



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYAL MEDYANIN EŞLER ARASI İLİŞKİYE ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

Hülya KABADAYI

Danışman
Doç. Dr. Hasan YAVUZER

Nevşehir
Şubat 2022



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYAL MEDYANIN EŞLER ARASI İLİŞKİYE ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

Hülya KABADAYI

Danışman

Doç. Dr. Hasan YAVUZER

Nevşehir

Şubat 2022

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Tezi Hazırlayan

Hülya KABADAYI

TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“SOSYAL MEDYANIN EŞLER ARASI İLİŐKIYE ETKİSİ” adlı Yüksek Lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Hülya KABADAYI

Danışman

Doç. Dr. Hasan YAVUZER

Sosyoloji Ana Bilim Dalı BaŐkanı

Prof. Dr. Ensar ÇETİN

KABUL VE ONAY SAYFASI



SOSYAL MEDYANIN EŞLER ARASI İLİŞKİYE ETKİSİ

Hülya KABADAYI

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Şubat 2022

Danışman: Doç. Dr. Hasan YAVUZER

ÖZET

Gün geçtikçe teknoloji gelişmekte ve ilerlemektedir. Teknolojik aletler yaygınlaşmakta ve vazgeçilmez hale gelmektedir. Akıllı telefonlar günümüzün en önemli parçaları haline gelmiştir. Akıllı telefonlar ile yaygınlaşan uygulamalar da hayatımızda oldukça fazla yer edinmektedir. Özellikle sosyal medya uygulamaları günün her anında anlık olarak kullanılmaktadır. Sosyal medya özellikle iletişim ve haberleşme için kullanılmakla beraber hayatın her alanı ile ilgili olarak da kullanılması ile her geçen gün yaygınlık kazanmaktadır. Kullanım alanının genişlemesiyle bize dünyadaki pek çok gelişmeyi de takip etme olanağı sunmaktadır. Hayatın her alanında ve hemen her konuda kullanıldığı için sosyal medya kullanımı zamanla bağımlılık haline gelmektedir. Bu nedenle uzun süreli kullanımların beraberinde getirdiği birçok olumlu ve olumsuz etkiler vardır. Bu çalışmada tüm bu etkiler araştırılmış ve elde edilen veriler sosyolojik perspektif ile yorumlanmıştır.

Çalışmada sosyal medyanın hayatımıza girişiyle birlikte eşler arasındaki iletişimde, ilişkide ve sosyal hayatta değişim olup olmadığı, değişim olduysa ne yönde ve nasıl bir değişim olduğu araştırılmıştır. Araştırma 2021 yılında Nevşehir İl merkezinde yapılmıştır. Çalışma sadece evli ve sosyal medya kullanan bireylere uygulanmıştır. Sosyal medya kullanımının, eşler arasında ne gibi etkilere sahip olduğunu görmek amacıyla, 400 kişiye 35 sorudan oluşan bir anket form uygulanmıştır. 190 erkek ve 210 kadın tarafından cevaplanan anket soruları değerlendirmeye alınmıştır. Anket formlar rastgele örneklem tekniği ile uygulanmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesi için SPSS 21 programından faydalanılmıştır.

Verilerin analizinden sosyal medyanın eşler arası ilişkiye pek çok yönden olumsuz etki yaptığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Aile, İletişim, İnternet

EFFECT OF THE SOCIAL MEDIA ON THE RELATIONSHIP BETWEEN THE SPOUSES

Hülya KABADAYI

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences

Department of Sociology, Master's Degree, February 2022

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Hasan YAVUZER

ABSTRACT

The technology develops and advances day by day. The technological tools become widespread and indispensable. The smartphones have become today's most important part. The applications, becoming popular with the smartphones, have gained quite a place in our lives. Especially the social media applications are instantly used at any time of the day. Despite the social media is especially used for the communication, it has gained popularity day by day with its use in every aspects of life. It also provides us the opportunity to follow many developments in the world with the expansion of its usage area. Since the social media is used in every aspects of life and in almost all subjects, its use has become a pattern. There are therefore many positive and negative effects caused by the long-term use. In this research, all these effects were examined and the data obtained were interpreted with a sociological perspective.

The followings were examined in the research; whether there are changes in communication, relationship between the spouses and also their social lives with the introduction of social media into our lives and if there was a change, in what direction and what kind of change has occurred. The research was conducted in Nevşehir city center in 2021. The research was only applied to the individuals who are married and use the social media. In order to see what kind of effects of the social media use on the spouses, a survey consisting of 35 questions was conducted to 400 people. The survey questions, answered by 190 men and 210 women, were evaluated. The survey was conducted via the random sampling method. The quantitative research method was preferred. The SPSS 21 program was used for the evaluation of data obtained.

It was concluded from the data analysis that the social media has affected negatively the relationship between the spouses in many respects.

Keywords: Social Media, Family, Communication, Internet

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmamda araştırmamın ilerlemesinde ve gerçekleşmesinde danışmanlığı yapan, tez sürecimin başlangıcından sonuna kadar bilgisini, deneyimini ve hoşgörüsünü eksik etmeyen, tez yazım sürecinde düşünce ve eleştirileri ile tezin oluşumuna katkı sunan saygıdeğer hocam Doç. Dr. Hasan YAVUZER'e teşekkür ederim. Bu çalışma süresince hedefe yönelik geliştirme konusunda değerlendirmeleriyle bana katkı sağlayan sevgili jüri üyelerim Doç. Dr. Ahmet Burak KAHRAMAN'a ve Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş Ümit Yazgan'a teşekkür ederim. Yaşamımın her anında yanımda oldukları gibi yüksek lisans ve tez süreci içerisinde de koşulsuz destek ve sevgilerini her daim hissettiren sevgili annem ve babama, anket çalışmaları esnasında ve tez yazım sürecimde sabır ve ilgi ile maddi, manevi desteğini esirgemeyen eşim Bünyamin ATICI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Sosyolojiye dair edindiğim bilgilerin altında imzası olan Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'ndeki kıymetli hocalarıma ve tüm arkadaşlarıma şükranlarımı sunar, sevgili dostlarıma da teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Hülya KABADAYI

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ YAZIM KLAVUZUNA UYGUNLUK.....	ii
KABUL VE ONAY SAYFASI	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR TABLOSU.....	x
TABLolar LİSTESİ.....	xi

GİRİŞ	1
Araştırma Problemi	3
Araştırmanın Konusu.....	3
Araştırmanın Amacı	4
Araştırmanın Önemi	4
Araştırmanın Yöntemi	4
1. Araştırmanın Veri Toplama Metodu.....	4
2. Araştırmanın Örneklem Belirleme Metodu ve Örnekleme.....	5
Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları.....	5
Araştırmada Yanıt Aranılan Temel Sorular.....	5

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. 1. Araştırmanın Kavramsal Çerçevesi.....	6
1.1.1. Sosyal Medya	6
1.1.2. İnternet.....	7
1.1.3. Aile Kavramı	7
1.2. Araştırmanın Veri Toplama Süreci ve Analiz Yöntemi.....	8
1.3. Konu ile İlgili Yapılan Çalışmalar	8

İKİNCİ BÖLÜM

EVLİLİK, AİLE VE BOŞANMA

2.1. Evlilik Kurumu.....	10
2.2. Aile Kurumu.....	11
2.3. Tarihi Süreçte Aile	12
2.4. Ailenin Yapısal Özellikleri.....	13
2.5. Türk Toplumunda Aile Yapısı.....	14
2.6. Ailenin İşlevleri.....	15
2.7. Ailedeki Değişmeler, Ailenin Dönüşümü ve Sosyal Problemler	16
2.8. Boşanma Olgusu.....	19

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNTERNET VE SOSYAL MEDYA

3.1. İnternet.....	21
3.2. Bağımlılık.....	23
3.3. İnternet Bağımlılığı ve Belirtileri	23
3.4. Sosyal Medya	26
3.5. Sosyal Medya Tarihi.....	28
3.6. Sosyal Medya ve Karakteristik Özellikleri.....	30
3.7. Sosyal Medya Araçları	31
3.8. Sosyal Medyanın Popüler Uygulamaları.....	32
3.8.1. Instagram	32
3.8.2. Twitter.....	34
3.8.3. Facebook.....	35
3.8.4. Whatsapp	36
3.8.5. Youtube.....	37
3.9. Metaverse	37
3.10. Sosyal Medyanın Etkileri	38
3.10.1. Sosyal Medyanın Bireye Etkisi.....	40
3.10.2. Sosyal Medyanın Aile İlişkilerine Etkisi.....	40
3.10.3. Sosyal Medyanın Topluma Etkisi.....	41
3.11. Nomofobi.....	42
3.12. Netlessfobi.....	43
3.13. Sosyal Medya Bağımlılığı	43

3.13.1. Sosyal Medya Bağımlılığının Tedavisi	44
3.14. Sosyal Medyanın Boşanmaya Etkisi	44

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

GENEL DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	86
KAYNAKÇA.....	90
EK 1	93
ÖZGEÇMİŞ	97



KISALTMALAR TABLOSU

BBS: Bulletin Board System

DİB: Diyanet İşleri Başkanlığı

ICQ: I Seek You

IRC: Internet Relay Chat

ISSN: Uluslararası Standart Süreli Yayın Numarası

MSN: Microsoft Network

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

T.C: Türkiye Cumhuriyeti

Twtr: Twitter

VK: VKontakte

WEB: World Wide Web

YY: Yüzyıl

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Cinsiyet	47
Tablo 2. Yaş	48
Tablo 3. Medeni hal.....	48
Tablo 4. Eğitim durumu	50
Tablo 5. Meslek.....	51
Tablo 6. Sosyal medya hesabınız var mı?	52
Tablo 7. Sosyal medya hesabınız var ise, aşağıdaki sosyal medya platformlarından hangisini daha sık kullanıyorsunuz?	53
Tablo 8. Her gün için günlük sosyal medya kullanma sıklığınız nedir?	54
Tablo 9. Bir günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?	55
Tablo 10. Günümüzde sosyal medyadan uzak kalmak mümkün değildir.....	56
Tablo 11. Ben de sosyal medya kullanırım.	57
Tablo 12. Eşim de sosyal medya kullanır.....	58
Tablo 13. Sosyal medya şifrelerimizi eşimle paylarız.....	59
Tablo 14. Eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmaması güvensizlik oluşturur.	60
Tablo 15. Sosyal medya kullanımında da eşler birbirine güvenmelidir.....	61
Tablo 16. Günümüzde sosyal medya kullanımından dolayı ailelerde problemler çoğalmıştır.....	62
Tablo 17. Sosyal medya aile mahremiyetini ortadan kaldırmıştır.....	63
Tablo 18. Eşlerin birbirinden çok sosyal medya ile ilgilenmesi yanlıştır.	64
Tablo 19. Eşimin sosyal medyayı gereğinden fazla kullanması iletişimimizi kısıtlar.....	65
Tablo 20. Sosyal medya kullanımı eşler arasında iletişimi zayıflatır.....	66
Tablo 21. Sosyal medyada paylaşım yaparken eşimden onay alırım.....	67
Tablo 22. Biz de sosyal medya kullanımından dolayı problem yaşıyoruz.....	68
Tablo 23. Evli/nişanlı insanların sosyal medya kullanmasını doğru buluyorum.	69
Tablo 24. Eşimin sosyal medyada karşı cinsle konuşması beni rahatsız eder.....	70
Tablo 25. Eşimin telefonuna ve bilgisayarına şifre koyması güvensizlik oluşturur..	71
Tablo 26. Eşlerin birbirlerinin sosyal medya hesaplarına bakması yanlıştır.....	72

Tablo 27. Eşimin sosyal medyada görüştüğü kişileri kıskanırım.....	73
Tablo 28. Eşimin sosyal medyada yaptığı paylaşımları merak ederim.....	74
Tablo 29. Eşimin sosyal medyadan gelen mesajlarını kontrol ederim.....	75
Tablo 30. Eşim de benim sosyal medya hesaplarıma bakabilir.....	76
Tablo 31. Sosyal medyada gördüklerimiz beklentilerimizin artmasına neden olur..	77
Tablo 32. Sosyal medya bağımlılığı eşler arasında probleme sebep olur.....	78
Tablo 33. Biz de sosyal medya yüzünden çeşitli problemler yaşadık.....	79
Tablo 34. Sosyal medya nedeniyle boşanan eşler de vardır.....	80
Tablo 35. Sosyal medya güvenilmez bir ortamdır.....	80



GİRİŞ

Değişen, dönüşen ve teknolojik gelişmelerin hızla arttığı dünyada iletişim kurmak ve gelişmelerden haberdar olmak daha kolay hale gelmiştir. Teknolojinin sunmakta olduğu bu kolaylıklar arasındaki en önemli unsur 1965 yılında kullanılmaya başlanan, şu anda da dünyaya hâkim olan ve her şeye kolaylıkla ulaşmamızı sağlayan internettir.

İnternetle birlikte dünyanın dört bir yanı daha yakına taşınmış, kısa sürede her şeye ulaşma imkânı sunulmuştur. Aynı zamanda internet, sosyal hayata da etki ederek onu kontrol eden bir mekanizmaya dönüşmüştür. Son yıllarda ‘sosyal medya’ adı verilen yeni bir alan ortaya çıkmıştır. Bu alan kullanıcılarına daha fazla kolaylık sağlaması açısından yine çağın en yaygın getirisi olan akıllı telefonlarda kullanılmak üzere, internet veri tabanlı sosyal medya uygulamalarını oluşturmuştur. Bu uygulamalar, kullanıcıları arasında haberleşmeyi sağlamasının yanı sıra onları eğlendirerek boş zamanlarını değerlendirmelerini de sağlamaktadır.

Özellikle son yıllarda internet kullanımının büyük bir kısmı sosyal medya uygulamaları üzerinden sağlanmaktadır. Değişen dünyayla birlikte önem kazanan ve herkesin hayatının önemli bir parçası haline gelen sosyal medya, dünyayı değiştirip dönüştürdüğü kadar insanların bir arada yaşayarak oluşturduğu toplumu ve bu toplumdaki temel kurumları ve alışkanlıkları da değiştirip dönüştürmektedir.

Bu bilgiler ışığında araştırmanın konusu internetin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan ve son yıllarda hayatımızın merkezinde yer edinen sosyal medyanın eşler arası ilişkiye etkileridir. Bu çalışmayı yapmadaki amaç sosyal medyanın son yıllarda sıklıkla tercih edilmesi nedeniyle eşler arasında ortaya çıkan sorunlara dikkat çekmek ve artan boşanma sebepleri arasına girmesindeki ana nedenleri dile getirmek, bu konuyu gündemde tutarak bilinçli sosyal medya kullanımına katkı sağlamaktır.

Araştırma 4 bölümden oluşmaktadır. 1. bölümde araştırmanın kavramsal çerçevesinden bahsedilmiştir. Araştırmada geçen kavramlar hakkında kısa bilgiler özet şeklinde sunulmuştur. Çalışmada geçen önemli kavramlar sosyal medya, aile ve internet gibi kavramlardır. Veri toplama süreci ve analiz yöntemi bu bölümde sunulmuştur. Veri toplama tekniği olarak anket tekniği uygulanmıştır. Aynı zamanda

konu ile ilgili yapılan çalışmalardan konu ile ilgili olan önemli çalışmalar hakkında bu bölümde söz edilmiştir.

Evlilik, aile ve boşanma başlıklı 2. bölümde ise evlilikten başlayarak aile hayatının kurulması, ailenin tarihi süreci, ailenin yapısal zellikleri, Türk toplumunda aile yapısı, ailenin işlevleri, ailedeki değişmeler, ailenin dönüşümü, sosyal problemler ve boşanma olgusundan bahsedilmiştir. Ailenin geçmişten günümüze yaşadığı süreç ve bu süreçte yaşanan gelişmeler ele alınmış boşanmaların artması konusunda etkili olan nedenler ve sebeplere de bu bölümde yer verilmiştir.

3. bölüm hayatımızın merkezinde yer edinmeye başlamış ve hayatımıza yön verir hale gelmiş olan internet ve sosyal medyaya ayrılmıştır. İnternet ve sosyal medya evremizdekilerle iletişimimizi de etkilemekte, bu nedenle de bazı problemlere yol açabilmektedir. İnternette geçirilen zaman arttıkça ailemizle olan iletişimimiz kısıtlanmakta ve azalmaktadır. Bu da karşımızdaki kişilere daha az vakit ayırmamıza neden olmaktadır. İletişimimizin azalması sosyal medyanın aile yaşantısına olan olumsuz etkilerinden bir tanesidir. Sosyal medyanın ana özelliklerinden biri yaptıklarımızı gösterme dürtüsüdür. Bu dürtü ile gittiğimiz meknların görsellerini, yediğimiz ürünlerin fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmakta ve bunları çevremizdekilerin görmesini sağlamaktayız. Bu bağlamda sosyal medya bizi bağımlı hale getirebilmekte ve yönlendirmektedir. Aynı zamanda sosyal medyada gördüklerimiz bizi özenmeye itmekte ve oradaki yaşananları yaşama merakı uyandırmaktadır. Bu nedenle diğer alanlarda olduğu gibi aile hayatında ve eşler arasında da bazı problemlere yol açmaktadır.

Araştırmanın bulguları 4. bölümde anlatılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular sonucunda sosyal medya kullanıcılarının büyük çoğunluğu günümüzde sosyal medyadan uzak kalınamayacağını düşünmektedir. Katılımcıların çoğunlukla 30 dakikada bir sosyal medya hesaplarına giriş yaptıkları ve sosyal medya hesaplarını kontrol ettikleri anket verileri sonucunda ortaya çıkmıştır. Sosyal medya gün geçtikçe daha fazla tercih edilmekte ve kullanım süresi daha da artmaktadır. Sonuç olarak, sosyal medya her geçen gün daha fazla tercih edilmekte ve kullanım sıklığı artmaktadır. Bu durum eşler arasındaki iletişim ve geçim düzenini de olumsuz etkilemektedir.

Araştırma Problemi

Bütün temel kurumlar gibi aile kurumunun da köklü bir geçmişi vardır. Hatta aile kurumu insanlık tarihi ile yaşıttır. Geçmişten günümüze kadar aile kurumu birçok önemli değişimler geçirmiştir. Günümüzde de aile kurumunda değişim ve dönüşüm devam etmektedir. Her türlü değişim ve dönüşüme rağmen aile, tarihsel süreç içerisinde hep var olmuş, var olmaya da devam etmektedir.

Aile yaşantısına ve eşlerin yaşantısına etki eden birçok faktör vardır. Özellikle gelişen teknoloji ile sosyal medya uygulamaları artmış ve yaşantımıza dâhil olmuştur. İnternetin ve cep telefonlarının yaygınlaşması hayatı önemli oranda etkilemiştir. Akıllı telefonlar ile birlikte vazgeçilmez hale gelen sosyal medyanın da aile kurumuna birçok etkisi vardır. Bu çalışmada sosyal medyanın özellikle eşler arasındaki ilişkiye ve iletişime olan olumlu ve olumsuz etkileri incelenmiş ve değerlendirilme konusu yapılmıştır.

Araştırmanın Konusu

İnternetin gelişmesiyle ortaya çıkan sosyal medya son yıllarda hayatımızın merkezinde yer edinmeye başlamıştır. Sosyal medya olaylara yön verme ve gündemi değiştirme potansiyeline sahip olmaya başlamıştır. Sosyal medyanın kullanıcı sayısı her geçen gün hızla artmaktadır. Neredeyse dünya nüfusunun yarısından fazlası sosyal medya kullanıcısı olmuştur. Bu nedenle sosyal medya hayatımızı hızlı bir şekilde etkilemeye ve yönlendirmeye devam etmektedir.

Sosyal medyanın kullanım sıklığı ve kullanıcı sayısı arttıkça sosyal medya uygulamaları da çeşitlenmekte daha kolay ulaşılabilir hale gelmektedir. Sosyal medya uygulamalarının yaygın kullanımı her şeye anında ulaşma kolaylığını, bilginin anlık yayılma olanağını ve kitlelere hitap etmeyi beraberinde getirmiştir. Olumlu yönleri olduğu gibi olumsuz yönleri de bulunan sosyal medya artı ve eksi yönleriyle varlığını sürdürmekte, her geçen sürede hızla yayılmaktadır.

Sosyal medyanın bu denli yaygın ve sık kullanımının beraberinde getirdiği olumlu ve olumsuz yönler neticesinde sosyal medya hayatımızda birçok şeye sebep olmaktadır. Bu nedenle sosyal medyanın etkileri hakkında bu çalışmayı yapma gereği duyulmuş ve sosyal medyanın etkilerine dikkat çekilmek istenmiştir.

Araştırmanın Amacı

Teknolojinin gelişmesi ve internetin ortaya çıkması ile birlikte birçok iletişim kanalı ortaya çıkmıştır. Sosyal medya da bu iletişim kanallarından biridir. Sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmaya başlamasıyla aile hayatı ve aile ortamı bundan etkilenmiştir. Aile hayatı ve eşler arası ilişkiler ile ilgili bazı olumlu gelişmelerin yanında olumsuz gelişmeler de gündeme gelmiştir. Bu çalışmada sosyal medyanın eşler arası ilişkiye etkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Araştırmanın Önemi

Geleneksel toplumlarda aile bağları daha kuvvetli iken modern toplumlarda aile bağları zayıflamış, boşanmalar artmıştır. Boşanmaların artmasına etki eden pek çok neden bulunmakla beraber her dakika kullanıcı sayısı artan sosyal medyanın da önemli katkısı olduğu değerlendirilmektedir. Sosyal medyanın yaygın olarak kullanıldığı böyle bir dönemde bunun aile ilişkilerine etkisinin araştırılması konunun önemini ortaya koymaktadır.

Aile ile ilgili yaşanan gelişmelerden bir tanesi de eşler arasında yaşanan huzursuzluklar ve aile içi şiddet konusudur. Sosyal medya kullanımının eşler arasındaki uyum veya uyumsuzluk sürecine etkisi ile aile içi şiddet konusuna etkisinin araştırılması da konunun önemini ortaya koyan bir başka etkidir.

Araştırmanın Yöntemi

1. Araştırmanın Veri Toplama Metodu

Araştırmada veritoplama metodu olarak 35 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket soruları konunun amacına uygun olarak hazırlanmıştır. Anket soruları hazırlandıktan sonra Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Etik Kurula müracaat edilmiş, gerekli onay alındıktan sonra sahaya çıkılarak anketler rastgele örneklem seçim tekniği ile uygulanmıştır. Nicel araştırmanın tercih edilmesinin nedeni sayılar ile ölçmek ve objektif bir sonuca ulaşmaktır. Elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda bulgular tablolar haline getirilerek değerlendirilmiştir. Yapılan tablolar incelenerek yorumlanmış ve analiz edilen veriler sosyolojik perspektif ile değerlendirilmiştir.

Nicel araştırmacı önce bir konu seçer. Bununla birlikte bir konu için geniş bir çalışma yürütülmektedir. Bu nedenle her seferinde bir sonraki adım çok önemlidir. Bir araştırmacı konuyu dar tutmalı veya ona odaklanmalı, araştırma sorusu çalışmanın içinde ele alınmalıdır. Bu durum literatürün dikkatlice gözden geçirilmesi ve çoğunlukla sosyal teoriden gelen hipotezlerin geliştirilmesini gerekli kılar (Bal, 2014: 149). Araştırmada nicel araştırmanın tercih edilmesinin ilk sebebi kesinliği yüksek bir sonuç elde etmek, istatistiksel analizlerin yapılabilmesi ve kısa zamanda sonuç elde etmektir. Bu nedenle araştırmanın nicel bir çalışma olmasına karar verilmiştir.

2. Araştırmanın rneklem Belirleme Metodu ve rneklemi

Örneklem grubu evli bireylerden oluşmaktadır. Hazırlanan anketler 400 evli bireye uygulanmıştır. Evli olmayanlar çalışma grubuna dâhil edilmemiştir. Çalışmada farklı kesimlerden bireyler olması maksadı ile rastgele örneklem seçim tekniği kullanılmıştır. Hazırlanan anketler rastgele örneklem tekniği ile uygulanmıştır.

Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırma 2021 yılında Nevşehir İl merkezinde yapılmıştır. Nevşehir il merkezi içerisinde yaşayan halen evli olan veya daha önce evlilik hayatı yaşamış bireyler araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma yalnızca sosyal medya kullanan bireyler arasında yapılmış olup sosyal medya kullanıcısı olmayan bireyler de araştırmaya dâhil edilmemiştir.

Araştırmada Yanıt Aranılan Temel Sorular

1. Sosyal medya kullanımı bağımlı olma riski ortaya çıkarır mı?
2. Sosyal medyanın fazla kullanımı eşleri rahatsız eder mi?
3. Sosyal medya beklentilerimizin artmasına neden olur mu?
4. Eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmaması güvensizlik oluşturur mu?
5. Sosyal medya kullanımı eşler arasındaki iletişimi zayıflatır mı?
6. Sosyal medya nedeniyle boşanan eşler var mıdır ve sosyal medya ve boşanma arasında bir ilişki var mıdır?

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. 1. Araştırmanın Kavramsal Çerçevesi

Araştırma içinde yer alan temel kavramlar sosyal medya, internet, aile gibi kavramlardır. Çalışmada yer alan temel kavramlar kısa ve öz olarak aşağıda açıklanmıştır. Bu kavramlar detaylı olarak ikinci ve üçüncü bölümde anlatılmıştır.

1.1.1. Sosyal Medya

Sosyal medya kavramı, internet kullanımının dünyada hızla yaygınlaşması ve Web 2.0 teknolojisinin ortaya çıkması ile birlikte 2000'li yılların başında ortaya çıkmıştır. İnternet kullanıcıları Web 2.0 teknolojisi ile internet ortamında sadece izleyici olmaktan çıkarak artık katılımcı konumuna evrilmiştir. Bu teknoloji ile kişiler rahat bir şekilde etkileşime geçmeye başlamışlardır. Geri bildirim ve yorum yapabilmesi, ses ve görüntü dosyalarının paylaşımı pasif olan internet kullanıcılarını aktif hale getirerek kullanıcı profilinde önemli bir değişiklik yapmıştır. Sosyal medya, çevrimiçi olarak internet ağını kullanan bireylerin birbirleriyle etkili bir iletişim kurmalarına olanak sağlayan dijital platformdur (Özdemir, 2019: 65).

Günümüzde sosyal medya her geçen gün hayatımızda daha fazla yer edinmeye başlamıştır. Akıllı telefonlar sayesinde bizim her an yanımızda ve bize sadece bir tuş kadar uzağımdadır. Kullanılan çeşitli sosyal medya uygulamaları artık neredeyse tüm telefonlara yüklenebilmektedir. Böylece sosyal medya kullanım sıklığı artmakta, hatta sosyal medya bağımlılığı varlığını göstermektedir.

1.1.2. İnternet

Günümüzün en popüler iletişim aracı olan İnternet, büyüklüğü, markası, işletim sistemi, yazılımları ne olursa olsun çok sayıda bilgisayarın ve kullanıcının bulunduğu çok büyük bir alan ağıdır. İnternet hakkında hemen herkesin bir fikri olmasına rağmen, İnternet'in gerçekten ne olduğu hakkında üzerinde uzlaşmış, herkes tarafından benimsenen bir tanım yoktur. İnternet, birbiriyle tüm dünya üzerinde yayılmış bilgisayar ağlarının birleşiminden oluşan devasa bir bilgisayar ağıdır (Bayraktutan, 2005: 55).

İnternet kullanımının yaygınlaşması, her noktada internet vericilerinin bulunması ve akıllı telefonlardan kullanılabilmesi sayesinde internet hayatımızın vazgeçilmezi noktasına ulaşmıştır. Ticari alışverişlerden bilgi alışverişine ve hayatın hemen her safhasına yönelik kullanımları vardır. Gelişen teknoloji sayesinde internet üzerinden dünyanın her yerine anlık ulaşım ve iletişim imkânı bulunmaktadır. Bu sayede kitlelere ulaşım da kolaylaşmıştır. Kısa zamanda daha fazla insana ulaşabilme imkânı internet ile birlikte var olmuş, her geçen gün bu ağ giderek daha da genişlemektedir.

1.1.3. Aile Kavramı

Aile genel olarak nüfusu yenileme, milli kültürü taşıma, çocukları sosyalleştirme, ekonomik, biyolojik ve psikolojik tatmin fonksiyonlarını yerine getirme görevini gerçekleştiren bir kurumdur (Aydın, 2014: 45). Aynı zamanda aile temel ihtiyaçların karşılandığı köklü bir toplumsal kurumdur. Ailenin işlevleri ve yapısı daima değişime ve dönüşüme uğramaktadır. Bu değişimlerde aileyi etkileyen ve yönlendiren birçok etken vardır. Bunlardan bir tanesi de sosyal medya uygulamalarının kullanımınıdır. Gelişen ve değişen toplumda tüm kurumlarda olduğu gibi aile kurumunda da değişime karşı koymak mümkün değildir. Değişimin getirdiği yeniliklerin yaşantımıza olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de olabilmektedir. Bu çalışmada sosyal medyanın aileye, eşlere ve eşler arasındaki ilişkiye etkileri incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

1.2. Araştırmanın Veri Toplama Süreci ve Analiz Yöntemi

Araştırma aile, sosyal medya ve iletişim odaklı olduğundan dolayı çeşitli kuramlardan faydalanılabilmektedir. Fakat bu çalışmada sosyal medyaya ve iletişime ağırlık verildiğinden dolayı iletişim kuramları ile incelenmiştir. Bu nedenle anket tekniği ve rastgele örnekleme metodu ile elde edilen bulgular ve veriler SPSS programında analiz edilerek iletişim kuramları ve sosyolojik perspektif ile değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Yapılan anket çalışması etik kurallara uygun yapılmış olup kişisel bilgiler kesinlikle gizli tutulmuştur.

