

AİLE İÇİ YÜZ YÜZE İLETİŞİM, İNTERNET VE SOSYAL MEDYA KULLANIM İLİŞKİSİ

Birol GÜLNAR¹

Fatma ÖZTAT²

ÖZET

İnternet ve sosyal medya teknolojilerinin, iletişim sürecine dahil olmasıyla yüz yüze iletişim tanımı da güncellenmektedir. Aynı mekanı paylaşan aile bireylerinin tutumları, yüz yüze iletişim ve çevrim içi iletişimin var olabilecek ilişkisine dair farklı çalışmalara konu olmaktadır. İnternet ve sosyal medya kullanımı, kişilik özellikleri ve kullanım amaçları gibi unsurlar ışığında farklılaşmaktadır. Bu çalışmada aile içi yüz yüze iletişim sıklığı ile internet ve sosyal medya kullanım ilişkisini ölçmek için evli 1108 katılımcı ile anket çalışması yapılmıştır. Rastgele örnekleme tekniği kullanılmıştır. Veriler; yüz yüze iletişim sıklığı, internet kullanım türleri, sosyal medya kullanım türleri ve amaçları gibi farklı soru gruplarını içeren bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre katılımcılar, haftalık ortalama 6 gün ve günlük ortalama 4 saat aile bireyleriyle yüz yüze iletişimde bulunmaktadır. Genel sosyal medya kullanımı ve WhatsApp kullanımı arttıkça yüz yüze iletişim sıklığı azalmaktadır. Arkadaşlık kurma amacıyla sosyal medya kullanımı ve Facebook kullanımı arttıkça aile içi yüz yüze iletişim sıklığı artmaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre; katılımcıların yüz yüze iletişim düzeyi; tercih edilen sosyal medya platformuna ve kullanım amacına göre farklı ilişki ağları oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aile, yüz yüze iletişim, internet kullanımı, sosyal medya kullanımı.

THE RELATIONSHIP BETWEEN FAMILY FACE TO FACE COMMUNICATION, INTERNET AND SOCIAL MEDIA USAGE

ABSTRACT

The definition of face to face communication is also updated with the inclusion of the internet and social media technologies in the communication process. Attitudes of family members who share the same space are subject to different studies on the possible relationship between face to face communication and online communication. The use of the internet and social media changes in the light of factors such as personality traits and purposes of use. In this study, a questionnaire was conducted with 1108 married participants in order to measure the relationship between face to face communication and internet and social media usage. Random sampling technique was used. Data; face to face communication frequency, types of internet usage, types and purposes of social media usage were collected through a questionnaire including different question groups. According to the findings, the participants have face to face communication with family members on average 6 days per week and 4 hours per day. As general social media usage and WhatsApp usage increases, the frequency of face to face communication decreases. As the use of social media and Facebook for the purpose of making friendship increases, the frequency of face to face communication within the family increases. According to the results of the study; the level of face to face communication of the participants; it creates different relationship networks according to the preferred social media platform and the intended use.

¹ Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Konya, Türkiye, bgulnar@selcuk.edu.tr

² Araş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Konya, Türkiye, fatma.oztat@selcuk.edu.tr

Keywords: Family, face to face communication, internet usage, social media usage.

1. GİRİŞ

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle beraber, sosyal hayatın dönüşümü noktasında sıklıkla tartışılan bir kavram olan yüz yüze iletişim, özellikle internet ve sosyal medya kullanımı ile ilişkili bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dönüşüm sürecinde yüz yüze iletişimin tanımı da güncellenmektedir. Kimi kaynaklarda telekonferans, görüntülü görüşme vb. olanakların da yüz yüze iletişime dahil edilebilirliği tartışılmaktadır (Flaherty vd., 2009; Kappas ve Kramer, 2011). İletişim teknolojileri ne kadar gelişirse gelişsin, sorun çözmeye yüz yüze iletişim, hala en önemli iletişim kurma şekli olarak tavsiye edilmektedir (Shekhawat ve Nirban, 2019).

Yüz yüze iletişim sürecinde, insanlar bir takım mesajları değiş tokuş etmektedir. Kişiler arası iletişimin bir argümanı olan yüz yüze iletişimde, değiş tokuş sürecine, beden dili, jest ve mimik vb. unsurlar dahil olmaktadır. Muhataplar arasında bir engel ya da aracı olmaksızın yapılan yüz yüze iletişim, çağımızda dijital iletişim olanakları ile karşılaştırılmaktadır. Yüz yüze iletişim; sürekli açık olan ve gece gündüz mesajlaşılabilen dijital platformlara nazaran daha az stresli ve daha az gürültülü bulunmaktadır (Egan, 2017). Yüz yüz iletişimin belli bir zaman aralığında ve çoğunlukla planlanmış bir şekilde gerçekleştirilebildiği için daha az stresli olduğunu öne süren Egan'ın görüşlerinin (2017) aksine; yüz yüze iletişim için gerekli olan bireylerin senkronunun, internet iletişimi için gerekli olmamasını, iletişim için yeni bir yol ve avantaj olarak gören çalışmalar bulunmaktadır (Gernsbacher, 2014).

