Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Sciences

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 7, Sayı: 47, Ağustos 2020, s. 333-359

ISSN: 2149-0821 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/SOBIDER.45776>

Arş. Gör. Dr. Gonca UNCU

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi,

goncauncu@gmail.com, gonca.uncu@marmara.edu.tr

DİJİTAL SOSYALLEŞME OLGUSUNUN SOSYAL KUŞAKLAR ÜZERİNDE YARATTIĞI DENEYİMLER ve ETKİLER

Özet

Günümüzde yeni sosyalleşme platformları olarak bilinen dijital ağlar, kitle iletişiminin en önemli araçlarından biri haline gelmiştir. Her kuşağın insanları, yaşadıkları çağa yabancı kalmamak için, yeni medya teknolojilerini kullanma ve dijital sosyal ağlarda varlık gösterme çabasına girmiştir. Bu çalışma, geleneksel iletişim yöntemlerine alternatif olan, dijital sosyalleşme olgusunu, birbirinden çok farklı sosyal kuşakların nasıl deneyimlediğini, dijital sosyal ağları kullanım amaçlarını ve kişiler üzerinde yarattığı etkileri, çok yönlü olarak anlamaya yöneliktir. Çalışma, bu doğrultuda bir ölçek geliştirmeyi amaçlamaktadır. Nitekim bu konuda literatürde oluşturulmuş bir ölçek yoktur. Araştırmaya konu olan kuşaklar, Bebek Patlaması (Baby Boomers, 1946-1964), X (1965-1981), Y (1982-1999) ve Z Kuşağı (2000-2020) kuşaklarıdır. Araştırma modeli olarak, Nitel bir araştırma tekniği olan 'Keşfedici model' yöntemi kullanılmıştır. Olguyu daha iyi anlayabilmek için, her gurubu temsil edecek bir katılımcı seçilmiş ve derinlemesine görüşme tekniği uygulanmıştır. Araştırmanın en öne çıkan bulguları: Tüm katılımcıların dijital sosyalleşmenin getirdiği olumlu ve olumsuz tarafların farkında olması ve benzer cevaplar vermesidir. Ancak farklı kuşaklar dijital sosyalleşmeyi farklı amaçlarla gerçekleştirmektedir. Nihayetinde, tek bir seçme şansları olsa, tüm kuşaklar yüz yüze sosyalleşmeyi tercih edecekleri gerçeği ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Dijital sosyalleşme, Sosyal medya, Dijital sosyal ağ, X kuşağı, Y kuşağı, Z kuşağı, Bebek Patlaması kuşağı, Baby Boomers

THE EXPERIENCES AND IMPACTS OF DIGITAL SOCIALIZATION OVER SOCIAL GENERATIONS

Abstract

Digital networks, known as new socialization platforms today, have become one of the most important tools of mass communication. People of every generation have made an effort to use new media technologies and to exist in digital social networks in order not to be strangers to the era they live in. This study aims to understand the concept of digital socialization, which is an alternative to traditional communication methods, how different social generations experience, and the purposes of using digital social networks and their effects on individuals. In this way, the study aims to develop a scale. As a matter of fact, there is no scale on this subject in the literature. The generations subject to the study are Baby Boomers (1946-1964), X (1965-1981), Y (1982-1999) and Generation Z (2000-2020). As the research model, "Exploratory model" method, which is a qualitative research technique, was used. In order to understand the case better, a participant to represent each group was selected and an in-depth interview technique was applied. The most prominent findings of the study are: All participants are aware of the positive and negative aspects of digital socialization and give similar answers. However, different generations realize digital socialization for different purposes. Ultimately, all generations have stated that if they had only one choice, they would prefer to socialize face to face.

Keywords: Digital socialization, Social media, Digital social network, Gen X, Gen Y, Gen Z, Baby Boom Generation, Baby Boomers

GİRİŞ

Oskay (2000: 1) iletişim olgusunu tanımlarken, insanın varlığını devam ettirme sürecinde yeni gelişmelere göre yeni değişimlere uğrayan insana özgü bir olgu ifadesini kullanmıştır. Değişim kaçınılmaz şekilde gerçekleşirken, insan her dönemde bilgiye ulaşmak için farklı yöntemler arayışına girmiştir. Bu süreçte modern dünyanın sunduğu yeni teknolojiler ile bilginin üretimi ve bilgiye erişim şekilleri değişerek kolay ve pratik hale gelmiştir. Bu yeni dönem, internet ve bilgisayar dönemidir (Peltekoğlu, 2001: 276). İnternet teknolojilerinin vazgeçilmez bir kullanım alanı yarattığı yeni medya ağları artık insanların birbirleriyle kolayca sosyalleştiği bambaşka bir ortam yaratmıştır. İnsanların bir konu veya bilgi etrafında bir araya geldiği, yeni bilgilerin üretildiği ve aktarıldığı, etkileşimi yüksek sanal bir yer olarak sosyal medya, yeni kamusal alan olarak kabul edilmektedir (Karagoz, 2013). Bu yeni kamusal alan Habermas'ın ortaya attığı kamusal alan fikrinden farklıdır, çünkü erişimi herkese açık değildir, ücretlendirilmiş, ücretli erişimde bile, bilgi kamuoyuna belirli bir sansür doğrultusunda verilmektedir. Habermas (2002: 60), küreselleşmeyi toplumsal bütünlüğün dağılmasının en önemli etkeni olarak görmektedir ancak kamusal alanı tüm iktidar çıkarlardan arındırılmış bir yer olarak idealize etmiştir. Modern toplum, bireyin gelişimini ve toplumun ortak yararını göz ardı edemez. Oysa yeni kamusal alan kontrol altında tutulan ve içeriklerinin belirlendiği, sınırlandırıldığı ve gerekirse yasaklandığı bir alandır. Bireylerin sosyal medyada karşılaştığı bilgi içerikleri genel olarak kendi ilgi alanlarına yönelik verilmektedir. Yani bireyler, sadece kendi beğendikleri şeyleri okumakta ve görmektedir. Bunun yanında, internet ile artık kişiler arası iletişim kolaylaşmış ve tüm dünyada

mesafeler ortadan kalkmıştır. Küreselleşme sayesinde dünyanın diğer ucundaki bir durumdan anında haberdar olmaktayız. Artık gizlilik ve mahremiyet olgusu ortadan kalkmış, hiç bir şeyin gizli kalamayacağı bir dönem başlamıştır. İnsanların gönüllü olarak özel hayatlarını, mutluluklarını, üzüntülerini birbirleriyle paylaştıkları sosyal medya ağları bireylere yeni alışkanlıklar, yeni iletişim ve öğrenme şekilleri sunmuştur. Bu çalışmanın amacı bu tartışmalar bağlamında, çok yönlü ele alınması gereken farklı kuşakların, sosyalleşmek için sosyal ağları nasıl kullandığını ve bu kullanımın yarattığı etkileri anlamaya yöneliktir. Çalışma, bu doğrultuda bir ölçek geliştirmeyi amaçlamaktadır. İnsan davranışları çok boyutlu ve değişkendir. Bu davranışları anlamak için, insan doğasını nesnel olarak ele alan Nitel yöntemler kullanılmalıdır (Yıldırım & Şimşek: 2004: 18). Bu çalışmada, Nitel bir araştırma modeli olan ‘Keşfedici model’ yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, araştırma konusunu, tümevarımsal olarak farklı değişkenlerle ele alarak, karşılaştırmalı olarak anlamlı olgulara ulaşmaya olanak sağlamaktadır (Kurtuluş, 2010: 19). Araştırmaya konu olan kuşaklar, Bebek Patlaması (Baby Boomers, 1946-1964) ve Z Kuşağı (2000-2020) arasında kalan kuşakları içermektedir. Araştırmanın örneklem seçimi, amaca yönelik örneklem ile yapılmıştır. Her kuşağı temsil edecek bir katılımcı seçilmiştir, sayının çokluğu değil odaklanılan konunun derinliğine önem verilmiştir (Predergast ve Maggie, 2013: 132). Veriler yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle toplanmış ve simetrik analiz tekniğiyle analiz edilmiştir. Bu teknikte katılımcıların, görüşmede kullandıkları kendi ifadeleri, betimsel olarak veya doğrudan aktarılmış, tematik olarak sınıflandırılmıştır (Kümbetoğlu, 2008: 154).

Sosyal Ağlar ve Sosyal Kuşaklar

1930’da ortaya atılan Sosyal Ağ Teorisi, kişiler arası iletişimde, bireylerin seçimlerinin ve davranışlarının farklı durum ve ortamlardaki farklılıklarını ölçümlemeye dayanmaktadır. Bu teori aslında sosyal bir analizdir ve sosyal ağ yapısının bireysel kullanıcıları nasıl etkilediğini gözlemlemektedir (Kenan & Shiri, 2009: 439). Günümüzde, insanlar yeni bir sosyal teknolojisi ağıyla karşı karşıya olup, yeni bir iletişim çabası ve alışkanlığı geliştirmektedir. Bu çaba sonucu, insanlar oluşturdıkları sosyal profillerle, sanal birer kişilik ortaya koymaktadır. Bu profiller, özel veya açık profil olabilmekte ve kullanıcılara her türlü içerik paylaşımını ve etkileşimi mümkün kılmaktadır. Sosyal paylaşım ağları, bireylerin sanal ortamda, başka bireylerle bağlantı kurması ve sürekli bir iletişim akışının gerçekleşmesine denmektedir (Downes, 2005: 411). Mayfield (2008) sosyal medyayı, en üst seviyede paylaşımın gerçekleştiği, sınırsız paylaşım imkanlarının sunulduğu yeni bir alan olarak tanımlar ve özelliklerini şu şekilde sıralar (Mayfield, 2008’den akt. Vural & Bat, 2010: 3351-3352):

- ~ Katılımcıları cesaretlendirmek ve ağda kalıcı olabilmeleri için geri bildirim almak.
- ~ Geleneksel medya iletişim akışına göre, sosyal medya iletişimi eş zamanlı, ikili veya çoklu konuşmalara olanak sağlar ve bunu ortak yer-mekan kavramı olmaksızın gerçekleştirir.
- ~ Farklı demografikteki grupların, çabuk ve etkili bir şekilde bir araya gelecekleri platformlar kurmalarına izin verir. Böylelikle insanları, ortak beğeniler etrafında toplayarak ilgi alanlarına göre karşılıklı paylaşım yapmalarını sağlar.
- ~ Her bir sosyal medya ağı, kullanıcıların başka site veya ağlarla etkileşime geçebileceği link verme sistemini kullanmaya imkan tanır. Geleneksel medyadan ayrılan en önemli özelliği de budur: Erişim kolaylığı en yüksek seviyede gerçekleşir. Kullanıcılar hem

birer tüketici hem de hedef kitle konumunda, yani hem erişilen hem erişen olarak bilgiye, hizmet ve ürüne kolayca ulaşabilir.

~ Sosyal medyaya erişim, özel üyelikler dışında ücretsizdir.

~ İçerik üretimi geleneksel medyadaki gibi sadece ilgili kişilere ait olmayıp, gündelik insanların da kolaylıkla içerik üretip, öne çıkabileceği bir yapıdadır.

~ Geleneksel medyada bir duruma verilen cevap veya tepkiler günler, haftalar alabilecekken, sosyal medya reaksiyonları anlıktır ve çok kısa sürede genele yayılır.

~ Sosyal medyada geriye dönük anında değişiklik veya müdahale mümkündür. Oysa geleneksel medyada paylaşılan basılı bir makale tarihe geçer, tek kelimesi bile değiştirilemez ve tamamen yok edilemez.

Dolayısıyla geleneksel kitle iletişim araçları, yerini daha etkileşimli, pratik ve hızlı bir yeni medya ortamına bırakmıştır. Bu yeni alan, her geçen gün bir yeni sosyal ağın ortaya çıktığı çok dinamik bir ağıdır. Bilginin üretimini ve paylaşımını, medya kuruluşlarının tek elinden kurtararak, daha katılımcı, eleştirel, sorgulayıcı ve objektif bir yapıya dönüşmüştür (Khang vd., 2012: 35). Geleneksel medya ağlarından çok farklı bir iletişim akışı olan sosyal ağlar, karşılıklı etkileşimin olduğu, eş zamanlı ve dijital bilgi paylaşım ve içerik üretim platformlarıdır. Her sosyal ağ, kendi içinde bireyin kendi sosyal topluluğunu oluşturmaya imkan tanımaktadır. Bu topluluklar birbirleriyle sürekli akan bir iletişim halindedir ve bilgi paylaşımı özelden genele doğru yayılmaktadır (Lachapelle, 2003: 89). Sosyal medya toplumsal iletişim ve davranış şekillerini yeniden şekillendirmektedir. Etki ve yayılma hızı çok süratli olduğu için, toplumda kolektif bir bilinç ve ortak hassasiyetler oluşturmak adına çok büyük avantajları vardır. Bunun yanı sıra, yanlış bilgi yayılımı, nefret söylemi, kişisel verileri korumadaki güvenlik açıkları gibi etik dışı konularda tam bir denetim ve kontrol sağlanamayışı, sosyal medya alanının büyüklüğünden ve hızından kaynaklanmaktadır.

