



**SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE AİLE İÇİ İLETİŞİM İLİŞKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA***
**CORRELATION BETWEEN SOCIAL MEDIA USAGE AND INTRA FAMILY COMMUNICATION: A
RESEARCH ON STUDENTS OF UNIVERSITY**

Mustafa YALÇIN**

Melis YALÇIN***

Öz

Sosyal medya kullanıcı sayısında ve sosyal medya kullanım yoğunluklarında sürekli olarak artış görülmektedir. Söz konusu artış, sosyal medyanın toplumsal yaşamın merkezine oturduğunu ve toplumun vazgeçilmez bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Bu süreçte toplumun en temel birimi olan aile, sosyal medya ortamlarından etkilenmektedir.

Sosyal medyanın yoğun bir şekilde kullanımı, aile içinde bireylerin birbirlerine daha az zaman ayırmalarına, dolayısıyla ailede yüz yüze iletişimin azalmasına yol açmaktadır. Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeylerine bağlı olarak aile içinde görülen iletişim farklılıklarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Bu bağlamda üniversite öğrencilerine yönelik sosyal medya ve aile içi iletişim ölçeği uygulanarak, elde edilen veriler SPSS istatistik programının 21.0 sürümü kullanılarak analiz edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, İletişim, Aile İçi İletişim.

Abstract

Increasing in number of social media user and social media usage intensities is seen continuously. This increasing indicates that social media is the center of social life and has become an indispensable part of society. In this process, the family, which is the most basic unit of the society, is affected from social media environments.

The intensive use of social media causes individuals to spend less time with each other in the family, thus reducing face-to-face communication in the family. In this study, it is aimed to determine the communication differences in the family depending on social media usage levels of the university students. Quantitative research method is used in this research. In this context, the obtained data were analyzed by using SPSS statistical program 21.0 version by applying social media and intra family communication scale for students of university

Keywords: Social Media, Communication, Intra Family Communication.

1. SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan sosyal medya hem bireyler açısından hem kurumlar açısından vazgeçilmez bir platform haline gelmiştir. Her geçen gün kullanıcı sayısı artan ve kullanım sıklığı artan bu platform insan yaşamı üzerinde etkisini artırmaktadır.

Sosyal medya birçok insanın mobil ve çevrim içi olduğu günümüzde paylaşım ve iletişim sınırı olmadan bireylere ve kurumlara özgür bir tartışma zemini oluşturan, bireylerin birbirleriyle ve kurumlarla iletişimini sağlayan bir araç olarak da tanımlanabilmektedir (Yamamoto ve Şekeroğlu, 2014: 11). Sosyal medya, bireylerin duygu ve düşüncelerini diğerlerine rahatlıkla sunabildiği, gerekli bilgilere ulaşabildiği, eğlenebildiği, merak duygularını giderebildiği, alışveriş yapabildiği dolayısıyla hayatındaki sosyal ihtiyaçları karşılayabildiği çevrimiçi platformlardır.

Online medyanın yeni biri türü olan sosyal medyanın tam olarak anlaşılabilmesi için onu yansıtan bazı temel özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir (Mayfield, 2008: 5):

Katılımcı olma: sosyal medya katılımcıları ve ilgilenen herkesin geri bildirim vermesini cesaretlenmektedir. Hedef kitle ve medya arasındaki keskin çizgileri flulaştırmaktadır.

Açıklık: Sosyal medya hizmetlerinin çoğu katılımcılara ve geri bildirim için açıktır. Bu hizmetler bilgi paylaşımına, yorum yapmaya ve oylama yapmak imkanı vermektedir. Çok nadir olarak içeriğe erişim ve içerik kullanımı engellenmektedir.

* Bu çalışma, Alanya Alaaddin Keykubad Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu'nda sunulmuştur. Çalışmanın içeriği ve örnekleme geliştirilmiştir.

** Arş. Gör., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü.

*** Öğr. Gör., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Kula Meslek Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı.



