedeni ile Z kuşağı hakkında pek fazla çalışma yapılmamıştır. Son yıllarda, özellikle 2016 yılı ve sonrasında artan çalışmalar, tıpkı diğer nesil çalışmalarında olduğu gibi, Z Nesli'nin iş yaşamı, liderlik özellikleri ve tüketim alışkanlıklarına yöneliktir.

Z Nesli'nin genel karakteristik özelliklerini belirleyen etmenlerin başında hiç kuşkusuz internet teknolojisinin gelişmesi, sosyal medyanın yaygınlaşması ve akıllı telefonlar ile tablet bilgisayarların icadı en önemlilerindendir. Bundan dolayı Z Nesli literatürde I-Generation yani "İnternet Nesli" veya akıllı telefonlardaki uygulamalara atfen "App Generation" olarak da bilinmektedir. "App" ifadesi İngilizce "application" kelimesinin kısaltılmasıdır ve Türkçe çevirisi "uygulama" şeklindedir. Gardner ve Davis'in "The App Generation" isimli kitabında Z Nesli anlatılmaktadır. Kitaba göre bu nesil dijital medyanın uygulamalarını sadece kullanmakla kalmamakta, aynı zamanda düşünce şekilleri ve kendilerini nasıl tanımladıkları da bu uygulamalardan etkilenmektedir. Örneğin birkaç yıl öncesine kadar bir kimse bilmediği herhangi bir adrese ulaşmak istediğinde, etrafındaki kişilere sormayı, haritalara bakmayı veya risk alarak bir yolu tercih etmeyi seçerdi. Oysa günümüzde GPS cihazları ile veya akıllı telefonlardaki harita uygulamaları ile bir yeri ararken Z Nesli'nin ilk aklına gelen şey bu tür dijital aletler başvurmaktır (Gardner ve Davis, 2013, s. 5-8). Aynı zamanda bu nesli Dijital Yerli olarak da değerlendiren Gardner ve Davis'e göre (Gardner ve Davis, 2013) bu nesil, dünyayı dijital teknolojiler olmadan düşünmemektedir. Bu nesil teknolojinin daha önce hiç

olmadığı kadar hızlı geliştiği bir dünyaya doğmuştur. Öyle ki henüz iki yaşındaki bir bebek bile akıllı telefonların ve tablet bilgisayarların nasıl kullanılacağını öğrenmiş durumdadır (Arar ve Yüksel, 2015, s. 4).

Z Nesli bireyleri, tıpkı Y Nesli'nde olduğu gibi, aynı anda birçok işle ilgilenebilen (multitasking) bir zihne sahiplerdir. Aynı zamanda hızlı mobiliteden ve sanallaşmadan etkilenen ilk küresel nesildir. Bu nesil bireyleri zamanın politik olayları ile de fazla ilgilenmezler (Micoleta, 2012).

Dijital teknolojinin yanı sıra Z Nesli'nin genel karakteristik özelliklerinin oluşmasında etki eden diğer olayları ise dünya çapında gerçekleşen ekonomik kriz ve Mortgage krizidir (Arar ve Yüksel, 2015, s. 4).

Aşağıdaki olaylar dizisi 19. Yüzyılın başlarından 21. Yüzyılın ilk çeyreğine kadar meydana gelen elektronik ve dijital teknolojilerin gelişimini göstermektedir. Teknolojik gelişmenin nesillerin karakterleri üzerinde etkili olduğu konusuna vurgu yapan bu çalışmanın daha iyi anlaşılabilmesi için, aşağıdaki gelişmeler ve bu gelişmelerin meydana geldiği zaman aralığı önem taşımaktadır.

2.5. ÇALIŞMANIN MODELİ

Y nesli literatürde farklı zaman aralıkları ile ifade edilse de ortalama olarak 1980 ile 2001 (Lower, 2008, 80) veya 1981 ile 1999 (Bolton vd., 2013, s. 247) yılları arasında doğmuş bir kuşaktır. Fakat her ne kadar belirli bir zaman aralığı ile ifade edilse de kuşak kavramı, rakamsal bir ifadeden çok daha fazlası, sosyolojik bir tanımlama içermektedir. Çünkü bir kuşağın bireyleri sadece aynı zaman aralığında doğmuş olmaz; belli ekonomik şartları, hayat tarzını, hayat şartlarını, kültürü, benzer sıkıntıları ve kaderi paylaşırlar (www.tdk.gov.tr).

Y kuşağı ifadesi ilk olarak 1996 yılında, dönemin ergen gençlerini bir önceki nesilden ayırt edebilmek için kullanılmıştır (Strauss ve Howe, 1991). Fakat yapılan bu ilk tanımlamalar çoğunlukla Amerika ve Batı kaynaklı olduğu gerekçesiyle Türkiye'deki bazı araştırmacılar tarafından Türkiye'de Y kuşağının Batı ile uyumlu olup olmadığı bir soru işareti haline gelmiştir. Bu nedenle bazı araştırmacılar Türkiye'de Y kuşağının temel özelliklerini ve yaş aralığını belirlemeye çalışmışlardır (Yüksekbilgili, 2013, s. 2015). Kimi araştırmacılar ise, araştırma konusuna bir hipotez olarak Türkiye'de Y kuşağının Batı ile uyumlu olup olmadığı sorgulamışlardır (Topgöl, 2015). Yüksekbilgili'nin gerçekleştirmiş olduğu çalışmaya göre Türkiye'de bir Y neslinin varlığından söz edilebilir fakat yaş aralığı 1983 ile

1995 arasındadır. Böyle olmasının sebebi ise Yüksekbilgili'ye göre, çeşitli teknolojilerin Türkiye'ye Batı'dan daha sonra gelmesinden kaynaklanabilmektedir (Yüksekbilgili, 2015). Çünkü Y nesli teknolojiyle iç içe büyümüş bir nesildir. Bu teknolojilerin Türkiye'ye geç ulaşması ise elbette teknolojiye olan yatkınlıklarıyla tanımlanan bir neslin yaş aralığını değiştirecektir. Kuyucu'nun Y kuşağının sosyal medya uygulaması olan Facebook ile ilişkisini inceleyen çalışmasının sonuçlarına bakıldığında ise, Y kuşağının ilk dönem doğan bireyleri ile son dönem doğan bireyleri arasında, sorulara verilen yanıtlar açısından bir farklılık göze çarpmaktadır. Bu nedenle Kuyucu'ya göre Türkiye'de Y kuşağı 1996'dan önce doğanlar ve 1996'dan sonra doğanlar şeklinde iki farklı alt gruba ayrılabilir. Bu durumun altında yatan sebep ise, Yüksekbilgili'nin ifadelerine paralel şekilde, internet gibi dijital teknolojilerin Türkiye'de yaygınlaşma yıllarının Batı'ya oranla daha geç olmasından kaynaklanabilmektedir. Çünkü internet Türkiye'ye 1994 yılında gelmiş ve yaygınlaşması ise 1996 yılında olmuştur. Dahası, Kuyucu'ya göre, Y kuşağının son dönem bireyleri Z kuşağının karakteristik özellikleriyle benzer davranışlar sergilemektedirler (Kuyucu, 2014). Topgül ise “Y Nesli Üzerine Sosyoloji Bir Analiz” isimli çalışmasında Y Nesli yalnızca bir kültür tanımlaması mıdır, yoksa Türkiye'de de Y neslinin varlığından söz edilip edilebilir mi şeklinde bir sorgulama gerçekleştirmiş ve çalışma sonunda, örnekleme dâhil olan bireylerinin Y nesli tanımı ile benzer süreçlerden geçtiği sonucuna ulaşmıştır (Topgül, 2015).

Y nesli ve Teknoloji bağımlılığına ilişkin literatür incelendiğinde teknoloji kullanımının özellikle internet üzerinden gençlerin sosyal, psikolojik ve akademik hayatlarını nasıl etkilendiğinin araştırıldığı görülmektedir. Bunun sonucunda; internet kullanımının hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabileceği görülmüş fakat genellikle internet kullanımının patolojik bir rahatsızlığa yani bağımlılığa dönüşmesi sonucu gençlerin hayatını olumsuz olarak etkilediği ortaya çıkmıştır. Bu olumsuzlukların başında, bireyin ruhsal ve fiziksel sağlığının bozulması, aile ve arkadaş çevresine yeterince vakit ayıramaması sonucu ilişkilerinin bozulması, aile kurumunun kimi fonksiyonlarındaki işlevsiz hale gelmesi, akademik başarılarının kötüye gitmesi gelmektedir. Bu çalışmalara göre, aile içi ilişkilerin zayıflaması ve depresyon gibi bazı psikolojik rahatsızlıkların internet bağımlılığına yol açabileceği gibi internet bağımlılığının da birtakım psikolojik rahatsızlıklara ve aile içi ilişkilerde birtakım sorunlara yol açabileceği çalışmalardan ortaya çıkan sonuçlar arasındadır. Dolayısıyla her iki değişkenin de bir diğeri hem sebebi hem de sonucu olabileceği görülmektedir. Gençlerin aşırı internet kullanımı karşısında kendi kendilerine vakit geçirmeleri hem aile içindeki iletişimi olumsuz etkilemiş hem de arkadaşlarına yeterince vakit

ayırnamalarından dolayı sosyal çevrelerinde yalnızlık, stres, depresyon gibi psikolojik rahatsızlıklar hissettikleri görülmüştür. Aşırı internet kullanımının internet bağımlılığı gibi bazı sorunlara yol açacağına farkında olan ebeveynler çoğunlukla çocuklarını aşırı internet kullanımından koruyamadıklarını belirtmişlerdir. Aileler tarafından konulan kuralların da ergenler tarafından genellikle uygulanmadığı ortaya çıkmıştır.

Günümüz teknolojisi gençlerin sadece aile, sosyal çevre veya akademik başarılarını değil onların iş yaşamını da etkilemektedir. Teknoloji ile beraber büyüyen bu nesil önceki nesillere göre bu özelliğini ve buna paralel bir şekilde gelişen bazı karakter özelliklerini iş yaşamına da taşımışlardır. Bu nesil günümüzde genellikle Y nesli veya Milenyum nesli olarak adlandırılmaktadır. Böylece bu gençlik grubunun işe olan yaklaşımları, iş hayatına yönelik tutum ve normları konusunda farklılıklar meydana gelmiştir. Bu nesil, genel anlamda hızlı, pratik, aynı anda birkaç işi yapabilen (multitasking), sabırsız, hep yükselmek isteyen, liderlik pozisyonlarında olmak isteyen ve her alanda teknolojiyle iç içe olmak isteyen bir nesildir. Bu özellikleri de onları diğer nesillerden davranışsal ve düşünsel açıdan farklı kılmaktadır. Bundan dolayı birçok araştırmacı Y neslini iş yaşamına nasıl çekecekleri, onları iş yaşamında nasıl tutacakları konusunda stratejiler geliştirmek istemektedir. Diğer yandan da özellikle sosyal medya üzerinden bu neslin tüketim alışkanlıkları yönlendirilmeye çalışılmaktadır. Çünkü Y nesli günümüzde hem üretim hem de tüketim anlamında nüfusun en yoğun kısmını oluşturmaktadır.

Gençliğin teknoloji bağımlılığına dair yapılan çalışmalarda genellikle 11- 18 yaş arası ergenler ile 18-24 yaş arası gençlerin internet bağımlılığının incelendiği görülmektedir (Bayraktutan, 2015; Arslan Cansever, 2010; Balkan, 2011; Gündüz ve Şahin, 2011; Tekinarslan ve Gürer, 2011; Ceyhan, vd. 2007; Ceyhan, 2011a; Ceyhan, 2011b; Esen ve Siyez, 2011; Durak Batıgün ve Kılıç, 2011; Aktepe vd., 2013; Canoğulları, 2014; Zorbaz ve Tuzgöl Dost, 2014; Aslan ve Yazıcı, 2016; Dinicola, 2004; Cao ve Su, 2007; Shields ve Kane, 2011; Liang vd, 2016; Wu vd., 2016; Zhou vd., 2017). Gençlerin teknoloji bağımlılığını farklı kültürler üzerinden inceleyen çalışmalara göre, ülkeler farklı kültürlere, ekonomik gelişmelere ve teknolojik alt yapıya sahip olmalarına rağmen, internet bağımlılığı hemen hemen her ülkede patolojik bir rahatsızlık olarak ortaya çıkmaktadır (Chen ve Nath, 2016; Tsitsika vd. 2012). Yapılan çalışmalarda da görülmektedir ki; teknoloji kullanımı ve internet bağımlılığı etnisiteye, dine, kültüre ya da coğrafyaya göre değişmekten öte yaşa göre değişen bir olgudur. Teknoloji kullanımı ve internet bağımlılığı bütün dünyada evrensel bir olgu haline gelmiş ve bu olgu 18-24 yaş arası gençlerin bulunduğu yaş aralığında kümelenmiştir. Aynı zamanda

nesiller kavramsallaştırmasına göre bu yaş aralığı Y nesline tekabül etmektedir (Dye ve Akpojivi, 2016; Yeşil ve Fidan, 2017; Chen vd, 2016; Kır ve Sulak, 2014; Cengizhan, 2005; Balcı ve Gülnar, 2009; Aslan ve Yazıcı, 2016). Bu bağlamda teknoloji kullanımı ve internet bağımlılığı yaş faktörü üzerinden bir değişime uğradığı için çalışmada yaş merkezli bir açıklama geliştirilmiştir. Bu sebeple de çalışmada teknoloji bağımlılığı Y nesli bireyleri ile analiz edilmiştir. Bunun yanı sıra Y nesli kavramsallaştırması ve Y neslinin yaş aralığı Batı ve Amerika merkez alınarak genel itibariyle 1980-2000 arasında dünyaya gelmiş bireyleri kapsamaktadır. Bu yılların temel kategori olarak ele alınması ise 1980 yılıyla birlikte teknoloji ve internet kullanımının yaygınlaşması ve bireylerin bu gelişmelerle beraber büyümesi etken olarak belirlenmiştir. Ancak Türkiye’de teknolojinin ve internetin gelişmesi ve yaygınlık kazanması 1990’ların sonu itibariyle hız kazanmıştır. Bu sebeple de Y neslinin yaş aralığının Türkiye ölçeğinde yeni bir tanımlamasının yapılmasını gerektirmektedir. Bu çalışmada, Y nesli özellikle teknoloji ve internet ile beraber büyüyen nesil olarak ele alınacak fakat kategorik olarak yaş sınırı, başlama ve bitiş noktası Türkiye ölçeğinde yeniden tartışılacaktır.

Bireylerin kişilik oluşumu ve sosyalizasyon süreci göz önüne alındığında bireyler üzerinde en etkili faktörün aile kurumu olduğu dünden bugüne tartışılan bir konudur. Sosyalizasyon doğumla başlayan ve tüm yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Bu süreçte birey toplumun norm ve kurallarına uymayı, toplum içerisinde kendisinden neler beklendiğini öğrenir ve uygular. Aile, okul ve iş arkadaşları, komşular ve kitle iletişim araçları sosyalizasyon ajanlarıdır. Fakat günümüzde özellikle teknoloji ve internetin yaygınlaşması ile birlikte bireylerin kimlik oluşumunda ve sosyalizasyon sürecinde birçok etken tarafından kuşatıldığı görülmektedir (Aziz, 1982; Göker vd., 2009; Çambay, 2015; Akınoğlu, 2002; Talayhan, 2012; Sütüoğlu, 2014; Çakmak, 2012; Günindi Ersöz, 2016) . Artık aile, komşuluk, arkadaşlık, vs gibi geleneksel sosyalizasyon ajanlarına, sosyal medya ve internet gibi sanal ortamda bireylerin sosyalleşmelerine imkân tanıyan sosyalizasyon ajanları da eklenmiştir. Hatta bu durum “çevrimiçi sosyalleşme” kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Göker vd., 2009; Sütüoğlu, 2014; Günindi Ersöz 2016; Dicjk, 2013) . İnternet teknolojisinin çeşitliliği ve hayata dair her şeyi içinde barındırması internetin bireylerin gelişimi üzerinde çok etkili bir faktör olarak ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ve internetin yaygınlaşmasının bireyler üzerindeki etkisi görüldüğü üzere farklı alanlarda, farklı değişkenler ile çalışılmakta ve ölçülmektedir. Bu çalışmada ise bireylerin sosyalizasyon sürecinde ve sosyal kimliklerinin oluşmasında teknoloji kullanımının ve ailenin sosyalizasyon işlevinin etkisi incelenecektir.

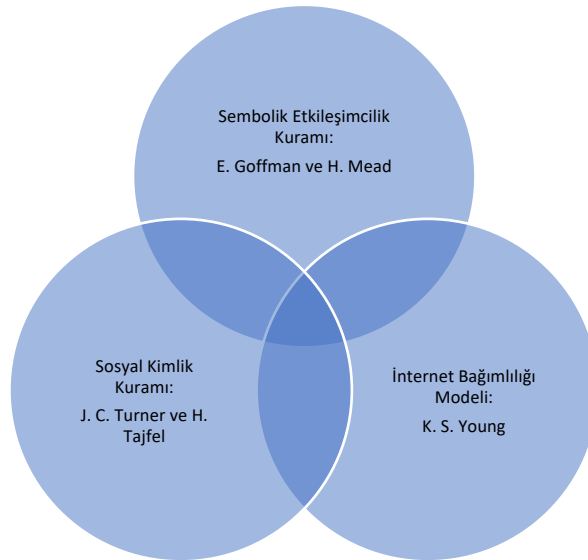
Yapılan çalışmalarda internet ve teknoloji kullanımının aile ilişkilerine olan etkilerinin ve bireylerin kimlik, benlik, kişilik gelişimlerine olan etkisinin sorgulandığı ve bununla birlikte, özellikle Facebook üzerinden sosyal medya kullanımının genç bireylerin sosyalleşmelerinde ve kimlik oluşumlarında ne gibi etkilerinin olduğunun araştırıldığı görülmektedir (Göker vd., 2009; Sütüoğlu, 2014; Günindi Ersöz 2016; Tokgöz Bakıroğlu, 2013; Dicjk, 2013; Farquhar, 2012; Kadioğlu, 2013; Özdemir, 2015). Fakat Y neslinin teknoloji kullanımı ve aile içi sosyalizasyonun bireylerin sosyal kimliklerini nasıl etkilediğine ilişkin çalışmalara rastlanılamamıştır. Günümüzde Facebook, Twitter, LinkedIn ve benzeri sosyal medya uygulamaları sanal ortamlarda birer sosyal grup oluşturmaktadır. Kişilerin bu uygulamalarda iletişimde bulunduğu, takip ettiği kişiler o gruba ait bireyleri meydana getirmektedir. Sosyal grupların ise kendilerine özgü davranış kalıpları vardır. Bir gruba aidiyet, o grubun davranışlarına, değerlerine, kural ve normlarına uymayı beraberinde getirir.

Sosyal kimlik ile ilgili en kapsamlı teorilerden biri 1970’lerde Turner ve Tajfel tarafından, “Sosyal Kimlik Kuramı” adı altında tartışılmıştır. Turner ve Tajfel grup kavramını merkeze alarak, grup üyeliğini, gruplar arası süreçleri, gruplar arası ve grup içi ilişkileri incelemiştir (Demirtaş, 2003, s. 124). Tajfel’e göre sosyal kimlik, bireyin sahip olduğu benlik algısının bir sosyal gruba veya gruplara üyeliğine yönelik bilgisinden ve bu üyeliğe yüklediği değerden ve duygusal anlamlardan oluşan parçasıdır (Tajfel 1981’den akt. Tajfel 1982, s. 24). Tajfel’in dikkat çektiği nokta, gruplar arasındaki toplumsal ilişkilerin bir bireyi belli bir gruba karşı ne şekilde etkilediğidir. Bunun sonucunda ise birey hem kendisine hem de ait olduğu gruba olumlu özellikler atfetmek ister (Hogg ve Ridgeway, 2003, s. 97). Turner ve Tajfel’in sosyal kimlik kuramına göre, kişiler kendilerini üyeleri oldukları sosyal gruplara göre tanımlar ve değerlendirirler. Kendilerini ait hissettikleri bu grupla özdeşleştirerek böylece sosyal kimliklerini oluştururlar (Turner, 1987’den akt. Demirtaş, 2003).

Bu çalışmada ise sosyal kimliğin şekillenmesinde son derece etkili olan sosyalizasyon ajanlarından ailenin yürütmesi beklenen temel fonksiyonların ve sosyalizasyon sürecinin teknolojinin tahakkümüne girip girmediği Turner ve Tajfel’in sosyal kimlik kuramı bağlamında kişilerin kendilerini daha çok üyeleri oldukları sosyal gruplardan hangisine göre tanımladığı üzerinden incelenmektedir. Bu anlamda çalışma, sosyal kimliklerin oluşmasında ailenin mi yoksa teknolojinin mi daha etkili olduğunu araştırmaktadır.

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, teknolojinin gelişmesiyle birlikte bireylerin kimlik oluşturma süreçlerinde farklılıklar meydana gelmiştir. Böylece “sanal kimlikler” “sanal

cemaatler” gibi kavramlar ortaya atılmıştır (Bozkurt, 1999; Castells, 2014; Haberli, 2012; Armağan, 2013). Bu çalışmada teknoloji kullanımının sosyal kimlik oluşturup oluşturmadığı sorgulanmaktadır. Eğer öyleyse bu sosyal kimliklerin temel dinamikleri nelerdir sorularına yanıt aranmaktadır. Sanal dünyanın bireylerin sahip oldukları mevcut sosyal kimliklerin dönüşmesine, kırılmasına, etkisinin azalmasına veya mevcut sosyal kimlikleri güçlendirmeye sebep olup olmadığı araştırılacaktır. Yapılan çalışmalar göstermiştir ki, teknoloji bağımlılığı bireylerin sosyal hayattan kopmalarına, aile ilişkileri ve akademik başarılarının kötüye gitmesine neden olmaktadır (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Esen ve Siyez, 2011; Caplan, 2003; 2005; Şenormancı vd. 2014; 2005; Ceyhan, 2011a; Kıran Esen, 2009; Arslan Cansever, 2010; Bayhan, 2011; Korkut, 2016). Teknoloji bağımlılığı bireyleri mevcut oldukları sosyal gruplardan da soyutlayabilmektedir. Bu durumda teknoloji, bireylerin sosyal kimliklerinin anlamsızlaşmasına, daha kırılğan bir yapıya bürünmesine neden olabilmektedir. İnternet bağımlısı olanların ise bu sosyal kimliklerden uzaklaştığı ve sanal ortamlarda katıldıkları sosyal gruplara paralel olarak sosyal kimliklerini oluşturdukları söylenebilir (Avcıoğlu, 2011; Tokgöz Bakıroğlu, 2013; Van Dick, 2013). Bu bağlamda çalışmada sosyalizasyon teorilerinden ailenin etkisine vurgu yapan sembolik etkileşimcilik, Turner ve Tajfel’in sosyal kimlik teorisi ve internet bağımlılığı teorilerinden Young’un İnternet Bağımlılığı modeli eklektik olarak kullanılmıştır:



Şekil 4: Çalışmanın Modeli

3. BÖLÜM

KONU YA İLİŞKİN LİTERATÜR ÖZETİ: Y NESLİ VE TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI

Y neslinin teknoloji bağımlılığı ve toplumsal ilişkilerinin incelendiği bu çalışmada, teknoloji bağımlılığı ve gençlik konusundaki literatür incelendiğinde; teknoloji bağımlılığı, ailenin fonksiyonları ve aile içi ilişkiler, aile tutumu, akademik başarının teknoloji bağımlılığından nasıl etkilendiği, teknoloji bağımlılığı yaygınlığı ve bunu yordayan etmenler, sosyal medya kullanımı, teknoloji bağımlılığı ile temel kişilik özellikleri ve bazı psikolojik bozukluklar arasındaki ilişkiler, teknoloji bağımlılığı ve benlik sunumu, teknoloji bağımlılığı ve sosyodemografik etmenler arasındaki ilişkiler, teknoloji bağımlılığının farklı kültürlere göre nasıl değiştiği, teknoloji bağımlılığı ile madde kullanımı arasındaki ilişki teknoloji bağımlılığının tedavisi bağlamında incelendiği görülmektedir.

Bu çalışmalarda teknolojinin hem olumlu hem de olumsuz sonuçlarının neler olduğu incelenmiş, fakat genel olarak teknolojinin meydana getirdiği olumsuz sonuçlar üzerinde durulmuştur. Çalışmalar psikoloji, sosyoloji, eğitim ve iletişim alanlarında gerçekleştirilmiştir.

3.1. PSİKOLOJİK AÇIDAN TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI

Teknoloji bağımlılığıyla ilgili literatürde konunun sıklıkla psikolojik çalışmaların araştırma nesnesi haline geldiği görülmektedir. Psikoloji alanında yapılan bu çalışmalar, gençlerin internet bağımlısı olma nedenlerini araştırmak ve bu bağımlılığı önleyici öneriler geliştirmekle birlikte sıklıkla şu değişkenler etrafında konuyu irdelemişlerdir: İnternet bağımlılığının yaygınlığı (Wu vd., 2016), internetin kullanım amaçları (Liang vd. 2016), yalnızlık (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Esen ve Siyez, 2011; Aktepe vd. 2013; Caplan, 2003; 2005; Syed vd. 2014), depresyon (Şenormancı vd. 2014; Caplan, 2003; 2005; Shields ve Kane, 2011; Syed vd. 2014; Liang vd. 2016; Wu vd. 2016), anksiyete (Şenormancı vd. 2014; Syed vd. 2014), stres (Shields ve Kane, 2011), hiperaktivite (Cao ve Su, 2007), dürtüsel kontrol bozukluğu (DiNicola, 2004), utangaçlık (Ceyhan, 2011b), kişiler arası ilişki tarzları (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Esen ve Siyez, 2011), çeşitli madde kullanımı (Shields ve Kane, 2011), yaş, cinsiyet, vb. gibi sosyo demografik değişkenler (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Ceyhan, 2011a; Esen ve Siyez, 2011; Durak Batıgün ve Kılıç, 2011; Aktepe vd. 2013; Şenormancı vd. 2014; Aslan ve Yazıcı, 2016; DiNicola, 2004; Liang vd. 2016; Wu

vd., 2016), sosyo ekonomik düzey (Durak Batıgün ve Kılıç, 2011), algıladıkları sosyal destek (Ceyhan, 2011a; Esen ve Siyez, 2011; Durak Batıgün ve Kılıç, 2011), sosyal kaygı düzeyleri (Canoğulları, 2014), yaşam doyumu (Esen ve Siyez, 2011; Durak Batıgün ve Kılıç, 2011; Aktepe vd., 2013), sosyal yetenekler, benlik sunumu (Caplan, 2005), bağlanma stilleri (Şenormancı vd. 2014), kendine zarar verme davranışı (Aktepe vd. 2013), devam ettikleri okul türü ve sınıf seviyesi (Ceyhan, 2011a), akademik başarı (Ceyhan, 2011a; Esen ve Siyez, 2011; Shields ve Kane, 2011), yüz yüze ilişkiler (Caplan, 2005; Shields ve Kane, 2011), iletişim beceri düzeyleri (Ceyhan, 2011b), anne baba tutum algıları (Canoğulları, 2014), anne babalar arasındaki anlaşmazlık (Zhou vd., 2017), kişilik özellikleri (Kayis vd. 2016; Blachnio vd. 2016; Zhou vd., 2017).

Psikologlar tarafından yapılan bu çalışmalara göre, interneti kullanım süresi (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Ceyhan, 2011a), interneti kullanım amacı (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Ceyhan, 2011b), cinsiyet, akademik başarı, yalnızlık ve aileden algılanan sosyal destek (Esen ve Siyez, 2011), okul türü ve devam edilen sınıf düzeyi (Ceyhan, 2011a), problemlili internet kullanımının yordayıcıları olarak bulunmuştur. Ayrıca gençler internette ne kadar fazla zaman harcarsa, bağımlı olma oranı da o kadar artmaktadır (Ceyhan, Ceyhan ve Gürçan, 2007). Gençlerin internette nasıl zaman geçirdikleri incelendiğinde ise diğer bireylerle iletişim kurma (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Ceyhan, 2011b; Aslan ve Yazıcı, 2016), oyun oynama (Aktepe vd. 2013; Canoğulları, 2014), sosyal paylaşım sitelerinde vakit geçirme (Canoğulları, 2014), eğlenme (Ceyhan, 2011b), e-maillerini kontrol etme (Aslan ve Yazıcı, 2016), bilgi edinme (Ceyhan, 2011b; Aslan ve Yazıcı, 2016) v.b. amacıyla interneti kullandıkları görülmüştür. Bu amaçlar doğrultusunda interneti kullanan ve internet bağımlılık puanları yüksek olan gençlerin interneti daha çok oyun oynamak ve sosyal paylaşım sitelerinde vakit geçirmek için kullandıkları görülmüştür (Canoğulları, 2014). Benzer şekilde, interneti eğlenmek ve başkalarıyla iletişim kurmak için kullanan gençlerin ise interneti bilgi edinmek için kullanan gençlere oranla problemlili internet kullanım davranışlarının daha yüksek olduğu ortaya çıkan sonuçlar arasındadır (Ceyhan, 2011b). Bu gençler internet erişimi engellendiğinde kendilerini kısıtlanmış ve sınırlı hissetmektedirler (Canoğulları, 2014).

Psikoloji alanında gerçekleştirilen bu çalışmalarda gençlerin çevrelerinden algıladıkları sosyal destek ve yalnızlık, depresyon gibi değişkenler ile internet bağımlılığı arasındaki ilişki incelendiğinde, kendilerini yalnız hisseden (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Esen ve Siyez, 2011; Caplan, 2003; 2005) ve depresyonda hisseden (Şenormancı vd. 2014; Caplan, 2003; 2005) gençlerin internet bağımlılık puanları da daha yüksek bulunmuştur. Depresyon ve

yalnızlık gibi psikolojik rahatsızlıklar hisseden bireyler, online sosyal etkileşime daha yatkınlardır ve bu durum problemli internet kullanımına da sebep olabilmektedir (Caplan, 2003; 2005). Diğer yandan, Syed ve diğerlerinin yapmış olduğu çalışmaya göre, internet bağımlılığı depresyon, anksiyete gibi psikolojik sorunlara yol açabilmektedir (Syed vd. 2014). Liang ve diğerlerine göre ise depresyon, erkek bireylerin internet bağımlısı olmasında etkili iken; kadınlarda tersi olarak, internet bağımlılığı depresyona neden olabilmektedir (Liang, vd., 2016). Bazı çalışmalara göre ise depresyon ile internet bağımlılığı arasında bir ilişki bulunamamıştır. Shields ve Kane'e göre depresyonun internet kullanımı üzerinde etkisi olmadığı sonucuna varılmıştır (Shields ve Kane, 2011).

Bu çalışmalara göre, internet bağımlılık düzeyleri yüksek olan gençlerin yaşamdan algıladıkları sosyal desteğin düşük olduğu görülmüştür (Esen ve Siyez, 2011; Durak Batıgün ve Kılıç, 2011). Ceyhan'a göre, internet bağımlılarının utangaçlık düzeyleri yüz yüze ilişkilerde, çevrim içi ilişkilere göre daha yüksektir (Ceyhan, 2011b). Durak Batıgün ve Kılıç'a göre ise internet bağımlılık puanları yüksek olan bireylerin özdenetimleri, yaşam doyumu ve gelecek beklentileri daha düşük; nörotizm özellikleri ile psikolojik belirtileri ise yüksek çıkmıştır (Durak Batıgün ve Kılıç, 2011). Yine bu grup gençler internet bağımlılık puanları düşük olanlara göre daha fazla online arkadaş edinmekte (Aktepe v.d. 2013), daha fazla sosyal paylaşım sitelerinde vakit geçirmekte (Canoğulları, 2014) ve daha fazla online oyun oynamaktadır (Aktepe vd. 2013; Canoğulları 2014).

Çoğunlukla bir liseye veya üniversiteye devam eden gençler üzerinde yapılan bu çalışmalarda, yukarıda belirtilen değişkenlerle birlikte internet bağımlılığının gençlerin akademik başarılarına olan etkileri de araştırma konusu olmuş ve internet bağımlılık düzeyleri yüksek olan gençlerin okul başarılarının, internet bağımlılık düzeyleri düşük olan öğrencilere göre daha düşük olduğu gözlemlenmiştir (Ceyhan,2011'a; Esen ve Siyez, 2011). Bununla birlikte, erkek öğrencilerin kızlara göre internet bağımlılık oranlarının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Esen ve Siyez, 2011). Öte yandan Shields ve Kane, yapmış oldukları çalışmalarında internetin akademik başarı üzerinde pek fazla bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır (Shields ve Kane, 2011).

3.2. TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI VE İLETİŞİM

Gençlerin teknoloji bağımlılığı ile ilgili iletişim alanında yapılan çalışmalar genellikle internet bağımlılığı (Balcı ve Gülnar, 2009), sosyal medya kullanımı (Bayraktar, 2013), gençlerin toplumsallaşması (Bayraktar, 2013) gibi değişkenler üzerinden incelenmiş ve internet (Balcı

ve Gülnar, 2009) ve sosyal medya (Bayraktar, 2013) bağımlılıklarının altında yatan nedenlerin neler olduğu araştırılmıştır. Katılımcıların yarısından fazlasının bağımlı oldukları bu çalışmalarda, kullanım amacı açısından bakıldığında, internette oyun oynama ve internete sörf yapma gibi nedenler, gençlerin internet bağımlısı olmalarında önemli birer etken iken (Balcı ve Gülnar, 2009); sohbet etmek ve eğlenmek amaçlı sosyal medya kullanımı, gençlerin sosyal medya bağımlısı olmalarında en çok etkili olan etmenlerdir (Bayraktar, 2013). Bayraktar'ın gerçekleştirmiş olduğu çalışmaya göre, 14-18 yaş arası gençler, sosyal medyanın kendilerinin sosyalleşmelerine olumlu katkıları olduğunu, orada kendilerini daha iyi ifade ettiklerini belirtirken, aynı zamanda aile içi ilişkilerinin ise olumsuz etkilendiğini belirtmişlerdir (Bayraktar, 2013).