Berger, yüz yüze iletişim sürecini internet iletişimi ile kıyaslamış, bu iki olgunun beş temel noktada ayrıştığını ifade etmiştir. Bunları internet iletişiminin; yazılı, yönlendirilmemiş, isimsiz, daha çok izleyiciye açık ve sosyal varlığı azaltmaya yönelik olması şeklinde açıklamıştır. Farklılıkların her biri, insanların neden yüz yüze iletişimi ya da internet iletişimini tercih ettikleri noktasında fikir vermektedir (Berger, 2013).

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bu başlık altında yüz yüze iletişim ve aile ilişkisi kuramsal bir çerçevede ele alınmıştır. Diğer yandan çalışmanın temel konusu olan yüz yüze iletişim, internet ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişki yapılan çalışmalar ışığında değerlendirilmiş, değişkenler kuramsal bir çerçevede açıklanmaya çalışılmıştır.

2.1. Yüz Yüze İletişim ve Aile

İletişim tercihleri fiziksel olarak bir arada bulunmak zorunda olan; ofis çalışanları, grup iletişim kurmak durumunda olanlar ya da aynı evi paylaşanlar açısından farklılaşabilmektedir. İletişim sürecindeki dönüşüm, sosyal medyanın iletişim sürecini değiştirmesi (Wilkins vd., 2018), aynı evi paylaşan aile bireyleri açısından da farklı çalışmalara konu olmaktadır. Ailedeki genç üyelerin bilgisayar teknolojileri hakkında ebeveynlere göre daha fazla bilgi sahibi olmalarının, aile iletişimine olumsuz yansıdığı, ebeveynlerin bilgisayar kullanımıyla işlerin daha da giriftleştiği, sözlü uyarı ve kısıtlamalarınsa bu süreçte işlevsiz kaldığı ifade edilmektedir (Mesh, 2006). Bilgisayar teknolojilerinin eve ve aile iletişimine dahil edilmesini, aileye katılan yeni bir bireyin evcilleştirilmesi şeklinde tanımlayan Silverstone ve Haddon, bilgisayar teknolojilerinin heyecan veren yeniliğinin aynı zamanda tehditkar bir boyut taşıdığını ifade etmiştir (Silverstone ve Haddon, 1996).

Çevrim içi bağlantıların aile üyelerine yeni ilişkiler ve iletişim ortamı için olumlu bir zemin oluşturduğunu söyleyen çalışmalar olduğu gibi (Hughes ve Hans, 2001; Sutherland vd., 2003; Williams ve Merten, 2011; Bacigalupe ve Bräuninger, 2017), bu bağlantıların aile iletişimiyle negatif ilişkili olabileceğini vurgulayan çalışmalar da bulunmaktadır (Subrahmanyam vd., 2001;

Mesch, 2003; Öztat, 2019). Özellikle cep telefonunun sağladığı iletişim olanaklarının, aile sınırlarını ortadan kaldırdığı ve iş yerinde dahi aile üyeleriyle kesintisiz iletişim sağladığı yönünde bulgular vardır (Wajcman vd., 2008). Aile üyelerinin kesintisiz iletişimüne, bir stres kaynağı olarak yaklaşılması gerekebilir (Bacigalupe ve Bräuninger, 2017). Çiftlerin iletişim teknolojilerini kullanma süreçlerinde yapılacak profesyonel destek, bu teknolojilerin aile içinde olumlu kullanımına zemin hazırlayabilmektedir (Akyıl vd., 2017). Katz ve Rice'in araştırma sonuçlarına göre, katılımcılar yakın çevreleri ve arkadaşlarından daha fazla aileleri ile iletişim kurmak için internet teknolojilerini tercih etmektedirler. Ayrıca internet platformlarında kadınlar, erkeklere göre, daha çok aile üyesi ile etkileşim halindedir (Katz ve Rice, 2002).

2.2. Yüz Yüze İletişim, İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

Yüz yüze iletişim, sosyal hayatın pek çok dinamiğiyle ilişki bir kavramdır. Bu dinamiklerin içinde internet ve sosyal medya kullanımı öne çıkmaktadır. İnternet ve sosyal medya kullanımı, kullanıcıların kişilik özellikleriyle ilişkili bir süreç olarak değerlendirilebilmektedir. Özellikle sosyal kaygı yaşayan bireyler için yüz yüze iletişimin endişe verici olduğunu belirten araştırmalar bulunmaktadır. Lundy ve Droin'e göre; sosyal kaygıları nedeniyle yüz yüze iletişim yerine sosyal platformlar aracılığı ile iletişim kurmayı seçen bireyler bulunmaktadır. Sosyal kaygılı bireyler özellikle anlık mesajlaşma hizmetini tercih etmektedir. Sosyal kaygısı düşük bireylerin, yüz yüze iletişim ve telefon görüşmeleri ile ilgili daha olumlu olduğu görülmüştür (Lundy ve Droin, 2016). Benzer sonuçlar içeren bir diğer çalışmada ise yüz yüze iletişim davranışlarının yerini almaya başlayan anlık mesajlaşmanın, yalnızlık düzeyi ile pozitif ilişkili olduğu ifade edilmiştir (Gülner, 2016). Moody, yüz yüze iletişim davranışları ile sosyal ve duygusal yalnızlık arasında negatif ilişki olduğunu ifade ederek benzer pek çok çalışmayla örtüşen bir sonuca ulaşmıştır (Moody, 2001).