Diyalog: Geleneksel medya tek yönlü olması nedeniyle sadece aktarım yapmaktadır. Fakat sosyal medya çift yönlü olması nedeniyle kaynak ve alıcı arasında konuşma sağlanmaktadır.

Topluluk: Sosyal medya, hızlı ve etkili bir topluluk oluşumuna izin vermektedir. Topluluklar ilgi alanlarını, siyasi görüşlerini ve beğendikleri televizyon programlarını rahatlıkla paylaşabilmektedir.

Bağlantı Kurma: Sosyal medyanın çoğu türleri birbirleri ile bağlantı kurabilmektedir. Bu siteler birbirleriyle araştırma, bilgi kaynakları ilgi alanları gibi konular üzerinde bağlanabilmektedir.

Sosyal medya, geleneksel medyadan farklı özelliklere sahip olması nedeniyle bireyler tarafından tercih edilmektedir. Sosyal medyanın kullanımının herkese açık olması, bireylerin özgürce katılabilmeleri, sosyal medyanın karşılıklı etkileşimi imkân veren yapısı, kullanıcıların foto, metin, ses ve video üretimleri yapmalarına olanak sağlayan yapısı sayesinde sürekli olarak sosyal medyaya yönelik ilgiyi artırmaktadır. Hatta sosyal medyanın hayatın merkezinde yer almasını sağlamaktadır.

Sosyal medyanın en önemli özelliğinin başında bireylerin kendilerini başkalarına açık bir şekilde ifade internet kanalıyla ifade edebilmesidir (Yeniçifti, 2017: 115). Bireyler kullandıkları siteler aracılığıyla profillerini oluşturabilmekte ve bunlara dayanarak iletişimde bulunabilmektedir. Buna ek olarak diğerlerinin paylaşımlarını beğenebilmekte ve etkileşim kurabilmektedir.

Sosyal medya platformları eş zamanlı iletişim destekleyen modüller kullandıklarından üyeler kendi aralarında eş zamanlı olarak sesli ve görüntülü görüşmeler yapabilmektedir Kırcova ve Enginkaya, 2015: 11). Sosyal medyayı bu özelliği geleneksel iletişim araçlarından farklılaştırmakta ve bu platforma önemli avantajlar sunmaktadır.

Bugün, sosyal medya kuruluşların, toplulukların ve bireylerin birbirleriyle iletişim kurma biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir (Taprial ve Kanwar, 2012: 28). Bu değişim özellikle bireylerin, aileleri ve yakın çevreleri arasındaki iletişim biçimini yeniden şekillendirmiştir.

2. SOSYAL MEDYA VE AİLE İÇİ İLETİŞİM

Son yıllarda sosyal medya kullanımındaki hızlı artış, insanlar arasındaki iletişim tarzını önemli oranda etkilemiştir. Özellikle bu durum, aile içi ilişkilerin zayıflamasına yol açmıştır. Sosyal medyada geçirilen uzun sürelerin ailedeki yüz yüze olan iletişimi azaltması, çocukların aile ile paylaşımlar yapmak yerinde sanal ortamda kendilerini anlatmalarına yol açmıştır. Sosyal medya, insanların sosyal ihtiyaçlarını gidermede kendilerine ve durumlarına uygun alternatiflerden biri haline gelmiştir. Aile içi ilişkileri güçlü olmayan, başka bir ifadeyle ailesiyle kendisi açısından tatminkar bir ilişkisi veya ortak paylaşım alanı bulunmayan kişilerin, sosyal medyadaki faaliyetlere daha fazla yöneleceği düşünülmektedir (Bayraktutan, 2005: 109: 158). Sosyal medya ile ilgili yapılan araştırmalarda, sosyal medya kullanımının, bireylerin ailesi ve yakın çevresi ile olan iletişimlerini olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu süreçte ailelerin, yeterince çocuklarını takip etmek yerine kendilerine zaman ayırmayı tercih ettikleri saptanmıştır (Demir, 2016: 32). Bu durumda çocukların ailelerine karşı aidiyet duygularının azalmasına, zamanla kendilerini yalnız hissetmelerine yola açabilmektedir.

