

EKRANIN ÖTESİNDEKİ GENÇLİK: DİJİTAL MEDYA VE GENÇLİK SÖYLEMLERİNE ELEŞTİREL BİR YAKLAŞIM

YOUTH BEYOND THE SCREEN: A CRITICAL APPROACH TO DIGITAL MEDIA AND YOUTH DISCOURSES

Gül den DEMİR¹



ORCID: G.D. 0000-0002-6028-5496

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Gül den Demir

İstanbul Nişantaşı University, Türkiye

E-mail/E-posta: gulden.demir@nisantasi.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 23.07.2025

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %6

Revision Requested/Revizyon talebi:
26.07.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:
01.08.2025

Accepted/Kabul tarihi: 01.08.2025

Ethics Committee Permission/ Etik Kurul İzni:
Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır. / There is no element in the study that requires ethics committee approval.

Citation/Atıf: Demir, G. (2025). Ekranın Ötesindeki Gençlik: Dijital Medya ve Gençlik Söylemlerine Eleştirel Bir Yaklaşım. Journal of Communication Science Researches, 5 (3), 253-266.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.16786142>

Öz

Bu çalışma, dijital çağda gençliğin medya ile kurduğu ilişkileri anlamaya yönelik yaklaşımları eleştirel bir bakış açısıyla yeniden değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Gençlerin medya kullanım pratikleri, sıklıkla *Z kuşağı* ya da *sosyal medya bağımlısı gençlik* gibi genelleyici kavramlarla açıklanmakta; bu da farklı erişim biçimlerini, dijital yeterlilikleri ve toplumsal eşitsizlikleri görünmez kılma riski taşımaktadır. Oysa dijital medya, gençler için yalnızca bir iletişim aracı değil, görünürlük, aidiyet, ifade ve kültürel katılımın üretildiği bir deneyim alanı olarak işlev görmektedir. Çalışma, ikincil kaynaklara dayalı olarak, kuşak kavramsallaştırmaları üzerine eleştirel kuramsal bir çözümleme yöntemiyle yapılandırılmıştır. Bu bağlamda, sistematik biçimde derlenen güncel kuşak tanımları kavramsal olarak analiz edilmiş; gençliğin homojen bir topluluk olarak betimlenmesine yönelik eleştiriler ile dijital katılımın gündelik yaşamda simbiyotik bir ilişki olarak okunması gerekliliği üzerine tartışmalar yürütülmüştür. Ayrıca, gençlerin dijital medya kullanımının yalnızca teknolojik gelişmelerle açıklanamayacağı, aynı zamanda kültürel pratikler, toplumsal beklentiler ile gündelik yaşamda ilişkide ve iletişimde kalma ihtiyacıyla şekillendiği vurgulanmaktadır. Gençlerin medya deneyimlerini yalnızca bireysel tercih ya da teknik beceriye indirgemek yerine, bu deneyimleri toplumsal bağlamları içinde anlamlandırmak, gençlik ve iletişim çalışmalarında daha kapsayıcı bir yaklaşımı mümkün kılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Gençlik, Dijital Medya, Dijital Katılım, Kuşak, İletişim Araştırmaları.

Abstract

This study aims to critically re-evaluate the approaches to understanding the relationship between youth and media in the digital age. Young people's media practices are often explained through generalized concepts such as *Generation Z* or *social media-addicted youth*, which risk obscuring diverse modes of access, digital competencies, and social inequalities. However, digital media functions not only as a communication tool for youth, but also as a space where visibility, belonging, expression, and cultural participation are produced. Based on secondary sources, the study adopts a critical theoretical framework to conduct a conceptual analysis of generational categorizations. In this context, systematically compiled generational definitions are analyzed conceptually, with particular attention to the critique of representing youth as a homogeneous group and the necessity of interpreting digital participation as a symbiotic element of everyday life. Furthermore, the study emphasizes that young people's use of digital media cannot be explained solely by technological developments, but is shaped by cultural practices, societal expectations, and the need to remain connected in daily life. Rather than reducing youth media experiences to individual choices or technical skills, understanding these experiences within their broader social contexts enables a more inclusive approach in youth and communication studies.

Keywords: Digital Youth, Digital Media, Digital Participation, Generation, Communication Studies.

GİRİŞ

Günümüzde özellikle dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte gündelik hayatın bir parçası haline gelen internet, bireylerin gündelik yaşam pratikleri, iletişim biçimleri ve sosyal ilişkilerinin değişim geçirmesine yol açmıştır. Bu değişim, yetişkin bireyler tarafından zaman içinde deneyimlenerek fark edilirken, dijital dünyanın içine doğan genç kuşaklar için yeni iletişim teknolojileri yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Dolayısıyla gençliği anlamak ve tanımlamak, sadece yaşa ya da demografik sınıflamalara indirgenemez; çünkü gençlerin kim oldukları, ne yaptıkları ve nasıl iletişim kurdukları, içinde bulundukları dijital ortamlar, kültürel normlar ve sosyal ilişkiler ağıyla birlikte şekillenir. Özellikle internetin ve sosyal medyanın bireysel ve kolektif deneyimleri dönüştürmesiyle birlikte genç bireyler, sıklıkla *dijital yerli*, *ekran gençleri*, *sosyal medya bağımlısı gençlik* ya da *Z kuşağı* gibi kavramlarla tanımlanmakta; bu tanımlar, gençlerin medya ile kurduğu ilişkiyi teknolojiye doğuştan hakimiyet, hız ve doğallık gibi belirli özelliklerle özdeşleştirerek açıklamaktadır.

Bu tür adlandırmalar, gençlerin homojen bir grup olduğu fikrini pekiştirirken, farklı sosyo-ekonomik koşulları, kültürel pratikleri ve bireysel deneyimleri göz ardı etme riskini de taşımaktadır. Oysa dijital medya kullanımı yalnızca teknik bir beceri, sıradan görünen gündelik pratikleri kolaylaştırma aracı ya da dijital alışkanlık değil; kimlik inşası, görünürlük, aidiyet ve sosyal etkileşim gibi süreçleri içeren bir pratiktir.

Özellikle gençler arasında giderek artan biçimde tercih edilen sosyal medya platformları hem bireysel ifade alanları hem de kolektif etkileşim mekanları olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Gençlerin sosyal medyaya yönelme biçimleri, kullanım alışkanlıkları, motivasyonları ve bu mecralardan elde ettikleri deneyimler, hem kültürel hem de bireysel bağlamlarda farklılıklar gösterebilmektedir. Bu nedenle, son yıllarda sosyal medya kullanımının gençler üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik yapılan araştırmalar artış göstermekte; gençlerin bu platformları nasıl algıladıkları, hangi ihtiyaçlarla ve hangi toplumsal dinamiklerle bu mecralara yöneldikleri çeşitli kuramsal çerçevelerle ele alınmaktadır.

Gençliğin dijital medya ile kurduğu ilişkiyi anlamlandırmak, teknolojik yeterlilik ya da platform kullanım sıklığı gibi ölçütlerin ötesinde bir yaklaşımı gerekli kılar. Dijital ortamda şekillenen deneyimler, bireysel olduğu kadar toplumsal bağlamlara da bağlıdır. Gençlik, dijital medya ile kurulan ilişkiler doğrultusunda değişen toplumsal beklentiler ve bireysel anlamlandırmalar içinde sürekli yeniden tanımlanan bir toplumsal deneyim olarak düşünülmelidir. Bu çerçeveden hareketle çalışma boyunca aşağıdaki sorular tartışmaya çalışılmıştır:

1. Gençliğin dijital çağda kullanılan kavramlarla tanımlanması, bu toplumsal gruba dair hangi anlamları üretmektedir?
2. Gençliğin “Z kuşağı” gibi kavramlarla tanımlanması, medya ve iletişim pratiklerine ilişkin hangi indirgemeci varsayımları beraberinde getirmektedir?
3. Sosyal medya ve gençlik ilişkisini konu alan araştırmalar, bu ilişkiyi hangi ön kabuller ve yöntemlerle incelemektedir?
4. Gençlerin dijital medya ile kurduğu ilişkiyi yalnızca teknik erişim ya da kullanım sıklığı üzerinden değerlendirmek yeterli midir?

Dijital çağda gençliğin nasıl tanımlandığına odaklanan bu çalışma, gençliği teknolojik yeterlilik ya da dijital platform kullanma sıklığı gibi ölçütlerle tanımlayan indirgemeci yaklaşımların ötesine geçerek dijital çağda gençliğin medya ile kurduğu ilişkiyi eleştirel bir perspektifle incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma temelde iki bölümden oluşmaktadır. İlk aşamada, dijital çağda kuşak tanımlarıyla ilgili alanyazın incelenmiş; yapılan kavramsallaştırmalar sistematik bir şekilde derlenerek aktarılmıştır. Ardından bu tanımlar, eleştirel bir yaklaşımla kavramsal olarak analiz edilmiştir. Analiz sürecinde, gençlerin nasıl betimlendiğine ilişkin homojenleştirme sorunu, gençlik ve sosyal medyayı ele alan çalışmaların perspektifleri ve sosyal ile gündelik yaşamda dijital katılımın artık simbiyotik bir ilişki olarak değerlendirilmesi gerekliliği üzerine tartışmalar yürütülmüştür. Böylece çalışma boyunca, gençlerin dijital medya ile ilişkisini daha geniş bir toplumsal bağlam içinde anlamayı hedefleyerek eleştirel bir tartışma yürütülmektedir.