We're Social 2020 raporuna göre, dünya nüfusunun %59'u internet %49' sosyal medya kullanıyor. Dünyanın en çok kullanılan sosyal medya platformu ise 2.44 milyar kullanıcısıyla Facebook, 2 milyar kullanıcısıyla Youtube ve 1,6 milyar kullanıcıyla Whatsapp takip etmektedir. 18-34 yaş arası genç nesil kullanıcılar sosyal ağları en çok kullanan yaş guruplarıdır (We Are Social, 2020). Aynı araştırmanın Türkiye istatistiklerine göre, internet kullanıcı sayısı 46.3 milyondur ve 42 milyonu herhangi bir sosyal media ağı kullanıcısıdır. Türkiye'de sosyal paylaşım ağlarının kullanım yüzdeleri şu şekildedir: Youtube (%57), Facebook (%56), Instagram (%45), Twitter (%44), WhatsApp (%40), Google+ (%34), LinkedIn (%29), Pinterest (%19), Tumblr (%19) (We Are Social, 2020).

İnsanlar, yaşadıkları döneme ait edindikleri, kültürel değer ve inançla sahiptir. Bu kültürel davranışlar, dönemin ekonomik, sosyolojik ilgi alanları, yeme içme alışkanlıkları, müzik kültürü, sinema kültürü, gelenekler, teknolojik gelişmeler tarafından şekillendirilerek sosyal kuşakların karakteristik yapısını belirlemektedir (Hung vd., 2007: 840). TDK Sözlüğünde, 'Kuşak' felsefi olarak: Yaklaşık aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğudur;

sosyolojik olarak ise, yaklaşık yirmi beş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, batın, jenerasyonu şeklinde açıklanmıştır (TDK, 2020).

Sosyal kuşak kavramını ilk olarak kullanan Mannheim (1952: 33), bu kavramı aynı zaman dilimi içinde yaşamış ortak, sosyal, kültürel ve tarihsel deneyimlere sahip insan toplulukları olarak tanımlamıştır. Kuşaklar bulundukları zamanların özelliklerine göre sınıflandırılmış, yaşadıkları zaman diliminin ideolojik yapısı, yaşam şekli, değer yargıları, tarihsel ve kültürel deneyimleri o kuşağı sınıflandırmıştır. Her toplumsal olay ve birikim içinde yaşayan insanın yaşayışını şekillendirmekte ve ait olduğu kuşağı belirlemektedir (Zemke vd. 2013:4-5). Sosyal kuşağı oluşturan en önemli husus, ortak değer ve hissiyatlardır. Sosyal bir kuşağa ait değer kavramı, kuşağın bireylerinin birbirini etkilemesi ve birbirinden etkilemesi sonucunda oluşan bir kavramdır (Bilgin, 2007: 87). Değerin üretimi sosyal kuşağın birbiriyle olan etkileşimi ile yaratılır, daha sonra bu değerlerin bazıları kalıcı olup diğer kuşaklara da aktarılabilir gibi, yok da olabilir. Çünkü her kuşak kendine has değerler yaratmıştır. Dolayısıyla kuşak kavramı dinamik bir yapıdadır ve sürekli kendini yenileyebilen yaşayan bir organizmadır (Fromm, 1985: 52). Her bir nesilden bahsedilirken kalıplaşmış ifadeler kullanılmaktadır, çünkü her kuşak kendi karakteristik alışkanlıklara ve değerlere sahiptir. Ancak bu durum, kuşağın her bir üyesinin bu genel özellikleri taşıyacağı anlamına gelmez. Her sosyal kuşağın, kuşağının ötesinde, radikal yaşayan ve toplumsal değerleri reddeden kişi veya gurupları mevcuttur (Lower, 2008). Kuşakların sınıflandırılması kavramı farklı kültürlerde değişiklik göstermektedir. Literatürde de farklı disiplinlerde, farklı yıl ayrımları yapılmıştır. Bu çalışmada ele alacağımız kuşak sınıflandırması, Twenge vd.'nin (2010) yapmış olduğu, sosyal kuşak kategorisini esas almıştır. Buna göre kuşaklar şu zaman dilimlerine göre ayrılmaktadır:

~ Bebek Patlaması Kuşağı (Baby Boomers, 1946-1964)

~ X Kuşağı (1965-1981)

~ Y kuşağı (1982-1999)

~ Z Kuşağı (2000-2020)

Bebek Patlaması Kuşağı (Baby Boomers), 1946-1964 yılları arasında doğan kişileri içine alan kuşaktır. Bebek patlaması denilmesinin sebebi, II. Dünya Savaşı sonrası gerçekleşen ani nüfus patlamasıdır. Refah seviyesinin artması ile devletlerin ekonomik, sosyal ve siyasi şartları değişmeye başlamıştır. Modernizmin etkisiyle beraber insanlaştım tüketim alışkanlıkları değişmeye başlamış seri üretim ve bireysellik gibi kavramlar ön plana çıkmıştır. Bunun yanı sıra, bu kuşağın düşünce yapısı dünya politikasını değiştiren 68 kuşağıdır (Çalışır, 2017: 144). Soğuk savaş kuşağı olarak da adlandırılan bu kuşak, savaş sonrası ortaya çıkan bıkınlık ve rehabet ile eğlenceye olan eğilimleriyle bilinmektedir. Ayrıca dünyada hak ve özgürlüklerin öne çıktığı ve toplumsal bilincin önem kazandığı bir dönemdir. Türkiye’de ise bu dönem önemli tarihsel ve siyasi olaylara sahne olmuştur. İhtilal çocukları bu dönemde doğmuştur ve çok partili döneme bu kuşak döneminde geçilmiştir. Bu kuşak insanları, çalışkan, idealist sabırlı ve sadakatli olarak bilinmektedir. Bu dönem insanları ilk kez lüks tüketim ile tanışmış ve

toplumsal düzen kurallarında sıkı bir disiplinle büyütülmüştür (Adıgüzel, Batur ve Ekşil, 2014: 172).

X Kuşağı insanları, bebek patlaması kuşağının çocuklarıdır. 1965-1981 yıllarında gerçekleşen ekonomik krizlerden en çok etkilenen kuşaktır. Bir diğer ismi ile 'kayıp kuşak' olarak da bilinir (Çalışır, 2017: 144). Bunun nedeni X kuşağının değişen bir dünyaya doğmuş olmaları ve bu dünyanın yeni koşullarına uyum sağlamak için sürekli ve büyük bir çaba içinde kalmış olmalarıdır. Yeni çağa ayak uydurabilme çabası, dönemin insanları üzerinde, bir şeylerden geri kalmak ve yetişememek gibi bir algı yaratmıştır. Bu algı, bu kuşağın dışlanmış veya yitik gibi algılanmasına neden olmuştur. Bu kuşak Türkiye'nin %22'sini oluşturmakta ve sessiz kuşak olarak da bilinmektedir. 68 kuşağının radikal değişimlerine de dahil olan bu kuşak insanları petrol krizlerine, ekonomik çöktüşlere şahit olmuş ve sağ-sol çatışmalarının arasında kalmış gerçekçi, çalışkan ve kanaatkar bir yapıdadır (Adıgüzel, vd., 2014: 174).

Y Kuşağı insanları 80'lerin başı ve 90'ların sonuna denk gelmiştir. Özel televizyon kanallarının yavaş yavaş yaygınlaştığı ve teknolojik dönüşümlerin hızla yaşandığı bu dönem insanları, özgürlüklerine düşkündür ve yeni teknolojileri kabul etmeye oldukça yatkındır. Bu kuşakta bilgiye erişimde sorun yaşanmaz. Bireysellik ve buna bağlı yalnızlık isteği bu kuşak insanların ortak özellikleridir (Çalışır, 2017: 144). X kuşağı gibi bastırılmış bir kuşak olmadıkları için özgüvenleri güçlüdür. Kimi araştırmacılara göre bu kuşak insanların zaman dilimi 2000'leri de içine alacak kadar geniştir. 'Milenyum kuşağı', 'Gelecek kuşak' ve 'Dijital kuşak' gibi isimlerle de anılırlar. Konsantrasyonu yüksek, yeni koşullara kolayca uyum sağlayabilen, aynı anda birden çok işi beraber yapabilme kabiliyetine sahip, hızlı düşünme, hızlı karar alma ve hayata geçirme refleksleri yüksek, yenilikçi ve kaliteli yüksek standartlı bir yaşama sahip olan bir kuşaktır (Lower, 2008). Dijital kuşak olarak anılmasının bir nedeni ise dijital medyanın, bilgisayar kullanımının, ve akıllı cihazların yaygınlaştığı bir döneme denk gelmeleridir. Sosyal medyayı aktif kullanan bir kuşaktır ve uzaktan erişim ile iletişim yatkınlığı yüksektir. Apolitik bir kuşak olmadığından, dış dünyaya oldukça açık bir iletişimin içinde, özgüvenleri yüksek olarak hareket ederler. Küresel krizlere daha çok maruz kalmalarına rağmen, hümanist ve iyimser bir karakter çizerler. İletişim kanallarının yaygınlaşması, kuşağın insanlarına büyük bir özgürlük vermiştir. Bu özgürlük aile, iş, okul, eğlence alanlarında kendilerine büyük bir avantaj sağlamıştır. Hedefleri ve beklentileri yüksek olan bu kuşak, aileleri tarafından özel ilgi ve eğitim alabilen şanslı bir kuşaktır. Çoğunluğu orta sınıf, çekirdek aile içinde yetişen bu kuşağın ebeveynlerinin eğitim durumu yüksek olup, boşanma oranları da düşüktür (Adıgüzel, vd., 2014: 174). Y kuşağı, diğer kuşaklar arasında, farklılıkların en belirgin hissedildiği kuşaktır. En yakın olduğu kuşak ise Z kuşağıdır. Bu iki kuşağın en büyük özelliği dijital teknolojileri öğrenmek ve benimsemek konusunda çok istekli ve yatkın olmalarıdır. TÜİK (2020) verilerine bakıldığında da bu iki kuşağın toplam nüfusta kapladığı alan %50 civarındadır.

Z Kuşağı, 2000-2020 yılı ve sonrası olarak bilinen son kuşaktır, diğer adıyla 'İnternet kuşağı'dır. Çünkü bu kuşak insanları internet teknolojilerinin içine doğmuş ve bu teknolojilerle büyümüşlerdir. Dolayısıyla sosyal ağların en genç ama en hakim kullanıcılarıdır. Uzaktan erişime en hızlı adapte olmuş kuşaktır. Uzaktan eğitim, uzaktan iletişim, uzaktan çalışma,

uzaktan oyun oynama gibi kavramlara alışık olan bu kuşak, çalışmak veya sosyalleşmek için kalabalık bir guruba ihtiyaç duymaz. Multitask çalışma anlayışları ile bir anda bir çok şeyi yapabilme kabiliyetleri vardır (Mengi, 2011). Onları diğer kuşaklardan ayıran en önemli özellik, ‘ağ gençliği’ olmalarıdır. En son çıkan sosyal media ağlarını kolaylıkla kabul ederler ve adapte olurlar. Bu onları son derece bağımsız bireyler yaparken, özgür düşünce yetilerini geliştirmiş ve özgüveni güçlü bir kuşak ortaya çıkmıştır. Bu kuşak çoğunlukla ideolojik olarak ‘Tepkisiz veya Apolitik kuşak’ olarak da anılmaktadır. Türkiye’de %12’lik bir nüfusa karşılık gelen Z kuşağı insanların iş deneyimi yoktur. Bu kuşak çoğunlukla üniversite gençliğidir ve ‘Kristal nesil’ olarak da görülmektedirler (Adıgüzel, vd., 2014: 174).

Dijital Sosyalleşme Olgusu ve Kuşaklar

20. yüzyıl, sosyal ilişkiler için önemli bir dönüm noktası olmuştur. Toplumsal bilincin tüm dünyaya yayılıp, tepeden birleştirilmesi olan küreselleşme terimi ortaya çıkmış, toplumun bütün alışkanlıklarını birbirine benzer hale getirmiştir. Bu durum ulus-devlet sistemlerinin anlamını yitirmesine ve modern dünya devleti anlayışının doğmasına neden olmuştur. Bu yeni dünya, insanların birbirine bağlı hale geldiği, birbirleriyle anlık iletişim kurabildiği bir sosyal sistem yaratmıştır. Tüm toplum bireyleri hiç olmadığı kadar birbirine bağlıdır ve birbirinden sorumludur (Castells, 1996: 158).