Sosyal medyada iletişim daha çok kelimeler ve semboller aracılığıyla gerçekleşmektedir. Kullanıcılar, fiziksel bir biçimde değil, sanal birliktelik aracılığıyla karşılıklı bir şekilde iletişim kurmaktadır. Bu durum, zaman zaman iletişim kopukluklarının yaşanabilmesine sebep olmaktadır. Gençler ile birlikte ebeveynler de sohbet odaları ve sosyal paylaşım ağlarına ilgi gösterebilmektedir. Gençlerin ailelerini rol ve model aldığı düşünülürse, anne ve babaların sosyal medyayı kullanırken çok daha dikkatli davranmaları gerekmektedir (Kırık, 2014: 341). Aksi takdirde gençlerin gerçek yaşam ile bağlantılarını kestikleri ve gerçek dünya ile sanal dünya arasında birtakım problemler yaşadıkları görülmektedir.

Sosyal medyanın istenmeyen etkilerinin ailelerin çocuklarıyla iletişim kurma biçimine zarar verebileceği ve muhtemelen aile ilişkilerinin gelişimini engelleyebileceği belirtilmektedir. Medyanın bir aile birliğinin sosyalleşmesi biçimini etkilediği ve dolayısıyla ilişkilerini etkilediği açıktır. Zaman ve mekan sınırları olmaksızın, teknolojik araçların özellikleri, bireylerin başkaları ile sürekli bağlantı kurma yeteneğini yaratarak, ailesel bağları ve ilişkileri geliştirmelerine olanak tanımaktadır. Bu durum, medyanın en iyi yönlerinden biri olsa da, kişinin aile ile olan iletişimini olumsuz yönde etkileyerek, yüz yüze etkileşimleri ve toplumsal katılımı engelleme potansiyeline sahiptir (Villegas, 2013: 12-13). Gençler, kendi odalarında yalnız bir şekilde sosyal medyanın başında vakit geçirdikleri için başka sosyal aktivitelerden ve arkadaşlık ilişkileri kurmaktan uzak kalmışlardır. Gençler ve çocuklarda TV izleme, spor yapma, arkadaşlarla zaman geçirme gibi faaliyetlerin yerini sosyal medyaya bırakmıştır (Aslan ve Cansever, 2012: 31). İnsanların sosyal medyadaki faaliyetlere daha fazla vakit geçirmeleri yeni yaşam tarzları geliştirdikleri, geçmişe kıyasla fiziksel ortamdaki sosyal ilişkilerinde küçülmelerin yaşandığı görülmektedir.



Gözlem ve deneyimlerle olgunlaşan gençlerin, aileleri ile vakit geçirmeleri gerekmektedir. Diğer taraftan gençlerin sağlıklı bir gelişim süreci geçirebilmeleri için aileleri ile birlikte olmaları, onlarla ortak faaliyetler içerisinde olmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu duruma engel olabilen sosyal medyanın bilinçli kullanılması, belirli sürelerden fazla vakit geçirilmemesi gerekmektedir.

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeylerinin aile içi iletişim sürecine olan etkisini planlanan anket çalışması ile ortaya koymaktır. Bununla birlikte öğrencilerin cinsiyet, yaş ve sosyal medya kullanım düzeylerinin faktörler açısından incelenmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