3.3. TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI VE EĞİTİM

Teknoloji bağımlılığı eğitim bilimciler tarafından daha çok internetin akran ilişkilerine olan etkileri (Kıran Esen, 2009; Zorbaz ve Tuzgöl Dost, 2014; Korkut, 2016), algılanan sosyal destek üzerindeki etkisi (Kıran Esen, 2009), yalnızlık, sosyal yalnızlık üzerindeki etkileri (Pontez vd., 2014), okul başarısı üzerindeki etkisi (Korkut, 2016; Dhir vd., 2015), öğrencilerin okul arkadaşları ile olan ilişkilerine olan etkileri (Cansever, 2010), karakter, iletişimsel bozukluk üzerindeki etkileri (Dhir vd., 2015), devam edilen sınıfın internet bağımlılığına etkisi (Doğan, 2013; Ayas ve Horzum, 2013), teknoloji kullanımının öğretmen ile öğrenci ilişkilerine olan etkileri (Cansever, 2010; Korkut, 2016), aile içi ilişkilere olan etkileri (Cansever, 2010; Bayhan, 2011; Kırık, 2014; Korkut, 2016), internet bağımlılığının diğer bağımlılık türleri ile ilişkisinin ne olduğu (Bayhan, 2011; Doğan, 2013), yaş, cinsiyet gibi sosyodemografik değişkenler ile internet kullanımı arasındaki ilişkinin ne olduğu (Sargın, 2012; Ayas ve Horzum, 2013; Kır ve Sulak, 2014; Zorbaz ve Tuzgöl Dost, 2014; Pontez vd., 2014; Dhir vd., 2015), şahsi bir bilgisayara (Sargın, 2012; Doğan, 2013; Kır ve Sulak, 2014) veya cep telefonuna (Doğan, 2013) sahip olma, evde internet bağlantısı olmanın (Bayhan, 2011; Sargın, 2012; Doğan, 2013) teknoloji bağımlılığını nasıl etkilediği; internet bağımlılığının yaygınlığı ve bunun altında yatan nedenlerin neler olduğunu (Cengizhan, 2005; Doğan, 2013) incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Çoğunlukla ergenler üzerinden yapılan bu çalışmalara göre, gençlerin internet bağımlısı olmalarını etkileyen etmenler arasında aile, arkadaş ve öğretmenlerinden algıladıkları sosyal desteğin rolü gözlemlenmektedir. Buna göre, ergenlerin ailelerinden destek arttıkça, internet bağımlılık düzeyleri azalmaktadır (Kıran Esen, 2009). Ayrıca ergenlerin uzun süreli ve sık

internet kullanımının aile içi sorunlara yol açtığı ve aile üyeleri ile sosyal etkileşimi zayıflattığı (Arslan Cansever, 2010; Bayhan, 2011), gençlerin internet üzerinden sosyal medya kullanımına bağlı olarak ise ailesi ve arkadaşları ile yeterince vakit geçiremediği ortaya çıkmıştır (Korkut, 2016). Ayrıca, internet bağımlılığı ile yalnızlık ve sosyal yalnızlık arasında ilişki bulunmuştur. İnternete erişimi olan taşınabilir bir cihaza sahip olanlar ile kendisini çok yalnız hisseden gençlerin internet bağımlısı olma puanları yüksek çıkmıştır (Pontez vd., 2014).

Öte yandan ebeveynlerin çocuklarının internet kullanımında çok fazla denetim sağlayamadıkları ve çocuklarının interneti kullanımı konusunda koyduğu sınırlılıkların, ergenler tarafından uygulanmadığı görülmüştür. Velilerin çocuklarının internet başında çok fazla zaman geçirdiğinin farkında oldukları halde bu konuya bir çözüm getirmedikleri yapılan çalışmalar ile ortaya konulmuştur (Arslan Cansever, 2010; Kırık, 2014). Gençlerin teknoloji bağımlılığı ile aile tutumlarının neler olduğunu inceleyen bir başka çalışma ise çocuklarının internet kullanıma yönelik olarak ihmalkâr tutum sergileyen ailelerin, otoriter, müsamahakâr ve demokratik tutum sergileyenlere göre çocuklarının internet bağımlılık puanlarının daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır (Ayas ve Horzum, 2013). Ebeveynler büyük oranda internetin bağımlılık yaratan ve bununla birlikte topluma ve bireye zarar veren bir araç olduğunu düşünmektedirler. Ayrıca ailelerin internet hakkında gerekli bilgi düzeyine de sahip olmadığı da bu çalışmalar neticesinde ortaya çıkmıştır (Kırık, 2014).

Eğitim bilimcilerin teknoloji bağımlılığı ve gençler konusundaki bir diğer önemli araştırma alanları ise teknoloji bağımlılığının gençlerin öğretmenleri ve okul arkadaşları ile olan ilişkilerini ve akademik başarılarını nasıl etkilediğidir. Yapılan bu çalışmalara göre, gençlerin sosyal medya kullanımına bağlı olarak arkadaşları ile yeterince vakit geçiremediği ve sosyal medya kullanımının ders çalışmak ve sosyal aktivitelerde bulunmak gibi faaliyetlere ayrılan zamanı kısıtladığı görülmüştür (Korkut, 2016). Dhir ve diğerlerinin elde ettiği sonuçlara göre ise akademik başarı puanları düşük çıkan ergenlerin, evinde internet bağlantısı olanların, ailesi tarafından daha çok baskı altında olanların internet bağımlısı olma puanlarının yüksek olduğu görülmüştür (Dhir vd., 2015). Bununla birlikte, ergenlerin öğretmenlerinden aldıkları sosyal destek arttıkça, internet bağımlılık düzeylerinin azaldığı ve ayrıca ergenlerin üzerindeki akran baskısı ve algılanan arkadaş desteği arttıkça, internet bağımlılık düzeylerinin arttığı gözlemlenmiştir (Kıran Esen, 2009). Eğitim bilimleri alanında yapılan bu çalışmalara göre sınıf seviyesi arttıkça, internet bağımlısı olma oranı da artmaktadır (Sargın, 2012; Ayas ve Horzum, 2013). Diğer çalışmalarla benzer şekilde erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre

internet bağımlılık oranlarının da daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir (Doğan, 2013; Kır ve Sulak, 2014; Zorbaz ve Tuzgöl Dost, 2014; Dhir vd. 2015). İnternet bağımlısı olma davranışı sergileyen bu gençlerin aynı zamanda sigara, alkol, vb. maddelerin kullanıma bağlı olarak, madde bağımlısı olma özellikleri sergiledikleri de gözlemlenen sonuçlar arasındadır (Bayhan, 2011; Doğan, 2013).

3.4. TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI VE KÜLTÜRLERARASI KARŞILAŞTIRMALI ÇALIŞMALAR

Teknoloji bağımlılığının gençler üzerindeki etkilerinin kültürler arası karşılaştırmalı araştırmalara da konu olduğu ve başta Asya ülkeleri olmak üzere, Amerika ve Batı ülkeleri tarafından sıklıkla incelendiği görülmektedir. Chen ve Nath'ın yapmış olduğu, gençlerin teknoloji bağımlılığını farklı kültürler üzerinden inceleyen çalışmaya göre, ülkeler farklı kültürlere, ekonomik gelişmelere ve teknolojik alt yapılara sahip olmalarına rağmen, internet bağımlılığı her üç ülkede (Amerika, Afrika ve Çin) de görülmektedir. Her üç ülkedeki örneklemin üçte ikisinde problemlili internet kullanım davranışı görülmekle birlikte, en yüksek internet bağımlılık puanlarının internete erişimin daha kısıtlı olduğu Afrika'da olduğu saptanmıştır. (Chen ve Nath, 2016). Afrikalı öğrenciler morallerini düzeltmek amacıyla internete yöneldiklerinden, bu durum onların internet bağımlısı olma olasılıklarını artırmaktadır. Amerikalı öğrencilerde ise bu durumun tam tersi görülmektedir (Chen ve Nath, 2016).

Gençlerin teknoloji bağımlılığını kültürlerarası karşılaştırmalı olarak inceleyen bir diğer çalışma da Avrupa Birliği tarafından desteklenen ve Tsitsika ve diğerlerinin Avrupalı ergenler ile gerçekleştirdiği çalışmadır. Çalışmanın örneklemini Yunanistan, Almanya, Hollanda, İzlanda, Polonya, Romanya, İspanya olmak üzere toplam yedi Avrupa ülkesinden seçilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, örneklemin yüzde 1,2'si internet bağımlılığı davranışı sergilerken; yüzde 12,7'si ise risk grubundadır. İspanya, Romanya ve Polonya en çok internet kullanım bozukluğu davranışı sergilerken Almanya ve İzlanda en düşük internet kullanım bozukluğu davranışı sergilemiştir (Tsitsika vd. 2012).

3.5. SOSYOLOJİK AÇIDAN TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI

Teknoloji bağımlılığının gençlerin hayatını nasıl etkilediği konusu iletişim alanında, eğitim alanında ve psikolojik çalışmalarda olduğu kadar sosyolojik çalışmalarda da sıklıkla ele alınmıştır. Fakat eğitim bilimciler daha çok teknolojinin gençlerin okul hayatını nasıl

etkilediğini, iletişim alanında araştırma yapanlar sosyal medya kullanımının toplumsal hayatta ne gibi sorunlar ortaya çıkardığını ve psikologlar ise genellikle tek tek bireyler üzerinden teknolojinin yaşam doyumu, algılanan sosyal destek, yalnızlık, depresyon, vb gibi faktörleri nasıl etkilediğine odaklanırken; sosyologlar daha çok teknolojinin aile hayatında ve sosyal hayatta ne gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkardığına odaklanmışlardır. Bu çalışmalar aile içi ilişkiler (Bayraktutan, 2005; Kuzu vd. 2008; Arslan Cansever, 2010; Balkan, 2011; Çetin, 2013), ailenin fonksiyonları (Müezzın, 2010; Habibi vd. 2015; Bonnaire ve Phan, 2017), sosyalleşme (Günindi Ersöz, 2016; Sütluoğlu, 2014; Göker vd., 2010; Talayhan, 2012; Chirita vd. 2007), ailelerin tutumları (Gündüz ve Şahin, 2011; Chirita vd. 2007; Bonnaire ve Phan, 2017), sosyal yaşam (Bayraktutan, 2005; Wanajak, 2011), akademik başarı (Gündüz ve Şahin, 2011; Chirita vd. 2007; Wanajak, 2011), internet kullanım amaçları (Tekinarslan ve Gürer, 2011), kişilik özellikleri (Chirita vd. 2007), cinsiyet (Wanajak, 2011; Tsitsika vd. 2012; Bonnaire ve Phan, 2017), yaş (Tsitsika, 2012), internet üzerinden kumar oynama (Tsitsika, 2012), internet üzerinden oyun oynama (Tsitsika, 2012; Bonnaire ve Phan, 2017), sosyal ağlarda vakit geçirme (Tsitsika, 2012), gibi değişkenler üzerinden incelenmiştir. Bunun yanında arkadaş, iş çevresi gibi sosyal çevrelerinde meydana gelen olumsuz sonuçlar ise bir diğer araştırma alanıdır (Bayraktutan, 2005; Arslan Cansever, 2010).

Sosyolojik olarak aile üzerinden teknoloji bağımlılığının incelendiği çalışmalara bakıldığında, bu çalışmaların aile içi ilişkiler, ailenin fonksiyonları, internet ve sosyal medyanın bireylerin sosyalleşmelerine olan etkileri ve ailelerin internet bağımlılığına dair aldığı önlemler şeklinde ayrıldığı görülmektedir. Teknoloji bağımlılığını gençlerin aileleriyle olan etkileşimleri ile ilişkilendiren çalışmalar incelendiğinde, aile içi olan ilişkiler ile teknoloji bağımlılığı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir (Bayraktutan, 2005; Çetin, 2013; Müezzın, 2010; Habibi vd. 2015; Bonnaire ve Phan, 2017). Bayraktutan'ın yapmış olduğu çalışmaya göre, aile içi ilişkilerin zayıflaması, bireyin algıladığı sosyal desteği azaltmaktadır. Dolayısıyla da bireyler sosyal ihtiyaç eksikliklerini internet gibi farklı teknolojik araçlar ile gidermek istemektedirler. Bayraktutan'a göre aile içi ilişkilerin zayıf olması ve gençlerin arkadaş çevrelerinin az olması gibi etmenler internet kullanım nedenleri arasındadır (Bayraktutan, 2005). Burada Bayraktutan (2005) aile içi ilişkilerin zayıflamasının internet bağımlılığına neden olabileceği sonucuna ulaşırken; diğer çalışmalar internet bağımlılığının aile içi ilişkileri zayıflatabileceği sonucuna ulaşmıştır (Kuzu v.d. 2008; Arslan Cansever, 2010; Balkan, 2011). Teknoloji bağımlılığının aile ilişkileri üzerindeki etkilerini ailenin fonksiyonları bağlamında araştıran Müezzın'ın lise öğrencileri ile yaptığı çalışmaya göre ise

öğrenciler günde en az 1-3 saat bilgisayar ve internet kullanmakta ve bilgisayar ve internet bağımlılığı oranı arttıkça, ailenin problem çözme, iletişim, duygusal katılım, duygusal tepki (affective responsiveness), davranış kontrolü gibi fonksiyonları ile genel fonksiyonlarında bozulma görülmektedir (Müezzın, 2010). Benzer şekilde, Balkan'ın KKTC'de üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdiği çalışmaya göre, bilgisayar bağımlılığı arttıkça, ailenin problem çözme, iletişim ve genel fonksiyonlarında; internet kullanımı arttıkça problem çözme, iletişim, roller, duygusal tepki verebilme, davranış kontrolü ve genel fonksiyonların sağlıklı yönde ilerlediği görülmüştür. 165 öğrenci ile yapılan bu çalışmada öğrencilerden 121'i haftada 18 saatten fazla internet kullanmaktadır. Buna göre bu öğrenciler internet bağımlısıdır (Balkan, 2011). Habibi ve diğerlerinin İran'da bir liseye devam eden 400 kız öğrenci ile gerçekleştirdiği çalışmaya bakıldığında ise, örneklemin yüzde 10'u internet bağımlısı; yüzde 14'ü risk grubunda ve geri kalanı ise sıradan (ordinary) internet kullanıcıdır. Çalışmanın sonuçlarına göre en sağlıklı aile fonksiyonu belirtileri sırasıyla roller ve sorumluluklar, ailedeki davranış kontrolleri, aile içi iletişim, ailedeki etkili iletişim, duygusal karşılık ve aile içindeki problemleri çözme şeklindedir (Habibi vd., 2015). Bonnaire ve Phan ise teknoloji bağımlılığı ile gençlerin aile ilişkilerini internette oyun oynama değişkeni üzerinden incelemişlerdir. Ergenler ile gerçekleştirilen bu çalışmanın sonuçlarına göre, problemli oyun oynama davranışı sergilemeyen grupla karşılaştırıldığında, problemli oyun oynama davranışı sergileyen ergenlerin aile içi ilişkilerinin daha zayıf, aile içi çatışmaların daha çok olduğu ve aile içinde uyumun daha az olduğu görülmüştür (Bonnaire ve Phan, 2017).

Çetin'in yapmış olduğu çalışmaya göre ise internet üzerinden erişimi olan bir sosyal iletişim aracı olan Facebook uygulaması, aile hayatını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu çalışmaya göre örneklemin neredeyse 3'te 2'si aile bireyleri ile beraberken Facebook uygulamasında zaman geçirmektedirler. Bireylerin Facebook uygulaması ile en çok vakit geçirdiği zaman dilimi, genellikle bütün aile bireylerinin bir arada bulunduğu akşam saatleridir. Eşlerin Facebook uygulamasında fazla zaman geçirmesi, onların ailelerini ihmal ettiklerini göstermektedir (Çetin, 2013). Öte yandan bazı araştırmalara göre teknoloji kullanımı bireylerin sosyalleşmelerine katkı sağlamaktadırlar (Kuzu v.d. 2008; Günindi Ersöz, 2016; Talayhan, 2012).

Gençlerin sosyalleşmelerinde teknolojinin rolünü inceleyen çalışmaların genel olarak sosyal medyaya ve hatta bir sosyal medya uygulaması olan Facebook'a odaklandığı görülmektedir. Bunun nedeni ise kimi araştırmacılara göre Türkiye'nin Facebook kullanımında önemli bir nüfusa sahip olmasından ileri gelmektedir (Göker vd., 2010; Günindi Ersöz, 2016). Bu

Çalışmalarda özellikle genç nüfusun Facebook'ta yaptığı yorumlar, paylaştığı fotoğraflar, hangi paylaşımları beğendikleri, günde kaç saat bu uygulamayı kullandıkları, ne amaçla bu uygulamayı kullandığı gibi Facebook kullanım alışkanlıkları, arkadaş sayılarının ne kadar olduğu, kaç yıldan beri Facebook hesabının olduğu, uygulamanın kullanım oranının ne olduğu, hangi sorunların veya doyumların sağlandığı gibi konular araştırılmıştır. Bunun sonucunda ise Facebook gibi sosyal medya uygulamalarının aile, arkadaş ve iş çevresi gibi geleneksel sosyalleşme ajanlarından farklı bir sosyalleşme ajanı olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır (Günindi Ersöz, 2016; Göker vd. 2010). Çünkü artık Türkiye'de özellikle genç nüfus sosyal ilişkilerini Facebook üzerinden sürdürmektedir. Gençler bu uygulamayı yeni arkadaşlar keşfetmek (Günindi Ersöz, 2016; Göker vd., 2010), çevresinden bilgi almak (Günindi Ersöz, 2016; Sütlüoğlu, 2014; Talayhan, 2012), arkadaşlarıyla iletişimde olmak, arkadaşlarının neler yaptıklarını takip etmek (Günindi Ersöz, 2016; Sütlüoğlu, 2014; Talayhan, 2012), karşı cinsle iletişim kurmak (Göker vd., 2010) gibi amaçlarla kullanmaktadırlar (Günindi Ersöz, 2016). Ayrıca bireyler Facebook üzerinden bir kimlik inşası geliştirmeye çalışarak, paylaştıkları her iletide kim olduklarını veya kim olarak algılanmak istediklerini idealize ederek yansıtmaktadırlar (Göker vd. 2010; Günindi Ersöz, 2016; Sütlüoğlu, 2014).

Sosyologlar tarafından araştırılan teknoloji bağımlılığına ilişkin bir diğer çalışma alanı ise, ailelerin çocuklarının internet kullanma davranışını nasıl değerlendirdikleri ve bu konuya dair nasıl tepkiler verdikleridir (Arslan Cansever, 2010; Gündüz ve şahin, 2011; Bonnaire ve Phan, 2017; Chirita vd., 2007). Arslan Cansever'in ergenler ile yaptığı çalışmanın sonucuna göre, bilgisayarların genellikle ergenlerin odalarında bulunması onların ilerine kapanmasına ve aile yeleri ile sosyal etkileşiminin azalmasına neden olmaktadır. Buna bağlı olarak da ebeveynlerin çocuklarının internet kullanımında çok fazla denetim sağlayamadıkları görülmüştür. velilerin çocuklarının interneti kullanımı konusunda koyduğu sınırlılıkların, ergenler tarafından uygulanmadığı, velilerin çocuklarının internet başında çok fazla zaman geçirdiğinin farkında oldukları halde bu konuya bir çözüm getirmediikleri görülmüştür (Arslan Cansever, 2010). Gündüz ve şahin'e göre ise ebeveynlerin çocukları internet bağımlısı haline geldiğinin farkında olduğu halde, sadece yüzde 44' bu konuda önlem alınması ve internet kullanımının sınırlandırılması gerektiğini düşünmektedir. Yüzde 34' ise, çocuklarının internet bağımlısı olması durumunda onların cezalandırılması veya uyarılması gerektiğini düşünmektedir (Gündüz ve şahin, 2011). Chirita ve diğerlerinin yapmış olduğu çalışmaya göre, aileler çocuklarının internet bağımlılığının farkında değillerdir (Chirita vd., 2007).

Bonnaire ve Phan'ın gerçekleştirdiği çalışmaya göre ise ergenlerin ailelerinin internet kullanımına karşı tutumlarına bakıldığında, ailelerin bu tutumlarının internet üzerinden problemli oyun oynama davranışı sergilemede önemli bir etken olduğu ve bununla birlikte aile tutumlarının cinsiyetler açısından bir farklılık oluşturduğu göze çarpmaktadır: internet kullanımı konusunda kurallar koyma, ceza verme gibi yöntemler problemli oyun oynama davranışını azaltmaktadır. Ayrıca, cezalandırma ve kısıtlama gibi engelleyiciler internette oyun oynama açısından kızlar üzerinde daha etkili iken; oyun oynamanın başlangıç ve bitiş saatinin belirleme gibi daha açık kurallar koyma erkekler üzerinde daha etkilidir (Bonnaire ve Phan, 2017).

Konuya sosyal ilişkiler ve akademik başarı açısından bakıldığında, bilgisayarda fazla zaman geçirmek bireylerin sosyal yeteneklerini geliştirmelerine engel olmakta ve ayrıca okul başarılarını da olumsuz yönde etkilemektedir (Chirita vd., 2007). İnternet bağımlısı olan gençler okullarında sorunlar yaşamaktadır. Bununla birlikte hem sosyal ilişkilerinde bozulmalar görülmekte hem de sağlık durumları olumsuz yönde etkilenmektedir (Wanajak, 2011).

Sosyolojik açıdan konuyu irdeleyen bu çalışmalar, aynı zamanda teknoloji bağımlılığı altında yatan nedenleri de sorgulamıştır. Buna göre, arkadaş bulma, iletişim kurma (Bayraktutan, 2005; Gündüz ve Şahin, 2011; Tekinarslan ve Gürer, 2011), ödev yapma, bilgi edinme (Bayraktutan, 2005; Kuzu vd. 2008; Gündüz ve Şahin, 2011), oyun oynama (Bayraktutan, 2005; Tekinarslan ve Gürer, 2011; Tsitsika vd., 2012), sosyal ağlarda vakit geçirme (Tekinarslan ve Gürer, 2011; Çetin, 2013; Tsitsika vd., 2012), müzik dinleme, program indirme (Bayraktutan, 2005), eğlence (Kuzu vd. 2008; Gündüz ve Şahin, 2011), kumar oynama (Tsitsika vd., 2012), vatandaşlık hizmetleri (Kuzu vd. 2008) gibi nedenler interneti kullanma nedenleri olup, Tekinarslan ve Gürer'e göre interneti eğlence, sosyal ağlarda vakit geçirme ve sohbet (chat) amaçlı kullananların kendilerini daha yalnız hissettikleri ortaya çıkmıştır (Tekinarslan ve Gürer, 2011).

3.6. TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI VE SOSYAL KİMLİKLER

Sosyal bilimlerde kimlik konusuna dair literatür incelendiğinde, konuyla ilgili uygulamalı çalışmalardan ziyade teorik tartışmaların daha fazla olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar daha çok benlik, kişilik, kimlik, sosyal kimlik gibi kavramların ne ifade ettiği ve birbirinden ayrıldıkları noktaların neler olduğu, hangi kuramsal temellerin olduğu, vb. gibi konulara vurgu yapmaktadır. Konuya teknoloji açısından bakıldığında, teknolojinin sosyal kimliklerden

ziyade kimlik, kişilik ve benlik oluşumu ile ilişkisinin sorgulandığı, sosyal kimlik ve teknoloji arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların ise eksik olduğu görülmüştür. Sosyal kimlikler açısından uygulamalı çalışmalar daha çok dini, etnik, vb. gibi sosyal bir gruba üyeliğin temel dinamiklerini, değerlerini, tutum ve normlarını ve bu grupların toplumsal ilişkilerini araştırmaktadır.

Teknoloji kullanımı ve kimlik gelişimi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar son yıllarda özellikle sosyal medyanın gelişmesiyle daha fazla çalışılan bir alan haline gelmiştir. Psikologların daha çok benlik, kişilik, karakter özellikleri gibi değişkenler etrafında konuyu irdelediği görülürken, sosyologların kimlik sunumu, kimlik gelişimi ve sosyalizasyon süreci gibi değişkenler üzerinden çalışmalar gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu çalışmalar daha çok sosyal psikolojik açıdan da değerlendirilebilecek bir kuram olan sembolik etkileşimciliği temel almaktadırlar. Sembolik etkileşimcilik 20. Yüzyılın başlarında H. Mead tarafından geliştirilen, birey ve toplumsal dünya arasındaki anlamlı ilişkilere odaklanan bir kuramdır. Fakat teknoloji ve kimlik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar Mead'den ziyade kuram içerisinde bir diğer önemli isim olan E. Goffman'ın teorik yaklaşımından daha fazla faydalanmıştır. Goffman'ın kuramsal çerçevesini temel alan çalışmalara bakıldığında, bu çalışmaların temel iddiasının bireylerin sosyal medya ve internet gibi sanal ortamlarda kimliklerini idealize ederek sunduklarıdır.

Konuyu psikolojik açıdan değerlendiren Turan, sanal kimlik kavramını ve sosyal medyada kimlik oluşumu sürecini E. Erikson'un kuramı ile açıklamaktadır. Erikson'a göre bireyler yaşamları boyunca toplam sekiz aşamadan oluşan bir sosyalleşme sürecinden geçerler. Bu süreç doğumla başlar ve yaşlanıncaya kadar devam eder. Bu süreçte birey aşamaları başarıyla geçemezse, ileriki aşamalarda birtakım psikolojik sıkıntılar yaşayabilmektedir. Örneğin ergenlik dönemindeki bir birey düzgün iletişim kurma becerisi kazanamazsa yaşamının ileriki dönemlerinde sosyal ilişkiler kurmada problemler yaşar. Çevrimdışı yaşamda doğru ve düzgün iletişim kurmayı beceremeyen birey bu eksikliğini ise sanal dünyada gidermeye çalışacaktır (Turan, 2016).

Radyo, televizyon, vb. gibi teknolojik aletlerin yanı sıra günümüzde interneti de bir kitle iletişim aracı olarak ele alan görüşler mevcuttur. Gençliğin teknoloji bağımlılığı ve toplumsal ilişkilerinin incelendiği bu çalışmada da internet bir kitle iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir. Kitle iletişim araçları sosyalizasyon ve kimlik edinme sürecinde oldukça etkili olabilmektedir. Konuya bu açıdan yaklaşan Kadioğlu, kitle iletişim araçlarının

sosyalleşme ve kimlik edinme süreçleri üzerindeki etkisini tüketim değişkeni üzerinden incelemiştir. Buna göre sosyalleşme sürecinde kişilerin beğeni ve tercihleri kitle iletişim araçları ile yansıtılan imajlardan etkilenebilmektedir. Özellikle reklam endüstrisine dikkat çeken Kadioğlu, kitle iletişim aracılığı ile topluma sunulan reklamların, bir ürünü tanıtmaktan çok, o ürünü tercih edenlerin ait olmak istedikleri sosyal gruplara gönderme yaptıklarını ifade etmektedir. Çünkü reklam senaryoları bireylerin ait olmak isteyebilecekleri belli başlı bazı sosyal grupları hedef alarak üretilmektedir. Böylece sosyalleşme sürecinde kitle iletişim araçları vasıtasıyla kişilere ait olmak istedikleri gruplara dair duygular da sunulur. Sosyalleşme süreci içerisinde birey, ait olmak istediği sosyal grupları teşhir etme ihtiyacını tüketim davranışları üzerinden şekillendirir. Böylece birey kendini hangi sosyal gruba ait olarak görmek istiyorsa, o grubun davranışlarına benzer bir tüketim davranışı sergilemeye çalışır (Kadioğlu, 2013). Konuya psikolojik açıdan yaklaşan Varol da medyadaki temsillerin bireylerin sosyalizasyon ve kimlik edinme süreçlerinde etkili olduğunu vurgulayarak, medyada belli kimlik özelliklerinin ön plana çıkartılıp, belli kimlik özelliklerinin ise geri plana atıldığı şeklinde eleştirel bir bakış açısı sunmuştur. Buna göre, bireylerin değerleri, düşünceleri, davranışları, vb. medyada temsil edilen gerçekliklerden etkilenebilmekte ve böylece bireylerin kimliklerinin oluşumunda etkili olabilmektedirler. Medyada sunulan toplumsal kod ve simgeler toplumsal bellekte yer edinmektedir. Fakat Varol'a göre medyada sunulan bu semboller belli ticari, ideolojik veya başka türden çıkarlara hizmet etmektedirler (Varol, 2014).

Avcıoğlu'nun kimlik oluşumu ve medya üzerine teorik düzlemde gerçekleştirdiği eleştirel çalışmasına göre, televizyon ve internet gibi iletişim teknolojileri kişilerin bireyselleşmelerinde, yaşam alanlarının çoğalmasında ve yeni kimlikler benimsemelerinde oldukça etkilidir. İnternetteki sosyal paylaşım ve iletişim grupları üzerinden bireyler çeşitli sosyal gruplara katılarak bu grupları birer kimlik kaynağı olarak görebilirler. Böylece bireyler kimliğin seçilebilir bir şey olduğunu ve kendi kimliklerini ürettikleri yanılıgına düşerler. Oysaki Avcıoğlu'na göre, çağdaş toplum bireyleri içerisinde bulundukları bu sanal dünyanın endüstriyel olarak ürettiği kimlikleri kendilerine seçmektedirler (Avcıoğlu, 2011).

Teknoloji ve kimlik üzerine yapılan çalışmalarda sosyalleşme veya diğer adıyla sosyalizasyon kavramı önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü kimlik edinme süreci aynı zamanda bireyin sosyalleşme sürecidir. Sosyalleşme veya diğer adıyla sosyalizasyon, doğumla başlayıp bir ömür boyu devam eden bir öğrenme sürecidir. Bu sürede birey toplumun değer ve kabullerini öğrenir ve onları içselleştirir. Toplumun bulunduğu her zaman ve mekânda sosyalleşme de

vardır. Sosyalleşme bir süreçtir ve ferdin sosyal boyutta ortaya çıkmasıyla ilgilidir (Birkök, 1994, s. 42-45). Aile, okul, iş ve meslek grupları, komşular, kitle iletişim araçları ve medya ise sosyalizasyon ajanlarıdır. Birey bu ajanlar vasıtasıyla toplumla bütünleşir, toplumun norm ve kurallarını, kültürünü, ahlaki yapısını, siyasi yapısını vb. öğrenerek toplumsal bir birey haline gelir. Son zamanlarda ise küçülen ve taşınabilir hale gelen teknolojik aletler ile ucuz internet erişimi bireylerin internet ve özellikle sosyal medya ile daha fazla etkileşime girmelerine neden olmaktadır. Somut verilere bakıldığında, Türkiye Facebook kullanımında tüm ülkeler arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Bu da sosyal medyanın bir toplumsallaşma ajanı olarak günümüzde çok önemli bir yer edindiğinin bir göstergesidir. Öyle ki, farklı değişkenler kullanılarak Facebook üzerinde Türkiye ve dünyada birçok çalışma ortaya konulmuştur. Bunlardan bir kısmı ise Facebook'un bireylerin kimlik ve sosyal kimliklerinin oluşumunu araştıran çalışmalardır. Tokgöz Bakıroğlu, bu konuya ilişkin eleştirel bir gözle konuyu irdelediği çalışmasına göre, bireyler Facebook'ta zaman tünellerinde kendilerine dair bilgiler verirken aynı zamanda diğerlerine ilişkin de bilgiler edinirler. Bireyler hem kendilerinin nasıl görünmek istediklerine hem de başkalarının onları nasıl görmek istediklerine dair birtakım izlenimlere sahiplerdir ve bu izlenimleri denetim altında tutmak isterler. Konuyu sembolik etkileşimci kuramın kavramlarıyla da inceleyen araştırmacı, çalışmasında Mead ve Goffman'ın görüşlerine yer vermiştir. Buna göre bireyler Goffman'ın dramaturjik yaklaşımında ifade ettiği gibi, sosyal medyada bir vitrin oluşturarak performans sergilerler. Kişisel bilgiler, fotoğraflar, paylaşılan telefon numaraları, vs. kişilerin vitrinin oluşturmaktadır. Bireyler sergiledikleri performans ile başkalarının gözünde olumlu bir imaj bırakmak isterler. Burada Tokgöz Bakıroğlu, sosyal kimlik kuramından bahseder. Kuramın kurucuları olan Turner ve Tajfel'e göre, bireyler her zaman olumlu bir kimlik algısına sahip olmak isterler. Bu yüzden kendilerini ait hissettikleri gruba olumlu özellikler atfederken, olumsuz özelliklerini dışarıya yansıtırlar. Tokgöz Bakıroğlu'na göre Facebook'taki beğen butonu da bu durum ile ilgilidir. Zira Facebook'ta "like" butonu varken, "dislike" butonunun olmaması, psikolojik beğenilme istediği ile ilgilidir. Tokgöz Bakıroğlu'na göre, beğenilme arzusu içerisinde olan birey, kişisel kimliklerini sosyal medyada bu şekilde "idealize ederek" sunmaktadır. Böylece çevrimdışı ortamlarda kişinin sosyalleşmesine engel olan herhangi bir konunun çevrimiçi ortamlarda üstesinden gelinebilmektedir. Herhangi bir konuda gündelik hayatta kendini tam olarak ifade edemeyen birey, sosyal medyada kendini daha özgür bir şekilde ifade edebilmektedir. Araştırmacı konuya güç olgusu etrafında eleştirel bir bakış açısı sunmuştur. Buna göre, birey sosyal medyada kendini yükselterek diğerlerini nesneleştirir ve kendini, yarattığı kimlikle bir güç unsuru olarak diğerlerine sunar (Tokgöz Bakıroğlu, 2013).

Benzer şekilde Van Dijck de sosyal medya ve kimlikler üzerine yaptığı çalışmasında Goffman'ın teorik çerçevesini temel alarak Facebook ve LinkedIn uygulamalarını karşılaştırmıştır. Buna göre her iki sosyal medya uygulamasında da kişiler bir profil oluşturarak kimlik inşa ederler. Fakat Facebook gündelik yaşamla daha fazla iç içeyken; LinkedIn uygulaması profesyonel anlamda bir kimlik inşası yaratmaktadır. İki uygulama arasında böyle bir ayrım olsa da Van Dick'e göre bu uygulamalar kullanıcılar, işverenler, çalışanlar ve bu alandaki platform sahipleri tarafından birer güç gösterisi yapacakları ortamlar haline gelmişlerdir (Van Dijck, 2013).

Kimlik oluşumunda sosyal medyanın etkisini inceleyen Özdemir de konuya Goffman'ın kavramlarıyla açıklık getirmiştir. Özdemir, kimliklerin sosyal ağlar vasıtasıyla üretimini bir fotoğraf türü olan “selfie” veya Türkçe adıyla “özçekim” davranışlarıyla incelemiştir. Buna göre sosyal paylaşım ağlarında kişiler özçekim fotoğrafları üzerinden kimliklerini şekillendirebilirler. Bu fotoğraflarda, fotoğrafı çeken ile çekilen aynı kişidir. Dolayısıyla kontrol de tek bir kişinin elindedir. Hangi fotoğrafın sosyal ağlarda paylaşılacağına da kişinin yine kendisi karar verir. Kişi bu fotoğraflarla kimliğini idealize ederek sunma eğilimindedir (Özdemir, 2015). Böylece kişi, Turner ve Tajfel'in sosyal kimlik kuramında olduğu gibi beğendiği özellikleri sergilerken, beğenmediklerini gizleme eğilimindedir.