Modern çağın en büyük bunalımı zamansızlıktır. Dijital çağın en büyük avantjı ise bireye ihtiyacı olan zamanı yaratmaktır. Modern insan oturduğu yerden artık alışverişini yapabilmekte, banka hesaplarını kontrol edebilmekte, çeşitli eğitim ve bilgiye erişebilmekte ve en önemlisi yakın ve uzak çevresiyle aktif sosyal iletişimini sürdürebilmektedir (Karagülle ve Çaycı, 2014: 8). Yeni dijital dünya, insanlara bir tık kadar birbirlerine yakın olabilecekleri yeni bir sosyalleşme alanı sunmuştur. Bu alan, coğrafi mesafelerin, siyasi engellerin ve ülke sınırlarının tam olarak yok olduğu, dünya vatandaşlığı kavramının öne çıktığı bir alandır. Bu avantajları nedeniyle global olarak hızla yaygınlaşmış ve benimsenmiştir. Ancak dijital dünyanın bu hızlı değişimi beraberinde, farklı kuşakların, farklı kullanım alışkanlıklarına neden olmuştur (Sümer, 2017: 169). Dijital veya sanal sosyalleşme, yeni teknolojik dünyanın kaçınılmaz bir sonucu olmuştur. Artık sosyal medya ağları yeni buluşma ve sosyalleşme mekanlarımız haline gelmiştir. Sanal dünya kişiye, kendini gerçek profilini oluşturma imkanı verebildiği gibi, tercihe bağlı gerçek bilgileri saklı kalarak, sanal bir kişilik altında sosyalleşme imkanı da verebilmektedir (Ozkan, 2013: 386). Kuşaklar arası teknolojiyi kullanma becerisi ve dijital medyaya uyum gibi araştırmalar, literatürde sınırlı sayıda yer almaktadır. Genel önyargı, teknoloji kullanımının ve dijital sosyalleşmenin daha çok çocuklar ve gençler tarafından gerçekleştirildiğine; orta yaş üstü ve yaşlı nüfusun bu teknolojilere mesafeli durduğa yöneliktir.

Sosyal medyanın mesafeleri yakınlaştırması sayesinde yüz milyonlarca insan birbiriyle sosyalleşme ve etkileşim halinde kalabilmek için sosyal medya kullanmaktadır. Dijital sosyal ağlar, her yaş gurubundan gündelik insanlara kolayca içerik üretebilme ve etkileşimli bilgiyi paylaşma olanakları sağlamıştır. Kullanıcılar günün her anında çeşitli sosyal ağ sitelerinden durumlarıyla ilgili bilgi vermekte ve güncel haber içeriklerini paylaşabilmektedir. Sosyal ağların en aktif kullanıcıları gençlerdir. Gençlerin %73’ü, genç yetişkinlerin % 82’si sosyal medya kullanıcısıdır. gençlerin sosyal medya kullanımına eğilimli olmalarının en önemli nedenlerinden

biri, başta ailelerin ve toplumsal davranış kurallarının ev içinde ve dışında, genç yetişkinler üzerinde kurduğu katı kurallar ve yasaklamalardır. Bu yasaklamalar sonucu gençler kendilerine yeteri kadar ifade hakkı verilmediğini düşünmekte ve kendi düşüncelerini özgürce ifade edeceği, girdiği sosyal ağlar ve kanaat gurupları tarafından desteklenip kabul göreceği sosyal ağlarda varlık göstermektedir. Sosyal ağların özgür ve sınırsız olanakları, gençlerin iletişim ve sosyalleşme becerilerini olumlu yönde yükseltmektedir. Sonuç olarak da genç kitle, evden çıkmadan sosyalleşebilme deneyimini internetin sağladığı bu yeni kamusal alanda gerçekleştirmektedir (Cornejo vd. 2013: 889; Wong vd. 2010: 169).

We are Social'ın araştırmalarına göre gençlerin sosyal medyayı aktif kullanım oranı daha yüksektir ancak, sosyal medya kullanımının her geçen sene artmasıyla, yaş, cinsiyet, eğitim durumuna göre kullanım özellikleri değişkenlik göstermektedir. Teknoloji kullanımı sosyal ekonomik durum, yaş ve eğitim gibi kriterlere göre de farklılık göstermektedir. Bu durum literatürde 'dijital uçurum' olarak adlandırılmıştır (Sümer, 2017: 169).

Dijital ağların kullanımındaki bu farklılığı Prensky (2001a-b) 'dijital uçurum' kavramıyla ele almış ve farklı kuşakların dijital dünyayı kendi beceri düzeyinde ve farklı amaçlarla kullandığını gözlemlemiştir. Prensky, ayrıca teknolojik yakınlık ve yaş ilişkisiyle, farklı yaş gruplarının teknolojiyi kendi algı ve beceri düzeyine göre kullanabildiklerini belirtmiştir. Buna göre Prensky, günlük yaşantısının büyük çoğunluğunu internet teknolojileriyle gerçekleştiren bireyleri 'dijital yerli' olarak; zamanın getirdiği zorunluluklardan dolayı teknolojiyi kullanmak mecburiyetinde hisseden ve uyum sorunu yaşayan bireyleri 'dijital göçmen' olarak sınıflandırmıştır. Nitekim dijital göçmenler, bilgiye erişmek için hala fiziksel bir kütüphane tercih etmekte, dijital yerliler ise bilgiye sosyalleştikleri dijital ortamlar üzerinden ulaşmaktadır. Çünkü yaşlı nüfus, dijital ortamdaki bilgi edinme ve sosyalleşme refleksine sahip değildir. Dijital sosyalleşme ile çok geç tanışan Bebek Patlaması ve X kuşağı, iletişimini ve sosyalleşme süreçlerini geleneksel olarak sürdürmeye daha eğilimlidir, ancak yine de bu bireyler teknolojik yenilikleri kabullenmek ve belli düzeyde kullanabiliyor olmak zorunda olduklarının farkındadırlar (Özkan ve Purutçuoğlu, 2016).

Sosyalleşmek için dijital platformları daha sık ve aktif kullanan Z kuşağı, sadece bilgi edinmek için dijital platformları kullanan akranlarına göre sosyal ve teknolojik becerileri daha çok gelişmiştir. Yani gencin sosyal ağlarda geçirdiği sürenin uzunluğu ona daha donanımlı bir iletişim kurma kabiliyeti verirken, aynı zamanda teknolojik yakınlık da sağlamaktadır (Heitner, 2002: 4371). Z kuşağı için dijital sosyalleşmenin en riskli tarafı, sanal ağlarda geçirdiği zamanın uzunluğudur. Teknoloji bağımlılığı fiziksel sosyal hayatta bir çok soruna neden olmaktadır. Bunlardan en önemlisi eğitim hayatında başarı düzeyinin ciddi oranda düşmesidir (Wang, 2001). Dijital ortamda harcanan süre arttıkça birey git gide gerçek dünyanın iletişim alışkanlıklarından kopmaktadır. Fiziksel ortamda bir araya gelmenin yok oluşu, vücut dili ile iletişimin kaybı, jest ve mimikleri görememek gibi kişilerarası iletişimde önemli hususları göz ardı edilmektedir. Bu durum gençlerin ileri aşamalarda gerçek ve sanal dünya arasında kopukluk yaşamasına neden olmaktadır.

Sosyal yakınlık bireyin en temel ihtiyaçlarından biridir. Bu aynı zamanda sağlıklı bir toplum için de gereklidir. Modern batı toplumları, kültürel faktörler ve aile yapılarının dejenerasyonu nedeniyle sosyal yakınlığı giderek kaybetmiş, giderek daha bireysel ve izole bir yaşam sürmeye ve yalnızlaşmaya başlamıştır. Böyle bir toplum yapısında sosyal medya, bireylere dijital olarak sosyalleşebilecekleri sınırsız bir ortam sunmaktadır (Çaycı ve Çaycı, 2017: 46). Bu bağlamda bazı araştırmacılar, dijital sosyal ağları insanı yalnızlaşmadan kurtaracak bir çıkar yol olarak görmekte ve faydalı karşılamaktadır. Çaycı'ya (2017: 49) göre dijital ağlar insanların sanal yaşamları kadar, gündelik yaşamları için de önemlidir. Çünkü modernite ve küreselleşmenin bireyi yalnızlaştırmasının önündeki son umut ışığı olarak dijital sosyalleşme durmaktadır. Sosyal medya zaman-mekan olgusuna farklı bir boyut katmıştır. Dijitalleşmeyle, sosyalleşme mekanı artık her yerdedir ve sosyalleşme zamanı her zamandır. Bireysel ulaşılabilirlik çok hızlı ve kolaydır. Ancak Çaycı'ya göre dijital sosyalleşmenin de mutlaka dezavantajları vardır. Bunlardan en tehlikelisi, bireyin sanal dünya ilişkilerini gerçek dünyaya tercih etmesidir. Ayrıca kabul görme, onaylanma ve beğenilme arzusu benlik tatminini sağlarken, uzun vadede sanal bağımlılığa ve bireyin kendine yabancılaşmasına neden olmaktadır. Yoğun bir dijital sosyalleşme gerçekleştiren birey, gerçek hayatına döndüğünde etrafında sosyalleşecek birini bulamadığında bu bireyi hayal kırıklığına sürükleyecektir.

Yöntem

Bu çalışma, dijital sosyalleşme olgusunun, farklı kuşaklar üzerinde yarattığı deneyimi, etkiyi ve sonuçları incelemeyi amaçlamaktadır. İnsan davranışları değişken bir yapıdadır. Bireyin, duygu, deneyim, tutum, inanç ve davranışlarını en iyi şekilde anlayabilmek için nesnel, Nitel bir yaklaşım gerekmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, 'Keşfedici model' yöntemi kullanılmıştır. Önceden belirlenmiş bir amaç için soru sormak, ve olguyu derinlikli anlamaya yönelik ek sorular sormak şeklinde gerçekleşen yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi en ideal veri toplama aracı olarak belirlenmiştir (Yıldırım & Şimşek: 2004: 105). Çalışma, Bebek Patlaması (1946-1964) ve Z Kuşağı (2000-2020) arasında kalan kuşakları içermektedir. Çalışmada, katılımcı sayının çokluğu değil odaklanılan konunun derinliği ilkesiyle, her kuşağı bir katılımcı temsil edecek şekilde 4 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir (Predergast ve Maggie, 2013: 132). Görüşmeler 2020, Haziran ayı içerisinde muhtelif zamanlarda yapılmıştır. Bulgular kısmında, katılımcılar, isim, cinsiyet, yaş ve ait olduğu kuşağın baş harfleriyle kodlanmıştır (Örneğin: DO, K, 20, Z). Veriler simetrik analiz tekniğiyle analiz edilmiştir. Katılımcıların, kendi ifadeleri, betimsel veya doğrudan olarak aktarılmış ve tematik şekilde sınıflandırılmıştır (Kümbetoğlu, 2008: 154).

Bulgular ve Yorum

Dijital sosyalleşme olgusunun, sosyal kuşaklar üzerinde yarattığı etkileri üzerine yapılan bu araştırmada, görüşmelerden elde edilen bulgular temalar halinde aşağıda sunulmuştur. Bu araştırmaya örneklem olan katılımcıların demografik bilgileri Tablo 1'deki şekildedir:

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

İsim	Cinsiyet	Yaş	Doğum Tarihi	Sosyal Kuşak	Şehir	Eğitim	Meslek
GÖ	Kadın	65	1955	Bebek Patlaması	Ankara	Lisans	Emekli Öğretmen
TÇ	Erkek	53	1967	X	İstanbul	Y. Lisans	İş Adamı
EB	Kadın	37	1983	Y	İstanbul	Lisans	Beyaz Yakalı
DO	Erkek	20	2000	Z	İstanbul	Üniversite	Öğrenci

Bu tabloda, her sosyal kuşağı bir katılımcı temsil etmektedir. Katılımcıların yaş aralığı 4 temel kuşağı içine alan, 20-65 yaş aralığındadır. Katılımcılarla bir saate yakın derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler sonucu elde edilen veriler kategorize edilerek araştırma amacı doğrultusunda temalar halinde başlıklandırılmıştır.