3.2. Araştırma Yöntemi ve Kısıtlılığı

Araştırma verilerinin toplanmasında sosyal medya ve Aile içi iletişim ölçeği kullanılmıştır. Anket uygulamasının sonucunda elde edilen veriler SPSS paket programının 21.0 sürümü ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler; frekans analizi, Kruskal Wallis H, Mann-Whitney U ve Korelasyon testleri yapılmıştır. Bu ölçek Ümit Demir tarafından oluşturulan ve "Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı makaleden elde edilmiştir. Toplam 18 sorudan oluşan ölçek dört faktörden (paylaşım, sosyal medya bağımlılık, sosyal izolasyon ve ortak kaliteli zaman geçirme düzeyleri) oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için ise alfa (α) katsayısı elde edilmiştir. Orijinal ölçeğin toplam Cronbach Alfa katsayısı 0,84'dür. Bu çalışmada ise yapılan güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen Cronbach's Alpha değeri 0,82'dir. Aynı zamanda ölçeğin her bir faktörüne yönelik yapılan güvenilirlik analizi sonucunda güvenilirlik yeterli bulunmaktadır. Araştırma örneklemini Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Kula Meslek Yüksekokulu'nda 2017-2018 Eğitim-Öğretim yılında; İşletme, Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Maliye bölümünde ve İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Harita Mühendisliği Bölümünde okuyan 388 öğrenciden oluşmaktadır.

Araştırmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda anket çalışması yapılmıştır. Aşağıda araştırma ile ilgili hipotezler yer almaktadır:

Hipotez 1: Öğrenciler aileleri ile birlikte iken sosyal medyada olanları merak etmektedir.

Hipotez 2: Öğrenciler sosyal medyada eğlenceli vakit geçirmektedir.

Hipotez 3: Sosyal medyanın gün içinde kullanımı ile aile içi paylaşım arasında anlamlı fark bulunmaktadır.

Hipotez 4: Sosyal medyanın gün içindeki kullanım süresi ile aile içinde paylaşım arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Hipotez 5: Cinsiyet ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Hipotez 6: Yaş ile aile içi iletişim arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Hipotez 7: Sosyal medya kullanma sıklığı ile aile içi iletişim boyutları arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Sosyal medyayı kullanma sıklığı ile özel sorun ve problemlerin aile yerine sosyal medyada paylaşılması arasında anlamlı farklılık var mıdır?

Araştırmanın Manisa Celal Bayar Üniversitesi Kula MYO'da olması çalışmanın kısıtlılığını oluşturmaktadır. Diğer taraftan ulaşım ve zaman kısıtlılığı nedeniyle sadece meslek yüksekokulu öğrencilerden oluşması fakülte ve enstitülere ulaşamaması diğer bir kısıtlılık olarak görülmektedir. Ayrıca öğrencilerden bazılarının eksik cevaplar vermesi, anket formlarını ciddiye almayarak cevaplaması örneklem sayısını azaltmıştır. Bu durumda araştırmada başka bir kısıtlılığı meydana getirmektedir. Araştırmada kullanılan ölçekler 5'li likert tipi ölçeklerdir ve ölçek yapısı 1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=ne katılıyorum ne de katılmıyorum, 4=katılıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum şeklinde düzenlenmiştir. Yüksek puanlar kişilerin sosyal medyada vakit geçirmekten hoşlandıkları, aile içi iletişime karşıda dışadönük, uyumlu, sorumlu, duygusal olarak dengeli ve gelişime açık olduklarını göstermektedir.

3.3. Araştırma Bulguları

Ankete katılan kişilerin 99'u erkek 198'i kadın olmak üzere toplamda 297 katılımcıdan oluşmaktadır. Yüzdeler olarak bakıldığında ise % 32,7'ü erkek % 67,3'si kadın katılımcılardan oluştuğu görülmektedir.



Tablo 1: Örneklemin Demografik Dağılımı

	Yaş					
		Toplam Sayı	17-19	20-22	23-25	26-28
Erkek	127	17	89	17	2	2
Kadın	261	52	178	22	4	5
Toplam Sayı	388	69	267	39	6	7

Katılımcıların yaş durumlarına bakıldığında % 19,5'inin 17-19 yaş aralığında, % 66,7'sinin 20-22 yaş aralığında, % 10,4'ü 23-25, % 2'si, 26-28 yaş aralığı, % 1,3'ü 29 yaş ve üzeri olarak dağılım göstermektedir.