Goffman'ın teorik çerçevesini temel alarak Facebook'ta bireylerin kimlik edinme ve sosyalleşme süreçlerini incelen bir diğer çalışma ise Farquhar'ın siber etnografi tekniği kullanarak gerçekleştirdiği çalışmasıdır. Bu çalışma nitel araştırma tekniklerinden biri olan etnografinin sosyal medya, internet ve bilgisayar ortamı iletişimlerde kullanılmasıyla geliştirilmiştir. Farquhar tam bir yıl süreyle örnekleme dâhil olan kişilerin Facebook uygulamalarını gözlemlemiş ve aynı zamanda onlara hedefe yönelik sorular sormuştur. Çalışmasında özellikle bireylerin profil fotoğraflarını incelemiştir. Çalışmada örnekleme kendi profillerinin nasıl olduğunun incelenmesinin yanı sıra, onlara çevrimiçi ortamdaki diğer bireylerinin Facebook imajlarını değerlendirmeleri de istenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre bireyler doğru bir kimlik sunumu için kimliklerini abartarak sergilemektedirler. Kendilerini bir sosyal gruba ait olarak hissetmekte ve o grubun temel dinamiklerine uygun şekilde davranmaktadırlar. Hatta kişiler kendilerine tamamen yabancı olsa ve paylaşımların doğruluğundan şüpheli olsalar dahi, o kişinin Facebook'taki paylaşımlarından kim olduğuna dair bilgiler edinmekte ve bunlara güvenmektedirler. Çevrimdışı sosyal dünyada bireyler nasıl kendilerini bir sosyal gruba ait hissedip o grubun özelliklerine uygun şekilde davranıyorlarsa, Facebook'ta da aynısını yapmaktadırlar. Yani Facebook'ta kendilerine bir sosyal grup

seçmekte ve ona göre kimliklerini geliştirmektedirler. Bireylerin her türlü paylaşım ve yorumları ise “ben bu gruba aidim ve bu grupta olmaktan gurur duyuyorum” mesajı vermektedir. Özellikle de sosyal ağlara yüklemek için seçilen fotoğraflar kişilerin kim oldukları hakkında önemli ipuçları vermektedir. Böylece birey nasıl görünmek istiyorsa ona göre fotoğraf yüklemekte ve fotoğraf etiketlerine izin vermektedir (Farquhar, 2012).

Sosyal medya ve sosyalizasyon arasındaki ilişkiyi inceleyen bir diğer çalışma ise Lee’nin Korede’ki bireylerin Twitter kullanımı davranışlarını incelediği çalışmasıdır. Bu çalışmada Lee internet üzerinden bireylerle iletişime geçmiş ve nitel araştırma tekniklerinden odak grup tekniğini kullanmıştır. Araştırmacı Twitter’ın akıllı telefonların icadından sonra nasıl kullanıldığını, akıllı telefon ve Twitter kullanımının bireylerin sosyal etkileşimlerinde ne gibi değişiklikler meydana getirdiğini, Twitter üzerinden kimler ile iletişime geçtiğini ve akıllı telefondan Twitter kullanımının onlar için ne anlama geldiğini araştırmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre Twitter bireylerin hem zamandan, mekânda ve geleneklerden bağımsız bir şekilde duygusal paylaşımlarda bulunabilmelerinde ve bilgi edinmelerinde yardımcı olmakta hem de Twitter kullananlar arasındaki sosyal statü, yaş, vb. gibi engelleri kaldırmaktadır. Bununla birlikte Twitter kullananlar sosyal medyada tıpkı çevrimdışı ortamlarda davrandıkları gibi kibar ve nazik olmaları gerektiğini belirtmişlerdir. Çünkü sanal ortamda bireyin sunduğu imaj, realitede onşarı etkileyebilmektedir. Bireylerin pek tanımadığı kişiler de onların mesajlarını okuyabilmekte ve onlar hakkında bir izlenim oluşturabilmektedirler (Lee, 2013).

3.7. Y NESLİNE İLİŞKİN LİTERATÜRÜN DEĞERLENDİRİLMESİ

Y kuşağına ilişkin hem ulusal hem de uluslararası literatür incelendiğinde, genellikle Y neslinin iş yaşamı ve onların teknoloji ile olan ilişkilerine odaklanıldığı ve ayrıca yurt içi literatürde Y kuşağının yaş aralığının ve özelliklerinin Batı ile uyumlu olup olmadığına dair çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Y nesline dair literatürü üçe ayırmak mümkündür: Y kuşağı ve iş yaşamı, teknoloji ile ilişkileri ve eğitim alanında teknoloji kullanımdan kaynaklanan yeni öğrenme- öğretme stilleri.

3.7.1. Y Nesli ve İş Yaşamı

Y kuşağının iş yaşantısını inceleyen çalışmalar, günümüzde artık piyasada ve çalışma yaşamında değişen bir kuşak farklılığı olduğu gerekçesinden hareket ederler. Kuşak tanımlamaları incelendiğinde bu tanımlamaların Gelenekselciler, Bebek Patlaması Nesli, X

nesli, Y nesli ve Z nesli şeklinde ayrıldığı görülmektedir. Günümüz piyasa koşullarında ise bebek patlaması nesli genellikle emekli olmuştur. X ve Y nesilleri çalışma hayatında daha aktif yer alırken, Y neslinin nüfusu hem tüketim hem de üretim alanında artmış ve nüfusun büyük çoğunluğunu oluşturur hale gelmiştir.

60 yaş üstü bireyler emekli olmuş ve daha genç kuşak hızla iş yaşamında yerini almaya başlamıştır. İş yaşamına giren bu yeni nesil Crumpacker ve Crumpacker'a göre yaş olarak daha farklı olmakla birlikte, hedef ve ödül odaklı, aktif, kişisel hedefleri olan ve kişisel bir kariyer peşinde koşan, liderlik ve yöneticilik konumuna en kısa yoldan ulaşmaya çalışan bir nesildir. Bu yüzden onlar, yöneticisi oldukları çalışanlardan dahi yaş olarak daha gençlerdir. Onlara göre Y nesli çalışanlarının en belirgin özelliği, internet ve bilgisayar teknolojisi olarak görmemeleridir. Çünkü Y nesli zaten cep telefonu, bilgisayar, internet vb. ile hep bir arada olmuşlardır (Crumpacker ve Crumpacker, 2007).

Bu durum ise iş yaşantısında hem de malların üretim ve tüketim için pazarlanması konusunda farklı stratejiler geliştirilmesine neden olmuştur. Bundan dolayı da iş yerinde meydana gelen birtakım farklılıklar meydana gelmiştir. Çünkü Y kuşağı kendinden önceki nesillerden farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların başında teknoloji kullanımı, iş- yaşam dengesi, tavır ve normlarda meydana gelen birtakım değişiklikler gelmektedir. Bu durum, yöneticilerin Y nesli bireylerini gerek iş yaşamında tutma, verimli çalışabilme gibi konularda, gerekse onların tüketim alışkanlıklarının neler olduğu, neyi, nasıl tüketmek istedikleri gibi konularda araştırmalara sevk etmiştir.

Bununla birlikte, günümüzde küreselleşmeyle birlikte, bir ülkede üretilen ürünler artık sadece o ülkenin sınırları içerisinde kalmamakta; tüm dünya vatandaşları tarafından satın alınabilmektedir. Bu durum genellikle gelişen teknoloji ile bilgisayarlar ve internet üzerinden çok kolay bir şekilde sağlanmaktadır. Y nesli ise, teknolojiye olan yatkınlıklarıyla ve ayrıca, alışveriş yapmaya olan isteklilikleriyle bilinmektedir. Bu yüzden Y nesli, işletme, ekonomi, kamu yönetimi gibi alanların oldukça önemli bir çalışma konusu haline gelmiştir. Diğer yandan Y neslinin iş yaşamı sadece ekonomi alanında değil, psikoloji, sosyoloji gibi alanlarda daha da ele alınmıştır. Fakat bu çalışmaların odak noktaları değişiklik göstermektedir.

İşletme, ekonomi, kamu yönetimi gibi alanlarda yapılan bu çalışmalar incelendiğinde, Y nesli bireylerinin iş hayatındaki değer yargılarının, tutum ve normlarının neler olduğu (Crumpacker ve Crumpacker, 2007; Spiro, 2006; Hansen ve Leuty, 2012; Zopiatis vd., 2012), Y kuşağı çalışanların iş tatmini ve motivasyonlarını etkileyen faktörlerin neler olduğu (Keleş, 2011;

Lower, 2008; Meier, 2010), Y kuşak bireylerinin iş yaşamından beklentileri (Sever İşçimen, 2012; Kuru, 2014; Taşlıyan vd. 2014) Y kuşağı bireylerini işe alma/çekme ve iş yaşamında tutma (Uğuz Arsu, 2014), çalışma tarzları (Adıgüzel vd. 2014) ve iş yaşamındaki iletişim yeteneklerinin nasıl olduğu (Myers ve Sadaghiani, 2010) gibi değişkenler üzerinden konunun incelendiği görülmektedir.

Yapılan bu çalışmalar göstermektedir ki, farklı kuşakların bir arada olduğu iş yerlerinde kuşak farklılıklarına bağlı olarak birtakım problemler ortaya çıkmaktadır (Keleş, 2010; Kuru, 2014). Y kuşağının nitelikli iş gücü olarak piyasada sayılarının artması insan kaynakları uygulamalarında değişikliğe gidilmesine yol açmıştır (Kuru, 2014). Bu yüzden işletme yöneticileri X kuşağından veya daha önceki kuşaklardan olan yöneticilerin, Y kuşağını nasıl yöneteceklerini, onları iş yaşamında motive eden faktörlerin neler olduğunu ve iş yaşantısından neler beklediklerini araştırmaya sevk etmiştir. Çünkü Y kuşağı bireyleri kendilerini merkezde gören, bağımsızlığına düşkün, talepkar (Sever İşçimen, 2012) iyi eğitilmiş, oldukça hırslı ve yüksek donanımlıdır. Bu nedenle de çalıştıkları kurumlarda beklentilerini yüksek tutmaktadırlar (Keleş, 2011). Karakteristik özellikleri bakımından Y nesli iş hayatında fazla talepleri olan bir nesildir. Bundan dolayı da yöneticiler ve işverenler Y nesli bireylerini anlamakta zorluk çekmekte ve onları nasıl iş hayatı içerisinde tutacaklarını bilememektedirler. Y nesli bireyleri Spiro'ya göre, daha fazla adillik ve kişisel yükselişleri ile oldukça ilgili bir yönetici istemektedirler. (Spiro, 2006). Meier'in gerçekleştirmiş olduğu çalışmaya göre ise, Y nesli bireylerinin yarısından fazlası için liderlik ve yüksek maaşlar motive edici faktörlerdir (Meier, 2010). Onlar çok yönlü (multitasking) çalışabilmektedirler (Spiro, 2006). Ayrıca Y nesli çalışanları rahatlarına oldukça düşkün (Keleş, 2011; Meier, 2010; Lower, 2008) olduklarından dolayı iş hayatında da takım elbiseler yerine kot pantolon gibi rahat kıyafetler giymeyi tercih etmektedir (Meier, 2010; Lower, 2008). Keleş'in çalışmasına göre Y kuşağı çalışanları aynı zamanda çok sıkı denetlendiğinde iş motivasyonlarında düşüş yaşanmaktadır. Onların yöneticilerinden ve iş arkadaşlarından geri bildirim almalı onlar için önemlidir (Keleş, 2011).

Kayacan'ın gerçekleştirdiği X ve Y kuşaklarının motivasyon kaynaklarını incelediği çalışmada, çok boyutlu iş motivasyon ölçeği kullanmış ve iki nesil açısından farklı sonuçlar elde etmiştir. Buna göre, takdir kazanma, saygı görme, eleştirilme gibi dışsal motivasyon kaynakları Y kuşağı bireylerini en çok etkileyen faktörler arasındadır. Ayrıca suçluluk ve utanç duygularından kaçınma, başkalarının takdirinden kaçınma gibi sosyal faktörlerin de Y kuşağı bireylerini etkilediği görülmüştür (Kayacan, 2016). Seven İşçimen'in Y kuşağının iş

yaşamından beklentilerin kurumsal bağlılığı nasıl etkilediğini inceleyen araştırmasına göre, bireylerin beklentileri hemen her alanda oldukça yüksek bulunmuştur (Sever İşçimen, 2012). Öte yandan Kuru'nun gerçekleştirmiş olduğu Y kuşağının işverenlerden beklentilerinin neler olduğuyla bağlantılı olarak iş yaşam dengesini araştırdığı çalışmasına göre, şirketler iş yaşam dengesini sağlamaya çalışmaktadır. Buna göre esnek çalışma saatleri uygulaması, stres yönetimi eğitimleri, uzaktan çalışma (telework), e postalara yanıt verilmesi bu uygulamalar arasındadır. Çalışmanın sonucunda bu uygulamaların Y kuşağı çalışanlarına olumlu katkılarının olduğu gözlemlenmiştir; fakat bu uygulamalar Y kuşağı bireylerine yetersiz gelmiştir. Onlar bu uygulamaların daha fazla yaygınlaşması gerektiğini düşünmektedirler. Taşlıyan ve diğerlerinin Sütçü İmam Üniversitesindeki bireylerle gerçekleştirdiği çalışmaya göre ise Y kuşağı bireylerinin iş yaşamından beklentileri onların doğdukları yer, yetiştikleri yer, aldıkları maaş gibi değişkenler üzerinden araştırılmış ve bu değişkenlerin onların iş yaşamlarından beklentileri üzerinde etkilerinin olmadığı gözlemlenmiştir. Fakat Y kuşağı bireylerinin diğer kuşaklardan farklı olarak daha yüksek maaş beklentileri içinde oldukları sonucuna varılmıştır. Bu durum Taşlıyan ve diğerlerine göre, Y kuşağının genel karakteristik bir özelliği olan “hep daha fazlasını isteme” özelliklerinden kaynaklanabilmektedir (Taşlıyan vd., 2014).

Y nesli çalışanları uzun süre aynı pozisyonda kalmayı istemez, kısa sürede yükselecekleri bir pozisyona yerleşmek isterler (Meier, 2010). Ayrıca kısa sürede yapabilecekleri küçük hedeflere odaklanırlar. Esneklik ve iş-yaşam dengesi onlar için çok önemlidir. Y nesli çalışanları hem çocuklarına gerekli bakımı sağlayabilmek hem de daha rahat çalışabilmek adına bilgisayar üzerinden evde çalışma (telecommuting) seçeneğini tercih edebilmektedirler. Çünkü onlar iş hayatını da tıpkı aile, arkadaşlık gibi dengeli yaşamın bir parçası olarak görmek isterler (Spiro, 2006). İş yaşamında yerini alan ve yöneticilik dâhil çeşitli alanlarda hizmet veren bu nesil, aynı zamanda önceki nesillerden de daha farklı bir iletişim tarzına sahiptir. Bunun sebebi ise bilişim teknolojilerini kendilerinden önceki nesillere oranla daha iyi kullanıyor olmalarından kaynaklanmaktadır (Gorman 2004 ve Tapscott 2008'den akt. Myer ve Sadaghiani, 2010). Zopiatis ve diğerlerinin Kıbrıs'ta gerçekleştirdiği bir diğer çalışma ise benzer sonuçlar elde etmiştir. Buna göre Y kuşağı çalışanları bireyselliklerinden ödün vermeden diğer takım arkadaşlarıyla birlikte çalışmak isterler (Zopiatis vd., 2012).

Bu çalışmalar göstermektedir ki Y kuşağı bireylerinin iş yaşamından beklentileri diğer kuşaklara göre farklılıklar göstermektedir. Ayrıca piyasaya giren en son kuşak olmaları ve sayıları da hızla büyümesinden dolayı, şirketler Y kuşağını iş yaşamına çekme ve onları iş

yaşamında tutmaları konularında stratejilere ihtiyaç duymaktadırlar. Bu yüzden ekonomi, işletme, kamu yönetimi gibi alanlar şirketlerin bu talebine yönelik araştırmalar gerçekleştirerek, onlara bu konuda yardımcı olmaya çalışmaktadırlar. Bu konuda çalışma yapan Uğur Arsu'ya göre Y kuşağını motive eden unsurlar, onları iş yaşamında tutmada oldukça etkilidir. Bu unsurlar ise çalışmaya göre şöyledir: kariyer planı geliştirme, bütünleşme ve dürüstlüğe değer verme, ücret ve teşvikler. Diğer yandan onlara zorlanacağı bir iş vermek ise Y kuşağını en az motive eden unsur olarak bulunmuştur (Uğur Arsu, 2014).

Hem teknolojinin gelişmesi hem de Y kuşağının iş yaşamına girmesiyle birlikte farklı çalışma tarzları da ortaya çıkmaya başlamıştır. Adıgüzel ve diğerleri bu bağlamda, Y kuşağının iş yaşamına girmesiyle ortaya çıkan yeni bir çalışma tarzı olan “mobil yakalılar” kavramını irdilemişlerdir. Buna göre bu yeni çalışma tarzının ortaya çıkmasında yaşama ve çalışma hayatına verdikleri değerden dolayı Y kuşağı ve ayrıca gelişen teknoloji oldukça etkilidir. Onların iş görme anlayışları mavi ve beyaz yakalılara göre farklıdır. Çünkü onlar herhangi bir meslek grubu sınıflandırmasına girmektense, zaman ve mekâna bağlı kalmaksızın internet üzerinden iş görebilen yani bu anlamda mobilite ile iş görebilen herkesi kapsarlar (Adıgüzel vd., 2014).

Y kuşağının iş yaşamıyla ilgili araştırma alanlarından bir tanesi de sağlık alanıdır. Özellikle de hemşirelik okullarındaki eğitimciler, hastanelerde sayıları hızla artmakta olan Y nesli hemşirelerini anlamaya çalışmakta ve onlara daha iyi bir iş ortamı yaratmayı amaçlamaktadırlar. Y kuşağı hemşireleri için çalışma yaşamında tecrübe eksikliği ve yeni durumlarda baş etmedeki yetersizlikleri onlar için birer stres kaynağı haline gelmektedir. Bu gibi sorunlar ise hemşirelerin istifa etmesine kadar giden problemlere yol açmaktadır. Onlar kendilerinden tam olarak neyin istendiğini bilmek ve ona göre hareket etmek isterler. Aksi takdirde elde edecekleri bir başarısızlık onları hayal kırıklığına uğratacaktır. Ayrıca Y nesli çalışanları için iş ve yaşam dengesinin sağlanması oldukça önemlidir. Bu yüzden bu alanda çalışan hemşirelere daha sağlıklı bir iş ortamı yaratılması oldukça önemlidir. Lower'ın bu konudaki önerisi, onların bu durumlarına kayıtsız kalmak yerine, Y nesli hemşirelerinin teknolojiye olan yatkınlığına iş hayatında olanaklar tanımadır (Lower, 2008).

3.7.2. Y Neslinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

Y kuşağı tüm dünyada önemli sosyal değişimlerin yaşandığı bir dönem içerisine doğmuştur. Bu dönemi diğer dönemlerden ayıran en önemli unsur ise şüphesiz bilgisayar ve cep telefonlarının hayatımıza girmesidir. Y kuşağının üçte ikisini henüz beş yaşına gelmeden

bilgisayarla tanışmış ve bu yüzden de teknoloji ve internet ile kendinden önceki nesillere oranla daha sıkı bir ilişkisi içerisinde olmuştur (Zempke v.d.'den akt. Adıgüzel v.d., 2014, s. 173).

Teknolojiye olan yatkınlıkları sebebiyle özellikle internet ve sosyal medya kullanımı bağlamında psikoloji, felsefe, sosyoloji gibi sosyal bilimlerde ve iletişim alanında da Y nesline dair çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Literatürde yaş aralığı olarak Y nesli kategorisine giren ve bu gençlerle birlikte yapılan araştırmalar bu çalışmada “gençliğin teknoloji kullanımı” ifadeleriyle yukarıda verilmiştir. Bu bölümde ise sadece “Y Nesli” ifadesini kullanan çalışmalara yer verilmiştir.

Bu çalışmalara bakıldığında, özellikle Y kuşağının sosyal medya kullanımı (Kuyucu, 2014; Yeşil ve Fidan, 2017; Çobanoğlu ve Dirsehan, 2017; Dye ve Akpojivi, 2016; Bolton, 2013; Read vd., 2012), İnternet kullanımı (Yeşil ve Fidan, 2017), e-iletişim alışkanlıkları (Yeşil ve Fidan, 2017) gibi değişkenlerle konunun incelendiği görülmektedir.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte toplumsal hayatta sayısız birçok değişme yaşanmaktadır. Bunlardan bir tanesi de bilgiye erişim ve iletişim teknolojilerinde olan değişimdir. Yüz yüze iletişimin yanında internet üzerinden iletişim de hızla yaygınlaşmaktadır. Yeşil ve Fidan’ın gerçekleştirdiği çalışmaya göre e-iletişim, Y kuşağı için kendine özgü bir yöntem ve iletişim biçimi haline gelmiştir. Hem yaşam biçimi olarak hem de iletişim biçimi olarak Y kuşağı hızlı ve pratik olmayı tercih etmektedir. Öyle ki Y kuşağı bireyleri e-iletişimde kendine özgü bir tarz geliştirmiştir. Onlar kelimeleri yazarken hızlı olmak adına sesli harfleri kısaltmayı tercih etmektedirler. Y kuşağı bireyleri çok az kelimeyle çok fazla şey anlatmak istemektedirler. Bu durum ise onların hem sosyal yaşamlarında hem de eğitim yaşamlarında bazı sorunlara neden olabilmektedir (Yeşil ve Fidan, 2014).

Y kuşağı bireyleri interneti bilgiye ulaşmanın bir aracı olarak görmektedirler. Yeşil ve Fidan’ın gerçekleştirdiği aynı çalışmaya göre, Y kuşağı bireyleri elde ettikleri bilginin doğruluğunu sorgulamamaktadır (Yeşil ve Fidan, 2014). Oysaki Y kuşağı adını İngilizcedeki “why” kelimesinden almıştır. Y harfi ve “why” kelimesinin İngilizce olarak okunuş şekli aynıdır ve “vay” sesi çıkarılarak okunur. Böyle anılmalarının sebebi ise genel olarak her şeyi sorgulamak istedikleri içindir (Crumpacker ve Crumpacker, 2007). Çünkü bu kelime direkt olarak Türkçe’ye çevrildiğinde “neden”, “sebebi” olarak çevrilirken, soran, sorgulayan anlamlarını da ifade etmektedir.

Y kuşağı televizyon ve internet ile beraber büyüyen bir nesildir. Bu yüzden de onların teknolojiyle olan bu ilgisi onların sosyal yaşantılarında problemler oluşturabilmektedir. Özellikle de son yıllarda sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte, Y kuşağı bireylerinin de sosyal medya kullanımı önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir. Çünkü Y nesli bireyleri sosyal medyayı oldukça aktif kullanabilmektedir. Bu çalışmalardan bir tanesi olan Dye ve Akpojivi'nin Y neslinin Facebook'ta benlik sunumu ve Facebook kullanım alışkanlıklarını inceleyen araştırmasına göre, Y nesli bireyleri sosyal medya uygulaması olan Facebook'u en çok diğer bireylerle iletişim halinde olmak, arkadaşlarını bulmak ve kendi görüş ve fikirlerini paylaşmak için kullanmaktadırlar. Bu bireyler Facebook'ta yaş, cinsiyet, isim, telefon numarası, akademik geçmiş, ev adresi ve telefon numarası gibi bilgiler ile ne tür kitap okudukları, hangi tür müziklerden hoşlandıkları gibi özel ilgi alanlarını da diğer insanların bilgisine sunmaktadırlar. Bu çalışmaya göre bireylerin benlik sunumu ile sitelere duydukları güven arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki bulunmuştur (Dye ve Akpojivi, 2016). Sosyal medya üzerine yapılmış bir diğer çalışma ise Read ve diğerlerinin Grounded Teori metodolojisini kullanarak gerçekleştirdiği çalışmadır. Buna göre Y nesli bireyleri Facebook uygulamasını güvenli olarak görmektedirler. Çalışma göstermiştir ki, sosyal medyada kurulan arkadaşlıklar aslında kişilerin yüz yüze görüştüğü diğer arkadaşlarıyla iletişimlerini kapsamaktadır. Fakat bazı üyeler tanımadığı kişiler ile de iletişime geçebilmektedir (Read vd., 2012).

Kuyucu'nun gerçekleştirmiş olduğu çalışmaya göre, örneklemin neredeyse üçte biri günde 3 saat sosyal medya uygulaması olan Facebook'ta vakit geçirmektedir. Ayrıca örneklemin yarısından fazlası ise 4 yıldan fazla bir süredir Facebook kullanmaktadır. Kuyucu'ya göre, Türkiye'nin Facebook uygulamasını en çok kullanan dördüncü ülke olmasında Y kuşağının etkisi göz ardı edilmemelidir. Y kuşağı Facebook ile interaktif bir şekilde iletişime geçmektedir. Ayrıca bireylerin tüketim alışkanlıklarında da Facebook uygulamasının rolü vardır. Özellikle 1996 yılından sonra doğanlar, iletişimde Facebook'u daha fazla kullanmaktadırlar. Bu bireyler Facebook üzerinden iletişim kurmayı yüz yüze iletişime ve telefonla konuşmaya tercih etmektedirler (Kuyucu, 2014).

Bolton'un literatür taraması niteliğinde olan ve Y neslinin sosyal medya kullanımını ve sonuçlarını araştırdığı çalışmasına göre, Y neslinin sosyal medya kullanımının hem bireysel bazda hem kurumsal bazda hem de toplumsal anlamda birtakım getirileri olmaktadır. Buna göre sosyal medya bireylerin sosyal sermaye oluşturmalarında etkilidir. Çünkü onlar Facebook gibi sosyal medya uygulamalarında kendi fikirlerini diğer bireylere aktarmakta ve

bu paylaşımlarına da geri dönüşler almaktadırlar (Christofides vd., 2009'dan akt. Bolton, 2013). Öte yandan sosyal medya kullanımı firmalar için bir Pazar alanı haline gelmiş durumdadır. Son olarak sosyal medya kullanımına toplumsal açıdan bakıldığında ise, sosyal medya topluma sağlık konularıyla ilgili bilgiler sağlayabilmektedir. İlgili kişiler sosyal medya yoluyla çok daha fazla insana ulaşabilmektedirler (Vance vd. 2009'dan akt. Bolton, 2013). Bununla birlikte, insanlar kin tutma, kıskançlık gibi olumsuz duyguları da sosyal medya yoluyla tecrübe edebilmektedirler (Bevan vd., 2012; Lyndon vd., 2011'den akt. Bolton, 2013). Son olarak, sosyal medya kullanımı Arap Baharı örneğinde olduğu gibi sosyal değişmelere yol açabilmektedir (Bolton, 2013).

Sosyal medya kullanım alışkanlıkları Y neslini tanımlamada önemli bir kriter haline gelmiştir. Çobanoğlu ve Dirsehan yaptıkları araştırmada Y neslinin sosyal paylaşım sitelerini kullanıma ilişkin olarak 13 kriter belirlemiştir. Bunlardan en önemli 4 tanesi ise Y neslinin karakteristik özellikleri ile birebir uyumludur: Keşfetmeye açık olma, kariyer-yaşam dengesi, sosyal paylaşım sitelerini kullanan diğer bireylerin ne düşündüklerini önemseme ve sosyal medya üzerinden organize olma (Çobanoğlu ve Dirsehan, 2017).

3.7.3. Y Nesli ve Öğrenme-Öğretme Stilleri

Günümüzde, yaşanan teknolojik gelişmeler hayatın her alanına etki etmektedir. Bu alanlardan bir tanesi de eğitimidir. Eğitim kurumları ve onların öğretme stilleri, yaşanan değişime kayıtsız kalmamış ve kendilerini bu doğrultuda revize etmişlerdir. Geçmişte kullanılan kara tahtaların yerini günümüzde akıllı tahtalar almış, hatta okullarda internet erişimi imkânı verilmeye başlanmıştır. Böylece, zaten teknoloji ile iç içe büyüyen Y ve Z nesilleri eğitim alanlarında da son dönem teknolojik cihazlardan yararlanmaya başlamışlardır. Yurt dışında yapılan çalışmalara bakıldığında, tıpkı iş ortamında olduğu gibi eğitim kurumlarında da Y nesli ile önceki nesiller arasında bir farklılık olduğunu savunarak, Y neslinin öğrenme becerilerini nasıl daha verimli hale getirebilmenin yolları araştırılmıştır.

Bu çalışmalardan bir tanesi olan Lichy'nin gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında ve Y nesli öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının akademik çalışmalarına olan etkisini incelemiştir. Buna göre, günümüz öğrencileri teknolojik cihazlara oldukça önem vermekte ve bilgiye erişim noktasında Google e Wikipedia'ya oldukça güvenmektedirler (Lichy, 2012).

İş yaşamında olduğu gibi eğitim alanında da Y kuşağının öğrenme stillerini araştıran bir diğer alan sağlık alanıdır. Zimmerman'ın hemşirelik sağlık okulunda gerçekleştirdiği çalışmasına

bakıldığında, öğrenciler profesörlerini dinlemek yerine, o anda anlatılan konuyu Google’da araştırmakta ve konuyla ilgili videolar ve simülasyonlar elde etmektedirler. Daha sonra da bulduklarını anlık mesaj ile tüm sınıfa yaymaktadırlar. Bu durum Y neslinin genel karakteristik özelliklerinden olan iş birlikçi olma, hızlı olma, iddialı olma, deneyime açık olma gibi özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden Zimmerman’a göre, eğitimciler bu konuda önlemler almalı ve yeni öğrenme stilleri geliştirmelilerdir. Örneğin onlara nasıl eleştirel sorular sorabileceklerinin öğretilmeli ve böylece eleştirel araştırmalar yapabilmeleri sağlanmalıdır (Zimmerman, 2010). Y nesli hemşirelerinin genel özellikleri, çalışma tarzlarını ve öğrenme stillerini araştıran Lower’a göre, Y nesli öğrencileri yerinde oturup kitap okumaktan zevk almazlar. Onlar teknolojiyle beraber büyüdüleri için bilgi edinmenin bir yolu olarak teknolojik aletleri tercih ederler (Lower, 2008).



4. BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde verilerin analizi ve değerlendirmesi sosyodemografik bulgular, Türkiye’deki Y Nesli’nin yaş aralığını belirlemeye yönelik bulgular, internet kullanım alışkanlıklarına yönelik bulgular, sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik bulgular, bireylerin aitlik hissettikleri sosyal grupları belirlemeye yönelik bulgular, gençlerin sosyal kimliklerinin oluşmasında ailelerinin etkisi, hipotez testleri başlıkları altında sunulmuştur.

4.1. SOSYODEMOGRAFİK BULGULAR

Tablo 1: Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Kadın	139	51,1
Erkek	133	48,9
Toplam	272	100,0

Araştırmaya katılan toplam 272 kişinin % 51,1’i kadın ve % 48,9’u ise erkektir.

Tablo 2: Doğum Tarihi Dağılımı

Doğum Tarihi	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
1990	1	0,4	0,4
1992	4	1,5	1,5
1993	8	2,9	3,1
1994	25	9,2	9,5
1995	40	14,7	15,3
1996	61	22,4	23,3
1997	46	16,9	17,6
1998	69	25,4	26,3
1999	8	2,9	3,1
Toplam	262	96,3	100,0
Cevapsız	10	3,7	

Araştırmaya katılan toplam 272 kişiden, soruya yanıt veren 262 kişinin % 0,4’ü 1990, % 1,5’i 1992, %2,9’u 1993, % 9,2’si 1994, %14, 7’si 1995, % 22,4’ü 1996, % 16,9’u 1997, % 25,4’ü 1998 ve % 2,9’u 1999 doğumludur. Tabloda görüldüğü üzere, örneklemin yarıda fazlası 1996

ve 1998 arası doğumlulardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan örneklemin % 3,7'si bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Tablo 3: Eğitim Alınan Fakülte Dağılımı

Fakülte	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Edebiyat Fakültesi	136	50,0	50,0
Mühendislik Fakültesi	136	50,0	50,0
Toplam	272	100,0	100,0

Araştırmaya katılan örneklem grubunun okudukları fakülte incelendiğinde, araştırmaya katılan toplam 272 kişinin % 50'si edebiyat ve % 50'si de mühendislik fakültesine devam etmektedir.

Tablo 4: Fakültelerin Sınıflara Göre Dağılımı

		1. sınıf	2. sınıf	3. sınıf	4. sınıf	Toplam
Edebiyat Fakültesi	Sayı	50	29	49	8	136
	Yüzde	36,8%	21,3%	36,0%	5,9%	100,0%
Mühendislik Fakültesi	Sayı	42	52	13	27	134
	Yüzde	31,3%	38,8%	9,7%	20,1%	100,0%
Toplam	Sayı	92	81	62	35	270
	Yüzde	34,1%	30,0%	23,0%	13,0%	100,0%

Ayrıca edebiyat fakültesine devam edenlerin %36,8'i 1. Sınıfa, %21,3'ü 2. sınıfa, %36'sı 3. Sınıfa ve % 5,9'u da 4. ve son sınıfa devam etmektedir. Edebiyat fakültesinde eğitim gören öğrencilerin yarısından fazlası 1. ve 3. Sınıfta okumaktadır. Mühendislik fakültesine bakıldığında ise örneklem grubunun %31,3'ü 1. Sınıfa, %38,8'i 2.sınıfa, %9,7'si 3. Sınıfa, %20,1'i 4. ve son sınıfa devam etmektedir. Mühendislik fakültesinde eğitim gören öğrencilerin yarsından fazlası 1. ve 2. Sınıfta genel olarak örneklem grubunun eğitim durumu incelendiğinde ise, devam edilen sınıf sorusuna cevap veren 270 kişinin, %34,1'i 1. Sınıfa, %30'u 2. Sınıfa, %23'ü 3. Sınıfa ve % 13'ü ise 4. ve son sınıfa devam etmektedir.

Tablo 5: Cinsiyete Göre Doğum Yeri Dağılımı

			Doğum Yeri				Toplam
			İl	İlçe	Köy	Yurt Dışı	
Cinsiyet	Kadın	Sayı	73	50	15	0	138
		Yüzde	52,9%	36,2%	10,9%	0,0%	100,0%
	Erkek	Sayı	78	45	5	3	131
		Yüzde	59,5%	34,4%	3,8%	2,3%	100,0%
Toplam		Sayı	151	95	20	3	269
		Yüzde	56,1%	35,3%	7,4%	1,1%	100,0%

Tablo incelendiğinde, “doğum yeriniz neresidir” sorusuna yanıt veren toplam 138 kadından %52,9’u il, %36,2’si ilçe ve %10,9’u ise köy doğumludur. Bu soruya yanıt veren 131 erkekten %59,5’i il, %34,4’ü ilçe, %3,8’i köy ve %2,3’ü ise yurt dışı doğumludur. Ayrıca her iki cinsiyet ayrılmaksızın birlikte değerlendirildiğinde, soruya yanıt veren toplam 269 kişiden %56,1’i il, %35,3’ü ilçe, %7,4’ü köy ve %1,1’i ise yurt dışı doğumludur. Genel olarak tabloya bakıldığında hem erkeklerin hem de kadınların yarısından fazlası ilde doğmuştur.