1.3. Konu ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Araştırma konusu ile ilgili kaynak taraması yapılmış, konuyla ilgili yapılan çalışmalar belirlenmiştir. Yapılan araştırmada konu ile ilgili yapılan çalışmalardan bazıları ve içerikleri şu şekilde tespit edilmiştir.

Şentürk Dızman, “Sosyal Medyanın Boşanmaya Etkileri” adlı makalesinde teknolojinin gelişmesiyle birlikte internet kullanımının hızlı bir şekilde artmasından, sosyal medya kullanımının günlük yaşantımızın vazgeçilmez bir parçası olmasından söz edilmiştir. Sosyal medyanın olumsuz etkilerinin literatürde tartışılan önemli konular arasında olmasına değinilmiştir. Makalesinde sosyal medya kullanımının boşanma üzerindeki etkilerine bakmayı amaçlamıştır.

Bostancı, “Sosyal Medya Dün Bugün Yarın” adlı eserinde sosyal medyayı genel hatlarıyla ele almıştır. Sosyal medyanın öncesini, bugününü ve sonrasını ele almıştır. Babacan, “Sosyal Medya ve Gençlik” adlı eserinde internet ve yeni medya araçlarından özellikle sosyal medyayı ele almıştır.

Kalaman ve Çelik, “Türkiye'deki Evli Bireylerin Sosyal Medya Kullanımlarının Evlilikleri Üzerine Etkisi: Nitel Bir Araştırma” adlı makalesinde Türkiye'deki evli bireylerin evliliklerinde ya da evlenme süreçlerinde sosyal medyanın rolünün olup olmadığını ve evliliklerde sosyal medyanın aile içi problemlere yol açıp açmadığını ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Evli bireylerin aile içi ilişkilerinde sorunların oluşmasında veya evliliklerini sonlandırmalarında sosyal medya önemli bir neden olabildiğine yer verilmiştir.

Büyükaslan ve Kırık, “Sosyal Medya Araştırmaları” adlı eserinde sosyal medyanın ve internetin nereden ve nasıl çıktığını ele almıştır. Sosyal medyanın geçmişinden bahsetmiş, bireylerin ne derece sosyal medya kullanıcısı olduklarını ele almıştır.

Tiryaki ve Karakuş, “Evli Bireylerin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Saha Araştırması” adlı makalesinde sosyal medyanın hayatımızın birçok alanında etkisini hissettirdiğinden, etkilediğİ toplumsal kurumlardan birinin de evlik olduğundan söz etmiştir. Türkiye’deki yaygın kullanımıyla Facebook, özellikleri sebebiyle fotoğraf paylaşımına, etiketlemelere ve eski ilişkilerin tekrar kurulmasına imkân sağladığından ve bunun da evli kişilerde kıskanılığa neden olabildiğine yer verilmiştir.

Çopur ve Aktaş, “Sosyal Medya Kullanımının Eşler Arasındaki Strese Etkisi” adlı makalesinde sosyal medya kullanımının artmasından, sosyal medyanın günlük yaşantımızın bir parçası olmasından ve teknolojinin birçok problemi beraberinde getirmesinden bahsedilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

EVLİLİK, AİLE VE BOŞANMA

2.1. Evlilik Kurumu

Evlilik eşler arasında meydana gelen çeşitli görev ve sorumluluklarla donatılmış bir çeşit antlaşmadır. Bu antlaşma formel bakımdan yetki, sorumluluk, rol ve statüleri kapsayan toplumsal ve hukuksal bir nitelik taşır. İformel açıdan evlilik ise daha kapsamlı ve derin bir anlam oryantasyonu içerir (Yavuzer, 2016: 102). Eş olarak adlandırılan kişiler, bir antlaşma(akit) ile ortak yaşamın gerektirdiği tüm sorumluluklara birlikte sahip oldukları gibi, evlilik kurumunun tanıdığı toplumsal ve hukuksal yetkileri de ortaklaşa kullanmaya karar vermiş sayılırlar (Akyüz, 2008: 103). Böylece iki insan birlikte yaşamaya karar vermekte ve evlilik ile de hayatlarını birleştirmektedir.

Toplumumuzda mahremiyet algılarındaki topyekûn değişim ve dönüşüm bilhassa aile kurumunu tehdit eder hale gelmiştir. Gençler arasında evlilik öncesi flört ve beraber yaşamının doğal bir sürece dönüştüğü, bu durumun muhafazakâr olarak nitelendirilebilecek ailelerde çoğunlukla ailelerin bilgisi dışında cereyan ettiği, ancak kimi zaman ailelerin de gençlerin bu tutumlarına göz yumdukları görülmektedir (Görgülü, 2018: 74). Hem aile yaşantısı hem evlilik öncesi dönemi günümüzde değişimlere uğramış evlilik kurumu da bu değişimlerden payını almıştır. Evlilik öncesi dönem daha uzun zaman sürmeye başlamış, evliliğe karar verme dönemleri uzamış ve iki insanın birbirini tanıma süresi artmıştır. Bununla beraber evlenmeden önce birlikte yaşama popüler olmuş ve yaygınlaşmış ve bu durum evlenme yaşını da ileri tarihlere taşımış geç yaşta evlilikler çoğalmıştır.

Günümüzde evliliğe alternatif nikâhsız birlikte yaşama gündeme gelmiş ve konuda bir artış dikkat çekmektedir. Batılı ülkelerde başlayan bu uygulama son zamanlarda ülkemizde de görülmeye başlanmıştır. Nikâhın ve evliliğin sorumluluğunu almak istemeyen bireyler nikâhsız birlikte yaşamaktadırlar. Böylece herhangi bir sorumluluk almazken istedikleri zaman da birlikteliklerini sonlandırmaktadırlar (Yavuzer ve Kabadayı, 2021: 343). Geline bu durum ise evlenme oranlarında azalma göstermekte ve evlenme yaşının ileriye atılmasına neden olmaktadır. Gençlerin evlilik düşüncelerini etkilemekte ve evlenmeden birlikte yaşamayı özendirilmektedir.

2.2. Aile Kurumu

Aile insanlık tarihi ile başlayıp günümüze kadar hala varlığını sürdüren toplumun en köklü ve en eski kurumlarından bir tanesidir. Günümüzdeki ilke ve kuralları belirlenmiş “evlilik” temeline dayanan “aile” kurumu yaklaşık 4000 yıllık bir geçmişe sahiptir (Özgüven, 2009: 25). Dünyanın her yerinde ve tarihin her döneminde aile kurumu var olmuş ve var olmaya devam edecektir. Aile evlilik bağı ile başlayıp, insan soyunu devam ettirmek üzere kurulmuştur. İki farklı cins arasında kurulan aile, neslin devamı ve cinsel ilişkilere meşruiyet kazandırma gibi işlevlere sahiptir. Ailenin çeşitli birçok tanımı mevcuttur.

Arapça kökenli bir kelime olan aile, kelime olarak en eski Kıpçak Türkçesi eserlerinde ‘ayal’, ‘ayilet’ olarak geçmektedir. Kelimenin Arapça ve Türkçede kullanımı yaygındır (Dirimeşe, 2016: 14). Ailenin çeşitli birçok işlevi olup aile bu işlevleriyle topluma bireyleri hazırlamakta ve bireylerin toplumdaki yaşamlarına yön vermektedir. Buna bağlı olarak öğrenme ve öğretme en önce ailede başlamaktadır. Doğumdan itibaren aile çocukların toplumda düzgün bireyler olabilmesi ve sağlıklı birer yaşam sürebilmesi, hayatını devam ettirebilmesi için onları topluma hazırlar ve eğitir.

Aile ilişkilerinde çok değişik sistemler bir arada bulunabilir. Kimi aile ilişkilerinde kadının, kimi aile biçimlerinde ise erkeğin soy zinciri daha etkilidir. Aynı zamanda akrabalık ilişkisinin temelini kadın ve erkeğin toplumsal konumu belirlemektedir. Bu bağlamda kimi aileler çeşitli kesimleri akrabalık ilişkisiyle birbirine bağlarken, kimi ailelerde bu durum geçerli değildir (Aydın, 2014: 111).

Kadının ya da erkeğin baskın olduğu aile yaşantıları mevcuttur. Bu durum toplumdaki topluma değişim gösterdiği gibi aynı toplumda da farklı baskın karakterler söz konusu olabilmektedir. Günümüzde ise kadınların kamusal alanda çalışmasıyla birlikte kadının aile hayatındaki konumu değişmiş ve iş hayatına atılan kadın daha fazla söz sahibi olmaya başlamış bu nedenle kadının aile hayatındaki yeri de dönüşüme uğramıştır.

Aile, sosyolojinin en önemli yapı ve kurumları arasında yer almakla beraber, onu bütün sosyolojik yapı ve kurumların merkezi kabul etmek bilimsel bir hata olur. Ancak ailenin merkezi konumunu görmezden gelmek de mümkün değildir. Bu merkezi durumu kavramın esnekliğini meydana getirmekte ve tanımlanmasını zorlaştırmaktadır (Dirimeşe, 2016: 14). Aile ile ilgili bir diğer önemli kavram ise akrabalık ilişkileridir. Çünkü her aile akrabalık ilişkileri içerisinde yaşamını sürdürür. Akrabalık bireylerin sosyal ilişkilerinin gerçekleştiği evlilik, kan bağı veya soy-sop ilişkilerine dayalı bir sistemdir (Özkalp, 2013: 122). Tüm bu tanımlardan yola çıkarak aileyi, her toplumda ayrı ayrı özellikleri olan ekonomik ihtiyaçlar, neslin devamı ve cinsel ihtiyaçlar amacıyla, evlilik ve kan bağı ile kurulan aynı hane veya çeşitli nedenlerle farklı hanelerde olmasına rağmen aralarında akrabalık ilişkisi bulunan bireylerden oluşan bir kurum olarak tanımlayabiliriz.

2.3. Tarihi Süreçte Aile

Aile tarihsel süreç içerisinde din ve gelenek gibi kendisine meşru birer dayanak bulmuş ve sosyal yaşamı düzenleyen bu kurumlar tarafından korunmuştur. Aynı zamanda da bu değerlerin nesiller arasında aktarılmasını sağlayarak bu kurumları ve sosyal yaşamın düzenini sürdürülebilir kılmıştır. Fakat yine aynı süreç içerisinde meydana gelen aydınlanma, sanayileşme ve bunları da kapsayan modernizm gibi sosyo-ekonomik dönüşümler aile üzerinde önemli derecede tesir göstermiştir (Turgut, 2017: 93). Aile tarihsel süreçte her zaman var olmuş ve tarihin her döneminde değişim ve dönüşümlere uğramıştır. Tüm kurumlar gibi aile kurumu da tarihsel süreç içerisinde yaşanan değişimlerden payını almıştır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında intikal eden geniş aile tarım ve hayvancılığın etkin olduğu kırsal alan başta olmak üzere pek çok yerde uzun süre devam etmiştir. Sanayi ve teknolojiye bağlı olarak kentleşme önem kazanmış, bu da aile yapısını etkilemiştir. Zamanla geniş aileden çekirdek aileye dönüş başlamış ve günümüzde çekirdek aile etkin olmuştur (Yavuzer ve Kabadayı, 2021: 343). Çekirdek aile anne baba ve evli olmayan çocuklardan oluşan aile türüdür ve aynı zamanda çekirdek aile en küçük toplumsal birim olarak kabul edilmektedir. Çekirdek ailede akrabalık bağları daha zayıftır ve genellikle kentte yaşayan ailelerdir. Geleneksel aile ise birden fazla çekirdek ailenin bir arada yaşadığı aile tipidir. Geleneksel ailede akrabalık bağları kuvvetlidir ve genellikle tarım ve hayvancılık ile yaşamlarını sürdürmektedirler. Akrabalık ilişkileri her ne kadar geleneksel ailede kuvvetli olsa da çekirdek ailede de akrabalık ilişkileri devam etmektedir. Geçmişten günümüze aile kurumu her dönemde değişimler yaşamış ve gelecekte de bu değişimlerden etkilenmeye devam edecektir.

2.4. Ailenin Yapısal Özellikleri

Aile, evlilik ve kan bağına dayanan, karı, koca ve çocuklar arasındaki ilişkilerin oluşturduğu toplum içindeki en küçük birimdir. Önce karı koca arasında başlayan bu ilişki zamanla genişler. Akra ve çocuklar da bu gruba dahil olur. Aile, bireyin yaşamında önemli bir yer tutan beslenme, bakım, sevgi ihtiyacı, duygusal gelişim, psikolojik gelişim, eğitim, kültürel değerleri kazanma, sağlıklı zihinsel gelişimi sürdürme gibi temel ihtiyaçların karşılandığı birincil yer ve çevredir.

Toplumlar ailelerin bir araya gelmesiyle oluşur. Zaman içinde aile değişmemiş, ancak ailenin üyelerinde ve üyelerin görevlerinde bazı değişimler olmuştur. Ailede üye sayısında azalmalar olmuş, geleneksel geniş aile yerini modern çekirdek aileye bırakmıştır. Kadın iş hayatına atılmış ve evden uzaklaşmıştır. Kadın aileye ekonomik katkı sağlamaya başlamıştır. Geniş aile ve çekirdek aile konusuna gelecek olursak endüstri devriminden önce yaygın olan kalabalık aile türüne geniş aile adı verilirken, endüstri devrimi sonrasında ortaya çıkan ve yalnızca anne, baba ve çocuklardan oluşan aile türüne de çekirdek aile adı verilir.

Günümüz ailesi, kimi işlevlerini yitirmesine rağmen, hala önemli ve etkili bir yaşam merkezi olma özelliğini sürdürmektedir. Bu bağlamda aile, bireylerin ilk diyalog kurduğu, birincil ilişkilerin egemen olduğu küçük grup niteliği sergilediğinden; kişilerarası temaslarda bağımlılık, duygusal yönelim, içten bağlanma, özverili davranış ve bireyleri koruma ve kollama gibi işlev yumağı oluşturduğundan bireyler için değerli bir yaşam alanıdır (Aydın, 2014: 108).

2.5. Türk Toplumunda Aile Yapısı

Türk aile yapısı geçmişten gelen bir özellik nedeniye geniş aile olarak dikkat çekmektedir. Ancak, her sosyal kurum da olduğu gibi Türk aile yapısında önemli değişimler geçirmektedir. Bu bağlamda Türk aile yapısında meydana gelen değişmelerin olumlu ve olumsuz bulunan yönleri ve dolayısıyla da bu gelişmelerden duyulan mutluluklar ve kaygılar vardır. Modern kültürün etkisiyle değişiklikler yaşayan aile yapımızın kendine özgü niteliklerinin de önemli ölçüde devam ettiğini kaydetmek gerekiyor (Ulutaş ve Özpınar, 2019: 321).

Türkiye’de ailenin yapısal değişmesi hukuksal güdümler ile desteklenmiştir. 1926’da kabul edilen İsviçre Medeni Yasası erkeğin çok eşle evlenmesini yasaklamış, aile mallarının yönetiminde, ölümden sonra servetin paylaşılmasında kadın ve erkeğe eşit haklar tanımıştır. Bundan başka 1930’da kadınlara yerel seçimlerde oy hakkı verildi. 1934’de anayasa değiştirilerek, bu hak genel seçimleri de kapsayacak biçimde geliştirilmiştir. 1935’de ilk kadın milletvekili meclise girdi (Özkalp, 2013: 137). Kadınlara verilen haklar ile kadınlar erkeklerle eşit haklara sahip olmaya başladı. Aynı zamanda kadının kendine güveninin gelmesi ve kadınların daha refah yaşam geçirmesi için büyük adımlar atılmış oldu. Kadın hem iş hayatına atılmış hem ekonomik özgürlüğünü elde etmeye başlamıştır. Böylece kadın ev ihtiyaçlarının giderilmesine ortak olmaya başlamıştır.

Dünya genelinde olduğu gibi Türk toplumunun aile yapısı da pek çok değişim yaşamıştır. Türk aile yapısı Osmanlı döneminde geniş, ataerkil ve geleneksel bir aile yapısı idi. Cumhuriyet dönemi ile başlayan süreçte aile ile ilgili değişimler başlamış, özellikle de son yıllarda Türk aile yapısında önemli değişimler gerçekleşmiştir. Aile yapısında gerçekleşen bu değişimin en önemli boyutu geleneksel aile yapısından çekirdek aile yapısına dönüşmesi olmuştur (Yavuzer ve Kabadayı, 2021: 338).

Çekirdek aile giderek artmakta ve şuan günümüzde nüfusun büyük bir kısmı çekirdek aile olarak yaşamlarını sürdürmektedir. Buna rağmen geleneksel aile yaşantısı da halen varlığını sürdürmekte ve birçok özelliğini korumaktadır.

2.6. Ailenin İşlevleri

Toplumsal bir grup olarak aile, bireysel yaşam için olduğu kadar, toplumsal biçimlerin oluşumlarında kullanılan öğeleri temellendirme eyleminde duygusal bir iç dolgunluk sağlama bakımından değerli bir işleve sahiptir. Aile yaşamının amacı, yalnızca cinsiyet dürtüsünün tatmini olamaz. Bununla birlikte diğer toplumsal grupların kişiler kadrosunu oluşturduğundan, genel toplumun da insan ihtiyacını karşılamaktadır (Aydın, 2014: 115). Aile, insanlık tarihi boyunca her zaman var olmuştur. Ailenin işlevleri değişime ve dönüşüme uğrasa da her zaman değerli işlevlere sahiptir. Aile bireyin dünyaya gözünü açmasından itibaren onun yaşamında en büyük yeri edinmiş ve her şeyin başlangıç noktası olmuştur. Bu nedenle her şey ailede başlar ve ailenin yönlendirmesi ile devam eder. Ailenin çeşitli işlevlerinden aşağıda bahsedilmiştir.

- a) **Ailenin Biyo/Psikolojik İşlevi:** İnsan 20 ay erken doğmuş varlıktır ve yetişmesi bir ilgi ocağına bağlıdır, o da ailedir. Yine aile psikolojik bir tatmin ortamıdır.
- b) **Eğitim İşlevi:** İnsan toplumsal bir varlıktır. Hayatını düzenli, sağlıklı bir biçimde sürdürebilmek için toplumsallaşma sürecinden geçmesi lazım. Bu süreç ailede başlar.
- c) **Dini İşlev:** Yüzyıllar boyu bu iki kurum, toplumsal değerlerin üretilmesi, aktarımı ve denetimi konusunda el ele hareket etmişlerdir.
- d) **Boş Zamanları Değerlendirme:** İnsan için dinlenme ve eğlenmenin gerçekleştiği en önemli yer ailedir.
- e) **Ekonomik İşlev:** Aile doğrudan mal üretmese de geniş kapsamlı bir “hizmet” sektörüdür (Boztoprak, 2009: 469).

Ailenin psikolojik tatmin ortamı olması nedeniyle aile yaşantısındaki huzur ve sağlıklı yaşam bireyi büyük oranda etkilemekte hatta hayatına yön vermektedir. Aynı zamanda eğitim de ailede başlar. Dışerimizi fırçalamayı, yaşantımızı devam ettirmeyi, günlük hayat pratiklerini ailede öğreniriz. Bu nedenle ailenin eğitim işlevi

birey üzerinde büyük öneme sahiptir. Kişi dini ve toplumsal değerleri ailede öğrenir ve öğrendiğini yaşantısında devam ettirir. Aynı zamanda öğrendiklerini nesilden nesile aktarır. Boş zamanları değerlendirme konusunda ise aile yine bizi destekler ve yapmamız gerekenleri bize aktarır. Ekonomik olarak ise aile maddi desteğini esirgemeyerek bu işlevini de yerine getirmiş olur. Tüm bunları göz önüne alırsak aile her şeyin başlangıç noktasıdır. Sonraki hayatımızda da her zaman ailede öğrendiklerimiz bize yön verir ve hayatımızı şekillendirir.

Ailenin toplum içinde hem birincil hem de ikincil ihtiyaçları bulunmaktadır. Bu ihtiyaçların karşılanması için aile birtakım işlevleri yerine getirmek durumunda kalmaktadır. Bu ihtiyaçlardan birincil olanları, maddi ve manevi olarak bireyin ihtiyacının giderilmesidir. Buna hem psikolojik hem de biyolojik ihtiyaçları koyabiliriz. İkincil ihtiyaçlar ise ailenin dini, ahlaki, eğitim, siyasi olanlardır. İkincil ihtiyaçlar, aileyi daha toplumla iç içe bir hale sokarken, birincil ihtiyaçlar ise daha çok kendini gerçekleştirme arzusu olan bireye yöneliktir (Özalp, 2016: 83). Her şey ailede başlar bu nedenle aile bireyin ihtiyaçlarını gidermede ana etkidir. Aile hem maddi hem manevi olarak bireyi destekler ve yaşamını sürdürmesine katkıda bulunur. Bireyin eğitimi, dini öğrenmesi, ahlak kurallarına sahip olması gibi birçok işlevi gerçekleştiren aile birey için her şeyin başladığı noktadır.

2.7. Ailedeki Değişmeler, Ailenin Dönüşümü ve Sosyal Problemler

Toplumun en küçük yapı birimi ve temel unsuru olan aile, insanlığın başlangıcından beri süreç içerisinde çeşitli etkileşimler sonucu değişikliklere uğrasa da varlığını günümüze kadar koruya gelmiştir. Aile, insanların yaşamlarını idame ettirecekleri ilk sosyal çevredir. Bireyin topluma, toplumsala geçişini sağlayan, hayata bağlayan köprüdür aile (Turgut, 2017: 94). Aile toplumun sürekliliğini sağlayan temel kurumdur. Toplumsal kurumlar içerisinde aile en büyük öneme sahiptir. Aile kurumu geçmişten günümüze büyük dönüşümler yaşamıştır. Fakat tüm toplumlarda ve tüm dönemlerde olduğu gibi günümüzde de halen devamlılığını sürdürmektedir. Aile kurumu da değişimin kaçınılmazlığından etkilenmektedir. Aile kurumunda yaşanan bazı değişimler aşağıda sıralanmıştır:

- 1) Aile üyeleri arasındaki kontrol sistemlerinin azalması
- 2) Anomi ve sosyal sapmaların çoğalması, intihar olaylarının artması

- 3) Aile tarafından üstlenilen fonksiyonların azalması
- 4) Ailenin bir üretim birliği olmaktan çıkması, bir tkretim birliği haline dönüşmesi
- 5) Ailenin bir değerler ve hisler sistemi olarak yeniden öneminin artması
- 6) ocuğun sosyalleştirilmesi bakımından yeniden artan nemi
- 7) Kadının statüsünün erkeğinkiyle eşitlik doğrultusunda değerishi
- 8) Doğum oranı ve eğiliminin azalması
- 9) Boşanma oranının artması (Boztoprak, 2009: 471).

Ailede değerishim tarihin her alanında var olmuştur. Sosyolojik bir durum olarak geçmişten günümüze her gün her an değerishimler yaşanmış ve yaşanmaya devam edecektir. Yaşanan değerishimler ile birlikte günümüzde aile kurumunda birçok değerishime söz konusudur. Bunlardan başlıcaları yukarıda sıralanmıştır. Aile yeleri arasındaki kontrol sistemlerinin azalması ile birlikte aile yeleri daha rahat ve kontrolden uzak bir hayat sürdürmeye başlamıştır. Eskisi kadar birbirine bağlı olunmadığı, aile üyelerinin eskisi kadar sık kontrol edilmediği ve baskıdan daha uzaklaşmış bir yaşam söz konusudur. Aynı zamanda anomi ve sosyal sapmaların çoğalması, intihar eğiliminin artması söz konusudur. Anomi kuralsızlık olarak tanımlanmaktadır. Kuralsızlık ve sosyal sapmaların artması ile birlikte bireyler hataya ve kurallar dışında davranmaya yönelmektedir. Bunun bir nedeni de aile fonksiyonlarının azalması ve bireylerin rahat yaşam tarzlarını tercih etmeleridir. Bununla birlikte ocuk sahibi olma oranları her geçen gün azalırken, boşanma oranları da her geçen gün artmaktadır. ocuk sahibi olma oranlarının azalmasında, kadının iş hayatına girmesi ve kariyer planları, kozmetik, estetik, rahat yaşam vb. kaygılar gibi birçok neden söz konusudur.

Cumhuriyetin kuruluşunda %25'ler düzeyinde olan kent nüfusu günümüzde %92'li rakamlara ulaşmıştır. Bu dönemlerde şehirlerde gecekondulaşma, çarpık kentleşme ve yeni ortama uyum sağlama gibi sorunlar ortaya çıkmış; öte yandan şehirdeki iş imknları nedeniyle zamanla refah seviyesinin yükselmesi, çocuklar için daha iyi eğitim imknları vb. hususlar değerishimi hızlandırmıştır (Yılmaz, 2016: 44).

Geleneksel geniş ailede akrabalık ve komşu ilişkileri çok büyük önem taşımaktadır. O nedenle kuzenler, amcalar, dayılar ve halalar aynı aileden sayılmaktadır. Gcl bir

yardımlaşma ve dayanışma ortamıyla akrabalık bağlarından yararlanır (Yıldırım, 2013: 73). Geleneksel ailede kararlar genellikle ailenin en büyük erkeği tarafından alınmakta iken, günümüz modern dönem ailesinde genellikle kararlar birlikte ve ortak verilmekte bu nedenle geleneksel aile ve çekirdek aile arasındaki ayrım netleşmektedir (Yavuzer ve Kabadayı, 2021: 343). Çekirdek aile, sanayi toplumlarını karakterize eden en önemli vasıflar arasında bulunmaktadır. Bu aile tarzı az sayıda kişiden, anne-baba ve çocuklardan oluşmaktadır. Ailenin varlığını belirleyen olguların başında sanayi üretiminin getirdiği tüketim toplumuna uyarlanmış olması gelmektedir. Aile tüketici özelliğiyle belirlenmektedir (Yıldırım, 2013: 73).

Ailede yaşanan sosyal problemlerden bir tanesi aile içi şiddet konusudur. Aile içi şiddet, ailenin işlev ve işleyişini olumsuz etkileyen en önemli problemlerden bir tanesidir ve evrensel bir sorundur. Aile içi şiddet denildiğinde eşlerden birinin bir diğerine yönelik şiddeti ve ebeveynlerden çocuklara yönelik olan şiddeti ifade edilmektedir. Ancak istatistikler ve yapılan çalışmalar aile içi şiddet denildiğinde kadına yönelik şiddetin akla gelmesini haklı çıkartmaktadır (Atıla Demir, 2016: 240). Sosyal bir problem olan aile içi şiddet aile yaşantısında boşanma sebepleri arasında olduğu gibi aynı zamanda toplumsal bir problemdir. Şiddetin önüne geçilmesi ve olabildiğince azaltılması için günümüzde birçok uygulama yapılmaktadır.

Günümüz toplumsal yapısının postmodernite mi yoksa hala daha postmoderniteye geçiş mi olduğu tartışmaları devam ederken küreselleşme ve küreselleşme gibi yeni kavramlar, yeni yapıları ve sorunları da ortaya çıkarmaktadır. Aile yapısının günümüzde belirgin bir özelliğini tüm dünya açısından ortak bir şekilde kavramsallaştırmak oldukça güç görünmektedir. Bir tarafta Afrika ülkelerinde hala devam eden klan hayatı, diğer tarafta ise LGBT evliliklerine kadar uzanan yeni aile yapıları, ailenin sosyolojinin her zaman ele alması gereken en temel konu ve kurumlardan biri olduğunu göstermektedir (Dirimeşe, 2016: 27). Aile kurumunun geçirdiği bu değişimler bireyleri etkilediği gibi toplumun genelini de etkilemektedir.

2.8. Boşanma Olgusu

Boşanma, taraflardan birinin veya her ikisinin kendi arzusu ile toplumda geçerli norm veya adetlere göre evlilik birliğini sona erdirmesidir (Özkalp, 2013: 141). Boşanma Türk medeni kanununda belirtilen sebeplerin varlığı halinde gerçekleşmektedir. Genel boşanma nedeni evlilik birliğinin sarsılmasıdır. Özel olarak ise birçok boşanma nedenleri vardır. Bunlardan bazıları zina, psikolojik veya fiziksel şiddet, suç işleme gibi nedenlerdir.

Boşanma sebepleri kanundaki çerçeveye göre özel ve genel olmak üzere iki şekilde sınıflandırılarak ifade edilmektedir (Çapcıoğlu, 2018: 34).

Özel sebepler: Zina, cana kast ve pek fena muamele, cürüm ve haysiyetsizlik, terk ve akıl hastalığı.

Genel sebepler: Evlilik birliğinin temelinden sarsılması (şiddetli geçimsizlik), eşlerin anlaşması(anlaşmalı boşanma) ve ortak hayatın yeniden kurulamaması(fiili ayrılık).

Boşanma oranları her geçen gün yükselmekte, buna bağlı olarak da boşanma eğilimi artmaktadır. Böylece boşanmalar kolaylaşmakta ve toplumda yaygınlaşmakta hatta normal kabul edilmektedir. Boşanmanın birçok sebebi olduğu gibi boşanmaların artmasının da birçok sebebi vardır. Günümüzde de boşanmalar refah yaşam, kadının iş hayatına girmesiyle ekonomik bağımsızlığını ilan etmesi, toplum baskısının azalması, kanunen kadına verilen nafaka ve mal paylaşımı gibi haklar nedeniyle boşanmalar artmıştır. Kadınlar kendilerini güvence altına almasını sağlayan yasalar ve kanunlar her geçen gün artmakta, kadın hakları savunulmaktadır.

Boşanma bireysel ve toplumsal nedenlerle de açıklanmaktadır (Özkalp, 2013: 143).