Kendi Kuşaklarına Ait Kişisel Deneyimler

Literatür kısmında, kuşak kavramının aynı zaman dilimi içinde yaşamış ortak, sosyal, kültürel ve tarihsel deneyimlere sahip insan toplulukları olduğunu ve her kuşağın kendine has özellikleri taşıdığını belirtmiştik (Mannheim, 1952: 33). Kendi kuşağını temsil eden her katılımcı, kuşağının özelliklerini anlatırken, kendi deneyimlerinden yola çıkarak genellemeler yapmıştır. Öncelikli olarak, farklı kuşakların dijital sosyalleşme deneyimlerini anlayabilmek için, ait oldukları kuşağın tarihsel, toplumsal ve sosyal yaşam deneyimlerini anlayabilmek önemlidir. Bunun için katılımcılara kendi kuşaklarını nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Katılımcıların cevapları aşağıdaki şekildedir:

“Biz kesinlikle çok saf, çok temiz, hiç bir art niyeti olmayan bir kuşağın çocuklarıydık. Büyüklere saygılıydık, büyükler ne derse koşulsuz kabul edenlerdik. Son derece sabırlıydık, isyankar değildik. Çalışmaktan gocunmazdık, üşenmezdik. Azla yetinmeyi bilen ve azla mutlu olan bir kuşaktık. Anne baba ne derse bitmiştir, sorgulamazdık, kabul ederdik. Yokluğu da çok gördük. Bizim kuşağın kanaatkarlığı ve israfı sevmemesi oradan geliyor. Bu kadar tüketim yoktu, annemiz mutfakta her şeyini kendi yapardı. Şu anki kuşak o kadar şanslı ki ama o oranda da mutsuzlar, doyumsuzlar. Bizim zamanımızda bir sürü şeyin yokluğu vardı, kaldı ki, bir de fakirlik vardı. İmkanlarımız çok sınırlıydı. Bir bayram hediyesi gelse bayılırdık. Kapıya seyyar satıcılar gelirdi, şimdi internetten alışveriş yapılıyor, kapına kargo geliyor. Çocukluğumda bir gün, kapıya gelen satıcıdan bir kırmızı gecelik almıştım, çok basit bir şeydi ama demiştim ki onu alınca ‘biz ne kadar zenginiz, bayramda bunu giyeceğim’ diye yatağımın başında saklamıştım onu. Basit bir gecelik gözümde çok büyük bir hediye idi ve beni günlerce nasıl mutlu etmişti. Onun dışında biz organik çocuklardık, oyuncaklarımızı doğadaki taşlardan ağaçlardan çamurdan yapardık, tüm bahçeler sokaklar bizim oyun alanımızdı.” (GÖ, K, 65, BP)

“Bizim dönemimizde bir çok toplumsal olay ve kriz gerçekleşti. Zor dönemlerdi ancak bu zorluk herkesin çok çalışan kişiler olmasına neden oldu. Çalışkan insanlardık, verilen görevleri en iyi şekilde yerine getirirdik ve çok ciddiye alırdık, çünkü elimizdeki kıyametini bilmezsek kaybederdik. Bu yüzden ki, bizim kuşağın iş yapma ahlakı çok disiplinlidir ve şuan bir çok

firmanın genel müdürleri, üst düzey yöneticileri bizim kuşağımızda yetişen insanlardan çıkıyor. Özellikle teknolojiyle yeni tanışan bir kuşaktık. Bilgisayar programlarının yeni başladığı bir kuşağa denk geldik. Biz dijital teknolojinin olmadığı zamanları da deneyimledik. Tam bir geçiş dönemi, dönüşüm çağına denk geldik. Bizim kuşak sokakta sosyalleşirdi, dolayısıyla daha samimi ve sıcak ilişkilerimiz vardır ve kişisel iletişim gücümüz çok yüksekti. Genelde arkadaş kuşağı, yani sokakta sosyalleşilen bir kuşak bizim kuşak. Sokakta olmadığımız zamanlarda, evlerimizde televizyon ile bilgi edinirdik. O zamanlar haber içerikleri de daha ciddiyle hazırlanıyordu. Şimdilerde haber niteliği olmayan en saçma şeylerin bile haberi yapıyor ve maalesef en çok o haberler ilgi görüyor.” (TÇ, E, 53, X)

“Bizim kuşak daha masumdu, daha sakın yaşantılarımız vardı. Şimdiki kadar algılarımızı hızlandıracak etkenler yoktu, çünkü teknoloji öncesiydi. Aptal olduğumuzu asla düşünmüyorum, şimdiki çok akıllı deniyor ya, sadece uyarıcıları çok fazla. Bizler, daha korunaklıydık, bir şeye bugün kadar maruz kalmıyorduk. Daha az kötülük düşünüyorduk, çünkü olumsuz örnekler görünür değildi, bilmiyorduk. Bizler daha çok ailerimizin himayesindeydik üniversiteye kadar, hatta üniversitede bile... Sosyal ve toplumsal yapıdan daha korkar ve çekinirdik daha disiplin altındaydık. Şimdiki kendinde her şeyi yapmakta hak görüyor. Hiçbir sınırları yok. Biz sürekli, bir şeye ayak uydurarak büyümüş bir nesildik çünkü bizi büyüten nesil de kanaatkardı ve çok saygılıydı. Bizi de bu şekilde büyüttüler.” (EB, K, 37, Y).

“Bizim kuşak sokakta oynayan son kuşaktı ve sosyallik yüz yüze ama bu çok çocukluğumuz dönemine denk geldi, ergenlik dönemlerinde teknolojiye çok hızlı entegre olup her şeyimiz dijitalle kaydı. Kendi kuşağım artık yüz yüze değil, daha çok internet üzerinden iletişim kuruyor. Ders kitabı dışında çok fazla kitap gazete okuduğumuzu söyleyemem. Bunun yerine bilgiyi en hızlı şekilde nasıl alacaksam öyle yapıyorum. Youtube’dan izliyorum veya Twiter’den kısa kısa neler olmuş bitmiş hızlıca görüyorum. Benim kuşağımdaki çoğu insan da bu şekilde. Bizi son kuşak olarak apolitik olarak tanımlıyorlar. Gerçekten çoğumuz apolitikiz, siyaset çok ilgimizi çekmiyor ancak bence biz yeri geldiğinde çok da eleştiriyoruz. Ama eleştirdiğimiz şeyler genelde özgürlüklerimizin kısıtlanması yasaklanması konularında oluyor. Toplumsal durumlara karşı duyarlıyız ama genelde eğlence, özgürlük bizi tanımlıyor. En basitinden aileler bize çok baskıcı davranıyor, buna baş kaldırıyor kabul etmiyoruz. Yaşantımıza biz karar vermek istiyoruz ve kararlarımıza saygı duymalarını istiyoruz. Çünkü belki yaş olarak küçüğüz ama bizim de fikrimiz var ve bunları özgürce söylemek, istediğimiz gibi hareket etmek istiyoruz. Bu noktada ben ailemle çok çatışıyorum. Ben kendimi en özgür sanal ortamlarda hissediyorum, çünkü orası benim alanım , kimse karışmıyor. Her istediğimiz özgürce söyleyebilirim orada.” (DO, E, 20, Z).

Literatürde de belirtildiği gibi Bebek Patlaması kuşağı insanları çalışkan, sabırlı, saygılı ve sadık bir kuşaktır. Toplumsal düzen kuralları dışına çıkmayan ve disiplinle büyütülmüş bir kuşaktır (Adıgüzel, vd. 2014: 172). Öte yandan X kuşağı temsilcisi TÇ’nin “Çalışkan insanlardık, verilen görevleri en iyi şekilde yerine getirdik, çünkü elimizdeki kıyametini bilmezsek kaybederdik.” ifadesi, Çalışır’ın (2017) dediği gibi, ekonomik krizlerden en çok

etkilenen ve bunun için çok çalışan sebatlı ve azimli bir kuşak olduğunu destekler niteliktedir. Mengi'nin (2011) 'internet kuşağı' olarak adlandırdığı Z Kuşağı temsilcisi DO'nun ifadeleri de literatürde, bu kuşak insanların internet teknolojilerinin içine doğmuş ve bu teknolojilerle büyümüş olduklarının kanıtıdır. Z kuşağı, diğer tüm kuşaklar arasında, en farklı alışkanlıklara sahip kuşaktır.

Ait Oldukları Kuşağın İletişim Şekilleri:

Bebek Patlaması kuşağı'nın temsilcisi GÖ, döneminin iletişim kurma şeklini şu şekilde ifade etmiştir: "Bizim zamanımızda ev telefon yeni çıkmıştı ama öncesinde genelde mektuplaşmaydı. Arkadaşlarımızla bir araya gelmek için ev telefonu çıkınca telefonla haberleştik, öncesinde de okulda, mahallede, sokakta birbirimizle karşılaşarak ancak plan yapıyorduk. O ona, o ona söylüyordu, 'sana geleceğim' diyordu karşıdaki. Telefon yaygın değildi, herkeste yoktu. Uzaklardakilerle de mektuplaşırdık haftalarca cevabını heyecanla beklerdik."

X kuşağı temsilcisi TÇ ise kuşaklarının iletişim şekli hakkında şunları söylemiştir: "İletişim olarak da, buluşmalarımızı ev telefonu ile planladık yapacaklarımızı, dışarda buluşup çay kahve içip, uzun ve içi dolu sohbetler yapardık. Şimdiki kuşak, yani bizim çocuklarımızın kuşağı ve bir araya geldiklerinde konuşmuyorlar, hepsi telefonu ile uğraşıyor veya oyun oynuyor. Eğer konuşurlarsa da sosyal medyadaki komik içerikler üzerine konuşuyorlar, bunları birbirleriyle paylaşıp eğleniyorlar. Onların gündemi bambaşka. Çoğu şeye duyarızlar. Ben henüz kızlarımın arkadaşlarıyla, toplumsal sorunlar, siyaset, tarih gibi ciddi meseleler hakkında konuştuklarına şahit olmadım. Bizim sosyalleşme şeklimiz böyle değildi kesinlikle."

Y kuşağının temsilcisi EB, kendi kuşağının iletişim şeklini şöyle tanımlamıştır: "İletişim daha çok telefonlaydı o da çok acil olmadıkça aranmazdı, çünkü çok pahalıydı her evde yoktu. Uzun anlatmak istediğimizde uzaktaki arkadaşlarımıza mektup yazardık. Çok keyifli ve heyecanlı bir bekleyişti cevabını beklemek. Çok özlemişsek de arayıp 1-2 dakika sesini duyup kapardık, onu da gereksiz kullanmak yoktu. Mektup vardı, kartpostal vardı o kartpostalı benim nesildeki herkes hatırlar onları saklar atmazdık. Mektuplaşma kullandığımız dili çok zenginleştiriyordu. Ben bir gün mektup kültürünün son bulacağını hiç düşünmemiştim ancak e-mail mektubun yerini aldı. Zaten 90'ların sonuna doğru cep telefonları çıktı ama onlar da çok pahalıydı bu yüzden destan gibi mesajlaşırdık, hatta o kadar anlamlı mesajlar atardık ki onları silmeye kıyamaz defterlere geçirirdik. Mesajlaşmak ciddi bir şeydi, dönemin mektuplaşması gibiydi. Sözün bir anlamı değeri vardı o zamanlarda, yeni yeni teknolojiyle tanışsak bile vardı. Mesajların yerini de Whatsapp aldı bugün... Tüm sözler mesajlar aynı önemde artık. Eskiden planlarımıza sadıktık, evden çıkmadan telefonla nerede buluşacağımızı planlar çıkardık evden ve herkes o saatte orada olurdu. Şimdi ise son dakika iptalleri vs. kimse hiçbir şeye zorunlu hissetmiyor kendini çünkü önemsemiyor. Herkes bencilleşti ve bireyselleşti. Genç nesil her zaman genç, bir öncekinden daha farklı bir iletişim yolu buluyor, daha yenilikçiler. Biz de daha bir önceki nesile göre daha konforluyduk."

Son olarak Z kuşağı temsilcisi, DO ise kuşağına ait iletişim kurma şeklini şu şekilde tanımlamıştır: “Bizim kuşağın iletişim şekli daha çok sosyal medya üzerinden. Biz geleneksel iletişim yollarının hiç birini yapamıyoruz belki de. Eskiden mektuplaşmak varmış biz bunu hiç bilemedik mesela. Zaten uzun uzun yazacağımız bir havadis de kalmadı ki, her şeyimizi anında herkes görüyor ve duyuyor sosyal medyadan. Mektup yazsam ancak kız arkadaşına aşk mektubu yazardım, ama onun yerine Youtube videosu çekmek bence daha yaratıcı olurdu. Çünkü bizim ilgimizi çeken şeyler bunlar. Daha çok görsel içerikler. Whatsapp guruplarımız var benim ve hepsi de kendi kuşağımdan arkadaşlar, biz orada sohbet ediyoruz, genelde komik içerikleri birbirimize atıyoruz. Kimilerimiz çok uzaklarda farklı yerlerde üniversite okuyor. Bu yüzden whatsapp üzerinden sohbet etmek en kolayı. Çoğu zaman telefonla birbirimizi aramıyoruz da, yazılı olarak görüşüyoruz. Bazen de, ortak oynadığımız oyunlar var, sanal bir ortam ama cadde, sokaklarda geçen sanal bir dış mekan hayal edin. Bu oyunlarda aynı anda çok farklı arkadaşlarımızla oyun oynuyoruz, oyun üzerinden birbirimizle konuşuyoruz ve yeni insanlarla da tanışıyoruz. Mesela benim yıllarca karşılıklı oyun oynadığım ama yüzünü hiç görmediğim insanlar var.”

Farklı dönemlere ait iletişim kurma biçimlerinin, teknolojik gelişmeler ekseninde nasıl değiştiğini bir zaman tüneli gibi görebilmekteyiz. Her dönem var olan bir iletişim şekli olmuştur. İletişim, insanların her dönem ihtiyaç duyduğu sadece form değiştiren, sürekli bir akıştır. Bebek Patlaması dönemi temsilcisi GÖ, yüz yüze iletişimin önemine dikkat çekmiş ve kendi kuşaklarında kurdukları sosyal iletişimi, biraz tesadüfi olarak gerçekleştirdiklerini dile getirmiştir. Sokakta ve mahallede birbirlerini gördükleri yerlerde ancak plan yapabildikleri dönemler, ev telefonlarının çıkmasıyla biraz daha kolay hale gelmiştir. Uzaktakilerle daha çok tercih edilen yöntem ise mektuplaşmaktır. Takip eden kuşak X kuşağı dönemi ise ev telefonlarının yaygınlık kazandığı bir dönemdir. Sosyalleşme, yine sokak ve mahallede yüz yüze gerçekleşmekle beraber, ev telefonlarının yaygınlaşmasıyla biraz daha kolay ve hızlıdır. Y dönemi temsilcisi EB’nin ifadesi de eski dönem mektuplaşma geleneğine özlem duyduğunu göstermektedir. O’na kendi kuşağının, kullandığı dil, daha çok okuyan, yüz yüze konuşan ve mektuplaşan bir nesil olmalarından dolayı çok daha zengin bir dildi. Y kuşağında yazı bir dönüşüm yaşadı, cep telefonlarının çıkması, yazıyı dijitalleştirdi ve niteliksizleştirdi. Yeni sosyalleşme ve iletişim ortamı fiziksel mekandan sanal mekana taşınmaya başladı. Z kuşağı temsilcisi DO’nun ifadelerine baktığımızda ise yeni iletişim ortamının büyük oranda dijital mecralarda Whatsapp grupları ve sosyal medya hesapları üzerinden gerçekleştiğini görmekteyiz.

Sosyal Medyayı Nasıl Tanımladıkları

Her kuşağın Sosyal Medyayı nasıl tanımladığı ve nereye koyduğu değişkenlik göstermiştir. Literatürle paralel olarak, farklı kuşaklar yeni sosyalleşme alanları olan dijital ağlarda, farklı iletişim çabası ve alışkanlığı geliştirmektedir. Sosyal paylaşım ağları, bireylerin sanal ortamda, başka bireylerle bağlantı kurmasına ve sürekli bir bilgilendirme ve iletişim akışının gerçekleşmesine denmektedir (Downes, 2005: 411). Buna göre, katılımcıların Sosyal Medya algıları kendi ifadeleriyle şu şekildedir:

“Sosyal medya şuanda bir ihtiyaç haline de geldi ama çok fazla da güvenilir bulmuyorum. Sahte taraflarının çok olduğunu düşünüyorum. Olumlu yönde kullanırsan çok gerekli evet hayatını kolaylaştırıyor ama her anlamda olumlu olarak kullanılmıyor. Çok fazla bilgi kirliliği olabiliyor, insanlar manipüle edilebiliyor ve yanlış yönlendirilebiliyor. Özellikle gençleri çok etkilediğini görüyorum olumsuz yönde. Doğru kullanınca hayatı kolaylaştırıyor. Bazen evden çıkmak istemiyorsun ama işini halledebiliyorsun, iletişim kurabiliyorsun uzaktaki insanlarla ve Whatsapp’ta uzaktan toplantılar yapabiliyorsun. Özellikle Pandemi sürecinde, sanal iletişimin ne kadar önemli olduğuna şahit olduk. Kilometrelerce uzaktan biriyle rahatça toplantı yapılabiliyoruz, keza aile bireyleriyle görüntülü görüşüp sanki aynı ortamda gibi uzun sohbetler edebildik ve arkadaşlarımızla da bu süreçte dijital ortamlarda birbirimizden haber alıp sosyalleştik.” (GÖ, K, 65, BP).

“Sosyal medya güzel. Bu sayede ben yıllardır görüşemediğim insanlarla görüşebildim, kim nerde ne yapıyor bunu biliyoruz bir sene sonra bir araya geldiğimizde ‘geçen seni şurada gördüm’ diyebiliyorum veya bir başarısını görüp tebrik edebiliyorum veya hayatıyla ilgili önemli bir gelişmeden haberdar olabiliyorum ve hemen arayabiliyorum. Bu açıdan çok müspet karşılıyorum ben sosyal medyayı. İnsanları her an birbirine bağlıyor. Birbirinden haberdar ediyor. Ancak tabi bizim zamanımızdaki sosyalleşme ve görüşme şeklinden çok uzak. Sosyal medya benim için eş dost arkadaştan haberdar olma aracı. Eğer sosyal medyadan yapılan arkadaş görüşmeleri sadece orada kalıyor ve dışarıda bir yerlerde hiç buluşmuyor, oturmuyor, konuşmuyorsanız işte bu sadece sanal bir şey, tam anlamıyla gerçek diyemeyiz. Bunun yanında bir de bilgilenme, çevrenden, gündemden haberdar olma aracı.” (TÇ, E, 53, X).

“Sosyal medya faydalı ve gerekli, insanların kendini özgürce ifade etmesi için, eksikliklerin fark edilmesi için, olumsuz şeylerin fark edilmesi ve toplumsal bir farkındalık yaratması için var olmalı. Olumluyu zaten gerçek hayatlarımızda yaşıyoruz, yani mutluluklarımız sosyal medyaya bağlı değil, en azından benim bağlı değil ve benim kuşağım sosyal medyaya yeni kuşak kadar bağımlı değil. O yüzden insanların birbirinden haberdar olması çok güzel. Dünyanın bir ucunda bir kadın şiddet görüyorsa, artık tüm dünya ayaklanabiliyor. Bu da politikacıları rahatsız ediyor, eleştirilmek istemiyorlar, çünkü bunu kendi iktidarlarına ve otoritelerine bir tehdit olarak görüyorlar. İşte bu sosyal medyanın gücü ve avantajıdır.” (EB, K, 37, Y).

“Sosyal medya, bizim kuşağın etkin olarak kullandığı bir yer ancak bence olmazsa da olur ama kafa dağıtıyor, kullanımı kolay. Eğlence için kullanıyorum ben sosyal medyayı. Nasıl kullandığınıza göre değişiyor. Sosyal medya benim için popüler olanın peşinden gitmek, çünkü herkes bunun peşinde. En yeni ne ise orada olmak. Bizim kuşağın, o platformda anında toplanma refleksleri var. Mesela şuan popüler olan Instagram, o yüzden yeni trend olan şuan Instagram’da olmak. Bunun için ben de oradayım ve dijital tüm çevrem de Instagram’da. Mesela bizim kuşak artık Facebook’ta değil. Bir de şu var sosyal medyada herkes kahraman, herkes çok cesur. Özellikle kadınlar oldukça cesur ve cüretkâr olabiliyor. Sosyal medya bence hayatımızda olmazsa olmaz bir durum haline geldi ama bence kullanım amacının dışına

çıkıldığı taktirde insanlar için yönetmek daha da zorlaşıyor çünkü birçok kötü niyetli insan var ve rahatsız ediyorlar.” (DO, E, 20, Z).

Yukarıdaki cevaplar literatürdeki sosyal medya tanımlarını destekler niteliktedir. Mayfield (2010) sosyal medyayı, en üst seviyede paylaşımın gerçekleştiği, sınırsız paylaşım imkanlarının sunulduğu yeni bir alan olarak tanımlar ve farklı demografikteki gurupların, çabuk ve etkili bir şekilde bir araya gelecekleri platformlar kurmalarına izin verdiğini, böylelikle insanları, ortak beğeniler etrafında toplayarak ilgi alanlarına göre karşılıklı paylaşım yapmalarını sağladığını söyler. Hemen tüm kuşak katılımcıları sosyal medyayı faydalı karşılamıştır ve var olması gerektiğini belirtmiştir ancak aynı katılımcılar, sosyal medyanın tehlikeli yanlarının da farkındadır ve bundan rahatsızlık duymaktadırlar. BP ve X kuşağı katılımcıları özellikle evden çıkamadığımız Pandemi sürecinde, sosyal medyanın bir iletişim aracı olarak ne kadar önemli olduğuna ve insanları birbirine bağlayarak büyük bir motivasyon sağladığına dikkat çekmiştir. Birbirine nispeten daha yakın cevaplar veren BP ve X kuşağı, sosyal medyayı yakın çevrelerinden ve ailelerinden haberdar olmanın en iyi yolu olarak görmüştür. Y kuşağı katılımcısı ise sosyal medyanın iletişim ve sosyalleşme amacından daha önemli şeylere hizmet ettiğine dikkat çekerek, toplumsal bir farkındalık, yanlış olan her şeye bir başkaldırı, bilgilenme, bilgilendirme, sosyal adaletin sağlanması için birleştirici bir güç ve bir kamuoyu oluşturma aracı olduğuna dikkat çekmiştir. Bu da Castells'in (1996) yeni dünya, insanların birbirine bağlı hale geldiği, birbirleriyle anlık iletişim kurabildiği bir sosyal sistem yaratıldığı ve tüm toplum bireyleri hiç olmadığı kadar birbirine bağlı ve sorumludur ifadesiyle örtüşmektedir. Yani sosyal medyanın toplumsal bir misyonu vardır ve asıl onu önemli kılan da bu misyon olmalıdır. Z kuşağı katılımcısı ise sosyal medyayı sadece bir eğlence ve popülerlik aracı olarak gördüğünü söylemiştir. O'na göre revaçta olan ne ise gençlik oraya doğru yönelmektedir ve kendisi de sosyal medyada popüler olana geçtiğini dile getirmiştir.

Kuşaklararası Dijital Sosyalleşme Algıları: Olumlu ve Olumsuz Yönleri

Literatürde de belirtildiği gibi, sosyal medya toplumsal olaylara karşı kolektif bir bilinç ve hassasiyet oluşturmaktadır. Çaycı'nın (2017) dediği gibi, sosyal medya, bireylere dijital olarak sosyalleşebilecekleri sınırsız bir ortam sunmaktadır. Ancak yayılım hızı ve denetiminin zor olması nedeniyle bir çok dezavantajı da içinde barındırmaktadır. Katılımcılara kendi deneyimleri dahilinde dijital sosyalleşme ve getirdiği olumlu-olumsuz taraflar sorulmuş, şu cevaplar alınmıştır:

“Olumlu etkileri çok var dünyadan haberin oluyor, normalde ulaşamayacağın bilgiye anında ulaşıyorsun. Anlık olarak gündemden haberdar oluyor herkes. Sosyal medyayı olumlu kullanırsan, bilgi edinmek için kullanırsan yeryüzünün en büyük kütüphanesi. Hassasiyetin farkındalığın artıyor. Sosyal medya bazen hükümetler üzerinde baskı unsuru oluyor, kamuoyunu yönlendiriyor. Doğru bilinen yanlışları veya yanlış bilinen doğruları gösteriyor. Eğer olumlu bir şey için kullanırsan, örneğin: hayvana ve kadına şiddet gibi konularda. Çok güzel ama çok da kötü, hem olumlu hem olumsuz yönleri eşit. Küfürler, hakaretler hoş değil. İnsanlar, karşı karşıya geldiğinde söyleyemeyeceği şeyleri nasıl olsa görmüyor, sanal ortam diye kolayca söyleyebiliyor. Bu da bir şiddet, sanal şiddet bence. Çok çok büyük dozda var, dijital zorbalık diyorlar bunlara sanırım ve yasal bir düzenleme getirilmeli. Dijital ortamda sosyalleşmeyi samimi bulmuyorum, yakın çevre dışında, yeni insanlarla veya uzak arkadaşlarla

iletişim de sanal ortamda sanal oluyor. Arkadaşınla iletişim kurmak anlamında güzel ama o bile bazen güvenilir değil beni en yakın arkadaşım olarak Facebook üzerinden dolandırmaya kalktılar. Hesabını ele geçirmişler ve benden banka hesabımı istediler neredeyse verecektim, başka bir şey aklıma gelmemişti. Sonra biri beni uyardı ve vazgeçtim. Meğer o arkadaşım adıyla bir sürü kişiyi dolandırmak için mesaj atmışlar. Böyle çok çok tehlikeli tarafları var. Her işlem dijital olduğu için kişisel bilgilerinizin ele geçirilmesi hesaplarınızın ele geçirilip tüm özel bilgilerinize ulaşabilmeleri çok basit. Şimdi sosyalleşme dediğimiz buysa neyine güvenebiliriz. Bunun yanında bir çok arkadaşımın farklı yüzünü görüyorum sosyal medya hesaplarında. Konuşalım darken kavgaya hatta hakarete varan sözler rahatça söylenebiliyor. Belki yüz yüze olsanız o cümleleri rahatça kuramazsınız birbirinize çünkü ayıp denen bir şey var ancak orada dijital olmanın uzaktan yazmanın verdiği güçle herkes çok cüretkâr çok pervasız ve patavatsız olabiliyor. Herkes, herkesin bu kadar özel hayatını bilmeseydi fikrini, görüşünü, yaşantısını bilme belki bu kadar eleştirip üzerine konuşmayacaktı.” (GÖ, K, 65, BP).

“Çok fazla telefon kullanımı oluyor, bağımlılık da yapıyor. sürekli bakıyorsun kim ne yapmış nerede diye.. Aa bak şunu yapmış vs. İnsanlar oradan çıkıp, kitap okuma yüz yüze iletişim kurma kısmından vakitlerini sosyal medyaya aktarmış oluyorlar, Bence en riskli kısmı da bu. O dengeyi kurabildikten sonra sıkıntı yok ama birçoğumuz o dengeyi kuramıyor. Bide tabi sürekli tel elde olmasından kaynaklı bazı fiziki rahatsızlıklar da var. Bel kambur olmasından tut da benim yaş gurubum için parmaklardaki eklem rahatsızlıklarına kadar bir takım olumsuzlukları var. Dijital sosyalleşme şahsa bağlı, şahsı tanıyorsan güzel tabi ancak tanımıyorsan, insanlar en sahte ve en güvenilmez hallerini oraya koyuyorlar. Dolayısıyla benim sosyal medyadan tanışıp gerçek hayatta arkadaş olup tanıştığım insanlar da oldu. Güzel bir araç, ancak riski de her zaman hesaplamak lazım aşırı sahte olan ve oradan menfaat elde eden tipler de çok fazla.. Dikkat etmek lazım.” (TÇ, E, 53, X).

“Dijital sosyalleşme şu anlamda doğru, saklamaya çalıştığı şeyleri kimse saklayamadığı için çok mutluyum bu manada sosyalleşmek çok olumlu ve toplumsal bir anlamı var. Siyasal ve toplumsal hayatın bireylere tüm dünyada bir şey verdiğini düşünmediğim için bu özgürlüğün insanların elinden alınamaz noktada olduğunu düşünüyorum. Sosyal medya büyük bir güç Halkın sadece bu sosyal medya iletişimiyle birbirine yardım edeceğini düşünüyorum. Olumsuz olarak da, hayatın içiyle aynı aslında sokakta yanımızdan geçen biri veya iş arkadaşımızın kim olduğunu bilmiyoruz sapık mı ne bilmiyoruz.. Sosyal medyada kimlik bilgilerini de kolaylıkla gizleyebildikleri için yüzlerini de görmediğimiz için çok olumsuz bir şey. Sosyal medya faydalı ve gerekli, insanların kendini özgürce ifade etmesi için, eksikliklerin fark edilmesi için, olumsuz şeylerin fark edilmesi ve farkındalık yaratması için var olmalı. Olumluyu zaten gerçek hayatlarımızda yaşıyoruz yani mutluluklarımız sosyal medyaya bağlı değil en azından benim ve benim kuşağım bu kadar bağımlı değiliz. O yüzden İnsanların birbirinden haberdar olması çok güzel. Dünyanın bir ucunda bir kadın şiddet görüyorsa artık tüm dünya ayaklanabiliyor. Bu da politikacıları rahatsız ediyor, eleştirilmek istemiyorlar bunu tehdit olarak görüyorlar. Bu sosyal medyanın gücü ve avantajıdır. Sosyal medya tüm insanları birbirine bağladı. Hareketlerimiz birbirinden bağımsız değil. Herkes birbirine karşı sorumlu davranmalı ki bunu şu Pandeminin yayılma sürecinde çok net görebildik. Ben rahatsız olmuyorum aksine sosyal gücümüzün farkına varıyorum. Rahatsız olduğum husus, nefret söylemi, cahil, bilinçsiz, sapık

ruhlu insanların oturduğu yerden nefret dolu şeyler kusmaları. Denetimi zor olduğundan ve bulunmayacaklarını düşündüklerinden ağızlarına geleni söylüyorlar. Politik değil ama nefret söylemi kısıtlanmalı.” (EB, K, 37, Y).

“Olumlu tarafı, ifade biçimlerinde çok özgürsün kendini rahatça daha özgürce ifade edebiliyorsun bu da avantaj sağlıyor daha rahat konuşuyorsun. Olumsuz tarafı ise insanlar kendilerini çok abartıyorlar sosyal medyada, gerçek dışı bir gerçeklik sergiliyorlar. O kişi o değil, hiçbir şeyi o değil, o kişi o değil, sahte... Dijital sosyalleşmeyi güvenilir bulmuyorum. Samimiyetsiz ve saçma geliyor. İnsanlar gerçek hayatta cüret edip diyemeyeceği şeyleri sosyal medyadan söyleme cüretini kendinde buluyor. İnsanlar birbirine çok kolay bir şekilde tacizde bulunabiliyor, hakaret edebiliyor. Bir çok psikolojisi bozulmuş insan var ve bunların çoğu dijital sosyalleşme adı altında ahlaki olmayan şekillerde insanlara ulaşım sağlıyor. Ben sosyal medyadan, hiç tanımadığım insanlarla bir kaç kez tanıştım buluştum. Çok önyargılıydım, hepsi mükemmel çıkmadı ama deneme yanılma yoluyla anlaşılabilir ilişki de yaşayabilirsin, gerçek hayatta tanımak lazım güvenilir mi değil mi anlamak için, ama bence yine de çok dikkatli olmak lazım. Ama ben erkek olduğumun rahatlığındayım. Bana ‘kezbanlık’ gibi geliyor dijital ilişkiyi reddetmek çünkü herkes sosyal medyada şuan başka nerede sosyalleşeceğiz.” (DO, E, 20, Z).

Literatürde belirtildiği gibi, sosyal medya zaman-mekan algısını ortadan kaldırmıştır. Artık her zaman dilimi sosyalleşmek ve iletişimde kalmak için uygundur. Dünya insanları birbirine görünmez şekilde bağlanmıştır. Kişilerarası iletişim hızı çok hızlı ve kolaydır. Diğer taraftan dijital sosyalleşmenin en büyük tehdidi, bireyi gerçek ve sanal arasında ikilemde bırakmasıdır. Sanal gerçeklik zamanla, sanal bağımlılık, kendine yabancılaşma, kişilik haklarına saldırı ve hakaret, gerçeklikten kopuş gibi sorunlara neden olabilmektedir (Çaycı ve Çaycı, 2017). BP kuşağı temsilcisi GÖ, ‘sanal şiddet’ ve ‘dijital zorbalık’ ifadelerini kullanarak sosyal medyanın yıkıcı etkilerinin çok rahatsız edici nitelikte olduğuna, dolandırıcılığın kolayca yapılabildiğine dikkat çekmiş ve yaptırıcı önlemler alınmasını istemiştir. Yine Y kuşağı temsilcisi EB de nefret söyleminden çok rahatsızdır, iletişim adı altında hakarete ve küfre varan sözler sarf edildiğini ve bu tarz kişilerin engellenmesi gerektiğini söylemiştir. X kuşağı temsilcisi, sosyal medyanın kişisel gelişime çok fayda sağladığı insanları birbirine yakınlılaştırdığını olumlu karşılarken, kontrollü kullanılmamasının, büyük bir zaman israfına yol açacağını ve bağımlılık yaratacağını düşünmektedir. Bunun yanında bildiğimiz kişilerle sanal ortamda sosyalleşmenin daha güvenli olduğunu belirtmiştir. Z kuşağı temsilcisi ise sosyal medyada sosyalleşmenin kendi kuşağının kaçınılmaz gerçeği olduğunu söylerken yine de sanal kişiliklerin sahteliğinden ve güvenilir olmadıklarından şikayet etmiştir. Öte taraftan Z kuşağı hariç tüm katılımcılar toplumsal farkındalık yaratmak ve kamu vicdanının toplumsal sorunlarda yaptırıcı bir etken olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanında katılımcıların yakın çevreleri, arkadaşları ve aileleri ile dijital ağlar üzerinden sosyalleşmeyi ne kadar önemseyip olumlu karşıladıkları, Çaycı’nın (2017) kullandığı ‘Sosyal yakınlık bireyin en temel ihtiyaçlarından biridir.’ ifadesi ile de birebir örtüşmektedir.

Dijital Ağlarda Sosyalleşme “Zorunluluk mu, Gereklik mi?”

Katılımcılara, en az bir sosyal medya hesabını kullanıyor olup olmadıkları ve bu kullanım durumunun gereklilikten dolayı mı yoksa zamanın gerisinde kalmamak adına kendini

teknoloji öğrenmek zorunda hissetmelerinden dolayı mı olduğu sorusu sorulmuştur. Katılımcıların cevapları şu şekildedir:

“Ya zorunlu değil ama takip etmekte de fayda var çevrenden haberdar oluyorsun, hem görerek hem konuşarak iletişim halinde kalıyoruz. Açıkçası bu da eğlenceli oluyor. Zamanın gerisinde kalmamak için de uzak durmuyorum, çünkü sonra çocuğunuzla aynı dili konuşamıyor oluyorsunuz. O kuşak farkını biraz kapatabilmek için de bir çok sosyal hesabi kullanmaya çalışıyorum, hem bu benim içinde kendimi geliştirici bir şey. Hem çağın gerçeklerinden dolayı mecburuz kullanmak zorundayız, hem de avantajlarından dolayı gerekli.” (GÖ, K, 65, BP).

“Kontrollü, olduktan sonra sosyal medya iletişim, sosyalleşme ve iş yapmak adına avantajlı çok kullanışlı bir araç. Özellikle business adına çok kullanmaya çalıştığım bir araç, insanların seni tanıması, ne yaptığını bilmesi hangi faaliyetlerde bulunduğunu bilmesi açısından çok önemli. Zorunluluktan ben kullanmıyorum, gerekli olduğunu düşünüyorum.” (TÇ, E, 53, X).

“Ben zorunlu hissetmiyorum kendimi ayrıca gerekli bulmuyorum. Milyon tane insanı tanımamız gerekmiyor. Benim binlerce arkadaşım olsa bu bana gereksiz geliyor. Kendi yaş grubum adına sosyal medyadan sosyalleşme bana gereksiz geliyor. Benim zaten bu yaşıma kadar yüzlerce arkadaşım olmuş zaten. Takipçinin fazlalığı sana sosyallik olarak geliyorsa bilemem ama bana gelmiyor. Bir konuda araştırma yapıyorsan sosyal medyadan birileriyle iletişime geçip sosyalleşebilir arkadaş bulabilirsin ancak benim hiç arkadaşım yok ben sosyal medyadan arkadaş bulayım, bunlar çok çocukça. Herkes gerçek dünyada bile tanıdığı insanlara gerçek yüzünü göstermeyip maskeler takarken. Sosyal medyada bu maskeler 1den 10a çıkıyor. Hiçbir şeyin güvenilirliği yok zaten bir sürü kötü haber de duyuyoruz. Bence insanlar gerçek çevresinde sosyalleşmeli. Okul, iş, aile çevresi vs. ama her şeyin bu kadar zor olduğu ve tehlikeli bir dönemde hiç tanımadığın birini sosyalleşmek adına hayatına sokmak olumsuz. Gerekli zorunlu olduğunu düşünmüyorum çok kişisel tercihler. Hiç bir güç seni zorlayamaz, orada var olmak istiyorsan orda varsındır. Tamamen kişilikle ilgili zamanın gerisinde kalmamak... Neden sosyal medya hesaplarımız var Instagram var Facebook var ama Twiter yok bunun yokluğu zamanın gerisinde olduğumu bana düşündürmüyor. Sadece kendime yakın bulmuyorum orda paylaşacağım bir şey yok. Benim tarzım değil, zaman harcayacak kadar keyif almıyorum. İnsatgram ve Facebook’a da canım sıkıldığında girip baktığım, arkadaşlarıma girip baktığım konuşmak istediğimde konuştuğum bir alan.” (EB, K, 37, Y).

“Zorunluluk değil ama tüm arkadaşlarım ve kendi kuşağımdan herkes orada. Trend olan şeyi takip etmekle alakalı. Instagram şuan çok popüler. Ama sosyal medyasız da yaşardım. İnsan sosyal bir varlık ve tek başında hayatta kalamıyor ve başka bir insana ihtiyaç duyuyor. Bazen acaba Instagram kullanmazsam beni dışlarlar mı, yalnız mı kalırım diye düşünüyorsun.” (DO, E, 20, Z).

Prensky (2001), günlük yaşantısının büyük çoğunluğunu internet teknolojileriyle gerçekleştiren bireyleri ‘dijital yerli’ olarak; zamanın getirdiği zorunluluklardan dolayı teknolojiyi kullanmak mecburiyetinde hisseden ve uyum sorunu yaşayan bireyleri ‘dijital göçmen’ olarak

sınıflandırmıştır. Bu bağlamda katılımcıların verdiği cevaplar şüphesiz Z kuşağı çocuklarının ‘dijital yerli’ olduğunu ortaya koymaktadır. Z kuşağı temsilcisi, tüm çevresinin dijital ağlarda olduğunu belirtmiştir ve kullanmama durumunda dışlanacağı yalnız kalacağı korkusunu paylaşmıştır. Dolayısıyla Z kuşağı, sosyal medyayı bir zorunluluk olarak görmese de, kararsız ve çelişkili şeyler söylemiştir. Açıkça, sosyal medyasız olduğunda bir yalnız kalma kaygısı içindedir. Buna tam tezat olarak Y kuşağı temsilcisinin yalnızlık kaygısı yoktur, kendi kuşağından arkadaşlarıyla gerçek dünyada sosyalleşebilmektedir. EB, sosyal medyayı ne zorunluluk ne de gereklilik olarak görmemektedir. Hatta sosyalleşmek adına oldukça manasız, sahte ve gereksiz bulmaktadır. X kuşağı temsilcisi ise sosyal medyayı iş dünyasında bir network oluşturmak için faydalı bulmakta ve sosyalleşmek anlamında da gerekli görmektedir. Bebek Patlaması kuşağı temsilcisi, her ne kadar dijital mecralara entegre olmuşsa da, teknolojiyi çağın getirdiği bir zorunluluk olarak görmektedir ve aynı zamanda sosyalleşmeyi görsel ve işitsel olarak kolaylaştırdığı için de gerekli bulmaktadır Bu yüzden öğrenme gereği duymaktadır.

Kuşakların Sosyal Ağ Tercihleri ve Hangi Amaçla Kullandıkları

Literatürde de bahsedildiği gibi, Prensky (2001) ‘dijital uçurum’ kavramıyla ele almış ve farklı kuşakların dijital dünyayı kendi beceri düzeyinde ve farklı amaçlarla kullandığını gözlemlemiştir. Prensky, ayrıca teknolojik yakınlık ve yaş ilişkisiyle, farklı yaş gruplarının teknolojiyi kendi algı ve beceri düzeyine göre kullanabildiklerini belirtmiştir. Buna göre kuşak temsilcilerine, öncelikle sosyal ağ tercihleri ve kullanım amaçları sorulmuştur. Katılımcıların cevapları aşağıdaki şekildedir:

Sosyal Ağ Tercihleri:

“Genelde Facebook kullanıyorum, yemek tarifleri için daha çok da kullanıyorum. Facebook’un kullanımı daha kolay. Önceden Facebook’u çok kullanıyordum şimdi yavaş yavaş İnsatagram’ı da çok kullanmaya başladım. İnstagram, Facebook’tan daha renkli detaylı cezbedici geldi, daha çok fotoğraflara bakıyorum. Twiter’ı da fikirleri takip etmek için kullanıyorum.” (GÖ, K, 65, BP).

“En çok Facebook kullanıyorum ve ikinci olarak İnstagram kullanıyorum. En çok öğrenme kanallarımdan biri Facebook sanırım, bizim kuşakla ilgili olabilir. İnsatagram ikinci sırada oradan sadece fotoğraflara bakıyorum. 3. Sırada LinkedIn var iş amaçlı kullanıyorum sadece” (TÇ, E, 53, X).

“Facebook ve İnstagram’ım var. Dijital oyunlarım var. En çok İnstagram kullanıyorum, ondan önce Facebook vardı, ondan çok sıkıldım. Biraz da aileden akrabadan çok insan Facebook’a hücum etti. Bu yüzden İnstagram’a geçtim. Ancak İnstagram’dan da son bir senedir sıkılmaya başlıyorum. Twiter’ı hiç kullanmadım bana hitap etmiyor açıkçası anlamıyorum da.” (EB, K, 37, Y).

“İnstagram çünkü şuan en trend olan o. Ben biraz da sosyal medya bağımlılığı da var neden olduğunu biliyorum ama kopamıyorum da. Sadece İnstagram’da takılıyorum Tiktok da açtım öncesinde çok saçma geldi ama can sıkıntısından şu Pandemi döneminde açtım. Whatsapp’ı da

çok kullanıyorum. En çok Whatsapp'ı kullanıyorum çünkü sevdiklerimle oradan doğrudan görüşmek benim için öncelik.” (DO, E, 20, Z).

Genel olarak bütün kullanıcıların sahip olduğu ortak sosyal ağın Instagram olduğu anlaşılmıştır. BP ve X kuşağı Facebook'u en çok kullanan kuşaklardır, çünkü kendi kuşakları Facebook'ta daha aktif ve çoğunluktadır. Y kuşağı temsilcisi ise Facebook'tan sıkıldığını ve Instagram'a tercih ettiklerini belirtmiştir. Bu kuşak temsilcisi aynı zamanda Facebook'tan kaçma nedenini aile ve akrabaların yoğunlukla Facebook'ta oluşuna bağlamıştır. Z kuşağı temsilcisi ise Facebook hesabına hiç sahip olmadığını söylemiştir. Popüler olan ağ Instagram olduğu için Instagram'ı daha sık kullandığını belirtmiştir.

Kullanım Amacı:

“Sosyal medyayı kullanma amacım, yalnızlık değil onun dışında her şey geçerli. Tartışıyorum evet misyon olarak kendimde görüyorum bunu. Hizmet anlamında yapılanları görmemek beni üzüyor, politik konular siyasi konularda haksızlığa uğrayınca, insanların bunu görmemesi beni üzüyor ve ben buna tepki koyuyorum. Bu bizim neslin özelliği genelde onlar benim kuşağım bu tartışan kitle. Genelde Facebook oluyor tartıştığımız yerler.” (GÖ, K, 65, BP).

“Sosyal medyayı kullanmamdaki amaç çok şey öğreniyor olmam. Faydalı linkler oluyor bilgiler paylaşıyor. Her hangi bir konuda sorum olduğunda, ortama atıyorsun ve bir sürü cevaplar geliyor. Ya bana bir usta lazımdan tut da, en basit soruya kadar her şeyi sorabiliyorsun. Güzel de bir tatmin vesilesi aynı zamanda, özellikle inanların bu Korona zamanındaki şu yalnızlıklarını gidermek için çok güzel. Ancak aşırıya kaçmamak, esiri olmamak konusunda dikkat etmek lazım ben açıkçası çok bilgileniyorum.” (TÇ, E, 53, X).

“Son zamanlarda sadece canım sıkıldıkça kullanıyorum çok yapmıyorum. Son 5 senedir tartışma ortamlarına girmiyorum, çünkü tartışarak pek yol alınmıyor sadece sinirim bozuluyor. 5 sene önce Türkiye’de insanların çok cahil olduğunu düşünüyordum şimdi ise dünyanın %70’inin böyle olduğunu düşünüyorum. İnsanlarla tartışmaya girip onlara bir şeyler anlatmaktan yoruldum. Belki de birilerini bir şeye ikna etmek için yaşlandım yoruldum, bilemiyorum.” (EB, K, 37, Y).

“Benim sosyal medya kullanım amacım genelde eğlenme, oyun ve sosyalleşme şeklinde oluyor. Sosyal ağlarda genellikle arkadaşlarımla görüşmek için konuşurum onun dışında başka bir kullanma amacın yok.” (DO, E, 20, Z).

Bu bilgilere göre, kuşak temsilcilerinin sosyal ağları kullanma amaçlarının başında yine sosyalleşme güdüsü gelmektedir. Ancak, bu sosyalleşme durumu kuşaklar arasında farklılık göstermektedir. BP kuşağı temsilcisi, bir grup veya fikir etrafında toplanıp, saygı çerçevesinde politik tartışmalar yaptığını ve bunu da kendinde misyon olarak gördüğünü belirtmiştir. X kuşağı temsilcisi ise sosyal ağları etrafında toplandığı sosyal guruba, soru sorma, bilgi edinme,

yani en doğru bilgiyi öğrenme amacıyla kullanmaktadır. Y kuşağı temsilcisi ise arkadaşları ve insanlarla artık sosyal medya tartışmalarından uzak durduğunu çünkü bunun kendisi için çok yıpratıcı ve yorucu olduğunu dile getirmiştir. Şu anki kullanım amacı can sıkıntısını gidermektir. Z kuşağı temsilcisi ise tartışma ortamlarından uzak sadece arkadaşlarıyla sosyalleşmek ve keyifli vakit geçirme amaçlı kullandığını belirtmiştir.

Kuşakların Sosyalleşme Tercihlerinin Ne Olduğu

Son olarak Kuşak temsilcilerine, tek bir seçme hakları olsa yüz yüze mi, yoksa dijital sosyalleşmeyi mi tercih edecekleri sorulmuştur. Katılımcıların cevapları şu şekildedir:

“Kesinlikle yüz yüze. Çünkü o karşılıklı bakışı ve enerjiyi karşıya verebiliyorsun. Dijital sosyalleşmede söyleyebildiğin bir şeyi bile bazen tam anlatamazsın yanlış anlaşılmaya çok müsait olabilir. Temas yok, mimiklerini göremiyorsun, neyi kastettiğini anlamıyorsun. Bu yüzden yüz yüze iletişimi seçerdim.” (GÖ, K, 65, BP)

“Ben her zaman yüz yüze olan sohbetten yanayım açıkçası. Onun tadı hiçbir şeyde yok tabi sosyal medya benim için alternatif bir medya, özellikle Korona döneminde. Bence yüz yüze aynı ortamda oturup konuşmanın verdiği haz hiçbir şeyde yok, hemen hemen herkes için böyle olduğunu düşünüyorum. Sosyalleşme benim için canlı aynı ortamda olmalı.” (TÇ, E, 53, X).

“80’ler 90’lar çok güzel dönemlerdi. O dönemin ruhunu sosyalleşme süreçlerini daha çok seviyorum. Sanırım ben 1970-2000 arası dönemini seviyorum. İnsanlığın kendini en çok bulduğunu hissettiği, yaratıcı olduğunu hissettiği dönemlerdi o dönemler. Düşünmekten, konuşma tarzına kadar, giyim ve müzik kalitesine kadar çok başarılı bir 30 seneydi. Her şeyin daha iyi olacağına inandığımız dönemlerdi. Şuan ben 2020 de aynı hisse kapılmıyorum, çok büyük hayal kırıklığı. Tüm dünya için hiçbir şey düşündüğümüz kadar iyi, çabuk ve ileri olmadı. Yozlaştıkça yozlaştı dünya. Felaket üstüne felaket yaşandı ve hala yaşanıyor. Biz çok ümitlenmişiz 90’larda falan. Belki imkanlar arttı, teknoloji arttı ama hiçbir şey keyifli değil. O zamanlar arkadaşlıklar her şey keyifliydi. Bizim kuşak 20. yy’ın en keyifli dönemleriydi. Bu yüzden bu kadar sahteliğin ve yozlaşmanın olduğu bir çağda, sosyalleşme şeklimiz gerçek olsun bari. Benim tercihim kesinlikle yüz yüze sosyalleşme olur.” (EB, K, 37, Y).

“Biz internet kuşağı olarak biliniyoruz ama ben de kesinlikle yüz yüze iletişimden yanayım. Benim çevremdeki bir çok arkadaşım da bunu tercih ederdi, yüz yüze bir sohbetin tadı bambaşka.” (DO, E, 20, Z).

Son kuşak Z kuşağı da olmak üzere, bütün katılımcılar, yüz yüze iletişimin zaman ötesi bir öneme sahip olduğuna inanmaktadır. Dijital ağların sınırsız imkanlarına rağmen, katılımcılar her zaman yüz yüze iletişimi seçeceklerini belirtmişlerdir. Özkan ve Puruçuoğlu’nun (2016) da belirttiği gibi Bebek Patlaması ve X kuşağı zaten, sosyalleşme süreçlerini geleneksel olarak sürdürmeye yatkındırlar. Bunun yanında Y kuşağı temsilcisi geçmişe duyduğu özlemi hatırlamakta ve o dönemdeki sosyalleşmenin kalitesine, samimiyetine vurgu yapmaktadır. Günümüz sosyalleşme şekillerinin son derece yüzeysek, çabuk tüketilen ve sahte olduğunu

düşünen EB, yozlaşmış bir felaket dünyasında ve çağında yaşadığımızı bari sosyalleşme şeklimizin gerçek kalmasını dilediğine vurgu yapmıştır. Z kuşağı yani dijital kuşak temsilcisi bile, sosyal mecralarda bağımlılık derecesinde zaman harcarsa bile yüz yüze iletişimi tercih edeceğini belirtmiştir.

Sonuç

İletişim, insanlık var olduğu sürece var olmuştur. Her çağın kendi gerekliliklerini karşılayan bir iletişim şekli vardır. Bu araştırma farklı kuşakların dijital sosyalleşme deneyimlerini ve etkilerini anlamaya yöneliktir. Bu bağlamda Bebek Patlaması, X, Y ve Z kuşağının dijital medya deneyimini ortaya kolay bir ölçek oluşturulmuştur. Bu ölçeğe göre ortaya çıkan kriterlerin sonuçları şu şekildedir:

KUŞAKLARARASI DİJİTAL SOSYALLEŞME ÖLÇEĞİ

Kriterler

Kuşakların İnsanın Karakteristik Özellikleri

Bebek Patlaması Kuşağı: Saygılı, kanaatkar, çalışkan, disiplinli, kurallara uyan, sabırlı, saf

X kuşağı: Çalışkan, saygılı, itaatkâr, disiplinli, kurallara uyan, okuyan, yeniliklere açık

Y kuşağı: Saygılı, kurallara uyan, okuyan, özgür, eğlenceli, yeniliklere açık

Z kuşağı: Özgür, özgüvenli, umursamaz, kurallara uymayı reddeden, yeniliği kendi belirleyen

Ait Oldukları Kuşaklarının İletişim Şekli

Bebek Patlaması Kuşağı: Yüz yüze ve mektup

X kuşağı: Yüz yüze ve ev telefonu

Y kuşağı: Yüz yüze ve cep telefonu

Z kuşağı: Yüz yüze ve dijital ağlar

Sosyal Medyayı Nasıl Algıladıkları

Bebek Patlaması Kuşağı: Faydalı, tehlikeli, kullanımı karmaşık

X kuşağı: Faydalı, sosyalleşme ve iş anlamında avantajlar sunan, bağımlılık yapma riski taşıyan

Y kuşağı: Toplumsal bilinç ve sosyal farkındalık için faydalı, nefret söylemi riski olan

Z kuşağı: Popüler olan, eğlenceli, sosyalleşmek için en ideal olan

Sosyal medyayı kullanım amaçları

Bebek Patlaması Kuşağı: Sosyalleşme güdüsü, bir grup veya fikir etrafında toplanıp, saygı çerçevesinde toplumsal ve politik tartışmalar yapma ve bunu da kendinde misyon olarak görme amacı, faydalı ve pratik bilgiler edinme amacı

X kuşağı: Sosyalleşme, bilgi edinme, iş bağlantıları kurma, yeni insanlar tanıma, yakın çevreyle iletişim halinde kalma ve birbirinden haberdar olma amacı

Y kuşağı: Toplumsal konuları ve gündemi takip edebilme, can sıkıntısını giderme, belli düzeyde yakın çevreden haberdar olma amacı

Z kuşağı: Popüler olanın peşinden gitme, yeni insanlarla tanışma ve ilişki kurma, kendi yaş guruplarıyla sosyalleşme ve online oyun oynama amacı

En Çok Kullandıkları Sosyal Ağ

Bebek Patlaması Kuşağı: Facebook

X kuşağı: Facebook

Y kuşağı: Instagram

Z kuşağı: Instagram

Dijital Sosyalleşmeye Olumlu ve Olumsuz Bakışları

Olumsuz:

Bebek Patlaması Kuşağı: Sanal şiddet ve dijital zorbalık yapıldığı, gençleri olumsuz etkilediği, halkı kin ve nefrete sürüklediği

X kuşağı: Çok fazla zaman çalıyor olması, güvenilir olmayan insanların varlığı

Y kuşağı: Nefret söyleminin çok rahatsız edici olması, sahte ilişkilerin kurulması

Z kuşağı: Herkesin kendini farklı göstermesi, gerçek benliğini saklaması

Olumlu:

Bebek Patlaması Kuşağı: Sesli ve görüntülü sosyalleşmenin avantajları, bilgiye kolay ulaşım, eğlenceli içerikler, bir çok yeni şey öğrenme imkanı sağlaması

X kuşağı: Kişisel gelişime çok fayda sağlaması, insanları birbirine yakınlaştırması

Y kuşağı: İnsanların her şeyden anında haberdar olması, toplumsal bilincin ve gücün farkına varılması, olaylar karşısında kolay ve etkili şekilde kamuoyu oluşturması, ifade özgürlüğü vermesi, olayları çok yönlü anlayabilmeyi sağlaması

Z kuşağı: Yeni insanlarla kolayca tanışabilmek, eğlenceli içerikler, kendini gerçekleştirme şansı vermesi, fenomen olmak gibi fırsatlar sunması, sınırsız bir ifade özgürlüğü vermesi

Dijital Sosyalleşme Zorunlu mu, Gerekli mi?

Bebek Patlaması Kuşağı: Zorunluluk ancak aynı zamanda gerekli

X kuşağı: Gerekli

Y kuşağı: Zorunlu da değil, gerekli de değil

Z kuşağı: Bazen gerekli, bazen zorunlu (Kararsız)

Öncelikli Sosyalleşme Tercihleri Ne Olurdu?

Bebek Patlaması Kuşağı: Yüz yüze

X kuşağı: Yüz yüze

Y kuşağı: Yüz yüze

Z kuşağı: Yüz yüze

Oluşturulan kuşaklararası dijital sosyalleşme ölçeğine göre, tüm kuşak katılımcılarının sosyal medyada varlık gösterdiği tespit edilmiştir. Tüm katılımcılar, dijital sosyalleşmeyi faydalı bulmaktadır ancak getirebileceği olumsuzluklarında farkındadırlar. Katılımcıların hemen hepsi dijital sosyal ağların tehlikeli, bağımlılık yaratıp zaman israfına yol açması, manipülasyona açık, güvensiz ve sahte taraflarının olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanında tüm kuşak katılımcıları, bilgiye erişimi kolaylaştırdığı, zamandan ve mekandan bağımsız olduğu için çabuk ve hızlı bir iletişim sağladığı, sosyal ilişkileri canlı tuttuğu, yeni fırsatlar ve iş bağlantıları kurmada sağladığı avantajlar ve dünya gündeminden anında haberdar ettiği için sosyal medyayı oldukça müspet karşılamaktadırlar. Bebek Patlaması ve X kuşağı, kendi kuşak insanları daha çok Facebook'ta sosyalleştiği için, en çok Facebook kullanmaktadır. Y ve Z kuşağı ise kendi kuşak insanları daha çok Instagram'da aktif olduğu için, en çok Instagram kullanmaktadır. Tüm bu görüşmeler sonunca dikkat çeken bir diğer husus ise, Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarının kendinden sonraki kuşaklar ile kıyaslamasıdır. Örneğin BP, X ve Y kuşağı sıklıkla '*bizim kuşak böyle değildi oysa şimdiki kuşak...*' gibi ifadeleri sıkça kullanmış ve bir çok soruda sürekli şikayet etmiştir, kıyaslama ve eleştiri yapmıştır. Z kuşağı katılımcısı ise kendini kıyaslayacak yeni bir nesil görme şansı henüz olmadığı içi, böyle bir kıyaslama yapmamaktadır. Sadece ben merkezci bir tavırla soruları cevaplamışlardır. Nihai sonuçta teknolojik gelişmeler sosyalleşme adına ne kadar büyük avantajlar ve özgürlük sunsa da tüm katılımcılar tek bir seçme şansları olsa yüz yüze sosyalleşmeyi tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Buradan da şunu söylemek mümkündür: Gerçek hayattan kopuk sadece dijital bir sosyalleşme, insanın sosyal bir varlık olma ihtiyacını ve güdüsünü bir noktaya kadar tatmin edecektir, insanın varlık nedenlerinin en önemlisi iletişim kurmasıdır ve bu iletişimin en doyurucu şekli şüphesiz yüz yüze olarak yapılmalıdır.

Tartışma

Artık hepimiz yeni dijital dünyanın içindeyiz. Dijitalleşme sayesinde alışkanlıklarımız değişti, olaylar, olgular, ifade biçimleri, iletişim süreçleri kaçınılmaz şekilde dönüşüyor. Kimimiz bu dönüşüme gönüllü bir şekilde ayak uydururken, kimimiz de bu radikal değişime eleştirel bir bakışla yaklaşarak reddediyoruz. Dijital ortamda, ilişkiler ve sosyalleşme süreçleri her gün yeni sosyal platformlar üzerinden yeniden üretiliyor. Artık dijitalleşme kendi içinde yeni bir paradigma haline geldi. Dolayısıyla, dijitalleşme kavramını eski geleneksel iletişim yöntemleri ile değerlendirmek eksiz ve yetersiz kalmaktadır. Bunun en çarpıcı karşılığı dijital sosyalleşme kavramında karşımıza çıkıyor. Kimi bilim insanları dijital ortamda, fiziksel bir etkileşim olmaksızın toplanma eyleminin sanal sosyalleşme adı altında bireyleri yalnızlaşmaya ittiğini ve

asosyal bireyler doğurduğunu düşünmektedir. Ancak kimi bakış açılarına göre de, dijital sosyalleşme olgusu bireye özgürlük ve çok sınırsız avantajlar sunan, sınırları ve siyasi engelleri ortadan kaldıran, bağımsız bir alan olarak görmektedir. Peki modern çağın en büyük bunalımı olan ‘kalabalıklar içinde yalnızlaşma’ veya ‘sosyal medyada var olduğun kadar varsın’ ikilemini nereye koymalıyız? Dijital sosyalleşme yeni bir benlik inşası mıdır, yoksa benlik erozyonu mudur?

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, O., Batur H. Z. & Ekşili, N., (2014). “Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 165-182.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*. İzmir: Aşina Yayıncılık
- Castells, M. (2004), *The Network Society: A Cross Cultural Perspective*, Cheltenham, UK: Northampton, Mass.: Edward Elgar Pub. (22-90).
- Cornejo, R., Tentori, M. & Favela, J., (2013). “Enriching In-person Encounters Through Social Media: A Study on Family”, *International Journal of Human-Computer Studies*, 71, 889-899.
- Çaycı, A. E. ve Çaycı, B. (2017). “Sosyalleşme Yanılsaması: Dijital Kalabalıklar İçinde Yalnızlaşan Bireyler,” *Sakarya Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1, 44-61.
- Çalışır, G. (2017). “*Sosyal Kuşakların Kişilerarası İletişim Aracı Olarak Sosyal Ağları Kullanma Durumu.*” *Medya Çağında İletişim “Sokaktan Ekran, Sanaldan Gerçeğe”* Ed. Kırık. A. M. (141-173). İstanbul: Çizgi Yayınevi.
- Downes, S., (2005). “Semantic Networks and Social Networks”, *The Learning Organization*, 12(5), 411-417, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09696470510700394/full/html> (Erişim: 13 Haziran 2020).
- Fromm, E. (1985). *Sevme Sanatı*. İstanbul, Say Yayınları.
- Habermas, J. (2002). *Küreselleşme ve Milli Devletlerin Akıbeti*. Çev. Beyaztaş, M. İstanbul: Bakış Yayınları.
- Hung, K., F. Gu ve C. Yim (2007). A social institutional approach to identifying generation cohorts in China with a comparison of American consumers. *Journal of International Business Studies*, 38, 836–853.
- Heitner, E.I., (2002). “*The relationship between use of the Internet and social development in adolescence*”, ETD Collection Book of Pace University. Paper Number: AAI3065540.
- Karagülle, A.E. ve Çaycı B. (2014). “Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma.” *TOJDAC*, 4 (1).
- Karagöz, K. (2013). “Yeni medya çağında dönüşen toplumsal hareketler ve dijital aktivizm hareketleri.” *İletişim ve Diplomasi Dergisi*, 1(1). 131-157.

- Kenan, A. ve Shiri, A. (2009), "Sociability and Social Interaction on Social Networking Websites." *Library Review*, 58(6).
- Khang, H.; Ki, E. ve Ye, L. (2012). "Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations 1997-2010." *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(2). 279-298.
- Kümbetoğlu, B. (2008). *Sosyoloji ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Lachapelle, G., (2003). "Political Communication and Personal Influence", (Eds: M. J. Philippe and G. Wolfsfeld), *Political Communication in a New Era*, London: Routledge, 82-94.
- Lower, J., (2008). "Brace Yourself Here Comes Generation Y", *Critical Care Nurse*, 28 (5), 80-85.
- Mengi, Z. (2011). *BB, X, Y ve Z kuşakları birbirinden çok farklı*, <http://www.yenibiris.com/HurriyetIK/Oku.aspx?ArticleID=6730>, (Erişim: 15 Haziran 2020).
- Mannheim, K. (1952). *The problem of generations*. In P. Kecskemeti (Ed.) *Es-says on the sociology of knowledge*. (276-320). London: Routledge & Kegan Paul.
- Mayfield, A., (2008). *What is Social Media*, iCrossing E-book, pp. 6-8 https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf (Erişim: 17 Haziran 2020).
- Oskay, Ü. (2000). *Tek Kişilik Haçlı Seferleri*. İnkılap Yayınevi, İstanbul.
- Özkan, Y. ve Purutçuoğlu, E. (2016). "Yaşlılıkta teknolojik yeniliklerin kabulünü etkileyen sosyalizasyon süreci." *Aile ve Toplum Dergisi*, 6(23), 37-46.
- Özkan, N.P., (2013). Sosyal Ağ Kullanıcılarının E-Sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri. *ICCMTD*, 386.
- Peltekoğlu, F. B. (2001). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Yayınları.
- Predergast & Maggie, (2013). Donors' experience of sustained charitable giving: a phenomenological study. *Journal of Consumer Marketing*, 30(2). 130-139.
- Prensky, M. (2001a). Digital natives, digital immigrants. <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. (Erişim: 21 Haziran 2020).
- Prensky, M. (2001b). Digital natives, digital immigrants, part 2: Do They really think differently?., <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.pdf>. (Erişim: 21 Haziran 2020).

- Sümer, E. F. (2017). “Sosyal Medya Kullanım Pratikleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma.” *Global Media Journal TR Edition*, 8(15) Güz/Fall, 166-181.
- Twenge, J. M.; Campell, S. M.; Hoffman, B. J. & Lance, C. E. (2010). “Generational differences in work values: leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing.” *Journal of Management*, 36(5). 1117-1142.
- TÜİK (2020). Türkiye, 2020 Nüfus verileri. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do%3Fid=6178> (Erişim: 16 Haziran 2020).
- TDK, (2020). <https://sozluk.gov.tr> (Erişim: 11 Haziran 2020).
- Vural A. B., Z. B. ve Bat, M., (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yasar University*, 20 (5), 3348-3382.
- Wang, Y. (2015). “Incorporating social media in public relations: a synthesis of social mediarelated public relations research.” *Public Relations Journal*, 9(3), 1-14.
- Wang, Y. (2001). “Internet Dependency and Psychosocial Maturity among College Students”, *Int. J. Human-Computer Studies*, 55, 919-938.
- We’re Social, (2020). Digital in 2020 Report. <https://wearesocial.com/digital-2020> (Erişim: 14 Haziran 2020).
- Wong, B. Y., Cerin, E., Ho, S., Mak, K., Lo, W. & Lam, T., (2010). “Adolescents’ Physical Activity: Competition Between Perceived Neighbourhood Sport Facilities and Home Media Resources”, *International Journal of Pediatric Obesity*, Vol.5, pp. 169-176.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2004). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B., (2013). *Generations at Work : Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Workplace*, (2nd Edition)). Amacom, USA. <http://www.digplanet.com/wiki/Generation> (Erişim: 14 Haziran 2020).