Tablo 6: Anne veya Babanın Hayatta Olma Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	261	96,0	96,3
Hayır	10	3,7	3,7
Toplam	271	99,6	100,0
Cevapsız	1	,4	

Araştırmaya katılan 272 kişiden, “anne ve babanız hayatta mı” sorusuna yanıt veren toplam 271 kişiden %96,3’ünün anne ve babası hayattadır. Örneklemin büyük çoğunluğunun anne ve babası halen hayattadır.

Tablo 7: Anne Babanın Evlilik Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Anne Baba Birlikte	250	91,9	93,3
Anne Baba Ayrılmış	18	6,6	6,7
Toplam	268	98,5	100,0
Cevapsız	4	1,5	

Yukarıdaki tabloya göre örneklemin tamamına yakının anne ve babası birliktedir.

Tablo 8: Annenin Eğitim Durumu

EĞİTİM DURUMU	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Okur Yazar Değil	17	6,3	6,3
İlkokul Mezunu	131	48,2	48,5
Ortaokul Mezunu	61	22,4	22,6
Lise Mezunu	40	14,7	14,8
Üniversite Mezunu	19	7,0	7,0
Yüksek Lisans/Doktora Mezunu	2	,7	,7
Toplam	270	99,3	100,0
Cevapsız	2	,7	

Araştırmaya katılan 272 kişiden, soruya yanıt veren 270 kişinin annelerinin %6,3'ü okur-yazar değildir. Geriye kalanların %48,5'i ilkokul, %22,6'sı ortaokul, %14,8'i lise, %7'si üniversite ve % 0,7'si ise yüksek lisans/doktora mezunudur. Örneklemin yarısından fazlasının annesinin eğitim durumu ilkokul ve ortaokuldan oluşmaktadır.

Tablo 9: Babanın Eğitim Durumu

EĞİTİM DURUMU	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Okur Yazar Değil	6	2,2	2,2
İlkokul Mezunu	85	31,3	31,6
Ortaokul Mezunu	55	20,2	20,4
Lise Mezunu	67	24,6	24,9
Üniversite Mezunu	49	18,0	18,2
Yüksek Lisans/Doktora Mezunu	7	2,6	2,6
Toplam	269	98,9	100,0
Cevapsız	3	1,1	

Araştırmaya katılan 272 kişiden, soruya yanıt veren 269 kişinin babasının %2,2'si okur-yazar değildir. Geriye kalanların %31,6'sı ilk okul, %20,4'ü orta okul, %24,9'u lise, % 18,2'si üniversite ve %2,6'sı yüksek lisans/doktora mezunudur. Örneklemin yarısından fazlasının babasının eğitim durumu ilk okul ve liseden oluşmaktadır.

Tablo 10: Annenin Mesleği

Meslekler	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Üst düzey yöneticiler, serbest meslek sahipleri	12	4,4	4,5
Orta düzey yöneticiler, doktorlar, avukatlar, mühendisler, öğretim üyeleri	1	,4	,4
Danışmanlar, uzmanlar, öğretmenler, araştırma görevlileri	5	1,8	1,9
Memur, sekreter	14	5,1	5,3
Nitelikli işçiler	31	11,4	11,7
Niteliksiz işçiler	12	4,4	4,5
Emekliler, ev kadınları ve işsizler	190	69,9	71,7
Toplam	265	97,4	100,0
Cevapsız	7	2,6	

Araştırmaya katılan 272 kişiden, soruya yanıt veren 265 kişinin annesinin %4,5'i üst düzey yönetici veya serbest meslek sahibi, %0,4'ü orta düzey yönetici, doktor, avukat, mühendis veya öğretim üyesi, %1,9'u danışman, uzman, öğretmen veya araştırma görevlisi, %5,3'ü memur veya sekreter, % 11,7'si nitelikli işçi, % 4,5'i niteliksiz işçi ve %71,7 ile en çok emekli, işsiz veya ev kadınıdır. Örneklemin yarısından fazlasının annesi evhanımı, emekli veya işsizdir.

Tablo 11: Babanın Mesleği

Meslekler	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Üst düzey yöneticiler, serbest meslek sahipleri	36	13,2	13,6
Orta düzey yöneticiler, doktorlar, avukatlar, mühendisler, öğretim üyeleri	16	5,9	6,1
Danışmanlar, uzmanlar, öğretmenler, araştırma görevlileri	6	2,2	2,3
Memur, sekreter	36	13,2	13,6
Nitelikli işçiler	72	26,5	27,3
Niteliksiz işçiler	20	7,4	7,6
Emekliler, ev kadınları ve işsizler	78	28,7	29,5
Toplam	264	97,1	100,0
Cevapsız	8	2,9	

Araştırmaya katılan 272 kişiden, soruya yanıt veren 264 kişinin babasının %13,6'sı üst düzey yönetici veya serbest meslek sahibi, %6,1'i orta düzey yönetici, doktor, avukat, mühendis veya öğretim üyesi, %2,3'ü danışman, uzman, öğretmen veya araştırma görevlisi, %13,6'sı

memur veya sekreter, % 27,3'ü nitelikli işçi, % 7,6'sı niteliksiz işçi ve %29,5 ile en çok emekli veya işsizdir. Örneklemin yarısından fazlasın babası nitelikli işçi, emekli veya işsizdir.

Tablo 12: Ailenin Aylık Ortalama Gelir Seviyesi

Aylık Gelir	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
0-1000 tl	22	8,1	8,2
1001-2000 tl	73	26,8	27,1
2001-3000 tl	77	28,3	28,6
3001-4000 tl	51	18,8	19,0
4001-5000 tl	28	10,3	10,4
5001 tl ve üzeri	18	6,6	6,7
Toplam	269	98,9	100,0
Cevapsız	3	1,1	

Aştırmaya katılan 272 kişiden, soruya yanıt veren 269 kişinin ailesinin aylık ortalama geliri incelendiğinde, %8,2'sinin 0-1000 tl, %27,1'inin 1001-2000 tl, %28,6'sının 2001-3000 tl, %19'unun 3001-4000 tl, %10,4'ünün 4001-5000 tl ve %6,7'sinin 5001 tl ve üzeri olduğu görülmektedir. Örneklemin yarısından fazlasının ailelerinin aylık ortalama geliri 1000-3000 tl arasında değişmektedir.

Tablo 13: Üniversiteye Başlamadan Önce Kiminle/Nerede Yaşanıldığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailemle	257	94,5	94,5
Akrabalarımle	2	,7	,7
Arkadaşlarımla Evde	3	1,1	1,1
Yurtta	7	2,6	2,6
Tek Başıma	3	1,1	1,1
Toplam	272	100,0	100,0

Tablo incelendiğinde, “üniversiteye başlamadan önce kiminle/ nerede yaşıyordunuz?” soruna cevap veren 272 kişiden en çok oranla %94,5'i üniversiteye başlamadan önce ailesiyle birlikte yaşamaktadır. Aileden sonra en çok işaretlenen seçenekler ise %2,6 ile yurt, %1,1 ile tek başıma ve %0,7 ile akrabalarımla olmuştur.

Tablo 14: Şu Anda Kiminle/Nerede Yaşanıldığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailemle	33	12,1	12,2
Akrabalarım	3	1,1	1,1
Arkadaşlarımla Evde	68	25,0	25,2
Yurtta	146	53,7	54,1
Tek Başıma	19	7,0	7,0
Diğer	1	,4	,4
Toplam	270	99,3	100,0
Cevapsız	2	,7	

“Şu anda kiminle/nerede yaşıyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde, cevap veren 270 kişiden %54,1’i öğrenci yurdunda, %25,2’si evde arkadaşlarıyla, %12,2’si kendi ailesiyle, %7’si tek başına ve %1,1’i ise akrabalarıyla birlikte yaşamaktadır.

Araştırmaya katılan örneklem grubuna yöneltilen “üniversiteye başlamadan önce kiminle/nerede yaşıyordunuz?” ve “şu anda kiminle/nerede yaşıyorsunuz” soruları örneklem grubunun aile ilişkilerini ve kimlik gelişiminde ailelerini etkisini tahmin etmek bakımından önem taşımaktadır. Çünkü sosyal kimlikler sosyalizasyon sürecinde oluşturulurlar ve bireylerin şimdiye kadar beraber yaşadığı kişiler bu süreçte oldukça önemlidir. Kimlik gelişimi süreci diğerleriyle etkileşim içerisinde oluşan bir olgudur (Bilgin, 2007: 11; Sözen, 1991: 101).

Görüldüğü üzere örneklemin neredeyse tamamına yakını, üniversiteye başlamadan önce ailesiyle birlikte yaşamaktadır. Bu bakımdan gençlerin kimlik ve sosyal kimliklerinin oluşumunda ailelerinin etkili olduğu söylenebilir.

4.2. TÜRKİYE’DEKİ Y NESLİ’NİN YAŞ ARALIĞINI BELİRLEMeye YÖNELİK BULGULAR

Y nesli, cep telefonları, CD’ler, DVD’ler ve dijital kameralarla birlikte büyüyen bir nesildir (Spiro, 2006: 17). Bu yüzden literatürde Y nesline “dijital yerli” (digital native) de denmektedir (Prensky, 2001: 1). Bu tanım onların teknolojiyi sonradan öğrenmek için çaba harcamadığı; aksine yeni bilişim teknolojileri ile birlikte büyüdüğü için bu teknolojileri kullanma yeteneklerinin olduğunu belirten bir ifade biçimidir (Palfrey ve Gasser, 2008).

Türkçe çevirisi “Geniş Fırça” olan başka bir tanım “Broad Brush” ise yine bu neslin bilgisayarlar ile birlikte büyüdüğünü ve başta iletişim olmak üzere, hayatlarının hemen hemen her alanında bu cihazları kullanmayı tercih ettiklerini ifade etmek için kullanılmaktadır (Bolton vd., 2013: 248).

Dijital yerli de denilen bu nesil, yeni teknoloji ile birlikte büyüyen ilk nesildir. Bu yüzden bu nesil, önceki nesillerden farklı olarak, zamanının çoğunu bilgisayar başında oyunlar oynayarak, internete zaman geçirerek, cep telefonları ile ilgilenerek, anlık mesajlar alıp göndererek ve diğer dijital aletler ile ilgilenerek geçirmektedir (Prensky, 2001; Crumpacker ve Crumpacker, 2007). Zempke’nin yapmış olduğu araştırmaya göre Y kuşağının üçte ikisini henüz beş yaşına gelmeden bilgisayarla tanışmış ve bu yüzden de teknoloji ve internet ile kendinden önceki nesillere oranla daha sıkı bir ilişkisi içerisinde olmuştur (Zempke v.d.’den akt. Adıgüzel v.d., 2014: 173).

Sosyal bilimler literatüründe nesiller genellikle Batı ve Amerika referans alınarak kavramsallaştırılmaktadır. Yaş aralıkları da yine buna göre belirlenmiş durumdadır. Fakat bu tür bir kavramsallaştırma her kültür için geçerli olmayabilir. Bu çalışmada da Türkiye’deki Y Nesli’nin Batı ve Amerika’daki ile tarihsel yaş aralığının benzer özellikler sergileyip sergilemediği teknoloji kullanımı açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Buna göre örneklemin kaç yıldır internet kullandığı, cep telefonu ve bilgisayar gibi kitle iletişimi mümkün kılan ve tüm dünyada, özellikle çocuklar üzerinde psikolojik ve bilişsel etkisinin olduğu düşünülen oyun konsolu gibi dijital teknolojik aletlerle etkileşiminin ne zaman başladığı araştırılmıştır. Oyun konsolu gibi bir eğlence aracı Y Nesli’nin doğduğu yıllarda kullanılmaya başlanan ve dijital teknolojinin bir ürünüdür. Hatta bu aletler günümüzdeki bilgisayarların çocuklar için üretilmiş küçük birer kopyası gibidir. Bu özelliklerinden dolayı örnekleme bu tür aletler ile ne zaman tanıştıkları da sorulmuştur.

Tablo 15: İlk Kez Bir Cep Telefonunun Kaç Yaşında Kullanıldığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
0-6 Yaş	5	1,8	1,8
6-10 Yaş	67	24,6	24,7
10-15 Yaş	126	46,3	46,5
15 Yaş Ve Üzeri	73	26,8	26,9
Toplam	271	99,6	100,0
Cevapsız	1	,4	

Tablo 16: İlk Kez Kaç Yaşında Bir Cep Telefonuna Sahip Olunduğu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Hiç Telefonum Olmadı	1	,4	,4
6-10 Yaş	21	7,7	7,8
10-15 Yaş	141	51,8	52,2
15 Yaş Ve Üzeri	107	39,3	39,6
Toplam	270	99,3	100,0
Cevapsız	2	,7	

Yukarıdaki tablolar incelendiğinde, 0-6 yaş aralığında ilk kez bir cep telefonunu kullananlar, soruyu cevaplayanların %1,8'ini oluştururken, bu yaş grubunda bir cep telefonu sahibi olan kişi sayısı hiç yoktur. 6-10 yaş aralığı incelendiğinde ise, bu yaş grubunda ilk kez bir cep telefonu kullananlar %24,7 iken, bu yaş aralığında cep telefonuna sahip olanlar %7,8'dir. 10-15 yaş aralığında ilk kez bir cep telefonu kullananlar %46,5 iken, bu yaş aralığında cep telefonuna sahip olanlar %52,2'dir. 15 yaşından sonra ilk kez bir cep telefonu kullananlar %26,9 iken, bu yaş aralığında cep telefona sahip olanlar %39,6'dır. Soruyu cevaplayan kişilerden bir tanesi ise hiç cep telefonuna sahip olmamıştır.

Tablo 17: İlk Kez Bir Bilgisayarın Kaç Yaşında Kullanıldığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
0-6 Yaş	14	5,1	5,2
6-10 Yaş	105	38,6	38,7
10-15 Yaş	124	45,6	45,8
15 Yaş Ve Üzeri	28	10,3	10,3
Toplam	271	99,6	100,0
Cevapsız	1	,4	

Tablo 18: İlk Kez Bir Bilgisayara Kaç Yaşında Sahip Olunduğu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Hiç Bilgisayarım Olmadı	5	1,8	1,8
0-6 Yaş	3	1,1	1,1
6-10 Yaş	56	20,6	20,6
10-15 Yaş	107	39,3	39,3
15 Yaş Ve Üzeri	101	37,1	37,1
Toplam	272	100,0	100,0

Buna göre 0-6 yaş aralığında ilk kez bir bilgisayar kullananlar, soruyu cevaplayanların %5,2'ini oluştururken, bu yaş grubunda bir bilgisayar sahibi olanlar örneklemin %1,1'ini oluşturmaktadır. 6-10 yaş aralığı incelendiğinde, bu yaş grubunda ilk kez bir bilgisayar kullananlar %38,7 iken, bu yaş aralığında bilgisayara sahip olanlar %20,6'dır. 10-15 yaş aralığında ilk kez bir bilgisayar kullananlar %45,8 iken, bu yaş aralığında bilgisayara sahip olanlar %39,3'tür. 15 yaşından sonra ilk kez bir bilgisayar kullananlar %10,3 iken, bu yaş aralığında bilgisayara sahip olanlar %37,1'dir. Soruyu cevaplayan kişilerin %1,8'i ise hiç bilgisayara sahip olmamıştır.

Tablo 19: İlk Kez Bir Oyun Konsolunun Kaç Yaşında Edinildiği

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Hiç Oyun Konsolum Olmadı	24	8,8	8,8
0-6 Yaş	33	12,1	12,1
6-10 Yaş	100	36,8	36,8
10-15 Yaş	63	23,2	23,2
15 Yaş Ve Üzeri	52	19,1	19,1
Toplam	272	100,0	100,0

Tabloya göre 0-6 yaş aralığında iken ilk kez bir oyun konsoluna sahip olanlar örneklemin %12,1'ini, 6-10 yaş aralığındakilerin %36,8'ini, 10-15 yaş aralığındakiler 23,2'sini ve 15 yaşından sonra sahip olanlar ise %19,1'ini oluştururken, örneklemin %8,8'inin hiç oyun konsolu olmamıştır.

Tablo 20: Kaç Yıldır İnternet Kullanıldığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
0-3	3	1,1	1,1
3-6	60	22,1	22,1
6-10	127	46,7	46,9
10 Ve Üzeri	81	29,8	29,9
Toplam	271	99,6	100,0
Cevapsız	1	,4	

En küçüğü 18, en büyüğü ise 28 yaşında olan örneklem grubunun internet kullanım yılı en çok %46,9 ile 6-10 yıl olarak görülmektedir. Daha sonra ise %29,9 oranı ile 10 yıldan fazla internet kullanılmaktadır. Genel olarak yorumlandığında, örnekleme dahil olan gençlerin ortalama olarak 8 yaşından beri internet kullandığı söylenilebilir.

Çalışmanın sonuçlarına bakıldığında, cep telefonu ve bilgisayar ile ilk tanışma ve bir bilgisayar veya cep telefonuna sahip olmanın en çok 10-15 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Bu durum, Türkiye’deki Y Nesli’nin yaş aralığının Amerika ve Batıdakinden daha farklı olabileceğine işaret etmektedir. İnternetin yaygınlaşması ise Batıda 1990’lı yılların başları iken, Türkiye’de 1990’lı yılların sonları ile 2000’li yılların başlarında gerçekleşmiştir. Gençlerin kaç yıldır internet kullandıklarına bakıldığında ise en çok 6 ila 10 yıl ve 10 yıldan daha fazla internet kullandıkları belirttikleri görülmektedir. Bu da Türkiye’de internetin yaygınlaşmaya başladığı dönemlere denk gelmektedir. Bütün veriler bir arada değerlendirildiğinde, sadece teknoloji gelişimi açısından bakıldığında, Türkiye’deki Y Nesli’nin yaş aralığının Batı ve Amerika’dakinden daha farklı olduğu söylenilebilir.

4.3. İNTERNET KULLANIM ALIŞKANLIKLARINA YÖNELİK BULGULAR

Tablo 21: Günlük Ortalama İnternet Kullanım Süresi

	Sayı	Yüzde
1 Saatten Az	5	1,8
1-2 Saat	36	13,2
2-3 Saat	49	18,0
3-4 Saat	84	30,9
5 Saat Ve Üzeri	98	36,0
Toplam	272	100,0

Örneklemin interneti kullanım alışkanlıkları incelendiğinde, bireylerin tabloda görüldüğü gibi en çok 6-10 yıl ve daha fazla süre internet kullandıkları ve ayrıca yarıdan fazlasının günde 3 saatten fazla internet kullandığı ortaya çıkmıştır. Bunun dışında, örneklemin %36’sı günde 5 saatten fazla internet kullanmaktadır.

Tablo 22: İnternete Bağlanılan Cihaz Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bilgisayar	45	16,5	16,6
Akıllı Telefon	210	77,2	77,5
Tablet	1	,4	,4
Bilgisayar Ve Akıllı Telefon	15	5,5	5,5
Toplam	271	99,6	100,0
Cevapsız	1	,4	

İnternete erişimin artık daha ucuz hale gelmesi, taşınabilir küçük teknolojik cihazlarda internet erişiminin olması, vb. gibi nedenler özellikle teknolojiye yatkınlığı yüksek olan genç bireylerin internette çok fazla zaman geçirebilmesine neden olabilmektedir. Bu durum sonucunda ise internet kullanımı patolojik bir rahatsızlığa yani bağımlılığa dönüşebilmektedir. Bu soru ise, internet bağlantısı olan taşınabilir küçük teknolojik aletlerin gençlerin internet kullanım alışkanlıkları üzerindeki etkisini tahmin etmek üzere sorulmuştur. Tabloya bakıldığında araştırmaya katılan toplam 272 kişiden, soruya yanıt veren 271 kişinin %77,5 ile en çok oranla internet bağlantısı olan taşınabilir küçük cihazlar kategorisinde değerlendirilebilecek akıllı telefon ile internete bağlandığı görülmektedir. Bu oranı daha sonra %16,6 ile bilgisayar takip etmektedir. İnternete en çok tablettten giren kişi sayısı 1'dir. Örneklemenin %5,5'i en çok internete girilen cihaz seçiminde hem bilgisayarı hem de telefonu eşit olarak kullandığını ifade etmiştir.

Tablo 23: İnternetin En Çok Hangi Amaçlarla Kullanıldığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bilgi Edinmek	217	79,8	80,4
Eğlenmek	208	76,5	77,0
Vakit Geçirmek	233	85,5	86,3
Arkadaşlarla İletişimde Olmak	222	81,6	82,2
Güncel Olayları Takip Etmek	210	77,2	77,8
Oyun Oynamak	171	62,9	63,8
E-Postaları Kontrol Etmek	178	65,4	66,2

Buna göre araştırmaya katılan örneklem, interneti daha çok hangi amaçlarla kullanıyorsunuz sorusuna en çok “vakit geçirmek” seçeneğini işaretlemiştir. Yani, örneklemenin %86,3'ü interneti vakit geçirme aracı olarak görmektedir. Bu oranı %82,2 ile “arkadaşlarla iletişimde olma amacıyla interneti kullanma” takip etmektedir. Örneklemenin %80,4'ü interneti bilgi edinmek, %77,8'i güncel olayları takip etmek, %77'si eğlenmek, %66,2'si e-postaları takip etmek ve %63,8'i de oyun oynamak için kullandığını ifade etmiştir. Aşağıdaki tablolarda ise örneklemenin internet kullanım amaçlarını en çoktan en aza doğru nasıl sıraladığı yer almaktadır.

Tablo 24: İnterneti Kullanım Sırasında Birinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bilgi Edinmek	39	14,3	18,1
Eğlenmek	31	11,4	14,4
Vakit Geçirmek	70	25,7	32,6
Arkadaşlarla İletişimde Olmak	44	16,2	20,5
Güncel Olayları Takip Etmek	20	7,4	9,3
E-Postaları Takip Etmek	4	1,5	1,9
Oyun Oynamak	7	2,6	3,3
Toplam	215	79,0	100,0
Cevapsız	57	21	

Örneklemin kullanım amacına göre interneti nasıl kullandıklarını sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 215 kişi birinci sıraya en çok “vakit geçirmek” seçeneği yerleştirilmiştir.

Tablo 25: İnterneti Kullanım Sırasında İkinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bilgi Edinmek	39	14,3	22,0
Eğlenmek	27	9,9	15,3
Vakit Geçirmek	32	11,8	18,1
Arkadaşlarla İletişimde Olmak	48	17,6	27,1
Güncel Olayları Takip Etmek	22	8,1	12,4
E-Postaları Takip Etmek	1	,4	,6
Oyun Oynamak	8	2,9	4,5
Toplam	177	65,1	100,0
Cevapsız	95	34,9	

Örneklemin kullanım amacına göre interneti nasıl kullandıklarını sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 177 kişi ikinci sıraya en çok “arkadaşlarla iletişimde olmak” seçeneği yerleştirilmiştir.

Tablo 26: İnterneti Kullanım Sırasında Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bilgi Edinmek	21	7,7	12,0
Eğlenmek	35	12,9	20,0
Vakit Geçirmek	25	9,2	14,3
Arkadaşlarla İletişimde Olmak	33	12,1	18,9
Güncel Olayları Takip Etmek	37	13,6	21,1
E-Postaları Takip Etmek	12	4,4	6,9
Oyun Oynamak	11	4,0	6,3
Diğer	1	,4	,6
Toplam	175	64,3	100,0
Cevapsız	97	35,7	

Örneklemin kullanım amacına göre interneti nasıl kullandıklarını sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 175 kişi üçüncü sıraya en çok “güncel olayları takip etmek” seçeneği yerleştirilmiştir.

Tablo 27: İnterneti Kullanım Sırasında Dördüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bilgi Edinmek	37	13,6	21,9
Eğlenmek	27	9,9	16,0
Vakit Geçirmek	25	9,2	14,8
Arkadaşlarla İletişimde Olmak	21	7,7	12,4
Güncel Olayları Takip Etmek	34	12,5	20,1
E-Postaları Takip Etmek	19	7,0	11,2
Oyun Oynamak	5	1,8	3,0
Diğer	1	,4	,6
Toplam	169	62,1	100,0
Cevapsız	103	37,9	

Örneklemin kullanım amacına göre interneti nasıl kullandıklarını sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 16 kişi dördüncü sıraya en çok “bilgi edinmek” seçeneği yerleştirilmiştir.

Tablo 28: İnterneti Kullanım Sırasında Beşinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bilgi Edinmek	23	8,5	14,6
Eğlenmek	27	9,9	17,1
Vakit Geçirmek	26	9,6	16,5
Arkadaşlarla İletişimde Olmak	10	3,7	6,3
Güncel Olayları Takip Etmek	41	15,1	25,9
E-Postaları Takip Etmek	15	5,5	9,5
Oyun Oynamak	16	5,9	10,1
Toplam	158	58,1	100,0
Cevapsız	114	41,9	

Örneklemin kullanım amacına göre interneti nasıl kullandıklarını sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 158 kişi beşinci sıraya en çok “güncel olayları takip etmek” seçeneği yerleştirilmiştir.

Tablo 29: İnterneti Kullanım Sırasında Altıncı Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bilgi Edinmek	11	4,0	7,6
Eğlenmek	21	7,7	14,6
Vakit Geçirmek	7	2,6	4,9
Arkadaşlarla İletişimde Olmak	12	4,4	8,3
Güncel Olayları Takip Etmek	13	4,8	9,0
E-Postaları Takip Etmek	53	19,5	36,8
Oyun Oynamak	27	9,9	18,8
Toplam	144	52,9	100,0
Cevapsız	128	47,1	

Örneklemin kullanım amacına göre interneti nasıl kullandıklarını sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 144 kişi altıncı sıraya en çok “e-postaları takip etmek” seçeneği yerleştirilmiştir.

Tablo 30: İnterneti Kullanım Sırasında Yedinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bilgi Edinmek	3	1,1	2,3
Vakit Geçirmek	4	1,5	3,1
Arkadaşlarla İletişimde Olmak	5	1,8	3,9
Güncel Olayları Takip Etmek	3	1,1	2,3
E-Postaları Takip Etmek	46	16,9	35,7
Oyun Oynamak	68	25,0	52,7
Toplam	129	47,4	100,0
Cevapsız	143	52,6	

Tabloda görüldüğü üzere, örneklemin kullanım amacına göre interneti nasıl kullandıklarını sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 129 kişi yedinci sıraya en çok “oyun oynamak” seçeneği yerleştirilmiştir.

4.4. SOSYAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARINA YÖNELİK BULGULAR

Tablo 31: Sosyal Medya Ağlarını Kullanım Durumu

	Sayı	Yüzde
Evet	265	97,4
Hayır	7	2,6
Toplam	272	100,0

Örnekleme sosyal medya ağlarını kullanıp kullanmadıkları sorulduğunda, %97,4 oranı ile neredeyse tamamının sosyal medya ağlarını kullandıkları görülmüştür. Örneklemin hangi sosyal ağları kullandıkları ise aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 32: Hangi Sosyal Medya Hesaplarının Kullanıldığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Instagram	238	87,5	88,5
Youtube	219	80,5	81,4
Facebook	208	76,5	77,3
Twitter	149	54,8	55,4
LinkedIn	68	25,0	25,4
Diğer (Whatsapp, Snapchat, Swarm)	21	7,7	7,8

Buna göre, örneklemin %88,5'inin bir instagram hesabı, %81,4'ünün youtube hesabı, %77,3'ünün facebook hesabı, %55,4'ünün twitter hesabı, %25,4'ünün linkedIn hesabı bulunmaktadır. Bu seçeneklerden başka diğer seçeneğini işaretleyen %7,8'lik kısım ise en çok sırasıyla snapchat, whatsapp ve swarm hesaplarının bulunduğunu ifade etmişlerdir. Bu sosyal ağları en fazla kullandıklarından en aza doğru sıralamaları istendiğinde ise aşağıdaki sonular elde edilmiştir.

Tablo 33: En Sık Kullanılardan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında Birinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Facebook	25	9,2	11,1
Instagram	144	52,9	64,0
Twitter	19	7,0	8,4
Youtube	30	11,0	13,3
Linkedin	1	,4	,4
Diğer	6	2,2	2,7
Toplam	225	82,7	100,0
Cevapsız	47	17,3	

Örneklemin kullanım sırasına göre sosyal medya hesaplarını sıralamaları istendiğinde soruya yanıt veren 225 kişinin % 64'ü birinci sıraya en çok **instagram** uygulaması yerleştirilmiştir.

Tablo 34: En Sık Kullanılardan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında İkinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Facebook	46	16,9	23,1
Instagram	48	17,6	24,1
Twitter	22	8,1	11,1
Youtube	77	28,3	38,7
Linkedin	2	,7	1,0
Diğer	4	1,5	2,0
Toplam	199	73,2	100,0
Cevapsız	73	26,8	

Örneklemin kullanım sırasına göre sosyal medya hesaplarını sıralamaları istendiğinde soruya yanıt veren 199 kişinin %38,7'si ikinci sıraya en çok **youtube** uygulaması yerleştirilmiştir.

Tablo 35: En Sık Kullanılandan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Facebook	61	22,4	36,5
Instagram	10	3,7	6,0
Twitter	32	11,8	19,2
Youtube	60	22,1	35,9
Linkedin	2	,7	1,2
Diğer	2	,7	1,2
Toplam	167	61,4	100,0
Cevapsız	105	38,6	

Örneklemin kullanım sırasına göre sosyal medya hesaplarını sıralamaları istendiğinde soruya yanıt veren 167 kişinin %36,5'i üçüncü sıraya en çok **facebook** uygulaması yerleştirilmiştir.

Tablo 36: En Sık Kullanılandan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında Dördüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Facebook	29	10,7	25,9
Twitter	52	19,1	46,4
Youtube	18	6,6	16,1
Linkedin	8	2,9	7,1
Diğer	5	1,8	4,5
Toplam	112	41,2	100,0
Cevapsız	160	58,8	

Örneklemin kullanım sırasına göre sosyal medya hesaplarını sıralamaları istendiğinde soruya yanıt veren 112 kişinin % 46,4'ü dördüncü sıraya en çok **twitter** uygulaması yerleştirilmiştir.

Tablo 37: En Sık Kullanılardan En Aza Doğru Sosyal Medya Hesaplarında Beşinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Facebook	4	1,5	6,8
Instagram	3	1,1	5,1
Twitter	6	2,2	10,2
Youtube	1	,4	1,7
Linkedin	44	16,2	74,6
Diğer	1	,4	1,7
Toplam	59	21,7	100,0
Cevapsız	213	78,3	

Örneklemin kullanım sırasına göre sosyal medya hesaplarını sıralamaları istendiğinde soruya yanıt veren 59 kişinin %74,6'sı beşinci sıraya en çok LinkedIn uygulaması yerleştirilmiştir.

Tablo 38: Sosyal Medyada Geçirilen Süre

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
1 Saatten Az	68	25,0	25,2
1-2 Saat	88	32,4	32,6
2-3 Saat	55	20,2	20,4
3-4 Saat	33	12,1	12,2
5 Saat Ve Üzeri	26	9,6	9,6
Toplam	270	99,3	100,0
Cevapsız	2	,7	

Yapılan bu çalışmada örnekleme bir üst tabloda görülen sosyal ağlara bağlandıklarında ortalama olarak ne kadar süre geçirdikleri sorulduğunda, örneklemin %32,6'sı 1-2 saat arası, %25,2'si 1 saatten az, %20,4'ü 2-3 saat arası, %12,2'si 3-4 saat arası ve %9,6'sı da 5 saatten daha fazla bir süre sosyal medyada kaldıklarını belirtmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise örneklemin yarısından fazlası (%57,8) 2 saat ve altında sosyal medya hesaplarında vakit geçirirken, kalanı da 2 saatten fazla sosyal medyayı kullanmaktadır.

Tablo 39: Sosyal Medya Paylaşımlarının Beğeni veya Yorum Almasının Önemi

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Çok Önemli	15	5,5	5,6
Kısmen Önemli	123	45,2	45,6
Önemli Değil	132	48,5	48,9
Toplam	270	99,3	100,0
Cevapsız	2	,7	

Çalışmaya göre, bireylerin kullandıkları sosyal medya ağlarındaki paylaşımlarının beğeni veya yorum almasının önemi sorulduğunda, örneklemin yarıya yakını (%48,9) önemli olmadığı ifade ederken, %45,6'sı kısmen önemli olduğunu ve %5,6'sı ise çok önemli olduğunu belirtmiştir.

Tablo 40: Ailelerinin Sosyal Medya Kullanma Durumları

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	260	95,6	95,6
Hayır	12	4,4	4,4
Toplam	272	100,0	100,0

Çalışmada örnekleme, kendileri dışında, aile üyelerinden biri veya birkaçının sosyal medya kullanıp kullanmadığı sorulmuştur. Buna göre örneklemin %95,6 ile neredeyse tamamının aile üyelerinden en az bir tanesinin daha sosyal medya hesabı bulunmaktadır.

Tablo 41: Sosyal Medya Hesabı Bulunan Aile Üyelerinin, Örneklemin Kullandıkları Sosyal Medya Hesaplarında Ekli Olma/Bulunma Durumları

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	234	86,0	87,3
Hayır	34	12,5	12,7
Toplam	268	98,5	100,0
Cevapsız	4	1,5	

Örnekleme kendi kullandıkları sosyal medya hesaplarının en az bir tanesinde aile üyelerinden en az birinin bulunma durumu olup olmadığı sorulduğunda %87,3'ünün evet cevabını verdiği görülmektedir. Bir üstteki tablo ile karşılaştırma yapıldığında, aile üyelerinden en az birinin sosyal medya hesabının olmasını gösteren orandan (%95,6) bu kişilerin örneklemin

hesaplarında ekli olma durumunu gösteren orana (%87,3) doğru azalma olduğu görülmektedir. Yani örneklemin yaklaşık olarak %8'inin aile üyelerinden en az birinin sosyal medya hesabı olduğu halde, bu kişiler örneklemin kullandıkları hesaplarda ekli değildir. Fakat örnekleme dahil olan iki kişi, ailesinde sosyal medya hesabı kullanan olduğunu, fakat kendisinin kullanmadığını ifade etmiştir. Bahsedilen %8'lik orandan bu iki kişinin yüzdesi (%0,7) çıkarıldığında, yeni oran yaklaşık olarak %7'ye denk gelmektedir.

Tablo 42: Sosyal Medya Ağlarında Hangi Aile Üyelerinin Bulunduğu

	Sayı	Yüzde
Cevapsız	63	23,2
Anne	6	2,2
Anne, Baba	7	2,6
Anne, Kardeş	19	7,0
Baba	6	2,2
Baba, Kardeş	28	10,3
Hepsi	67	24,6
Kardeş	76	27,9
Toplam	272	100,0

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, örneklemin sosyal medya hesaplarında en çok kardeşlerinin (%27,9) bulundukları görülmüştür. Bu oranı %24,6 ile tüm üyelerinin ekli olduğunu belirtenler takip etmektedir. Anne veya babasından bir tanesinin ekli olduğunu belirtenler ise %2,2'dir. Anne veya babasından birisinin ekli olduğunu söyleyenlerin sayısı eşittir.