Tablo 2: Sosyal Medya Kullanıma İlişkin Dağılımı

Sosyal medya kullanım sıklıklarına ilişkin dağılım											
Her gün			Haftada 3-4 gün			Haftada 1-2 gün			Ayda 1-2 defa		
338			27			15			8		
Sosyal Medyanın Günlük Ortalama Kullanımına İlişkin Dağılım											
0-30 dk.	31-59 dk.	1 saat	2 saat	3 saat	4 saat	5 saat	6 saat	7 saat	8 saat	9 saat	10 saat
37	19	40	67	50	38	37	17	13	12	8	50
Kaç Yıldır Herhangi Bir Sosyal Medya Hesabı Kullanıyorsunuz?											
6 aydan az		7-12 ay		1-3 yıl		4-6 yıl		7-9 yıl		10 yıl ve üstü	
12		12		55		121		136		52	

Tablo 2'de görüldüğü üzere sosyal medya kullanıcılarının % 90'na yakını her gün sosyal medya hesabına giriş yaptığı ve kullandığı görülmektedir. Diğer taraftan katılımcıların % 70'den fazlasının ortalama olarak 2 saat ve üzerinde sosyal medyada vakit geçirdikleri tespit edilmektedir. Katılımcıların sosyal medyayı kullanmaya başlamalarıyla bugüne kadar geçen süreye bakıldığında 7-9 yıldır sosyal medya kullananların sayısının en fazla olduğu görülmektedir. Bu sürelerle bakıldığında katılımcıların sosyal medya konusunda yüksek düzeyde deneyimli oldukları söylenebilmektedir.

Tablo 3: Kullanılan Sosyal Medya Araçlarına İlişkin Dağılımı

	Frekans	Araçlara göre Yüzdeler dağılım	Katılımcılara göre Yüzdeler dağılım
Facebook	270	16,5 %	69,6%
Google+	268	16,4 %	69,1%
Instagram	266	20,6 %	86,9%
Twitter	162	9,9 %	41,8%
Blog	27	1,7%	7,0%
Wikipedia	71	4,3 %	18,3%
Dailymotion	29	1,8 %	7,5 %
Youtube	325	19,9 %	83,8 %
LinkedIn	9	0,6 %	2,3 %
Myspace	8	0,5 %	2,1 %
Foursquare	69	4,2 %	17,8 %
Flickr	2	0,1 %	0,5 %
Diğer	58	3,5%	14,9 %

Katılımcıların sosyal medya araçları içerisinde sırasıyla en çok Instagram, Youtube ve Facebook kullandıkları görülmektedir. En az kullanılanlar ise Flickr, LinkedIn ve Myspace olarak sıralanmaktadır. Geçmiş araştırmalarda genellikle Facebook ve Youtube kullanıcı sayılarının tüm araçlardan fazla olmasına karşın Instagram kullanıcı sayısının diğer iki araçtan fazla olması dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Instagram kullanıcı sayısında hızlı bir artış olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 4: Öğrencilerin aileleri ile birlikteyken bile sosyal medyada olanları merak etmelerine ilişkin frekans analizi

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Kesinlikle katılmıyorum	90	23,2	23,2	23,2
Katılmıyorum	114	29,4	29,4	52,6
Kararsızım	65	16,8	16,8	69,3
Katılıyorum	93	24,0	24,0	93,3
Tamamen Katılıyorum	26	6,7	6,7	100,0
Total	388	100,0	100,0	

Katılımcıların yaklaşık % 32'sinin aileleri ile birlikteyken sosyal medyada olanları merak ettikleri, yaklaşık % 52'sinin ise merak etmediği görülmektedir. Öğrencilerin çoğunluğunu yansıtmamakla birlikte



azımsanmayacak oranın, aileleri ile birlikteyken sosyal medyadaki olanları düşünmeleri onların aileleri ile olan iletişimi olumsuz etkileyebileceği öngörülebilmektedir.