GENÇLİĞİN DİJİTAL ÇAĞDA KAVRAMSALLAŞTIRILMASI

Medya, günümüzde her yaştan insanın ama özellikle de gençlerin sosyal yaşamlarının merkezinde yer almakla kalmaz. Kuşak ayrımını kuşağa özgü niteliklerle yaparken özellikle gençlik olgusunun nasıl tanımlandığını, anlamlandırıldığını ve kuşaklar arası ilişkiler bağlamında nasıl konumlandırıldığını da etkilemiştir.

Dijital çağda doğup büyüyen genç kuşak, teknolojik araçlarla kurdukları yoğun ilişki üzerinden sıklıkla belirli kavramsal etiketlerle tanımlanmaktadır. Z kuşağı, dijital yerli, sosyal medya gençliği, dijital medya bağımlısı gençlik gibi kavramlar, bu kuşağın teknolojiyle bütünleşmiş yaşam tarzlarını ifade etme amacıyla kullanılırken günümüzde, gelişen yeni iletişim teknolojilerini sadece gençlerin ve çocukların en yoğun biçimde kullandığı şeklinde bir algıyı da beraberinde getirmektedir. Bu tanımlar, genç bireylerin erken yaşlardan itibaren çevrim içi ortamlarda bulunması, teknolojiye doğuştan yatkınlıkları nedeniyle dijital mecraları gündelik hayatlarının doğal bir uzantısı olarak benimsedikleri ve dijital teknolojilere doğrudan erişim sağlayabildikleri varsayımlarına dayanmaktadır. Bu bölümde dijital çağda gençlik ile ilgili yapılan araştırmalarda, gençliği tanımlamak amacıyla kullanılan bu kavramlar ele alınacaktır. Kavramların ortaya çıkış bağlamı, hangi amaçlarla kullanıldığı, sembolize ettiği anlamlar ile teknolojiye yatkınlık, yetişkinlere göre dijital becerilerde üstünlük gibi varsayımlara yer verilecektir.

Gençlik, her ne kadar çocukluk ile yetişkinlik arasında belirli bir geçiş dönemi olarak birçok toplumda kabul edilen bir olgu olsa da gençlik dönemine atfedilen özellikler tarihsel süreç içerisinde ve farklı kültürel bağlamlara göre değişkenlik göstermiştir. Modernitenin sonuçlarından biri olarak gençlik, toplumsal bir kategori haline gelmiş ve bu doğrultuda farklı disiplinlerde çeşitli kuramsal çerçevelerle tanımlanmıştır. İdeolojik, kültürel, sosyolojik, psikolojik veya tarihsel bağlamlarda şekillenen dinamik bir toplumsal kategori olarak gençliğin ele alındığı bu tanımlamalarda gençliğe, farklı dönemlerde ve bağlamlarda farklı anlamlar ve roller yüklendiğini görmekteyiz. Gençliğin toplumsal olarak inşa edildiğini öne süren sosyolojik yaklaşımlardan; bireylerin yetişkinliğe geçiş sürecinde yaşadıkları ruhsal çatışmalara odaklanan psikolojik “kimlik krizi” kuramlarına; genellikle sanayileşmiş toplumlarda hızlı teknolojik ve kültürel değişimin yol açtığı, yetişkinler tarafından inşa edilmiş toplum düzeninin kuralları ile yenilikler arasındaki gerilimleri ele alan kültürel çalışmalar alanına kadar birçok farklı perspektiften gençlik olgusu ele alınmaktadır.

Gençliği anlamaya yönelik bazı kuramsal yaklaşımlar, onu yalnızca bir yaş evresi olarak değil, aynı zamanda toplumsal ve tarihsel bağlamlarla şekillenen bir olgu olarak ele alır. Bu çerçevede kuşak kavramı Mannheim [1928] (1952) tarafından aynı tarihsel dönemi ve ortak deneyimleri paylaşan bireylerden oluşan bir toplumsal oluşum olarak, Eisenstadt (1956) tarafından toplumsal yapıda özgün bir konum işgal eden bir kategori olarak tanımlanırken; “gençlik, sadece bir kelimedir” diyen Bourdieu (2016) gençliği, tarihsel, kültürel ve yapısal koşullar içinde şekillenen bir toplumsal ilişkiler ağı olarak değerlendirir. William Strauss ve Neil Howe (1991) *Generations: The History of America's Future, 1584-2069* başlıklı kitaplarında kuşağı “yaşamın yaklaşık olarak belirli bir evresiyle örtüşen bir zaman dilimini kullanan yaşdaş bir grup”¹ (s. 60) olarak tanımlamaktadır.

Modern toplumlarda “gençlik”, biyolojik olgunlaşmadan çok daha fazlasını ifade eden; tüketim kalıpları, yaşam tarzları, değer sistemleri ve kültürel tercihler aracılığıyla şekillenen bir kimlik evresi haline gelmiştir. Bu doğrultudaki gençlik kavramsallaştırmalarına 19. yüzyıl sonları ile 20. yüzyıl başlarında örneğin; G. Stanley Hall’un 1904 tarihinde yayımlanan *Adolescence* başlıklı çalışmada rastlanmaktadır. Hall’un (1904) ergenliği biyolojik ve psikolojik dönüşümlerle şekillenen çalkantılı bir dönem olarak tanımlayan yaklaşımının yerini, zamanla gençliği sosyal ve kültürel deneyimlere sahip bir

¹ Alıntının orijinalinde Strauss ve Howe *cohort* kelimesini kullanmışlardır. *Cohort group* ifadesi ise Türkçe’de aynı dönem topluluğu, kuşak grubu, aynı kuşaktan bireyler, aynı tarihsel deneyime sahip topluluk gibi anlamlara karşılık gelmektedir. Yani, örneğin; literatürde yapılan baby boomer, Z kuşağı gibi kategoriler bir kohorttur. Benzer tarihsel deneyimleri paylaşmak ya da toplumsal olaylara aynı yaş dönemlerinde tanık olmuş olmak gibi ortak özellikleri bulunmaktadır. Bu çeviride, cümlede daha anlaşılır bir karşılık sunmak amacıyla *kohort* yerine *yaşdaş grup* ifadesini kullanmak tercih edilmiştir.

toplumsal grup olarak ele alan yaklaşımlar almıştır. Talcott Parsons (1942) gençlik kültürü kavramını ortaya atarak gençliğin çocukluktan yetişkinliğe geçişte işlevsel bir rol oynadığını savunmuş; Erik Erikson (1950), Samuel Noah Eisenstadt (1956), James Coleman (1961) gibi araştırmacılar da gençliğin kimlik oluşumu ve akran kültürü çerçevesinde özgün bir sosyal evre olduğunu vurgulamıştır.

İnternetin ve yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasından sonra toplumda gençlerin ve çocukların evrensel bir kategori olarak etiketlendiği pek çok ad türetilmiştir. İnternet ve dijital teknolojilerin içine doğan kuşaklar dijital yerliler (Prensky, 2001), milenyumlar (Howe ve Strauss, 2000), Y kuşağı, internet kuşağı (Tapscott, 1998), ekran gençleri (Rushkoff, 1996), zoomers (Garaganov, 2022) gibi pek çok isimle kavramsallaştırılmıştır. Aşağıdaki paragraflarda dijital çağda gençliğe dair literatürde yer alan kuşak tanımlamaları, en yaygın olandan başlayarak ele alınacaktır.

20. yüzyıl ve 21. yüzyıl arasındaki kırılmayı dijital beceriler ve teknolojiyle kurulan ilişkiler üzerinden ele alan ilk tanımlamalardan biri Marc Prensky'ye (2001) aittir. *Dijital yerliler* (digital natives) olarak adlandırdığı kuşak, yaşamlarının erken dönemlerinden itibaren dijital teknolojiyle iç içe büyüyen bireylerden oluşmaktadır ve önceki kuşaklardan farklı olarak teknolojiyi sezgisel biçimde kullanmaktadırlar. Kuşaklararası farklılıklara dikkat çeken isimlerden biri olarak Prensky (2001), çocukluk ya da gençlik dönemlerinde dijital teknolojileri kullanmamış *dijital göçmenlerin* (digital immigrants) dijital dili bir yabancı dil gibi öğrenme deneyimlerini yaşamlarının daha ileri bir döneminde dijital dünyayla tanışmış olmaları ile açıklamaktadır. Prensky, dijital yerli tanımlamasının o dönem için elverişli bir tanım olduğundan bahsetse de dijital yeterliliklerin aynı kuşak içerisinde eşit olmadığına dikkat çeken yaklaşımlar çerçevesinde eleştirilmiştir (Bennett, Maton ve Kervin, 2008; Helsper ve Eynon, 2010).

Teknolojik iyimserlik çerçevesinde gençleri tanımlayan bir diğer kavramsallaştırma ise Howe ve Strauss (2000) tarafından yapılmıştır. *Milennials Rising: The Next Generation* başlıklı kitaplarında Howe ve Strauss (2000), 1982 yılı ve sonrasında doğan kuşağı *milenyum kuşağı* (millennials) olarak adlandırmakta; bu kuşağın davranış kalıpları, değerleri ve eğitime bakış açıları bakımından önceki kuşaklardan nasıl farklılaştığını ele almaktadırlar. Howe ve Strauss, araştırmalarından hareketle bu kuşağın daha taze bir hafızaya sahip, teknoloji ile iç içe, iyimser, öz güvenli, kurallara uyma eğiliminde olduklarını; dolayısıyla bir önceki kuşak olan X kuşağından belirgin biçimde ayrıldıklarını savunurlar. Bu nedenle, söz konusu kuşağı X kuşağının bir devamı olarak konumlandıran ve *Y kuşağı* şeklinde adlandıran yaklaşımları benimsemediklerini belirtmişler ve X kuşağından kopuşu temsil eden yeni bir kuşak olarak konumlandırmışlardır.

Ancak literatürde bu kuşağı *Y kuşağı* olarak tanımlayan farklı çalışmalara da rastlanmaktadır (Eckleberry-Hunt ve Tucciarone, 2011; Morton, 2002; Reed, 2007; Reisenwitz ve Iyer, 2009). Bu iki yaygın kullanımın yanı sıra, aynı yaş aralığına denk gelen dijital çağın çocukları ve gençleri için farklı kavramsallaştırmalar da geliştirilmiştir. Örneğin; *internet kuşağı* (Net generation) (Oblinger ve Oblinger, 2006; Tapscott, 1998), *Google kuşağı* (Google generation) (Rowlands vd., 2008) ve *ağ bağlantılı bireyler* (networked individualists) (Rainie ve Wellman, 2012; Wellman, 2001) gibi adlandırmalar, gençlerin dijital medya ve bilgi teknolojileriyle kurduğu ilişkileri tanımlamak ve anlamlandırmak üzere geliştirilmiştir.

Bu tanımlamalara ek olarak, gençlerin dijital medyayla kurdukları etkileşim biçimlerine odaklanan ve bireylerin dijital ortamla ilişkisini gündelik yaşam bağlamında kavramsallaştıran başka terimler de literatürde yer almaktadır. Gençlerin dijital medyayla kurdukları ilişkinin karakteristik bir görünümünü tanımlamak üzere geliştirilen kavramlardan bir diğeri *ekran gençleri* (screenager) terimidir. 12-18 yaş aralığındaki milenyum kuşağı, elektronik iletişime olan yoğun eğilimleri nedeniyle *ekran gençleri* (screenagers) olarak adlandırılmıştır (Radford ve Connaway, 2007). Ekran gençleri, dijital ekranları erken yaşlardan itibaren kullanan, çoklu ortamlarla etkileşim halinde olan ve dijital teknolojilere ilişkin becerileri gündelik yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline getiren genç kullanıcı profiline işaret eder (Rushkoff, 1996). Ekran gençleri kavramı aynı kuşağa ilişkin diğer tanımlamalardan farklı olarak sadece teknolojik yeterliliklere ya da kullanım sıklığına vurgu yapmaz. Bu kavram ile bireyin medya ortamıyla ilişkisi gündelik yaşam pratikleri bağlamında tanımlanarak teknolojik iyimserliğin bir adım ötesine

geçilir ve dijital medya kullanımının toplumsal etkilerine dair yeni tartışmalara olanak tanınır.

Milenyum kuşağını izleyen genç kuşakları tanımlamak üzere ise daha yakın dönemli kavramlar geliştirilmeye başlanmıştır. Bu çerçevede en yaygın kullanıma sahip olan adlandırma *Z kuşağı* (Generation Z). Başlangıç yılı çalışmalara göre farklılık gösterse de birlikte çoğunlukla 1995-2010 yılları arasında doğan bireyleri kapsayan bu kuşak saha araştırmalarında Pew Research Center (Dimock, 2019), McCrindle Research (2011) gibi kurumların sınıflandırmasıdır. Akademik perspektiften bu kuşak tanımlamasını benimseyen çok sayıda araştırma da bulunmaktadır (Atay ve Ashlock, 2023; Twenge, 2023). *Z kuşağına* dair yapılan tanımlamalarda, dijital medyayla erken yaşlardan itibaren temas, sosyal medyada aktif olma ve teknolojiyle bütünleşmiş yaşam tarzı temel belirleyiciler olduğu görülmektedir.

Z kuşağına alternatif olarak önerilen bir diğer kavramsallaştırma, özellikle bireycilik ve dijitalleşme ekseninde şekillenen bir kuşak tasviridir. Örneğin, Jean Twenge (2017) *iGen* kitabında, 1995 ve sonrasında doğan gençleri tanımlamak için *iGen* terimini kullanır ve bu kuşağın dijital teknolojilerle, özellikle akıllı telefonlarla büyüdüğünü vurgular. Türkçe literatürde İ-Nesli olarak kullanılan ve internet öncesi bir dünyayı hatırlamayan bu kuşak Twenge'ye göre teknolojiyle yoğun temas nedeniyle önceki kuşaklardan radikal biçimde ayrılır ve bu durum sosyal ilişkilerinden zihinsel sağlıklarına kadar pek çok alanı etkiler. iPhone'un (2007) ve iPad'in (2010) piyasaya çıkışı, bu kuşağın çocukluk ve ergenlik dönemlerine denk gelmiştir. Bu nedenle kuşağın ismindeki "i", hem *interneti* hem de *bireyselleşmeyi* (individualism) simgelemektedir. Twenge'ye (2017) göre *iGen* kuşağı yalnızca dijital teknolojiyle değil, bireycilik ve gelir eşitsizliğinin yarattığı güvensizlik gibi yapısal dönüşümlerle de şekillenmiş; bu nedenle zaman kullanımı, davranış biçimleri ve toplumsal değerlere ilişkin tutumları bakımından önceki kuşaklardan belirgin biçimde ayrılmaktadır. "*Önceki kuşaklara göre çocukların daha hızlı büyüdüğü düşüncesinin aksine, iGen gençleri daha yavaş büyümektedir: 18 yaşındakiler geçmişteki 15'likler gibi, 13 yaşındakiler ise 10'luklar gibidir. Fiziksel olarak şimdiye kadarki en güvende olan gençler, zihinsel olarak en kırılğan olanlardır*" (Twenge, 2017, s. 3).

Z kuşağı tanımına alternatif olarak kullanılan farklı adlandırmalar da mevcuttur. Bazıları teknolojik iyimserlik yaklaşımı çerçevesinde değerlendirilebilirken bazıları ise teknolojik kötümserliğe doğru gidişin örnek tanımlamalarıdır. Bu kuşağa ilişkin literatürde öne çıkan diğer kavramsal adlandırmalar ise şunlardır: mobil kuşak (Mobile generation) (Lauricella, vd. 2014), çoklu görev kuşağı (Multitasking Generation) (Liew, Chang, Kelly ve Yalvac, 2010), dikkati dağınık kuşak (distracted generation) (Jackson, 2018), dijital ahmak (crétin digital, Fransızca) (Desmurget, 2022) ve post-milenyumlar (Post-Millennials) (Fry ve Parker, 2018). Literatürde nadir kullanımı olmakla birlikte (bkz. Artur Garaganov, 2022) boomer (baby boomer kuşağı) ifadesine ironik bir gönderme olarak özellikle sosyal medya ile popüler kültür söylemlerinde sıkça kullanılan diğer bir kavram ise *zoomer* terimidir.

Dijital yerli ve dijital göçmen kavramsallaştırmasını literatüre kazandıran Prensky (2024) *Third Millennium Kids* başlıklı kitabında ise *üçüncü binyıl çocukları* (third millennium kids) kavramıyla, 2000'den sonra doğan ve dijital çağın teknolojileriyle simbiyotik bir ilişki içerisinde büyüyen yeni kuşağı tanımlamaktadır. Bu kuşak öncelikle 20. yüzyılın geleneksel eğitim sistemiyle değil yeni dünyanın getirileri ile uyumlu beceri temelli bir eğitimi benimseme eğilimindedirler. Küçük yaşlardan itibaren internet, akıllı cihazlar ve sosyal medya ile büyüyen bu neslin Prensky'ye (2024) göre iletişime geçme, öğrenme, üretme ve ilişki kurma biçimleri kökten değişmiştir.

Bu bağlamda literatürde çeşitli sosyo-kültürel özelliklerle tanımlanan ve özellikle 2010 sonrası doğan bireyleri kapsayan *Alfa kuşağı* (Generation Alpha) (Washington, 2021) gibi güncel kuşak sınıflandırmaları dikkat çekmektedir. Alfa kuşağı ile aynı döneme denk gelen ancak sosyal, kültürel ve siyasal uçurumların belirginleştirdiği bir dönemde büyüyen bireyleri işaret eden alternatif bir tanım ise *Kutuplaşmış Kuşak* (Polar Generation) (Twenge, 2023) olarak geliştirilmiştir. Twenge (2023) *kutuplaşmış kuşak* kavramı ile, 2013 sonrası doğan ve COVID-19 pandemisi, siyasi kutuplaşma (political polarization) ile küresel ısınmanın simgesi haline gelen eriyen kutup buzulları (polar ice caps) ile iklim krizinin damga vurduğu bir dönemde büyüyen çocukları ifade etmektedir (ss. 451-452). Teknolojiyle erken yaşta tanışan bu kuşak, akıllı telefonların, sosyal medyanın ve tabletlerin yaygın olduğu bir dünyaya doğmuş; Instagram, Zoom ve Uber gibi dijital araçları gündelik yaşamlarının parçası

olarak benimsemiştir. Bu kuşak, çoğunluğu beyaz olmayan ilk Amerikan kuşağı olmasının yanı sıra çok ırklı bireylerin de en yoğun olduğu nesildir (Twenge, 2023).

Dijital çağda gençliği tanımlamak amacıyla geliştirilen bahsedilen kavramsallaştırmalar, gençlerin teknolojik araçlarla ve dijital platformlarla kurdukları ilişki biçimlerini, iletişim pratiklerini ve kültürel katılım biçimlerini anlamlandırmaya yönelik çeşitli çerçeveler sunmaktadır. Ancak bu kavramların her biri, gençliğe belirli özellikler atfederek onları homojen bir topluluk olarak temsil etme eğilimindedir. Oysa gençlik, sosyoekonomik koşullar, kültürel aidiyetler, mekansal farklılıklar ve bireysel yaşam pratikleri gibi etkenlerle şekillenen heterojen bir deneyim alanıdır; ayrıca dijital teknolojilere erişim ve bu teknolojileri gündelik yaşam pratiklerine entegre etme imkanı çoğu zaman belirli bir ayrıcalığa işaret etmektedir. Bu nedenle, söz konusu kavramsal çerçevelerin gençliğin dijital iletişim biçimlerini ve dijital kültürel pratiklerdeki çeşitliliği ne ölçüde yansıttığı; aksine, bu çeşitliliği nasıl görmezden geldiği eleştirel biçimde değerlendirilmelidir. Bir sonraki bölümde, bu kavramsallaştırmaların gençliği homojenleştirme potansiyeli tartışılarak, bu yaklaşımın sınırlılıkları ele alınacaktır.

DİJİTAL KUŞAK TANIMLARININ SINIRLILIKLARI

Dijital kuşaklara dair yapılan tipolojiler, gençliği belirli dönemlere ve teknolojik dönüşümlere indirgeme eğilimindeyken; bu yaklaşım, gençliğin toplumsal, kültürel ve bireysel çeşitliliğini önemsizleştirme eğilimi (Coleman, 2011) taşımaktadır. X, Y ve Z gibi kuşak tanımlamaları, esasen köken olarak Amerikan tipolojisine aittir. Bu kavramsallaştırmanın kuşaklar arası farklılıkları açıklamak için Pew Research Center gibi araştırma merkezleri tarafından yaygınlaştırıldığı ve dünyada pazarlama tipolojisi olarak benimsendiği görülmektedir (McCrindle, 2011; Morton, 2002; Pew Research Center, 2022; Reisenwitz ve Iyer, 2009). Bu kuşak tanımlamaları öncelikle Batı toplumlarının Birinci Dünya Savaşı, İkinci Dünya Savaşı, Soğuk Savaş gibi tarihsel deneyimlerine göre şekillenmiş, bu ayrım internetin yaygınlaşması gibi teknolojik gelişmeler ve tüketim alışkanlıkları temelinde kategorik hale getirilmeye devam edilmiştir. Ancak bu bağlamların kültürel olarak değerlendirilmesi gerektiği ve evrensel olduğunu kabul etmenin yanıltıcı olduğu düşünülmektedir. Bu tanımlar farklı kültürel bağlamlara doğrudan aktarıldığında, gençliği homojen bir grup olarak ele alma riskini taşımaktadır.

Türkiye gibi farklı toplumsal bağlamlara Amerikan tipolojisine ait bu tanımların doğrudan uygulanması, homojenleştirici ve indirgemeci bir yaklaşım sergilemeye yol açabilir. Aynı ülkede farklı biyografik olarak belirlenmiş sosyo-kültürel çevreye doğan bireyler deneyimlerinde ortaklaşamaz iken farklı ülkelerde aynı dönemde doğan bireylerin deneyimlerini tarihsel, ekonomik, sosyal ve kültürel olarak önemli ölçüde farklılık gösterebilir.

Literatürde gençliği bütüncül bir kategori olarak ele almanın sınırlılıklarına dikkat çeken araştırmacılar aslında daha çoğulcu ve bağlamsal yaklaşımların referans alınması gerekliliğine işaret etmektedir. Sosyolojiden gençlik çalışmalarına medya çalışmalarından iletişim araştırmalarına kadar çeşitli disiplinlerden hareketle bu konuya odaklanan çalışmalar mevcuttur. Örneğin Bourdieu (2016) gençliği homojen bir topluluk olarak ele alan yaklaşımları reddederek toplumsal olarak inşa edilmiş, sınıfsal, kültürel ve tarihsel koşullarla şekillenen bir kategori olarak değerlendirmektedir. Andy Furlong ve Fred Cartmel (2007) *Young People and Social Change: New Perspectives* başlıklı çalışmalarında gençleri yeni bireyler olarak konumlandırırken dijital çağda artık tekil bir gençlik deneyiminden söz etmenin mümkün olmadığını altını çizerler. Gençliğin yeni politik, kültürel ve ekonomik bağlamlarda çeşitlenen temsillerine işaret eden araştırmacılar bulunmaktadır (Harris, 2004; Lüküslü, 2013; Lüküslü ve Yücel, 2013). Dijital medya bağlamında ise gençlerin medya kullanımına dair genellemelerin, eşitsizlikleri gözden kaçırma taşıdığını vurgulayan Livingstone (2002) gençlerin medya kullanım pratiklerinin yaş, sınıf, cinsiyet ve dijital yeterlilik gibi çoklu etkenlerle şekillendiğini belirterek, dijital kuşak tanımlarının bu farklılıkları dikkate almama eğilimi içerisinde olduğunu ileri sürmektedir.

Z kuşağı, dijital yerliler gibi klasik kuşak tanımlarına bakıldığında genellikle teknolojik değişimlerin zaman içerisindeki bireyler üzerindeki etkilerini anlamaya çalışan betimleyici yaklaşımlar olduğunu söylemek mümkündür. Bu tanımlar, bireylerin benzer özellikler gösterdiği varsayımıyla yaş temelli bir kategorizasyona dayanır. Klasik dijital kuşak tanımlarının tanım ölçütü genellikle doğum yılı ya da yaş aralığı gibi demografik sınırlardır. Bu tanımların odak noktası ise bireylerin teknolojik araçlara maruz

kalma derecesi olarak belirlenmiştir. Z kuşağı, dijital yerli, Alfa kuşağı, iGeneration gibi kuşak etiketleri, bireylerin belirli teknolojik dönüşüm dönemlerine denk gelen yaş gruplarına ait olduğu varsayımından hareketle yapılandırılmışlardır. Oysa Beth Coleman'ın (2011) *ağ bağlantılı kuşak* (networked generation) kavramı ile bu yaş odaklı sınıflandırmalara eleştirel bir alternatif sunar. Coleman'ın sunduğu *ağ üzerinden varoluş* yaklaşımı, bireyin medya ile birlikte yeniden şekillendiği ve kimliğin dijital temsillerle yeniden kurulduğu bir kuşağa işaret etmektedir. Ağ bağlantılı kuşak; her yaş grubundan bireylerin, sürekli çevrim içi olma, dijital araçlarla bedenün uzantısı gibi ilişki kurma biçimleriyle, gömülü ve kesintisiz bir dijital deneyimi paylaştığı ortak bir yaşam biçimini ifade eder. Bu nedenle Coleman (2011), kuşakları doğum yılı gibi demografik sınırlarla değil dijital medya ile kurulan *varoluşsal bağlar* ve *yaşam biçimi* üzerinden tanımlamayı önermektedir.

Gençlerin *çağını* ya da içinde yer aldıkları *zaman dilimini* yeniden düşünmenin yollarını aramak gerektiğinden bahseden Marc Prensky (2022) şimdiki dönemi farklı kılan özelliklere odaklanmamız gerektiğine dikkat çekmektedir. İletişim teknolojisindeki gelişmeler sayesinde gençler, insanlık tarihinde ilk kez küçük yaşlardan itibaren küresel ölçekte bağlantı kurarak büyüyor. Bu durum, internet öncesi kuşaktan dijital dünyada doğan ilk kuşağa geçişi temsil etmekte ve gençlerin geleceğini değiştirecek özellikler barındırmaktadır (Prensky, 2022). Ayrıca, dijital çağda doğan kuşakların deneyimlerinin geleneksel kuşak sınıflamalarıyla açıklanmasının yetersiz kalabileceğini de düşündürmektedir.

Bu tür sınıflamalara yönelik eleştiriler, yalnızca teknolojik bağlamla sınırlı kalmayıp, toplumsal değişimle eşzamanlı ilerleyen gençlik deneyimlerine vurgu yapan yaklaşımlarda da karşımıza çıkmaktadır. Örneğin; Furlong ve Cartmel (2007) genç bireylerin yaşamlarının yalnızca yaş temelli değil, içinde bulundukları ekonomik, kültürel ve teknolojik bağlamlarla şekillendiğini belirtmekte; gençlerin dijital medya ile kurdukları ilişkilerin yalnızca bireysel tercihler olmadığını altını çizmektedirler. Bu doğrultuda, gençlik deneyimlerinin tekil bir kuşak kimliği altında anlamlandırılması dijital eşitsizlikleri görünmez kılmaya neden olmaktadır. Ayrıca, bu durum, gençlerin medya ile kurdukları bağları indirgemeci biçimde temsil eden söylemlerin üretilmesine neden olmaktadır. Kuşak söylemleri çoğu zaman gençliği, teknolojiyi hızlı kavrayan ve dijital ortamlara doğuştan adapte olabilen bir grup olarak sunarken, bu tür temsillerin arka planında yer alan sosyoekonomik farklılıklar ve kültürel çeşitlilik göz ardı edilmektedir. Oysa dijital çağda gençlik, medyayla kurduğu ilişki biçimleri kadar, bu ilişkinin nasıl yapılandığı, hangi kaynaklarla mümkün olduğu ve hangi anlamlara büründüğüyle de tanımlanmalıdır.

Bu dönüşüm yalnızca kültürel ya da teknolojik alanla sınırlı değildir; Prensky'nin daha yakın tarihli çalışmasında görüldüğü üzere, özellikle ekonomi ve istihdam alanındaki kırılmalarla da somutlaşmaktadır. Prensky (2024), ikinci binyılın *tek bir işte ömür boyu çalışma* anlayışının artık geçerliliğini yitirdiğini vurgulamaktadır. Artık içinde bulunduğumuz dönemde bu geleneksel modelin yerini bireylerin birden çok alanda faaliyet gösterdiği ve birden fazla farklı işte çalıştığı fikri öne çıkmaktadır. Dijital platformlarda bireylerin yeteneklerini/becerilerini sergileyip gelir elde edebildiği, influencer, içerik üreticisi, yapay zeka komut (*prompt*) mühendisi gibi yaratıcılığa dayalı işlerin öne çıktığı ve bu becerilerin büyük bir kısmının herhangi bir resmi eğitime ihtiyaç duyulmadan, çevrim içi ortamlarda, kendi başına öğrenilebildiği yeni bir iş ve beceri ekosisteminin oluştuğu görülmektedir (Prensky, 2024, ss. 285-288).

Tüm bu yapısal, teknolojik ve kültürel dönüşümlere rağmen, klasik kuşak tipolojilerinin gençliği tanımlamada hala baskın biçimde kullanılıyor olması eleştirilerin odak noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, klasik kuşak tipolojilerine yönelik eleştirilerin neden bu kadar yaygınlaştığı sorusu önem kazanmaktadır. Dolayısıyla tüm bu dönüşüm göz önüne alındığında şimdiki gençlerin önceki kuşaklardan farklı olarak ekonomik, eğitim, sosyo-kültürel alanlarda ve elbette ki yaşam tasarımlarını oluşturan gündelik pratiklerinde değişiklikler olması neden eleştiriliyor?

Benzer yaş grupları arasında ortak medya alışkanlıkları üzerinden toplumsal bir grup olarak gençliği tanımlamanın araştırmacılar tarafından elverişli bulunduğu anlaşılır bir olgudur. Kuşak araştırmalarında da dijital kimlik genellikle sosyal medya platformlarında dijital benliğin sunumu üzerinden çoğu zaman

temsili ve yüzeysel olarak ele alınmaktadır. Ancak bu durum, bireylerin ağ bağlantılarına sahip olup olmadıkları veya dijital topluluklara dahil olup olmadıklarına da odaklanan bir zeminden desteklenmediği takdirde gençlerin dijital medyada aracılığıyla deneyimledikleri kültürel pratikleri ve sosyal ilişkileri anlamayı ikincil bir önem sırasına yerleştirmektedir. Halbuki bireyi genellikle pasif ve sosyal medyada sunum gerçekleştiren, bunu yaparken de dijital dünyada bir tür rol ya da taklit yapan şeklinde tanımlamak dijital kimliklerin bireyin gerçek kimliğinin bir versiyonu olabileceği perspektifini göz ardı etmektir. Günümüzde medya alışkanlıkları ve kullanım biçimlerine baktığımızda dijital kimliklerin sadece birer temsil değil yaşamsal bir özelliğe sahip varoluş biçimi olduğunu görmek mümkündür. Dolayısıyla sadece dijitalde sunulan bir şey olmanın ötesinde, doğrudan yaşanan bir gerçeklik olarak kimliğin yeni bir biçimini gözlemlemekteyiz. Bu bağlamda, dijital çağda kimlik ve temsil bağlamındaki dönüşüm göz önüne alındığında daha kapsayıcı bir yaklaşıma ihtiyaç vardır.

GENÇLİK VE SOSYAL MEDYA İLİŞKİSİ

Sosyal medya kullanımına dair istatistiksel veriler, gençlerin dijital yaşam içindeki yerini nicel olarak ortaya koymak açısından son derece değerli bir zemin sunmaktadır. Dijital teknolojilerde yaşanan gelişmelere paralel olarak sosyal medya kullanımı artmakta, buna bağlı olarak araştırmacılar arasında kuşakların sosyal medya kullanımı konusu artan bir ilgiyle karşılanmaktadır. Pandemi döneminde gözlemlenen artışın da etkisiyle, sosyal medya ve internet kullanımında yaşanan yükseliş eğilimi hem küresel hem de ulusal ölçekte çeşitli araştırma kurumları tarafından sistemli biçimde belgelenmektedir. Örneğin, Türkiye Raporu'nun (2019) *Sosyal Medya Kullanımı* başlıklı araştırmasına göre sosyal medya kullanım oranının en yüksek olduğu yaş grubu %90,2 ile 25-34 yaş olarak tespit edilmiştir. İnternet ve sosyal medya araştırmaları yapan We Are Social tarafından yayınlanan *Digital Report 2025*'e göre ise dünyada 5,56 milyar internet kullanıcısı bulunmakta ve ortalama günlük internet kullanım süresi 6 saat 38 dakika olarak ölçülmektedir. 5,24 milyar aktif sosyal medya kullanıcısının ortalama günlük sosyal medya kullanım süresi ise 2 saat 21 dakika olarak tespit edilmiştir. Kullanıcı sayısı Türkiye'de Ocak 2023 itibarıyla 62.55 milyon olduğu görülmektedir. Statista (2025) tarafından paylaşılan verilere göre ise dünyada internet kullanıcıları arasında günlük sosyal medya kullanım süresi 2012 yılında 90 dakika iken 2025 yılında 141 dakika olarak tespit edilmiştir. 2025 yılı itibarıyla Türkiye'de ise internet kullanan birey sayısı 77,3 milyona ulaşmış, internet penetrasyonu ise %88,3 olarak kaydedilmiştir. Aynı dönemde ülkede 58,5 milyon sosyal medya kullanıcı kimliği tespit edilmiş olup, bu sayı toplam nüfusun %66,7'sine karşılık gelmektedir (We Are Social, 2025). Dünya çapındaki tüketici davranışları ve algıları hakkında veri toplama amacı taşıdığını belirten GWI (eski adıyla Global Web Index) (2023), kuşaklar arasındaki sosyal medya kullanımını karşılaştırdığı araştırmasında Z kuşağı (1997-2007 doğumlular) olarak kategorize ettiği gençler arasında günlük kullanımda en fazla Instagram ve WhatsApp platformlarının popüler olduğunu tespit etmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması verilerine göre, 16-24 yaş aralığındaki gençlerin çevrim içi ortamda en yoğun şekilde gerçekleştirdiği faaliyetlerin başında anlık mesajlaşma (%98,5) gelmektedir. Bunu, sosyal medya platformları üzerinden profil oluşturma ve içerik paylaşımı (%95,7) ile İnternet üzerinden sesli ya da görüntülü arama yapma (%95,3) izlemektedir. Ayrıca, gençlerin büyük bir çoğunluğu paylaşım siteleri üzerinden video izleme (%89,8) etkinliğine de sıklıkla katılmaktadır. Buna karşın, gençlerin çevrim içi ortamda toplumsal ya da siyasal içerikli tartışmalara veya oylamalara katılım oranının oldukça düşük olduğu (%6,2) tespit edilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2025). Bu veriler, gençlerin dijital medya kullanım pratiklerinin ağırlıklı olarak *gündelik iletişim odaklı* olduğunu göstermektedir.

Ne var ki, böylesi kapsamlı istatistiksel veriler, bize gençlerin dijital ortamdaki davranışlarını gösterebilir, ancak bu davranışların anlamını tam olarak açıklayamaz. Gençlerin çevrim içi deneyimlerini, yalnızca kullanım sıklığı, zaman harcama oranları ya da platform tercihlerine indirgemek, dijital medya kullanımının toplumsal ve kültürel bağlamlarını görmezden gelmek anlamına gelir. Sonia Livingstone'un (2009) da vurguladığı gibi, gençlerin dijital medya ile kurduğu ilişkiler yalnızca teknik yeterlilik ya da erişim düzeyleriyle değil, aynı zamanda gündelik yaşamın içinde şekillenen anlam üretim süreçleriyle, aidiyet duygularıyla ve toplumsal aktör olarak konumlanma biçimleriyle birlikte değerlendirilmelidir. Aksi takdirde elimizde yalnızca sayısal veriler ve yüzdelik oranlar kalır; fakat bu veriler, kuşakları yalnızca yaş temelli kategorilerle ele alan yaklaşımlarda kullanıldığında gençlerin dijital ortamdaki anlamlı katılımlarını, mücadelelerini ve temsil stratejilerini

görünmez kılma riskini taşır.

Sosyal medya ve gençliği konu alan araştırmalara bakıldığında ise genel ifadeyle gençlerin dijital dünyada nasıl etkileşimde bulunduklarını (Armağan, 2013), sosyal medya platformlarını hangi amaçlarla kullandıklarını (Pew Research Center, 2022; Türkiye Raporu, 2019) ve sosyal medyanın gençlerin gündelik yaşamı ve kimlikleri üzerindeki etkilerini (Walrave vd., 2016) anlamaya çalışıldığı görülmektedir. Ayrıca sosyal medya kullanımının gençlerin sosyal ilişkileri, iletişim yolları ve bilgi alışverişi üzerindeki etkisi (Livingstone, 2002; Peters, Schroder, Lehaff ve Vulpus, 2022) üzerine veri elde etmek hedefler arasındadır. Araştırmacılar sosyoloji, psikoloji, eğitim ve bilgi teknolojileri, iletişim gibi çeşitli disiplinlerden hareketle gençlerin sosyal medya deneyimleri ve bu deneyimlerin gerçek yaşam üzerindeki etkisini keşfetme amacıyla birçok konu ve temayı yeni medya bağlamında ele almaktadırlar. Yapılan araştırmalar genellikle; gençlerin sosyal medya platformlarında kendilerini nasıl ifade ettikleri ve başkalarıyla nasıl ve ne sıklıkla etkileşim kurdukları, sosyal ilişkileri (Subramanian, 2017), çevrimiçi güvenlik ve gizlilik (Drushel ve German, 2011; Trepte ve Masur, 2023), iyi olma halleri, duygusal ve zihinsel sağlık (Pantic, 2014; McCrory, Best ve Maddock, 2020) ile çevrim içi eğitim fırsatları (Turner, 2023) gibi birçok konu başlığı etrafında yoğunlaşmaktadır. Bu konulara ek olarak son yıllarda yapılan araştırmalarda tespit edildiği üzere internete erişim ve sosyal medya kullanım sıklığının artması nedeniyle çeşitli sosyal medya platformlarının gençlerin iletişim ve sunum biçimleri üzerindeki etkilerini analiz etmek amacıyla sosyal medya bağımlılığı (Bayhan, 2013; Çömlekçi ve Başol, 2019) ve dijital medya bağımlılığı kavramları etrafında ele alan çalışmalar da mevcuttur (Allcott, Gentzkow ve Song, 2022; Christakis, 2019; Khang, Kim ve Kim, 2013; Maftai ve Pătrăușanu, 2024).

Tüm bu araştırmalar, gençlerin sosyal medya kullanımına dair psikolojiden iletişime, ekonomiden eğitime kadar farklı disiplinlerden beslenen çok boyutlu bir literatürün oluştuğunu göstermektedir. Ancak sayısal eğilimler, platform tercihleri ya da olası riskler kadar önemli bir diğer mesele, gençlerin dijital medyayla kurduğu ilişkilerin gündelik yaşamda nasıl simbiyotik bir biçimde deneyimlendiğini kavramaktır. Bu nedenle bir sonraki bölümde, dijital medyanın gençlerin gündelik pratiklerine nasıl yerleştiği ve dijital iletişim ve kültürel üretim/tüketim bağlamlarında sosyal medya etkileşimlerinin nasıl ritüelleştiği tartışılacaktır.

GÜNDELİK DİJİTAL KATILIM

Gençliğin, evrensel ve sabit bir biyolojik kategori değil; farklı tarihsel ve kültürel bağlamlarda yeniden tanımlanan toplumsal bir inşa olduğunu söyleyen Osgerby'ye (2004) göre medya, bu inşaada hem yansıtıcı hem kurucu bir rol oynar. Benzer şekilde Livingstone (2002) da gençlerin medyayla olan ilişkisinin pasif bir alımlayıcılıktan çok daha fazlası olduğunu; gençlerin medyayı aktif biçimde kullandığını, anlamlandırıldığını ve kendi kültürel pratiklerini bu medya etrafında inşa ettiğini vurgular. Osgerby (2004), gençlik ve medya ilişkisini anlamak için kültürel üretim, kimlik inşası, temsil, tüketim ve düzenleme süreçlerinin birbirine bağlı halkalar olarak ele alındığı *kültür döngüsü* (circuits of culture) kavramına vurgu yapar (ss. 174-178). “*Gençlik kültürleriyle ilişkilendirilen metin ve nesnelerin (TV programları, filmler, popüler müzik, moda) analizinde, bunların üretim sistemlerinin doğası ve örgütleniş biçimi mutlaka dikkate alınmalıdır*” (Osgerby, 2004, s. 177). Bu çerçevede medya, gençliğin gündelik yaşam deneyimlerinin hem üretildiği hem de dönüştüğü bir alan olarak değerlendirilmelidir.

Medya ile kurulan ilişkinin niteliğine bakıldığında ise klasik kuşak tanımlarında medya kullanımının erişim, hız, çoklu ekran gibi araçsal ve tüketim odaklı bir yaklaşımdan hareket edildiğini görmekteyiz. Bireylerin hangi teknolojik araçlara sahip oldukları, nasıl erişim sağladıkları, dijital medyayı ne ölçüde ve nasıl kullandıkları, günlük ekran süresi, çoklu ekran kullanımı, mobil cihazları yoğun biçimde kullanma gibi davranışsal ölçütlere odaklanılmaktadır. Gençlerin dijital medya kullanım biçimlerini yalnızca araçsal bir medya ilişkisine işaret eden bu özelliklerle tanımlamak medya ve birey arasındaki ilişkinin toplumsal ve varoluşsal boyutlarını gözden kaçırma riskini beraberinde getirmektedir. Çünkü medya, dijital çağda doğan gençler için yalnızca bir bilgi ve iletişim aracı değildir. Kimliğin şekillendiği, bireyin hem kendisini hem de başkalarının yaşamlarını gözlemleyip karşılaştırdığı bir deneyim alanıdır. Gençler, medyayı yalnızca izlememekte; aynı zamanda anlamlandırmakta, gündelik ritimlerinin içine yerleştirmekte ve günün başlangıcından bitimine dek onunla temas halinde yaşamaktadır. Bu durum, medyayı bedenle bütünleşen bir uzam haline getirmektedir. Dolayısıyla dijital teknolojilerle birlikte

yaşayan değil, dijital teknolojilerin içinde var olmayı deneyimleyen bir kuşak varlığından, diğer bir ifadeyle *hibrit bir varoluştan* söz etmekteyiz.

Tıpkı internetin tüm bilgiye erişim sağlayarak bireyleri daha bilinçli ve farkında kılacağına dair ütopyik varsayımların eleştirel süzgeçten geçirilmesi gerektiği gibi, yüksek oranlarla ifade edilen internet kullanım istatistiklerinden hareketle tüm bireylerin eşit şekilde dijital kaynaklara erişebildiğini varsaymak da yanıltıcıdır. Dijital medya araçlarına ve kullanımına erişimde yaşanan engeller toplumun tüm kesimlerini etkilemektedir. En belirgin etki dijital çağda doğmuş ve büyümüş bireyler üzerinde gözlemlenirken, bu durum belirli zamanlarda daha görünür hale gelmektedir. Çünkü internete ve dijital teknolojilere erişim, yalnızca teknik bir bağlantı meselesi değil; ekonomik sermaye, kültürel pratikler ve hane içi dinamiklerle örülü karmaşık bir yapının parçasıdır. Özellikle COVID-19 pandemisi sürecinde, bu eşitsizlik biçimleri çarpıcı biçimde görünürlük kazanmıştır (Marciano, Ostroumova, Schulz ve Camerini, 2022). Sınırlı veri paketlerine sahip olmak, evde birden fazla çocuğun aynı anda uzaktan eğitime erişmeye çalışması ya da yalnızca bir cihazın varlığı, dijital eğitime katılımı ciddi biçimde sınırlandırmıştır. Benzer şekilde, devlet destekli uzaktan eğitim programı olan EBA TV'nin yalnızca evin ortak kullanım alanında bulunan bir televizyon üzerinden izlenebiliyor olması, hane içi mekansal ve zamansal paylaşımın çocukların eğitime erişimini nasıl etkilediğini göstermektedir. Bu bağlamda, cep telefonu sahibi olmak ya da internet bağlantısına sahip görünmek, gençlerin dijital kaynaklardan eşit ölçüde faydalandığı anlamına gelmemektedir. Livingstone'un (2009) da dikkat çektiği gibi, dijital katılım yalnızca teknik erişimle sınırlı değildir. Anlamlı, üretken ve eleştirel medya kullanımını mümkün kılan dijital yeterlilikler, kültürel sermaye ve destekleyici sosyal çevre gibi unsurlar tarafından şekillenmektedir (Livingstone ve Helsper, 2007).

Bu bağlamda dijital katılıma dair eşitsizlikleri anlamak için dijital uçurum (Bauerlerin, 2011; Bolt ve Crawford, 2000) kavramına bakmak yerinde olacaktır. Dijital uçurum literatürü üç temel düzeyde incelenmektedir: birinci düzey, dijital teknolojiye fiziksel erişimi; ikinci düzey, kullanım biçimleri ve dijital yetkinlikleri; üçüncü düzey ise dijital teknolojilerden sağlanan yararları kapsamaktadır. Özellikle José Robles Morales, Cristóbal Torres Albero ve Óscar Molina tarafından geliştirilen *üçüncü düzey dijital uçurum* (third-level digital divide), bireylerin dijital araçları gündelik yaşam amaçlarını gerçekleştirmek için ne ölçüde kullanabildiklerine odaklanır (Robles ve Torres-Albero, 2012, s. 293). “*Dolayısıyla dijital eşitsizlik, interneti kendi olanaklarını geliştirmek için bir araç olarak kullanan en eğitilmiş, en genç ve en varlıklı yurttaşların elde ettiği avantaj ile en az eğitilmiş, daha yaşlı ve daha az varlıklı yurttaşlar arasındaki farkın bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır*” (Robles ve Torres-Albero, 2012, s. 294). Dijital kaynaklara erişimi sınırlı olan ya da yeterli becerilere sahip olmayan bireyler, dijitalleşmenin sunduğu fırsatlardan tam anlamıyla yararlanamaz; bu durum mevcut toplumsal eşitsizlikleri daha görünür ve kalıcı hale getirir.

O halde günümüzde toplumsallığı ve kültürel katılımı nasıl ele almalıyız? Klasik kuşak tipolojilerinden hareketle yorumlama yapıldığında aynı yaş aralığındaki gruplar arasındaki medya tüketim alışkanlıkları üzerinden toplumsal ortaklıkların kurulduğunu söylenmektedir. Örneğin, Z kuşağı bireylerinin sosyal medya platformlarını yoğun biçimde kullanması bu toplumsal ortaklığı belirleyen temel göstergeler arasında yer almaktadır. Ancak günümüzde kronolojik yaşın sınırlayıcı olmadığı oyun platformları gibi çevrim içi topluluklar ve dijital ortamda gerçekleştirilen dijital performanslar aracılığıyla geliştirilen dijital aidiyetler ile şekillenen bir sosyal yapıdan söz etmek mümkündür. Farklı coğrafyalarda benzer yaş aralığındaki bireylerin ortak teknolojik deneyimleri olabileceği yaklaşımını tamamen reddetmek mümkün değildir. Elbette dijital araçlara erişim ve ağ bağlantısı olduğu sürece medya kullanım biçimlerinde ortaklaşan bireyler ve birlikte inşa ettikleri dijital birliktelikler de mevcuttur. Bu doğrultuda toplumsal aidiyeti ve kültürel katılımı bireylerin medya ile kurduğu etkileşimsel bağlara, bu bağlar neticesinde inşa edilen anlamlara odaklanarak yeniden düşünmek gereklidir.

Gençlerin medya pratikleri, yalnızca neyi ne kadar kullandıklarıyla değil, medya ile kurdukları ilişkilerin kimlik, aidiyet ve toplumsal katılım gibi daha derin düzeylerde nasıl biçimlendiğiyle de ilgilidir (Kühne, Baumgartner, Koch ve Hofer, 2018). Ancak bu bütüncül yaklaşımın aksine, bazı eleştiriler gençlerin dijital medya ile kurdukları bağın daha çok bilişsel, psikolojik ya da duygusal kırılganlıklar üzerinden değerlendirilmesine odaklanmaktadır. Bu çerçevede Twenge (2017) dijital çağın gençlerini *i-nesli*

(iGen) olarak tanımlayarak, onların ekran temelli yaşam tarzlarının psikolojik refah üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çeker. Bu kuşağa ait gençlerin yalnızca bilişsel yetiler açısından daha zayıf olmadığını, aynı zamanda psikolojik olarak da daha kırılgan ve mutsuz olduklarını ileri sürer. Twenge'ye (2017) göre, ekran başında geçirilen sürenin artışı doğrudan mutluluk düzeylerinde azalmaya yol açmakta; dijital teknolojilere aşırı maruz kalmanın sosyal izolasyon, depresyon ve tatminsizlik gibi olumsuz sonuçları beraberinde getirdiği ampirik verilerle desteklenmektedir.

Bu bölümde tartışılan yaklaşımlar doğrultusunda medyanın gündelik yaşamdaki yeri, bireylerin dijital deneyimlerine atfettikleri anlamlar ve bu deneyimlerin toplumsal konumlanışı, gençlik ve iletişim çalışmalarında daha bütüncül ve eleştirel bir çözümlemeyi gerekli kılmaktadır.

SONUÇ

Z kuşağı, Alfa kuşağı gibi yaş temelli yapılan adlandırmalar, dijital teknolojiye erişim biçimlerinin, kullanım pratiklerinin ve dijital yeterliliklerin giderek çeşitlendiği günümüzde, sosyo-demografik, ekonomik ve kültürel faktörleri arka planda bırakma riski taşımaktadır. Bu tür genellemeler, dijital iletişim biçimlerinden kullanım sıklıklarına, internete erişim olanaklarından dijital becerilere kadar farklılık gösteren gündelik dijital deneyimleri yeterince açıklayamamaktadır. Bu nedenle, gençliği yalnızca biyolojik zamana göre değil; dijital ortamda sergilenen kültürel pratikler, medya ile kurulan ilişkiler ve toplumsal bağlamlar üzerinden yeniden düşünmek gerekmektedir. Zira, *Z kuşağı* ya da *ekran gençliği* gibi genelleştirici etiketler de, gençlerin dijital teknolojilerle kurduğu bağlamsal ilişkileri göz ardı ederek, özellikle iletişim araştırmalarında ele alınan toplumsal gerçekliği basitleştirme eğilimi riski taşımaktadır. Bu doğrultuda çalışma, dijital çağda gençliğin medya ile ilişkisini eleştirel bir perspektifle yeniden düşünmeyi ve gençliği, medya teknolojileri bağlamında toplumsal olarak inşa edilen bir konum olarak değerlendirmeyi önermektedir.

Değişen gündelik pratikler nedeniyle dijital çağda doğup büyüyen kuşaklar ile mevcut toplumsal düzenin biçimlenmesinde rol oynamış yetişkinler arasındaki anlam dünyası farklılıkları, araştırmacılar açısından önemli bir epistemolojik meydan okuma ortaya koymaktadır. Günümüz gençliğini popüler retoriğin ötesine geçerek anlamlandırabilmek, ancak ampirik bulgulara dayanan yaklaşımlarla mümkündür. Aksi halde, dijital uçurumun ardında yatan sosyo-demografik, kültürel, ekonomik ve politik belirleyiciler göz ardı edilerek, indirgemeci ve yüzeysel yorumlara mahkum kalınabilir.

Bu çerçevede çalışma, gençliğin dijital medya ile ilişkisini sadece erişim, kullanım sıklığı ya da teknik yeterlilik düzeyleri üzerinden açıklayan indirgemeci yaklaşımların ötesine geçerek, bu ilişkilerin toplumsal bağlamlarda nasıl biçimlendiğini tartışmaya açmaktadır. Gençlerin medya deneyimleri; görünürlük arayışı, iletişim ve ilişki kurma ihtiyacı ve kültürel katılım gibi gündelik yaşama ait dinamikler çerçevesinde şekillenmektedir. Bu nedenle eleştirel perspektif, gençliği homojen ve teknolojiye doğuştan yatkın bir grup olarak değil; farklı imkanlara, geçmişlere ve konumlara sahip bireyler olarak ele almayı gerektirir. Dijital çağın gençlik deneyimleri, ancak bu çoğulluğu tanıyan ve yapısal eşitsizlikleri görünür kılan bir bakışla anlam kazanabilir. Kuşak etiketlerinin ötesinde, gençlerin dijital medya ile kurduğu ilişkilerin gündelik yaşamdaki yansımalarına odaklanmanın, iletişim çalışmalarında daha kapsayıcı bir yaklaşımın kapısını aralayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Allcott, H., Gentzkow, M., & Song, L. (2022). Digital Addiction. *American Economic Review*, 112(7), 2424-2463.
- Armağan, A. (2013). Gençlerin Sanal Alanı Kullanım Tercihleri ve Kendilerini Sunum Taktikleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(27), s. 78-92.
- Atay, A., & Ashlock, M. Z. (2023). *Millennials and Gen Z in Media and Popular Culture*. Lexington Books.
- Bauerlerin, M. (2011). *The Digital Divide*. Penguin.
- Bayhan, V. (2013). Gençlik, Sosyal Medya ve İnternet Bağımlılığı. *Düşünce Dünyasında Türkiz*, 4(23), 61-80.
- Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The 'Digital Natives' Debate: A critical review of the

- evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775–786.
- Bolt, D., & Crawford, R. (2000). *Digital Divide: Computers and Our Children's Future*. New York: TV Books.
- Bourdieu, P. (2016). *Sosyoloji Meseleleri* (F. Öztürk, B. Uçar, M. Gültekin & A. Sümer, Çev.). Heretik Yayınları.
- Christakis, D. A. (2019). The Challenges of Defining and Studying “Digital Addiction” in Children. *Jama*, 321(23), 2277-2278.
- Coleman, B. (2011). *Hello Avatar: Rise of the Networked Generation*. The MIT Press.
- Coleman, J. S. (1961). *The Adolescent Society: The Social Life of the Teenager and Its Impact on Education*. The Free Press of Glencoe.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), s. 173-188.
- Desmurget, M. (2022). *Dijital Ahmak Fabrikası: Ekranların Çocuklarımıza Yönelik Tehlikeleri* (Ö. K. Buhari, Çev.). İnsan Yayınları.
- Dimock, M. (2019, Ocak 17). *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*. Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> adresinden alındı
- Drushel, B. E., & German, K. (2011). *The Ethics of Emerging Media: Information, Social Norms, and New Media Terminology*. Continuum.
- Eckleberry-Hunt, J., & Tucciarone, J. (2011). The Challenges and Opportunities of Teaching “Generation Y”. *Journal of Graduate Medical Education*, 3(4), 458-461.
- Eisenstadt, S. N. (1956). *From Generation to Generation: Age Groups and Social Structure*. Free Press.
- Erikson, E. H. (1950). *Childhood and Society*. W. W. Norton & Company.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. Norton.
- Fry, R., & Parker, K. (2018, Kasım 15). *Early Benchmarks Show ‘Post-Millennials’ on Track to Be Most Diverse, Best-Educated Generation Yet*. Pew Research: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2018/11/15/early-benchmarks-show-post-millennials-on-track-to-be-most-diverse-best-educated-generation-yet/> adresinden alındı
- Furlong, A., & Cartmel, F. (2007). *Young People and Social Change: New Perspectives*. McGraw-Hill/Open University Press.
- Garaganov, A. V. (2022, Mart 24). *Youth Needs Generations: Millennials, Zoomers, Alphas*. Rivero.
- GWİ. (2023). *The Ultimate Social Media Trends Report 2023*. GWİ: <https://www.gwi.com/reports/social-media-use-by-generation> adresinden alındı
- Hall, G. S. (1904). *Adolescence: Its Psychology and Its Relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion, and Education (Vols I&II)*. D. Appleton & Co.
- Harris, A. (2004). *Future Girl: Young Women in the Twenty-First Century*. Routledge.
- Helsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital Natives: Where is the Evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503–520.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage Original.
- Jackson, M. (2018). *Distracted: Reclaiming Our Focus in a World of Lost Attention*. Prometheus Books.
- Kühne, R., Baumgartner, S., Koch, T., & Hofer, M. (2018). *Youth and Media: Current Perspectives on Media Use and Effects*. Nomos.
- Khang, H., Kim, J. K., & Kim, Y. (2013). Self-traits and Motivations as Antecedents of Digital Media Flow and Addiction: The Internet, Mobile Phones, and Video Games. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2416-2424.
- Lüküslü, D. (2013). *Türkiye’de “Gençlik Miti”, 1980 Sonrası Türkiye Gençliği*. İletişim Yayınları.
- Lüküslü, D., & Yücel, H. (2013). *Gençlik Halleri: 2000’li Yıllar Türkiye’sinde Genç Olmak*. Efil Yayınevi.
- Lauricella, A. R., Cingel, D. P., Blackwell, C., Wartella, E., & Conway, A. (2014). The Mobile Generation: Youth and Adolescent Ownership and Use of New Media. *Communication Research Reports*, 31(4), 357-364.
- Liew, J., Chang, Y., Kelly, L., & Yalvac, B. (2010). Self-regulated and Social Emotional Learning in the Multitasking Generation. D. Şahhüseyinoğlu & D. Ilisko içinde, *How do children learn best* (s.62-70). Children’s Research Center.

- Livingstone, S. (2002). *Young People and New Media: Childhood and The Changing Media Environment*. Sage.
- Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Polity Press.
- Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). Gradations in Digital Inclusion: Children, Young People and the Digital Divide. *New Media & Society*(9), s. 671-696.
- Maftai, A., & Pătrăușanu, A. M. (2024). Digital reflections: narcissism, stress, social media addiction, and nomophobia. *The Journal of Psychology*, 158(2), 147-160.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. P. Kecskemeti içinde, *Essays on the Sociology of Knowledge* (s. 276-322). Routledge and Keegan Paul.
- Marciano, L., Ostroumova, M., Schulz, P., & Camerini, A. (2022). Digital Media Use and Adolescents' Mental Health During the Covid-19 Pandemic: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Frontiers in Public Health*(9), s. 793868.
- McCrindle, M. (2003). Understanding Generation Y. *Principal Matters*(55), 28-31.
- McCrindle, M. (2011). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. McCrindle Research.
- McCrory, A., Best, P., & Maddock, A. (2020). The Relationship Between Highly Visual Social Media and Young People's Mental Health: A Scoping Review. *Children and Youth Services Review*(115), 105053.
- Morton, L. P. (2002). Targeting Generation Y. *Public Relations Quarterly*, 47(2), 46.
- Oblinger, D. G., & Oblinger, J. L. (2006). Is it Age or IT: First Steps toward Understanding the Net Generation. *CSLA Journal*, 29(2), 8-16.
- Osgerby, B. (2004). *Youth Media*. Routledge.
- Pantic, I. (2014). Online Social Networking and Mental Health. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17(10), 652-657.
- Parsons, T. (1942). Age and Sex in the Social Structure of the United States . *American Sociological Review*, 7(5), 604-616.
- Peters, C., Schroder, K. C., Lehaff, J., & Vulpius, J. (2022). News as They Know It: Young Adults' Information Repertoires in the Digital Media Landscape. *Digital Journalism*, 10(1), s. 62-86.
- Pew Research Center. (2022, Ağustos 10). *Teens, Social Media and Technology 2022*. Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/> adresinden alındı
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), s. 1-6.
- Prensky, M. (2022). *Empowered! Re-framing 'Growing Up' for A New Age*. EAI Press.
- Prensky, M. (2024). *Third Millennium Kids*. EAI Press.
- Radford, M. L., & Connaway, L. S. (2007). Screenagers and Live Chat Reference: Living Up to the Promise. *Scan: The Journal for Educators*, 26(1), 31-39.
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. MIT Press.
- Reed, C. (2007, February 5). Generation Y research: What makes "Y" tick. *Brand Strategy*, 38.
- Reisenwitz, T. H., & Iyer, R. (2009). Differences in Generation X and Generation Y: Implications for the Organization and Marketers . *Marketing management journal*, 19(2), 91-103.
- Robles, J. M., & Torres-Albero, C. (2012). Digital Divide and the Information and Communication Society in Spain. *Sociologija i prostor*, 194(3), 291-307.
- Rowlands, I., Nicholas, D., Williams, P., Hunginton, P., Fieldhouse, M., Gunter, B., . . . Tenopir, C. (2008). The Google Generation: the Information Behaviour of the Researcher of the Future. *Aslib Proceedings*, 60(4), s. 290-310.
- Rushkoff, D. (1996). *Playing the Future: What We Can Learn from Digital Kids*. Riverhead Books.
- Statista. (2025). *Daily Time Spent on Social Networking by Internet Users Worldwide from 2012 to 2025*. Statista: <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/> adresinden alındı
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The History Of America's Future, 1584 To 2069*. Harper Perennial.
- Subramanian, K. R. (2017). Influence of Social Media in Interpersonal Communication. *International Journal of Scientific Progress and Research*, 109(38), s. 70-75.
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (2025, Mayıs 16). *İstatistiklerle Gençlik, 2024*. Türkiye İstatistik Kurumu: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=İstatistiklerle-Genclik-2024-54077>

adresinden alındı

- Türkiye Raporu. (2019, Aralık 18). *Sosyal Medya Kullanımı*. Türkiye Raporu: <https://turkiyeraporu.com/arastirma/sosyalmedyakullanimi-1766/> adresinden alındı
- Tapscott, D. (1998). *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. McGraw Hill.
- Trepte, S., & Masur, P. K. (2023). *The Routledge Handbook of Privacy and Social Media*. Routledge.
- Turner, K. A. (2023). Digital Career Choice: Rural Students' Perceptions of the Value of Digital Media Learning Based on Their Career Aspirations. *The Australian Educational Researcher*(50), 625-641.
- Twenge, J. M. (2023). *Generations: The Real Differences between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents—And What They Mean for America's Future*. Atria Books.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy-And Completely Unprepared for Adulthood-And What That Means for the Rest of Us*. Atria.
- Walrave, M., Ponnet, K., Vanderhoven, E., Haers, J., & Segaert, B. (2016). *Youth 2.0: Social Media and Adolescence: Connecting, Sharing and Empowering*. Springer.
- Washington, V. (2021). *Changing the Game for Generation Alpha: Teaching and Raising Young Children in the 21st Century*. Redleaf Press.
- We Are Social. (2025, Mart 18). *Digital Report 2025*. We Are Social: <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2025/02/GDR-2025-v2.pdf> adresinden alındı
- Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227-252.