Tablo 43: Ailelerinin Neden Sosyal Medya Hesaplarında Bulunmadıkları

	Sayı	Yüzde
İşaretlenmeyen	252	92,6
Eklemeyi Unuttum	1	,4
Facebook Kullanmıyorum	1	,4
Gerek Yok	1	,4
Kendimi Özgür Hissetmek İçin	1	,4
Özel Hayatımı Gizli Tutuyorum	2	,7
Paylaşımlarımı Görmelerini İstemiyorum	3	1,1
Paylaşımlarıma Saygı Göstermiyorlar	1	,4
Sadece Okul Gruplarını Takip Ediyorum	1	,4
Sadece Twitter Kullanıyorum	1	,4

Sosyal Medya Kullanmıyorlar	4	1,5
Sosyal Medya Kullanmıyorum	2	,7
Sosyal Medyayı Sık Kullanmıyorlar	2	,7
Toplam	272	100,0

Örnekleme aile üyelerinin neden sosyal medya hesaplarında bulunmadıklarının sebebi sorulduğunda 20 kişiden toplam 11 farklı kategoriden cevaplar alınmıştır. Buna göre, ailesinde sosyal medya hesabı olan kişi bulunmadığı için ekli olmadığını belirtenler dışında en çok belirtilen ifadeler, gençlerin yaptıkları paylaşımlarını aileleriniz görmelerini istememeleri, özel hayatlarını gizli tutup, aile üyeleri tarafından görülmek istemedikleri yönündedir.

Tablo 44: Aile Üyeleri İle Birlikteyken İnternette Geçirilen Süre

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Bütün Zamanımı	6	2,2	2,2
Zamanımın Bir Kısımını	188	69,1	70,1
Vakit Geçirmiyorum	74	27,2	27,6
Toplam	268	98,5	100,0
Cevapsız	4	1,5	

Örnekleme aile üyeleri ile birlikte vakit geçirirken, bu vaktin ne kadarını internette harcadıkları sorulduğunda, %70,1'i zamanının bir kısmını internette geçirdiklerini söylemiştir. Aile üyeleri iken internette hiç vakit geçirmeyen %27,6 iken, zamanının hepsini internette geçiren %2,2'dir.

4.5. BİREYLERİN AİTLİK HİSSETTİKLERİ SOSYAL GRUPLARI BELİRLEMeye YÖNELİK BULGULAR

Tablo 45: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplar

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Milli	228	83,8	85,7
Dini	213	78,3	80,1
Etnik	199	73,2	74,8
Çeşitli Hobi Grupları (Fotoğrafçılık, Spor Kulüpleri Üyeliği, Çiçekçilik, Vb.)	231	84,9	86,8
Farklı Cinsiyet/Cinsel Kimlik Grupları	8	2,9	3,0
Diğer	6	2,2	2,3

Yukarıdaki tablo örneklemin kendilerini hangi sosyal gruplara ait hissettiklerini göstermektedir. Birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği bu soruda, her bir satırın yüzdesi kendi içinde değerlendirilecektir. Buna göre örneklemin %86,8'i çiçekçilik, fotoğrafçılık, dağcılık, spor kulüpleri üyeliği, vb. gibi çeşitli hobi gruplarına kendilerini ait hissetmektedir. Bunun dışında %85,7'si milli, %80,1'i dini ve %74,8'i de etnik gruplara aitlik hissetmektedir. Farklı cinsel kimliklere aitlik hisseden ise %3'tür.

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri bu grupları önem sırasına göre nasıl sıraladıkları ise aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 46: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardan Birinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Dini	73	26,8	28,3
Etnik	15	5,5	5,8
Milli	77	28,3	29,8
Cinsiyet/Cinsel Tercih	1	,4	,4
Çeşitli Hobi Grupları	89	32,7	34,5
Diğer	3	1,1	1,2
Toplam	258	94,9	100,0
Cevapsız	14	5,1	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal grupları önem sırasına göre sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 258 kişi birinci sıraya en çok “çeşitli hobi grupları” seçeneğini yerleştirmiştir.

Tablo 47: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardan İkinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Dini	52	19,1	22,9
Etnik	50	18,4	22,0
Milli	94	34,6	41,4
Cinsiyet/Cinsel Tercih	2	,7	,9
Çeşitli Hobi Grupları	27	9,9	11,9
Diğer	2	,7	,9
Toplam	227	83,5	100,0
Cevapsız	45	16,5	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal grupları önem sırasına göre sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 227 kişi ikinci sıraya en çok “milli” seçeneğini yerleştirmiştir.

Tablo 48: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardan Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Dini	45	16,5	21,7
Etnik	90	33,1	43,5
Milli	42	15,4	20,3
Cinsiyet/Cinsel Tercih	2	,7	1,0
Çeşitli Hobi Grupları	28	10,3	13,5
Toplam	207	76,1	100,0
Cevapsız	65	23,9	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal grupları önem sırasına göre sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 207 kişi üçüncü sıraya en çok “etnik” seçeneğini yerleştirmiştir.

Tablo 49: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardan Dördüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Dini	31	11,4	19,3
Etnik	40	14,7	24,8
Milli	9	3,3	5,6
Cinsiyet/Cinsel Tercih	2	,7	1,2
Çeşitli Hobi Grupları	79	29,0	49,1
Toplam	161	59,2	100,0
Cevapsız	111	40,8	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal grupları önem sırasına göre sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 161 kişi dördüncü sıraya en çok “çeşitli hobi grupları” seçeneğini yerleştirmiştir.

Tablo 50: Birinci Sıraya Yerleştirilen Sosyal Grubun Karakter Üzerindeki Etkisi Hakkındaki Düşünceler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Çok Az Etkili	46	16,9	17,5
Kısmen Etkili	96	35,3	36,5
Oldukça Etkili	121	44,5	46,0
Toplam	263	96,7	100,0
Cevapsız	9	3,3	

Tablo 51: İkinci Sıraya Yerleştirilen Sosyal Grubun Karakteri Üzerindeki Etkisi Hakkındaki Düşünceler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Çok Az Etkili	57	21,0	23,8
Kısmen Etkili	109	40,1	45,4
Oldukça Etkili	74	27,2	30,8
Toplam	240	88,2	100,0
Cevapsız	32	11,8	

Tablo 52: Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Sosyal Grubun Karakteri Üzerindeki Etkisi Hakkındaki Düşünceler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Çok Az Etkili	81	29,8	35,8
Kısmen Etkili	94	34,6	41,6
Oldukça Etkili	51	18,8	22,6
Toplam	226	83,1	100,0
Cevapsız	46	16,9	

Tablolarda görüldüğü üzere, örneklem birinci sıraya yerleştirdiği sosyal grubun karakteri üzerinde etkisinin oldukça etkili olduğunu söyleyenler %46, kısmen etkili olduğunu söyleyenler ise %36,5; ikinci sıraya yerleştirdiği sosyal grubun karakteri üzerinde etkisinin oldukça etkili olduğunu söyleyenler %30,8 iken, kısmen etkili olduğunu söyleyenler %45,4; üçüncü sıraya yerleştirdiği sosyal grubun karakteri üzerinde etkisinin kısmen etkili olduğunu söyleyenler %41,6, çok az etkili olduğunu söyleyenler %35,8'dir.

4.6. GENÇLERİN SOSYAL KİMLİKLERİNİN OLUŞMASINDA AİLELERİNİN ETKİSİ

Yukarıdaki sorulardan sonra örnekleme kendilerini ait hissettikleri bu sosyal gruplara ilişkin bilgilerini nereden edindiklerine dair bir soru yöneltilmiştir. Bu çalışmada ailenin yürütmesi beklenen temel fonksiyonların ve sosyalizasyon sürecinin teknolojinin tahakkümüne girip girmediği incelenmektedir. Bu anlamda çalışma, sosyal kimliklerin oluşmasında ailenin mi yoksa teknolojinin mi daha etkili olduğunu araştırmaktadır. Bundan dolayı, bu bölümde örnekleme yöneltilen sorular örneklemin sosyal kimliklerine dair bilgilerin edinilmesinde ailesinin rolünü belirlemeye yöneliktir.

Tablo 53: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiği

KAYNAKLAR	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailemden	179	65,8	67,0
Gerçek Hayattaki Arkadaşlarımdan	195	71,7	73,0
Sadece Sosyal Medya Aracılığı İle İletişim Kurduğum Kişilerden	140	51,5	52,4
Öğretmenlerimden	142	52,2	53,2
Okuduğum Kitaplardan	182	66,9	68,2
İnternette Yaptığım Araştırmalardan	203	74,6	76,0
Diğer	4	1,5	1,5

Bu çalışmaya katılan örneklem grubuna kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplara ilişkin bilgilerini nerelerden edindikleri sorulduğunda, %76'sı internette yaptığım araştırmalardan, %73'ü gerçek hayattaki arkadaşlarımdan, %68,2'si okuduğum kitaplardan, %67'si ailemden, %53,2'si öğretmenlerinden ve %52,4'ü de sadece sosyal medyada iletişim kurduğum kişilerden cevabını vermiştir. Görülmektedir ki örneklem en fazla “internette yaptığım araştırmalardan” cevabını işaretlemiştir. Fakat ailesinden edindiğini söyleyen kişi sayısı da oldukça fazladır. Ayrıca bireylerin gerçek hayatta görüşmeksizin sadece sosyal medya ile iletişimde olduğu kişilerden bilgi edinmesini gösteren oran örneklemin yarısından fazlasıdır. Buna göre örneklemin yarıdan fazlası, gerçek hayatta hiç tanımadığı veya görüşmediği kişilerle de bilgi alışverişini tercih etmektedir. Örneklemin kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplara ilişkin bilgilerini nereden edindiklerini en çoktan en aza doğru nasıl sıraladıkları ise aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 54: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinilginin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Birinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailemden	67	24,6	28,8
Gerçek Hayattaki Arkadaşlarımdan	52	19,1	22,3
Sadece Sosyal Medya Aracılığıyla İletişime Geçtiğim Kişilerden	8	2,9	3,4
Öğretmenlerimden	9	3,3	3,9
Okuduğum Kitaplardan	31	11,4	13,3
İnternette Yaptığım Araştırmalardan	66	24,3	28,3
Toplam	233	85,7	100,0
Cevapsız	39	14,3	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplara ilişkin bilgilerini nereden edindiklerini en çoktan en aza doğru sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 233 kişi birinci sıraya “ailemden” ve “internette yaptığım araştırmalardan” seçeneğini işaretlemiştir.

Tablo 55: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında İkinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailemden	30	11,0	16,8
Gerçek Hayattaki Arkadaşımdan	50	18,4	27,9
Sadece Sosyal Medya Aracılığıyla İletişime Geçtiğim Kişilerden	12	4,4	6,7
Öğretmenlerimden	17	6,3	9,5
Okuduğum Kitaplardan	33	12,1	18,4
İnternette Yaptığım Araştırmalardan	37	13,6	20,7
Toplam	179	65,8	100,0
Cevapsız	93	34,2	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplara ilişkin bilgilerini nereden edindiklerini en çoktan en aza doğru sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 179 kişinin %27,9’u ikinci sıraya “gerçek hayattaki arkadaşlarımdan” seçeneğini işaretlemiştir.

Tablo 56: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Üçüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailemden	16	5,9	9,6
Gerçek Hayattaki Arkadaşımdan	28	10,3	16,9
Sadece Sosyal Medya Aracılığıyla İletişime Geçtiğim Kişilerden	24	8,8	14,5
Öğretmenlerimden	43	15,8	25,9
Okuduğum Kitaplardan	23	8,5	13,9
İnternette Yaptığım Araştırmalardan	32	11,8	19,3
Toplam	166	61,0	100,0
Cevapsız	106	39	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplara ilişkin bilgilerini nereden edindiklerini en çoktan en aza doğru sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 166 kişinin %25,9’u üçüncü sıraya “öğretmenlerimden” seçeneğini işaretlemiştir.

Tablo 57: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Dördüncü Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailemden	17	6,3	12,4
Gerçek Hayattaki Arkadaşlarımdan	27	9,9	19,7
Sadece Sosyal Medya Aracılığıyla İletişime Geçtiğim Kişilerden	17	6,3	12,4
Öğretmenlerimden	19	7,0	13,9
Okuduğum Kitaplardan	35	12,9	25,5
İnternette Yaptığım Araştırmalardan	22	8,1	16,1
Toplam	137	50,4	100,0
Cevapsız	135	49,6	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplara ilişkin bilgilerini nereden edindiklerini en çoktan en aza doğru sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 137 kişinin %25,5'i dördüncü sıraya “okuduğum kitaplardan” seçeneğini işaretlemiştir.

Tablo 58: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Beşinci Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailemden	11	4,0	8,9
Gerçek Hayattaki Arkadaşlarımdan	16	5,9	12,9
Sadece Sosyal Medya Aracılığıyla İletişime Geçtiğim Kişilerden	20	7,4	16,1
Öğretmenlerimden	35	12,9	28,2
Okuduğum Kitaplardan	24	8,8	19,4
İnternette Yaptığım Araştırmalardan	17	6,3	13,7
Diğer	1	,4	,8
Toplam	124	45,6	100,0
Cevapsız	148	54,4	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplara ilişkin bilgilerini nereden edindiklerini en çoktan en aza doğru sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 124 kişinin %28,2'si beşinci sıraya “öğretmenlerimden” seçeneğini işaretlemiştir.

Tablo 59: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplara İlişkin Bilgilerin Nereden Edinildiğinin En Çoktan En Aza Doğru Sıralamasında Altıncı Sıraya Yerleştirilen Seçenekler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ailemden	19	7,0	16,4
Gerçek Hayattaki Arkadaşlarımdan	7	2,6	6,0
Sadece Sosyal Medya Aracılığıyla İletişime Geçtiğim Kişilerden	49	18,0	42,2
Öğretmenlerimden	16	5,9	13,8
Okuduğum Kitaplardan	19	7,0	16,4
İnternette Yaptığım Araştırmalardan	6	2,2	5,2
Toplam	116	42,6	100,0
Cevapsız	156	57,4	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplara ilişkin bilgilerini nereden edindiklerini en çoktan en aza doğru sıralamaları istendiğinde, soruya yanıt veren 116 kişinin %42,2’si altıncı sıraya “öğretmenlerimden” seçeneğini işaretlemiştir.

Tablo 60: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplardaki Diğer Kişilerle Nasıl İletişim Kurulduğu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
1. Aile Üyeleri Aracılığıyla	14	5,1	5,5
2. Arkadaşlar Aracılığıyla	47	17,3	18,4
3. Sosyal Medya Üzerinden	70	25,7	27,3
Hepsi İle	95	34,9	37,1
1 Ve 2	5	1,8	2,0
1 Ve 3	1	,4	,4
2 Ve 3	24	8,8	9,4
Toplam	256	94,1	100,0
Cevapsız	16	5,9	

Örnekleme kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplarla iletişimlerini nasıl sağladıkları sorulduğunda, soruya yanıt veren 256 kişinin %37,1’i seçeneklerin hepsi cevabını vermiştir. Bu seçenekten sonra örneklem %27,3 ile en çok sosyal medya üzerinden iletişime geçtiğini belirtmiştir. Ailesi aracılığıyla iletişime geçtiğini belirtenlerin yüzdesi ise sadece 5,5’tir.

Tablo 61: Ailelerin Kendilerini En Çok Hangi Sosyal Grup İle Tanımladığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Dini	82	30,1	32,2
Etnik	28	10,3	11,0
Milli	76	27,9	29,8
Mesleki	35	12,9	13,7
Cinsiyet/Cinsel Tercih	2	,7	,8
Diğer	8	2,9	3,1
Dini / Milli	15	5,5	5,9
Dini / Etnik / Milli	4	1,5	1,6
Dini / Mesleki	3	1,1	1,2
Dini / Etnik	2	,7	,8
Toplam	255	93,8	100,0
Cevapsız	17	6,3	

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, örneklemin çekirdek ailesinin kendisini en çok dini kimlikler (%32,2) ile, daha sonra en çok milli kimlikler ile (%29,8) ve üçüncü olarak da mesleki kimlikler (%13,7) ile tanımladığı görülmektedir.

Tablo 62: Ailelerin Bilgisi Dışında veya Onaylamadığı Bir Sosyal Gruba Aitlik Hissetme Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	93	34,2	35,8
Hayır	167	61,4	64,2
Toplam	260	95,6	100,0
Cevapsız	12	4,4	

Araştırmaya katılan örneklem grubuna kendi ailelerinin bilgisi dışında veya onların onaylamadığı bir gruba aitlik hissedip hissetmedikleri sorulduğunda, %64,2'si hayır cevabını vermiştir. Kalanı ise böyle bir sosyal gruba aitlik hissettiğini belirtmiştir. Bireylere bu grupların hangi gruplar olduğu sorulduğunda dini veya dinsizlikle ilgili bir grup, siyasi gruplar, çeşitli hobi gruplarından oluşan sosyal gruplar olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 63: En Önemli Olduğu Düşünülen Sosyal Grubun İnternet veya Sosyal Medya Platformları Üzerinde Kurulmuş Bir Grubuna Üyelik Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Sosyal Medyada Bir Grubu Yok	102	37,5	38,9
Evet Var; Ama Üye Değilim	68	25,0	26,0
Evet, Var Ve Üyeyim	92	33,8	35,1
Toplam	262	96,3	100,0
Cevapsız	10	3,7	

Örneklemin %35,1'i kendilerini ait hissettikleri sosyal grupla internet üzerinden de etkileşime girmektedir.

Tablo 64: Bu Gruptan Alınan Yorum veya Beğenilerin Ne Derece Önemli Olduğu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Çok Önemli	15	5,5	9,1
Kısmen Önemli	77	28,3	46,7
Önemli Değil	73	26,8	44,2
Toplam	165	60,7	100,0
Cevapsız	107	39,3	

Bireylerin kendilerini ait hissettikleri sosyal gruplarının internet üzerindeki topluluklarında yorum yaptıklarında, bu yorumlara verilen cevapların veya paylaşımlarına yapılan beğenilerin çok önemli olduğunu söyleyenler, bu soruya yanıt verenlerin %9,1'ini oluştururken, kısmen önemli olduğunu belirtenleri ise %46,7'sini oluşturmaktadır. Örneklemin yarıdan fazlası bu gruplardan aldıkları yorum veya beğenilere önem vermektedir.

Tablo 65: Bu Gruplara Üyelikten Ailelerin Bilgisinin Olup Olmadığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	113	41,5	70,2
Hayır	48	17,6	29,8
Toplam	161	59,2	100,0
Cevapsız	111	40,8	

Örneklemin çoğunun (%70,2) bu gruplara üyeliğinden ailelerinin de bilgisi vardır.

Tablo 66: Bu Gruplara Üyelikten Neden Ailelerin Bilgisinin Olmadığı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Cevapsız	254	93,4	93,4
Bilmelerine Gerek Yok	8	2,9	2,9
Bilmelerini İstemiyorum	3	1,1	1,1
İlgi Alanları Değil	3	1,1	1,1
Mesafeler	1	,4	,4
Önemsiz, Sadece Eğlence Amaçlı Takip Ediyorum	2	,7	,7
Sosyal Medya Kullanmıyorlar	1	,4	,4
Toplam	272	100,0	100,0

Yukarıdaki tablo, örneklemin sosyal medyada kurulmuş bir topluluğu bulunan gruplara üyeliklerinin neden ailelerini bilgisi dışında olduğunu göstermektedir. Buna göre en çok verilen cevaplar “bilmelerine gerek yok” (%2,9), “bilmelerini istemiyorum” (%1,1), “ilgi alanları değil” (%1,1) şeklindedir.

Tablo 67: Aile Üyelerinden En Az Birinin Sosyal Medya veya İnternetteki Bu Gruba Katılma Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	79	29,0	48,2
Hayır	85	31,3	51,8
Toplam	164	60,3	100,0
Cevapsız	108	39,7	

Tablo, yukarıda bahsedilen sosyal gruplara gençlerin ailelerini de üyelik durumunu göstermektedir. Buna göre örneklemim yarıdan fazlasının (%51,8) ailesi bu gruplara üye değildir.

4.7. HİPOTEZ TESTLERİ

Bu çalışmada kullanılan İnternet Bağımlılığı Ölçeği (Young, 1996) kullanılmıştır. Türkçe uyarlamasında ölçek toplam 3 alt bölümden oluşmaktadır: Çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme, çevrimiçi olma süresini artırmak isteme, çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar. Aşağıdaki tablolarda örneklemin İnternet Bağımlılığı Testi (İBT) ve alt

ölçeklerinden aldıkları puanlarla araştırma hipotezleri kapsamında diğer değişkenlerle arasındaki ilişkiye ilişkin korelasyon analizi göstermektedir.

4.7.1. Demografik Bilgilere İlişkin Analizler

Tablo 68: Demografik Bilgiler İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklere İlişkin Korelasyon Analizi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.Cinsiyet		,017	-,175**	-,034	,283**	,333**	,352**	,026	,009	-,029	,133*
2.Doğum tarihi			-,721**	-,010	,067	,018	,084	,115	,077	,105	,142*
3.Sınıf				,030	-,032	-,058	-,032	-,187**	-,192**	-,136*	-,175**
4.Anne ve baba yaşıyor mu					,034	-,050	-,131*	,069	,067	,055	,064
5.Annenizin eğitim durumu						,558**	,446**	,026	,042	-,014	,049
6.Babanızın eğitim durumu							,483**	,037	,026	,005	,091
7.Ailenizin aylık geliri ortalama ne kadar								,014	-,027	-,008	,116
8.İBT toplam puan									,906**	,911**	,859**
9.Çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme										,694**	,666**
10.Çevrimiçi olma süresini artırmak isteme											,745**
11.Çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar											

Örneklemin devam ettiği sınıf ile tüm ölçekler arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Birinci sınıftan daha üst sınıflara doğru gittikçe İBT, “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme”, “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” ve “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar”a ilişkin puanlar düşmektedir. Bu da üniversitenin ilk yıllarında İBT ve diğer alt ölçeklere ilişkin bağımlılık durumunun daha fazla olduğunu, sınıf yükseldikçe bunların görece olarak daha azaldığı şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca, cinsiyet ile “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeği arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, erkekler kadınlara göre daha fazla çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar yaşamaktadır. Bununla birlikte, doğum tarihi ile “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeği arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bir başka ifadeyle doğum yılı arttıkça yani yaş küçüldükçe, İBT ve diğer ölçeklerden alınan puan

artmaktadır. Bu da yine okunan sınıfın ilk yıllar olması durumunda, İBT ve diğer ölçeklerden alınan puanların artması ile örtüşmektedir. Aşağıdaki tabloda örneklemin doğum tarihine göre, “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeğinden aldıkları puanların ortalaması yer almaktadır.

Tablo 69: Doğum Tarihine Göre “Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar” Alt Ölçeğinden Alınan Puanların Ortalaması

Doğum Tarihi	Ortalama	Sayı	Standart Sapma
1990	,00	1	.
1992	5,00	4	2,000
1993	5,50	8	3,464
1994	6,38	24	4,771
1995	5,85	40	4,117
1996	7,16	61	4,413
1997	7,17	46	4,265
1998	7,14	69	4,135
1999	8,00	8	3,207
Toplam	6,80	261	4,229

Buna göre bu ölçekten en yüksek puanı 1999 doğumlular almıştır. İkinci en yüksek puanı 1997 doğumlular, üçüncü en yüksek puanı 1996 doğumlular ve dördüncü en yüksek puanı ise 1998 doğumlular almıştır. 1996 yılından önce doğanlar ile sonra doğanların aldığı puan ortalamaları arasındaki fark dikkat çekmektedir. 1996 yılından önce doğanların aldıkları ortalama puan yaklaşık olarak 5 iken, 1996 yılı ve sonrasında doğanların aldıkları puanların ortalaması yaklaşık olarak 7’dir. Buna göre, 1996 ve sonrası doğumlular diğer bireylere göre daha fazla çevrimiçi olmaktan kaynaklı problem yaşamaktadır.

Tabloya göre örneklemin yaşı küçüldükçe “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeğinden aldığı puanın arttığı gözlemlenmektedir. Yani Y Nesli’nin son dönem üyeleri, diğerlerine göre daha fazla çevrimiçi olmaktan kaynaklı sorunlar yaşayabilmektedir. Bu durumun Y Nesli’nin son dönem üyelerinde ortaya çıkması bir tesadüf değildir. Çünkü son dönem Y Nesli bireyleri teknolojinin daha fazla gelişmiş olduğu bir ortamda dünyaya gelmiştir. Kuyucu’nun Y kuşağının bir sosyal medya uygulaması olan Facebook ile ilişkisini inceleyen çalışmasında da benzer bir sonuç ortaya çıkmıştır. Çalışmaya göre, Y kuşağının ilk dönem doğan bireyleri ile son dönem doğan bireyleri arasında, sorulara verilen yanıtlar açısından bir farklılık göze çarpmaktadır. Bu nedenle Kuyucu’ya göre Türkiye’de Y kuşağı

1996'dan önce doğanlar ve 1996'dan sonra doğanlar şeklinde iki farklı alt gruba ayrılabilir. Bu durumun altında yatan sebep ise, Yüksekbilgili'nin ifadelerine paralel şekilde, internet gibi dijital teknolojilerin Türkiye'de yaygınlaşma yıllarının Batı'ya oranla daha geç olmasından kaynaklanabilmektedir. Çünkü internet Türkiye'ye 1994 yılında gelmiş ve yaygınlaşması ise 1996 yılında olmuştur. Dahası, Kuyucu'ya göre, Y kuşağının son dönem bireyleri Z kuşağının karakteristik özellikleriyle benzer davranışlar sergilemektedirler (Kuyucu, 2014).

Tablo 70: Öğrenim Görülen Fakülte İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	285,917	1	285,917	,996	,319
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	16,185	1	16,185	,270	,604
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	181,740	1	181,740	3,888	,050
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	,354	1	,354	,019	,890

Yukarıdaki tabloya göre, örneklemin “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeğinden aldığı puan öğrenim görülen fakülteye göre farklılık göstermektedir. Buna göre edebiyat fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeğinden aldığı puan (13,06) mühendislik fakültesinde öğrenim görenlere göre (11,42) daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 71: Doğum Yeri İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	1142,502	3	380,834	1,344	,261
	75680,300	266			
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	341,729	3	113,910	1,918	,127
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	249,862	3	83,287	1,795	,148
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	7,467	3	2,489	,137	,938

Katılımcıların İnternet Bağımlılığı Testi ve alt ölçeklerinden aldıkları puanlar doğum yerine göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 72: Anne ve Babanın Evlilik Durumu İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	80,288	1	80,288	,277	,599
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	31,152	1	31,152	,514	,474
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	10,806	1	10,806	,228	,633
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	,008	1	,008	,000	,983

Araştırmaya katılanların İnternet Bağımlılığı Testi ve alt ölçeklerinden aldıkları puanlar anne ve babalarının evlilik durumun göre farklılaşmamaktadır.

4.7.2. İnternet Kullanım Alışkanlıklarına İlişkin Korelasyon ve Anova Analizleri

Tablo 73: Teknoloji Kullanımı İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Korelasyon Analizi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.İlk kez bir cep telefonunu kaç yaşında kullandınız		,560**	,497**	,197**	,140*	-,198**	-,085	,000	-,024	-,051	,022	-,040
2.İlk kez kaç yaşında bir cep telefonuna sahip oldunuz			,431**	,271**	,201**	-,180**	-,098	-,053	-,006	-,001	,022	-,056
3.İlk kez bir bilgisayarı kaç yaşında kullandınız				,446**	,303**	-,266**	-,168**	-,016	-,080	-,039	-,075	-,126*
4.İlk kez kaç yaşında bir bilgisayara sahip oldunuz					,325**	-,225**	,050	-,011	-,066	-,016	-,065	-,126*
5.İlk kez kendinize veya ailenize ait bir oyun konsolunu kaç yaşında edindiniz						-,125*	-,120*	,014	-,029	,003	-,048	-,045
6.Kaç yıldır internet kullanıyorsunuz							,121*	,090	,059	,063	,037	,060
7.Günde ortalama kaç saat internet kullanıyorsunuz								,021	,311**	,205**	,339**	,315**
8.İnternete bağlanmak için daha çok hangi cihazı kullanıyorsunuz									-,024	,017	-,061	-,030
9.İBT toplam puan										,906**	,911**	,859**
10.Çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme											,694**	,666**
11.Çevrimiçi olma süresini artırmak isteme												,745**
12.Çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar												

Örneklemin ilk kez bir bilgisayar kullanma ve bir bilgisayara sahip olma yaşı ile “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeği arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, örneklemin bilgisayar edinme ve kullanma yaşı arttıkça, “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeğinden aldığı puanlar azalmaktadır. Ayrıca, örneklemin günlük internet kullanım süresi ile tüm ölçekler arasında ise pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani örneklemin günlük internet kullanma süresi arttıkça, çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme”, “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” ve “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar”a ilişkin puanları da artmaktadır.

Tablo 74: İnternet Kullanım Amaçları ile İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Korelasyon Analizi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.İnterneti bilgi edinmek amacıyla kullanıyorum		,573**	,345**	,551**	,633**	,653**	,464**	-,009	-,022	-,018	,032
2.İnterneti eğlenmek amacıyla kullanıyorum			,423**	,506**	,513**	,542**	,600**	-,016	,001	-,044	,003
3.İnterneti vakit geçirmek amacıyla kullanıyorum				,294**	,383**	,434**	,386**	,062	,068	,061	,024
4.İnterneti hangi arkadaşlarla iletişimde olmak amacıyla kullanıyorum					,474**	,467**	,357**	,001	-,028	,012	,034
5.İnterneti guncel olaylari takip etmek amacıyla kullanıyorum						,674**	,471**	,003	,034	-,041	,018
6.İnterneti e-postalari kontrol etmek amacıyla kullanıyorum							,648**	,007	,012	-,012	,024
7.İnterneti oyun oynamak amacıyla kullanıyorum								-,064	-,011	-,082	-,099
8.İBT toplam puan									,906**	,911**	,859**
9.Çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme										,694**	,666**
10.Çevrimiçi olma süresini artırmak isteme											,745**
11.Çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar											

Yapılan korelasyon analizine göre, örneklemin interneti kullanım amaçları ile İnternet Bağımlılığı Testi ve alt ölçekleri arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır.

4.7.3. Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarına İlişkin Analizler

Tablo 75: Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Korelasyon Analizi

Katılımcıların sosyal medyada geçirdiği ortalama süre ile İnternet Bağımlılığı Testi ve “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeği arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Buna göre örneklemin sosyal medya geçirdiği süre arttıkça, İBT’den ve çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar alt ölçeğinden aldığı puan artmaktadır.

Bununla birlikte, tabloya göre örneklemin sosyal medya paylaşımlarının beğeni veya yorum alma derecesi ile İnternet Bağımlılığı Testi, “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeği ve “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeği arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre, örneklemin sosyal medya paylaşımlarına aldıkları yorum beğenilerin önemi azaldıkça, İBT genel puan, çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme alt ölçeği ve çevrimiçi olma süresini artırmak isteme alt ölçeğinden aldıkları puanlar artmaktadır.

Ayrıca örneklemin aile üyeleri ile birlikteyken internette geçirdiği süre ile İnternet Bağımlılığı Testi ve tüm alt ölçekleri arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre, örneklemin aile üyeleri ile birlikte iken internette geçirdiği süre azaldıkça, İBT toplam puan, “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeği, “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeği ve “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeklerinden aldıkları puanlar artmaktadır.

4.7.4. Sosyal Kimliğe İlişkin Analizler

Tablo 76: Aitlik Hissedilen Dini Sosyal Gruplar İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	428,771	1	428,771	1,483	,224
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	1,195	1	1,195	,020	,888
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	222,416	1	222,416	4,699	,031
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	22,092	1	22,092	1,201	,274

Buna göre, örneklemin “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeğinden aldıkları puanlar, dini sosyal gruba aitlik hissetme durumuna göre farklılaşmaktadır. Buna göre

kendisini herhangi bir dini gruba ait hissedenler, hissetmeyenlere göre daha fazla çevrimiçi olma süresini artırmak istemektedir.

Tablo 77: Aitlik Hissedilen Etnik Sosyal Gruplar İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin ANOVA Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	623,761	1	623,761	2,163	,143
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	28,986	1	28,986	,480	,489
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	227,169	1	227,169	4,801	,029
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	20,423	1	20,423	1,110	,293

Araştırmaya katılanların çevrimiçi olma süresini artırmak isteme puanları etnik sosyal gruba aitlik hissetme durumuna göre farklılaşmaktadır. Buna göre, kendisini herhangi bir etnik gruba ait hissedenler, hissetmeyenlere göre daha fazla çevrimiçi olma süresini artırmak istemektedir.

Tablo 78: Aitlik Hissedilen Milli Sosyal Gruplar İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	33,677	1	33,677	,116	,734
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	11,580	1	11,580	,191	,662
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	77,575	1	77,575	1,620	,204
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	,159	1	,159	,009	,926

Yukarıdaki tabloya göre örneklemin internet bağımlılığı ve alt ölçeklerinden aldıkları puanlar herhangi bir milli sosyal gruba aitlik hissetme durumuna göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 79: Aitlik Hissedilen Farklı Cinsel Yönelim Grupları İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	,008	1	,008	,000	,996
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	3,964	1	3,964	,065	,798
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	,758	1	,758	,016	,900
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	1,458	1	1,458	,079	,779
	4837,996	262	18,466		
	4839,455	263			

Katılımcıların internet bağımlılığı ve alt ölçeklerinden aldıkları puanlar farklı cinsiyet veya cinsel sosyal gruba aitlik hissetme durumuna göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 80: Aitlik Hissedilen Çeşitli Hobi Sosyal Grupları İle İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	493,760	1	493,760	1,709	,192
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	111,239	1	111,239	1,850	,175
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	44,439	1	44,439	,926	,337
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	25,075	1	25,075	1,365	,244

Buna göre katılımcıların internet bağımlılığı ve alt ölçeklerinden aldıkları puanlar çeşitli hobi sosyal gruplarına aitlik hissetme durumuna göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 81: Aitlik Hissedilen Sosyal Grup İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin ANOVA Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	3381,714	9	375,746	1,342	,216
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	644,288	9	71,588	1,216	,286
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	640,086	9	71,121	1,529	,138
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	138,984	9	15,443	,846	,575

Tabloya göre, örneklemin ailesinin kendisi ait hissettiği sosyal grup ile İnternet Bağımlılığı Testi ve alt ölçekleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 82: Ailelerin Bilgisinin Olmadığı veya Onaylamadığı Bir Sosyal Gruba Aitlik Hissetme Durumu İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	713,666	1	713,666	2,585	,109
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	248,228	1	248,228	4,370	,038
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	35,040	1	35,040	,758	,385
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	25,400	1	25,400	1,404	,237

Buna göre, “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeğinden alınan puanlar örneklemin ailesinin bilgisinin olmadığı veya onaylamadığı bir sosyal gruba aitlik hissedip hissetmeme durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Buna göre ailesinin bilgisi dışında veya onaylamadığı bir sosyal gruba aitlik hissedenlerin “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeğinden aldığı puanlar daha yüksektir. Yani bu grup, çevrimiçi olmayı günlük hayata daha fazla tercih etmektedir.