Kim'e göre, yalnızlık düzeyi arttıkça, insanlar, yüz yüze iletişimden çok akıllı telefonlar aracılığı ile gerçekleştirilen iletişime yönelmektedir. Ayrıca, genç yetişkinlerin, ergenlerden daha fazla akıllı telefonla kurulan iletişimde sorun yaşadığı belirtilmiştir (Kim, 2017). Baym vd.'nin araştırmasında, çevrim içi iletişimin, katılımcılar tarafından tercih edilebilir bulunduğu ama yüz yüze iletişimin yerine tamamen geçmediği görülmektedir. İnternetin sosyal hayatla entegre olduğu ve günlük hayattaki iletişimi, pozitif açıdan tamamladığı ifade edilmiştir (Baym vd., 2004).

Sosyal hayatta yüz yüze iletişimin tercih edilmesi, iletişim aktiviteleri için cep telefonunun sorunlu kullanımını azaltabilmektedir. Diğer yandan cep telefonunun sorunlu kullanımı ile depresyon düzeyi arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır (Kim vd., 2015). Öz saygısı yüksek kişiler bilgisayar ve internet dışındaki aktiviteleri tercih etmekte, öz saygısı düşük kişiler ise çevreleriyle iletişim kurmak için internete yönelmektedir (Gülner ve Kazaz, 2016). Yüz yüze iletişim kurmak, yaşam doyumu düzeyi ile pozitif ilişkilidir (Gülner ve Balcı, 2012). Nevrotik kişilik tipi arttıkça yüz yüze iletişim kurma davranışı azalmaktadır. Dışadönüklük, açıklık, vicdanlılık gibi kişilik özellikleri ile yüz yüze iletişim kurma davranışı arasında ise pozitif ilişki bulunmaktadır (Kazaz ve Gülner, 2016).

İlgili literatür taraması ışığında aşağıda yer alan araştırma sorularına yer verilmiştir:

Araştırma Sorusu 1: Katılımcıların yüz yüze iletişim sıklık düzeyleri nedir?

Araştırma Sorusu 2: Katılımcıların internet kullanım türleri ve süreleri nasıl dağılım göstermektedir?

Araştırma Sorusu 3: Katılımcıların sosyal medya kullanma türleri ve süreleri nasıl dağılım göstermektedir?

Araştırma Sorusu 4: Katılımcıların yüz yüze iletişim sıklığı düzeyleri ile internet ve sosyal medya kullanım düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

3. YÖNTEM

Yüz yüze iletişim sıklığı, internet ve sosyal medya kullanım düzeyleri arasında var olabilecek ilişkileri ortaya koymak amacıyla Konya'da 1108 evli birey arasında bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir.

3.1. Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Alan araştırması Konya'daki evli bireyler arasında yapılmıştır. Anket, 1108 kişilik bir katılımcı sayısına ulaşmıştır. Çalışmada katılımcı seçiminde basit tesadüfi (rastlantısal) örneklem tekniği kullanılmıştır. Basit tesadüfi örneklemede evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşittir. Dolayısıyla hesaplamalarda da her elemana verilecek ağırlık aynıdır (Arıkan, 2004, s.141). Katılımcılar, evli bireylerden rastlantısal olarak seçilmiştir.

3.2. Ölçüm Araçları

Katılımcıların yüz yüze iletişim sıklığı ile internet ve sosyal medya kullanım düzeyleri arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla üç bölümden oluşan bir ölçek kullanılmıştır.

Ölçüm aracının ilk kısmında ailedeki yüz yüze iletişim sıklığını ölçmek için iki farklı soru kullanılmıştır. Bunlar aile bireylerinin haftalık ve günlük yüz yüze iletişim sıklığını tespit etmek için hazırlanan sorulardan oluşmaktadır. Yüz yüze iletişim sıklığı için hazırlanan sorular; Şahin ve Gülnar'ın (2016) çalışmasındaki ölçeğin aileye uyarlanmasıyla oluşturulmuştur.

Ölçüm aracının ikinci kısmında, katılımcıların internet kullanım amaçlarını ve süresini ölçmek için hazırlanan açık uçlu 14 soru bulunmaktadır. Ölçüm için, Erickson ve Johnson'ın internet kullanımı ile ilgili geliştirdiği ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin alfa değeri, .89'dur (Erickson vd., 2011: 201). Ölçeğin kendi içinde; iletişim, bilgilenme ve eğlence amaçlı kullanımdan oluşan alt boyutlar bulunmaktadır.