Tablo 5: Öğrencilerin sosyal medyayı kullanırken güzel ve eğlenceli vakit geçirmelerine ilişkin frekans analizi

	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	35	9,0	9,0	9,0
Katılmıyorum	41	10,6	10,6	19,6
Karasızım	97	25,0	25,0	44,6
Katılıyorum	173	44,6	44,6	89,2
Tamamen Katılıyorum	42	10,8	10,8	100,0
Total	388	100,0	100,0	

Katılımcıların yaklaşık % 56'sının sosyal medyada geçirdikleri zaman diliminde bundan mutlu oldukları ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan % 20'sinin sosyal medyada güzel ve eğlenceli vakit geçirmedikleri görülmektedir. Öğrencilerin yarısından fazlasının sosyal medyada vakit geçirmekten mutlu olmaları onların daha fazla sosyal medyaya odaklanmalarına ve aileleri ile daha az vakit geçirmelerine neden olmaktadır. Dolayısıyla aile içi iletişimi için gerekli zamanı kısıtlamaktadır.

Tablo 6: Sosyal medyanın gün içindeki kullanım süresi ile aile içinde paylaşım arasında anlamlı farklılık için Kruskal Wallis H Testi

Ortalama	N	MeanRank	χ^2	SD	p
0-30 dk.	37	145,79	8,691	11	,650
31-59 dk	19	153,13			
1 saat	40	154,63			
2 saat	67	135,24			
3 saat	50	149,65			
4 saat	38	125,00			
5 saat	37	158,70			
6 saat	17	127,08			
7 saat	13	160,10			
8 saat	12	140,00			
9 saat	8	167,71			
10 saat +	50	170,96			

Yapılan Kruskal Wallis H testinde p değeri 0,05'ten büyük olduğu için günlük sosyal medya kullanımı ile aile içi iletişim arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır. Bu bağlamda H_1 kabul edilmemektedir; fakat sosyal medyada uzun süre vakit geçiren katılımcıların paylaşım konusunda daha isteksiz oldukları görülmektedir. Bununla birlikte aile içinde konu bulmakta zorlandıkları, konuşulan konulardan sıkıldıkları ve zaman zaman aileleri ile hiç iletişim kurmadıkları görülmektedir. Sosyal medyada uzun süre vakit geçiren bireylerin, aileleri ilgili gündemlerden uzak kaldığı ve dolayısıyla odaklanma sorunu yaşadıkları söylenebilir.

Tablo 7: Cinsiyet ile sosyal medya bağımlılığı arasında Anlamlılık için Mann-Whitney U testi

	N	MeanRank	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P (2-üçlü)
Erkek	127	154,09	9297,500	28998,500	-,727	,464
Kadın	261	146,46				
Total	297					

Bütün sorularda p değeri, 0,5'in üzerinde görülmektedir. Bu sebeple erkek ve kadınlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamaktadır. Erkeklerin kadınlara kıyasla daha fazla sosyal medya bağımlısı oldukları görülmektedir. Diğer taraftan hipotez 2 anlamlı fark bulunmadığı için reddedilmiştir.

Tablo 8: Yaş ile aile içi iletişim boyutları arasındaki Anlamlılık Farklılık için Kruskal Wallis H Testi

Yaş	N	MeanRank	χ^2	SD	p
17-19	69	164,87	4,490	4	,344
20-22	267	147,72			
23-25	39	139,61			
26-28	6	120,83			
29 ve üzeri	7	97,38			

Yaş ile aile içi iletişim boyutları arasında anlamlı farklılık görülmemektedir. Bu bağlamda hipotez reddedilmektedir. Ortalamalara bakıldığında yaşı yüksek olanların diğerlerine kıyasla sosyal medyaya daha az bağımlı oldukları, aile içinde daha fazla paylaşım yaptıkları ve aileleri ile daha fazla kaliteli vakit geçirdikleri görülmektedir. Ayrıca araştırmada yaşça küçük olanların gün içerisinde daha uzun süre sosyal medyada vakit geçirmeleri bu bulguları desteklemektedir. Yaşça küçük olanların erken yaşlarda internet ile tanışmaları ve internet ile daha fazla vakit ayırma imkânları olduğu için bu alanda daha uzun süreler bulunmaları oldukça normal görülmektedir.



Tablo 9: Sosyal medya kullanım sıklığı ile aile içi iletişim arasındaki ilişki için Yapılan Korelasyon Analizi

		Paylaşım	Bağımlılık	Sosyal İzolasyon	Ortak Kaliteli Zaman Geçirme
Sıklık	Korelasyon	-,296**	-,026	-,151	-,168
	P (2 uçlu)	,001	,659	,009	,004

Tablo 5'te katılımcıların sosyal medyayı kullanma sıklıkları ile aile içi iletişim ölçeği boyutlarından paylaşım ve ortak kaliteli zaman geçirme arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır. Diğer taraftan sosyal medya kullanım sıklığı ile bağımlılık ve sosyal izolasyon arasında anlamlı ilişki bulunmamaktadır. Bu bağlamda sıklık ne kadar artarsa aile içi paylaşım ve aile ile ortak kaliteli zaman geçirme durumunun azaldığı söylenebilmektedir.

SONUÇ

Sosyal medya, insanların birbirleriyle olan iletişimini kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır. Fakat sanal anlamda ilişkileri geliştiren sosyal medyanın aile içi iletişim üzerinde negatif etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırma öğrencilerin tamamına yakını, her gün sosyal medya hesaplarına giriş yaptığını belirtmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın katılımcılar açısından hayatlarının bir parçası olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan katılımcıların yüzde yetmişten fazlasının günde ortalama 2 saat ve üzerinde vakit geçirdikleri görülmektedir. Sosyal medya hesapları içerisinde en fazla Instagram, Youtube ve Facebook kullanan katılımcılar çoğunlukla 7 ile 9 yıl kadar sosyal medya kullanıcı oldukları saptanmaktadır. Bu verilere bakıldığında sosyal medya kullanıcılarının deneyimli olduklarını göstermektedir.

Sosyal medyada uzun süre vakit geçiren katılımcıların, aileleri ile olan paylaşımları konusunda daha isteksiz oldukları görülmektedir. Katılımcılar, bu konuda aileleri ile iletişim halindeyken konu bulmakta zorlandıklarını belirtmektedir. Diğer taraftan katılımcıların aileleri ile iletişim halindeyken sıkıldıkları görülmektedir. Katılımcılardan erkek olanların kadınlara kıyasla daha fazla sosyal medya bağımlısı oldukları, yaş açısından da bakıldığında ise yaşı daha yüksek olanların daha az bağımlı oldukları tespit edilmektedir. Araştırmada sosyal medya kullanım sıklığının artmasıyla aile içi paylaşımın ve aileleri ile kaliteli ortak vakit geçirme durumunun azaldığı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aslan, Neşe; Cansever, Belgin, (2012). Ergenlerin Boş Zaman Değerlendirme Algısı. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42, 23-35.
- Bayraktutan, F. (2005). *Aile içi ilişkiler açısından internet kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Yapı-Sosyal Yapı Bilim Dalı.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9 (2), 27-50.
- Kırcova, İbrahim; Enginkaya, Ebru (2015). *Sosyal Medya Pazarlama*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kırık, A. M. (2014). Aile ve çocuk ilişkisinde internetin yeri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 337-347.
- Rajeev, Masand, Jobilal (2015). Effects of Social Media on Social Relationships: A Descriptive Study on the Impact of Mobile Phones Among Youth Population. *International Research Journal of Social Sciences*, 4/2, 11-16.
- Taprial, Varinder; ve Kanwar Priya (2012). *Understanding Social Media*. Frederiksberg: Ventus Publishing ApS.
- Villegas, A. (2013) The Influence of Technology on Family Dynamics, *Proceedings of The New York State Communication Association*, Vol. 2012, Article 10. 1-17.
- Yamamoto, Gonca. Telli, Şekeroğlu, Özgür, Karamanlı (2014). *Sosyal Medya ve Blog*. İstanbul: Kriter Yayınları.
- Yeniçikti, Nagihan Tufan, (2017). *Sosyal Medya Facebook ve Twitter Motivasyonları*. Konya: Literatürk Yayınları.