Tablo 83: Aitlik Hissedilen Sosyal Gruplarla İletişim Sağlama Şekli İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	3591,866	6	598,644	2,212	,043
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	614,136	6	102,356	1,799	,100
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	576,326	6	96,054	2,089	,055
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	193,285	6	32,214	1,853	,090

Katılımcıların kendisini bağlı hissettiği sosyal gruplarla iletişimi, İnternet Bağımlılığı Testi'ne göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Buna göre aile üyeleri aracılığıyla iletişim sağlayanların puanları (36,79) sosyal medya aracılığıyla iletişim sağlayanlardan daha yüksektir (32,13).

Tablo 84: En Önemli Olan Sosyal Grubun Sosyal Medya Üzerinde Kurulmuş Bir Grubu Olma Durumu İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin Anova Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	660,605	2	330,302	1,230	,294
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	81,302	2	40,651	,724	,486
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	129,727	2	64,864	1,430	,241
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	37,899	2	18,950	1,072	,344

Örneklem için en önemli olan sosyal grubun sosyal medya üzerinde de kurulmuş bir grubu olma durumunun İnternet Bağımlılığı Testi ve alt ölçeklerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 85: En Önemli Olan Sosyal Grubun Sosyal Medya Üzerinde Kurulmuş Grubundan Aldıkları Beğeni veya Yorumların Önemi İle İnternet Bağımlılığı ve Alt Ölçeklerine İlişkin AnovA Analizi

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	1898,878	2	949,439	3,060	,050
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	619,024	2	309,512	4,997	,008
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	262,540	2	131,270	2,588	,078
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	23,642	2	11,821	,627	,536

Yukarıdaki tabloya göre, İnternet Bağımlılığı Testi ve “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeğinden alınan puanlar örneklem için en önemli olan sosyal grubun sosyal medya üzerinde de kurulmuş grubundan aldıkları beğeni veya yorumların önemine göre farklılaşmaktadır. Buna göre bu sosyal gruplardan aldıkları yorum ve beğenilere çok önemli diyenlerin İBT’den aldıkları puanlar (39,87) önemli değil diyenlere göre daha yüksektir (27,55). Ayrıca, örneklemin bu sosyal gruplardan aldıkları yorum ve beğenilere çok önemli diyenlerin çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme alt ölçeğinden aldıkları puanlar (15,60) önemli değil diyenlere göre daha yüksektir (8,64).

Tablo 86: Aitlik Hissedilen Sosyal Grupların Sosyal Medya Üzerinde Kurulu Grubuna Üyeliğinden Ailelerin Bilgisinin Olup Olmamasının İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine Göre Nasıl Farklılaştığı

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	117,003	1	117,003	,353	,553
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	5,833	1	5,833	,086	,770
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	116,257	1	116,257	2,185	,141
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	6,001	1	6,001	,317	,575

Araştırmaya katılanların kendisini ait hissettiği sosyal grupların sosyal medya üzerinde de kurulu grubuna üyeliğinden ailesinin bilgisi olup olmaması İBT'ye göre anlamlı bir farklılık oluşturmamaktadır.

Tablo 87: Aitlik Hissedilen Sosyal Grupların Sosyal Medya Üzerinde Kurulu Grubuna Aile Üyelerinden En Az Birinin Ekli Olma Durumunun İnternet Bağımlılığı Testi ve Alt Ölçeklerine Göre Nasıl Farklılaştığı

	ANOVA				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
İBT Toplam Puan	47,876	1	47,876	,143	,706
Çevrimiçi Olmayı Günlük Hayata Tercih Etme	31,613	1	31,613	,465	,496
Çevrimiçi Olma Süresini Artırmak İsteme	1,171	1	1,171	,022	,884
Çevrimiçi Olmaktan Kaynaklanan Sorunlar	5,659	1	5,659	,297	,587

Yukarıdaki tabloya göre, örneklemin kendisini ait hissettiği sosyal grupların sosyal medya üzerinde de kurulu grubuna aile üyelerinden en az birinin ekli olma durumu İBT'ye göre anlamlı bir farklılık oluşturmamaktadır.

Sosyal kimliğe dair bulgular beraber değerlendirildiğinde, kendisini dini ve etnik anlamda belli bir sosyal gruba ait hisseden kişilerin çevrimiçi olma süresini artırmak isteme alt ölçeğinden aldıkları puanların daha yüksek olduğu görülmüştür. Ölçek incelendiğinde, bu gruptaki bireyler internetsiz bir hayatın daha sıkıcı ve boş olacağını diğerlerine oranla daha fazla düşünebilmekte, internet olmadığında daha sinirli davranabilmekte ve kimi zaman aileleriyle ilgili işleri ihmal ederek internette daha fazla vakit geçirmektedirler. Kimi zaman ise çevrimiçi olma sürelerini azaltmak için çaba göstermektedirler.

Örneklemin ailesinden gizlediği veya ailesinin bilgisinin olmadığı bir sosyal gruba aitlik hisseden kısmının çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme alt ölçeğinden aldıkları puanların daha yüksek olduğu görülmüştür. Ölçek incelendiğinde, bu grubun ailesiyle veya arkadaşlarıyla vakit geçirmek yerine daha fazla internette vakit geçirdiği, interneti diğer gruba oranla daha fazla samimi bir arkadaşına veya aile üyelerine tercih ettikleri söylenebilir. Bu grup kimi zaman internetsiz kaldığında kendisini tekrar çevrimiçi olacağı vakti beklerken bulmaktadır.

Örneklemin kendisini ait hissettiği sosyal gruplarla ne şekilde iletişime geçtiği sorgulandığında aile, arkadaş ve sosyal medya aracılığıyla (hepsi) seçeneğini işaretleyenler örneklemin %37,1'ini oluşturmaktadır. İkinci en yüksek yüzdeyi %27,3 ile sosyal medya seçeneği almaktadır. Burada ailem aracılığıyla iletişim sağlıyorum diyenler örneklemin sadece %5'ini oluşturmaktadır. Ayrıca aile üyeleri aracılığıyla iletişim sağlayanlar, İnternet Bağımlılığı Testi'nden daha yüksek puan almışlardır. Burada gençlerin kendilerini ait hissettikleri gruplarla ne şekilde iletişim sağladığına bakıldığında, sosyal medyanın yani internetin aileden daha etkili olduğu söylenebilir.

Örneklem için en önemli olan sosyal grubun sosyal medya üzerinde de kurulmuş grubundan aldıkları beğeni veya yorumların önemini ile İBT arasındaki ilişki incelendiğinde, örneklemin bu sosyal gruplardan aldıkları yorum ve beğenilere çok önemli diyenlerin İBT'den aldıkları puanlar önemli değil diyenlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Tajfel'e göre sosyal kimlik, bireyin sahip olduğu benlik algısının bir sosyal gruba veya gruplara üyeliğine yönelik bilgisinden ve bu üyeliğe yüklediği değerden ve duygusal anlamlardan oluşan parçasıdır

(Tajfel 1981'den akt. Tajfel 1982, s. 24). Kişinin kendi grubunun olumlu bir imaja sahip olup olmaması, üyesi olduğu grubun yapısına ve konumuna bağlıdır (Condor, 1990 ve Turner ve Brown 1978'den akt. Demirtaş, 2003, s. 130). Sosyal kimlik kuramında kişinin olumlu bir benlik imajına sahip olması önemlidir. Örnekleme içerisinde İBT'den daha yüksek puan alan bu kişiler kendilerini ait hissettikleri sosyal grupların sosyal medya üzerinde de kurulmuş gruplarında olumlu bir benlik imajı geliştirmek isteyebilirler. Buradan aldıkları yorum ve beğeniler ile kendi benlik saygısını yüksek tutabilmektedirler. Bu doyum ise kişinin daha fazla internete zaman harcamasına hatta daha fazla bu gruplarla iletişime geçmesine neden olabilir. Bundan dolayı bu yorum ve beğenileri çok fazla önemseyen kişilerin internet bağımlılık puanların daha yüksek çıktığı söylenebilir.



SONUÇ ve TARTIŞMA

Yaşadığımız yüzyılda internet teknolojisi yaşamımızın neredeyse vazgeçilemez bir parçası haline gelmiştir. Öyleki eğitimden yemek yapma gibi çeşitli aktivitelere kadar her alanda internet teknolojisinden faydalanmaktayız. Bu teknoloji şüphesiz insan yaşamına birçok fayda sağlamaktadır. Fakat bu faydanın yanında teknolojinin olumsuz yanlarının olduğunun da farkına olmak gerekir. Bu olumsuz özelliklerden bir tanesi de her geçen gün daha fazla tartışılır hale gelen bağımlılıktır. Hangi türden olursa olsun bağımlılıklar insan hayatında yıkıcı etkilere neden olabilmektedir. Teknoloji bağımlılığı da bu bağlamda insan hayatında istenmedik sonuçlar doğurabilmektedir. Teknolojik bağımlılıklar ise kültürden kültüre, dönemden döneme ve nesilden nesle farklılık gösterebilmektedir.

Bu çalışmada Türkiye’deki Y Nesli’nin tarihsel yaş aralığı teknoloji kullanımı referans alınarak tahmin edilmeye çalışılmış ve Y Nesli’nin teknoloji kullanımının bir bağımlılığa yol açıp açmadığı incelenmiştir. Bununla birlikte bu çalışmada Türkiye’deki Y Nesli’nin, teknolojik bağımlılıklar çerçevesinde değerlendirilen internet bağımlılığı incelenerek, internet kullanım davranış ve alışkanlıklarının sosyalizasyon sürecinde inşa edilen sosyal kimliklere olan etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda ise Young’un 1998 yılında geliştirdiği İnternet Bağımlılığı Testi (İBT) ve ayrıca literatür taraması sonucunda araştırmacı tarafından oluşturulan anket hazırlanarak, örnekleme yöneltilmiştir. Anket soruları ile demografik bilgilerin yanı sıra, örneklemin teknoloji kullanımı, internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları, aile içi ilişkileri, ne türden sosyal ilişkiler kurdukları, kendilerini hangi sosyal gruplara ait hissedip, bu gruplara dair bilgilerini nasıl edindikleri, hem gerçek hayatta hem de sanal dünyada bu gruplar ile nasıl etkileşime girdikleri ile internet bağımlılık puanları araştırılmıştır. Buna göre çalışmada dört ana sonuç elde edilmiştir:

- Demografik sonuçlar
- Teknoloji kullanım ve alışkanlıklarına dair sonuçlar
- Sosyal kimlik inşa süreçlerine dair sonuçlar ve
- Türkiye’deki Y Nesli’nin yaş aralığını belirlemeye yönelik sonuçlar

Elde edilen bu sonuçlar literatür bağlamında değerlendirilerek aşağıda tartışılmıştır.

Demografik Sonuçlar

Demografik bilgilere ilişkin sonuçlar incelendiğinde, ilk olarak çalışmada cinsiyet ile “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeği arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki

bulunduğu görülmüştür. Buna göre, erkeklerin “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeğinden aldığı puan kadınlardan daha yüksektir. Yani, erkekler kadınlara göre daha fazla çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar yaşamaktadır. Dünyada ve Türkiye’de yapılmış çalışmalar incelendiğinde de benzer sonuçlar görülmektedir. Aslan (2011, s. 43-44)’ın İnönü Üniversitesi akademik personelinin internet ve bilgisayar kullanımı incelediği çalışmasında erkek öğretim üyelerinin kadınlara göre internet bağımlılık ölçeği puanları daha yüksek bulunmuştur. Tekinarslan ve Gürer (2011) Türkiye’de üniversitede eğitim gören öğrencilerin problemleri internet kullanımlarını bazı demografik özellikler ve internette ne nasıl vakit geçirdikleri açısından incelemiş ve çalışma sonucunda erkeklerin kadınlara oranla problemleri internet kullanımı davranış puanlarını daha yüksek bulmuşlardır Esen ve Siyez (2011) internet bağımlılığını yalnızlık, algılanan sosyal destek, yaşam doyumu, karşı cinsle romantik ilişki durumu, akademik başarı ve cinsiyet değişkenleri gibi psikososyal açıdan incelemiş ve çalışma sonucunda erkekler kızlara göre internet bağımlılık puanlarının daha yüksek olduğunu görmüşlerdir. Durak Batıgün ve Kılıç (2011) üniversite öğrencilerinin internet kullanım amacı ve internet bağımlılığının yaygınlığı hakkında bilgi edinmek; internet bağımlılığı ile kişilik özellikleri, psikolojik belirtiler ve sosyal destek arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada erkek öğrencilerin internet bağımlılık puanları kadınlara oranla daha yüksek olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Zorbaz ve Tuzgöl Dost (2014) lise öğrencilerinin problemleri internet kullanımını cinsiyet, sosyal kaygı ve akran ilişkileri açısından incelenmiş ve çalışmanın sonucunda erkek öğrencilerin kadınlara oranla problemleri internet kullanma düzeyleri daha yüksek olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Doğan (2013) 18 ila 24 yaş arasındaki ergenlerde internet bağımlılığını tanımlamak, araştırmak ve internet bağımlılığının yaygınlığını saptayarak tedavisi için kliniklere yardımcı olmak amacıyla yaptığı çalışmasında, erkek öğrencilerin kızlara oranla internet bağımlısı olma oranının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kır ve Sulak (2014) 2013-2014 eğitim ve öğretim yılında Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Eğitim Fakültesi’nde öğrenim gören öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerini belirlemek ve internet bağımlılıklarını farklı değişkenler açısından incelemek amacıyla yaptığı çalışmasında erkek öğrencilerin kadınlara göre bağımlılık puanları daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

DiNicola (2004) 18 ila 24 arasında değişen ve Midwestern üniversitesinde eğitim gören, üniversite öğrencilerinde dürtüsel kontrol bozukluklarının internet kullanımı ile ilişkisini incelemek amacıyla yaptığı çalışmasında erkek öğrencilerin kadınlara oranla patolojik internet kullanımının daha fazla olduğu sonucuna ulaşmıştır. Liang ve diğerleri (2016)

depresyon ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi cinsiyet değişkeni ile açıklamak amacıyla yaptıkları çalışmada erkeklerin internet bağımlılık oranlarının daha yüksek olduğunu saptamışlardır. Wu ve diğerleri (2016) ergenlerin internet bağımlılığının yaygınlığının ne düzeyde olduğunu, ergenlerin internet bağımlılıkları ile algıladıkları sosyal destek arasında depresyonun etkisinin ne olduğunu ve internet bağımlılığı ile ilgili olabilecek faktörlerin neler olduğunu tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada erkeklerin kızlara göre daha fazla internet bağımlısı olduğunu belirlemişlerdir. Wanajak (2011) Tayland'daki ortaokul öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerini ve bu durumun onların sosyal yaşamlarına olan etkilerini incelemek ve internet kullanımını etkileyen faktörlerin neler olduğunu ortaya koymak amacıyla yaptı çalışmasında erkek olma ve bazı diğer faktörlerin internet bağımlılığına sebep olan önemli faktörler arasında olduğunu tespit etmiştir. Bonnaire ve Phan (2017) aile fonksiyonları, aile tutumları ve internette oyun oynama alışkanlığı arasındaki ilişkiyi cinsiyet farklılıklarını da gözeterik incelemek amacıyla 434 ergen ile gerçekleştirdiği çalışmasında erkeklerin kızlara göre daha yüksek puanlar aldıkları sonucuna ulaşmıştır. Dhir ve diğerlerinin (2015) ergenlerin internet bağımlısı olma ve olmama durumlarının bazı demografik özelliklere göre nasıl değiştiğini; internet bağımlılarının iletişimsel bozukluklarını, internet kullanım amaçlarını ve internet kullanmadaki memnuniyet düzeylerini incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada erkeklerin internet bağımlılık oranları kızlara göre daha yüksek çıktığı sonucuna ulaşmışlardır. Tsitsika ve diğerlerinin (2012) toplam 7 Avrupa ülkesinden seçtikleri örneklem ile yaptıkları çalışmanın sonucunda erkeklerin bozuk fonksiyonlu internet kullanma davranışına daha yatkın olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca bazı çalışmalarda internet bağımlılığı ile cinsiyet değişkeni arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır (Balcı ve Gülnar, 2009; Ceyhan, 2011a; Smahel, vd., 2012; Halley vd., 2014; Kalmus vd., 2015).

Çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar alt ölçeğinden daha yüksek puan alanların diğerlerine oranla daha fazla çevrimiçi kullanıcılarla yeni ilişkiler şekillendirebilmesi ve internet yüzünden daha fazla uykusuz kalması söz konusudur. Çalışmada bu ölçekten erkeklerin daha yüksek puanlar alması ise toplumsal cinsiyet kavramı ile açıklanabilir. Her ne kadar cinsiyet kelimesi biyolojik bir temele dayansa da bunu toplumsal cinsiyet kavramı ile açıklamak daha uygun olacaktır. Toplumsal cinsiyet, kadın ve erkeğin toplum içerisindeki yerine, rol, görev ve sorumluluklarına, vb. atf yapan bir kavramdır ve cinsiyet rollerinin belirlenmesinde toplumsal yapı son derece önemli bir unsurdur. Böylece hem kadının hem de erkeğin toplumsal yaşama katılımı, o toplumun kültürüne göre şekillenir. Kitle iletişim

araçları da toplumda toplumsal cinsiyete dayalı birçok değer ve normları yaymada etkilidir. Toplumsal cinsiyet ve teknoloji kullanımı arasındaki ilişki incelendiğinde, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde genel olarak teknoloji kullanımında erkeklerin kadınlardan daha avantajlı olduğu görülmektedir. Bu durum ise literatürde “dijital cinsiyet açığı” olarak kavramsallaştırılmıştır. Türkiye’de de internet kullanımı hem kadınlarda hem erkeklerde hızla artmasına rağmen, dijital cinsiyet açığı hala görülen bir durumdur (Baştürk Akça ve Kaya, 2016, s. 302). Türk toplumunun kadın ve erkeğe yüklediği roller düşünüldüğünde, erkeklerin kız çocuklarına göre daha “serbest” yetiştirildikleri, riskli tercihler yaptıklarında daha hoşgörülü davranıldıkları, karşı cinsle iletişimde erkek ile kadına yönelik bakış açılarının farklı olduğu söylenebilir. Bu yüzden erkeklerin “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeğinden aldıkları puanların daha yüksek çıktığı söylenebilir.

Çalışmanın bir diğer sonucuna göre örneklemin devam ettiği sınıf ile tüm ölçekler arasında negatif yönde; doğum tarihi ile “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeği arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani buna göre örneklemin devam ettiği sınıf ve yaşı küçüldükçe, İBT ve alt ölçeklerinden aldıkları puanlarda artış görülmektedir. Dünyada ve Türkiye’de yapılmış çalışmalar incelendiğinde de benzer sonuçlar görülmektedir. Ceyhan (2011a), ergenlerin problemli internet kullanımları ile cinsiyet, devam ettikleri okul türü, sınıf, başarı düzeyi, aile ve arkadaşları tarafından algıladıkları sosyal destek ve internet kullanım süreleri arasındaki ilişkileri incelediği çalışmasında, problemli internet kullanımında okul türü, sınıf düzeyi ve internet kullanım süresinin önemli faktörler olduğu; bundan dolayı da meslek lisesinde öğrenim görüyor olmak, birinci ve ikinci sınıfa devam etmek ve interneti aşırı kullanmak, problemli internet kullanımının yordayıcıları olduğu sonucuna ulaşmıştır. Doğan (2013), 2011-2012 eğitim öğretim yılında İzmir ilinde milli eğitim bakanlığına bağlı hem özel hem resmi okullara devam eden 6.,7.,8.,9.,10.,11. ve 12. sınıflarda okuyan 12-18 yaş aralığındaki ergenler oluşan bir örneklem üzerinde gerçekleştirdiği çalışmasının sonucuna sınıflar açısından bakıldığında en yüksek bağımlılık oranı 8. Sınıflarda olduğunu gözlemlemiştir.

Bazı çalışmalarda ise devam edilen sınıf ile internet bağımlılığı arasında pozitif yönde ilişki bulunmuştur. Yani devam edilen sınıf seviyesi arttıkça internet bağımlılığı testinden alınan puanlar da artmaktadır. Sargın (2012), ergenlerin internet bağımlılığını cinsiyet, evde bilgisayar ve internet bağlantısı olup olmama ve devam edilen sınıf türü açısından incelemek amacıyla yaptığı çalışmasında 8. Sınıfta öğrenim görenlerin diğerlerine göre internet bağımlılık puanları daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Doğan ise (2013) 12- 18 yaş

arası ergenlerin internet bağımlılığını incelemiş ve benzer şekilde 8. Sınıfta okuyanların internet bağımlılık puanlarının daha yüksek olduğunu saptamıştır. Ayas ve Horzum (2013) ilköğretime devam eden öğrencilerin ailelerinin internet hakkındaki tutumlarının neler olduğunu saptamak ve öğrencilerinin bu tutumlar ile internet bağımlılıklarının çeşitli demografik özelliklere göre nasıl farklılaştığını incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada sınıf seviyesi arttıkça internet bağımlısı olma oranı da arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Kimi çalışmalarda ise bu çalışmanın sonucundan farklı olarak yaş ilerledikçe internet bağımlılığı oranının arttığı sonucuna ulaşmışlardır (Tsitsika vd., 2012; Kalmus vd., 2012). Bazı çalışmalarda ise yaş ve internet bağımlılığı arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır (Halley vd., 2014).

Bu çalışmada örneklemin yaşının ve devam ettiği sınıfın küçüldükçe İBT’den aldıkları puanların yükselmesi, Türkiye’de dijital teknolojinin gelişmesi ile açıklanabilir. Çünkü çağımızın teknolojik alt yapısı her geçen gün kendisini yenileyerek gelişmeye devam etmektedir. Dolayısıyla daha geç doğan çocuklar çok daha çeşitli teknolojik aletlerle daha küçük yaşlarda tanışabilmek imkânı yakalamakta ve bunların nasıl kullanıldığını da daha erken yaşlarda öğrenebilmektedir. Günümüzde henüz iki yaşına gelmemiş bir bebeğin bile akıllı telefonların birtakım özelliklerini kullanabildiği görülmektedir. Böylece erken yaşlarda tanışılan teknolojik aletlere olan gerek ihtiyaç gerekse bağımlılık durumu geç yaşta tanışanlara göre daha fazla olabilmektedir. Bundan dolayı bu çalışmada daha genç bireylerin bağımlılık oranlarının daha yüksek çıktığı düşünülebilir.

Çalışmanın bir diğer sonucuna göre edebiyat fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeğinden aldığı puanlar, mühendislik fakültesinde öğrenim görenlere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu farklılığın neden olduğu yapılacak nitel bir çalışma ile daha iyi anlaşılabacaktır.

Çalışmanın bir başka sonucuna göre örneklemin ilk kez bir bilgisayar kullanma ve bir bilgisayara sahip olma durumu ile “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeği arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, örneklemin bilgisayar edinme ve kullanma yaşı yukarı çekildikçe, “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeğinden aldığı puanlar azalmaktadır. Yani daha erken yaşlarda tanışanların puanları daha geç yaşlarda tanışanlara göre daha yüksek çıkmıştır. Bir bilgisayarla daha geç tanışan öğrenciler erken tanışanlara oranla daha az internet üzerinden arkadaşlıklar kuruyor, etrafındaki kişilerden internette geçirdiği zaman hakkında daha az şikayet duyuyor, internet

yüzünden okullarıyla ilgili daha az problem yaşıyor ve daha az internette vakit geçirmeden dolayı uykusuzluk gibi problemler yaşıyorlar. Bu durum yukarıda bahsedilen yaş ile İBT arasındaki ilişki ile aynı şekilde yorumlanabilir. Yani erken yaşlarda tanışılan teknolojik aletlere olan ihtiyaç ve bağımlılık, geç yaşta tanışanlara göre daha fazla olabilmektedir.

Teknoloji Kullanım ve Alışkanlıklarına Dair Sonuçlar

Çalışmanın teknoloji kullanım ve alışkanlıklarına dair sonuçları incelendiğinde, ilk olarak örneklemin günlük internet kullanım süresi ile tüm ölçekler arasında ise pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yani örneklemin günlük internet kullanma süresi arttıkça, tüm ölçeklerden aldığı puanlarda artış gözlemlenmektedir. Benzer şekilde örneklemin sosyal medya geçirdiği süre arttıkça, İBT’den ve “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeğinden aldığı puan artmaktadır. Bağımlılık, bireyin bir madde veya davranışı kullanmayı bırakamamasıdır (Egger ve Rauterberg, 1996, s. 8). Bireyin öz iradesiyle herhangi bir şey ile etkileşime geçtiği, fakat sonrasında birey iradesi dışında o şeyin etkisinin süreklilik kazandığı bir olgudur. İnternet bağımlılığı davranışa bağlı bağımlılıklar kapsamındadır. Davranışa bağlı bağımlılık herhangi bir davranışın normalden farklı sıklıklarda sergilenmesi ile bireyin psikolojik, bedensel veya sosyal ortamlarda dengesini yitirmesidir. Bunun sonucunda ise bireyin düzeni bozulur ve sosyal ortamlara uyum sağlayamaz (Canoğulları, 2014, s. 10). Çalışmanın bu sonucuna göre gençler ne kadar çok internette vakit geçirirse, internet bağımlısı olma ihtimali de o kadar artmaktadır. Bu gençler aile ve arkadaş çevresi ile daha fazla problem yaşamakta, etrafındaki bireylerden internette geçirdiği zaman hakkında daha fazla şikâyet duymakta, internet yüzünden daha fazla fiziksel rahatsızlıklar hissetmektedirler. İnternette geçirilen zamanın artması, gençlerin düzenlerinin, ruhsal ve fiziksel sağlıklarının bozulmasına neden olabilmekte ve böylece bu durum giderek bağımlılığa dönüşebilmektedir.

Çalışmanın bir başka sonucuna göre örneklemin sosyal medya paylaşımlarının beğeni veya yorum alma derecesi ile İnternet Bağımlılığı Testi, “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeği ve “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeği arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre, örneklemin sosyal medya paylaşımlarına aldıkları yorum beğenilerin önemi arttıkça, İBT genel puan, “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeği ve “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeğinden aldıkları puanlar da artmaktadır. Yani sosyal medya paylaşımlarının yorum ve beğeni almasını daha fazla önemseyen gençlerin bağımlılık puanlarının daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Günindi Ersöz’ün (2016) Facebook kullanımı ve sosyalizasyon süreçleri üzerine yaptığı çalışmasında,

örneklem Facebook'tan aldıkları yorum veya beğenileri neden önemsedikleri sorulduğunda en çok “beğenilmek hoşuma gidiyor”, “insanlara ulaştığımı gösteriyor” ve “insanların görüşlerini merak ediyorum” cevapları verilmiştir. Beğen ve paylaş butonları bireylerin kim olduğuna veya kim olarak anlaşılmak istediğine dair gönderileri içermektedir. Sembolik etkileşimci kuramın önemli isimlerinden Mead ve Cooley'e göre benlik veya kimlikler sosyal etkileşimler yoluyla oluşturulurlar (Coser, 2008, s. 271). Sosyal medya üzerinde gerçekleşen beğeni ve paylaşımlar da bireylerin çevrimiçi ortamlarda diğer bireylerle sosyal olarak etkileşime girmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla bu etkileşimler tıpkı çevrimdışı ortamlarda olduğu gibi kimlik ve sosyal kimlik gelişiminde önemlidirler. Hatta bu tür sosyalizasyon sürecine “çevrimiçi sosyalizasyon” kavramı denilmektedir. Çevrimiçi gerçekleştirilen paylaşımlar bireylerin değer yargılarını, tutumlarını, görüşlerini, hatta yeme içme alışkanlıklarını, çeşitli zevklerini, vb. içermektedir. Çevrimiçi sosyalizasyon kavramı da bu bağlamda bireylerin sanal ortamlarda sosyalleşmesini açıklamaktadır (Günindi Ersöz, 2016).

Sembolik etkileşimci kuramın bir diğer önemli ismi Goffman'a göre kimlik bir kimsenin diğerlerine karşı sunduğu bir izlenimdir. Birey diğerlerine nasıl görünmek istiyorsa davranışlarını ona göre yönlendirebilir ve karşı tarafa o şekilde sunar. Goffman'a göre toplumsal yaşam tıpkı bir tiyatroya ve insanlar da o tiyatrodaki performansını sergileyen aktörlere benzemektedir. Böylece bireyler başkaları tarafından kabul edilecek şekilde bir kimlik performansı sergilerler (Goffman, 2009; Ritzer, 2011). Örneklemin beğeni ve yorumlara önem vermesi, Goffman'ın ifade ettiği “benlik sunumu”dur. Birey olmak istediği kimliğe sanal ortamlarda gerçekleştirdiği paylaşım ve beğenilerle gerçek hayattakinden çok daha kolay bürünebilir. Örneğin paylaşılan bir söz daha önceden düşünülmüş ve üzerinde düzeltmeler yapılarak en güzel şekliyle sanal ortamda sunulabilir. Oysa gerçek hayatta sarf edilen sözler ve davranışlar sanal ortamdaki kadar ideal bir şekilde ayarlanamayabilir. Birey kendisinde eksik gördüğü noktaları sanal ortamlarda çok daha kolay gizleyebilme imkanına sahiptir. Bu da bireyleri daha fazla çevrimiçi paylaşım/beğeni yapmaya ve dolayısıyla da çok daha fazla internette vakit geçirmeye yönlerebilir. Çünkü bu şekilde sunulan kimlikler diğerleri tarafından daha fazla kabul edilebilir, daha fazla saygı duyulabilir kimlikler olabilirler. Farquhar (2012)'ın “kişilerin Facebook'ta kimlik edinme ve sosyalleşme” süreçlerini incelediği çalışmasına göre, bireyler doğru ve kabul edilebilir bir kimlik sunumu için kimliklerini sanal ortamlarda “abartarak” sunmaktadır. Sütüoğlu (2014)'nın gençlerin sosyalleşmesi ve kimlik inşalarında Facebook'un etkisini incelediği çalışmasında da bireylerin kimlik inşa süreçlerinde sosyal medyadaki diğer kullanıcıların düşünce ve görüşlerini de

önemsediklerini, yaptıkları paylaşımlardan sonra kendi arkadaş listelerindeki kişilerden gelen beğeni ve yorumlarla mutlu oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Örneklemin teknoloji ve internet kullanımı ile ilgili ulaşılan bir diğer sonucuna göre örneklemin aile üyeleri ile birlikteyken internette geçirdiği süre ile İnternet Bağımlılığı Testi ve tüm alt ölçekleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre, örneklemin aile üyeleri ile birlikte iken internette geçirdiği süre arttıkça, İBT toplam puan, “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeği, “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeği ve “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeklerinden aldıkları puanlar artmaktadır. Şimdiye kadar gençlerin internet kullanımı ile aile ilişkilerini farklı farklı değişkenlerle inceleyen pek çok çalışma yapılmıştır (Arslan Cansever, 2010; Bayhan, 2011; Kırık, 2014; Korkut, 2016; Bayraktar, 2013). Teknoloji bağımlılığını gençlerin aileleriyle olan etkileşimleri ile ilişkilendiren çalışmalar incelendiğinde, aile içi olan ilişkiler ile teknoloji bağımlılığı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir (Bayraktutan, 2005; Çetin, 2013; Müezzın, 2010; Habibi vd. 2015; Bonnaire ve Phan, 2017). Bu çalışmalar daha çok internetin aile fonksiyon ve sosyalizasyon süreçlerine olumsuz etkilerini ele almaktadır. Yapılan bu çalışmada ise gençlerin ailelerin yanındayken internette geçirdiği sürenin artması durumunda, onların internetle daha fazla meşgul olması ve böylece diğer bireylere oranla internet bağımlılık puanlarının daha yüksek olması ile sonuçlanmıştır. Hatta ailelerinin yanında internette zaman geçirmeyenler ile geçirenlerin İBT ve alt ölçeklerinden aldıkları puanlar arasında oldukça fazla bir fark göze çarpmaktadır. Aile kurumu bireylerin her türlü gelişimini sağlamakta ve onların hayatlarının sağlıklı bir şekilde devam edebilmesi için çok önemlidir. Kıran Esen (2009)’ın gerçekleştirdiği bir çalışmaya göre gençlerin ailelerinden aldıkları sosyal destek arttıkça, internet bağımlılık düzeylerinin azaldığı görülmüştür. Aynı zamanda internet bağımlılığı aile içi ilişkileri de olumsuz etkileyebilmektedir. Yapılan birçok çalışmada internetin aile içi etkileşimi olumsuz etkilediği ve aile fonksiyonlarında bozulmalara sebep olduğu ortaya konmuştur. Örneğin, Bayraktar (2013)’ın gerçekleştirmiş olduğu çalışmaya göre, 14-18 yaş arası gençler, sosyal medyanın aile içi ilişkilerinin ise olumsuz etkilendiğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte gençlerin uzun süreli ve sık internet kullanımının aile içi sorunlara yol açtığı ve aile üyeleri ile sosyal etkileşimi zayıflattığı (Arslan Cansever, 2010; Bayhan, 2011), gençlerin internet üzerinden sosyal medya kullanımına bağlı olarak ise ailesi ve arkadaşları ile yeterince vakit geçiremediği ortaya çıkmıştır (Korkut, 2016). Çetin (2013)’ın yapmış olduğu çalışmaya göre ise internet üzerinden erişimi olan bir sosyal iletişim aracı olan Facebook uygulaması, aile hayatını olumsuz yönde

etkilemektedir. Bu çalışmaya göre örneklemin neredeyse 3'te 2'si aile bireyleri ile beraberken Facebook uygulamasında zaman geçirmektedirler. Bireylerin Facebook uygulaması ile en çok vakit geçirdiği zaman dilimi, genellikle bütün aile bireylerinin bir arada bulunduğu akşam saatleridir. Eşlerin Facebook uygulamasında fazla zaman geçirmesi, onların ailelerini ihmal ettiklerini göstermektedir.