Ölçüm aracının üçüncü kısmında ise katılımcıların sosyal medya kullanım tercihleri ve süreleri ile ilgili iki soru grubu bulunmaktadır. İlk bölümde katılımcıların tercih ettikleri sosyal medya platformlarının kullanım süreleri ile ilgili 7 açık uçlu soru bulunmaktadır. İkinci bölümde sosyal medya kullanım amaçlarını kapsayan 7 açık uçlu soru yer almaktadır. Sosyal medya kullanım amaçları ve sıklığını tespit etmek için toplam 14 soru kullanılmıştır. Acar'ın (2018) kullandığı ölçekten yola çıkılmış, ölçek, sosyal medya kullanım amaçları ile zenginleştirilmiştir.

Ölçüm aracının son bölümünde ise katılımcıların bireysel niteliklerine ilişkin sorulara yer verilmiştir.

3.3. Uygulanan Analizler ve İstatistiksel Testler

Öncelikle 100 kişiden oluşan küçük bir örneklem üzerinde pilot çalışma yapılmış ve soru formu üzerinde gerekli düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Analizler ve testler SPSS 25 programı aracılığıyla yapılmıştır. İlgili araştırma sorularını yanıtlamak için farklı analizler uygulanmıştır. Katılımcıların compute edilmiş yüz yüze iletişim sıklığı düzeylerini tespit etmek için frekans analizi ve merkezi eğilim istatistiği kullanılmıştır. Katılımcıların internet ve sosyal medya kullanım düzeylerini ortaya koymak için ise merkezi eğilim istatistiklerine yer verilmiştir. Bunun yanı sıra, katılımcıların yüz yüze iletişim sıklığı, internet ve sosyal medya kullanım düzeyleri arasında ilişki olup olmadığını ortaya koyabilmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

4. BULGULAR

Bulgular başlığı kendi içerisinde dört önemli alt başlığı barındırmaktadır: Bu başlıklar, katılımcıların yüz yüze iletişim sıklığı, internet ve sosyal medya kullanım biçimi ve sıklığı, yüz yüze iletişim sıklığı internet ve sosyal medya kullanım ilişkisidir.

4.1. Katılımcıların Yüz Yüze İletişim Sıklığı

Katılımcıların yüz yüze iletişim sıklığı iki farklı soru grubunda ölçülmüştür. Öncelikle katılımcılara “haftada kaç gün aile bireyleri ile yüz yüze iletişimde buldukları” sorulmuştur. Ölçülen değerler frekans analizi ile incelenmiştir. Tablo1’e göre katılımcıların %72’si haftanın her günü aile bireyleri ile yüz yüze iletişimde bulunmaktadır. Bu sonuçtan hareketle katılımcıların önemli bölümünün her gün aile bireyleri ile yüz yüze iletişim kurabildiği anlaşılmaktadır. Diğer iletişim sıklığı tercihlerine bakılacak olursa; haftanın altı günü ve haftanın beş günü aileleri ile yüz yüze iletişim kurabilen katılımcıların oranı % 5.5 olmuştur. Aile bireyleri ile yüz yüze iletişimde bulunmayanların oranı ise %1.5’te kalmıştır.

Tablo 1: Katılımcıların Haftalık Aile İçi Yüz Yüze İletişim Sıklığı Frekans Analizi

İLETİŞİM SIKLIĞI	SAYI	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE
Hiç bulunmuyorum	17	1,5	1,5
Haftada bir gün	27	2,4	2,4
Haftada iki gün	38	3,4	3,4
Haftada üç gün	46	4,2	4,2
Haftada dört gün	60	5,4	5,4
Haftada beş gün	61	5,5	5,5
Haftada altı gün	61	5,5	5,5
Haftanın yedi günü	798	72,0	72,0
Genel Toplam	1108	100.0	

Katılımcıların haftalık yüz yüze iletişim sıklığı ortalamasına bakıldığında (Tablo 2), katılımcıların haftalık ortalama altı gün ($\bar{x} = 6,0812$) aileleri ile yüz yüze iletişim kurduğunu görmektedir.

Tablo 2: Katılımcıların Haftalık Aile İçi Yüz Yüze İletişim Sıklığı Merkezi Eğilim İstatistiği

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sapma
Haftada Kaç Gün Aile Bireyleri ile Yüz Yüze İletişim Kuruyorsunuz?	1108	,00	7,00	6,0812	1,75271

Katılımcıların aile bireyleri ile günlük yüz yüze iletişim sıklığını ölçmek için hazırlanan ikinci soru grubunda, “sıradan bir günde aile bireyleri ile kurdukları yüz yüze iletişim sıklığı” sorulmuştur. Alınan cevaplara doğrultusunda yapılan frekans analizine göre (Tablo 3); katılımcıların %24.3’ü günde 3.1-5 saat aralığında aile bireyleriyle yüz yüze iletişim kurmaktadır. Aile bireyleri ile günlük hiç yüz yüze iletişimde bulunmayanların oranı ise %2.7 olarak görülmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların Günlük Aile İçi Yüze Yüze İletişim Sıklığı Frekans Analizi

İLETİŞİM SIKLIĞI	SAYI	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE
Hiç bulunmuyorum	30	2,7	2,7
0-30 dakika	57	5,1	5,1
31 Dakika - 1 Saat	188	17,0	17,0
1.1 - 3 Saat	212	19,1	19,1
3.1 - 5 Saat	269	24,3	24,3
5.1 - 7 Saat	133	12,0	12,0
7.1 - 9 Saat	67	6,0	6,0
9 Saatten fazla	152	13,7	13,7
Genel Toplam	1108	100.0	

Katılımcıların günlük yüz yüze iletişim sıklık düzeyleri merkezi eğilim istatistiği ile incelenmiştir. Tablo 4'te görüleceği üzere katılımcılar günlük ortalama 4 saate yakın ($\bar{x}=3,8592$) aileleriyle yüz yüze iletişimde bulunmaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Günlük Aile İçi Yüze Yüze İletişim Sıklığı Merkezi Eğilim İstatistiği

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sapma
Sıradan bir günde aile bireylerinizle yüz yüze iletişim kurmak için ne kadar süre harcarsınız? (saat)	1108	,00	7,00	3,8592	1,82921

4.2. Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri

Çalışmada katılımcıların internet kullanımı; iletişim, bilgi ve eğlence alt boyutlarıyla ölçülmüştür. Compute edilen veriler merkezi eğilim istatistikleri ile incelenmiştir. Tablo 5'te görüldüğü üzere eğlence amaçlı internet kullanım oranı ($\bar{x}=20,09$ dakika), diğer kullanım amaçlarına göre daha yüksektir. Eğlence amaçlı internet kullanımını, günlük ortalama internet kullanım düzeyinde sırasıyla iletişim amaçlı kullanım ($\bar{x}=19,82$) ve genel internet kullanımı ($\bar{x}=17,66$) takip etmektedir. Bilgi amaçlı kullanım ise diğer kullanım türleri arasında en az tercih edilen kullanım amacı olarak göze çarpmaktadır. Bilgi amaçlı internet kullanımının günlük ortalama süresi $\bar{x}=13,51$ dakika olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5: İnternet Kullanımına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri (Dakika)

İNTERNET KULLANIMI	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sapma
İletişim Amaçlı	1108	0	174,00	19,82	25,45
Bilgi Amaçlı	1108	0	186,00	13,51	23,19
Eğlence Amaçlı	1108	0	285,00	20,09	30,80
Genel Kullanım	1108	0	115,71	17,66	19,93

Katılımcıların sosyal medya platform tercihleri ve kullanım süreleri merkezi eğilim istatistiği ile ölçülmüştür. Tablo 6'de görüleceği üzere katılımcılar günlük ortalama en fazla WhatsApp uygulamasını kullanmaktadırlar. WhatsApp'ın günlük ortalama kullanım süresi $\bar{x}=40,11$ dakikadır. Kullanım sıklığında WhatsApp uygulamasını, Instagram ($\bar{x}=24,99$) ve Youtube ($\bar{x}=24,19$) uygulamaları takip etmektedir. Katılımcılar günlük ortalama en az Twitter uygulamasını kullanmaktadırlar. Twitter uygulamasının günlük ortalama kullanım süresi $\bar{x}=5,49$ dakika olarak ölçülmüştür.

Tablo 6: Sosyal Medya Platformu Kullanımına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri (Dakika)

SOSYAL MEDYA TERCİHLERİ	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sapma
Facebook	1108	0	300,00	19,48	34,13
Twitter	1108	0	180,00	5,49	18,54
Instagram	1108	0	360,00	24,99	49,60
YouTube	1108	0	600,00	24,19	49,77
WhatsApp	1108	0	600,00	40,11	75,75
Genel Kullanım	1108	0	216,40	22,85	29,52

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları merkezi eğilim istatistiği ile incelenmiştir. Tablo 7'e göre katılımcılar günlük ortalama en sık "zaman geçirmek" için sosyal medyaya girmektedirler. Sosyal medyayı zaman geçirme amacıyla kullanan katılımcıların harcadıkları günlük ortalama süre $\bar{x}=27,87$ dakikadır. Katılımcıların günlük ortalama en az zaman ayırdıkları sosyal medya kullanım amacı "kendini tanıtmak" olmuştur. Kendini tanıtmaya amacıyla günlük ortalama kullanım süresi $\bar{x}=4,04$ dakika olarak tespit edilmiştir.

Tablo 7: Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri (Dakika)

SOSYAL MEDYA KULLANIM AMACI	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sapma
Arkadaşlık kurma günlük ortalama kullanım süresi	1108	0,00	210,00	5,10	20,71
Gündemi takip etme günlük ortalama kullanım	1108	0,00	210,00	24,27	38,27
Oyun oynamak günlük ortalama kullanım süresi	1106	0,00	300,00	8,89	28,44
Kendini tanıtmak günlük ortalama kullanım süresi	1108	0,00	600,00	4,04	28,58
Arkadaşları takip etmek günlük ortalama kullanım	1108	0,00	300,00	13,76	31,40

Zaman geçirmek günlük ortalama kullanım süresi	1106	0,00	600,00	27,87	58,31
--	------	------	--------	-------	-------

4.3. Yüz Yüze İletişim Sıklığı, İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İlişkisi

Katılımcıların yüz yüze iletişim sıklığı ile internet kullanım düzeyleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 8'da görüldüğü üzere, yüz yüze iletişim sıklığı ve internet kullanım düzeyi arasında anlamlı ilişki görülmemektedir.

Tablo 8: Katılımcıların İnternet Kullanımı ile Yüz Yüze İletişim Sıklığı İlişkisi Korelasyon Analizi Sonuçları

	<i>İletişim Amaçlı</i>	<i>Bilgilenme Amaçlı</i>	<i>Eğlence Amaçlı</i>	<i>Genel İnternet Kullanımı</i>
Yüz Yüze İletişim	-,008	-,014	-,012	-,023
N	887	702	672	937

Katılımcıların yüz yüze iletişim sıklığı ile sosyal medya kullanım düzeyleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 9'da görüleceği üzere yüz yüze iletişim sıklığı ile WhatsApp kullanımı arasında negatif anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r = -,079$, $p < .05$). Yüz yüze iletişim sıklığı ile sosyal medya genel kullanımı arasında da negatif anlamlı ilişki görülmektedir ($r = -,110$, $p < .01$). Bu sonuçlardan yola çıkarak WhatsApp kullanımı ve sosyal medyanın genel kullanımı arttıkça yüz yüze iletişim sıklığının azaldığı görülmektedir. Diğer yandan yüz yüze iletişim sıklığının Facebook kullanımı ile pozitif anlamlı ilişkisi dikkat çekmektedir ($r = ,087$, $p < .05$). Bu sonuç; Facebook'taki ilişkilerin, WhatsApp ve sosyal medya genel kullanımının aksine, yüz yüze iletişimi destekleyen ya da yüz yüze iletişime dönüşebilen bir yapı olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Tablo 9: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ile Yüz Yüze İletişim Sıklığı İlişkisi Korelasyon Analizi Sonuçları

	<i>Genel Kullanım</i>	<i>Facebook</i>	<i>Twitter</i>	<i>Instagram</i>	<i>YouTube</i>	<i>WhatsApp</i>
Yüz Yüze İletişim	-,110**	,087*	,023	-,050	-,072	-,079*
N	683	504	182	498	484	881

Not: * $p < .05$, ** $p < .01$

Katılımcıların yüz yüze iletişim sıklığı ile sosyal medya kullanım amaçları Tablo 11'de korelasyon analizi ile ortaya konulmuştur. Tablo 10'e göre katılımcıların kendini tanıtmaya amacıyla sosyal medya kullanımları arttıkça yüz yüze iletişim sıklıkları azalmaktadır ($r = -,325$, $p < .01$). Katılımcıların arkadaşlık kurma amacıyla sosyal medya kullanımları ile yüz yüze iletişim sıklığı düzeyleri arasında ise pozitif anlamlı ilişki görülmektedir ($r = ,215$, $p < .01$). Facebook kullanımı ile yüz yüze iletişim sıklığı arasındaki pozitif ilişkiyi destekleyen bu bulgu, arkadaşlık kurma amacının Facebook kullanımı ile birlikte yüz yüze iletişimi desteklediğini göstermektedir.

Tablo 10: Katılımcıların Yüz Yüze İletişim Sıklığı ile Sosyal Medya Kullanım Amaçları İlişkisi Korelasyon Analizi Sonuçları

	<i>Arkadaşlık Kurma</i>	<i>Gündemi Takip Etme</i>	<i>Oyun Oynama</i>	<i>Kendini Tanıtma</i>	<i>Arkadaşları Takip Etme</i>	<i>Zaman Geçirme</i>
Yüz Yüze İletişim	,215*	,065	-,001	-,325**	-,071	-,046
N	120	553	181	94	383	452

Not: *p< .05, **p< .01

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma ile toplumsal hayatın önemli dinamiklerinden olan yüz yüze iletişimin internet ve sosyal medya kullanımı ile ilişkisi ortaya konmaya çalışılmıştır. Evli 1108 katılımcıyla gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarına göre katılımcılar ortalama haftanın 6 günü aile bireyleriyle yüz yüze iletişim kurmaktadır. Katılımcılar günlük ortalama 4 saate yakın aile bireyleriyle yüz yüze iletişimde bulunmaktadırlar. Katılımcılar en çok “eğlence amacıyla” internet kullanmaktadır. Eğlence amacı ile internet kullanımının günlük ortalama süresi 20 dakikadır. Sosyal medya platformlarında günlük ortalama en çok kullanılan platform (40 dakika) WhatsApp olarak ölçülmüştür. Sosyal medya kullanım amaçlarına bakıldığında, katılımcıların en çok “zaman geçirmek” için sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir (günlük ortalama 27 dk).

İnternet ve sosyal medya kullanımının yüz yüze iletişimle ilişkisine bakıldığında; internet kullanım türlerinin yüz yüze iletişimle anlamlı bir ilişkisi olmadığı görülmüştür. Sosyal medya platform tercihleri ile yüz yüze iletişim ilişkisinde dikkat çekici bazı ipuçları bulunmaktadır. WhatsApp kullanımı ve genel sosyal medya kullanımı yüz yüze iletişimi azaltırken, Facebook kullanımı, yüz yüze iletişim sıklığını artırmaktadır. Sosyal medya kullanım amaçları ile yüz yüze iletişim sıklığı ilişkisi değerlendirildiğinde, kendini tanıtmaya amacıyla sosyal medya kullanımının yüz yüze iletişim sıklığını azalttığı görülmektedir. Arkadaşlık kurma amacıyla sosyal medya kullanımı ise yüz yüze iletişim düzeyi ile pozitif ilişkilidir. Bu bulgu, Facebook ile yüz yüze iletişim sıklığı ilişkisini destekleyen bir sonuç oluşturmaktadır. Sosyal medyada arkadaşlık kurma ve mevcut arkadaşları takip etme amaçlarının yoğun olarak hakim olduğu Facebook, diğer sosyal platformlardan ayrılmış, yüz yüze iletişimi destekleyen bir zemin oluşturmuştur.

Yüz yüze iletişim sıklığı, internet ve sosyal medya kullanım ilişkisi, farklı parametlerde değişken sonuçlar içermektedir. Bu da internet teknolojilerinin yüz yüze iletişim süreciyle çok boyutlu bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Bu çok boyutlu ilişki; internet ve sosyal medya kullanımının, yüz yüze iletişimle, tümüyle negatif ya da pozitif bir ilişki ağı oluşturabileceği kanısını engellemektedir. Örneğin; sosyal medyanın; zaman, mekan gibi engelleri kaldırıp iletişim maliyetini düşürdüğü için kişiler arası iletişim ile pozitif ilişkili olduğunu öne süren (İnankul, 2018) çalışmalara paralel olarak, internet iletişiminin asenkron zemininin kullanıcılarına zaman kazandırmasını bir kazanç olarak gören araştırmalar bulunmaktadır (Berger ve İyengar, 2013; Hacker ve Steiner, 2001). Bu çalışmadaki yüz yüze iletişim ile Facebook kullanımının pozitif ilişkisi; yukarıda örneklendirilen çalışmalara örtüşmektedir. Diğer yandan internet teknolojilerine bağlı iletişimin, yüz yüze iletişim ile, kullanıcının kişilik özelliklerine göre ilişki ağı oluşturduğu ve yüz yüze iletişimin, internet iletişiminden daha fazla kişiler arası bağ sağladığı ifade edilmiştir (Kazaz ve Gülnar, 2016; Sassenberg vd., 2005; Sassenberg, 2013; Gülnar ve Kazaz, 2016). Bu çalışmadaki yüz yüze iletişim ile genel sosyal medya kullanımı ve WhatsApp kullanımının negatif ilişkileri; bahsedilen çalışmalarda

örtüşmektedir. Buradan yola çıkarak, yüz yüze iletişim, internet zemininde kullanılan iletişim platformuna ve kullanım amacına göre farklı ilişki ağları oluşturmaktadır. Bu farklı ilişki ağlarını daha detaylı açıklamak üzere özellikle yüz yüze iletişim ile WhatsApp ve Facebook kullanımları hakkında yeni çalışmalar yapılabilir. Kendini tanıtırma amacıyla, arkadaşlık kurma amaçlarının yüz yüze iletişimle farklı yönde oluşturduğu ilişkileri göz önüne alıp, internet ve sosyal medya kullanım amaçları ile yüz yüze iletişimin daha derinlikli ve farklı yönleri yeni araştırmalara konu edilmelidir.

KAYNAKLAR

- Acar, N. (2018). *Siyasi Eylemlerde Sosyal Medya Örgütlenmesi: 15 Temmuz Darbe Girişimi ve Demokrasi Nöbetleri*. Selçuk Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi
- Akyıl, Y., Bacigalupe, G. ve Üstünel, A. Ö. (2017). Emerging Technologies and Family: A Cross-National Study of Family Clinicians' Views. *Journal of Family Psychotherapy*. 28 (2). 99-117.
- Arıkan, R. (2004). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama*. Ankara: Asil Yayın.
- Bacigalupe, G. ve Bräuninger, I. (2017). Emerging Technologies and Family Communication: The Case of International Students. *Contemporary Family Therapy*. 39 (4). 289-300.
- Baym, Nancy K., Zhang, Yan Bing ve Lin, Mei-Chen. (2004) Social Interactions Across Media: Interpersonal Communication on the Internet, Face-to-Face and the Telephone. *New Media & Society*. 6(3). 299-318.
- Berger, J. (2013). Beyond Viral: Interpersonal Communication in the Internet Age. *Psychological Inquiry*. 24 (4). 293-296.
- Berger, J. ve Iyengar, R. (2013). Communication Channels And Word Of Mouth: How The Medium Shapes The Message. *Journal of Consumer Research*. 40 (3). 567 – 579.
- Egan, J. (2017). Face-to-Face Communications Is Powerful, Postdigital Communications Tool. *Natural Gas & Electricity*. 1.
- Flaherty, L. M., Pearce K. J. ve Rubin, R. B. (2009). Internet And Face-To-Face Communication: Not Functional Alternatives. *Communication Quarterly*. 46(3). 250-268.
- Gernsbacher, M. A. (2014). Internet-Based Communication. *Discourse Processes*. 51 (5-6). 359-373.
- Gülınar, B. ve Balcı, Ş. (2012). The Relationship Between Life Satisfaction, Interpersonal Communication And Media Using Among Foreign Students. *International Journal of Multidisciplinary Thought*. 2(2): 43–54.
- Gülınar, B. (2016). Turkish University Students' Loneliness Degree And Internet Using. *The 2nd International Conference on the Changing World and Social Research (ICWSR'2016) Proceedings Book*. 136-143.
- Gülınar, B. ve Kazaz, M. (2016). The Relationship Between Self Esteem As Indicator Of Psychological Well Being And Internet Usage: A Survey Among Turkish University Students. *The 2nd International Conference on the Changing World and Social Research (ICWSR'2016) Proceedings Book*. 1139-1148
- Hacker, K. L. ve Steiner, R. (2001). Hurdles of Access and Benefits of Usage for Internet Communication. *Communication Research Reports*. 18 (4). 399 -407.

- Hughes, R. ve Hans, J. (2001). Computers, the Internet and Families. *Journal of Family Issues*. 22: 776–790.
- İnankul, F. (2018). Sosyal Medyanın Kişilerarası İletişimdeki Rolü. *International Journal of Social Science*. 1 (1) , 89-101.
- Kappas, A. ve Kramer, N. C. (2011). Introduction: Electronically Mediated Face to Face Communication: Issues, Questions, and Challenges. Ed: Kappas, A. ve Kramer, N. C. *Face to Face Communication Over the Internet, Emotions in a Web of Culture Language and Technology*. Cambridge University Press: New York.
- Katz, J. E. ve Rice, R. (2002). *Social Consequences of Internet Use*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kazaz, M. ve Gülnar, B. (2016). The Relationship Between Stress, Personality Types And Face To Face Communication: A Survey Among Turkish University Students. *The 2nd International Conference on the Changing World and Social Research (ICWSR'2016) Proceedings Book*. 1149-1156.
- Kim, Jung-Hyun (2017). Smartphone-Mediated Communication vs. Face-To-Face Interaction: Two Routes To Social Support And Problematic Use Of Smartphone. *Computers in Human Behavior*. Volume 67, 282-291.
- Kim, J., Seo, M. ve David, P. (2015). Alleviating Depression Only To Become Problematic Mobile Phone Users: Can Face-To-Face Communication Be The Antidote? *Computers in Human Behavior*. 51(A), 440-447.
- L.Lundy, Brenda ve Drouin, Michelle (2016). From Social Anxiety To Interpersonal Connectedness: Relationship Building Within Face-To-Face, Phone And Instant Messaging Mediums. *Computers in Human Behavior*. Volume 54, 271-277.
- Mesch, G. S. (2003). Family and Internet. *Social Sciences Quarterly*. 84: 1038 – 1049.
- Öztat, F. (2019). *Aile İçi İletişim Doyumu ve Sosyal Medya Kullanım İlişkisi*. Selçuk Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.
- Sassenberg, K., Boos, M. Ve Rabung, S. (2005). Attitude Change in Face-To-Face and Computer-Mediated Communication: Private Self-Awareness as Mediator and Moderator. *European Journal Of Social Psychology*. 35 (3). 361-374.
- Sassenberg, K. (2013). It Is About the Web and the User: The Effects of Web Use Depend on Person Characteristics. *Journal Psychological Inquiry an International Journal for the Advancement of Psychological Theory*. 24 (4). 333 – 340.
- Shekhawat, S. ve Nirban, S. V. (2019). Developing Communication Competence in Students Through Face-to-Face Conversation. *Journal of Soft Skills*. 13(1). 56-62.
- Silverstone, R. ve Haddon, L. (1996). Design and the Domestication of Information And Communication Technologies: *Technical Change and Everyday Life*. (Ed.: Mansell, R. ve Silverstone, R.). *Communication by Design: The Politics of Information and Communication Technologies*. Oxford: Oxford University Press. 44-74.
- Subrahmanyam, K., Greenfield, P., Kraut, R. ve Gross, E. (2001). The Impact of Computer Use on Children's and Adolescents' Development. *Applied Developmental Psychology*. 22: 7–30.
- Sutherland, R., Furlong, R. ve Facer, K. (2003). *Screenplay: Children and Computing in the Home*. London: Routledge-Falmer.

- Şahin, M. ve Gülnar, B. (2016). İletişim Korkusu ve İnternet Kullanımı İlişkisi: Türkiye'deki Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Alan Araştırması. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*. 9 (2). 5 - 26.
- Wajcman, J., Bittman, M., ve Brown, J.E. (2008). Families Without Borders: Mobile Phone Connectedness and Work-Home Divisions. *Sociology*. 42, 635–652.
- Wilkins, E. J., Smith, J. W. ve Keane, R. (2018). Social Media Communication Preferences Of National Park Visitors. *Applied Environmental Education & Communication* . 1-13.
- Williams, A. L. ve Merten, M. J. (2011). iFamily: Internet and Social Media Technology in the Family Context. *Family and Consumer Sciences*. 40 (2).150-170.