Bireysel nedenler: Bireysel nedenlerin başında erken yaşta evlenmeler gelmektedir. Erken yaşta evlenme erken boşanmalara neden olmaktadır. İkinci olarak evlilik süresinin uzunluğu bir faktördür. Yani uzun yıllar beraber yaşama boşanma oranlarını olumlu yönde etkileyip, çiftlerin boşanmalarını engellemektedir. Buna rağmen uzun bir süre birbirine tahammül edmeyen çiftlerde ayrılıklar da olmaktadır.

Toplumsal nedenler: Boşanmalar özellikle toplumların ekonomik refah dönemlerinde artış göstermekte buna karşın durgunluk ve savaş dönemlerinde azalmakta hatta durmaktadır. Refah ve zenginlik insanları yaşamda kalmak ve para kazanmak gibi sorunlardan uzak tutmakta, eğlence ve iyi vakit geçirme nedeni ile birlikte olma aile düzenini sarsıp boşanmalara sebep olmaktadır. Kadınların çalışıp kazanması ve ekonomik bağımsızlığını elde etmesi, uyumsuz bir evliliği sürdürmektense boşanma tercihini arttırmakta ve ailede çözümler meydana gelmektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNTERNET VE SOSYAL MEDYA

3.1. İnternet

İnternet ağları her geçen gün geliştirilmekte ve artırılmaktadır. Hızı ve kapasitesi gün geçtikçe iyileştirilmekte buna paralel olarak ücretleri de değişmektedir. Bireylere internet bir ihtiyaç olarak hissettirilir ve genellikle her evde veya her telefonda internet bulunmaktadır. İnternetsiz telefon ve bilgisayar kullanan bireyler oldukça azdır. Birçok program ve işlev internet aracılığı ile yapılmaktadır. İnternet bilgiyi üretme ve bu bilgiyi paylaşma isteğinin oluşması sonucunda ortaya çıkmıştır. Günümüzde internetin fonksiyonları oldukça artmış, bu nedenle de gündelik hayatın bir parçası haline gelmiştir. İnternetin gündelik hayatın bir parçası haline gelmesiyle birlikte iletişim teknolojilerinde önemli bir yer edinmiştir.

Kitle iletişimi, internet teknolojisi ile farklı boyutlar kazanmaktadır. Birçok akademisyene göre “ağlar arası ağ” veya “ağların ağı” olarak ifade edilen internet, önemli bir teknolojik kazanımdır. Genel bir ifadeyle internet; “kendine özgü yazılı olmayan kuralları ile insanların bilgi alış-verişi yapabildiği büyük bir topluluk ve pek çok yararlı bilginin bir tuşa basmak kadar yakın olduğu dev bir kütüphane” şeklinde tanımlanabilmektedir (Büyükaslan ve Kırık, 2017: 70-71).

Günümüzde telefonlar ve bilgisayarlarda internet aylık, günlük veya haftalık paketler halinde insanlara sunulur. Baş döndürücü bir hızla gelişen teknoloji ve teknolojiye bağlı değişimler, toplumların sosyal yapılarında, kültürlerinde bazen de hayata bakış açılarında önemli değişimleri beraberinde getirmektedir. Hiç şüphesiz teknolojik gelişmelerin içerisinde belki de en önemlilerinden biri olarak kabul edilebilecek olan şey internetin icat edilmesidir. İnternetin müthiş bir hızla gelişerek yaşantımızın neredeyse tüm alanlarına dâhil olması, özellikle de bilişim alanında sağladığı

fırsatların ve yaşamı kolaylaştırıcı bazı yönlerinin insanoğlunu cezbetmesi nedeniyle kullanım sıklığı da her geçen gün artış göstermiştir (Bolat ve Macit, 2019: 18). İnternet ortamında faydalı ve zararlı içerikler bir arada bulunmaktadır. Kullanılan yazılımlar bilinçli olarak seçilmelidir. Sosyal medya uygulamalarını kullanma, araştırma yapma, oyun yükleme gibi özellikler internet aracılığı ile yapılmaktadır.

İnternetin bilinçsiz kullanımının zararları da ortaya çıkmıştır. Bu zararların bazıları internet üzerinden işlenen suçlardır. İnternet üzerinden işlenen suçlar siber suçlar kategorisine girmektedir. Siber suçlara artık çok sık rastlanılmaktadır. Bundan dolayı bilinçsiz internet kullanımı son derece tehlikelidir. Siber suçlara internet üzerinden dolandırıcılık, kredi kartı ve banka kartı bilgilerinin çalınması, kişisel bilgilerin çalınması vb. gibi suçlar dâhil olmaktadır. İnsanlara dolandırıcılık niyetiyle sosyal medya üzerinden yaklaşanlar gibi kullanıcılara zarar veren farklı suçlar da mevcuttur. Kişileri kandırma, maddi ya da manevi zarara uğratma niyeti taşıyan birçok kullanıcı bulunmaktadır. Ne yazık ki sosyal medya günümüzde hırsızların, dolandırıcıların hedefi haline gelmiştir.

İnternet ve teknoloji ile hayatımızdaki yerini alan siber zorbalık ya da internet zorbalığı kelime anlamı itibariyle; “internet, cep telefonu, sosyal medya gibi araçlar kullanılarak başka bireylere zarar veren ve sürekli olarak tekrarlanan davranışlar” anlamına gelmektedir (Bolat ve Macit, 2019: 11). Siber zorbalığa karşı son derece dikkatli olmak gerekmektedir. Bu nedenle sosyal medyada mümkün olduğu kadar kişisel bilgiler paylaşılmamalı, güvenlik ya da şifre bilgileri gizli tutulmalıdır. Çocuklarda ise bilinçsiz kullanım söz konusu olabileceği için internet kullanımı kısıtlanmalı veya ebeveyn gözetiminde olmalıdır. Çocuklar için güvenli internet kullanımı sağlanmalıdır.

Günümüzde internet, günlük yaşam içinde belirleyici bir yer edinmektedir. Yapacağımız alışverişler, satacağımız ürünler bile internet odaklı olup önce internet üzerinden araştırılmaktadır. Hatta çoğunlukla internet üzerinden alım ve satım yapılmaktadır. İnternet günün her anında kullanılabilen online alışverişler her daim yapılabilmektedir. Öyle ki kullanmadığımız fazla ürünler bile internet üzerinden satışa sunulmaktadır. İnternet alışverişi sayesinde ürünler kapımıza kadar gelmektedir. Bu kolaylık internetin olumlu yönlerinden bir tanesidir. Her konuda

olduğu gibi bu konuda da suistimaller söz konusu olmaktadır. İnternetin kötüye kullanımını birçok vatandaşı mağdur etmekte bu nedenle bireyler zor durumda kalabilmektedir. Bir diğer taraftan internet üzerinden tanışıp evlenmeler arttığı gibi internet nedeniyle boşanmalar da artmıştır. İnternet üzerinden mağdur edilmelerde tüm varlığını kaybeden kullanıcılar söz konusu olmaktadır. Siber suçlar birimleri bu konularla ilgilenmekte ve önlem almaya çalışmaktadır. Bu nedenle internetin son derece dikkatli ve bilinçli kullanılması gerekmektedir.

3.2. Bağımlılık

Bağımlılık üzerine farklı tanımlamalar yapabilmek mümkündür. Türk Dil Kurumu'na göre “bağımlı”; *“başka bir şeyin istemine, gücüne veya yardımına bağılı olan, özgürlüğü, özerkliği olmayan, tabi”* ve *“ bir kimseye veya şeye maddi veya manevi yönden aşırı bağılı olan”* gibi anlamlara gelmektedir (Büyükaslan ve Kırık, 2017: 86). Bağımlılık; kişinin kullandığı bir madde, alkol, nesne veya yaptığı bir davranış (eylem) üzerinde kontrolünü kaybetmesidir. Kontrolsüzce kullanılan her madde ya da gerçekleştirilen her davranış bağımlılık oluşturma riski taşır. Kişiler hayatta birçok şeye karşı bağımlı olabilir (www.yesilay.org.tr, 2021).

Bireyler telefona, internet ile girilen sosyal medya uygulamalarına ve internet üzerinden oynanan oyunlar vb. birçok şeye bağımlı olabilmektedir. Bağımlı olma aşırı istekli olma ve önüne geçememe durumudur. Bağımlı olunan şeye ulaşamadığında sinirli agresif tavırlar sergilenebilmektedir. Biz burada internet ve sosyal medya bağımlılığı üzerinde duracağız.

3.3. İnternet Bağımlılığı ve Belirtileri

İnternet bağımlılığı internetin fazla kullanılması ve internet kullanımının bırakılamaması durumudur. İnternet bağımlılığı birçok kişinin farkında olmadığı bir durumdur. Belirtilerinin ise farkında olunsa bile görmezden gelinmesi ve umursanmaması durumu söz konusudur. Oysaki internet bağımlılığı önemsenmeyecek bir durum değildir. Aksi takdirde birçok sosyal ve diğer problemleri beraberinde getirebilmektedir.

Bağımlılık hakkında karar vermek üzere gözlenebilir bazı davranış ve durumlar alan yazında birçok uzmanın ortak görüşü olarak belirlenmiş ve bağımlılığın belirtileri olarak gösterilmiştir. (Griffiths, 1991, 1999; McIlwraith ve ark, 1991;) Bunlar;

- Her gün internete bağlanmak, bağlı iken zamanın farkında olmamak, sorulduğunda ise inkâr etmek,
- Herkese mail adresi, ICQ numarası, sohbet odası adları vs. vermek veya dağıtmaya çalışmak,
- İnternet dışı uğraşlara ilginin kaybolması,
- Sosyal faaliyetlerde azalma, dostları tarafından anlaşılama duygusu,
- Spor faaliyetlerinden uzaklaşma ve kondisyon kaybı,
- İş verimliliğinin düşmesi,
- Sürekli uykusuz kalma ve yorgunluk,
- Alışverişlerin İnternet üzerinden yapılması,
- Aile fertlerine yeterli zamanı ayıramama nedeni ile aile bağlarının zayıflaması,
- Günlük yaşamdaki diğer iş ve kişilerin, online yaşama engel olduğu düşüncesi,
- Bilgisayar kullanımı nedeniyle eşler arasında anlaşmazlık ve sorun çıkması olarak vurgulanmıştır (Cengizhan, 2005: 86).

Yukarıda sıralanan bağımlılık belirtileri birçok uzmanın internet kullanımının bağımlılığı hakkındaki görüşleridir. Bağımlılığın bu belirtileri en önemlileri arasında gösterilmektedir. İnternet kullanımında bu belirtiler varsa bağımlımanız demektir ve bir uzmandan yardım almakta fayda vardır. Aksi takdirde bağımlılık hem ileri boyutlara taşınabilir hemde zararları artabilmektedir.

Benzer şekilde Dr. Mark Griffith's yaptığı bir araştırmada verdiği "en önemli on uyarı sinyalinin aşağıdaki gibi sıralamıştır. Bunlar; □

- Yalnızca birkaç dakika harcamaya niyetli olduğunuz halde,
- Bilgi aramak için saatler harcadığınızı fark ediyorsanız, □

- Çalışma arkadaşlarınıza,
- Özel hayatınızdaki arkadaşlarınıza ya da eşinize bilgisayar başında geçirdiğiniz zaman hakkında yalan söylüyorsanız,
- Monitörün başında her oturuşta saatlerce kaldığınız için fiziksel sorunlardan mustaripseniz, □
- Sürekli olarak bir sonraki İnternet oturumunu iple çekiyorsanız, □
- Aradığınız bilgiyi bulmaya hep "bir adımcık" kaldığını düşünüyorsanız,
- Anonim bir kişiliğe bürünmek size heyecan veriyor,
- İnsanlarla İnternet üzerinden konuşmayı yüz yüze konuşmaktan daha kolay buluyorsanız,
- E-postanızda bir şey var mı diye bakmak için zorlayıcı bir istek duyuyorsanız,
- İnternet'e girmek için yemek öğünlerinize, derslerinize ya da randevularınıza boş veriyorsanız,
- Bilgisayarınızın başında bu kadar fazla zaman geçirdiğiniz için suçluluk duyma ve büyük bir zevk alma arasında gidip geliyorsunuz, □
- Bilgisayarınızdan uzak kaldığınız zaman canınız bilgisayar çekiyor ve yoksunluk semptomları gösteriyorsanız internet bağımlılığı noktasında sorunlar var demektir.

Yukarıdaki belirtileri gösteren kişilerin dikkatli olmaları gerektiğini belirten uzmanlar, bu sorunların kişinin yapmakta olduğu iş, çalışma ortamı, yaşı, öğrenim düzeyi, kullanım gerekleri ve düzeyi göz önüne alınarak değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar (Cengizhan, 2005: 87). İnternet bağımlılığı fark edilmesiyle daha fazla dikkatli olunmalı, tedavisi için çaba gösterilmeli ve günlük yaşamı etkilemesine izin verilmemelidir. Aksi takdirde gün geçtikçe ilerleyebilir ve yaşamımızı daha fazla etkiler hale gelebilir.

Akıllı telefonlar ile internet bize artık bir tuş kadar uzaklıktadır. Akıllı telefonların yaygınlaşması ile birlikte aynı zamanda kullanım yaşı da düşmüştür. Toplumun geneli akıllı telefonları tercih etmeye başlamış ve akıllı telefon kullanımı yaygınlaşmıştır. Böylece internet herkesin elinin altında bulunmaktadır. İnternete ulaşım kolaylığı ile birlikte daha fazla internet kullanılmakta, bu durum da hem

internet hem sosyal medya uygulamalarının hayatımızın merkezinde olmasına neden olmaktadır. Artan internet ve sosyal medya uygulamalarının kullanımı bağımlılık yapma potansiyelini arttırmaktadır.

3.4. Sosyal Medya

Teknolojik gelişmelerin hızla ilerlediği günümüz dünyasında gelişmelerden haberdar olmak ve iletişim kurmak oldukça kolaylaşmıştır. Kitle iletişim araçları gün geçtikçe daha fazla hayatımızda yer edinmeye başlamış, bilgiye ulaşmayı kolaylaştırmıştır. İnternet kullanımı da her geçen gün artmakta, internet günümüzde neredeyse her evde bulunmaktadır. İnternete kolay erişilebilmesi ile bireyler birbirlerine istenilen her zamanda ulaşabilmektedir. Sosyal medya uygulamalarının geleneksel internet sitelerinden farkları bulunmaktadır. Geleneksel internet sitelerinde genellikle irade bizde değildir, biz hali hazırda bulunan verilerden faydalanırız. Bu veriler ile bilgiler elde edebiliriz. Bizim yorumlayabileceğimiz ya da yaratıcılığımızı kullanabileceğimiz bir alan yoktur. Fakat sosyal medyada durum farklıdır.

Burada irade bizdedir. İçerikleri bizler üretiyoruz ve yine bizler tüketiyoruz. Yani youtube'un sahibinin video paylaştığını, Twitter'ın sahibinin sıklıkla tweet attığını göremezsiniz (Çakır, 2018: 11). Sosyal medya kullanıcıları istedikleri düşünce ve yorumlarını sosyal medya platformlarında paylaşabilmektedir. Tüm kullanıcılar eşit bir şekilde yorumlarını yapabilmekte, düşüncelerini sergileyebilmektedirler. Sosyal medyada kullanıcılar video, fotoğraf, haber ve içerik paylaşabilmektedir. Hatta bu meslek haline gelmeye başlamış bireyler kendilerine dijital içerik üretici, video üretici gibi ünvanlar vermeye başlamışlardır.

Sosyal medya kendi başına bir kamusal alan oluşturmakta ve bu alanı her gün sistemize ederek daha da büyütmektedir. İnsanların bilgiyi üretme, kullanma ve onu paylaşma isteklerinin sonucu olarak ortaya çıkan internet, sosyal medyanın besleyicisi ve gücü konumundadır. Enformasyonun dolaşım sistemi olan internet, sosyal yaşamla iç içe geçmiş ve yaşam dinamiklerini, toplum değerlerini yeniden reforme edilmesini sağlayan bir olgu haline gelmiştir (Gürbüz, 2014: 77). Sosyal medya genel olarak eğlence, vakit geçirme, yeni insanlarla tanışmak, arkadaş edinmek, iletişim kurmak gibi amaçlarla kullanılmaktadır. Sosyal medyada içerik paylaşmak en önemli özelliklerden bir tanesidir. Gidilen mekânlar, yenilen yemekler,

içilen içecekler ve hatta giyilen kıyafetlerin resmine kadar sosyal medyada paylaşılmakta ve gösteri toplumunun bir parçası olunmaktadır. Tüm bunlar ve daha fazlası sosyal medya hesaplarından anlık veya daha sonra paylaşılmakta kişilerin beğenisine sunulmaktadır. Beğeni sayısı önemli bir ölçüt olmaktan öte sosyal medya paylaşımlarına yön vermekte bundan sonraki paylaşımların o doğrultuda yapılmasını sağlamaktadır.

Sosyal medyanın bir özelliği de kimliğini gizli tutabilmektir. Kullanıcılar gerçek kimliklerini beyan etmeden sosyal medya platformlarına kayıt olmakta ve kimliklerini gizleyerek kullanabilmektedir. Bu durum da birçok olumsuz durumu beraberinde getirebilmektedir. Gizli kimlik ile sosyal medya kullanan bireyler diğer kullanıcıları rahatsız edebilmekte, onların özeline girebilmektedir. Bu da ahlak dışı söylemleri de beraberinde getirebilmektedir. Aynı zamanda farklı kimlik kullanabilmekte başka isimlerle sosyal medya hesabı açabilmektedirler. Bu durum da kimlik karmaşasına neden olmaktadır. Sosyal medyada kullanıcılar sahip olmadıklarını sahipmiş gibi sergileyebilmektedirler.

Günümüzde çoğu kişi sosyal medyanın insanları toplumdan soyutladığını/asosyalleştirdiğini belirtirken, sosyal medyada kullanılan kimliklerin kişideki hayâ duygusunu yok ettiğini ve insanları da psikolojik problem olan narsizm gibi bir rahatsızlığa bulaştırdığını vurgulamaktadırlar (Demirdaş ve Kurtulan, 2019: 44). Sosyal medyanın genel olarak yoğun kullanıldığı gün ve saatler olduğu gibi, her bir sosyal medya platformuna ilişkin özel gün ve saatler de çeşitli raporlarda belirtilmektedir. Paylaşım günü ve saatine ilişkin genel bir değerlendirme yapmak gerektiği kadar, her sosyal medya hesabının faaliyet gösterdiği sektöre ve takipçilerinin özelliklerine göre kendine has bir etkileşim saati olduğunu da hatırlatmak gerekir (Bostancı, 2019: 53).

Sosyal medyada kimlik karmaşası sosyal değişkenliklere ve coğrafi sosyal değişime göre şekil almaktadır. Çünkü sosyal medya bireylerin kimlik yapılarının sorgulanmasını sağlamaktadır. Bu nedenle bireyler de düşünce karmaşıklığı yaşamaktadır. Toplumda varlığını sürdüren bireyler farklı ortamlarda buldukları için farklı yaşam tarzlarına sahiptirler. Bu farklı yaşam tarzları da bireylerin sosyal medyada kendilerini sorgulamalarına sebep olmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları

birey bir aidiyet duygusu içerisine girmekte ve düşünce karmaşıklığına sürüklenmektedir. Bireyin aklındaki asıl soru nereye ait olduğudur. Tüm bunlar da bireyi kimlik karmaşasına sürüklemektedir.

Sosyal medya platformları aynı zamanda marka değerleriyle ekonomik olarak önemli bir yere sahiptir. Brand Finance Global 500 (2019) verilerine göre;

- Facebook 83,202 Milyar Dolar marka değeri ile listenin 7. Sırasında yer almaktadır.
- Wechat 50,707 Milyar Dolar marka değeri ile listenin 20. Sırasında yer almaktadır.
- Youtube 37,847 Milyar Dolar marka değeri ile listenin 32. Sırasında yer almaktadır.
- Instagram 16,738 Milyar Dolar marka değeri ile listenin 100. Sırasında yer almaktadır (Bostancı, 2019: 27).

3.5. Sosyal Medya Tarihi

1971	Mühendisi Ray Tomlinson, ilk E-Posta'yı gönderdi.
1973	Dave Woolley and Douglas Brown Talkomatic 'i yayınladı.
1978	Ward Christensen tarafından CBBS yayınlandı.
1980	Bulletin Board System BBS'lerin sayısı arttı ve popülerleşti.
1984	FidoNet elektronik posta yönetim servisi yayınlandı.
1988	Bir sohbet platformu olan IRC yayınlandı.
1996	ICQ sohbet programı yayınlandı. Popüler elektronik posta servisi Hotmail yayına başladı. İlk sosyal ağ ve video sitelerinden biri olarak kabul edilen Bolt.com yayınlandı.
1997	AOL Instant Messenger yayınlandı. İlk sosyal ağ sitelerinden biri olarak kabul edilen Sixdegrees.com yayınlandı.
1998	İlk sosyal bloglama ağı olan Open Diary yayınlandı.

1999	<p>Yahoo Messenger yayınlandı.</p> <p>MSN Messenger yayınlandı.</p> <p>Bir sosyal ağ ve blog platformu olan LiveJournal yayınlandı.</p>
2001	<p>Çevrimiçi açık sözlük Wikipedia yayına başladı.</p>
2002	<p>Sosyal ağ ve oyun platformu Friendster yayınlandı.</p>
2003	<p>İş dünyası odaklı sosyal ağ LinkedIn yayınlandı.</p> <p>Sosyal ağ sitesi Hi5 yayınlandı.</p> <p>İş dünyası odaklı sosyal ağ XING yayına başladı.</p> <p>Sosyal ağ platformu Myspace yayınlandı.</p> <p>Anlık yazılı, sesli ve görüntülü iletişim uygulaması Skype yayınlandı.</p>
2004	<p>Tüm zamanların en popüler sosyal ağı Facebook yayınlandı.</p> <p>Fotoğraf ve video paylaşım ağı Flickr yayınlandı.</p> <p>Popüler elektronik posta servisi Gmail yayınlandı.</p> <p>Google'ın ilk sosyal ağ girişimi Orkut yayına başladı.</p>
2005	<p>Çin merkezli sosyal ağ Qzone yayına başladı.</p> <p>Video paylaşım ağı Youtube yayınlandı.</p>
2006	<p>Popüler mikroblog ağı Twitter yayına başladı.</p> <p>Rusya merkezli sosyal ağ VK yayınlandı.</p>
2007	<p>Mikroblog ağı Tumblr yayınlandı.</p> <p>Friendfeed yayına başladı.</p>
2009	<p>Popüler mesajlaşma uygulaması Whatsapp yayına başladı.</p> <p>Çin merkezli mikroblog ağı Weibo yayınlandı.</p>
2010	<p>Popüler sosyal imleme ağı Pinterest yayınlandı.</p> <p>Popüler fotoğraf paylaşım ağı Instagram yayına başladı.</p>

2011	Snapchat yayınlandı. Sosyal ağ Google+ yayınlandı. Elektronik spor ve oyun videoları ağı Twitch yayına başladı.
2013	Popüler video paylaşım ağı Vine yayına başladı. Anlık yazılı, sesli ve görüntülü iletişim uygulaması Google Hangouts yayınlandı.
2015	Canlı video yayınlama uygulaması Periscope yayınlandı.
2017	Eğlenceli kısa videolar platformu TikTok yayınlandı.

(Bostancı, 2019: 29-30).

3.6. Sosyal Medya ve Karakteristik Özellikleri

- a) Sosyal medya, katılımcılarını cesaretlendirme ve ilgili olan her bir kullanıcıdan geri bildirim alma özelliğine sahiptir.
- b) Günümüz sosyal medya hizmetleri geribildirime ve katılımcılara açıktır. Bu hizmetler değerlendirmek için verilen oylama işleminde, yorum yapmada ve bilgi paylaşımındaki gibi konularda kullanıcılarına cesaret verir.
- c) Geleneksel medyanın karakteristik özelliği sadece yayın anlamında sunum yapılması iken günümüz sosyal medyasının karakteristik özelliği interaktif iletişime olanak tanınmasıdır.
- d) Sosyal medya toplulukların dönüşümünde önemli bir görev üstlenir. Toplulukların eski gelenek yapılarından hızlı ve etkili bir şekilde içerisinde gelişmesine olanak tanır. Topluluklar da sosyal medyanın sağladığı bu kolaylıklar sayesinde sevdikleri nesnelere paylaşım yaparlar.
- e) Günümüz Sosyal medyası birbirinden farklı bağlantılı görevler üstlenir. Kişilerin diğer online sitelere girmesine, ihtiyaçları çerçevesinde araştırmalar yapmasına ve fertlerin ilgi duydukları bir konuda bağlantı verilmesini sağlar (Demirdaş ve Kurtulan, 2019: 38).

3.7. Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya araçları kullanım alanlarına göre değişik türlerde karşımıza çıkmaktadır. Uzmanlara göre birbirinden farklı sosyal medya araçları sınıflandırılması ile karşılaşılmaktadır. Sosyal medya araçları şöyle sınıflandırılmıştır;

Bloglar

Mikroblogging

Wikiler

Sosyal işaretleme

Medya Paylaşım Siteleri

Podcasting

Online Sosyal Ağlar ve Sosyal Ağ Siteleri

Sanal Dünyalar (Özdemir, 2019: 68).

Sosyal medya platformlarının sayısı her geçen gün artmaya devam etmektedir. Farklı işlevleri ve öncelikleri itibariyle çeşitlenen sosyal medya platformları, şu şekilde sınıflandırılmıştır:

- Bloglar: Kişisel günlüklerin internette herkesle paylaşılan ve daha genel konuları içeren halidir. Blogger ve Wordpress en popüler blog hizmeti veren platformlardır.
- Mikrobloglar: Daha kısa içeriklerle daha sık yayınlama mantığının hâkim olduğu küçük bloglardır. Twitter en popüler mikroblog platformudur.
- Wikiler: Genellikle internet ansiklopedisi olarak kullanılan platformlardır. En popüler wiki ise Wikipedia'dır.
- Sosyal Ağlar: Birçok sosyal medya aracının özelliklerini bünyesinde toplayan, çok çeşitli özelliklere sahip platformlardır. En popüler sosyal medya platformu Facebook'tur.

- Video Paylaşım Ağları: Kullanıcıların video paylaşımlarını ve video içerikler üzerinden etkileşim kurmalarını sağlayan platformlardır. Youtube en popüler video paylaşım platformudur.
- Fotoğraf Paylaşım Ağları: Kullanıcıların fotoğraf paylaşmasına ve fotoğraf içerikler üzerinden etkileşim kurmalarını sağlayan platformlardır. En popüler fotoğraf paylaşım platformu Instagram'dır.
- Ses ve Müzik Paylaşım Ağları: Ses ve müzik içeriklerinin yayınlanması, paylaşılması, yorumlanması, favori çalma listeleri oluşturulması amacını taşıyan platformlardır. Last.fm ve Soundcloud popüler ses ve müzik paylaşım platformlarıdır.
- Lokasyon Tabanlı Araçlar: Konum bilgisi kullanarak aynı lokasyonda yer almış kullanıcılar arasında etkileşim sağlamayı hedefleyen platformlardır. Foursquare popüler bir lokasyon tabanlı platformdur.
- Sosyal İşaretleme Ağları: İnternet üzerinde karşılaşılan içeriği işaretleyerek takipçilerle paylaşma mantığıyla çalışan platformlardır. Pinterest en popüler sosyal işaretleme platformudur.
- Sanal Dünyalar: Gerçek dünyanın kurguyla sanal ortama aktarıldığı, kullanıcıların avaturlarıyla sosyalleştiği ortamlardır. Secondlife popüler bir sanal dünya platformudur (Bostancı, 2019: 25-26).

3.8. Sosyal Medyanın Popüler Uygulamaları

Sosyal medyada en sık ve en çok kullanılan uygulamalar sosyal medyanın popüleritesi artmış olan uygulamalarıdır. Ülkemizde bu uygulamalardan başta gelenler ise Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp ve Youtube'dur. Bu uygulamaların ortaya çıkışından, nasıl ve neden popüler olduklarına ayrı ayrı yer verilmiştir.

3.8.1. Instagram

Instagram, 5 Ekim 2010 tarihinde, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından bir fotoğraf düzenleme ve paylaşma uygulaması olarak kuruldu. İçinde bulundurduğu fotoğraf filtrelerinin de katkısıyla kısa sürede popülerliğe kavuştu. 2011 yılında Tech Crunch tarafından verilen en iyi uygulama ödülünü alırken, aynı zamanda hashtag “#” kullanımını başlattığını duyurdu. Aynı yıl yaptığı açıklamayla uygulamanın 15

milyon üyeye ve 400 milyon fotoğrafa ulaştığını açıkladı. Barack Obama gibi birçok tanınmış ismin Instagram hesabı açması uygulamanın büyümesine hız kattı. 2012 yılında ise 1 milyar dolar karşılığında Facebook tarafından satın alındı (Bostancı, 2019: 43).

Instagram, fotoğraf ve video paylaşılan sosyal medya uygulamasıdır. Günümüzde gençler kullanıcı sayısında çoğunluğu oluşturmaktadır. Kullanım yaşı gün geçtikçe düşmektedir. Instagramda fotoğraf ve video paylaşmak insanların hayatının bir parçası haline gelmiştir. Bireyler yedikleri yemekleri, içtikleri içecekleri, kullandıkları arabaları vb. instagramda paylaşmaktadır. Instagram bu nedenle gösteriş tüketiminin artmasında ve tüketime sürüklenmesinde önemli rol oynamaktadır. İnsanlar hep daha fazla tüketme ve bunu çevreleriyle paylaşma yarışına girmişlerdir ve bunun için en büyük araç da instagramdır.

Instagramda gördüğümüz her ürün beklentilerimizin artmasına sebep olur ve bizi alışverişe sürükler. Alışveriş çılgınlığının her geçen gün artmasının büyük etkenlerinden birisi de sosyal medyadır. Artan tüketim çılgınlığının önüne geçilememekte bunun için her türlü reklam ve teşvik içerikleri paylaşılmaktadır. Daha fazla para harcama alışkanlığı kredi kartlarının sayılarının artmasına neden olmakta insanları ellerinde olmayan paraları bile harcamaya teşvik etmektedir. Instagramın bizi sürüklediği yaşam tarzı öncelikli olarak tüketim odaklıdır. Alışveriş siteleri ürünlerini instagrama taşımakta ve hatta reklamlarını da instagram üzerinden yapmaktadır. İhtiyaç olan lüks tüketim ürünleri ihtiyaçmış gibi hissettirilerek satışa sunulmaktadır.

Bazı insanların birden fazla instagram hesapları bulunmaktadır. Instagram sayesinde dünyanın her yerinde olan biteni ve dünyayı görme imkânı vardır. Resimler ve videolar ile dünyanın her yerindeki güzellikleri, tarihi mekânları, şehirleri görmek mümkündür. İletişim açısından güçlü bir sosyal medya aracıdır. Instagramda neredeyse yarım saatte bir paylaşım yapan bireyler bulunmaktadır. Her ne kadar olumlu yönleri bulunsa da olumsuz yönleri de bulunmaktadır.

Dolandırıcıların da bir aracı haline gelmiş bulunan instagramın dünya genelinde çok fazla sayıda kullanıcısı bulunmaktadır. Arkadaş çevresinde instagram kullanıcısı olmayan garipsenir bir duruma gelmiştir. Bir diğer olumsuz tarafı ise tanımadığımız

insanların bizi takip etmek istemesi ve bize mesaj göndermesidir. Bilinçsiz kullanan kişiler tehlikelere maruz kalmaktadır. Özellikle çocuklar ve muhakeme yeteneği düşük olan bireyler tehlike ile karşı karşıya kalmaktadır. Mutlaka bir ebeveyn gözetiminde ve yönlendirmesinde olmaları gerekmektedir.

Gençler arasında popüler platformlardan biri olan Instagram, takip edilen kişilerin kimlerin fotoğraflarını beğendiğini gösteren bir özelliği yakın zamanda kapatmıştır. Instagram kullanıcılarının birçoğu az beğeni alma kaygısıyla duvarlarında fotoğraf paylaşmamayı tercih etmektedir. Instagram yöneticileri, “önemli olan paylaşmaktır” yaklaşımıyla fotoğrafların beğeni sayılarını gösteren özelliği kapatıp kapatmamayı, daha çok paylaşımaya teşvik edici kararlar almayı tartışmaktadır (Bostancı, 2019: 99). Kullanıcıların instagramda beğeni alma isteği nedeniyle resimler paylaşmakta fakat bazı kullanıcılar beğeni alıp almama kaygısı nedeniyle beğeniye kapatmak istemektedir. Instagram da bu nedenle bu özelliği uygulamaya koymuştur.

3.8.2. Twitter

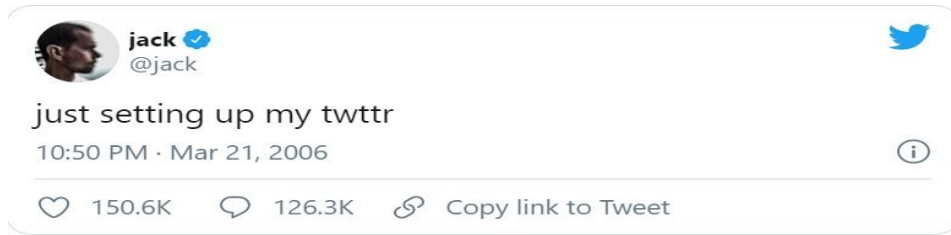
Twitter, kapsamlı bir mikroblog sitesi olarak tanımlanabilmektedir. 2006 yılında Jack Dorsey tarafından San Fransisco’da temelleri atılan Twitter, “Twtr” adıyla hizmet vermeye başlamış daha sonra günümüzdeki ismini almıştır. Twitter 140 karakterlik metinler yazmaya, ses, görüntü, veri paylaşmaya olanak sağlayan yeni nesil iletişim ortamıdır (Büyükaslan ve Kırık, 2017: 80). Twitter iletişim kurma alışkanlıklarında dönüşüm yaratmıştır. Her geçen gün kullanıcı sayısı artmaktadır. Twitter sayesinde bireyler demokratik süreçlere daha fazla katılmaya başlamıştır. Özellikle kitlesel etkileşimlerdeki toplumsal rolüyle twitter önemli etkilere sahiptir. Pratik şekilde kitlelere ulaşma gücü olan twitter hızlı ve etkili bir biçimde kullanılmaktadır.

Son yılların en çok kullanılan sosyal medyası olan Twitter, bu özelliklerinin yanı sıra ve onlarla birlikte, büyük bir gösteri aracına da dönüşmüştür. Kendini tanıtmak, açıklamak, kanıtlamak ya da göstermek istemenin en kolay karşılık bulduğu alandır Twitter. Ve bu haliyle, Debord’un tanımını yapmış olduğu “yoğun ve yaygın gösteri”nin gelmiş bulunduğu son aşamalardan biridir (Büyükaslan ve Kırık, 2017: 60). 2006-2017 yılları arasında tweetlerde sadece 140 karaktere izin veren Twitter, 2017 yılı itibariyle tweetlerde 280 karakter kullanmaya izin vermeye başladı. Mikroblog mantığıyla çalışan Twitter, bir nevi az sözle çok şey ifade etmeye

çalışılan, kelimelerden tasarruf etmenin gerektiği bir platform olarak görülebilir. Yazı içeriklerin öncelendiği platformda fotoğraf, video ve bağlantılar da tweetlerde sıklıkla yer almaktadır (Bostancı, 2019: 47). Twitter'ın kitleleri sürüklemeye özelliği bulunmaktadır. Bir tweet ile toplanan ve bir tweet ile karar veren binlerce insan bulunmaktadır. Twitter kitlelere ulaşmada kolaylık sağlayan bir sosyal medya uygulamasıdır. Kitlelere hızlı ve kolay ulaşım sağlamanın olumlu yönde olabileceği gibi olumsuz yönde de birçok etkisi mevcuttur.

Twitter, aynı konuyu ilgilendiren tweetleri belirli bir başlık altında sınıflandırmak amacıyla “#” işaretiyle simgelenen ve “Hashtag” adı verilen bir etiketleme sistemi kullanmaktadır. Bu sistem sayesinde birbirini tanımayan, takip etmeyen fakat aynı konuyla ilgilenen ve tweet atan kullanıcıları irtibatlandıran Twitter, aynı ilgiye sahip yeni insanlara, fikirlere ve bilgilere kapı aralamaktadır (Bostancı, 2019: 47-48). Twitter kullanıcıları birbirlerine karşılıklı olarak mesaj gönderebilmekte, ülke ve dünya gündeminden haberdar olabilmektedir. Kısa mesaj servisi gibi hizmet sunan Twitter bireylerin düşüncelerini, duygularını takipçileriyle paylaşabildiği kapsamlı bir sosyal paylaşım ağıdır. Gizlilik ayarları aracılığıyla yazılan iletiler sadece takipçiler tarafından görüntülenebilmektedir (Büyükaslan ve Kırık, 2017: 80).

Twitter'ın kurucusu olan Jack Dorsey'in attığı ilk tweet görseldeki gibidir.



(www.sozcu.com, 2021)

3.8.3. Facebook

Bireylerin, işletmelerin, markaların ve kuruluşların başka insanlarla iletişim kurmasını ve bilgi paylaşmasını sağlayan ağ, Facebook, sosyal medya olarak adlandırılıyor. Daha farklı sosyal medya ağları da söz konusu, ancak ilk akla gelenler Facebook, Instagram ve Twitter oluyor (Dikeçligil, 2018: 103). Günümüzde en aktif olan sosyal medya araçlarından birisi de Facebook'tur. Facebook duygu, düşünce ve fotoğrafların aktarıldığı sosyal paylaşım sitesidir. Günümüzde Facebook

kullanımında çoğunluğu orta yaş grubu oluşturmaktadır. Gençler daha çok instagram, twitter gibi sosyal paylaşım sitelerini kullanmaktadır.

Facebook arkadaş ekleme ve konuşma sayfasıdır. Onun dışında resim, video paylaşma gibi özellikleri de vardır. İnsanlar tanıdıkları veya tanımadıkları kişileri arkadaş olarak ekleyip konuşmaktadır. Bu nedenle facebook da bilinçli kullanılmalıdır. Bu açıdan facebookda da tehlikeler söz konusu olmaktadır. Yıllardır görmediğiniz bir arkadaşınızı facebook da bulabilir onunla iletişime geçebilirsiniz bu güzel bir şeydir. Fakat hiç tanımadığınız insanlar sizi arkadaş olarak ekleyip veya mesaj atıp rahatsızlık verebilir. Facebook kullanıcı sayısı oldukça fazladır. Yine bazı bireylerin birden fazla facebook adresi vardır. Bazı bireylerin de hem kişisel hem iş hesapları vardır.

Facebook'un en çok tercih edilen sosyal paylaşım ağlarından biri olmasının en büyük sebebi altyapısında barındırdığı çok ortamlı uygulamalardır. Bu çok ortamlı uygulamalar, kullanıcıların arkadaşlarıyla hızlı ve kolay bir şekilde iletişim kurmasını sağlamaktan başlayarak, yakından tanımadığı bir kişiyle sanal ortamda buluşarak aynı oyunu oynamalarını sağlayacak uygulamalara kadar çok çeşitli olabilmektedir (Büyükaslan ve Kırık, 2017: 177). Bu nedenle Facebook tercih sebebi olmuş sık kullanılan uygulamalardan bir tanesi haline gelmiştir.

3.8.4. Whatsapp

Mesajlaşma, görüntülü ve sesli konuşma imkânı tanıyan, dosya, fotoğraf, video paylaşımına izin veren WhatsApp uygulaması son yıllarda en popüler iletişim kanallarından birine dönüşmüştür. İstatistiki verilere göre 2017 itibarıyla dünya üzerinde 1,3 milyar kişi WhatsApp kullanmaktadır (Göncü, 2018: 590).

Whatsapp son yıllarda çok sık tercih edilen sosyal medya uygulamalarından bir tanesi olarak hemen hemen her akıllı telefonda bulunan bir uygulamadır. Whatsapp her kitleden bireylere hitap etmektedir. Kullanıcıların Whatsapp tercih etme nedenleri arasında Whatsapp'ın sunmuş olduğu özellikler yer almaktadır. Whatsapp her geçen gün kendini güncellemekte ve yeni içerikleri bünyesine katmaktadır. Bu nedenle de daha fazla tercih edilmekte ve kullanım sürelerinde artış yaşanmaktadır.

Anlık bir uygulama olan Whatsapp uygulaması ile dünyanın her yerinden görüŖme sağlanabilmektedir. İnternet bulunan her alanda kullanılabilmektedir. Whatsapp kullanıcılarının bir baŖka tercih sebebi ise ortak grup görüŖmeleri sağlanabiliyor olmasıdır. Birden fazla kullanıcıya aynı anda ve anlık ulaŖabilme imkânı kullanıcılarına büyük kolaylık sağlamaktadır.

3.8.5. Youtube

Youtube video görüntülemek, yüklemek ve paylaşmak için kurulmuş bir sosyal paylaşım sitesidir. Kullanıcılar youtube üzerinden birçok içeriğe erişebilmektedir. Güncel veya geçmiş zaman içinde yüklenen videolar anlık olarak görüntülenebilmekte ve izlenebilmektedir. Ayrıca kullanıcılar istedikleri zaman youtube uygulamasına video yükleyebilmektedirler. Çeşitli içeriklere sahip olan youtube çok yönlü bir sosyal medya uygulamasıdır. Aynı zamanda dizi, film, müzik, belgesel izlenebilmektedir.

Youtube'daki insanlar bazen öylesine ünlenir ki, komşu ya da akrabaların önüne geçerler. Çocuklar, sanatçılar, politikacılar, kadınlar hep Youtube'dadır. Sosyal medyada yayınlanan videoları paylaşarak gelişen arkadaşlıklar, belli bir medyalaşma süreci yaratır. Çünkü haberler geleneksel medyaya yansır (Büyükaslan ve Kırık, 2017: 55). Youtube aynı zamanda kullanıcılara kendi video kanallarını kurma fırsatı vermektedir. Youtube kanal hizmeti, yaygın kullanımı vlogger olan video bloggerlar için eşsiz bir imkân olarak değerlendirilmektedir. Bloggerlardan farklı olarak video odaklı bir bloglamayı önceleyen vloggerlar, Youtube kanal hizmeti sayesinde kendi kanallarını oluşturabilmekte ve sınırsız sayıda videolar yükleyebilmektedir (Bostancı, 2019: 38). Bu şekilde hem para kazanıp hem de popüler olmaktadırlar. Tıklanma ve takip edilme sayıları ile popüler olup para kazanma amacı ile videolar çekmektedirler.

3.9. Metaverse

Metaverse veya Türkçe tabiriyle sanal evren, geleneksel kişisel bilgisayarların yanı sıra sanal ve artırılmış gerçeklik cihazları aracılığıyla kalıcı çevrimiçi 3 boyutlu sanal ortamları destekleyen, İnternet'in varsayımsal bir yinelemesidir (www.wikipedia.com, 2022). "Meta-evren"in kısaltması olan Metaverse, gerçek ve sanalın bir bilim kurgu vizyonunda birleştiği ve insanların farklı cihazlar arasında hareket etmesine ve sanal

bir ortamda iletişim kurmasına izin verdiği dijital bir dünya. Pratik anlamda, artırılmış ve sanal gerçeklik ürün ve hizmetlerini ifade ediyor (www.sabah.com.tr, 2022).

Metaverse farklı dijital teknolojilerin aynı yerde bulunduğu gerçekte var olmayan bir sanal evrendir. İnsanlar Metaverse ile oyun oynayabilir, üç boyutlu bir sistem ile toplantı yapabilir hatta sanal konserlere bile gidebilir. Dünyaca ünlü isimler de bu sanal âlemde konser vermek için hazırlıklara başladıklarını söylemektedirler. Bu sanal dünyada arsa alım satımının bile yapıldığını görmekteyiz. Gelecekte bu sanal dünyayı geliştirenler birçok şeyi bu sanal âlemde yapmayı planlamaktadırlar. Günümüzde Metaverse'e Facebook şirketi tarafından yatırım yapılmış, diğer şirketler tarafından da potansiyeli fark edildiği için geliştirilmektedir.

3.10. Sosyal Medyanın Etkileri

İbn Haldun'un da belirttiği üzere insanların bir arada yaşamaları toplumsal bir zorunluluktur. Bu zorunluluk insanlar arasındaki haberleşme olgusunu daha da önemli bir hale getirmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeyle birlikte sosyal medya, hayatımızın her alanına girmiş bulunmakta ve toplumsal yaşantımızı önemli derecede etkilemektedir. Bu çalışmada da ana tema olarak belirtildiği üzere sosyal medyadaki ahlaki bunalım ferdin kimlik ve kültürüne düzeltilmesi mümkün olmayan tahribatlar meydana getirmektedir (Demirdaş ve Kurtulan, 2019: 46). Sosyal medyanın meydana getirdiği bazı tahribatlar aşağıda belirtilmiştir.

Mahremiyet duygusunun körelmesi

Bilgi kirliliğine uğrama

Anı yaşayamama

Ahlaki erozyon

Sosyal medyada (masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar, tablet, telefon vb) geçirilen zamandan kaynaklı duruş bozukluğu ve sağlık problemi

Kutuplaşmanın artması

Kimlik bunalımı

Yüz yüze görüşmenin azalmasından kaynaklı iletişim bozuklukları

Kişisel bilgilerin kötü niyetli kişilerin eline geçme olasılığı

Yanlış kişilere özenme

Kişiler ve kurumlar tarafından fişleme

Şahsiyet kavramının ortadan kalkması

Gençler tarafından yanlış rol modellerin seçilmesi

Aile yapısının bozulması

Kültürün bozulması

Sosyal medya üzerinden gençlerin yanlış manipülasyonu

Akademik ve iş verimliliğinin düşmesi

Satın alma davranışlarının manipülasyonu

Türkçenin bozulması

Akademik ve iş verimliliğinin düşmesi

Satın alma davranışlarının manipülasyonu

Gündemden uzaklaştırılması (sahte gündemler oluşturulması)

Terör örgütlerine insan kaynağının sağlanması

Toplumsal hafızanın silinmesi

Yazar ve içerik haklarının ihlali

Sosyal medyada fazla zaman geçirilmesinden mütevellit hareketin azalması ve bunun sonucunda ortaya çıkan rahatsızlıklar

Gelişmelerden ve hayatta geri kalma

Yalnızlaşma

Yaşadığı hayattan tatminsizlik

Bunalım

İnternet bağımlılığının artması

Uyku bozukluğu

Konsantre güçlüğü (Keskinlik, 2019: 90-91).

3.10.1. Sosyal Medyanın Bireye Etkisi

Sosyal medya unsuru dönüşüm geçirdiği günümüz zamanında toplumları oluşturan fertleri derin bir etki altına almıştır. Sosyal medya içerdiği işlev yöntemi, hızlı olması, çoğu aranan bilgileri açığa kavuşturma gibi karakteristik özellikleriyle fertleri kendisine doğru çeken bir iletişim unsurudur. Fertler kendilerinin sahip olduğu zihniyet, tutum ve davranışlarıyla sosyal medyanın kendilerini çekme cazibesine yenik düşmektedirler (Demirdaş ve Kurtulan, 2019: 47). Bireyin, geleneksel yapılarda 'elalem' kaygısı yüzünden özgür olamadığı her fırsatta ileri sürülür. Oysa sosyal medya çağında, komik olduğu kadar acıklı bir durum ile karşı karşıyayız. Kendini istediği biçimde sergileme özgürlüğüne sahip bireyler, hiç tanımadıkları ve görünmeyen bir elalem için onaylanma, beğenilme yarışındalar. Bu yeni ve bilinmeyen elalem ile her an beraberler (Dikeçligil, 2018: 104).

Sosyal medya günümüzde vazgeçilmez bir sanal ortam haline gelmiştir. Sosyal medya kullanıcıları gün geçtikçe daima artmakta ve sosyal medya uygulamaları gün geçtikçe çoğalmaktadır. Bireyler gün içinde birden fazla sosyal medya uygulaması kullanmaktadır. Sosyal medyaya giriş sıklığı ve sanal ortamda geçen zaman dolayısıyla hem aile hem sosyal hayatımızı etkilemekte ve birçok problemlere yol açmaktadır.

3.10.2. Sosyal Medyanın Aile İlişkilerine Etkisi

Herkesin kendine göre yorumladığı ve bir anlam kattığı sosyal medya için, genel anlamıyla hayatımızı kolaylaştıran ve hızlandıran öğelerden oluşan bilgi ve içerik platformu diyebiliriz. Diğer bir söylemle sosyal medya, tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir. Görüldüğü gibi sosyal medyanın geleneksel internet sitelerinden ayrılan bir yapısı vardır. Burada irade bizdedir (Çakır, 2018: 11). Geleneksel internet

sitelerinde sadece olan bilgilere ulaşıp onlardan faydalanırken sosyal medyada durum farklıdır. Sosyal medyada biz veri üretiyoruz ve irade bizim elimizdedir. İçerik paylaşıyor yeni bilgiler ortaya koyuyoruz. Sosyal medyada kendi irademizle davranıyor irademizle de içerik paylaşıyoruz.

Sosyal medyada paylaşılan içerikler ve sosyal medyada harcanan zaman eşler arasında problem teşkil edebilmektedir. Artan kullanımlar nedeniyle günlük sanal ortamda kalış süresi her geçen zaman diliminde artmakta ve aynı zamanda her geçen gün daha fazla içerik paylaşılmaktadır. Özel hayatımızı da sosyal medyada paylaşmaya başladığımızdan beri eşler arasında problem yaşanmaktadır. Aynı zamanda sosyal medyada tanışılan ve sosyal medyada başlayan ilişkiler nedeniyle bu sanal ortam eşler arasında huzursuzluk ya da iletişimde zayıflık meydana getirebilmektedir. Bu da tartışmayı, aile içi şiddeti ve hatta boşanmayı getirmektedir.

Sosyal medyada kullanılan çeşitli internet platformlarıyla (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) insanlar aralarında iletişim kurmalarına fayda sağlayan sosyal medya, yetişen genç nesli kendisine bağlamakta; ahlaki bozulma ve topluma karşı anomileşme yaşanmakta ve toplumu oluşturan fertler arasında kişilik bozuklukları, kimlik sorunu, sorumluluk bilincinde eksiklik, aile ilişkilerinde duyarsızlıklar meydana gelmektedir (Demirdaş ve Kurtulan, 2019: 35). Sosyal medyada kimliğimizi gizli tutabildiğimiz gibi aynı zamanda kendimizi farklı kimlikle tanıtmaya imkânına sahip olmaktayız. Kendimizi farklı göstermek bir süre sonra kimlik bunalımları yaşamamıza sebep olacağından sosyal medya nedeniyle kimlik sorunu ve kişil bozuklukları yaşanabilmekte ve başka hayatlardan etkilenme söz konusu olmaktadır. Sosyal medya platformlarında gördüklerimizden etkilenme ve orada yaşanan hayatlara özenme gibi sorunlar söz konusu olmaktadır. Bu durum da bizi sosyal bunalıma sokabilmektedir. Aynı zamanda farklı bir yaşam arzusu oluşturmaktadır. Bu durum da gerçek hayatı ve çevremizle iletişimimizi etkilemektedir.

3.10.3. Sosyal Medyanın Topluma Etkisi

Sosyal medyanın etkisi ile insanlar toplumsal ilişkilerde birbirine yaklaşırken bazen de uzaklaşabilmektedirler. İnsanlar sosyal medya aracılığı ile yaşamlarına anlam katmakta, içinde bulunduğu toplum içerisinde yaşanan olayların bilincinde olma, sosyal ilişki içerisinde varlığını sürdürme gibi eylemleri kendisine görev olarak

üstlenmektedir. Tüm bunlar ferdin kendisini toplumun bir üyesi görme ve toplum içerisinde yaşadığı hissine erişebilmesinin temel ölçütleri olmuş durumdadır (Demirdaş ve Kurtulan, 2019: 41).

Artan sosyal medya kullanımı ile birlikte toplumda birçok değişim yaşanmaktadır. Sosyal medyadan görüşme, mesajlaşma ve iletişime geçme bireylere artık daha cazip gelmekte ve bu nedenle kişiler evden çıkmadan anlık olarak görüşmelerini yapabilmektedir. Eskiden insanlar birbirleri ile yüz yüze sohbet ederken günümüzde sosyal medyadan vakit geçirmeyi tercih etmektedirler. Sosyal medyanın sağladığı bu kolaylıklar iletişim problemlerini de beraberinde getirmiş toplum yaşantısında bireyler karşısındakini dinlemek yerine sosyal medyada zaman geçirmeyi tercih eder hale gelmiştir. Bu da insanlar arasında iletişimi zayıflatmakta ve bireyleri toplumdan soyutlamaktadır.

3.11. Nomofobi

Teknolojinin gelişimi ile birlikte birçok teknolojik cihaz hayatımıza girmiştir. Teknolojinin gelişimi ve teknolojik cihazların artan yaygın kullanımı ile birlikte yaşam tarzlarımız da değişmiş dolayısıyla da değişen yaşam tarzlarımız davranışlarımızı ve alışkanlıklarımızı değiştirmiştir. Böylelikle teknolojik cihazlar yaşantımızın vazgeçilmez birer parçası haline gelmiştir. Hatta hayatımızın merkezinde yer edinmeye başlamışlardır. Bu teknolojik cihazların başında cep telefonları, tabletler ve bilgisayarlar gelmektedir.

Nomofobi yani mobil telefon yoksunluğu, 21. Yy.'nin modern korkularından biridir. Nomofobi tablet, cep telefonu, bilgisayar gibi sanal haberleşmenin yapıldığı akıllı cihazların yoksunluğundan kaynaklanan, endişe ve huzursuz olma durumu ile ortaya çıkan teknoloji çağının bir hastalığı olarak günümüzde sıklıkla karşımıza çıkmaktadır (Düğer, 2019: 54). Teknolojinin gelişimi, hayatın birçok alanını etkilemiş ve değişime uğratmıştır. Teknoloji ile birlikte birçok yenilik hayatımıza girmiş ve hayatımızı kolaylaştırmaya başlamıştır. Teknolojinin yaşantımızdaki yeri gittikçe büyümektedir. Günümüz modern çağda gece yatarken ve sabah uyandığımızda genellikle ilk olarak telefona bakmaktayız. Telefonumuzun şarjının bitmesi ya da telefonu kaybetmek gibi endişelerimiz günlük hayatımızda söz konusu olmaktadır.

Bunun ileri boyutu ise telefonda yoksun kalma korkusudur. Bu da nomofobi yani bir hastalıktır.

3.12. Netlessfobi

Bireylerin sanal iletişimi sürekli kullanması, zamanla yüz yüze iletişimden uzaklaşması, öz kimliğini saklayarak kendini sanal iletişim ortamında gizlemesi ve dışarıda bulamadığı etkileşimi sanal ortamda gidermeye çalışması; onu internetsiz yaşayamamaya mahkûm etmektedir. Bu ihtiyaçlar da, zamanla bireyin internete olan bağımlılığına sebebiyet vermektedir (Düğer, 2019: 57). Teknoloji çağı hastalıkları arasında olan netlessfobi ise internetten yoksun kalma korkusudur. İnternete her an bağlanabilme isteği ve internetin olmadığı bir hayatı düşünememe durumudur. İnternetsiz kalma korkusu yaşayanlar netlessfobi ile karşı karşıya kalmışlar demektir.

3.13. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığının temelinde yalnızlık olgusu yatmaktadır. Peplau ve Perlman; yalnızlığın tek başına olmak anlamına gelmediğini ifade etmektedir. Onların deyişiyle yalnızlık; bireyin sahip olduğu sosyal ilişkiler ve ile olmasını arzuladığı sosyal ilişkiler arasındaki farkı algılaması sonucu meydana gelen ruhsal bir durumdur (Büyükaslan ve Kırık, 2017: 92). Bununla birlikte sosyal medyanın fertler üzerinde yapmış olduğu bağımlılık etkisine yakalanan toplumlarda fertlerde meydana gelen anomileşme, hedefsizlik, kendi kişiliğini fark edememe gibi rahatsızlıkların da mevcut olduğunu çalışmanın sonunda varılan bir sonuç olarak söyleyebiliriz (Demirdaş ve Kurtulan, 2019: 47).

Young'un internet bağımlılığı için önerdiği tanı ölçütlerini sosyal medya bağımlılığı için de kullanabilmek mümkündür. Bu ölçütler 8 maddeyle aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- Sosyal medyada yapılacak olan aktivitelerin planlanması, tasarlanması ve sürekli olarak çevrimiçi olma arzusu,
- Keyif almak, eğlenmek ve sıkıntıları gidermek için sosyal paylaşım ağlarında bulunma isteği,
- Sosyal paylaşım ağlarında vakit geçirme ve bulunma sürelerini istem dışı bir şekilde kontrol edememe,

- Sosyal paylaşım ağlarında bulunmama, uzak kalma durumunda bireyin huzursuzluk ve mutsuzluk hissetmesi,
- Başlangıçta planlanandan daha uzun süre sosyal paylaşım ağlarında vakit geçirme,
- Gereğinden fazla sosyal paylaşım ağlarında zaman geçirme nedeniyle ailesel, çevresel sorunların yaşanması ve kariyer-eğitim fırsatlarının kaybedilmesi,
- Sosyal ağlarda bulunabilme adına başkalarına (aile, arkadaş, psikolog vb.) yalan söylenmesi,
- Sosyal medyayı huzursuzluklardan kaçma ve olumsuz duygulardan kurtulma amacıyla kullanma (Büyükaslan ve Kırık, 2017: 92).

3.13.1. Sosyal Medya Bağımlılığının Tedavisi

Sosyal medya bağımlılığı internetin gereğinden fazla kullanılması ile oluşmaktadır. Aynı zamanda internetten kopamama ve internete bağımlı değildir. Sosyal medya bağımlılığının tedavi edilmesi gerekmektedir. Sosyal medya bağımlılığının tedavisinin birden fazla yolu vardır. Tedavi yöntemleri ile sosyal medya bağımlılığı azaltılmakta ve kontrol altına alınabilmektedir.

Sosyal medya unsurunun kişiyi etkilemeyecek derecede sağlıklı kullanılması halinde fertlere ve toplumlara zaman ve mekân açısından işlerini kolaylaştıracak çok büyük alanlar açabileceğini söylememizde sosyal medyanın yararını söylemek adına önemli bir düşüncedir. Ne yazık ki, sosyal medyanın günümüz kullanımlarına baktığımızda toplumdaki fertler tarafından gerektiği gibi kullanılmaması, sosyal medyanın fertlere sağladığı olumlu zamanları dezavantaja çevirmekte ve fertler üzerinde yıkıcı etki yaptığı görülmektedir (Demirdaş ve Kurtulan, 2019: 47).

3.14. Sosyal Medyanın Boşanmaya Etkisi

Sosyal medyanın boşanmaya etkisi vardır. Son zamanlarda özellikle haberlerde, gazetelerde ve televizyon programlarında sosyal medyanın boşanmaya olan etkisi gözler önüne serilmektedir. Bekâr kız ve erkeklerin sosyal medyada yeni birileriyle tanışıp evlenmesinden sonra maalesef evli erkek ve kadınların da sosyal medyada tanıştıkları insanlarla evlenmesi ya da onlarla kaçması durumu son zamanlarda bir hayli artmış durumdadır.

Günümüzde ailesel problemler ve çeşitleri bir hayli artmıştır. Örneğin bilişim teknolojisinin gelişmesiyle gittikçe bireyselleşen ve bunu sosyal paylaşım siteleri üzerinden gidermeye çalışan, dolayısıyla toplumsal hayatını sanal âlem üzerinden inşa etme yoluna giden içe kapanık insanların yetiştiği aileler çoğalmaktadır (Aydın, 2016: 334). Aile hayatına büyük zarar veren bu durumun önüne geçilememektedir. Sosyal medyayı bilinçli kullananların dışında bilinçsiz kullanan binlerce kullanıcı bulunmaktadır. Bunun dışında mutlu evlilikleri bulunan eşlerde bile sosyal medya nedeniyle kıskançlık ya da problem yaşanma ve boşanma kaçınılmaz olmaktadır.

Aile, toplumdaki tüm kurumlar ve bireyler gibi, iletişim teknolojisi desteğindeki küresel dünyanın değer ve norm karmaşasının bombardımanı altında. Dışarı, tüm kuralları ve kuralsızlığı ile evin içinde. Her an ve her yerde. Bu yüzden tüm aile bireylerine özellikle ebeveynlere düşen sorumluluklar daha da artmış durumda (Dikeçligil, 2018: 101). Son olarak, Nevzat Tarhan: Artık sosyal medyanın normlarının ve değerlerinin değiştiğini, bu durumun toplumsal tahribata neden olduğunu söylüyor. Uzmanlara göre sosyal medya yaygın olarak kullanıldığı, adeta vazgeçilmez olarak kabul edildiği için mahremiyet sınırları da, mahremiyet duygusu da tahrip oldu. Bunun neticesinde, eşler arasında ilişki sınırları da esnemiş, zarar görmüş oldu (Tınaz, 2018: 98).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

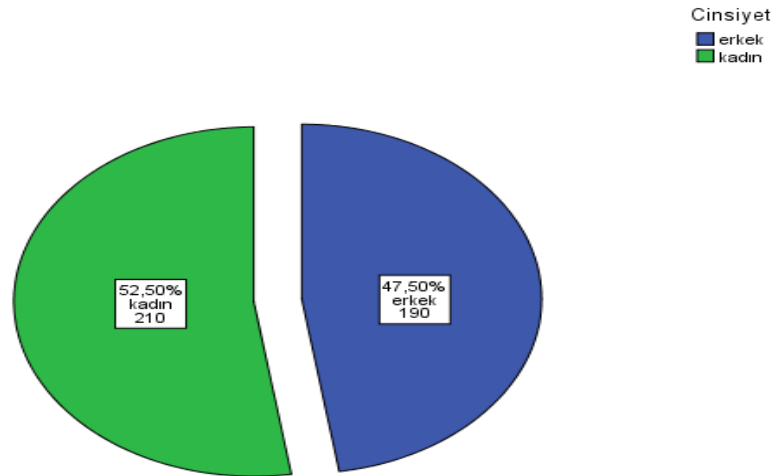
Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 1. Cinsiyet

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde
Erkek	190	47,5
Kadın	210	52,5
Toplam	400	100,0

Anket çalışması 190 (%47,5) erkek, 210 (%52,5) kadın olmak üzere toplam 400 sosyal medya kullanıcılarına uygulanmıştır. Doğru veriler elde edilmesi açısından kadın ve erkek sayısı birbirine yakın tutulmuştur.

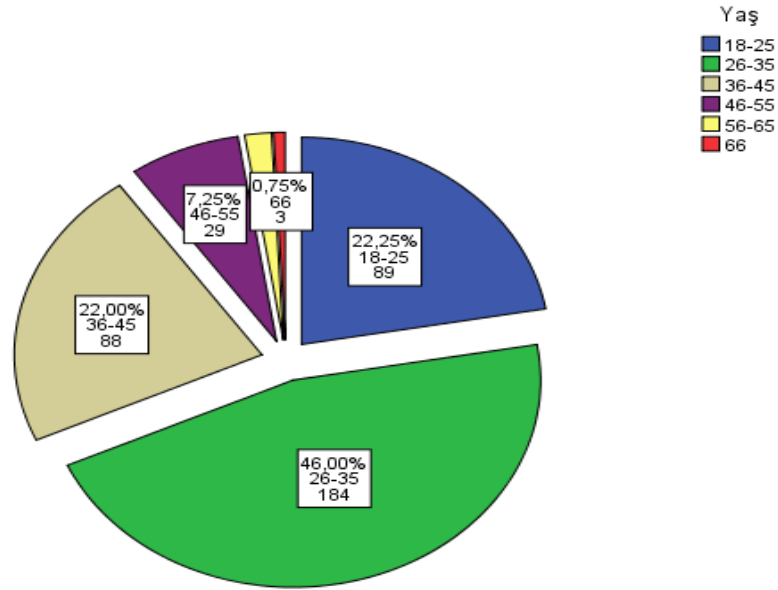
Cinsiyet pasta grafiği



Tablo 2. Yaş

Yaş	Sıklık	Yüzde
18-25	89	22,3
26-35	184	46,0
36-45	88	22,0
46-55	29	7,3
56-65	7	1,8
66	3	0,8
Toplam	400	100,0

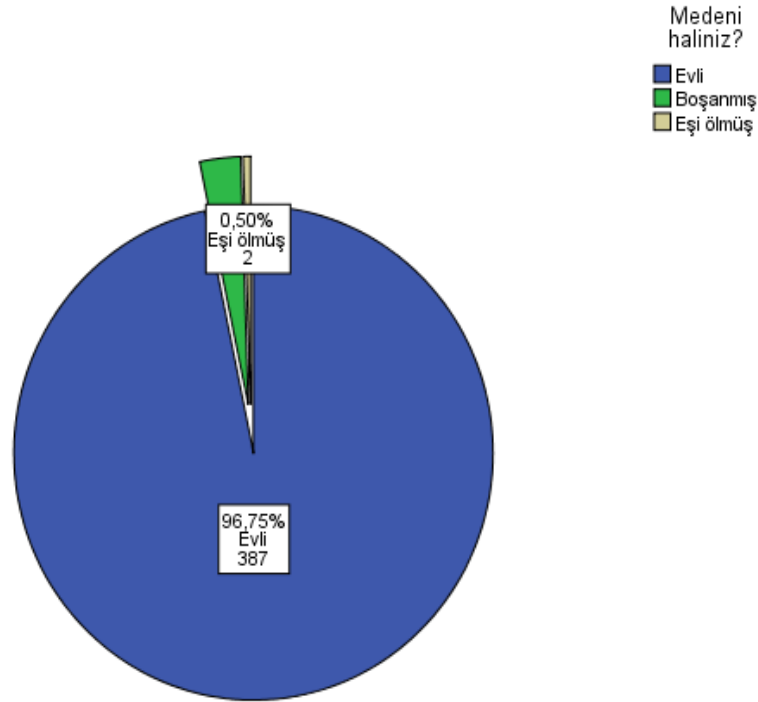
Ankete katılan kullanıcıların %22,3'ü (89 kişi) 18-25 yaş aralığındadır. %46,0'sı (184 kişi) 26-35 yaşında iken %22,0'si (88 kişi) 36-45 yaşındadır. %7,3'ü (29 kişi) 46-55 yaş aralığında, %1,8'i (7 kişi) de 56-65 yaşındadır. %0,8'i (3 kişi) ise 66 ve üzeri yaş aralığındadır. 18 yaş ve üzerinden başlanarak her yaş grubundan katılımcı anket çalışmasına dâhil edilmiştir.



Tablo 3. Medeni hal

Medeni hal	Sıklık	Yüzde
Evli	387	96,8
Boşanmış	11	2,8
Eşi ölmüş	2	0,5
Toplam	400	100,0

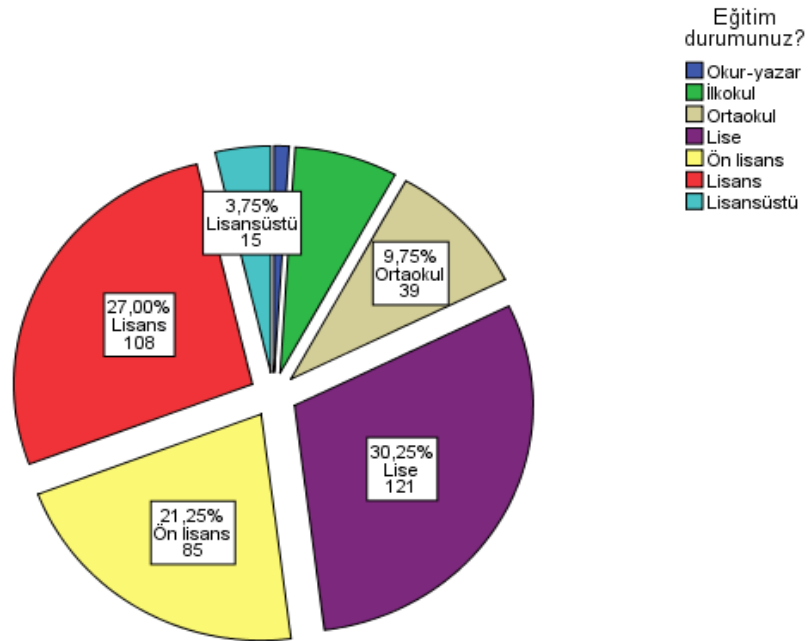
Ankete katılan kullanıcıların %96,8'i (387 kişi) evlidir. %2,8'i (11 kişi) boşanmıştır. %0,5'inin (2 kişi) eşi ölmüştür. Bu anket çalışması yalnızca evli olan ve daha önce evlenmiş ve evlilik hayatı geçirmiş bireylere uygulanmıştır. Verilerden doğru sonuçlar elde etmek amacı ile çalışmaya bekâr ve hiç evlenmemiş bireyler dâhil edilmemiştir.



Tablo 4. Eğitim durumu

Eğitim Durumu	Sıklık	Yüzde
Okur-yazar	4	1,0
İlkokul	28	7,0
Ortaokul	39	9,8
Lise	121	30,3
Ön lisans	85	21,3
Lisans	108	27,0
Lisansüstü	15	3,8
Toplam	400	100,0

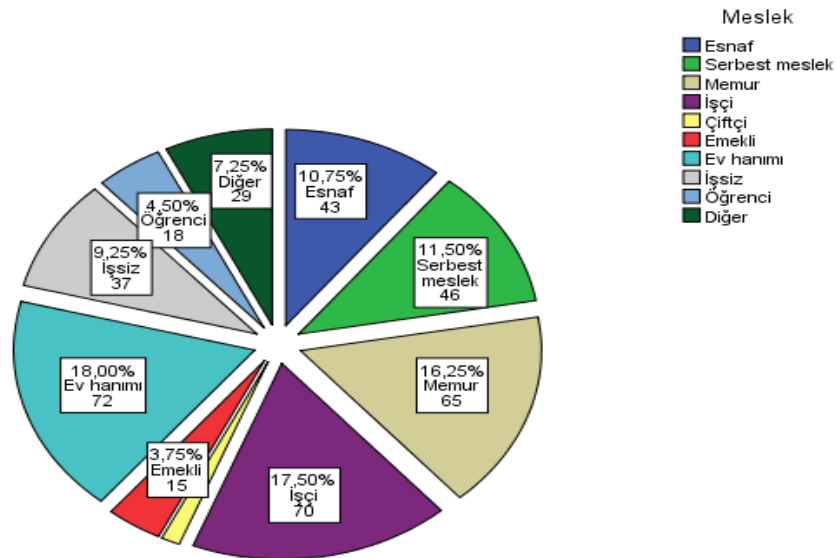
Ankete katılan kullanıcıların %1,0'i (4 kişi) okur-yazardır. %7,0'si (28 kişi) ilkokul, %9,8'i (39 kişi) ortaokul, %30,3'ü (121 kişi) lise mezunudur. %21,3'ü (85 kişi) ise ön lisans mezunu iken %27,0'si (108 kişi) lisans mezunu ve geriye kalan %3,8'i (15 kişi) lisansüstü mezunudur.



Tablo 5. Meslek

Meslek	Sıklık	Yüzde
Esnaf	43	10,8
Serbest meslek	46	11,5
Memur	65	16,3
İşçi	70	17,5
Çiftçi	5	1,3
Emekli	15	3,8
Ev hanımı	72	18,0
İşsiz	37	9,3
Öğrenci	18	4,5
Diğer	29	7,3
Toplam	400	100,0

Ankete katılan kullanıcıların %10,8'i (43 kişi) esnaf iken, %11,5'i (46 kişi) serbest meslek sahibidir. %16,3'ü (65 kişi) memur, %17,5'i (70 kişi) işçidir. %1,3'ü (5 kişi) çiftçi, %3,8'i (15 kişi) emeklidir. %18,0'i (72 kişi) ev hanımı, %9,3'ü (37 kişi) işsizdir. %4,5'i (18 kişi) öğrenci, %7,3'ü (29 kişi) diğer meslek gruplarındandır. Anket çalışması çeşitli ve farklı kesimlerden bireyler ile yapılmıştır.

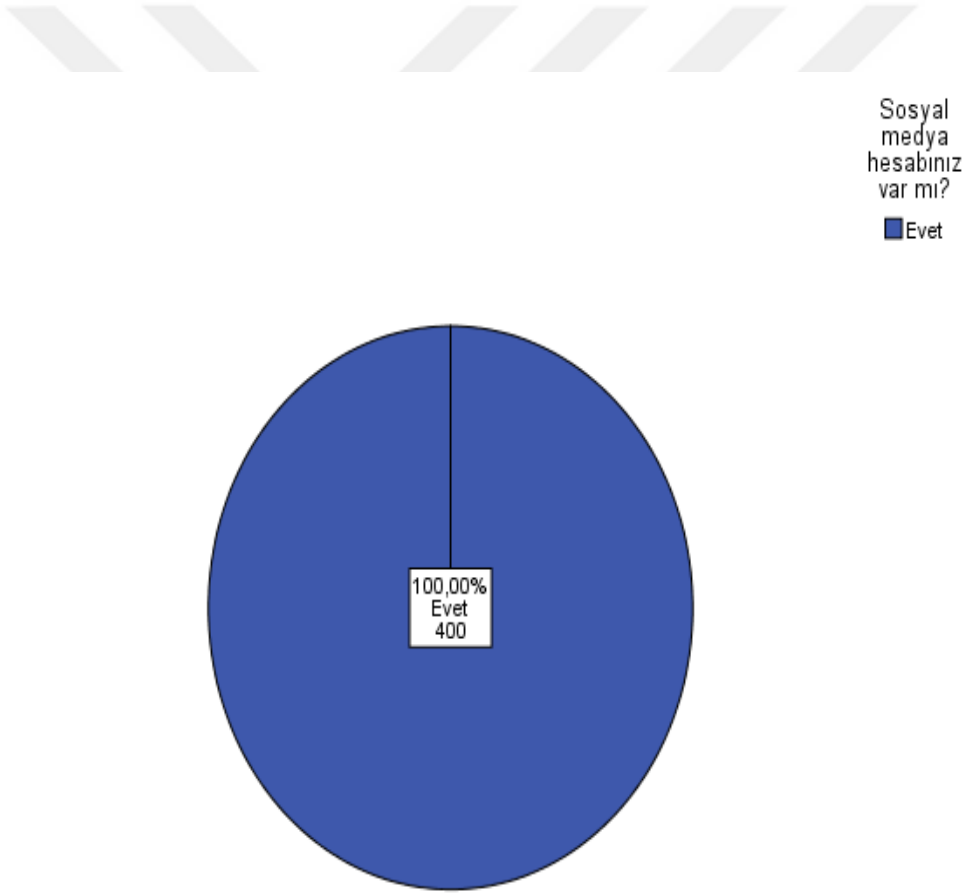


Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları

Tablo 6. Sosyal medya hesabınız var mı?

	Sıklık	Yüzde
Evet	400	100,0

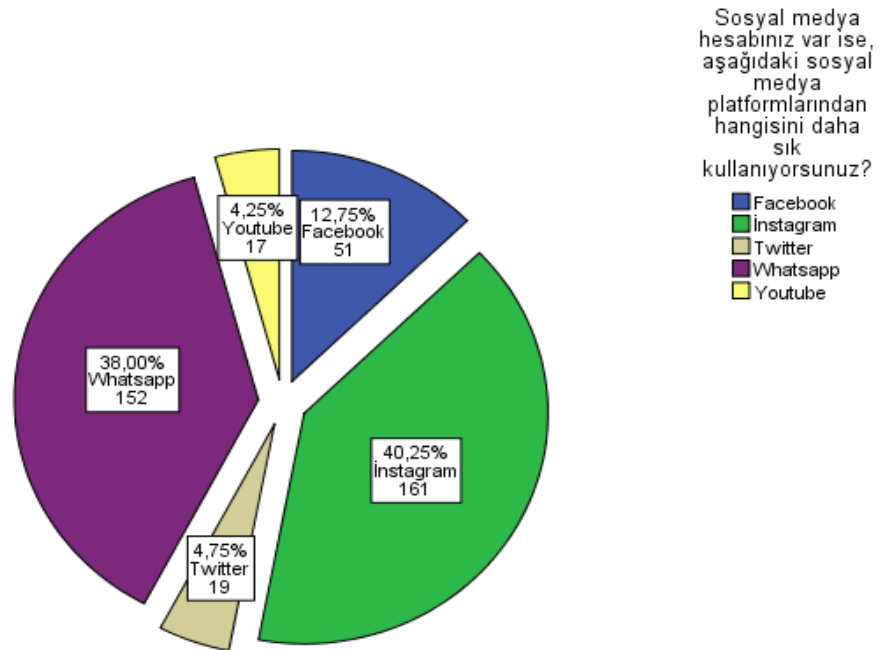
Ankete katılan kullanıcıların %100'ü (400 kişi) yani tamamı sosyal medya kullanmaktadır. Anket çalışmamız sadece sosyal medya kullanan bireylere uygulanmış olup sosyal medya kullanıcısı olmayan bireyler çalışmaya dâhil edilmemiştir.



Tablo 7. Sosyal medya hesabınız var ise, aşağıdaki sosyal medya platformlarından hangisini daha sık kullanıyorsunuz?

	Sıklık	Yüzde
Facebook	51	12,8
İnstagram	161	40,3
Twitter	19	4,8
Whatsapp	152	38,0
Youtube	17	4,3
Toplam	400	100,0

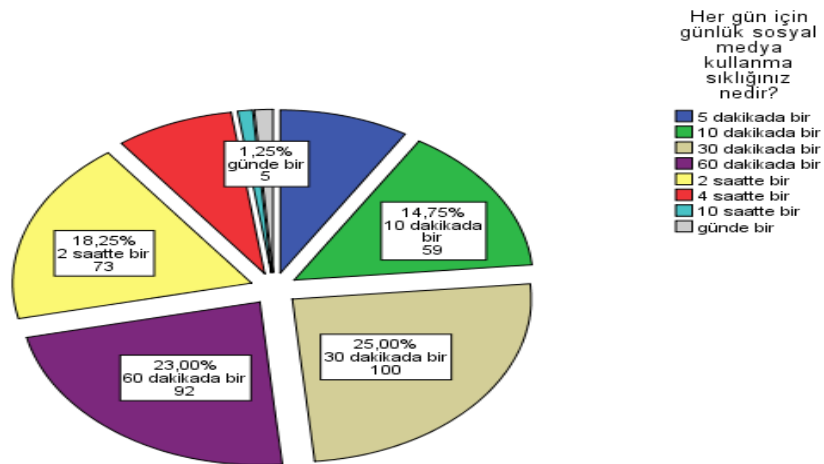
Ankete katılan kullanıcıların %12,8'i (51 kişi) en çok Facebook kullanırken, %40,3'ü (161 kişi) en çok instagram kullanmaktadır. %4,8'i (19 kişi) ise en çok twitter kullanırken %38,0'i (152 kişi) de en çok whatsapp kullanmayı tercih etmektedir. %4,3'ü (17 kişi) kişi ise en çok youtube uygulamasını kullanmaktadır. Böylece günümüzde en çok İnstagram ve Whatsapp sosyal medya uygulamasının kullanıldığını görmekteyiz.



Tablo 8. Her gün için günlük sosyal medya kullanma sıklığınız nedir?

	Sıklık	Yüzde
5 dakikada bir	35	8,8
10 dakikada bir	59	14,8
30 dakikada bir	100	25,0
60 dakikada bir	92	23,0
2 saatte bir	73	18,3
4 saatte bir	32	8,0
10 saatte bir	4	1,0
Günde bir	5	1,3
Toplam	400	100,0

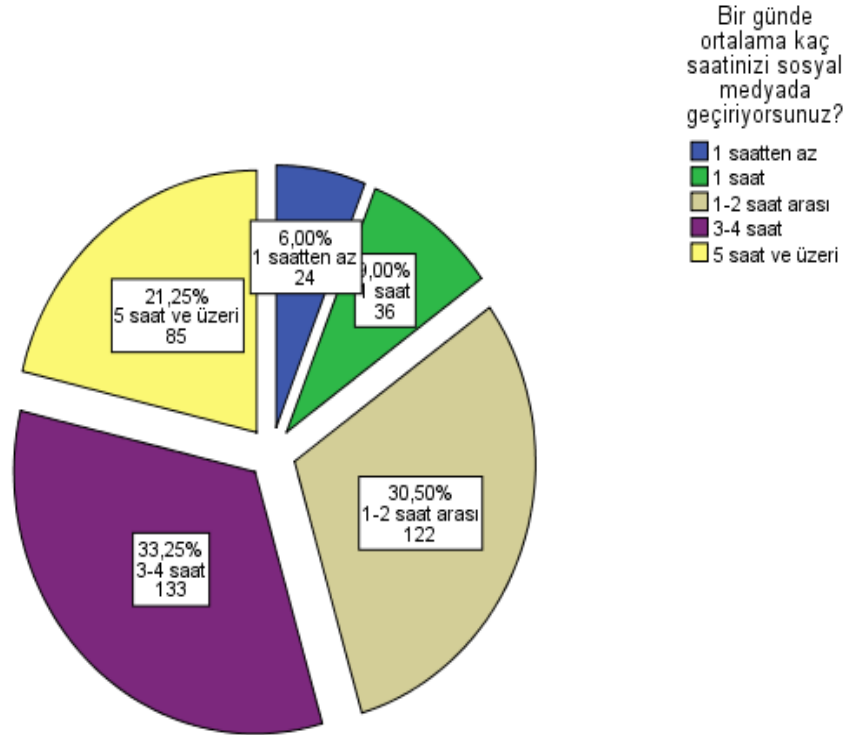
Ankete katılan kullanıcıların %8,8'i (35 kişi) 5 dakikada bir sosyal medya hesabına girmekte iken %14,8'i (59 kişi) ise 10 dakikada bir sosyal medya hesabına girmektedir. %25,0'i (100 kişi) 30 dakikada bir sosyal medya hesabına giriyorken %23,0'ü (92 kişi) de 60 dakikada bir sosyal medya uygulamasına girmektedir. Kullanıcıların %18,3'ü (73 kişi) 2 saatte bir sosyal medya uygulamasına giriyorken %8,0'i (32 kişi) da 4 saatte bir sosyal medya hesaplarını kontrol etmektedirler. %1,0'i (4 kişi) 10 saatte bir girmekte iken %1,3'ü (5 kişi) günde bir kez sosyal medya hesaplarına giriş yapmaktadır.



Tablo 9. Bir günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?

	Sıklık	Yüzde
1 saatten az	24	6,0
1 saat	36	9,0
1-2 saat arası	122	30,5
3-4 saat	133	33,3
5 saat ve üzeri	85	21,3
Toplam	400	100,0

Ankete katılan kullanıcıların % 6,0'sı (24 kişi) günde 1 saatten az sosyal medya kullanırken %9,0'u (36 kişi) 1 saat sosyal medya kullanmaktadır. %30,5'u (122 kişi) ise 1-2 saat arası sosyal medya kullanmaktadır. %33,3'ü (133 kişi) günde 3-4 saat sosyal medya kullanırken, %21,3'ü (85 kişi) ise günde 5 saat ve üzerinde sosyal medyada vakit geçirmektedir.

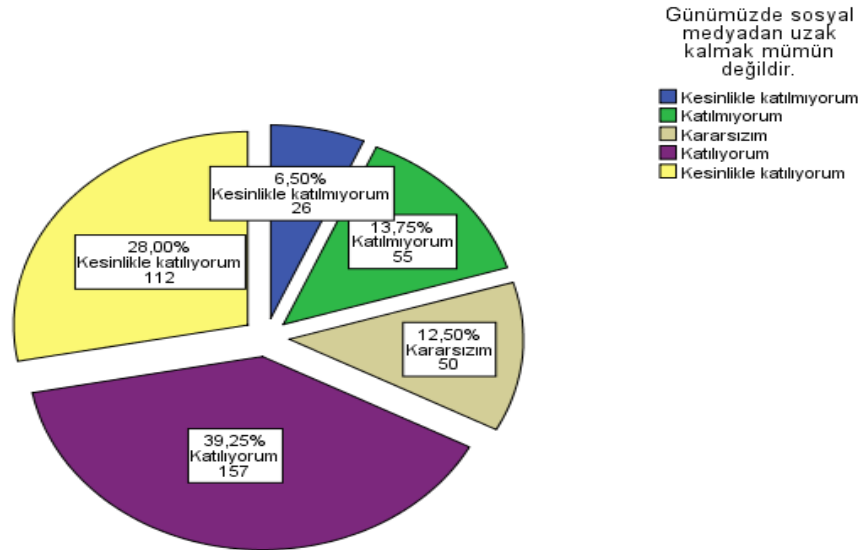


Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İçi İlişkiler

Tablo 10. Günümüzde sosyal medyadan uzak kalmak mümkün değildir.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	26	6,5
Katılmıyorum	55	13,8
Kararsızım	50	12,5
Katılıyorum	157	39,3
Kesinlikle katılıyorum	112	28,0
Toplam	400	100,0

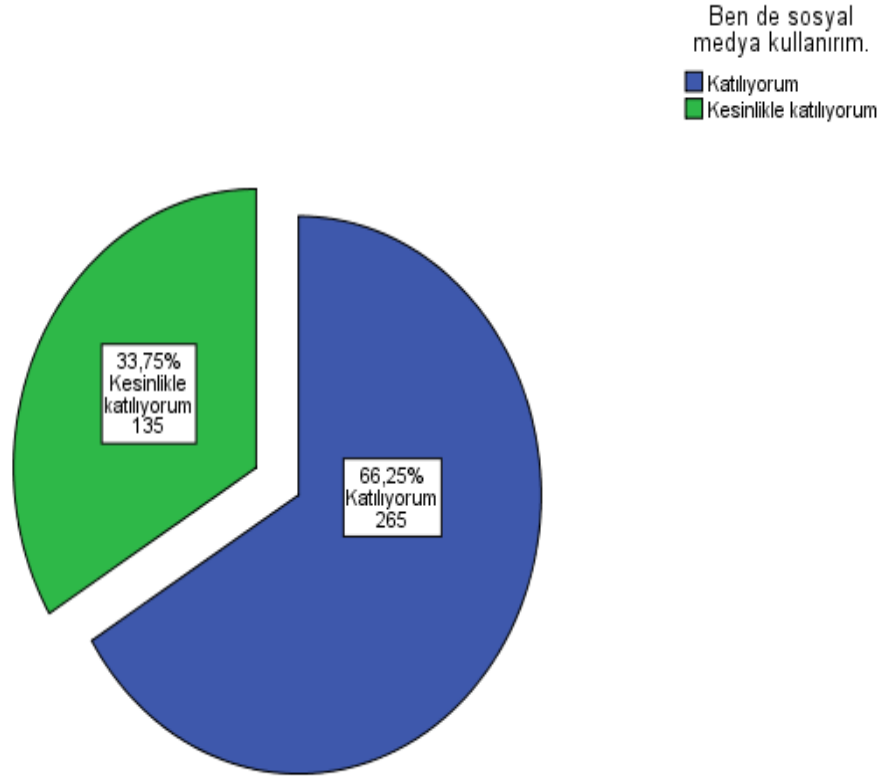
Ankete katılan kullanıcıların %6,5'i (26 kişi) kesinlikle katılmadığını belirtirken, %13,8'i (55 kişi) katılmıyorum cevabını vermiş böylece toplamda 81 kişi sosyal medyadan uzak kalılabileceğini savunmaktadır. %12,5'i (50 kişi) ise bu konuya karamsar bakarak kararsızım cevabını vermiştir. %39,3'ü (157 kişi) katılıyorum cevabını vermiş olup, %28,0'i (112 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Böylece toplamda %67,3 (269 kişi) sosyal medyadan uzak kalamayacağını düşünmektedir.



Tablo 11. Ben de sosyal medya kullanımım.

	Sıklık	Yüzde
Katılıyorum	265	66,3
Kesinlikle katılıyorum	135	33,8
Toplam	400	100,0

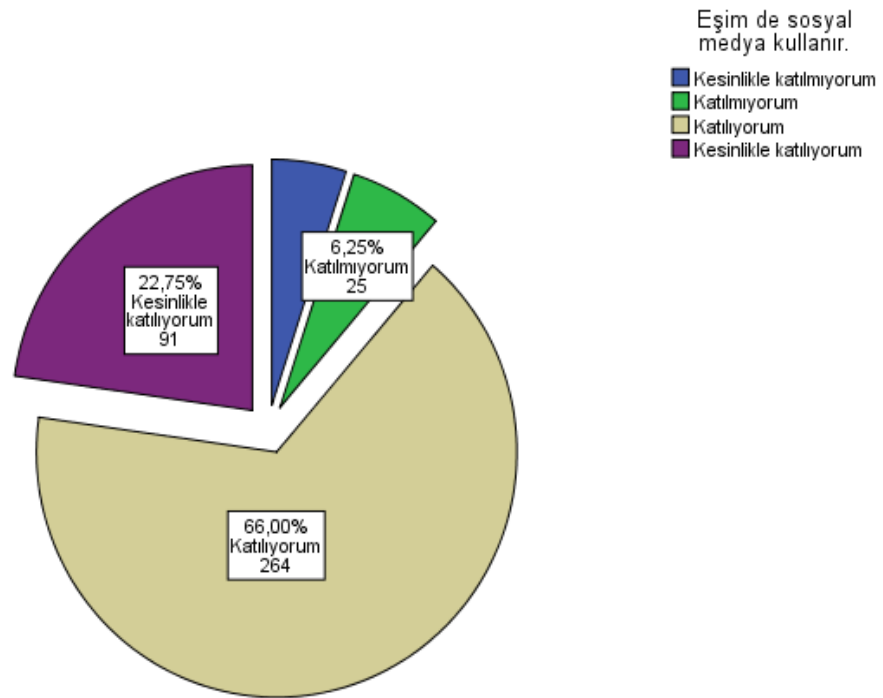
Katılımcıların %66,3'ü (265 kişi) katılıyorum, %33,8'i (135 kişi) kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir. Toplamda ankete katılan kullanıcıların %100'ü sosyal medya kullandığını belirtmiştir. Dolayısıyla ankete katılanların tamamının sosyal medya kullandığı tespit edilmiştir.



Tablo 12. Eşim de sosyal medya kullanır.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	20	5,0
Katılmıyorum	25	6,3
Katılıyorum	264	66,1
Kesinlikle katılıyorum	91	22,8
Toplam	400	100,0

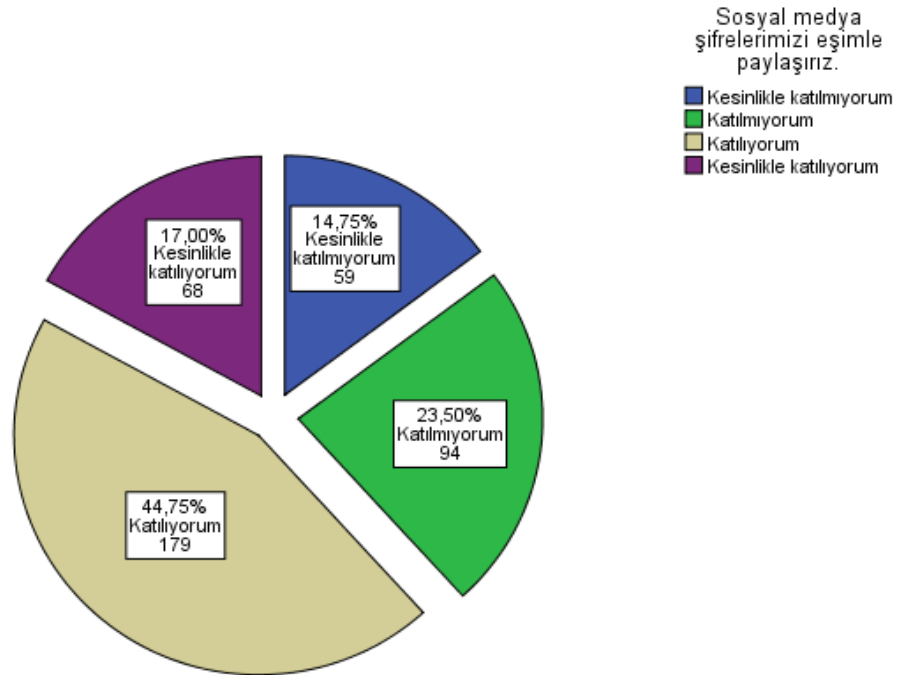
Ankete katılan kullanıcıların %5,0'i (20 kişi) kesinlikle katılmadığını belirtirken %6,3'ü (25 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Bu oranlara bakıldığında toplamda %11,3'ü (45 kişi) eşinin sosyal medya kullanmadığını belirtmiştir. %66,1'i (264 kişi) ise katıldığını belirtmiş ve %22,8'i (91 kişi) de kesinlikle katıldığını belirterek toplamda %88,9'u (355 kişi) eşinin sosyal medyayı kullandığını dile getirmiştir. Böylece ankete katılan 400 kişinin eşlerinden %88,9'u (355 kişi) sosyal medya kullanırken %11,3'ü (45 kişi) eşinin sosyal medyayı kullanmadığını dile getirmiştir.



Tablo 13. Sosyal medya şifrelerimizi eşimle paylaşıyoruz.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	59	14,8
Katılmıyorum	94	23,5
Katılıyorum	179	44,8
Kesinlikle katılıyorum	68	17,0
Toplam	400	100,0

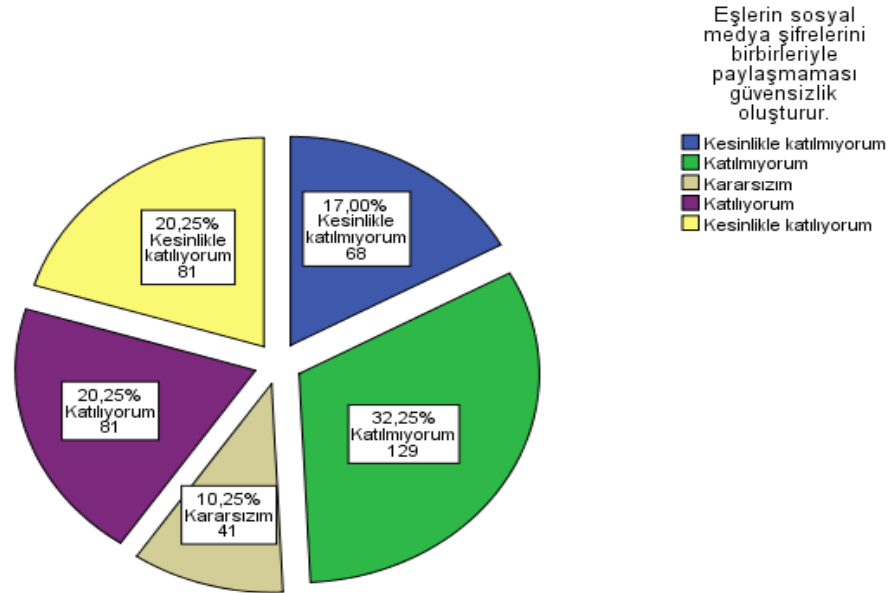
Ankete katılan kullanıcıların %14,8'i (59 kişi) kesinlikle katılmadığını belirtirken, %23,5'i (94 kişi) katılmıyorum cevabını vererek böylece toplamda %38,3'ü (153 kişi) sosyal medya şifrelerini eşimle paylaşmadığını belirtmiştir. %44,8'i (179 kişi) katılmış, %17,0'si (68 kişi) ise kesinlikle katılıyorum cevabını vermiş böylece toplamda %61,8'i (247 kişi) sosyal medya şifrelerini eşimle paylaştığını belirtmiştir.



Tablo 14. Eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmaması güvensizlik oluşturur.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	68	17,0
Katılmıyorum	129	32,3
Kararsızım	41	10,3
Katılıyorum	81	20,3
Kesinlikle katılıyorum	81	20,3
Toplam	400	100,0

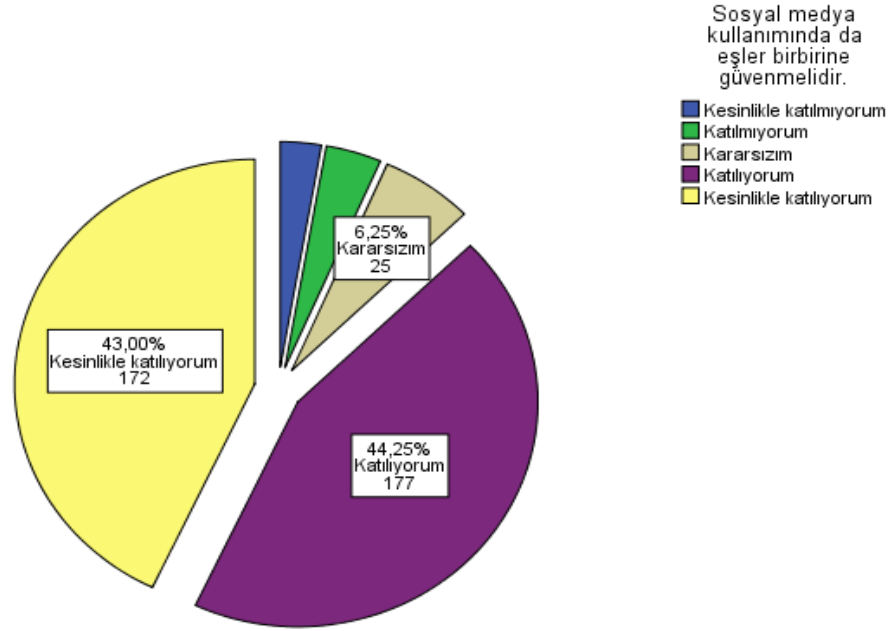
Ankete katılan kullanıcıların %17,0'si (68 kişi) kesinlikle katılmıyorum, %32,3'ü (129 kişi) ise katılmıyorum cevabını vererek böylece toplamda çoğunluk olarak %49,3'ü (197 kişi) eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmamalarının güvensizlik oluşturmayacağını düşünmektedir. %10,3'ü (41 kişi) ise kararsızlığını dile getirmiştir. Buna karşılık olarak %20,3'ü (81 kişi) katılıyorken, aynı şekilde %20,3'ü (81 kişi) de kesinlikle katılıyorum cevabını vererek böylece toplamda %40,6 (162 kişi) eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmamasının güvensizlik oluşturacağı kanaatindedir.



Tablo 15. Sosyal medya kullanımında da eşler birbirine güvenmelidir.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	11	2,8
Katılmıyorum	15	3,8
Kararsızım	25	6,3
Katılıyorum	177	44,3
Kesinlikle katılıyorum	172	43,0
Toplam	400	100,0

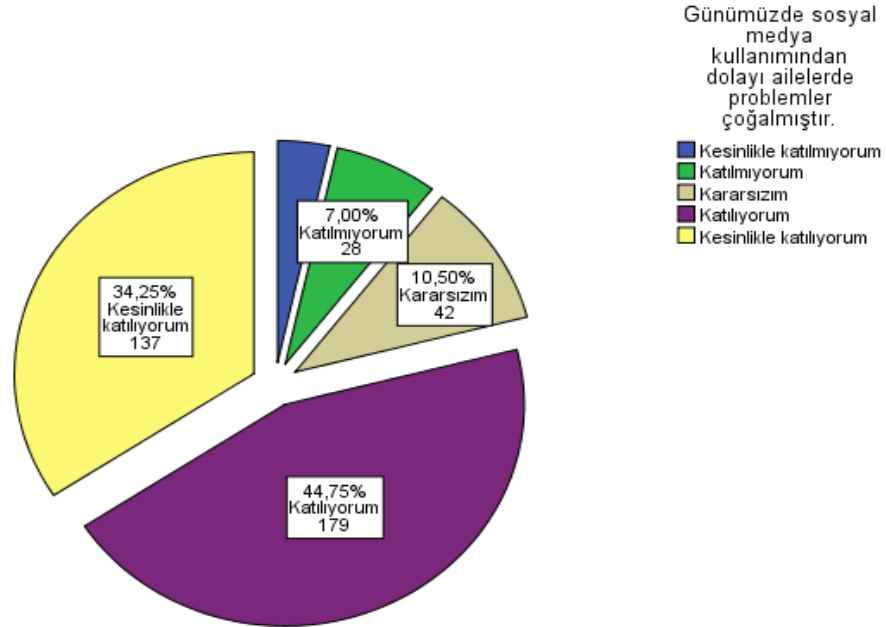
Ankete katılan kullanıcıların %2,8'i (11 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %3,8'i (15 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Kararsız olanların yüzdesi ise %6,3 (25 kişi) iken, %44,3'ü (177 kişi) katıldığını belirtmiş, kalan %43,0'ü (172 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Böylece katılımcıların %87,3'ü (349 kişi) yani çoğunluğu sosyal medya kullanımında eşlerin birbirine güvenmesi gerektiğini savunmaktadır.



Tablo 16. Günümüzde sosyal medya kullanımından dolayı ailelerde problemler çoğalmıştır.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	14	3,5
Katılmıyorum	28	7,0
Kararsızım	42	10,5
Katılıyorum	179	44,8
Kesinlikle katılıyorum	137	34,3
Toplam	400	100,0

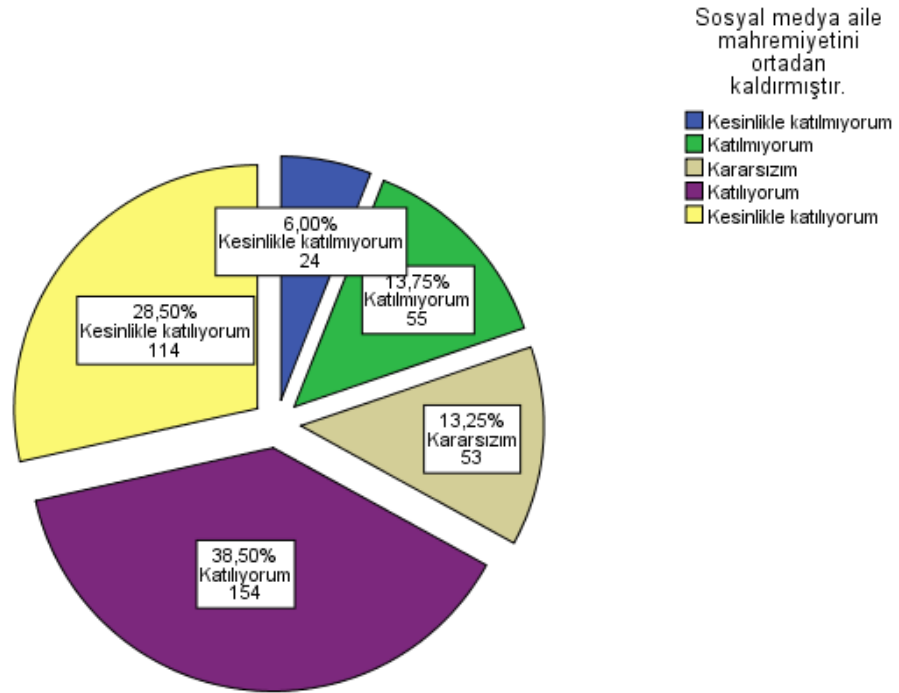
Ankete katılan kullanıcıların %3,5'i (14 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %7,0'si (28 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. %10,5'i (42 kişi) kararsız kalmıştır. Buna karşılık olarak %44,8'i (179 kişi) katılıyorum cevabını vermiş ve geriye kalan %34,3'ü (137 kişi) kesinlikle katıldığını dile getirmiştir. Böylece toplamda %79,1'i (316 kişi) sosyal medya kullanımından dolayı ailelerde problemlerin çoğaldığını düşünmektedir.



Tablo 17. Sosyal medya aile mahremiyetini ortadan kaldırmıştır.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	24	6,0
Katılmıyorum	55	13,8
Kararsızım	53	13,3
Katılıyorum	154	38,5
Kesinlikle katılıyorum	114	28,5
Toplam	400	100,0

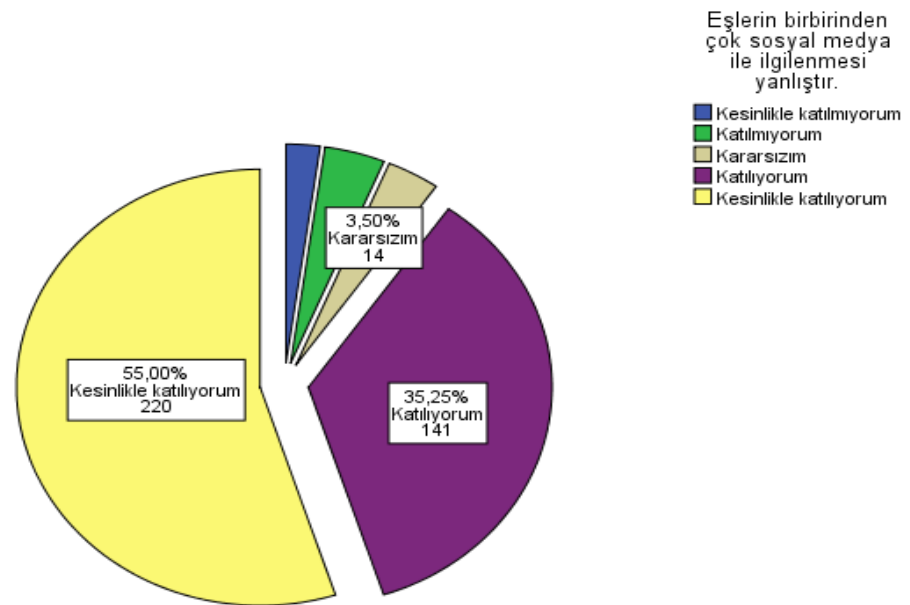
Ankete katılan kullanıcıların %6,0'ı (24 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %13,8'i (55 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. %13,3'ü (53 kişi) ise kararsızlığını belirtmiştir. Buna karşılık %38,5'i (154 kişi) katıldığını dile getirmiş, geriye kalan %28,5'i (114 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmektedir. Böylece %67'si (268 kişi) sosyal medyanın aile mahremiyetini ortadan kaldırdığını düşünmektedir.



Tablo 18. Eşlerin birbirinden çok sosyal medya ile ilgilenmesi yanlıştır.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	9	2,3
Katılmıyorum	16	4,0
Kararsızım	14	3,5
Katılıyorum	141	35,3
Kesinlikle katılıyorum	220	55,0
Toplam	400	100,0

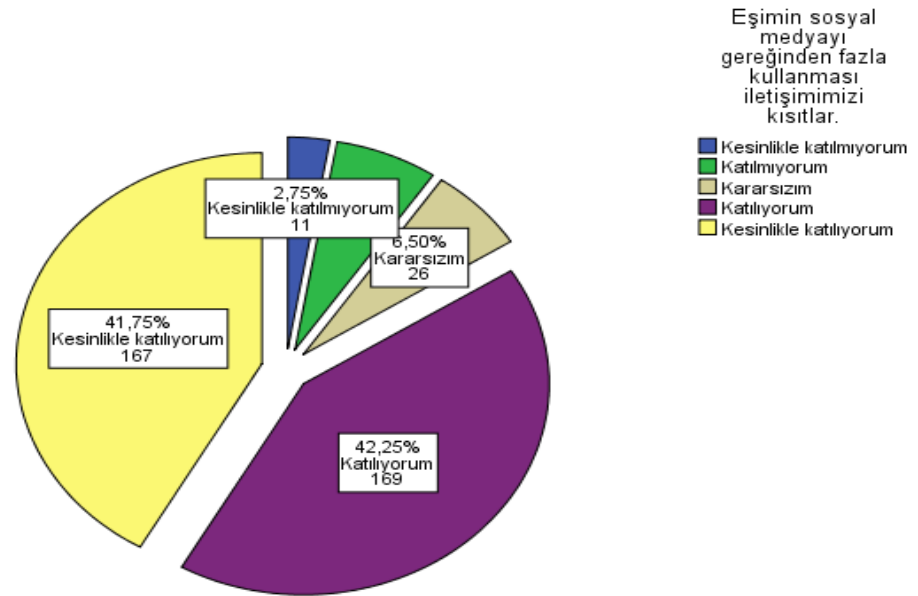
Ankete katılan kullanıcıların %2,3'ü (9 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %4,0'ü (16 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Kararsız kalanların yüzdesi ise %3,5 (14 kişi) iken, katılanların yüzdesi %35,3 (141 kişi) geriye kalan %55,0'ı (220 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Toplamda %90,3'ü (361 kişi) eşlerin birbirinden çok sosyal medya ile ilgilenmesinin yanlış olduğunu düşünmektedir.



Tablo 19. Eşimin sosyal medyayı gereğinden fazla kullanması iletişimimizi kısıtlar.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	11	2,8
Katılmıyorum	27	6,8
Kararsızım	26	6,5
Katılıyorum	169	42,3
Kesinlikle katılıyorum	167	41,8
Toplam	400	100,0

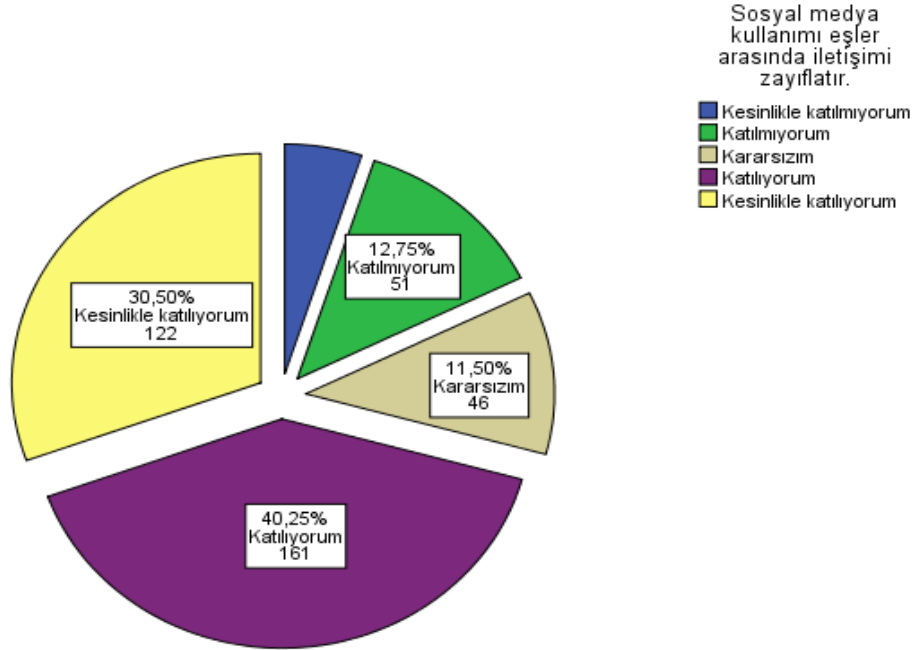
Ankete katılan kullanıcıların %2,8'i (11 kişi) kesinlikle katılmıyorum, %6,8'i (27 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Bu durumda %6,5'i (26 kişi) ise kararsız kalmıştır. Katıldığını belirtenlerin yüzdesi %42,3 (169 kişi) ve kesinlikle katıldığını belirtenlerin yüzdesi de %41,8 (167 kişi)'dir. Böylece çoğunluk %84,1 (336 kişi) sosyal medyanın gereğinden fazla kullanılmasının iletişimi kısıtladığını düşünmektedir.



Tablo 20. Sosyal medya kullanımı eşler arasında iletişimi zayıflatır.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	20	5,0
Katılmıyorum	51	12,8
Kararsızım	46	11,5
Katılıyorum	161	40,3
Kesinlikle katılıyorum	122	30,5
Toplam	400	100,0

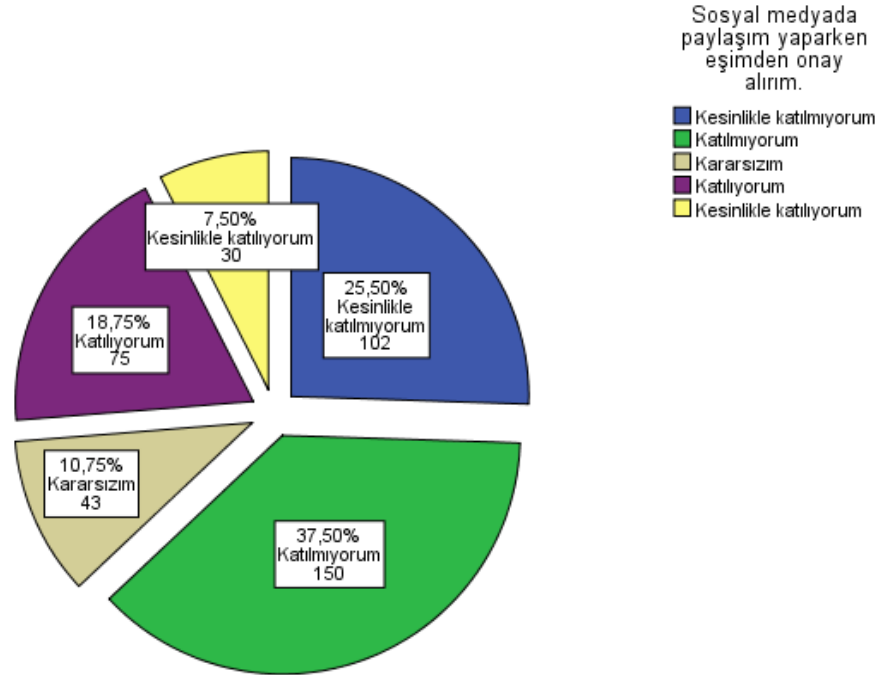
Ankete katılan kullanıcıların %5,0'i (20 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %12,8'i (51 kişi) ise katılmadığını dile getirmiştir. Kararsız kalanlar ise %11,5 (46 kişi)'dir. Bu durumda %40,3'ü (161 kişi) katılıyorken, %30,5'i (122 kişi) de kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Toplamda %70,8'i (283 kişi) sosyal medya kullanımının eşler arasındaki iletişimi zayıflattığına inanmaktadır.



Tablo 21. Sosyal medyada paylaşım yaparken eşimden onay alırım.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	102	25,5
Katılmıyorum	150	37,5
Kararsızım	43	10,8
Katılıyorum	75	18,8
Kesinlikle katılıyorum	30	7,5
Toplam	400	100,0

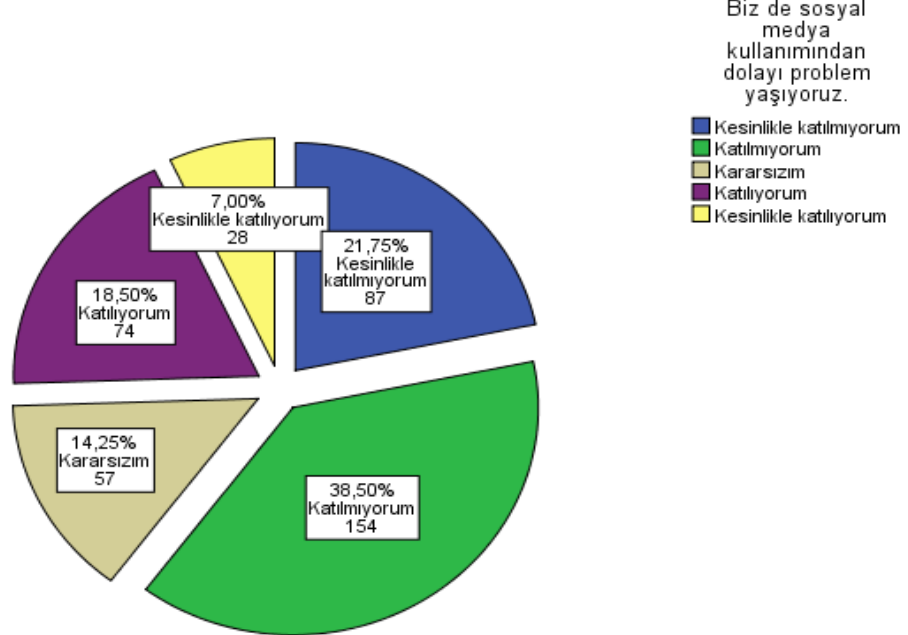
Ankete katılan kullanıcıların %25,5'i (102 kişi) kesinlikle katılmıyorken %37,5'i (150 kişi) katılmıyorum cevabını vermiş, %10,8'i (43 kişi) kararsız kalmıştır. Geriye kalan %18,8'i (75 kişi) katıldığını belirtirken, %7,5'i (30 kişi) ise kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Böylece toplamda %26,3 (105 kişi) sosyal medyada eşinden onay alarak paylaşım yaparken geriye kalan toplam %63'ü (252 kişi) onay almadan paylaşım yaptığını dile getirmektedir.



Tablo 22. Biz de sosyal medya kullanımından dolayı problem yaşıyoruz.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	87	21,8
Katılmıyorum	154	38,5
Kararsızım	57	14,3
Katılıyorum	74	18,5
Kesinlikle katılıyorum	28	7,0
Toplam	400	100,0

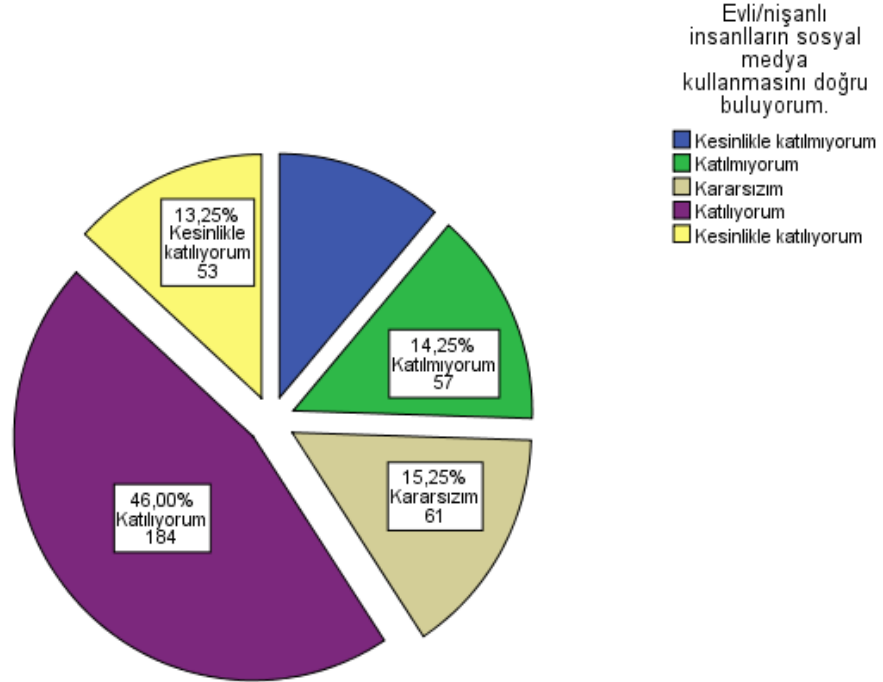
Ankete katılan kullanıcıların %21,8'i (87 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %38,5'i (154 kişi) de katılmıyorum cevabını vermiştir. Bu durumda %14,3'ü (57 kişi) kararsız kalmış, %18,5'i (74 kişi) katıldığını belirtirken, %7,0'ı (28 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Sosyal medya kullanımından dolayı problem yaşamayan toplamda %60,3 (241 kişi) varken, problem yaşayan ise toplamda %25,5 (102 kişi)'dir.



Tablo 23. Evli/nişanlı insanların sosyal medya kullanmasını doğru buluyorum.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	45	11,3
Katılmıyorum	57	14,3
Kararsızım	61	15,3
Katılıyorum	184	46,0
Kesinlikle katılıyorum	53	13,3
Toplam	400	100,0

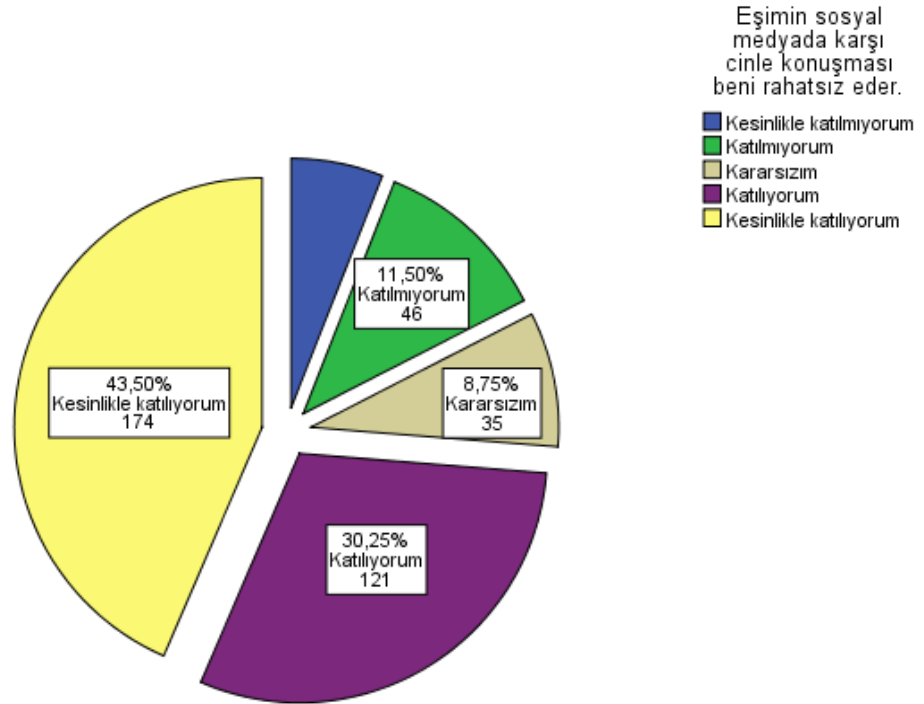
Ankete katılan kullanıcıların %11,3'ü (45 kişi) kesinlikle katılırken, %14,3'ü (57 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Kararsız olanlar ise %15,3 (61 kişi)'dir. Bu durumda %46,0'ı (184 kişi) katıldığını belirtirken, %13,3'ü (53 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Toplamda %59,3'ü (237 kişi) evli/nişanlı insanların sosyal medya kullanmasını doğru bulmaktadır.



Tablo 24. Eşimin sosyal medyada karşı cinsle konuşması beni rahatsız eder.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	24	6,0
Katılmıyorum	46	11,5
Kararsızım	35	8,8
Katılıyorum	121	30,3
Kesinlikle katılıyorum	174	43,5
Toplam	400	100,0

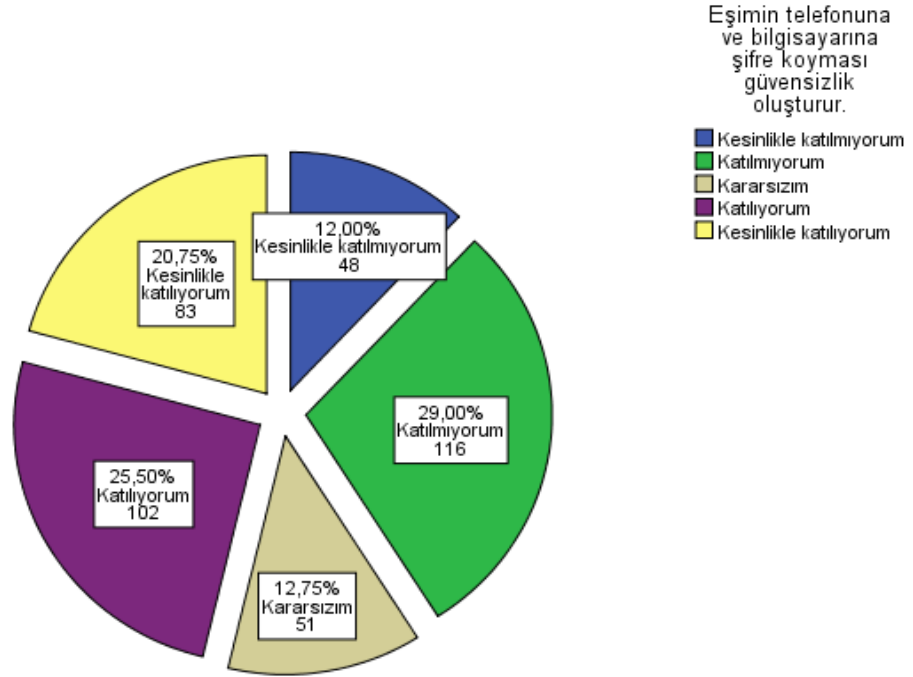
Ankete katılan kullanıcıların %6,0'sı (24 kişi) kesinlikle katılmıyorum, %11,5'i (46 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Buna karşılık %8,8'i (35 kişi) ise kararsız kalmıştır. Geriye kalan %30,3'ü (121 kişi) katılıyorken, %43,5'i (174 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Böylece toplamda %73,8'i (295 kişi) eşinin sosyal medyada karşı cinsle konuşmasından rahatsız olmaktadır.



Tablo 25. Eşimin telefonuna ve bilgisayarına şifre koyması güvensizlik oluşturur.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	48	12,0
Katılmıyorum	116	29,0
Kararsızım	51	12,8
Katılıyorum	102	25,5
Kesinlikle katılıyorum	83	20,8
Toplam	400	100,0

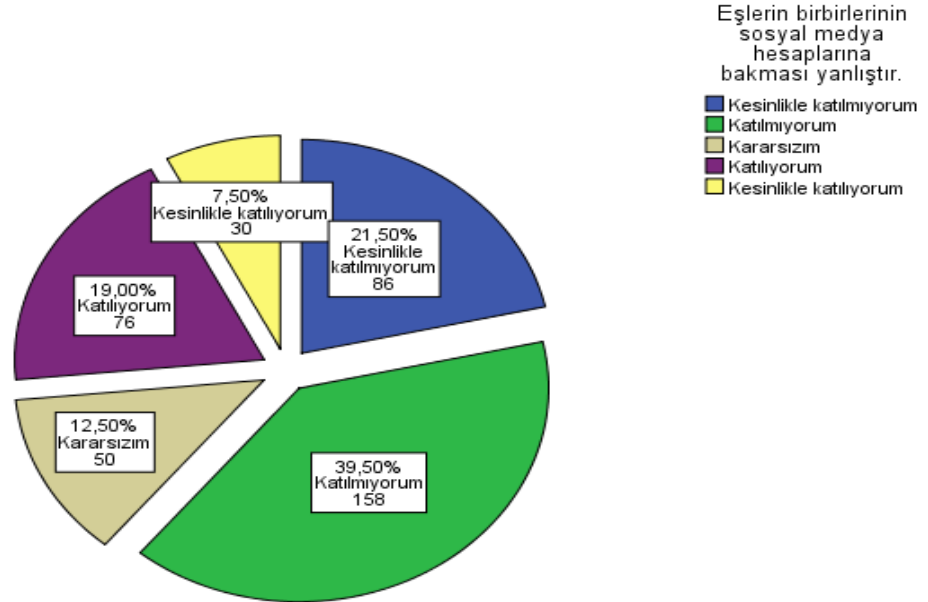
Ankete katılan kullanıcıların %12,0'ı (48 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %29,0'ı (116 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Bu durumda %12,8'i (51 kişi) kararsız kalırken, %25,5'i (102 kişi) katılmış, geriye kalan %20,8'i (83 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Böylece çoğunluk olarak %46,3 (185 kişi) eşinin telefonuna ve bilgisayarına şifre koymasının güvensizlik oluşturacağı kanaatindedir.



Tablo 26. Eşlerin birbirlerinin sosyal medya hesaplarına bakması yanlışır.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	86	21,5
Katılmıyorum	158	39,5
Kararsızım	50	12,5
Katılıyorum	76	19,0
Kesinlikle katılıyorum	30	7,5
Toplam	400	100,0

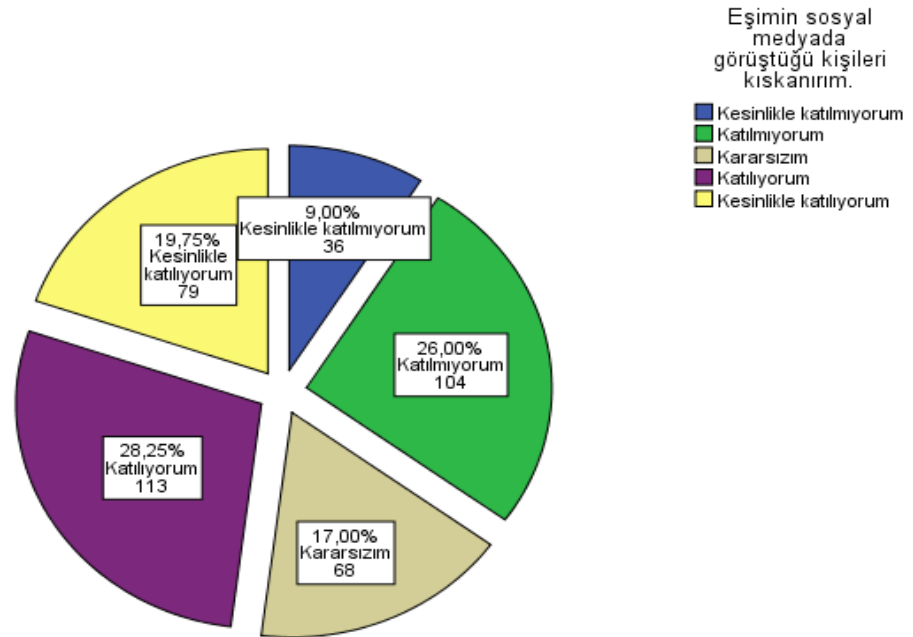
Ankete katılan kullanıcıların %21,5'i (86 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %39,5'i (158 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Buna karşılık %12,5 (50 kişi) kararsız kalırken, %19,0'ı (76 kişi) katılıyorum cevabını vermiş ve %7,5'i (30 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Böylece toplamda %61'i (244 kişi) eşlerin birbirlerinin sosyal medya hesaplarına bakmasının yanlış olmadığını düşünmekte iken, %26,5'i (106 kişi) eşlerin birbirlerinin sosyal medya hesaplarına bakmasının yanlış olduğunu düşünmektedir.



Tablo 27. Eşimin sosyal medyada görüştüğü kişileri kıskanırım.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	36	9,0
Katılmıyorum	104	26,0
Kararsızım	68	17,0
Katılıyorum	113	28,3
Kesinlikle katılıyorum	79	19,8
Toplam	400	100,0

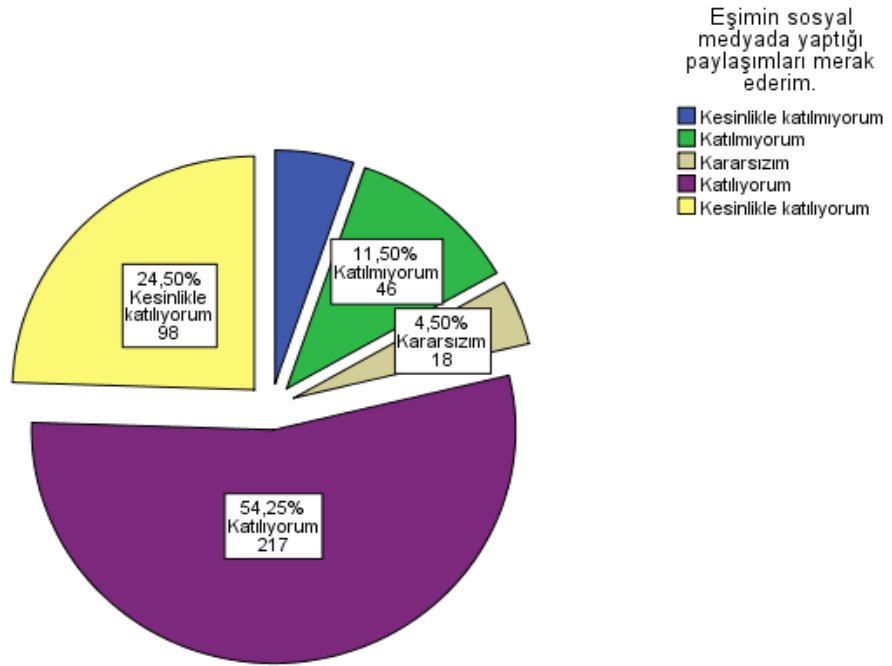
Ankete katılan kullanıcıların %9,0'ı (36 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %26,0'ı (104 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Geriye kalan %17,0'ı (68 kişi) kararsız kalırken, %28,3'ü (113 kişi) katılıyorum cevabını vermiş, %19,8'i (79 kişi) ise kesinlikle katıldığını dile getirmiştir. Toplamda %35'i eşinin sosyal medyada görüştüğü kişileri kıskanmıyor, %48,1 (192 kişi) ise eşinin sosyal medyada görüştüğü kişileri kıskanmaktadır.



Tablo 28. Eşimin sosyal medyada yaptığı paylaşımları merak ederim.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	21	5,3
Katılmıyorum	46	11,5
Kararsızım	18	4,5
Katılıyorum	217	54,3
Kesinlikle katılıyorum	98	24,5
Toplam	400	100,0

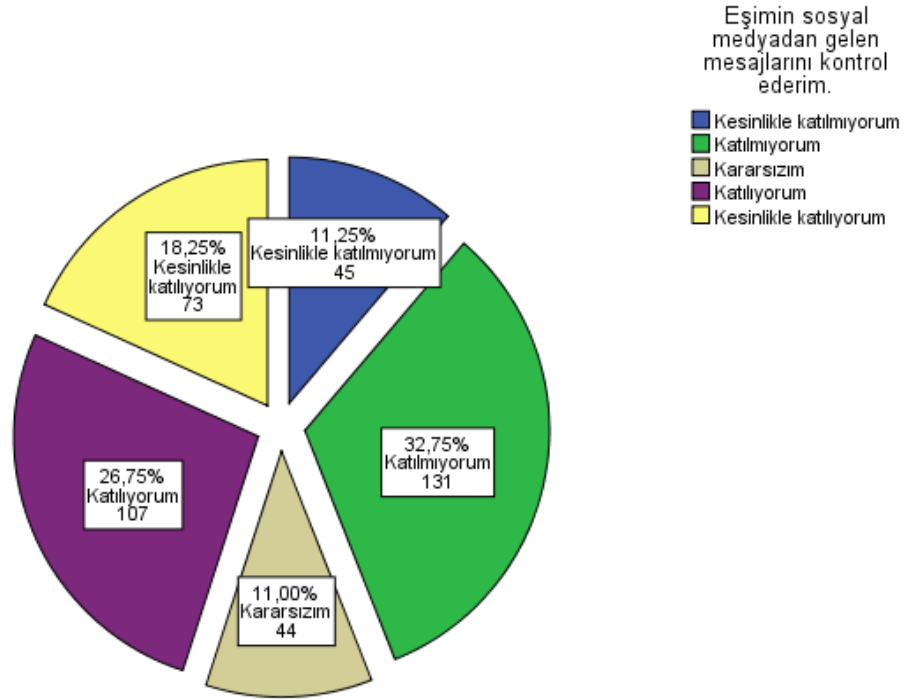
Ankete katılan kullanıcıların %5,3'ü (21 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %11,5'i (46 kişi) katılmadığını belirtmiştir. Kararsız kalanların yüzdesi de %4,5 (18 kişi)'dir. Bu durumda %54,3'ü (217 kişi) katılıyorum cevabını verirken, %24,5'i (98 kişi) ise kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Böylece çoğunluk %78,8 (315 kişi) eşinin sosyal medyada yaptığı paylaşımları merak etmektedir.



Tablo 29. Eşimin sosyal medyadan gelen mesajlarını kontrol ederim.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	45	11,3
Katılmıyorum	131	32,8
Kararsızım	44	11,0
Katılıyorum	107	26,8
Kesinlikle katılıyorum	73	18,3
Toplam	400	100,0

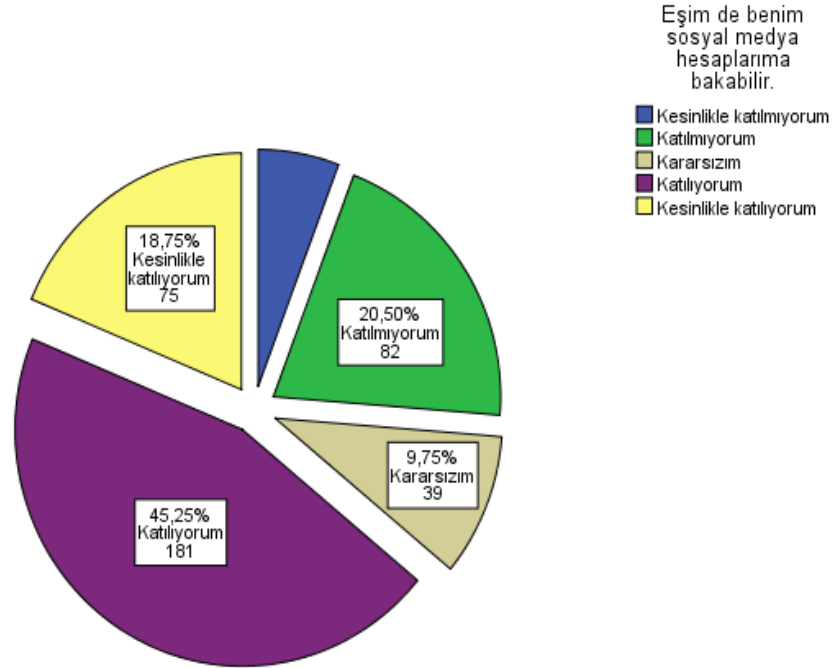
Ankete katılan kullanıcıların %11,3'ü (45 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %32,8'i (131 kişi) katılmadığını dile getirmiştir. Bu durumda %11,0'ı (44 kişi) kararsız kalırken, %26,8'i (107 kişi) katılıyorum, %18,3'ü (73 kişi) ise kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Çoğunluk olarak %45,1 (180 kişi) eşinin sosyal medyadan gelen mesajlarını kontrol etmektedir.



Tablo 30. Eşim de benim sosyal medya hesaplarıma bakabilir.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	23	5,8
Katılmıyorum	82	20,5
Kararsızım	39	9,8
Katılıyorum	181	45,3
Kesinlikle katılıyorum	75	18,8
Toplam	400	100,0

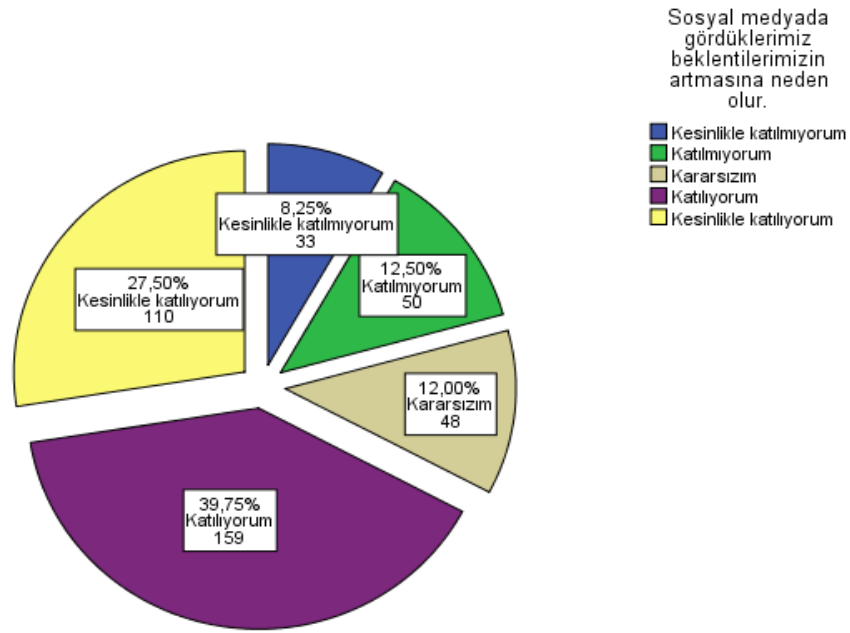
Ankete katılan kullanıcıların %5,8'i (23 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %20,5'i (82 kişi) katılmadığını belirtmiş, %9,8'i (39 kişi) kararsız kalırken, %45,3'ü (181 kişi) katılıyorum cevabını vermiş, %18,8'i (75 kişi) ise kesinlikle katıldığını dile getirmiştir. Çoğunluk olarak %64,1 (256 kişi) eşim sosyal medya hesaplarıma bakabilir düşüncesindedir.



Tablo 31. Sosyal medyada gördüklerimiz beklentilerimizin artmasına neden olur.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	33	8,3
Katılmıyorum	50	12,5
Kararsızım	48	12,0
Katılıyorum	159	39,8
Kesinlikle katılıyorum	110	27,5
Toplam	400	100,0

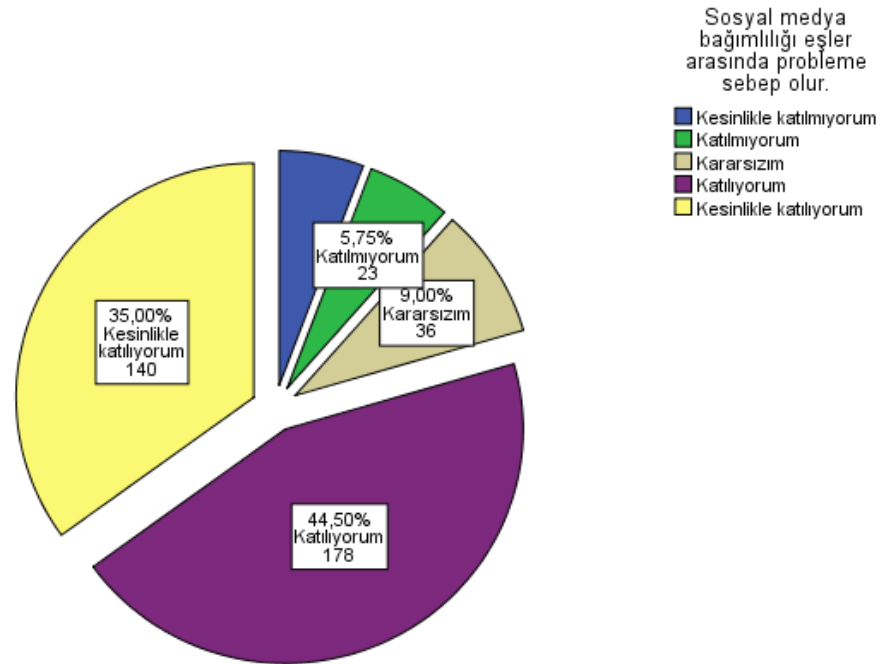
Ankete katılan kullanıcıların %8,3'ü (33 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %12,5'i (50 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Bu durumda %12,0 (48 kişi) kararsız kalmıştır. Kalan katılımcıların %39,8'i (159 kişi) katılıyorum cevabını dile getirirken, %27,5'i (110 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Böylece %67,3 (269 kişi) sosyal medyada gördüklerimizin beklentilerimizin artmasına neden olduğunu söylemektedir.



Tablo 32. Sosyal medya bağımlılığı eşler arasında probleme sebep olur.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	23	5,8
Katılmıyorum	23	5,8
Kararsızım	36	9,0
Katılıyorum	178	44,5
Kesinlikle katılıyorum	140	35,0
Toplam	400	100,0

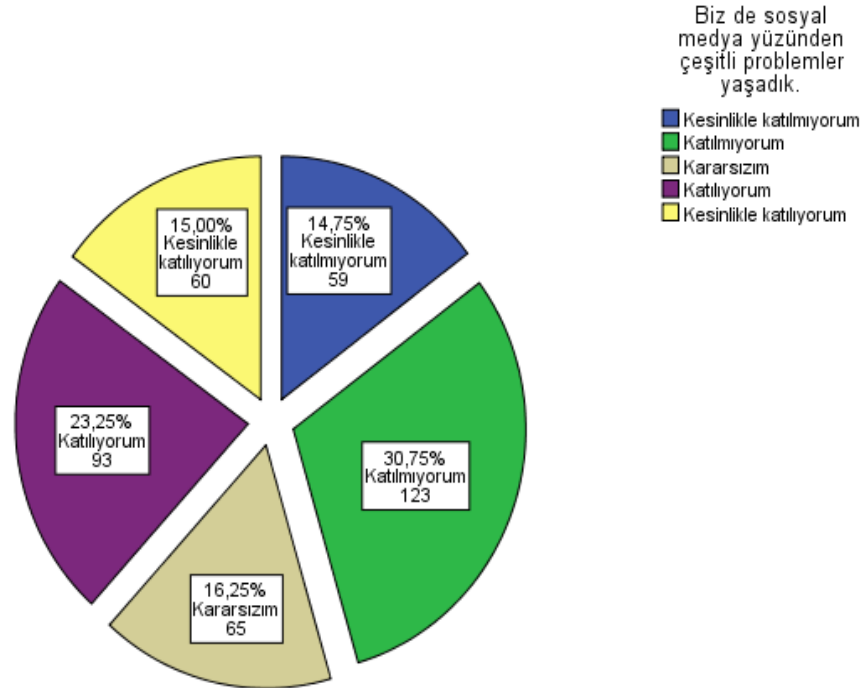
Ankete katılan kullanıcıların %5,8'i (23 kişi) kesinlikle katılmıyorken, aynı oranda %5,8'i (23 kişi) katılmamaktadır. Buna göre %9,0'ı (36 kişi) kararsız kalırken, %44,5'i (178 kişi) katılıyorum cevabını vermiş, %35,0'ı (140 kişi) ise kesinlikle katılıyorum cevabını dile getirmiştir. Verilerden anlaşıldığı üzere %79,5 (318 kişi) sosyal medya bağımlılığının eşler arasında probleme sebep olduğunu düşünmektedir.



Tablo 33. Biz de sosyal medya yüzünden çeşitli problemler yaşadık.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	59	14,8
Katılmıyorum	123	30,8
Kararsızım	65	16,3
Katılıyorum	93	23,3
Kesinlikle katılıyorum	60	15,0
Toplam	400	100,0

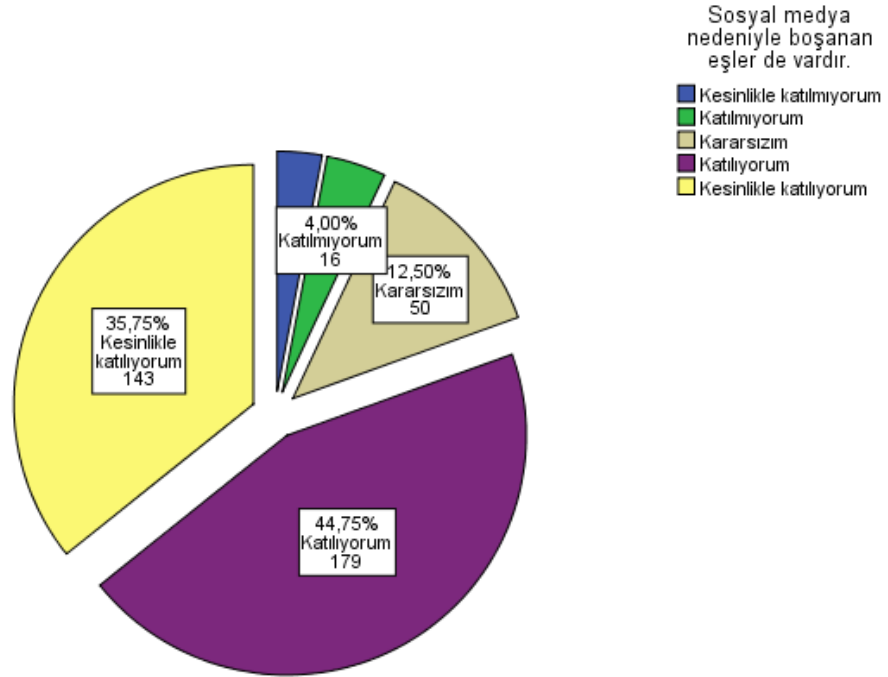
Ankete katılan kullanıcıların %14,8'i (59 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %30,8'i (123 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Kararsız kalanların yüzdesi de %16,3 (65 kişi)'dir. Buna göre %23,3'ü (93 kişi) katılıyorum cevabını dile getirmiş, %15,0'ı (60 kişi) ise kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Böylece %45,6'sı (182 kişi) katılmadığını belirterek sosyal medya yüzünden problem yaşamadığını söylemektedir.



Tablo 34. Sosyal medya nedeniyle boşanan eşler de vardır.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	12	3,0
Katılmıyorum	16	4,0
Kararsızım	50	12,5
Katılıyorum	179	44,8
Kesinlikle katılıyorum	143	35,8
Toplam	400	100,0

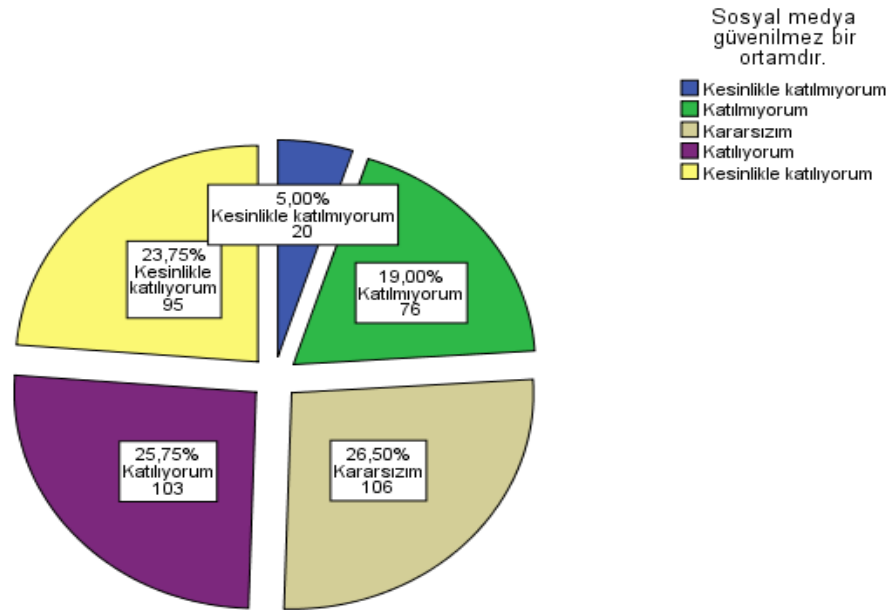
Ankete katılan kullanıcıların %3,0'ı (12 kişi) kesinlikle katılmıyorum, %4,0'ı (16 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Buna karşılık %12,5'i (50 kişi) kararsız kalırken, %44,8'i (179 kişi) katılıyorum, %35,8'i (143 kişi) ise kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Bu durumda çoğunluk %80,6 (322 kişi) sosyal medya nedeniyle boşanan eşlerin olduğunu düşünmektedir.



Tablo 35. Sosyal medya güvenilir bir ortamdır.

	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	20	5,0
Katılmıyorum	76	19,0
Kararsızım	106	26,5
Katılıyorum	103	25,8
Kesinlikle katılıyorum	95	23,8
Toplam	400	100,0

Ankete katılan kullanıcıların %5,0'ı (20 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %19,0'ı (76 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. Böylece %26,5'i (106 kişi) kararsız kalırken, %25,8'i (103 kişi) katılıyorum cevabını dile getirmiş, %23,8'i (95 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Kararsız kalanların oranı da yüksek olmasına rağmen çoğunluk %49,6 (198 kişi) sosyal medyanın güvenilir bir ortam olduğunu düşünmektedir.



Araştırmada kullanılan ölçme aracının güvenilirliğini belirlemek için 26 maddeden oluşan güvenirlik analizi yapılmış ve Cronbach Alfa formülü bu analiz için tercih edilmiştir. Çalışmanın güvenirliliği Cronbach Alfa katsayısı ile test edilebilmektedir. Test sonucunda 0 ile 1 arasında bir değer bulunur. Değer 1'e yaklaştıkça güvenirlik artar. Bu değeri yüzde olarak yorumlamak da mümkündür. Genel kabul gören güvenirlik düzeyi %70 (0,7)'dir (Padem, Göksu, Konaklı, 2012: 64).

Tablo 4.1.'de çalışmanın güvenirlik analizi sonucu yer almaktadır. Bu sonuca göre ölçeğin 26 maddesine ait iç tutarlılık katsayısı 0,788 olarak bulunmuştur. Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı incelendiğinde yüksek güvenirliğe sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4.1: Güvenirlik analizi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.788	.788	26

Çapraz Tablo (CrossTab) analizi ile iki veya daha fazla değişkenin birbirleri üzerindeki dağılımları analiz edilmiş ve elde edilen sonuçlar aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir. Bulgular değişkenlere göre yorumlanmıştır.

Tablo: 4.2: Cinsiyet * Günümüzde sosyal medyadan uzak kalmak mümkün değildir.

	Günümüzde sosyal medyadan uzak kalmak mümkün değildir.					Toplam
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
Erkek	13	39	21	71	46	190
Kadın	13	16	29	86	66	210
Toplam	26	55	50	157	112	400

Cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkeklerin günümüzde sosyal medyadan uzak kalmak mümkün değildir seçeneğine verdiği cevaplar tabloda yer almaktadır. Buna göre 190 erkek katılımcı arasından 117 erkek katılımcı günümüzde sosyal medyadan

uzak kalınamayacağını düşünürken 210 kadın katılımcı arasından 152 kadın katılımcı günümüzde sosyal medyadan uzak kalınamayacağını düşünmektedir.

Tablo 4.3: Cinsiyet * Bir günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?

	Bir günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?					Toplam
	1 saatten az	1 saat	1-2 saat arası	3-4 saat	5 saat ve üzeri	
Erkek	8	24	64	62	32	190
Kadın	16	12	58	71	53	210
Toplam	24	36	122	133	85	400

Cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkeklerin bir günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz sorusuna verdiği cevaplar tabloda yer almaktadır. Buna göre 190 erkek katılımcı arasından 94 erkek katılımcı günde beş saat ve üzerinde sosyal medya kullanmakta iken 210 kadın katılımcı arasından 124 kadın katılımcı günde beş saat ve üzeri sosyal medya kullanmaktadır.

Tablo 4.4: Cinsiyet * Sosyal medya kullanımında da eşler birbirine güvenmelidir.

	Sosyal medya kullanımında da eşler birbirine güvenmelidir.					Toplam
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
Erkek	4	10	12	92	72	190
Kadın	7	5	13	85	100	210
Toplam	11	15	25	177	172	400

Cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkeklerin sosyal medya kullanımında da eşler birbirine güvenmelidir seçeneğine verdiği cevaplar tabloda yer almaktadır. Buna göre 190 erkek katılımcı arasından 164 erkek katılımcı sosyal medya kullanımında eşlerin birbirine güvenmesi gerektiğini düşünmekte iken 210 kadın katılımcı arasından 185 kadın katılımcı da sosyal medya kullanımında eşlerin birbirine güvenmesi gerektiğini düşünmektedir.

Tablo 4.5: Cinsiyet * Sosyal medya aile mahremiyetini ortadan kaldırmıştır.

	Sosyal medya aile mahremiyetini ortadan kaldırmıştır.					Toplam
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
Erkek	13	23	31	72	51	190
Kadın	11	32	22	82	63	210
Toplam	24	55	53	154	114	400

Cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkeklerin sosyal medya aile mahremiyetini ortadan kaldırmıştır seçeneğine verdiği cevaplar tabloda yer almaktadır. Buna göre 190 erkek katılımcı arasından 123 erkek katılımcı sosyal medyanın aile mahremiyetini ortadan kaldırdığını düşürken 210 kadın katılımcı arasından 145 kadın katılımcı sosyal medyanın aile mahremiyetini ortadan kaldırdığını düşünmektedir.

Tablo 4.5: Cinsiyet * Evli/nişanlı insanların sosyal medya kullanmasını doğru buluyorum.

	Evli/nişanlı insanların sosyal medya kullanmasını doğru buluyorum.					Toplam
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
Erkek	19	36	32	78	25	190
Kadın	26	21	29	106	28	210
Toplam	45	57	61	184	53	400

Cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkeklerin evli/nişanlı insanların sosyal medya kullanmasını doğru buluyorum seçeneğine verdiği cevaplar tabloda yer almaktadır. Buna göre 190 erkek katılımcı arasından 103 erkek katılımcı evli/nişanlı insanların sosyal medya kullanmasını doğru bulmakta iken 210 kadın katılımcı arasından 134 kadın katılımcı evli/nişanlı insanların sosyal medya kullanmasını doğru bulmaktadır.

Tablo 4.6: Yaş * Bir günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?

	Bir günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?					Toplam
	1 saatten az	1 saat	1-2 saat arası	3-4 saat	5 saat ve üzeri	
18-25	6	5	21	32	25	89
26-35	5	15	64	61	39	184
36-45	9	10	20	34	15	88
46-55	2	5	13	3	6	29
56-65	1	1	2	3	0	7
66	1	0	2	0	0	3
Toplam	24	36	122	133	85	400

Yaş değişkenine göre bir günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz sorusuna 18-25 yaş aralığındaki 25 kişi, 26-35 yaş aralığındaki 39 kişi, 36-45 yaş aralığındaki 6 kişi 5 saat ve üzeri cevabını vermiştir. 56-65 ve 66 üzerindeki hiçbir katılımcı günde 5 saat ve üzerinde sosyal medya kullanmamaktadır.

Tablo 4.7: Yaş * Sosyal medyada gördüklerimiz beklentilerimizin artmasına neden olur.

	Sosyal medyada gördüklerimiz beklentilerimizin artmasına neden olur.					Toplam
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
18-25	11	8	9	33	28	89
26-35	12	25	28	71	48	184
36-45	7	13	7	35	26	88
46-55	0	4	2	16	7	29
56-65	1	0	1	4	1	7
66	2	0	1	0	0	3
Toplam	33	50	48	159	110	400

Yaş değişkenine göre sosyal medyada gördüklerimiz beklentilerimizin artmasına neden olur seçeneğine verdiği cevaplar tabloda yer almaktadır. Buna göre 18-25 yaş aralığındaki 61 kişi, 26-35 yaş aralığındaki 119 kişi, 36-45 yaş aralığındaki 61 kişi,

46-55 yaş aralığındaki 23 kişi, 56-65 yaş aralığındaki sadece 1 kişi sosyal medyada gördüklerimizin beklentilerin artmasına neden olduğunu düşünmektedir. Verilere göre 66 yaş üzerindeki katılımcılardan hiç biri sosyal medyada gördüklerimizin beklentilerin artmasına neden olduğunu düşünmemektedir.



GENEL DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada sosyal medyanın eşler arası ilişkiye etkisi konusu ele alındı. Çalışma 2021 yılında Nevşehir il merkezinde yapıldı. 400 kişiye anket çalışması uygulandı. Anket çalışması yapılırken rastgele örneklem tekniği uygulandı. Çalışma sadece sosyal medya kullanıcısı olan bireyler arasında yapıldı. Anket çalışması 190 erkek 210 kadın ile yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edildi. Doğru sonuçlar elde edilebilmesi açısından kadın ve erkek sayısı birbirine yakın tutulmuştur. Çalışmada gizlilik esas alındığı için kişisel bilgiler kesinlikle gizli tutulmuştur.

Ankete katılan kullanıcıların tümünün sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Araştırmada yanıt aranan temel sorulardan bir tanesi sosyal medyanın eşler arası ilişkiye etkisi var mıdır. Bir diğer temel soru da sosyal medya ve boşanma arasında bir ilişki var mı sorusudur.

Katılımcıların %79,1'i (316 kişi) sosyal medya kullanımından dolayı ailelerde problemlerin çoğaldığını, %80,6'sı (322 kişi) de sosyal medya nedeniyle boşanan eşler olduğunu düşünmektedir. Bu veriler aradığımız sorulara yanıtı elde ettiğimizi göstermektedir.

Ankete katılan sosyal medya kullanıcılarının %73,8'i (295 kişi) eşinin sosyal medyada karşı cinsle konuşmasından rahatsız olmaktadır. Elde edilen veriler ve bulgulara göre sosyal medya uygulamaları birçok kişinin aile yaşantısını etkilemektedir. Bu sonuçlara göre de sosyal medya boşanma üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak etkilidir.

Sosyal medya gün geçtikçe daha fazla tercih edilmekte ve kullanım süresi de artmaktadır. Buna bağlı olarak katılımcılara sosyal medya kullanımını eşler arasındaki iletişimi zayıflatır mı sorusunu yönelttik. Elde edilen verilerde araştırmaya katılan kullanıcıların %5,0'i (20 kişi) sosyal medya kullanımının eşler arası ilişkiyi zayıflattığına kesinlikle katılmıyorken, %12,8'i (51 kişi) ise katılmadığını dile getirmiştir. Kararsız kalanlar ise %11,5 (46 kişi)'dir. Katılımcıların %40,3'ü sosyal medya kullanımının eşler arası ilişkiye zarar verdiğine (161 kişi) katılıyorken, %30,5'i (122 kişi) de kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Toplamda %70,8'i

(283 kişi) sosyal medya kullanımının eşler arasındaki iletişimi zayıflattığına inanmaktadır.

Sosyal medya beklentilerimizin artmasına neden olur mu sorusuna yanıt olarak ise ankete katılan kullanıcıların %8,3'ü (33 kişi) kesinlikle katılmıyorken, %12,5'i (50 kişi) katılmıyorum cevabını vermiştir. %12,0 (48 kişi) kararsız kalmıştır. Bu soruya katılımcıların %39,8'i (159 kişi) katılıyorum cevabını dile getirirken, %27,5'i (110 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Böylece %67,3 (269 kişi) sosyal medyada gördüklerimizin beklentilerimizin artmasına neden olduğunu söylemektedir.

Ankete katılan kullanıcıların %3,5'i (14 kişi) sosyal medya kullanımından dolayı ailelerde problemlerin çoğaldığına kesinlikle katılmıyorken, %7,0'si (28 kişi) katılmıyorum cevabını vermiş, %10,5'i (42 kişi) kararsız kalmıştır. Buna karşılık olarak %44,8'i (179 kişi) katılıyorum cevabını vermiş ve geriye kalan %34,3'ü (137 kişi) kesinlikle katıldığını dile getirmiştir. Böylece toplamda %79,1'i (316 kişi) sosyal medya kullanımından dolayı ailelerde problemlerin çoğaldığını düşünmektedir.

Ankete katılan kullanıcıların %6,5'i (26 kişi) sosyal medya kullanımının bağımlı olma riskini ortaya çıkaracağına kesinlikle katılmadığını belirtirken, %13,8'i (55 kişi) katılmıyorum cevabını vermiş böylece toplamda 81 kişi bağımlı olmadan da sosyal medya kullanılabileceğini savunmaktadır. %12,5'i (50 kişi) ise kararsızım, %39,3'ü (157 kişi) katılıyorum cevabını vermiş olup, %28,0'i (112 kişi) ise kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Böylece toplamda %67,3 (269 kişi) sosyal medyadan uzak kalınamayacağını düşünmektedir. Bu veriler de sosyal medya kullanımının bağımlı olma riskini ortaya çıkaracağını göstermektedir.

Eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmaması güvensizlik oluşturur ankete katılan kullanıcıların %17,0'si (68 kişi) kesinlikle katılmıyorum, %32,3'ü (129 kişi) ise katılmıyorum cevabını vermiş, böylece toplamda çoğunluk olarak %49,3'ü (197 kişi) eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmamalarının güvensizlik oluşturmayacağını düşünmektedir. %10,3'ü (41 kişi) ise kararsızlığını dile getirmiştir. Buna karşılık olarak %20,3'ü (81 kişi) eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmaması güvensizlik oluşturduğu görüşüne katılıyorum, %20,3'ü (81 kişi) de kesinlikle katılıyorum cevabını vererek böylece toplamda

%40,6 (162 kişi) eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmamasının güvensizlik oluşturacağı kanaatindedir.

Ankete katılan kullanıcıların %6,0'sı (24 kişi) günde 1 saatten az sosyal medya kullanırken %9,0'u (36 kişi) 1 saat sosyal medya kullanmaktadır. %30,5'u (122 kişi) ise 1-2 saat arası sosyal medya kullanmaktadır. %33,33'ü (133 kişi) günde 3-4 saat sosyal medya kullanırken, %21,32'si (85 kişi) ise günde 5 saat ve üzerinde sosyal medyada vakit geçirmektedir. Elde ettiğimiz bu verilerde sosyal medyanın yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığının eşler arasında probleme sebep olması konusunda ankete katılan kullanıcıların %5,8'i (23 kişi) kesinlikle katılmıyorken, aynı oranda %5,8'i (23 kişi) katılmıyorum cevabı vermiştir. %9,0'ı (36 kişi) kararsız kalırken, %44,5'i (178 kişi) katılıyorum, %35,0'ı (140 kişi) ise kesinlikle katılıyorum cevabını dile getirmiştir. Verilerden anlaşıldığı üzere katılımcıların %79,5'i (318 kişi) sosyal medya bağımlılığının eşler arasında probleme sebep olduğunu düşünmektedir.

Türkiye'de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması'nda elde edilen bulgulara göre en fazla kullanılan sosyal medya uygulaması Instagram (%89,66) uygulaması olduğu görülmüştür. Fotoğraf ve video paylaşım sosyal medya aracı olan instagram, insanlara, moda, diyet, spor, hobi, e ticaret, eğitim, seminer vb. konularda anlık fotoğraf ve video aracılığıyla bilgilendirme sağlaması sebebiyle en çok tercih edilen platform olduğu düşünülmektedir (Uslu, 2021: 381). Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre de ankete katılan kullanıcıların %12,8'i (51 kişi) en çok Facebook kullanırken, %40,3'ü (161 kişi) en çok instagram kullanmaktadır. %4,8'i (19 kişi) ise en çok twitter kullanırken %38,0'i (152 kişi) de en çok whatsapp kullanmayı tercih etmektedir. %4,3'ü (17 kişi) kişi ise en çok youtube uygulamasını kullanmaktadır. Böylece günümüzde en çok Instagram ve Whatsapp sosyal medya uygulamasının kullanıldığını görmekteyiz.

Sonuç olarak, sosyal medya kullanımı artı ve eksi yönleriyle hayatımızın merkezinde yer edinmiştir. Sosyal medyanın bu denli yaygınlaşması ve bağımlılık derecesine gelmesi nedeniyle eşler arası ilişkiler etkilenmektedir. Sosyal medya kullanımının

eşler arasında probleme sebep olabildiği ve sosyal medya ile boşanma arasında bir ilişki olduğu verilerle ortaya konulmuştur. Verilerden anlaşıldığı üzere %79,5 (318 kişi) gibi büyük bir çoğunluk sosyal medya bağımlılığının eşler arasında probleme sebep olduğunu düşünmektedir.

Tüm bunlar göz önüne alındığında sosyal medyanın hem birysel hem de toplumsal hayatımıza yön vermesi ve aile yaşantımızı etkilemesi söz konusu olduğundan bu konuda duyarlı ve bilinçli davranabilmek önemlidir. Öncelikle sosyal medyada ne sıklıkla ve ne kadar süre vakit geçirdiğimizi belirlemek gerekmektedir. Sosyal medya bizi ne derece etkiliyor? Sosyal medyada ne kadar vakit geçiriyoruz? Sosyal medyayı ne için kullanıyoruz? Sosyal medya bizim iletişimimizi ve yaşantımızı etkiliyor mu? Sosyal medya bağımlısı olduğumuzu anladığımız takdirde veya sosyal medyada fazla vakit geçirdiğimizi anladığımızda gerekli tedbiri alabiliyormuyuz? Sorularına vereceğimiz cevap önem arz etmektedir.

Sosyal medya bizi etkiliyor ise önlemler alarak hayatımızı etkilemesine izin vermeden kontrollü bir şekilde kullanım sağlanmalıdır. Sosyal medya odaklı bir yaşamdan uzaklaşılmalı ve sosyal medyanın bizi ve ailemizi olumsuz etkilemesine izin verilmemelidir. Sosyal medyanın hayatımızdan tamamen çıkması mümkün olmayacağından olumsuz yönlerinin hayatımıza girmesi kontrol altında tutmalı ve bilinçli kullanılmaya dikkat edilmelidir.

KAYNAKÇA

Aktaş, M., Çopur, Z. (2018). Sosyal Medya Kullanımının Eşler Arasındaki Strese Etkisi. *International Journal of Education Technology and Scientific Researches*, 3 (6) , 142-153.

Akyüz, H. (2008). *Kurumlar Sosyolojisi (Tanımlar, Kuramlar ve Uygulamalar)* (Siyasal Kitabevi, Ankara).

Atila Demir, S. (2016). *Aile Sosyolojisi* (Lisans Yayıncılık, İstanbul).

Aydın, M. (2014). *Kurumlar Sosyolojisi* (Pınar Yayınları, İstanbul).

Aydın, M. (2016). *Sistemantik Aile Sosyolojisi* (Çizgi Kitabevi, Konya).

Babacan, M., E. (2017). *Sosyal Medya ve Gençlik* (Bir Yayıncılık, İstanbul).

Bağımlılık. www.yesilay.org.tr (22 Şubat 2022).

Bal, H. (2014). *Sosyolojide Yöntem ve Araştırma Teknikleri* (Sentez Yayınları, Ankara).

Bayraktutan, F. (2005). Aile İçi İlişkiler Açısından İnternet Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Yapı , Sosyal Değişme Bilim Dalı, Ankara.

Bolat, E., Macit Y. (2019). *Sosyal Medya ve Etkileri* (Gece Kitaplığı, Ankara).

Bostancı, M. (2019). *Sosyal Medya Dün Bugün Yarın* (Palet Yayınları, Konya).

Büyükaslan A., Kırık, A. (2017). *Sosyal Medya Araştırmaları* (Çizgi Kitabevi Yayınları, İstanbul).

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

Çakır, H. (2018). *Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile* (Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara).

Çapcıoğlu, İ. (2018). *Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile* (Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara).

Demirdaş B., Kurtulan A. E. (2019). *Sosyal Medya ve Etkileri* (Gece Kitaplığı, Ankara).

Dikeçligil, F., B. (2018). *Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile* (Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara).

Dirimeşe, E. (2016). *Aile Sosyolojisi* (Lisans Yayıncılık, İstanbul).

Doğan, M. S., Özyurt, S. ve Boztoprak, G. (2009). *Sosyoloji Çarşısı* (E Yazı Yayınları, İstanbul).

Düğer M. (2019). *Sosyal Medya ve Etkileri* (Gece Kitaplığı, Ankara).

Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının WhatsApp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme, *Trt Akademi*, 3 (6): 590-613.

Görgülü, Ü. (2018). *Sosyal Medya ve Aile* (Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara).

Griffiths, M. (1999). Internet Addiction: Fact or Fiction? *The Psychologist*, 12(5), 246-250. Çeviren: Psk. Kazım Alat, İnternet Bağımlılığı: Gerçek mi? Kurgu mu?, *Türk Psikoloji Bülteni* ISSN: 1300-7408.

Gürbüz, G. (2014). Sosyal Medya Ve Demokrasi İlişkisi: Türkiye’de Sosyal Medyanın Katılımcı Demokrasiye Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı, Erzurum

İlk Tweet. www.sozcu.com.tr (10 Aralık 2021).

Kalaman, S., Çelik, F. (2019). Türkiye’deki Evli Bireylerin Sosyal Medya Kullanımlarının Evlilikleri Üzerine Etkisi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal of Society Researches* 13(9) 424-453

Keskinkılıç, F. (2019). *Sosyal Medya ve Etkileri* (Gece Kitaplığı, Ankara).

- Özalp, A. (2016). *Aile Sosyolojisi* (Lisans Yayıncılık, İstanbul).
- Özdemir, V. (2019). *Sosyal Medya ve Etkileri* (Gece Kitaplığı, Ankara).
- Özgüven, İ. E. (2009). *Evlilik ve Aile Terapisi* (PDR Yayınları Ankara).
- Özkalp, E. (2013). *Sosyolojiye Giriş* (Ekin Yayınevi, Bursa).
- Padem H, Göksu, A, Konaklı Z (2012). *Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sarajevo: International Burch University.
- Şentürk Dızman, Z. (2019). SOSYAL MEDYANIN BOŞANMAYA ETKİLERİ. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (4), 548-555.
- Tınaz, N. (2018). *Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile* (Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara).
- Tiryaki, S. & Karakuş, M. (2018). Evli Bireylerin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Saha Araştırması. *Kurgu*, 26 (3), 422-443.
- Turgut, F. (2017). Tarihsel Süreçte Aile Kurumunun Dönüşümü. *Medeniyet ve toplum*, 93-117.
- Metaverse www.sabah.com.tr (22 Şubat 2022).
- Metaverse. www.wikipedia.com (22 Şubat 2022).
- Ulutaş, E. , Özpınar A. (2019). *Sistemik Aile Sosyolojisi* (Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya).
- Uslu, M. (2021), Türkiye’de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması/The Analysis of Social Media Addiction and Usage in Turkey. *Turkish Academic Research Review*, 6 (2), 370-396.
- Yavuzer, H. (2016). *Aile Sosyolojisi* (Lisans Yayıncılık, İstanbul).
- Yavuzer, H. , Kabadayı H. (2021). Cumhuriyetten Günümüze Türk Toplumunda Aile Yapısı, *HBVU Sosyal Bilimler Öğrenci Kongresi*, 338-345.
- Yıldırım, E. (2013). *Aile Sosyolojisi* (Pınar Yayınları, İstanbul).
- Yılmaz, S. (2016). *Aile Sosyolojisi* (Lisans Yayıncılık, İstanbul).

EK 1

Çalışma kapsamında katılımcıların doldurmuş olduğu anket formu

Değerli katılımcı,

Bu anket Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı'nda 'Sosyal Medya'nın Eşler Arası İlişkiye Etkisi' adlı tezde kullanılmak amacıyla yapılmaktadır. Araştırma bilimsel bir nitelik taşıdığından kişisel bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır.

Ankete katılımda gönüllülük esas olup, vereceğiniz cevapların sizlerin gerçek düşüncelerini yansıtıyor olması, doğru sonuçlara varabilmemiz için önem arz etmektedir. Vereceğiniz cevaplar sadece bu çalışma için kullanılacak olup başkaları ile paylaşılmayacaktır. **İsim yazmadan**, en doğru cevapları vereceğinize inancımızı belirtir, katkılarınız için teşekkür ederiz.

Hülya KABADAYI

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı

BİRİNCİ BÖLÜM

1. Cinsiyet

- 1) Erkek 2) Kadın

2. Yaşınız

- 1) 18-25 2) 26-35 3) 36-45 4) 46-55 5) 56-65 6) 66+

3. Medeni hal

- 1) Evli 2) Bekâr 3) Boşanmış 4) Eşi ölmüş

4. Eğitim durumu

- 1) Okur-yazar 2) İlkokul 3) Ortaokul 4) Lise 5) Ön Lisans 6) Lisans
7) Lisansüstü

5. Meslek

- (1) Esnaf (2) Serbest meslek (3) Memur (4) İşçi (5) Çiftçi
(6) Emekli (7) Ev Hanımı (8) İşsiz (9) Öğrenci (10) Diğer

6. Sosyal medya hesabınız var mı?

- 1) Evet 2) Hayır

7. Sosyal medya hesabınız var ise, aşağıdaki sosyal medya platformlarından hangisini daha sık kullanıyorsunuz?

- 1) Facebook 2) Instagram 3) Twitter 4) Whatsapp 5) Youtube

8. Her gün için günlük sosyal medya kullanma sıklığınız nedir?

- 1) 5 dakikada bir 2) 10 dakikada bir 3) 30 dakikada bir 4) 60 dakikada bir
5) 2 saatte bir 6) 4 saatte bir 7) 10 saatte bir 8) günde bir

9. Bir günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiyorsunuz?

- 1) 1 Saatten Az 2) 1 Saat 3) 1-2 Saat Arası 4) 3-4 Saat 5) 5 Saat ve
Üzeri 6) Hiç

İKİNCİ BÖLÜM

Aşağıdaki ifadelere ne derece katılıyorsunuz?	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Günümüzde sosyal medyadan uzak kalmak mümkün değildir.					
2. Ben de sosyal medya kullanırım.					
3. Eşim de sosyal medya kullanır.					
4. Sosyal medya şifrelerimizi eşimle paylaşıyoruz.					
5.Eşlerin sosyal medya şifrelerini birbirleriyle paylaşmaması güvensizlik oluşturur.					
6. Sosyal medya kullanımında da eşler birbirine güvenmelidir.					
7.Günümüzde sosyal medya kullanımından dolayı ailelerde problemler çoğalmıştır.					
8.Sosyal medya aile mahremiyetini ortadan kaldırmıştır.					
9. Eşlerin birbirinden çok sosyal medya ile ilgilenmesi yanlıştır.					
10. Eşimin sosyal medyayı gereğinden fazla kullanması iletişimimizi kısıtlar.					
11. Sosyal medya kullanımı eşler arasında iletişimi zayıflatır.					
12. Sosyal medyada paylaşım yaparken eşimden onay alırım.					

13. Biz de sosyal medya kullanımından dolayı problem yaşıyoruz.					
14. Evli /nişanlı insanların sosyal medya kullanmasını doğru buluyorum.					
15. Eşimin sosyal medyada karşı cinsle konuşması beni rahatsız eder.					
16. Eşimin telefonuna ve bilgisayarına şifre koyması güvensizlik oluşturur.					
17. Eşlerin birbirlerinin sosyal medya hesaplarına bakması yanlıştır.					
18. Eşimin sosyal medyada görüştüğü kişileri kıskanırım.					
19. Eşimin sosyal medyada yaptığı paylaşımları merak ederim.					
20. Eşimin sosyal medyadan gelen mesajlarını kontrol ederim.					
21. Eşim de benim sosyal medya mesajlarıma bakabilir.					
22. Sosyal medyada gördüklerimiz beklentilerimizin artmasına neden olur.					
23. Sosyal medya bağımlılığı eşler arasında probleme sebep olur.					
24. Biz de sosyal medya yüzünden çeşitli problemler yaşadık.					
25. Sosyal medya nedeniyle boşanan eşler de vardır.					
26. Sosyal medya güvenilirmez bir ortamdır.					

ANKET BİTTİ TEŞEKKÜRLER.