Sosyal Kimlik İnşa Süreçlerine Dair Sonuçlar

Kimlik, doğumla birlikte kazanılan bir statü olmakla birlikte, aynı zamanda sonradan da elde edilebilir, fakat bireylerin sahip olduğu neredeyse bütün kimlikler sosyalizasyon süreci boyunca inşa edilirler. Hatta buna dini ve etnik kimlikler de dâhildir. Dolayısıyla kimlik edinme süreci statik bir süreç değil, aksine dinamik bir süreçtir (Kurt, 2012, s. 127). Bu durum sosyal kimlikler için de geçerlidir. Çalışmanın sosyal kimliklere ilişkin ortaya çıkan bulgularına bakıldığında, ilk olarak gençlerin kendilerini ve ailelerin kendilerini en çok hangi sosyal gruplar üzerinden tanımladıkları incelenmiştir. Buna göre gençler ile ailelerinin kendilerini hangi gruplar üzerinden tanımladıkları farklılık göstermektedir. Gençler kendilerini en çok dağcılık, fotoğrafçılık, çiçekçilik, vegan/ vejetaryen olma, hayvansever olma, vb. gibi çeşitli gruplara göre tanımlarken, ailelerinin kendilerini en çok dini ve milli sosyal gruplar ile tanımladıklarını belirtmişlerdir.

Sosyalizasyon sürecinde bireyler bu süreçte çevresini gözlemleyerek, taklit ederek, örnek alarak, olumlu-olumsuz eleştiriler yaparak, vb. sosyal kimliklerini oluştururlar. Bu yüzden onların çevrelerinde kendilerine bilgi alışverişini sağlayacak birtakım kanallar vardır. İşte bu kanallar da sosyalizasyon ajanlarıdır. Çalışmanın sosyal kimliğe dair ikinci sonucuna göre, örnekleme aitlik hissettikleri sosyal gruplara dair bilgilerini hangi kanallardan edindikleri sorulduğunda, en fazla “internette yaptığım araştırmalardan” (%76) cevabının işaretlendiği görülmektedir. Fakat bu gruplara ilişkin bilgilerini ailesinden edindiğini söyleyen kişi sayısı ise daha azdır (%67). Örnekleme bu seçenekleri sıralamaları istendiğinde ise birinci sıraya yerleştirilen seçeneklerde aile ve internetin yüzdelerinin neredeyse eşit olduğu görülmektedir (aile %28,8 ve internet %28,4). Bir diğer etkili kanal ise arkadaş çevresidir.

Sosyal kimliğe dair üçüncü bir sonuç olarak, örneklemin kendisini ait hissettiği sosyal gruplarla ne şekilde iletişime geçtiği sorgulandığında aile, arkadaş ve sosyal medya aracılığıyla (hepsi) seçeneğini işaretleyenler örneklemin %37,1'ini oluşturmaktadır. İkinci en yüksek yüzdeyi %27,3 ile sosyal medya seçeneği almaktadır. Burada “ailem aracılığıyla iletişim sağlıyorum” diyenler örneklemin sadece %5'ini oluşturmaktadır. Gençlerin

kendilerini ait hissettikleri gruplarla ne şekilde iletişim sağladığına bakıldığında, sosyal medyanın yani internetin aileden daha etkili olduğu söylenebilir. Çalışmanın sosyal kimliğe dair bu üç sonucu bir arada değerlendirildiğinde, sosyalizasyon bağlamında ailenin etkisinin azaldığı, dahil olunan sosyal gruplar ve ait hissedilen sosyal kimlik açısından da ailenin etkisinin internet ve arkadaşların gerisinde olduğu söylenebilir. Özellikle sosyalizasyon ajanlarından internetin etkisinin oldukça fazla olduğu dikkat çekmektedir.

Çalışmada kendisini dini ve etnik anlamda belli bir sosyal gruba ait hisseden kişilerin “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeğinden aldıkları puanların daha yüksek olduğu görülmüştür. Yani bu kişiler internette daha fazla vakit geçirmeye eğilimli kişilerdir. Sosyal medya sayesinde kişiler daha önce hiç tanışmadığı insanlarla da istedikleri zaman istedikleri gibi iletişime geçebilirler. Paylaşımlarını ideal şekilde düzenleyerek ve planlayarak yapabilirler. Sosyal medya bu anlamda bireylere çevrimdışı gerçek dünyada yapamadıklarını, söyleyemediklerini, paylaşamadıklarını daha fazla kişiye ulaştırma fırsatı ile birlikte hayata geçirme imkânı sağlar. Castells (2008b)’in de belirttiği gibi yeni enformasyon teknolojileri küresel araçsal ağlarla tüm dünyayı birleştiriyor ve bilgisayarlar aracılığı ile iletişim, geniş bir sanal cemaatler yelpazesi oluşturuyor. Bulgular incelendiğinde, bireylerin gerçek hayatta görüşmeksizin sadece sosyal medya ile iletişimde olduğu kişilerden bilgi edinmesini gösteren oran (%52) örneklemin yarısından fazlasıdır. Buna göre örneklemin yarıdan fazlası, gerçek hayatta hiç tanımadığı veya görüşmediği kişilerle de bilgi alışverişini tercih etmektedir. Sosyal medya çalışmaları incelendiğinde dikkat çeken başlıklardan bir tanesi de “sosyal medya ve din” arasındaki ilişkidir. Oyman (2016)’a göre kendilerini dindar olarak tanımlayan insanlar sosyal medyada kendi dini inanç ve görüşlerini yayma fırsatı yakalamaktadırlar. Bu da “popüler dindarlığa” neden olmaktadır. Bireyler sosyal medyada dini paylaşımları takip etmekte ve bu platformları sanal bir tekke, zaviye veya cemaat olarak görmektedirler (Ayaz, 2015, s.115). Oyman (2016)’ın çalışmasına göre bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarında, dini paylaşımlar okumak ve yapmak için kullananların sayısı dikkat çekmektedir. Buna göre bireylerin kendi takipçilerine dindar olduğuna dair izlenimler verebilmek için, yapmadığı bir dini ibadeti sosyal medyada “yapıyormuş gibi” davrandıkları ortaya çıkmıştır. Bu yüzden din olgusu sosyal medyada yapılan paylaşımlarda oldukça önemli bir noktada durmaktadır. Ayaz (2015)’in gerçekleştirdiği çalışmanın sonuçlarına göre ise gençler gerçek hayatta birtakım sebeplerden dolayı iletişime geçemediği dini gruplarla sosyal medya üzerinden daha kolay bir şekilde iletişime geçebilmektedir. Böylece bireylerin dindarlık düzeylerinin çevrimiçi ortamlarda arttığı görülmüştür. Çünkü gençlerin kendilerini

ait hissettikleri dini grupların sanal ortamlarda da olması onların birbirleri ile sürekli olarak etkileşimde olmalarını sağlamaktadır. Benzer ifadeler etnik gruplara aidiyetlik hissedenler için de söylenebilir. Bütün bunlar bir arada düşünüldüğünde, gençlerin gerçek dünyadaki çevresiyle gerçekçi ilişkiler kuramadığında sanal dünyaya yöneldiği düşünülebilir. Örselenen, karşılaştığı sorunlarla baş edemeyen, yıpranmış ve kendini bu dünyada yalnız hisseden bireyler dine ve etnik kökenine sığınarak, internet ortamında kendi istediği biçimde ilişkiler şekillendirmeye yönelebilir. Özellikle, bu çalışmada da ortaya çıkan bir diğer sonuç olan “ailesinin bilgisi dışında bir sosyal kimlik aidiyeti hissedenlerin bağımlılık puanlarının daha yüksek çıkması” durumu göz önünde bulundurulduğunda, ailesi ile sosyal anlamda kopukluk hisseden bireylerin veya aile desteğini yetersiz hisseden bireylerin bu durumla bir baş etme stratejisi olarak internete yöneldiği söylenebilir.

Çalışmada sosyal kimliğe dair elde edilen bir diğer sonuca göre, örneklemin ailesinden gizlediği veya ailesinin bilgisinin olmadığı bir sosyal gruba aitlik hisseden kısmının “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeğinden aldıkları puanların daha yüksek olduğu görülmüştür. Örneklemin bu kesiminin diğer ölçekler yerine neden bu ölçekten daha yüksek puan aldığı ölçek incelendiğinde ortaya çıkmaktadır. Ölçek incelendiğinde, bu grubun ailesiyle veya arkadaşlarıyla vakit geçirmek yerine daha fazla internette vakit geçirdiği, interneti diğer gruba oranla daha fazla samimi bir arkadaşına veya aile üyelerine tercih ettikleri görülmektedir. Dolayısıyla örneklemin bu kısmının kendini ait hissettiği sosyal gruplarla ilgili ailesinden yeterli desteği göremediğinde, bu eksikliği internet üzerinden, orada aynı sosyal gruba aitlik hissettiği diğer kişilerle iletişim sağlayamaya çalıştığı şeklinde yorumlanabilir. Benzer bir sonuç ise Ayaz’ın çalışmasında görülmüştür. Ayaz (2015)’a göre, internet ortamı bireyi gündelik hayatın birtakım sosyal, siyasal, ailevi ve benzeri baskılardan uzaklaşarak sosyalleşmesinde alternatif bir yoldur. Böylece bu kişiler kendilerini sanal ortamda daha rahat hissedebilmektedirler.

Çalışmanın sosyal kimlik inşalarına dair diğer bir sonucuna bakıldığında, örneklem için en önemli olan sosyal grubun sosyal medya üzerinde de kurulmuş grubundan aldıkları beğeni veya yorumların önemi ile İBT arasındaki ilişki incelendiğinde, örneklemin bu sosyal gruplardan aldıkları yorum ve beğenilere çok önemli diyenlerin İBT’den aldıkları puanların önemli değil diyenlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Sosyal kimlik kavramı yukarıda bahsedilen kimlik kavramından bazı noktalarda farklılıklar içermektedir. Sosyal kimlik kuramlarında en önemli kavramlardan bir tanesi “grup” kelimesidir. Sosyal kimlikler bireylerin kendilerini belli bir sosyal gruba ait hissetmeleri ile oluşurlar. Böylece fert, hangi

sosyal gruba kendisini ait hissediyorsa, o grubun bir üyesi, o sosyal yapının ve kültürün bir temsilcisi olarak ele alınır (Sözen, 1991, s. 95). Turner'a göre sosyal kimlikler milliyet, sınıf, cinsiyet, dini, etnik gibi sınıflamaları da içerirler (Turner ve Giles 1984'ten akt. Sözen, 1991, s. 97). Sosyal kimlik Goffman'a göre kişiler arası etkileşimde sergilenen bir roldür. Çünkü ona göre sosyal kimlik kişilerarası etkileşimde bir kimsenin herhangi bir sosyal kategorisini ön plana çıkararak belli bir sosyal statüye bağlı olacak şekilde davranış sergilemesidir (Bilgin, 2007, s. 13). Yukarıda kısaca bahsedildiği üzere, sosyal medyadaki paylaşım ve beğeniler, bireylerin kim olduğu veya kim olarak görünmek istediklerine dair birer ipucudur. Kişi bu paylaşım veya beğenilerle kendi kimliğine dair karşı tarafa sadece göstermek istediklerini yansıtabilir. Bu Goffman'ın kuramında bahsettiği "sahne önü"dür. Bireyler görünmesini istemedikleri şeyleri "sahne arkası"na iterler. Bireyin bu paylaşımlarda olumlu bir imaj sergilemesi sosyal kimliği açısından da önemlidir. Çünkü birey kendini ait hissettiği sosyal grubu olumlama eğilimindedir. Kişinin kendi grubunun olumlu bir imaja sahip olup olmaması, üyesi olduğu grubun yapısına ve konumuna bağlıdır (Condor, 1990 ve Turner ve Brown 1978'den akt. Demirtaş, 2003, s. 130). Örnekleme içerisinde İBT'den daha yüksek puan alan bu kişiler kendilerini ait hissettikleri sosyal grupların sosyal medya üzerinde de kurulmuş gruplarında olumlu bir benlik imajı geliştirmek isteyebilirler. Buradan aldıkları yorum ve beğeniler ile kendi benlik saygısını yüksek tutabilir ve bu amaç doğrultusunda sahne önünü kendi istediği gibi kurgulayabilir. Bu tatmin duygusu ise kişinin daha fazla internete zaman harcamasına, hatta daha fazla bu gruplarla iletişime geçmesine neden olabilir. Bundan dolayı bu yorum ve beğenileri çok fazla önemseyen kişilerin internet bağımlılık puanların daha yüksek çıktığı söylenebilir.

Sosyal kimlikle ilgili olarak çalışmadan elde edilen bir diğer ve son sonuç, sosyal sınıfla ilgilidir. Sosyal kimliklerin oluşmasında, din, etniklik, milliyet, cinsiyet, vb. kategoriler etkili olduğu kadar kişilerin sosyoekonomik sınıfları da etkilidir. Fakat bu çalışmada sınıf ile internet bağımlılığı ve alt ölçeklerine dair herhangi anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Türkiye'de Y Nesli'nin Yaş Aralığını Belirlemeye Yönelik Sonuçlar

Çalışmanın bir diğer sonuçları ise Türkiye'deki Y Nesli'nin yaş aralığını teknoloji bağımlılığı açısından tahmin etmeye yöneliktir. Çalışmanın kavramsal çerçevesinde nesil kavramından ayrıntılı olarak bahsedilmiştir. Ancak kısaca söylemek gerekirse, bir nesil, belli bir zaman aralığında doğan ve ortak bir tarihi mirası, teknolojik gelişmeleri, siyasi olayları, ortak yaşam tecrübelerini, vb. paylaşan insanlardan oluşmaktadır. Bu ortak yaşantılar o tarihlerde doğan

bireylerin belirli türden zevkler, alışkanlıklar ve davranışlar sergilemesine, düşüncelerin ortak bir paydada buluşmasına neden olabilmektedir. Bu yüzden her nesli birbirinden ayıran tarihi, siyasi, teknolojik ve toplumsal olaylar söz konusudur. Sosyolojik çalışmalar bu benzerlikleri ve farklılıkları gözeterek, nesillerin özelliklerini ortaya koymayı amaçlamış ve böylece ekonomi, eğitim, sağlık, siyaset, vb. alanlarda farklı nesillerin ne istediklerine, nasıl davranmak istediklerine, nasıl bir arada yaşayabileceğine ve çalışabileceğine dair önermeler geliştirmiştir.

Sosyal bilimler literatüründe nesiller genellikle Batı ve Amerika referans alınarak kavramsallaştırılmaktadır. Yaş aralıkları da yine buna göre belirlenmiş durumdadır. Fakat bu tür bir kavramsallaştırma her kültür için geçerli olmayabilir. Bu çalışmada da Türkiye'deki Y Nesli'nin Batı ve Amerika'daki ile tarihsel yaş aralığının benzer özellikler sergileyip sergilemediği teknoloji kullanımı açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Buna göre örneklemin kaç yıldır internet kullandığı, hangi amaçlarla interneti kullandığı, cep telefonu ve bilgisayar gibi kitle iletişimi mümkün kılan ve tüm dünyada, özellikle çocuklar üzerinde psikolojik ve bilişsel etkisinin olduğu düşünülen oyun konsolu gibi dijital teknolojik aletlerle etkileşiminin ne zaman başladığı araştırılmıştır. Tam bir yaş aralığının belirlenebilmesi için neslin yeme içme, giyim alışkanlıkları, siyasi görüşleri, eğitim seviyesi, gelir seviyesi, çeşitli zevkleri, vb. durumlar da incelenerek daha kapsamlı bir çalışma yapılması gerekmektedir. Bu çalışma ise sadece teknoloji kullanımı açısından Y Nesli'nin yaş aralığı konusunda diğer çalışmalara fayda sağlayacaktır.

Çalışmanın bu konudaki sonuçlarına bakıldığında, cep telefonu ve bilgisayar ile ilk tanışma ve bir bilgisayar veya cep telefonuna sahip olma yaşı en çok 10-15 yaş aralığındadır. Gençlerin kaç yıldır internet kullandıklarına bakıldığında ise en çok 6 ila 10 yıl ve 10 yıldan daha fazla internet kullandıklarını belirttikleri görülmektedir. İnternetin yaygınlaşması ise Batıda 1990'lı yılların başları iken, Türkiye'de 1990'lı yılların sonları ile 2000'li yılların başlarında gerçekleşmiştir. Örneklemin internet kullanma yılı Türkiye'de internetin yaygınlaşmaya başladığı dönemlere denk gelmektedir. Y kuşağının Batı ve Amerika'da üçte ikisini henüz beş yaşına gelmeden bilgisayarla tanışmış (Zempke v.d.'den akt. Adıgüzel v.d., 2014, s. 173) olduğu söylenmektedir. Oysa bu çalışmada Türkiye'deki Y Nesli'nin bilgisayar veya cep telefonu ile tanışma yaşı Batıdakinden yaklaşık on yıl sonra gerçekleşmiştir. Bu durum, Türkiye'deki Y Nesli'nin yaş aralığının Amerika ve Batıdakinden daha farklı olabileceğine işaret etmektedir.

Çalışmanın bir diğer sonucuna göre ise doğum tarihi ile “çevrimiçi olmaktan kaynaklanan sorunlar” alt ölçeği arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuş olmasıdır. Bir başka ifadeyle doğum yılı arttıkça, yani, yaş küçüldükçe, bu ölçekten alınan puan artmaktadır. Çalışmaya göre örnekleimde 1996 yılından önce doğanlar ile sonra doğanların ölçekten aldığı puan ortalamaları arasındaki fark dikkat çekmektedir. 1996 yılından önce doğanların aldıkları ortalama puan yaklaşık olarak 5 iken, 1996 yılı ve sonrasında doğanların aldıkları puanların ortalaması yaklaşık olarak 7’dir. Buna göre, 1996 ve sonrası doğumlular diğer bireylere göre daha fazla çevrimiçi olmaktan kaynaklı problem yaşamaktadır. Bu durumun Y Nesli’nin son dönem üyelerinde ortaya çıkması bir tesadüf değildir. Çünkü son dönem Y Nesli bireyleri teknolojinin daha fazla gelişmiş olduğu bir ortamda dünyaya gelmiştir. Kuyucu (2014)’nın Y kuşağının bir sosyal medya uygulaması olan Facebook ile ilişkisini inceleyen çalışmasında da benzer bir sonuç ortaya çıkmıştır. Çalışmaya göre, Y kuşağının ilk dönem doğan bireyleri ile son dönem doğan bireyleri arasında, sorulara verilen yanıtlar açısından bir farklılık göze çarpmaktadır. Bu nedenle Kuyucu’ya göre Türkiye’de Y kuşağı 1996’dan önce doğanlar ve 1996’dan sonra doğanlar şeklinde iki farklı alt gruba ayrılabilir. Bu durumun altında yatan sebep ise, Yüksekbilgili’nin ifadesine benzer şekilde, internet gibi dijital teknolojilerin Türkiye’de yaygınlaşma yıllarının Batı’ya oranla daha geç olmasından kaynaklanabilmektedir. Dahası, Kuyucu’ya göre, Y kuşağının son dönem bireyleri Z kuşağının karakteristik özellikleriyle benzer davranışlar sergilemektedirler.

Nesil kavramının klasik sosyolojide kullanımı ilk olarak Comte ile başlasa da, nesiller kavramsallaştırmasının nasıl yapılacağını bazı demografik, kültürel ve entelektüel açılardan inceleyen Alman sosyolog Karl Mannheim dile getirmiştir. Mannheim nesilleri tarihsel değişimler çerçevesinde ele almıştır. Buna göre bir nesil benzer veya aynı tarihsel süreçleri tecrübe etmiş insanlardan oluşmaktadır. Böylece nesiller kavramı sosyoloji literatüründe daha fazla çalışılan bir alan haline gelmiştir. Sosyologların ise nesiller üzerine yürüttüğü tartışmalar Mannheim’inkiyle benzerlik göstermektedir. Edmunds ve Turner’a göre bugüne kadar nesil kavramı klasik sosyolojide yerel boyutta tartışılmıştır. Fakat oysaki onlara göre artık gelişen iletişim teknolojilerinin etkileri yerel olmaktan ziyade küresel boyuttadır. Bu yüzden nesiller kavramını artık günümüzde yerel olarak tartışmaktan ziyade global anlamda tartışmak gerekmektedir. Çünkü özellikle yirminci yüzyılın son yıllarından itibaren elektronik iletişimdeki gelişmeler olağanüstü boyutlara ulaşmış ve kişilerarası etkileşimde yeni bir boyut kazandırmıştır. Bundan dolayı 1960’lardan sonraki nesiller küresel nesiller haline gelmişlerdir. Çünkü bu nesiller hem zaman hem de mekân olarak sınırların ötesinde iletişim

sağlayabilmektedir. Medya, bu nesillerin şekillenmesinde oldukça fazla etkili olmaya başlamıştır. Çeşitli fikirler, savaşlar, protestolar, doğal afetler, vb. olaylar zamandan ve mekândan bağımsız olarak her yerden izlenebilecek ve dinlenebilecek hale gelmiştir. Bu teknoloji sayesinde dünya çapındaki bireyler ortak bir dili bile paylaşmak zorunda değildir, bunun yerine çeşitli işaretler ve imajlar (örneğin, emojiler) ile farklı kültürlerin etkileşimi pek mümkündür. Aynı zamanda bu teknolojiyle anlık mesajlaşmalar da mümkündür. Ayrıca eğitimde, turizmde, ticarete meydana gelen hareketlilikler de son yüzyıllarda artış göstermiştir. Fiziksel hareketliliğin yanında, yeni teknoloji sayesinde görsel olarak iletişim de sağlanabilmektedir ve bu anlamda da hareketlilikte artış sağlanmaktadır. Bu durum, nesilleri yerel olarak kavramsallaştırmaktan ziyade küresel anlamda kavramsallaştırmak gerektiğini göstermektedir. (Edmunds ve Turner, 2005).

Edmunds ve Turner (2005) sözü geçen yazılarında nesillerin global anlamda tartışılması gerektiğine dair oldukça etkileyici örnekler vermektedir. Teknolojik gelişmeler toplumsal değişmelerin itici güçlerinden belki de en önemlisidir. Bugün dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen travmatik olaylar, aynı anda dünyanın başka yerlerinde de duyulmaktadır. Hatta kimi olayların etkileri ülke sınırlarını da aşarak tüm dünyada etkili olmaktadır. Bu anlamda bugünkü nesillerin küresel olduğu söylenebilir, fakat sınırlar içerisinde gerçekleşen kimi olayların da etkili olabileceğini unutmamak gerekir ki, bu çalışmanın sonuçlarına göre de Türkiye'deki ve dünyadaki Y Nesli'nin teknoloji kullanımı açısından farklı özellikler sergileyebileceğinin ortaya çıktığı görülmektedir. Hatta Kuyucu'nun çalışmasında öne sürdüğü gibi, Y Nesli kendi arasında bile farklı alt gruplara ayrılabilir. Zira bu çalışmada ele alınan neslin tarihsel aralığının son on yılını kapsayan doğum tarihlerinin ilk yarısı ile son yarısı arasında dahi internet bağımlılığı testine verilen cevaplar açısından farklılıklar olduğu görülmektedir.

Kısaca bu çalışmanın sonuçları özetlendiğinde, Türkiye'deki Y Nesli'nin yaş aralığının Batı ve Amerika'dakinden daha farklı olabileceği; bu neslin cinsiyet, devam edilen sınıf, fakülte ve yaşa göre internet kullanım davranış ve alışkanlıklarının farklılaştığı; internet kullanımının sosyal kimlik oluşumunda etkili olabileceği; bireylerin kimliklerini idealize ederek sunuyor olabilecekleri; hem ailenin hem de internetin birer sosyalizasyon ajanı olarak sosyal kimlik gelişiminde eşit derecede etkili olabileceği, fakat iletişim konusunda internetin aileye göre görece olarak daha baskın olduğu; bireylerin sosyal kimliklerini olumlama ihtiyacı hissettikleri; bireylerin aileden yeterli desteği göremediğinde internet ortamındaki sosyal gruplarla daha fazla etkileşime geçebileceği ortaya çıkmıştır. Ayrıca çalışmanın temel

hipotezlerinden “Sosyalizasyon sürecinde sosyal kimliklerin oluşması ile internet bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kısmen doğrulanmıştır. Zira Çalışmada kendisini dini ve etnik anlamda belli bir sosyal gruba ait hisseden kişilerin “çevrimiçi olma süresini artırmak isteme” alt ölçeğinden aldıkları puanların daha yüksek olduğu görülmüştür.

Bir diğer hipotez olan “sosyalizasyon sürecinde sosyal kimliklerin oluşması ile internet kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi doğrulanmıştır. Çünkü örnekleme aitlik hissettikleri sosyal gruplara dair bilgilerini hangi kanallardan edindikleri sorulduğunda, en fazla “internette yaptığım araştırmalardan” cevabının işaretlendiği; örneklemin kendisini ait hissettiği sosyal gruplarla ne şekilde iletişime geçtiği sorgulandığında ise sosyal medya seçeneği işaretleyenlerin sayısı diğerlerine göre fazla çıkmıştır.

“Gençlerin sosyal medyada üye oldukları sosyal gruplar üzerinde ailelerin sosyal kimlik algısı etkilidir” hipotezi ise doğrulanmamıştır. Çünkü gençlerin kendilerinin ait hissettikleri sosyal kimlikler ile ailelerinin hissettikleri arasında farklılık ortaya çıkarken, örneklemin ailesinden gizlediği veya ailesinin bilgisinin olmadığı bir sosyal gruba aitlik hisseden kısmının da “çevrimiçi olmayı günlük hayata tercih etme” alt ölçeğinden aldıkları puanların daha yüksek olduğu görülmüştür.

Bir diğer hipotez olan “sosyalizasyon sürecinde sosyal kimliklerin oluşması ile aile ile sosyal ilişkiler arasında anlamlı ilişki vardır” hipotezi ise kısmen doğrulanmıştır. Çünkü gençler ile ailelerinin kendilerini hangi gruplar üzerinden tanımladıkları farklılık göstermesine rağmen, örnekleme aitlik hissettikleri sosyal gruplara dair bilgilerini hangi kanallardan edindikleri sorulduğunda, en çok “internette yaptığım araştırmalardan” seçeneği işaretlemiş, daha sonra ise “ailemden” seçeneği işaretlenmiştir. Örnekleme bilgi edinme açısından bu seçenekleri sıralamaları istendiğinde ise aile ve internetin yüzdelerinin neredeyse eşit olduğu görülmüştür.

Öneriler

- Bu çalışma Y Nesli’nin yaş aralığını Türkiye örneğinde yalnızca teknoloji kullanımını referans alarak tahmin etmeye çalışmıştır. Bu nedenle tam bir yaş aralığının belirlenebilmesi için Y Nesli olarak adlandırılan bireylerin siyasi görüşleri, yeme-içme ve giyim alışkanlıkları, müzik zevkleri, iş ve meslek seçimi, vb. gibi birçok farklı değişkenin bir arada değerlendirilmesi gerekmektedir. Yapılacak yeni çalışmalarla bu hususların da incelenmesi olaya çok yönlü bir bakış açısı sunacaktır.

- Yapılan bu çalışma erkeklerin internet bağımlılık puanlarının kadınlara oranla daha fazla olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. “dijital cinsiyet açığı” kavramı bu durumu ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Bu çalışma dijital cinsiyet açığının Türkiye’de yaşayan gençlerde de görüldüğüne işaret etmektedir, fakat bu durumun altında yatan sebeplerin neler olduğu bu çalışmanın konusu dışındadır. Yapılacak olan diğer çalışmalar bu durumun nedeni/nedenlerinin ortaya konulması açısından katkı sağlayacaktır.
- Çalışma, kendisini dini ve etnik anlamda herhangi bir sosyal gruba aitlik hissedен gençlerin internet bağımlılık puanlarının yüksek olduğuna işaret etmektedir. Çalışmada bu durumun altında yatan sebepler diğer bulgularla birlikte değerlendirilip yorumlanmıştır, fakat bu durumun gerçek sebeplerinin sonraki araştırmalarda ele alınması faydalı olacaktır.
- Bu çalışma teknoloji bağımlılığı ve sosyal kimlik oluşumuna dair nicel bir çalışmadır. Bu konu nitel bir çalışma ile desteklenerek, sosyal kimlik oluşumunda teknolojinin etkisinin derinlemesine görüşmelerle incelenmesi, bu durumun altında yatan sebepleri anlamak açısından yarar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, H. Z. ve Ekşisi, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (19), 165-182.
- Acier, D. and Kern, L. (2011). Problematic Internet Use: Perceptions Of Addictions Counsellors. *Computers and Education*, 56, 983-989.
- Aktepe, E., Olgaç Dünder, N., Soyöz, Ö., Sönmez, Y. (2013). Possible Internet Addiction In High School Students In The City Center Of Isparta And Associated Factors: A Cross-Sectional Study. *The Turkish Journal Of Pediatrics*, 55, 417- 425.
- Altıntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (1), 203-212.
- Arar, T. ve Yüksel, H. (2015). How To Manage Generation Z In The Business Life. *JGEMBR*, 4 (4), 195-202.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar* (1), 55-67.
- Aronson, J. (1997). Women, Addiction and Sexuality. Straussner L. And Zelvin, E. İçinde, *Gender Issues in Addiction: Men and Women in Treatment*.
- Arslan Cansever, B. (2010). *Ergenlerin Toplumsallaşmasında İnternet Kullanımının Aile ve Okul Bağlamında Yarattığı Sorunlar*. Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Aslan, E. ve Yazıcı, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve İlişkili Sosyodemografik Faktörler. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 19, 109 – 117.
- Aslan, S. (2011). *Akademisyenlerde İnternet Bağımlılık Düzeyleri ve Buna Bağlı Oluşabilecek Sağlık Sorunları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Avcıoğlu, G.Ş. (2011). Yapısal Kimlikten Seçimlik Kimliğe: Kimliğin Medya Aracılığıyla Yeniden Üretimi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8 (2), 359-370.
- Ayas, T. ve Horzum, M. B. (2013). İlköğretim Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Aile Tutumu. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (39), 46- 57.

- Ayaz, O. (2015). *Sosyal Medya ve Din*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Yıldırım Beyazıt Üniversitesi.
- Balcı, Ş. ve Gülnar, B. (2009). Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili. *Selçuk İletişim Dergisi*, (6),1.
- Balkan, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Bilgisayar – İnternet Bağımlılığı ve Aile Fonksiyonları Arasındaki İlişki. *E- Journal Of New World Science Academy*, (6) 1, 231 – 239.,
- Baran, M. (2014). *Y Kuşağının Zorunlu Askerlik Hizmetinden Beklentilerinin Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Harp Akademileri Atratejik Araştırmalar Enstitüsü.
- Baştürk Akça, E. ve Kaya, B. (2016). Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Perspektifinden Dijital Bölünme ve Farklı Yaşamlar. *Intermedia International E-Journal*, 3 (5), 301- 319.
- Bayhan, V. (2011). Lise Öğrencilerinde İnternet Kullanma Alışkanlığı ve İnternet Bağımlılığı (Malatya Uygulaması). *Akademik Bilişim '11. XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*.
- Bayraktar, R. (2013). *Sosyalleşme Sürecinde 14-18 Yaş Grubu Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Eğilimleri ve Alışkanlıkları: Kayseri İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Bayraktutan, F. (2005). *Aile İçi İlişkiler Açısından İnternet Kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Berger, P. L. And Lucmann, T. (1967). *The Social Construction Of Reality: A Treatise In The Sociolgy Of Knowledge*. England: Penguin Books.
- Bernal, J. D. (2009). *Tarihte Bilim*. Cilt 2. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- Berkup, S. B. (2014). Working With Generationsx And Y In Generation Z Period: Menegament Of Different Generations In Bussiness Life. *Mediterranean Journal Of Social Sciences*, 5 (19), 218-229.
- Bilgi Bankası (2015). İnternetin Tarihçesi. 14.11.2017 tarihinde Arma Web Agency: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:İiE5Eg8vwsoJ:www.armaweb.com.tr/internetintarihcesi.htm+&cd=3&hl=tr&ct=clnk&gl=tr> .

Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*. Ankara: Aşina Kitaplar.

Birkök, M. C. (1994). *Bilgi Sosyolojisi Işığında Kimlik Sorunu*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

Blachnio, A., Przepiorka, A., Durak, E. S., Durak, M., Sherstyuk, L. (2017). The Role Of Personality Traits In Facebook And Internet Addictions: A Study On Polish, Turkish, Ukrainian Samples. *Computers In Human Behaviour*, 68, 269 – 275.

Block, J. J. (2008): Issues For DSM-V: Internet Addiction. *The American Journal of Psychiatry*, (165)3, 306-307.

Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Komarova, Y. and Solnet, D. (2013). :Understanding Generation Y and Their Use of Social Media: A Review and Research Agenda. *Journal of Service Menagement*, 24 (3), 245-267.

Bonnaire, C. and Phan, O. (2017). Realtionships Between Parental Attitudes, Family Functioning And Internet Gaming Disorder In Adolescents Attending School. *Psyhiatry Research*. No: 255. 104-110.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, O. E., Karadeniz, S., Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.

Can, İ. (2013). Ailenin Tarihsel Gelişimi: Dünyü, Bugünü ve Yarını. Aydın, M. İçinde, *Sistematik Aile Sosyolojisi*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Canoğulları, Ö. (2014). *İnternet Bağımlılık Düzeyleri Farklı Ergenlerin Cinsiyetlerine Göre Psikolojik İhtiyaçları, Sosyal Kaygıları ve Anne Baba Tutum Algılarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.

Cansel, E. (1991). Sosyal Devlet ve Aile T.C. Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu. Aile Yazıları 2. Kültürel Değerler ve Sosyal Değişme. *Bilim Dergisi*. 5 (2). (Dikeçliçil, B. ve Çiğdem, A. Der.). Aile Araştırmaları Kurumu Başkanlığı Yayınları.

Cao, F., Su, L. (2007). Internet Addiction Among Chinese Adolescent: Prevelence And Psychological Features. *Child Care, Health And Development*, 33 (3), 275- 281.

Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet Use And Psychological Well Being: Development Of A Theory- Based Cognitive- Behavioral Measurement Instrument. *Computers In Human Behavioral*, 18, 553-575.

Caplan, S. E. (2003). Prferance For Online Social İnteraction: A Theory Of Problematic İnternet Use And Psychological Well- Being. *Communication Research*, 30 (6), 625-648.

Caplan, S. E. (2005). A Social Skill Account Of Problematic İnternet Use. *Journal Of Communication*, 721- 736

Castells, M. (2008a). *Kimliğin Gücü*. (Ebru Kılıç, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Castells, M. (2008b). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. (Ebru Kılıç, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cengizhan, C. (2005). Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımında Yeni Bir Boyut: İnternet Bağımlılığı. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* (22), 83-98.

Ceyhan, A. A. (2011a). Ergenlerin Problemlı İnternet Kullanım Düzeylerinin Yordayıcıları. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 18 (2), 85 – 95.

Ceyhan, A. A. (2011b). İnternet Kullanma Temel Nedenlerine Göre Üniversite Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımı ve Algıladıkları İletişim Beceri Düzeyleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11 (1), 59- 77.

Ceyhan, E., Ceyhan, A. A., Gürcan, A. (2007). The Validity And Reliability Of The Problematic İnternet Usege Scale. *Educational Science: Theory & Practice*, 7 (1), 411-416.

Chen, L., Nath, R. (2016). Undestanding The Underlying Factors Of İnternet Addiction Across Cultures: A Comparison Study. *Electronic Commerce Research And Applications*, 17, 38- 48.

Chirita, V., Chirita, R., Stefanescu, C., Ilınca, M. and Chele, G. (2007). Pathological İnternet Use Among Romanian Children And Teenagers. *European Psychiatry*, 22(1), 184.

Chou, C., Condron, L., and Belland, J. C. (2005). A Review Of The Research On İnternet Addiction. *Educational Psychology Review*, 17(4), 363-388.

- Coser, A. L. (2008). *Sosyolojik Düşüncenin Ustaları: Tarihsel ve Toplumsal Bağlamlarında Fikirler*. (Himmet Hülür, Serhat Toker, İbrahim Mazman, Çev.). Ankara: De Ki Basım Yayım Ltd. Şti.
- Coştu, Y. (2009). Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Merkezi*, 9 (3), 117-140.
- Creswell, J.W. (2014). *Araştırma Deseni*. Ankara: Eğiten Kitap.
- Crumpacker, M. And Crumpacker, J. M. (2007). Succession Planning and Generational Stereotypes: Should HR Consider Age-Based Values and Attitudes a Relevant Faktor or a Passing Fad? *Public Personel Menagement*, (36) 4.
- Çakır Balta, Ö. ve Horzum, M. B. (2008). İnternet Bağımlılığı Testi. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama Dergisi*. 7 (13), 87-102.
- Çelebi, N. (2007). *Sosyoloji Notları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çetin, S. (2013). *Aile İçi İletişime Facebook'un Etkisi: Kütahya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.
- Çobanoğlu, E. ve Dirsehan, T. (2017). Y Kuşağı Tüketiciler Tarafından Kullanılan Çeşitli Sosyal Ağ Sitelerinin (SAS) Belirleyicilerine Yönelik Ampirik Bir İnceleme. *Dergipark*, 12 (47), 85-109.
- Davis, R.A. (2001). A Cognitive- Behavioral Model Of Pathological Internet Use. *Computers In Human Behavior*, 17, 187-195.
- Deal, J.J.Altman, D. G., Rogelberg, S G. (2010). Millenials At Work: What We Know And What We Need To Do (If Anything). *J Bus Psychol*, 25, 191-199.
- Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal Kimlik Kuramı: Temel Kavram ve Varsayımlar. *İletişim Araştırmaları*, 1(1), 123-144.
- Dhir, A., Chen, S. and Nieminen, M. (2015). Predicting Adolescent Internet Addiction: The Roles Of Demographics, Technology Accessibility, Unwillingness To Communicate And Sought Internet Gratifications. *Computers In Human Behaviour*, 51, 24- 33.

- Dilmen, N. E. ve Öğüt, S. (2010). Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları (New Face of Socialization: Social Networks). *International Conference of New Media and Internactivity*. İstanbul: Marmara, 237- 241.
- Dinicola D.M. (2004). *Pathological İnternet Use Among College Students: The Prevalence Of Pathological İnternet Use And İts Correlates*. Doctoral Dissertation, Ohio University, United State Of America.
- Doğan, A. (2013). *İnternet Bağımlılığı Yaygınlığı*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Douglas, A.C. Et All (2008). Internet Addiction: Meta-Synthesis Of Qualitative Research Fort He Decade 1996-2006. *Computers İn Human Behaviour*, 24, 3027- 3044.
- Durak Batıgün, A. ve Hasta, D. (2010). İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Kişiler Arası İlişki Tarzları Açısından Bir Değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11, 213-219.
- Durak Batıgün, A. ve Kılıç, N. (2011). İnternet Bağımlılığı İle Kişilik Özellikleri, Sosyal Destek, Psikolojik Belirtiler ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26 (67), 1-10.
- Dye, A. L. B. and Akpojivi, U. (2016). South African Generation Y Students' Self Disclosure On Facebook. *South African Journal Of Psychology*, 46 (1), 114-129.
- Edmunds, J. and Turner, B.S. (2002). *Generations, Culture And Society*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Edmunds, J. and Turner, B.S. (2005). Global Generations: Social Change İn The Twentieth Century. *The British Journal Of Sociology*. 56 (4).
- Egger, O. and Rauterberg, M. (1996). Internet Behaviour and Addiction. *Work and Organisaitonal Psychology Unit (IfAP)*, Swiss Fderal Institute of Technology (ETH) Zurich.
- Erdoğan, Z. (2015). *Exploring Generation Y Via Their Attitudes Towards Economy, Education And Marriage*. Master Thesis. İstanbul: Boğaziçi University.
- Esen, E. ve Siyez, D. M. (2011). Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (36), 127 - 138.

Farquhar, L. (2012). Performing And Interpreting Identity Through Facebook Imagery. *Convergence: The International Journal Of Research Into New Media Technologies*, 19 (4), 446-471.

Fichter, J. (2009). *Sosyoloji Nedir*. (Nilgün Çelebi, Çev.). Anakra: Anı Yayıncılık.

Gardner, H. and Davis, K. (2013). *The App Generation: How Today's Youth Negate Identity, Intimacy And Imagination In A Digital World*. New Haven And London: Yale University Press.

Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Goffman, E. (2009). *Günlük Hayatta Benliğin Sunumu*. (Barış Cezar, Çev.). İstanbul: Metis Yayıncılık.

Goldberg, I. (1996). Goldberg's Message. Goldberg: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/supportgp.html> .

Görgün Baran, A. (2008). Yaşlılıkta Sosyalizasyon ve Yaşam Kalitesi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 2, 86-97.

Griffits, M. and Dancaster, I. (1995). The Effect Of Type A Personality On Physiological Arousal While Playing Computer Games. *Addictive Behaviors*, 20 (4), 543-548.

Griffits, M. and Widyanto, L. (2007). Internet Addiction: Does It Really Exist? (Revisited). In Gackenbach, J. (ed.) *Psychology and the Internet: Intrapersonal, Interpersonal and Transpersonal Applications*. Second Edition. P: 141- 163. New York: Academic Press.

Gündüz, Ş. ve Şahin, Ş. (2011). Internet Usage And Parent's Views About Internet Addiction. *International Journal Of Human Science*, 8 (1).

Günindi Ersöz, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanma Alışkanlıkları: Sosyoloji Bölümü Öğrencileri. *Sosyoloji Konferansları*, 53, 303-326.

Haberli, M. (2012). Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 3, 118-134.

Habibi, A., Danesh, P., Mazandarani, M. J. Z. (2015). The Relationship Of Family Function With Internet Addiction Among Girl High School Students In Malard. *Mediterranean Journal Of Social Sciences*. MCSER Publishing, 6 (4), 3.

- Halley, P. Patrao, I. M. and Griffiths, M. D. (2014). Portuguese Validation Of The Internet Addiction Test: An Empirical Study. *Journal Of Behavioral Addictions*, 3 (2), 107- 114.
- Hansen, J. I. C. and Leuty, M. E. (2012). Work Values Across Generations. *Journal Of Career Assessment*, 20 (1), 34-52.
- Hogg, M.A. and Ridgeway, C.L. (2003). Social Identity: Sociological And Socio Psychological Perspectives. *Social Psychology Quarterly*, 66(2), 97-100.
- Howe, N., and Strauss, W. (1997). *The Fourth Turning: An American Prophecy*. New York: Broadway Books.
- Howe, N., and Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. USA: Vintage Books.
- Hyman, H. H. and Singer, E. (1968). *Readings In Reference Group Theory And Research*. P: 3-21. New York: Free Press.
- Jeager, H. (1985). Generations In History: Reflections On An Controversial Concepts. *History And Theory*, 24 (3), 273-292.
- Kadioğlu, Z. K. (2013). Kitle İletişim Araçlarının Şekillendirdiği Sosyal Kimlikler ve Aidiyet Duygusu Ekseninde Tüketici Davranışları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2 (45), 101-114.
- Kağıtçıbaşı, Ç. ve Cemalcılar, Z. (2014). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş*. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kalmus, V. (2012). Does It Matter What Mama Says: Evaluating The Role Of Parental Mediation In European Adolescents' Excessive Internet Use. *Children And Society*, 29, 122-133.
- Kapoor, C., Solomon, N. (2011). Understanding And Managing Generational Differences In The Workplace. *Worldwide Hospitality And Tourism Themes*, 3 (4), 308-318.
- Kayacan, E. (2016). *X ve Y Kuşaklarının Motivasyon Kaynakları: Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

- Kayis, A. R., Satıcı, S. A., Yılmaz, M.F., Şimsek, D., Ceyhan, E., Bakioğlu, F. (2016). Big Five Personality Trait And Internet Addiction. A Meta Analytic Review. *Computers In Human Behaviour*, 63, 35 -40.
- Kayri, M., Günüş, S. (2009). İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması: Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması. Ankara University, *Journal Of Faculty Of Educational Science*, 42 (1), 157-175.
- Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 129-139.
- Kır, İ. ve Sulak, Ş. (2014). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (51), 150- 167.
- Kıran Esen, B. (2009). Çeşitli Değişkenlere Göre Ergenlerde İnternet Bağımlılığının Yordanması. *E – Journal Of New World Science Academy*, 4 (4), 1331 -1341.
- Kırık, A. M. (2014). Aile ve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri: Nitel Bir Araştırma. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 32.
- Korkut, K. (2016). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Yoluyla Geliştirdiği Tutumlar. Sakarya/ Kaynarca Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Kupperschmidt, B.R. (2000). Multigeneration Employees: Strategies For Effective Menagement. *The Health Care Manager*, 19 (1), 65-76.
- Kuru, İ. (2014). *Y Kuşağı ve İş Yaşam Dengesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi.
- Kurt, A. (2012). *Din Sosyolojisi*. İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Kuyucu, M. (2014). Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (49), 55-83.
- Lancaster, L. C. (2004). When Generaitons Collide: How To Solve The Generational Puzzle At Work. *The Menegament Forum Series*, March, 2017.
- Lancaster, L. C. And Stillman D. (2002). *When Generations Collide*. New York: Harper Collins Publishers.

Lee, D.H. (2013). Smartphones, Mobile Social Space, And New Sociality In Korea. *Mobile Media And Communication*, 1 (3), 269- 284.

Liang, L., Zhou, D., Yuan, C., Shao, A., Bian, Y. (2016). Gender Differences In The Relationship Between Internet Addiction And Depression: A Cross-Lagged Study In Chinise Adolescents. *Computers In Human Behaviour*, 64, 463 – 470.

Lichy, J. (2012). Towards Asn International Culture: Gen Y Students And SNS. *Active Learning In Higher Education*, 13 (2), 101- 116.

Lower, J. (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y. *Critical Care Nurse* (28)5, 80-85.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Meier, J. (2010). Generation Y In The Workforce: Managerial Challenges. *The Journal Of Human Resource And Adult Learning*, 6 (1), 68-78.

Miloceta, J. (2012). Generation Z Teens Streotyped as “Lazy and Unaware”. 13.02.2018 Tarihinde HUFFPOST: https://www.huffingtonpost.com/2012/03/06/apathetic-teens-generation_n_1323577.html

Müezzın, E. (2010). The Relationship Between Computer- İnternet Addiction And Family Functions. *International Technology Conference*. Conference Paper.

Myers, K. K. and Sadaghiani, K. (2010). Millenials In The Workplace: A Communication Perspective On Millenials’ Organizational Relationship And Performance. *J Bus Psychol*, 25, 225-238.

Openstax College (2012). Rice University. Houston, Texas.

Orta Doğu Teknik Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı (2005). Türkiye’de İnternet. 14.11.2017 tarihinde ODTÜ BİDB: <http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php> .

Ortega Y Gasset, J. (1961). *The Modern Theme*. New York, Evanston And London: Harper Torchbooks The Academy Library.

Özdemir, Ş. Vatandaş, C., Torlak, Ö. (2009). Aile ve Toplum: *Sosyal Problemleri Çözmede Aile Yaşam Döngüsünün Önemi Eğitim Kültür ve Araştırma Dergisi*.. Yıl: 11, 4(16).

Özdemir, Z. (2015). Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 112-131.

Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. *KKEFD/JOKKEF* 15, 394-422.

Palfrey, J. and Gasser, U. (2008). *Born Digital: Understanding The First Generation Of Digital Natives*. New York: Basic Books.

Pontes, M. H., Griffiths, M. M., Patrao, I. M. (2014). İnternet Addictions And Loneliness Among Children and Adolescents İn The Education Setting: A Pilot Study. *Aloma* 32(1), 91-98.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *MCB University Press*, (9) 5.

Punch, K.F. (2005). *Sosyal Araştırmalara Giriş, Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Read, P. Shah, c., O'Brien, L. S., Woolcott, J. (2012). "Story Of One's Life And A Three Of Friends": Understanding Millenials' Information Behaviour İn Social Networks. *Journal Of Information Science*, 38 (5), 489-497.

Reeves, T. C. and Oh, E. (2008). Generational Differences. Spector, M. J. at all.(ed.) in *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.

Ritzer, G. (2011). *Sosyoloji Kuramları*. (Himmet Hülür, Çev.). Ankara: De Ki Basım Yayım Ltd. Şti.

Rosen, B. C. (2001). *Masks And Mirrors: Generation X And The Chamaleon Personality*. London: Praeger Publishers.

Sargın, N. (2012). İnternet Addiction Among Adolescence. *Educational Search And Review*, 7 (27), 613- 618.

Sever İşçimen, D. (2012). *Y Kuşağı Çalışanlarının İş Yaşamından Beklentilerinin Karşılama Düzeyi İle Kurumsal Bağlılıklarındaki İlişki ve Bir Örnek Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi.

Shaw, S. and Fairhurst D. (2008). Engaging a New Generation of Graduates. *Education and Tarining* (50)5, 336- 378.

Shields, N. and Kane, J. (2011). Social And Psychological Correlates Of Internet Uses Among College Students. *Cyberpsychology. Journal Of Psychological Research On Cyberspace*, 5(1).

Slattey, M. (2012). *Sosyolojide Temel Fikirler*. (Özlem Balkız, Gülhan Demiriz,Hacer Harlak, Cevdet Özdemir, Şebnem Özkan, Ümit Tatlıcan Çev.). Bursa: Sentez Yayıncılık.

Smola, K. W. and Sutton, C.D. (2002). Generational Differences: Revisiting Generational Work Values For The New Millenium. *Journal Of Organizational Behavioral*, 23, 363-382.

Smahel, D. B., Brown, B.B. and Blinka L. (2012). Associations Between Online Friendship and Internet Addiction Among Adolescents and Emerging Adults. *Developmental Psychology*, 48 (2). 381- 388.

Sözen, E. (1991). Sosyal Kimlik Kavramının Sosyolojik ve Sosyal Psikolojik bir incelemesi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 23(1), 93-108.

Spiro, C. (2006). Generation Y in The Work Place. *Defense AT&L*, 16- 19.

Strauss, W. and Howe, N. (1991). *Generations: The History Of America's Future, 1584 To 2069*. New York: Harper Perennial.

Sütlüoğlu, T. (2014). *Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Syed, S. A., Nik Mohd, H. N. H., Maisarah, A., Che Aniza, C. W., Sallehuddin, M. N. And Nor, A. O. (2014). Negative And Positive Impact Of Internet Addiction On Young Adults: Empericial Study In Malaysia. *Intengible Capital*, 10(3), 619-638

Şahin, B. (2005). *Yöneticilerin Sosyal Sorumlulukları Üzerinde Ailelerinin Etkisi: Ankara Elektronik Sanayi Örneği*. Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

Şenormancı, Ö., Şenormacı, G., Güçlü, O. and Konkan, R. (2014). Attachment And Family Functioning In Patients With Addiction. *Generel Hospital Psyhiatry*, 36 (2), 203-207.

Tajfel, H. (1978). *Social Categorization, Social Identity And Social Comparison. Differentiation Between Social Groups: Studies in The Social Psychology Of Intergroup Relations*. London: Academic Press.

Tajfel, H. and Turner, J. C. (1979). *The Social Psychology of Intergroup Reations. William G. A. And Worchel, S., in An Integrative Theory of Intergroup Conflict*. CA: Brooks/Cole Pub. Co.

Tajfel, H. (1982). Social Psychology of Intergroup Reations. *Annual Reviews Psycholyg* 33, 1-39.

Tekinaslan, M. and Gurer, M. D. (2011). Problematic Internet Use Among Turkish University Students: A Multidimensional Investigation Based On Demographics And Internet Activities. *International Journal Of Human Sciences*, 8 (1), 1028-1051.

Taşlıyan, M. Eyitmiş, A. M., ve Gündoğdu, E. (2014). Y Kuşağı İl Yaşamından Ne Bekliyor. *Antalya: 2. Uluslar Arası İş ve Meslek Danışmanlığı Kongresi*.

Tokgöz Bakıroğlu, C. (2013). *Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları*. XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 2. Cilt. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

Tolbize, A. (2008). *Generational Differences In The Workplace*. Research And Training Center On Community Living. University Of Minnesota.

Topgül, Ç. T. (2015). *Y Nesli Üzerine Sosyolojik Bir Analiz*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

Tsitsika, A., Tzavela, E., Mavromati, F. and The EU NET ADB Consortium (2012). *Research on Internet Addictive Behaviours Among European Adolescents*. Funded by the European Union. Safer Internet Plus.

Tural, S. K. (1990). Benlik, Kimlik ve Kişilik Üzerine Notlar. *Milli Folklor Dergisi*, 8, 28-31.

Turan, Y. (2016). Sosyal Medyanın Kimlik Gelişimindeki Rolü. *Uluslar Arası Kişilik ve Karakter İnşasında Dinin Yeri Sempozyumu*, 399-420.

Türk Dil Kurumu (26. 09. 2006). Dijital. 23.06.2018 tarihinde TDK: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b2e12fa513925.41135692 .

Türk Dil Kurumu (26. 09. 2006). Kuşak. 15. 08. 2017 tarihinde TDK: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a0e20d0caa4d3.12074038 .

Türk Dil Kurumu (26. 09. 2006). Teknoloji. 11. 11. 2017 tarihinde TDK: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a0e05c24066f2.71897532 .

Uğuz Arsu, Ş. (2014). *Y Kuşağını İşe Alma ve İşte Tutma Stratejileri: Gaziantep İlinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Aksaray: Aksaray Üniversitesi.

Van Dijck, J. (2013). You Have One Identity: Performing The Self On Facebook And LinkedIn. *Medica, Culture And Society*, 35 (2), 199-215.

Varol, S.F. (2014). Medyada Yer Alan Temsillerin Kimlik Edinme Sürecindeki Rolü. *International Journal Of Social Science*, 26, 301-313.

Wanajak, K. (2011). *Internet Use And Its Impacts On Secondary School Studnets In Chiang Mai, Thailand*. Doctorates Theses. Faculty Of Computing, Helath An Science Edith Cowan Universtiy.

Wu, X. S., Zhang, Z. H. ve Diğerleri (2016). Prevalence Of Internet Addiction And Its Association With Social Support And Other Related Factors Among Adolescents In China. *Journal Of Adolescence*, 52, 103-111.

Yanmış, M. ve Kahraman, B. (2013). Gençlerin Dini ve Etnik Kimlik Algısı: Diyarbakır Örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8 (2), 117-153.

Yeşil, Y. ve Fidan, F. (2017). Türkiye’de Y Kuşağının E-İletişim Kullanımı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Balkan ve Yakındoğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1), 100-109.

31. Young, K. S. (1998). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder, *CyberPsychology & Behavior*, 1 (3), 237-244.

Young, K. S. Yue, X. D. and Ying, L. (2011). Understanding Internet Behaviour And Addiction. Young, K. S. And Nabuco De Abreu, C. (Ed.) In *Internet Addiction: A Handbook And Guide Evaluation And Treatment* . John Wiley And Sons, Inc.

Zhou, Y., Li, D., Jia, J., Li, X., Zhao, L., Sun, W. (2017). Interparental Conflict And Adolescent Internet Addiction: The Mediating Role Of Emotional İnsecurity And The Moderating Role Of Big Five Personality Traits. *Computers In Human Behaviour*, 73, 470 - 478.

Zimmerman, B. (2010). Mentoring The Millenials. *NASN School Nurse*, 25(1), 12.

Zopiatis, A. At All (2012). Y-Ers, X-Ers And Boomers: Investigating The Multigenerational (Mis)Perceptions In The Hospitality Workplace. *Tourism And Hospitality Research*, 12 (2), 101-121.

Zorbaz, O. ve Tuzgöl Dost, M. (2014). Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Cinsiyet, Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29 (1), 298- 310.

EK1: ANKET FORMU**“Y NESLİNİN TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI ve TOPLUMSAL İLİŞKİLER ARAŞTIRMASI”
ANKET FORMU****1. Cinsiyetiniz:**

1 () Kadın

2 () erkek

2. Doğum tarihiniz (yıl olarak):.....**3. Kaçınıcı sınıftasınız?**

1 () Hazırlık

2 () 1. Sınıf

3 () 2. Sınıf

4 () 3. Sınıf

5 () 4. Sınıf

4. Hangi fakültede okuyorsunuz?

1 () edebiyat fakültesi

2 () mühendislik fakültesi

5. Doğum yeriniz?

1 () il

2 () ilçe

3 () köy

4 () yurt dışı

5 () diğer (belirtiniz):.....

6. Anne ve babanız hayatta mı?

1 () evet

2 () hayır

7. Anne ve babanızın evliliği hala devam ediyor mu?

1. () Evet

2 () hayır

8. Cevabınız hayır ise siz kaç yaşındayken ayrıldılar?.....**9. Anne ve babanızın eğitim durumu nedir?**

No:	Eğitim durumu	Anne	Baba
1	Okur-yazar değil		
2	İlkokul mezunu		
3	Ortaokul mezunu		
4	Lise mezunu		
5	Üniversite mezunu		
6	Yüksek lisans / doktora mezunu		

10. anne ve babanızın aylık geliri ortalama ne kadardır?

- 1 () 0-1000 TL 2 () 1001-2000 TL 3 () 2001- 3000 TL 4 () 3001- 4000TL
- 5 () 4001-5000 TL 6 () 5001 TL ve üzeri

11. Anne ve babanız ne iş yapıyor/ yapıyordu?

No:	Meslek Grupları	Anne	Baba
1	Üst düzey yöneticiler, serbest meslek sahipleri		
2	Orta düzey yöneticiler, doktorlar, avukatlar, mühendisler, öğretim üyeleri		
3	Danışmanlar, uzmanlar, öğretmenler, araştırma görevlileri		
4	Memur, sekreter		
5	Nitelikli işçiler		
6	Niteliksiz işçiler		
7	Emekliler, ev kadınları ve işsizler		

12. Üniversiteye başlamadan önce kiminle / nerede yaşıyordunuz?

- 1 () ailemle
 2 () akrabalarım
 3 () arkadaşlarımla evde
 4 () yurttan
 5 () tek başıma
 6 () diğer (belirtiniz):.....

13. Şu anda kiminle / nerede yaşıyorsunuz?

- 1 () ailemle
 2 () akrabalarım
 3 () arkadaşlarımla evde
 4 () yurttan
 5 () tek başıma
 6 () diğer (belirtiniz):.....

14. İlk kez bir cep telefonunu kaç yaşında kullandınız?

- 1 () 0-6 yaş 2 () 6-10 yaş 3 () 10-15 yaş 4 () 15+

15. İlk kez kaç yaşında bir cep telefonuna sahip oldunuz?

- 1 () 0-6 yaş 2 () 6-10 yaş 3 () 10-15 yaş 4 () 15+

16. İlk kez bir bilgisayarı kaç yaşında kullandınız?

- 1 () 0-6 yaş 2 () 6-10 yaş 3 () 10-15 yaş 4 () 15+

17. İlk kez kaç yaşında bir bilgisayara sahip oldunuz?

- 1 () 0-6 yaş 2 () 6-10 yaş 3 () 10-15 yaş 4 () 15+

18. İlk kez kendinize veya ailenize ait bir oyun konsolunu (Atari, playstation, vb.) kaç yaşında edindiniz?

- 1 () 0-6 yaş 2 () 6-10 yaş 3 () 10-15 yaş 4 () 15 yaş +

19. Kaç yıldır internet kullanıyorsunuz?

- 1 () 0-3 yıl 2 () 3-6 yıl 3 () 6- 10 yıl 4 () 10 yıl +

20. Günde ortalama kaç saat internet kullanıyorsunuz?

- 1 () 1 saatten az
2 () 1-2 saat
3 () 2-3 saat
4 () 3-4 saat
5 () 5 saat ve üzeri

21. İnternete bağlanmak için daha çok hangi cihazı kullanıyorsunuz?

- 1 () bilgisayar
2 () akıllı telefon
3 () tablet
4 () diğer (belirtiniz):.....

22. İnterneti hangi amaçla kullanırsınız? Lütfen sıralayınız.

- 1 () bilgi edinmek
2 () eğlenmek
3 () vakit geçirmek
4 () arkadaşlarla iletişimde olmak
5 () güncel olayları takip etmek
6 () e-postaları kontrol etmek
7 () oyun oynamak
8 () diğer (belirtiniz):.....

23. Sosyal Medya ağlarını kullanıyor musunuz (facebook, instagram, twitter, youtube, linkedIn, vb.)?

- 1 () evet
2 () hayır

24. Aşağıdaki sosyal medya ağlarından hangilerinde hesabınız bulunmaktadır? Lütfen en sık kullandığınızdan en az kullandığınıza doğru sıralayınız.

- 1 () facebook
2 () instagram
3 () twitter
4 () youtube
5 () linkedIn
6 () diğer (belirtiniz):.....

25. Sosyal medyaya girdiğinizde ortalama ne kadar süre geçirirsiniz?

- 1 ☐ 1 saatten az
- 2 ☐ 1-2 saat
- 3 ☐ 2-3 saat
- 4 ☐ 3-4 saat
- 5 ☐ 5 saat ve üzeri

26. Sosyal medya paylaşımlarınızın beğeni veya yorum alması sizin için ne derece önemli?

- 1 ☐ çok önemli
- 2 ☐ kısmen önemli
- 3 ☐ önemli değil

27. Ailenizde sizden başka sosyal medya hesabı olan var mı?

- 1 ☐ evet 2 ☐ hayır (soru 29'a geçiniz)

28. Sosyal medya hesaplarınızda anne baba veya kardeşlerinizden biri ekli mi?

- 1 ☐ evet (kimler)..... 2 ☐ hayır (nedenini belirtir misiniz?):.....

29. Aile üyeleriyle birlikteyken internette ne kadar vakit geçiriyorsunuz?

- 1 ☐ bütün zamanımı 2 ☐ bir kısmını 3 ☐ vakit geçirmiyorum

30. Aşağıda yer alan sosyal grupların hangilerine aitlik hissedersiniz? Lütfen önem sırasına göre numaralandırınız (1.. 2.. 3..).

- 1 ☐ dini
- 2 ☐ etnik
- 3 ☐ milli
- 4 ☐ farklı cinsiyet yönelim/ cinsel tercih
- 5 ☐ çeşitli hobi grupları (çiçekçilik, fotoğrafçılık, dağcılık,
- 6 ☐ Diğer (belirtiniz):.....

İlk üç sıraya yerleştirdiğiniz sosyal grupların karakteriniz üzerinde etkisi için ne söyleyebilirsiniz?

31.	1.sıradaki için	1 ☐ çok az etkili	2 ☐ kısmen etkili	3 ☐ oldukça etkili
32.	2.sıradaki için	1 ☐ çok az etkili	2 ☐ kısmen etkili	3 ☐ oldukça etkili
33.	3.sıradaki için	1 ☐ çok az etkili	2 ☐ kısmen etkili	3 ☐ oldukça etkili

34. Kendinizi bağlı hissettiğiniz sosyal gruplara karşı bilgilerinizi en çok nereden edirsiniz? Lütfen sıralayınız.

- 1 ☐ ailemden
- 2 ☐ gerçek hayattaki arkadaşlarımdan
- 3 ☐ sadece sosyal medya aracılığıyla iletişime geçtiğim kişilerden

- 4 ☐ öğretmenlerimden
- 5 ☐ okuduğum kitaplardan
- 6 ☐ internette yaptığım araştırmalardan
- 7 ☐ diğer (belirtiniz):.....

35. Aileniz kendisini en çok hangi sosyal grup ile tanımlar?

- 1 ☐ dini
- 2 ☐ etnik
- 3 ☐ milli
- 4 ☐ mesleki
- 5 ☐ farklı cins/ cinsel tercih
- 6 ☐ diğer (belirtiniz):.....

36. Ailenizin bilgisi dışında veya onaylamadığı herhangi bir sosyal gruba aitlik hissediyor musunuz?

- 1 ☐ evet
- 2 ☐ hayır (lütfen hangi grup olduğunu belirtir misiniz):.....

37. Kendinizi bağlı hissettiğiniz sosyal gruplarla iletişiminizi nasıl sağlarsınız?

- 1 ☐ aile üyeleri aracılığıyla
- 2 ☐ arkadaşlar aracılığıyla
- 3 ☐ sosyal medya üzerinden
- 4 ☐ hepsi ile

38. Sizin için en önemli olan sosyal grubun internet veya sosyal medya platformları üzerinde kurulmuş bir grubuna üyeliğiniz var mıdır? (Örneğin X köylüler, Y şehirli, Z dine mensup olanlar, X fan grubu, Y severler, vb.)

- 1 ☐ sosyal medyada bir grubu yok
- 2 ☐ evet, var; ama üye değilim
- 3 ☐ evet, var ve üyeyim

39. Bu gruptan aldığınız yorum ve beğeniler sizin için ne derece önemlidir?

- 1 ☐ çok önemli
- 2 ☐ kısmen önemli
- 3 ☐ önemli değil

40. Bu gruplara üyeliğinizden ailenizin bilgisi var mıdır?

- 1 ☐ evet
- 2 ☐ hayır (nedenini belirtir misiniz?):.....

41. Aile üyelerinizden en az biri sosyal medyadaki bu gruba da üye midir?

- 1 ☐ evet
- 2 ☐ hayır (nedenini belirtir misiniz?):.....

EK2: İNTERNET BAĞIMLILIĞI TESTİ

Soru	İFADELER	Nadiren	Arasıra	Sıklıkla	Çoğu Zaman	Her Zaman	Hiçbir Zaman
1	Hangi sıklıkla interneti samimi bir arkadaşınıza tercih ediyorsunuz?						
2	Hangi sıklıkla herhangi birisi çevrimiçi olarak ne yaptığınızı sorduğunda sır gibi saklar veya savunmaya geçersiniz?						
3	Hangi sıklıkla kendinizi tekrar çevrimiçi olacağınız vakti beklerken bulursunuz?						
4	Hangi sıklıkla eğer birileri siz çevrimiçi iken sizi üzerse kızgın davranır, bağırır, sağa sola vurursunuz?						
5	Hangi sıklıkla çevrimiçi değilken internetle avunur veya çevrimiçi olduğunuzun hayalini kurarsınız?						
6	Hangi sıklıkla çevrimiçi olduğunuzda birçok zaman kendi kendinize bir şeyler söylerken bulursunuz?						
7	Hangi sıklıkla ne kadar süre ile çevrim içi olduğunuzu saklamaya çalışırsınız?						
8	Hangi sıklıkla başkalarıyla dışarı çıkmak yerine çevrim içi daha fazla zaman harcamayı tercih edersiniz?						
9	Hangi sıklıkla niyetlendiğinizden daha fazla çevrim içi ortamda kalıyorsunuz?						
10	Hangi sıklıkla ailenizle ilgili işleri ihmal ederek çevrimiçi ortamda daha fazla kalıyorsunuz?						
11	Hangi sıklıkla yapmanız gereken bir işi yapmadan e-postalarınızı kontrol edersiniz?						
12	Hangi sıklıkla iş performansınız veya üretkenliğiniz internet yüzünden zarar görmektedir?						
13	Hangi sıklıkla internetsiz bir hayatın sıkıcı, boş ve zevksiz bir hayat olacağından korkarsınız?						
14	Hangi sıklıkla çevrimiçi harcadığınız zamanı kesmekle uğraşırsınız?						
15	Hangi sıklıkla çevrim dışı olduğunuzda kendinizi sinirli, huysuz ve mutsuz hissedip, internete bağlandığınızda bunların geçtiğini görürsünüz?						
16	Hangi sıklıkla çevrimiçi kullanıcı olan arkadaşlarla yeni ilişkiler geliştirirsiniz?						
17	Hangi sıklıkla hayatınızdaki diğer kişiler çevrimiçi harcadığınız zaman hakkında şikâyet etmektedirler?						
18	Hangi sıklıkla okul veya sertifika çalışmalarınız çevrimiçi olarak harcadığınız zaman süresi yüzünden zarar görmektedir?						
19	Hangi sıklıkla önceki gece internete geçirdiğiniz süreden dolayı uykusuz kalmış olursunuz?						

EK 3: ETİK KURUL RAPORU



T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
Rektörlük

02 Ocak 2018

Sayı : 35853172/ 433-25

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Enstitünüz Sosyoloji Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencilerinden **Işıl AVŞAR ARIK**'ın **Doç. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK** danışmanlığında yürüttüğü "**Y Neslinin (Gençliğin) Teknoloji Bağımlılığı ve Toplumsal İlişkiler**" başlıklı tez çalışması, Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun **19 Aralık 2017** tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Rahime M. NOHUTCU
Rektör a.
Rektör Yardımcısı

EK 4A: ORJİNALLİK RAPORU (Türkçe)



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 09/07/2018

Tez Başlığı / Konusu: Teknoloji Bağımlılığı ve Sosyal Kimlik Oluşumu: Y Nesli

Yukarıda başlığı/konusu gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 143 sayfalık kısmına ilişkin, 01/07/2018 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %3 'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orjinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

09.07.2018

Adı Soyadı: Işıl AVŞAR ARIK

Öğrenci No: N14220820

Anabilim Dalı: Sosyoloji

Programı: Sosyoloji

Statüsü: ☒ Y.Lisans ☐ Doktora ☐ Bütünleşik Dr.**DANIŞMAN ONAYI**

UYGUNDUR.

(Doç. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK)

EK 4B: ORIJİNALLİK RAPORU (İngilizce)



**HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
THESIS/DISSERTATION ORIGINALITY REPORT**

**HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
TO THE DEPARTMENT OF SOCIOLOGY**

Date: 09/07/2018

Thesis Title / Topic: Technology Addiction and Social Identity: Generation Y

According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options stated below on 01/07/2018 for the total of 143 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled as above, the similarity index of my thesis is 3 %.

Filtering options applied:

1. Approval and Declaration sections excluded
2. Bibliography/Works Cited excluded
3. Quotes excluded
4. Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

I respectfully submit this for approval.

09.07.2018

Name Surname: Işıl AVŞAR ARIK
Student No: N14220820
Department: Sociology
Program: Sociology
Status: ☒ Masters ☐ Ph.D. ☐ Integrated Ph.D.

ADVISOR APPROVAL

APPROVED.

(Doç. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK)