



ÂİLE İÇİ İLETİŞİMDE SOSYAL MEDYA: KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Fadime DİLBER*

Öz

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ve internet kullanım alanının geniş kitlelere yayılmasıyla birlikte sosyal medya günlük yaşamımızın bir parçası olmuştur. Sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkileri tartışılan konular arasındadır. Sosyal medya kişilerarası iletişimi sanal ortamlara taşımıştır. Hızla artmaya devam eden sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi etkilenmemesi mümkün gözükmemektedir. Bu çalışmada sosyal medyanın aile içi iletişimde rolünü ortaya koymak adına Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinden 425 öğrenciye ulaşılmıştır. Araştırmada yüz yüze anket uygulaması yapılarak veriler elde edilmiştir. Üniversite öğrencilerine sosyal medya ve aile içi iletişim ölçeği uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin en çok kullandığı sosyal medya aracı Instagram olarak görülmektedir. Sosyal medyayı eğlenme ve boş vakitleri değerlendirmek amacı kullandıkları, sosyal medyanın ailede yüz yüze iletişimi engellediği, bireyleri yalnızlaştırdığı, sosyal medya kullanımlarından dolayı anne ve babalarla çocukları arasında çatışmalara neden olduğu, erkek öğrencilerin sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği düşüncesindedirler. Cinsiyet, yaş ve gelir değişkenleri arasında anlamlı farklılıklar oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, iletişim, aile.



SOCIAL MEDIA IN DOMESTIC COMMUNICATION: A REVIEW ON THE STUDENTS OF KARAMANOĞLU MEHMETBEY UNIVERSITY

Abstract

Nowadays, with the development of technology and the spread of internet usage to large masses, social media has become a part of our daily lives. The positive and negative effects of social media are among the topics discussed. Social media has moved interpersonal communication into virtual environments. Social media use, which continues to increase rapidly, certainly seem to be affected by domestic communication. In this study, 425 students from Karamanoğlu Mehmetbey University were reached to reveal the role of social media in family communication. Research data was obtained by conducting a face-to-face survey. The scale of social media and family communication was applied to university students. The social media tool that college students use most is Instagram. They use social media for fun and leisure purposes, social media prevents face-to-face communication in the family, isolates individuals, and causes conflicts between parents and their children due to their use of social media, male students believe that social media use negatively affects family communication. There are significant differences between gender, age and income variables.

Keywords: Social media, communication, family.

1. GİRİŞ

Günümüzde hayatın her alanını kuşatan genelde iletişim araçlarının ve sosyal medyanın aile içi iletişimini nasıl etkilediği incelenmiştir. Günümüzde bireyler, teknolojinin kontrolsüzce kullanıldığı bir dünyanın içerisine doğuyor ve büyüyorlar. Bu nedenle aile içi iletişimin etkilenmemesi mümkün gözükmemektedir.

Aile, bireylerin sosyo-kültürel gelişimini sağlamaktadır. Bu aile kurumunun en temel işlevidir. Bu işlevi yerine getirebilmesi için de iyi bir aile içi iletişime ihtiyacı vardır (Karadağ, 2015: 34).

“Aile içi iletişim, eşler, ebeveyn-çocuk, kardeşler arası iletişim ve kuşaklar arası iletişim akla gelmektedir” (Baran 2004: 31). Bu bağlamda birey dünyaya geldiği andan itibaren ailesiyle ve aile bireyleriyle iletişim kurmaya başlamaktadır (Kırık, 2014: 337). Aileyi teşkil eden bireyler ve bunların rol ve statülerinin gelişimlerinin sağlandığı bir kurumdur. Aile ortamı, ebeveynler anlayışlı, paylaşımlı ve yardımlaşmayı gerektiren davranışlar aile içi iletişim ile gerçekleşmektedir. Bu bağlamda iyi bir aile, bireyleri anlaması, ortak aktivitelerin paylaşımı, görüş birliğinin oluşması için iyi bir iletişim gereklidir (Çakmak ve Koçyiğit, 2017: 1).

Aile içi ilişkilerin düzenlenmesinde, uyumun sağlanması, çatışmanın çözüme ulaştırılabilmesi için temel öğeyi iletişim oluşturmaktadır (Giddens, 1997: 179)

Toplumun ve bireylerin aileden beklediği işlevlerin yerine gelmesi için temel şart, aile üyeleri arasındaki açık, sık ve olumlu bir iletişimdir (Kara, 2016: 44). Bu bağlamda aile içi iletişimi zayıf ya da olumsuz olan bir ailede, bireyler duygusal zararlara maruz kalabilir. Aile içi sorunların çözümü için olumlu iletişim ana ilkedir ve yanlış anlaşılmaları azaltarak yakınlığı artırabilir. Bu nedenle aile bireylerinin birbirlerine, ortak zaman ayırmaları, iletişimle sorunların azalmasını sağlayabilir (Arabacı, 2011: 37).

Aile etkisinin azalmasıyla bireyler, değişik faktörlerden etkilenmeye ve arayışlara açık hale gelirler. Bu bağlamda bireylerin televizyon ve ‘internet’i çok kullanılmasının sebebi sosyal ihtiyaçlarının tatminini bu araçlarla sağlamaya çalışmalarıdır (Bayraktutan, 2005: 110-158).

Bireylerin yaşantılarında meydana gelen değişimler, yoğunlaşan iş yaşantıları nedeniyle aile bireylerinin birbirlerine zaman ayırmakta zorlandıkları görülmektedir. Çağdaş ailelerde, boş vakitlerini birlikte geçirme önemini kaybetmiş ve bu işlevi, aile dışına kaymıştır. Türkiye’de gençler boş zamanlarını çok pasif halde gerçekleştirmekte ve pasif aktivite genellikle internette vakit geçirme şeklindedir (Güleç, 2018: 115).

“İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, ailelerin iletişim kurma şekillerinde de önemli değişikliklere yol açmıştır”. Özellikle internet kullanımı bireylerin yüz yüze iletişim yerini bilgisayar aracılı iletişime geçmesini sağlamıştır. Toplumsal olarak yaşanan değişim, toplumun en küçük birimi olan ailelerin iletişim şeklinde de değişikliklere yol açmıştır (Bakan ve Bakan, 2017: 56-57).

Yeni iletişim teknolojileri hayatımızın birçok alanında etkili olmaya başlamıştır. Bireyler günlük ihtiyaçlarını, iletişimlerini, yeni iletişim teknolojileriyle karşılamaya başlamış hatta günlük yaşantının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. İnternet, iletişimi biçimlendirerek etkileşimli sanal bir dünyanın oluşumunu sağlamıştır (Kırık, 2014: 339)

“Web 2 teknolojisi ile yaşamın her alanında haber, bilgi, ileti gibi çeşitli unsurların kullanıcı tarafından yaratılan bir içerik haline dönüştürülmesini ve paylaşılmasını sağlayan bir ortam olan sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak dinamik ve yaşayan bir platformdur. Gazete, TV ve diğer basılı medyadan en büyük farkı karşılıklı iletişim sağlamasıdır” (Balci ve Şahin, 2016: 2313).

Günümüzde popüler durumda olan bu araçlar geleneksel iletişim araçlarından daha etkili duruma gelmiş ve insanlar birbirleriyle sosyal medya araçları vasıtasıyla iletişim kurmaya başlamıştır (Zenelaj, 2014: 71).

Sosyal paylaşım ağıları, geçmişte yüz yüze veya geleneksel iletişim araçlarıyla gerçekleşen iletişime yeni bir iletişim şekli olarak eklenmiştir. Sosyal medya, etkin bir şekilde iletişim boşluğunu doldurmakta aile içi iletişimde büyük önem taşımaktadır.(Reuber ve Fischer, 2011: 1). Sosyal medya kullanımı, değişen ihtiyaçları karşılamada dinamik yapısından dolayı pozitif bir etki yaratmaktadır (Sashi, 2012: 262).

Sosyal medya, sanal ve kullanıcı tabanlı olmasının yanında hedef kitleleri ve insanların aralarındaki etkileşimi arttırması bakımından önem taşımaktadır. İnternet eşsiz bir içerik paylaşma platformudur. Bilginin, diğer medya araçlarıyla karşılaştırıldığında, çok daha geniş erişilebilirlik ve daha esneklikle yayılmasına imkân sağlamaktadır (Lester, 2012: 116-124).

Sosyal medya, aile ilişkileri ve dinamiklerini etkiler. Sosyal medya kullanıcıların büyük çoğunluğunun yüz yüze görüşmelerinde ve aile üyeleriyle geçirilen zamanın, interneti kullanmaya başladıktan sonra değiştiğini ifade etmektedirler. Sosyal medya, aile birliğinin sosyalleşmesi biçimini etkilediği ve dolayısıyla ilişkilerini etkilediği açıktı. Zaman ve mekân sınırları olmaksızın, teknolojik araçların özellikleri, bireylerin başkaları ile sürekli bağlantı kurma yeteneğini yaratarak, ailesel bağları ve ilişkileri geliştirmelerine olanak tanımaktadır. Bu durum, medyanın en iyi yönlerinden biri olsa da kişinin aile ile olan iletişimini olumsuz yönde etkileyerek, yüz yüze etkileşimleri ve toplumsal katılımı engelleme potansiyeline sahiptir (Villegas, 2013: 11-13).

Sosyal medya mecraları toplumda genç nüfustan yetişkin bireylere kadar çok sayıda kişi tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Her ne kadar bireylerin sosyalleşme sürecine olumlu/ olumsuz etki ettiği noktasında farklı kişilerce farklı tartışmalar ortaya koyulmuş olsa da sosyal medya kavramı içerik ve hizmet alanı olarak kendi içerisinde birçok farklı alanda ve farklı türde karşımıza çıkmaktadır.

Bireyler alışveriş, haber, bilgi alma, paylaşım, bulunma gibi birçok amaçla sosyal medya mecralarını kullanmaktadır (Görgülü, 2018: 1-2).

Sosyal medya bireylerin, aileleri ve yakın çevreleri arasındaki iletişim biçimini yeniden şekillendirmiştir. Herkese açık olması, özgürce katılabilmeleri ve karşılıklı etkileşim yapısı nedeniyle sosyal medyaya olan ilgiyi artırmakta ve bireyler tarafından hayatın merkezine yerleşmiştir (Yalçın ve Yalçın, 2018: 739).

“Sosyal medya, insanların sosyalleşmesine, kaçış, bilgilenme, eğlenme, iletişim, vakit geçirme gibi isteklerine etkileşim boyutuyla cevap vermekte, insanlar sosyal medyada, kişiselleşebildiği oranda gelecek vadeden bir araç haline gelmiştir” (Hazar, 2011: 153).

Sosyal medya özellikle toplumun davranışlarını etkilemesi bakımından ve insanların davranışlarını etkilemede birtakım avantajlara sahiptir. Yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla mesaj bombardımanı yaşanması kurumları ve insanları duyarsızlaşmaktadır. Bu duyarsızlık bireylerde farklı davranışlar geliştirmelerine ve yeni arayışlara, yeni iletişim ortamlarına yönlendirmektedir (Vural ve Bat, 2010: 3349).

Yeni iletişim araçlarına ilginin çoğalması ile sosyal medya kullanımı her geçen gün daha da artmaktadır. Bu bağlamda bireyler arasında iletişim kopukluklarına sebep olmaktadır. “Sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça aile ilişkilerinde o oranda azalma görülmektedir. Sosyal medyanın yoğun olarak kullanılması sadece aile ilişkilerini değil ailede yaşanacak başka sorunlara da sebep olmaktadır” (Güleç, 2018: 105). Gençler zamanlarının büyük bir kısmını sosyal paylaşım ağlarında geçirmekte (Haciefendioğlu, 2010: 57). Gençler odalarında yalnız, internetle vakit geçirdikleri ve sosyal hayattan izole olmaktadır. Gençler, sosyal faaliyetlerde bulunmak yerine internet vakit geçirmeyi tercih

etmektedirler. Bu durum aile bireylerinin boş zamanlarını ayrı geçirilmesi durumu ortaya çıkmaktadır (Aslan ve Cansever, 2012: 31).

Araştırmalarda, sosyal medyanın bireylerin ailesi ve yakın çevresi ile iletişimlerinde olumsuz etkilediği belirtilmektedir (Demir 2016: 32). Bireyler gerçek hayatta yaşanan olaylardan uzaklaşarak sanal dünyanın bir parçası haline gelmektedir. Ailelerin internet konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları çocuğu olumsuz bir şekilde etkilemektedir. İnternet teknolojisinin gelişmesi, sıcak iletişim ve insani ilişkileri zedelendiğini savunmaktadır. Kurulan soğuk iletişim nedeniyle bireylerin sosyalleşmeden yoksun kalabilmektedirler (Kırık, 2014: 341). Sosyal medya kullanımı ailede, yüz yüze görüşmenin yapılamadığı, bireylerin farklı mekânlarda bulunması, bir iletişim engeli oluşturmakta ve beden dilinin kullanılamaması da eksik bir iletişime neden olmaktadır. Bireylerin arasında fiziksel uzaklık ne kadar fazla ise, iletişimde kadar çok sorun yaşanmasına neden olmaktadır (Arabacı, 2011: 27).

Yapılan araştırmalara göre Sosyal medyanın kullanım süresine göre aile içi iletişimini etkilediği yönünde görüşler bulunmaktadır. Bir haftada beş saatten daha fazla internet kullanan bireylerin ailelerine ve arkadaşlarına ayırdıkları zamanı azalttığı; bunların %10'unun ise internet yüzünden ev dışı aktivitelere az katıldıkları belirtilmektedir. Gençlerin fazla internet kullanmalarının nedeni aile ve arkadaş ilişkilerinin zayıf olması ile ilişkilendirilebileceği sonucuna varılmıştır (Demir, 2016: 31).

Teknoloji dönüştürücü gücüyle bireyleri ve toplumları kendisine uyarlamaya başlamıştır. “Bireyin bilgiye ulaşması, bilgiyi paylaşması, bilgiyi oluşturma biçimleri ve bireylerarası iletişim biçimleri yeniden şekillenmiş, değişmiştir. Özellikle gençlerin sosyal medyada geçirdikleri süre ve sosyal medya hesap sayısı yeni bir iletişim biçiminin yerleştiğinin önemli göstergelerinden biridir” (Aydın, 2016: 374). Bireysel, sosyo-kültürel ve gündelik hayatı karmaşık hale

gelmesine yol açmıştır. “Teknolojik gelişmeler bireylerin yaşamlarında kolaylıklar sağlamasına rağmen, sevgi, ilgi, güven, bağlılık, dayanışma, güvenlik gibi konulardan insanları yoksun bırakmıştır ve birçok problemi de beraberinde getirmiştir. Bireyleri en çok etkileyen problemler; bunalım, şiddet, bencillik, yalnızlık, stres ve depresyon gibi rahatsızlıkların yer aldığı görülmektedir” (Aktaş ve Çopur, 2018: 144). İnsanların sosyal ilişkilerinde küçülmelerin yaşandığı sosyal medyada daha fazla vakit geçirmeleri yeni yaşam tarzları geliştirdikleri görülmektedir (Yalçın ve Yalçın, 2018: 740). Yüz yüze iletişime göre, sosyal medya ortamlarında kurulacak iletişimlerin bazı olumsuzluklar yaratarak bireylerin kaygı seviyelerinde ve iletişimlerde aksaklıklara yol açacağı yönünde görüşler de mevcuttur. Sosyal medya, ailelerin yapısına ve sosyal yapıya zarar verdiği çeşitli araştırmalarla tespit edilmiştir (Aktan, 2018: 36).

Sosyal medya kullanımı, yüz yüze ilişkinin ister istemez yerine geçmeye başlayan bir iletişim için katlanılan sıkıntıları bertaraf ederek ilişki kurmayı kolaylaştırmakta ama ilişkileri sıradanlaştırmaktadır. “Sosyal medyanın insanların ailesi ve arkadaşlarıyla yüz yüze ilişki oluşturmasını engellediği, bölgesel iletişimi azalttığı sonucuna ulaşmıştır” (Hazar, 2011: 153-160).

Sağlıklı ailelerde var olan sadakat, takdir etme, birlikte zaman geçirme, iletişim, inanç ve değerler ile üstesinden gelme beceriler, sosyal medyada geçirilen vakit nedeniyle körelmektedir. Bu bağlamda aile içinde bireylerin sosyal medya kullanımının aile iletişiminde olumsuz etki yaratabileceğini söyleyebiliriz (Aktaş ve Çopur, 2018: 145).

Sosyal medyayı çok kullanan bireyler; sanal ortamdaki her şeyden hemen haberdar olma arzusuna daha çok sahipler. Yeni teknolojilerin aşırı kullanımının, gençlerde ruh sağlığı problemi, yalnızlık ve bağımlılık oluşturabileceğini öne sürmüşlerdir. Sosyal medya bağımlıları, saplantılı davranış sergiler ve bu araçların kullanımını kontrol edemezler (Balci ve Baloğlu, 2018: 112). Bu

bağlamda sosyal medya kullanımından dolayı aile içi iletişimde etkilenmemesi mümkün gözükmemektedir. Gençlerin, aileleri ile vakit geçirmeleri gerekmekte ve sağlıklı bir gelişim süreci geçirebilmeleri için ortak faaliyetler içerisinde olmalarını zorunlu kılmaktadır. Ailelerin birlikte olmalarına engel olabilen sosyal medyanın bilinçli kullanılması, fazla vakit geçirilmemesi gerekmektedir (Yalçın ve Yalçın, 2018: 740).

Çalışma grubumuzu Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesinde Fakülte, Yüksekokul, Meslek Yüksekokulunda okumakta olan ve sosyal medya kullanıcısı olan 425 öğrenciden oluşturmaktadır. Çalışma üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerinden kaynaklı olarak aile içi iletişimde oluşabilecek olumsuzlukları ortaya koymak, sağlıklı bir aile ortamı için yüz yüze iletişimin önemini ve olumsuzlukları ortadan kaldırmak için öneriler sunmayı amaçlamaktadır. Bu çalışma farklı gruplara yapılacak yeni araştırmalar için bir model olacağı düşünülmektedir.

Araştırma Soruları

- S1.** Sosyal medya kullanımı aile içi iletişimi etkilemekte midir?
- S2.** Sosyal medya kullanımı aile içi iletişimde çatışmalara neden olmakta mıdır?
- S3.** Sosyal medya kullanımı aile bireylerinin sosyalleşmesine engel olmakta mıdır?
- S4.** Sosyal medya kullanımı aile içi iletişimi engellemekte midir?

Bu araştırma soruları ışığında araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeylerinin aile içi iletişimdeki rolünü ortaya koymaktır.

2. YÖNTEM

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının aile içi iletişime etkilerini belirlemeyi hedefleyen bu araştırma, tarama modelinde bir araştırmadır. “Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle tespit etmeyi amaçlayan araştırma modelidir” (Karasar, 2017: 109).

2.1. Araştırmanın Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu, kolay ulaşılabilir durum örneklemesine göre seçilen bir devlet üniversitesi Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesinde farklı bölümlerde öğrenim gören 425 öğrenci oluşturmuştur. Araştırmada uygun örneklem seçimi, kolay ulaşılabilirlik, erişimin kolay olması, araştırmaya hız ve pratiklik kazandırılması için tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 141). Araştırma kapsamına alınan çalışma grubuna ait demografik bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

2.2. Araştırmanın Veri Toplama Aracı ve Analizler

Araştırma verilerinin toplanmasında sosyal medya ve aile içi iletişim ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek Ümit Demir tarafından oluşturulan (2016) “Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” isimli makaleden elde edilmiştir. Bu ölçek, çalışmanın amacına uygun hale getirilmesi için bazı soruları çıkartılıp yerine yeni sorular eklenerek 25 soru oluşturulmuştur. Oluşturulan bu ölçek altı faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler (iletişim, çatışma, sosyal izolasyon, paylaşım, zamanı birlikte geçirme, sosyal medya bağımlılığı) oluşmaktadır ve faktörler toplam varyansın %65.626’sını açıklamaktadır. Örneklem yeterliliğini ölçmek amacıyla uygulanan KMO testi sonucu 0,887 olarak hesaplanmıştır. Ölçekte belirlenen 6 faktöre ait özdeğerler ve bunların varyans açıklama oranları Tablo 1’de verilmiştir. Ayrıca, araştırma kapsamında belirlenen faktöre ait madde yükleri Tablo 2’de verilmiştir. Bu çalışmada yapılan geçerlik ve güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen

Cronbach's Alpha değeri 0,89'dur. Verilerin analizinde sırasıyla; katılımcıların sosyal medya araçlarından hangisini en çok kullandıkları, sosyal medyayı günlük kullanma süreleri, sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medyanın aile içi iletişimi olumsuz etkileyip-etkilemediği düşüncesine yönelik sorular ve demografik özelliklerini belirlemek amacıyla frekans analizi, faktör analizi, Ki-kare testi, cinsiyete göre sosyal medyanın aile içi iletişimde farklılığı tespit etmek için Bağımsız Örneklem T-Testi; gelir düzeyindeki farklılaşmayı ortaya koymak için de Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

Tablo 1. Ölçek Faktörlerinin Varyans Açıklama Oranları

Faktörler	Özdeğer %	Varyans Açıklama	Kümülatif %
1	8,483	33,933	33,933
2	2,832	11,330	45,262
3	1,611	6,442	51,705
4	1,356	5,422	57,127
5	1,108	4,430	61,557
6	1,017	4,069	65,626

Tablo 2. Ölçek Maddelerinin Faktör Yükleri

Madde içeriği	1	2	3	4	5	6
Sosyal medya kullanmadığım zaman ailemle konuşacak konu bulamıyorum.		,798				
Aile içinde konuşulan konular çok sıkıcı geliyor		,810				
Ailemle hiç konuşmadığımız günler olmakta.					,602	
Sosyal medya kullanırken geçirdiğim süre aile içi tartışmalara neden oluyor.						,843
Ailemle birlikteyken bile sosyal medyada olanları merak ediyorum						,575
Sosyal medya kullanırken zamanın						,363

nasil geçtiğini anlamıyorum.						
Sosyal medya eğlenceli zaman geçirmemi sağlıyor.			,715			
Sosyal medyada düşüncelerimi daha iyi ifade edebiliyorum			,828			
Sosyal medyada kendimi özgür hissediyorum.			,786			
Sosyal medyayla uğraşırken kendimi iş yapma konusunda isteksiz hissediyorum.						,547
Sosyal medya ailede yüz yüze iletişimi engellemektedir	,824					
Sosyal medyada yapılan paylaşımlar ve yorumlardan dolayı yasal olarak cezalı duruma düşürmektedir					,726	
Sosyal medya ailede huzursuzlukların çıkmasına neden olmaktadır	,590					
Sosyal medya aile içi iletişimi engellemektedir	,819					
Sosyal medya aile içinde bireyleri yalnızlaştırmaktadır	,771					
Sosyal medya çocuklarla anne-baba çatışmaları yaratmakta	,788					
Sosyal medya aile mahremiyetine zarar vermektedir	,595					
Sosyal medya yüzünden aile bireyleri birbirine vakit ayıramamaktadır	,755					
Sosyal medya kullanan aileler boş vakitlerini birlikte geçirememektedir	,716					
Aile bireyleri sosyal medya kullanımları yüzünden pasifleşmekte	,676					
Sosyal medya aile bireylerinin sosyalleşmesini engellemekte				,488		
Sosyal medya çocukların odalarına kapanarak arkadaşlık kurmakta zorlanmakta				,706		
Sosyal medya çocukların eğitimini olumsuz etkilemekte				,766		
Sosyal medya aile bireylerinde özgüven sorunu yaşamasına neden				,857		

olmakta						
Sosyal medya aile içi görevleri yerine getirmeye engel olmakta				,624		

KMO Measure of Sampling Adequacy: ,887; Barlett's Test of Sphericity: $X^2=5,648$, $df=300$, $p= .000$

2.3. Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya Katılan Üniversite Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Tablo 3. Öğrencilerin Bazı Sosyo–demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Cinsiyet	N	%
Kadın	259	60.9
Erkek	166	39.1
Toplam	425	100
Gelir	N	%
1501-2000 TL	119	28,0
2001-2500 TL	77	18,1
2501-3000TL,	56	13,2
3001-3500 TL	47	11,1
4000TL ve üstü	126	29,6
Toplam	425	100

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet dağılımına baktığımızda kadın öğrencilerin erkek öğrencilerden fazla olduğu görülmektedir %60,9'u kadın ve %39,1'i erkek üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin gelir düzeylerinin dağılımı %28,0'i 1501-2000 TL, %18,1'i 2001-2500 TL, %13,2'i 2501-3000TL, %11,1'i 3001-3500 TL, %29,6'si 4000TL ve üstü, gelir düzeyinde olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Araçlarını Kullanma Düzeylerine Göre Dağılımları

Sosyal medya araçlarından hangisini en çok kullanırsınız	N	%
Facebook	12	2,8
Twitter	54	12,7
Instagram	258	60,7
Google plus	21	4,9
Youtube	80	18,8
Toplam	425	100,0

Tablo 4 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %60,7 oranla üniversite öğrencilerinin sosyal medya araçlarından en çok Instagram'ı kullandığı görülmektedir.

Tablo 5. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Araçlarını Günlük Kullanım Sürelerine Göre Dağılımları

Sosyal Medya Araçlarını Günlük Kullanım Süreniz	N	%
1 Saatten Az	55	12,9
1-3 Saat	215	50,6
4-6 Saat	118	27,8
7-9 Saat	24	5,6
9 Saat ve Üzeri	13	3,1
Toplam	425	100,0

Tablo 5 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %50.6'sı 1-3 saat, %27.8'i 4-6 saat, %12.9'u 1 saatten az, %5.6'sı 7-9 saat ve %3.1'i 9 saat ve üzerinde sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir. Üniversite öğrencilerinin yarısının 1-3 saat aralığında medyayı kullandıkları görülmektedir.

Tablo 6. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımları

Sosyal Medya Kullanım Amacınız	N	%
--------------------------------	---	---

Bilgi alma-verme	39	9,2
Oyun oynama	19	4,5
Yeni arkadaş edinme	11	2,6
Mevcut arkadaşlarımı takip etme	41	9,6
Arkadaşlarla sohbet etme	37	8,7
Boş vakitleri değerlendirme	72	16,9
İşlerimi takip etme	17	4,0
Eğlenme	104	24,5
Alışveriş yapmak	25	5,9
Yeni fikirler elde etmek için	38	8,9
Eğitim için	22	5,2
Toplam	425	100,0

Tablo 6 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %24,5'i eğlenme amacıyla kullandığı görülürken; %16,9'u boş vakitlerini değerlendirme amacıyla kullanırken, %9,6'sı arkadaşlarını takip etmek için, %9,2'si bilgi alıp-verme amacıyla, %8,9'u yeni fikirler elde etmek için, %8,7'si arkadaşlarıyla sohbet etmek için, %5,9'u alışveriş yapmak amacıyla, %5,2'si eğitim için, %4,5'i oyun oynama ve %2,6'sı yeni arkadaş edinmek amacıyla sosyal medya kullandıkları görülmektedir. Üniversite öğrencilerinin en çok eğlenme amacıyla kullandıklarını söylemek mümkündür.

Tablo 7. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımının Aile İçi İletişimi Olumsuz Etkileme Düşüncelerine Göre Dağılımları

Sosyal Medya Kullanımı Aile İçi İletişimini Olumsuz Etkilediğini Düşünüyor musunuz?	N	%
Evet	169	39,8
Bazen	215	50,6
Hayır	41	9,6
Toplam	425	100,0

Tablo 7 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %50.6'sı bazen cevabıyla sosyal medyanın aile içi iletişimi ara sıra olmak kaydıyla olumsuz etkilediği yönünde görüş belirtirken; %39.8' aile içi iletişimi olumsuz etkilediğini düşünmekte ve %9.6'sı sosyal medyanın aile içi iletişimde olumsuz etkisinin olmadığı görüşündedirler. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin büyük bir çoğunluğunun sosyal medyanın aile içi iletişimde olumsuz bir etkisinin olduğunu düşünmektedirler.

Tablo 8. Cinsiyet Değişkeni ile Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Araçlarından En Çok Hangisini Kullandıklarına Yönelik Ki Kare Analizi

Cinsiyet	Sosyal Medya Araçlarından Hangisini En Çok Kullanırsınız					Toplam
	Facabook	Twitter	İnstagram	Google Plus	Youtube	
Kadın	4	31	174	10	40	259
	1,5%	12,0%	67,2%	3,9%	15,4%	100,0%
Erkek	8	23	84	11	40	166
	4,8%	13,9%	50,6%	6,6%	24,1%	100,0%
Toplam	12	54	258	21	80	425
	2,8%	12,7%	60,7%	4,9%	18,8%	100,0%

Notlar= (i) n=425, (ii) Pearson $\chi^2=14,295^*$; $p<.006$, sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 8 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerini en çok kullandığı sosyal medya aracı ile cinsiyet değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki oluşmaktadır($p=0.006$). Araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %67.2'i, oranla en çok instagram'ı kullandığı görülmektedir. Erkek öğrenciler %24.1 Youtube'u daha fazla kullandıkları görülmektedir.

Tablo 9. Cinsiyet Değişkeni ile Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sürelerine Yönelik Ki Kare Analizi

Cinsiyet	Sosyal Medya Günlük Kullanım Süreniz					Toplam
	1 Saatten Az	1-3 Saat	4-6 Saat	7-9 Saat	9 Saat ve Üzeri	
Kadın	22	141	80	10	6	259
	8,5%	54,4%	30,9%	3,9%	2,3%	100,0%
Erkek	33	74	38	14	7	166
	19,9%	44,6%	22,9%	8,4%	4,2%	100,0%
Toplam	55	215	118	24	13	425
	12,9%	50,6%	27,8%	5,6%	3,1%	100,0%

Notlar= (i) n=425, (ii) Pearson $\chi^2=19,348^a$ *; $p<001$, sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 9 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı günlük kullanma süreleri ile cinsiyet değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki oluşmaktadır($p=0.001$). Araştırmaya katılan kadın öğrencilerin sosyal medyayı günlük kullanma süreleri %54,4'ü 1-3 saat, %30,9'u 4-6 saat, %8,5'i 1 saatten az, %3,9'u 7-9saat, %2,3'ü ise 9 saat ve üzeri sosyal medya kullandıkları görülmektedir. Erkek öğrencilerin %44,6'sı 1-3saat, %22,9'u 4-6 saat, %19,9'u 1 saatten az, %8,4'ü 7-9 saat ve %4,2'si 9 saat ve üzeri sosyal medya kullanmaktadır. Erkek öğrenciler 1 saatten az saat aralığında, kadın öğrencilerin 1-3 saat aralığında erkek öğrencilerden daha fazla sosyal medya kullandıkları görülmektedir.

Tablo 10. Cinsiyet Değişkeni ile Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Amaçlarına Yönelik Ki Kare Analizi

Cinsiyet	Sosyal Medya Kullanım Amacını											Toplam
	Bilgi alma-verme	Oyun oynama	Yeni arkadaş edinme	Mevcut arkadaşlarımı takip etme	Arkadaşlarla sohbet etme	Boş vakitleri değerlendirme	İşlerimi takip etme	Eğlenme	Alışveriş yapmak	Yeni fikirler elde etmek için	Eğitim için	
Kadın	14	6	3	21	25	55	10	70	19	20	16	259
	5,4%	2,3%	1,2%	8,1%	9,7%	21,2%	3,9%	27,0%	7,3%	7,7%	6,2%	100,0%
Erkek	25	13	8	20	12	17	7	34	6	18	6	166
	15,1%	7,8%	4,8%	12,0%	7,2%	10,2%	4,2%	20,5%	3,6%	10,8%	3,6%	100,0%
Toplam	39	19	11	41	37	72	17	104	25	38	22	425
	9,2%	4,5%	2,6%	9,6%	8,7%	16,9%	4,0%	24,5%	5,9%	8,9%	5,2%	100,0%

Notlar= (i) n=425, (ii) Pearson $\chi^2=38,496^*$; $p<000$, sonuçlar istatistiksel

bakımdan anlamlıdır.

Tablo 10 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı kullanma amacı ile cinsiyet değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki oluşmaktadır($p=0.000$). Araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %27,0 oranında eğlence amaçlı kullandığı, %21,2'si boş vakitleri değerlendirme, %9,7'si Arkadaşlarla sohbet etme, %8.1 Mevcut arkadaşlarımı takip etme, %7,7'si Yeni fikirler elde etmek için, %7,3'ü Alışveriş yapmak, %6,2'si Eğitim için, %5,4'ü Bilgi alma-verme, %3,9'u İşlerimi takip etme, %2,3'ü Oyun oynama ve %1,2 Yeni arkadaş edinmek amacıyla sosyal medya kullandığı görülürken; erkek öğrenciler %20,5'i eğlence, %15,1'i bilgi alıp vermek, %12,0'si mevcut arkadaşlarını takip etmek, %10,8'i Yeni fikirler elde etmek için, %10,2'si boş vakitleri değerlendirme, %7,8'i Oyun oynama, %7,2'i Arkadaşlarla sohbet etme, %4,8'i Yeni arkadaş edinme, %4,2'si İşlerimi takip etme, %3,6'sı Alışveriş yapmak

ve%3,6'sı Eğitim amacıyla sosyal medya kullandığı kullandıkları görülmektedir. Bu bağlamda kadın öğrencilerin en çok eğlenme amaçlı kullanırken; erkek öğrenciler ise en çok bilgi alışverişi amaçlı kullandıkları görülmektedir.

Tablo 11. Cinsiyet Değişkeni ile Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımının Aile İçi İletişimi Olumsuz Etkilediğini Düşüncesine Yönelik Ki Kare Analizi

Cinsiyet	Sosyal Medya Kullanımı Aile İçi İletişimini Olumsuz Etkilediğini Düşünüyor musunuz?			Toplam
	Evet	Bazen	Hayır	
Kadın	87	148	24	259
	33,6%	57,1%	9,3%	100,0%
Erkek	82	67	17	166
	49,4%	40,4%	10,2%	100,0%
Toplam	169	215	41	425
	39,8%	50,6%	9,6%	100,0%

N=425, (ii) Pearson $\chi^2=12,088^*$; $p<002$, Notlar= (i) sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 11 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilemesi ile cinsiyet değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki oluşmaktadır($p=0.002$). Araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %33,6'sı sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi etkilediği görüşünde, %57,1'i bazen cevabıyla sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi aralıklı olmak kaydıyla aile içi iletişimi olumsuz etkilediğini, %9,3'ü ise sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilemediğini düşünmektedir. Erkek öğrencilerin %49,4'ü, sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %40,4'ü bazen cevabıyla sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi aralıklı olmak kaydıyla aile içi iletişimi olumsuz etkilediğini ve %10,2'si ise sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilemediğini

düşünmektedir. Bu bağlamda erkek öğrenciler kadın öğrencilere göre sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşündedir.

Tablo 12. Gelir Değişkeni ile Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Araçlarından En Çok Hangisini Kullandıklarına Yönelik Ki Kare Analizi

Gelir	Sosyal Medya Araçlarından Hangisini En Çok kullanırsınız					Toplam
	Facabook	Twitter	İnstagram	Google plus	Youtube	
1501-2000 TL	8	5	67	7	32	119
	6,7%	4,2%	56,3%	5,9%	26,9%	100,0%
2001-2500 TL	8	23	84	11	40	166
	4,8%	13,9%	50,6%	6,6%	24,1%	100,0%
2501-3000TL	4	7	32	4	9	56
	7,1%	12,5%	57,1%	7,1%	16,1%	100,0%
3001-3500 TL	0	8	37	1	1	47
	,0%	17,0%	78,7%	2,1%	2,1%	100,0%
4000 TL ve üstü	0	27	70	8	21	126
	,0%	21,4%	55,6%	6,3%	16,7%	100,0%
Toplam	12	54	258	21	80	425
	2,8%	12,7%	60,7%	4,9%	18,8%	100,0%

N=425, (ii) Pearson $\chi^2=53,253^*$; $p<000$, Notlar= (i) sonuçlar istatistiksel

bakımdan anlamlıdır.

Tablo 12 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya araçlarından hangisini en çok kullandığı ile gelir değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki oluşmaktadır($p=0.000$). Araştırmaya katılan öğrencilerden 1501-2000 TL gelire sahip olanların %56,3'ü İnstagram, %26,9'u Youtube'u %6,7'si Facebook'u, %5,9'u Google plus'ı ve %4,2'si Twitter kullanmakta; 2001-2500 TL gelire sahip olanların %50,6'sı İnstagram, %24,1'i Youtube'u, %13,9'u Twitter, %6,6'sı Google plus'ı ve %4,8'i ise Facebook'u kullanmakta; 2501-3000TL gelire sahip olanların %57,1' İnstagram, %16,1'i Youtube'u, %12,5'i Twitter ve %7,1 Facebook'u ve aynı oranda Google plus'ı

kullanmakta; 3001-3500 TL gelire sahip olanların %78,7' Instagram, %17,0' Twitter'ı, %2.1'i Google plus'ı ve aynı oranda Yuotube'u kullanmakta, bu gelir grubu Facebook'u kullanmamaktadır. 4000TL ve üstü gelire sahip olanların %55,6'sı Instagram, %21,4'ü Twitter'ı ve %16,7'si Yuotube'u ve %6,3'ü Google plus'ı kullanmakta, bu gelir grubu Facebook'u kullanmamaktadır. Bu bağlamda 1500-2000 TL gelir grubuna sahip olan katılımcılar Youtube kullanmakta, 2500-3000 TL gelir grubuna sahip olan katılımcılar Facebook, ve Google plus'ı, 3001-3500 TL gelir grubuna sahip olan katılımcılar Instagram'ı 4000 TL ve üstü gelir sahibi olanların Twitter kullandığı görülmektedir.

Tablo 13. Gelir Değişkeni ile Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sürelerine Yönelik Ki Kare Analizi

Gelir	Sosyal Medya Günlük Kullanım Süreniz					Toplam
	1 Saatten Az	1-3 Saat	4-6 Saat	7-9 Saat	9 Saat ve Üzeri	
1501-2000 TL	25	52	30	9	3	119
	21,0%	43,7%	25,2%	7,6%	2,5%	100,0%
2001-2500 TL	14	36	22	4	1	77
	18,2%	46,8%	28,6%	5,2%	1,3%	100,0%
2501-3000TL	1	34	14	6	1	56
	1,8%	60,7%	25,0%	10,7%	1,8%	100,0%
3001-3500 TL	2	29	16	0	0	47
	4,3%	61,7%	34,0%	,0%	,0%	100,0%
4000 TL ve üstü	13	64	36	5	8	126
	10,3%	50,8%	28,6%	4,0%	6,3%	100,0%
Toplam	55	215	118	24	13	425
	12,9%	50,6%	27,8%	5,6%	3,1%	100,0%

Notlar= (i) n=425, (ii) Pearson $\chi^2=34,904^a$; p<004, sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 13 İncelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı günlük kullanma süreleri ile gelir değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki

oluşmaktadır($p=0.004$). Araştırmaya katılan öğrencilerden 1501-2000 TL gelire sahip olanların %43,7'si, %25,2'i 4-6 saat, %21,0'i 1 saatten az, %7,6'si 7-9 saat ve %2,5'i 9 saat ve üzeri aralığında kullanmakta; 2001-2500 TL gelire sahip olanların %46,8'i 1-3 saat, %28,6'sı 4-6 saat, %18,2'si 1 saatten az, %5,2'si 7-9 saat ve %1.3'ü 9 saat ve üzeri aralığında kullanmakta; 2501-3000TL gelire sahip olanların %60,7'si 1-3 saat, %25.0'i 4-6 saat, %10.7'si 7-9 saat ve %1.8'si 1 saatten az süre ile ve aynı oranda 9 saat ve üzeri aralığında kullanmakta; 3001-3500 TL gelire sahip olanların %61,7'si 1-3 saat, %34.0'ü 4-6 saat, %4.3'ü 1 saatten az süre aralığında kullanmakta ve 7-9 saat aralığı ve 9 saat ve üzerinde süreleri kullanmamakta; 4000TL ve üstü gelire sahip olanların %50,8'nin 1-3 saat, %28.6'sı 4-6 saat, %10.3'ü 1saatten az, %6.3'ü 9 saat ve üzeri ve %4.0'ü 7-9 saat aralığında sosyal medya kullandıkları görülmektedir. Bu bağlamda 1501-2000 TL gelire sahip olanların 1saatten az, 2501-3000TL gelire sahip olanların 7-9 saat aralığında 3001-3500 TL gelire sahip olanların 1-3 ve 4-6 saat aralığında, 4000TL ve üstü gelire sahip olanların 9 saat ve üzeri zaman aralığında sosyal medya kullandıkları görülmektedir.

Tablo 14. Gelir Değişkeni ile Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amacına Yönelik Ki Kare Analizi

Sosyal Medya Kullanım Amacını												
Gelir	Bilgi alma-verme	Oyun oynama	Yeni arkadaş edinme	Mevcut arkadaşlarımı takip etme	Arkadaşlarla sohbet etme	Boş vakitleri değerlendirme	İşlerimi takip etme	Eğlenme	Alışveriş yapmak	Yeni fikirler elde etmek için	Eğitim için	Toplam
1501 - 2000 TL	11	3	8	17	5	23	0	30	5	13	4	119
	9,2 %	2,5 %	6,7 %	14,3 %	4,2 %	19,3 %	,0%	25,2 %	4,2 %	10,9 %	3,4 %	100,0 %
2001	10	0	0	7	6	16	3	17	1	8	9	77

- 2500 TL	13,0 %	,0 %	,0 %	9,1 %	7,8 %	20,8 %	3,9 %	22,1 %	1,3 %	10,4 %	11,7 %	100, 0%
2501	1	5	0	3	9	10	1	18	6	2	1	56
- 3000 TL	1,8 %	8,9 %	,0 %	5,4 %	16,1 %	17,9 %	1,8 %	32,1 %	10,7 %	3,6 %	1,8 %	100, 0%
3001	4	1	0	8	4	10	0	13	1	4	2	47
- 3500 TL	8,5 %	2,1 %	,0 %	17,0 %	8,5 %	21,3 %	,0% %	27,7 %	2,1 %	8,5 %	4,3 %	100, 0%
4000	13	10	3	6	13	13	13	26	12	11	6	126
TL ve üstü	10,3 %	7,9 %	2,4 %	4,8 %	10,3 %	10,3 %	10,3 %	20,6 %	9,5 %	8,7 %	4,8 %	100, 0%
Topl am	39	19	11	41	37	72	17	104	25	38	22	425
	9,2 %	4,5 %	2,6 %	9,6 %	8,7 %	16,9 %	4,0 %	24,5 %	5,9 %	8,9 %	5,2 %	100, 0%

Notlar= (i) n=425, (ii) Pearson $\chi^2=92,181^a$; $p<000$, sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 14 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı kullanma amacı ile gelir değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki oluşmaktadır($p=0.000$). Araştırmaya katılan öğrencilerden 1501-2000 TL gelire sahip olanların %25,2'si eğlenme, %19,3'ü boş vakitleri değerlendirme, %14,3'ü mevcut arkadaşlarını takip etmek için, %10,9'u yeni fikirler elde etmek için, %9,2'si bilgi alma-verme, %6.7'si yeni arkadaş edinme, %4.2'si arkadaşlarla sohbet etme ve aynı oranda alışveriş yapmak için %3.4'ü eğitim ve %2.5'i oyun oynamak amacıyla kullandığı bu gelir grubunun işlerini takip etmek amacıyla kullanmadığı görülmektedir. 2001-2500 TL gelire sahip olanların %22,1'i eğlenme, %20,8'i boş vakitleri değerlendirme,%13,0'ü boş vakitleri değerlendirme, %11.7'si eğitim, %10.4'ü yeni fikir elde etmek için, %9.1'i mevcut arkadaşlarını takip etmek için, %7.8'i arkadaşlarıyla sohbet etme %3.9'u işlerini takip etme için, %1.3'ü alışveriş yapma amacıyla kullandığı, bu gelir grubunun oyun oynamak ve yeni arkadaş edinme amacıyla kullanmadıkları görülmektedir. 2501-3000TL gelire sahip olanların %32,1'i eğlenme, %17,9'u boş vakitleri değerlendirme ve %16,1'i arkadaşlarıyla sohbet etme, %10,7'si

alışveriş yapma, %8.9'u oyun oynamak, %5.4'ü mevcut arkadaşlarını takip etmek için, %3.6'sı yeni fikir elde etmek için, %1.8'i bilgi alıp vermek ve aynı oranda eğitim amaçlı kullanmakta olduğu görülmektedir. 3001-3500 TL gelire sahip olanların %27,7'si eğlenme, %21,3'ü boş vakitleri değerlendirme ve %17,0'si mevcut arkadaşlarını takip etmek için, %8,5'i bilgi alıp verme, %8,5'i arkadaşlarla sohbet etme, %8,5'i yeni fikir elde etmek için, %4,3'ü eğitim ve %2,1'i oyun oynamak için kullanmakta, bu gelir grubundakiler yeni arkadaş edinme, işlerini takip etme için sosyal medya kullanmamaktadır. 4000TL ve üstü gelire sahip olanların %20,6'sı eğlenme, %10,3'ü bilgi alıp verme, %10,3'ü arkadaşlarla sohbet etme, %10,3'ü boş vakitleri değerlendirme, %10,3'ü işlerini takip etme, %9,5'i alışveriş yapma, %8,7'si yeni fikir elde etmek için, %7,9'u oyun oynamak, %4,8'i eğitim ve %2,4'ü yeni arkadaş edinme amacıyla sosyal medya kullandığı görülmektedir. Bu bağlamda 1501-2000 TL gelire sahip katılımcılar; yeni fikir elde etmek için ve yeni arkadaş edinme amacıyla, 2001-2500 TL gelire sahip olan katılımcılar; bilgi alıp verme ve eğitim amacıyla, 2501-3000TL gelire sahip olan katılımcılar; oyun oynamak, arkadaşlarla sohbet etme ve eğlenme amacıyla, 3001-3500 TL gelire sahip olan katılımcılar; mevcut arkadaşlarını takip etmek için ve boş vakitleri değerlendirme amacıyla, 4000TL ve üstü gelire sahip olan katılımcılar ise işlerini takip etme amacıyla sosyal medya kullandıkları görülmektedir. 2501-3000 TL gelire sahip öğrencilerin sosyal medyayı en çok eğlenme amacıyla kullandıkları görülmektedir.

Tablo 15. Gelir Değişkeni ile Sosyal Medya Kullanımının Aile İçi İletişimini Olumsuz Etkilediğini Düşüncesine Yönelik Ki Kare Analizi

Gelir	Sosyal Medya Kullanımının Aile İçi İletişimini Olumsuz Etkilediğini Düşünüyor musunuz?			Toplam
	Evet	Bazen	Hayır	
1501-2000 TL	60	49	10	119
	50,4%	41,2%	8,4%	100,0%
2001-2500 TL	31	36	10	77

	40,3%	46,8%	13,0%	100,0%
2501-3000TL	19	33	4	56
	33,9%	58,9%	7,1%	100,0%
3001-3500 TL	10	35	2	47
	21,3%	74,5%	4,3%	100,0%
4000TL ve üstü	49	62	15	126
	38,9%	49,2%	11,9%	100,0%
Toplam	169	215	41	425
	39,8%	50,6%	9,6%	100,0%

Notlar= (i) n=425, (ii) Pearson $\chi^2=19,897^a$; $p<0,11$, sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo 15 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya kullanımının aile içi iletişimini olumsuz etkilediği düşüncesiyle, gelir değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki oluşmaktadır($p=0,011$). Araştırmaya katılan öğrencilerden, 1501-2000 TL gelire sahip olan katılımcıların %50,4'ü sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %41,2'si bazen cevabıyla aralıklı olarak aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %8,4'ü aile içi iletişimi olumsuz etkilemediği görüşündedirler. 2001-2500 TL gelire sahip olan katılımcılar; %40,3'ü sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %46,8'i bazen cevabıyla aralıklı olarak aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %13,0'ü aile içi iletişimi olumsuz etkilemediği görüşündedirler. 2501-3000TL gelire sahip olan katılımcılar; %33,9'u sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %58,9'u bazen cevabıyla aralıklı olarak aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %7,1'i aile içi iletişimi olumsuz etkilemediği görüşündedirler. 3001-3500 TL gelire sahip olan katılımcılar; %21,3'ü sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %74,5'i bazen cevabıyla aralıklı olarak aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %4,3'ü aile içi iletişimi olumsuz etkilemediği görüşündedirler. 4000TL ve üstü gelire sahip olan katılımcılar ise % 38,9'u sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz

etkilediği görüşünde, %49,2'si bazen cevabıyla aralıklı olarak aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, %11,9'u aile içi iletişimi olumsuz etkilemediği görüşündedirler. Bu bağlamda 1501-2000 TL gelire sahip olan katılımcıların sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, 3001-3500 TL gelire sahip olan katılımcılar aralıklı olarak sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, 2001-2500 TL gelire sahip olan katılımcılar sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilemediği görüşündedirler.

Tablo 16. Cinsiyet Değişkeni ile Sosyal Medyanın Aile İçi İletişimi Olumsuz Etkilemesi Görüşüne Yönelik T Testi Analizi

	Kadın (n=259)		Erkek (n=166)		Bağımlı İki Grup t Testi	
	Ort.	Ss.	Ort.	Ss.	T	p
Sosyal medya kullanmadığım zaman ailemle konuşacak konu bulamıyorum.	3,99	1,18	3,96	1,25	0,217	0,828
Aile içinde konuşulan konular çok sıkıcı geliyor	4,16	0,96	4,01	1,19	1,428	0,154
Ailemle hiç konuşmadığımız günler olmakta	4,38	1,02	3,74	1,41	5,394	0,000
Sosyal medya kullanırken geçirdiğim süre aile içi tartışmalara neden oluyor	3,82	1,21	3,64	1,30	1,434	0,152
Ailemle birlikteyken bile sosyal medyada olanları merak ediyorum	3,38	1,23	3,16	1,36	1,674	0,095
Sosyal medya kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum	2,40	1,13	2,39	1,22	0,086	0,932
Sosyal medya eğlenceli zaman geçirmemi sağlıyor.	2,18	0,94	2,39	1,14	2,053	0,041
Sosyal medyada düşüncelerimi daha iyi ifade edebiliyorum	3,09	1,14	3,08	1,39	0,067	0,947
Sosyal medyada kendimi özgür	3,06	1,20	3,00	1,38	0,485	0,628

hissediyorum.						
Sosyal medyayla uğraşırken kendimi iş yapma konusunda isteksiz hissediyorum.	2,99	1,31	3,16	1,44	1,271	0,204
Sosyal medya ailede yüz yüze iletişimi engellemektedir	2,52	1,25	2,63	1,35	0.833	0,405
Sosyal medyada yapılan paylaşımlar ve yorumlardan dolayı yasal olarak cezalı duruma düşürmektedir	2,61	1,10	2,36	1,26	2,203	0,028
Sosyal medya ailede huzursuzlukların çıkmasına neden olmaktadır	2,83	1,23	2,81	1,27	0,136	0,892
Sosyal medya aile içi iletişimi engellemektedir	2,46	1,24	2,71	1,34	2.020	0,050
Sosyal medya aile içinde bireyleri yalnızlaştırmaktadır	2,52	1,21	2,80	1,37	2,170	0,031
Sosyal medya çocuklarla anne-baba çatışmaları yaratmakta	2,44	1,25	2,72	1,31	2,188	0,029
Sosyal medya aile mahremiyetine zarar vermektedir	2,45	1,20	2,71	1,37	1,982	0,048
Sosyal medya yüzünden aile bireyleri birbirine vakit ayıramamaktadır	2,57	1,30	2,43	1,19	1,109	0,268
Sosyal medya kullanan aileler boş vakitlerini birlikte geçirememektedir	2,76	1,29	2,81	1,34	0.403	0,687
Aile bireyleri sosyal medya kullanımları yüzünden pasifleşmekte	2,37	1,23	2,45	1,23	0.598	0,550
Sosyal medya aile bireylerinin sosyalleşmesini engellemekte	2,62	1,27	2,76	1,28	1,064	0,288
Sosyal medya gençlerin odalarına kapanmakta ve arkadaşlık kurmakta zorlanmakta	2,23	1,16	2,38	1,36	1,178	0,239
Sosyal medya gençlerin eğitimini olumsuz etkilemekte	2,43	1,13	2,61	1,35	1,473	0,141
Sosyal medya aile bireylerinde özgüven sorunu yaşamasına neden olmakta	2,66	1,20	2,89	1,26	1,880	0,061

Sosyal medya aile içi görevleri yerine getirmeye engel olmakta	2,52	1,24	2,63	1,32	0.845	0,398
---	------	------	------	------	-------	-------

Tablo 16 İncelendiğinde katılımcı öğrencilerin sosyal medyanın aile içi iletişimi olumsuz etkilediği düşüncesiyle cinsiyet değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki oluşmaktadır. Kadınlar öğrenciler, aile içinde hiç konuşmanın olmadığı günlerin olduğunu (A.O=4,38), (t=5,394, p=0,000) ve sosyal medyada yapılan paylaşımlar ve yorumlardan dolayı yasal olarak cezalı duruma düşüldüğü (A.O=2,61), (t=2,203, p=0,028) görüşünde; erkekler öğrenciler ise sosyal medyada eğlenceli zaman geçirdiklerini (A.O=2,39), (t=2,053, p=0,041), sosyal medyanın aile içi iletişimi engellediğini (A.O=2,71), (t=2,020, p=0,050), sosyal medyanın aile içinde bireyleri yalnızlaştırdığını (A.O=2,80), (t=2,170, p=0,031), sosyal medyanın, çocuklarla anne-baba arasında çatışma yarattığını, (A.O=2,72), (t=2,188, p=0,029), ve sosyal medyanın aile mahremiyetine zarar verdiği (A.O=2,71), (t=1,982, p=0,048) görüşündedirler.

Tablo 17. Gelir Değişkeni ile Sosyal Medyanın Aile İçi İletişimi Olumsuz Etkilemesine Yönelik Tek Yönlü ANOVA Testi

		Gelir										ANOVA TESTİ	
		1501-2000 TL (n=119)		2001-2500 TL (n=77)		2501-3000 TL (n=56)		3001-3500 TL (n=47)		4000TL ve üstü (n=12)			
Or t.	Ss .	Or t.	Ss .	Or t.	Ss .	Or t.	Ss .	Or t.	Ss .	F	p		

Sosyal medya kullanmadığım zaman aileme konuşacak konuları bulamıyorum.	4,01	1,18	4,10	1,23	3,69	1,30	4,23	0,72	3,92	1,31	1,590	0,176
Aile içinde konuşulan konular çok sıkıcı geliyor	4,20	1,07	4,18	0,98	3,69	1,20	4,06	0,86	4,15	1,05	2,570	0,038
Aileme hiç konuşmadığımız günler olmakta	4,09	1,35	4,05	1,28	3,87	1,29	4,48	0,77	4,21	1,15	1,868	0,115
Sosyal medya kullanırken geçirdiğim süre aile içi tartışmalara neden oluyor	3,49	1,30	3,98	1,17	3,64	1,25	3,48	1,17	4,00	1,20	3,908	0,004

Aileme birlikteyken bile sosyal medyada olanları merak ediyorum	3, 14	1, 38	3, 37	1, 15	3, 10	1, 37	3, 46	0, 97	3, 42	1, 31	1,3 09	0,2 66
Sosyal medya kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlamıyoru m	2, 33	1, 10	2, 55	1, 31	2, 14	1, 05	2, 63	1, 24	2, 38	1, 13	1,6 30	0,1 66
Sosyal medya eğlenceli zaman geçirmemi sağlıyor.	2, 40	1, 12	2, 33	1, 10	2, 10	0, 86	2, 36	0, 94	2, 11	0, 98	1,6 98	0,1 49
Sosyal medyada düşünceleri mi daha iyi ifade edebiliyoru m	3, 13	1, 35	3, 38	1, 19	2, 92	1, 26	3, 04	1, 25	2, 95	1, 15	1,7 89	0,1 30

Sosyal medyada kendimi özgür hissediyorum.	3,11	1,33	3,00	1,25	2,98	1,25	3,12	1,24	2,97	1,28	0,288	0,886
Sosyal medyayla uğraşırken kendimi iş yapma konusunda isteksiz hissediyorum.	2,94	1,39	3,09	1,47	3,26	1,27	3,17	1,14	3,02	1,39	0,624	0,646
Sosyal medya ailede yüz yüze iletişimi engellemektedir	2,53	1,30	2,54	1,40	2,57	1,14	2,80	1,32	2,51	1,28	0,475	0,754

Sosyal medyada yapılan paylaşımlar ve yorumlarda n dolayı yasal olarak cezalı duruma düşürmektedir	2, 38	1, 20	2, 41	1, 12	2, 78	1, 13	2, 72	1, 21	2, 50	1, 16	1,6 14	0,1 70
Sosyal medya ailede huzursuzlukların çıkmasına neden olmaktadır	2, 73	1, 28	2, 85	1, 22	2, 55	1, 21	3, 42	1, 26	2, 78	1, 17	3,7 02	0,0 06
Sosyal medya aile içi iletişimi engellemektedir	2, 52	1, 36	2, 54	1, 26	2, 28	1, 05	2, 87	1, 20	2, 61	1, 35	1,4 04	0,2 32

Sosyal medya aile içinde bireyleri yalnızlaştırmaktadır	2,58	1,36	2,63	1,37	2,51	0,97	2,72	1,24	2,69	1,29	0,268	0,899
Sosyal medya çocuklarla anne-baba çatışmaları yaratmakta	2,46	1,30	2,71	1,39	2,25	1,14	2,70	1,23	2,61	1,27	1,472	0,210
Sosyal medya aile mahremiyetine zarar vermektedir	2,45	1,37	2,59	1,35	2,17	1,04	2,68	1,23	2,75	1,21	2,320	0,050
Sosyal medya yüzünden aile bireyleri birbirine vakit ayıramamaktadır	2,33	1,27	2,41	1,20	2,55	1,21	2,91	1,31	2,61	1,27	2,100	0,080

Sosyal medya kullanan aileler boş vakitlerini birlikte geçirememektedir	2,67	1,35	2,71	1,33	2,94	1,11	2,95	1,16	2,78	1,38	0,687	0,601
Aile bireyleri sosyal medya kullanımları yüzünden pasifleşmektedir	2,25	1,23	2,31	1,20	2,30	1,24	2,72	1,22	2,53	1,23	1,830	0,122
Sosyal medya aile bireylerinin sosyalleşmesini engellemektedir	2,45	1,26	2,53	1,27	3,10	1,23	2,68	1,14	2,80	1,33	3,072	0,016

Sosyal medya gençlerin odalarına kapanmakta ve arkadaşlık kurmakta zorlanmaktadır	2,15	1,32	2,37	1,26	2,14	0,96	2,53	1,33	2,36	1,23	1,210	0,306
Sosyal medya gençlerin eğitimini olumsuz etkilemekte	2,49	1,31	2,50	1,25	2,19	0,88	2,95	1,28	2,47	1,20	2,499	0,042
Sosyal medya aile bireylerinde özgüven sorunu yaşamasına neden olmaktadır	2,60	1,25	2,96	1,38	2,21	0,94	2,87	1,13	2,97	1,18	4,974	0,001

Sosyal medya aile içi görevleri yerine getirmeye engel olmakta	2,	1,	2,	1,	2,	1,	2,	1,	2,	1,	0,6	0,6
	52	38	50	29	48	20	82	16	57	23	28	43

Tablo 17 incelendiğinde katılımcı öğrencilerin sosyal medyanın aile içi iletişimi olumsuz etkilediği düşüncesiyle gelir değişkeni arasında istatistikî olarak anlamlı bir ilişki oluşmaktadır. 1501-2000 TL gelire sahip katılımcıların aile içinde konuşulan konular çok sıkıcı geliyor (A.O=4.20, p=0.038), 2501-3000 TL gelire sahip olanlar ise sosyal medya aile bireylerinin sosyalleşmesini engellemekte (A.O=3.10, p=0.016), 3001-3500 TL gelire sahip olanlar ise sosyal medya ailede huzursuzlukların çıkmasına neden olmaktadır (A.O=3.42, p=0.006), sosyal medya gençlerin eğitimini olumsuz etkilemekte (A.O=2.95, p=0.042), 4000TL ve üstü gelire sahip olanlar ise sosyal medya kullanırken geçirdiğim süre aile içi tartışmalara neden oluyor (A.O=4.00, p=0.004), sosyal medya aile mahremiyetine zarar vermektedir (A.O=2.75, p=0.050), sosyal medya aile bireylerinde özgüven sorunu yaşamasına neden olmakta (A.O=2.97, p=0.001) düşüncesini ifade etmektedirler. Gelir gruplarına göre sosyal medyanın aile içi iletişimi olumsuz etkilediği düşüncesiyle arasında farklılıkları ortaya koymak için Anova testi yapılmıştır. Bu test sonucunda hangi gelir gruplarında farklılık olduğunu ortaya koymak amacıyla Multiple Comparisons testi yapılmıştır. “Sosyal medya ailede huzursuzlukların çıkmasına neden olmaktadır” ifadesi ile 1501-2000 TL gelire sahip katılımcılar ile 3001-3500 TL gelir grubu arasında anlamlı bir farklılık oluşmaktadır(p<0.031). 2501-3000 TL gelire sahip olanlar ile 3001-3500 TL gelir grubu arasında anlamlı bir farklılık oluşmaktadır(p<0.013).

2501-3000 TL gelire sahip olanlarla 3001-3500 TL gelir grubu katılımcıların sosyal medyanın aile içi huzursuzlara neden olduğu düşünülmektedirler. “Sosyal medyanın aile bireylerinin sosyalleşmesini engellemekte” ifadesi ile 1501-2000 TL gelire sahip katılımcılar ile 2501-3000 TL gelir grubu arasında anlamlı bir farklılık oluşmaktadır($p<0.041$). “Sosyal medya gençlerin eğitimini olumsuz etkilemekte” ifadesi ile 2501-3000 TL gelire sahip olanlarla 3001-3500 TL gelir grubu katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık oluşmaktadır($p<0.045$). “Sosyal medya aile bireylerinde özgüven sorunu yaşamasına neden olmakta” ifadesi ile 2001-2500TL gelire sahip katılımcılar ile 2501-3000 TL gelir grubu arasında anlamlı bir farklılık oluşmaktadır($p<0.016$). Aynı ifade için 2501-3000 TL gelir sahip olanlarla 4000TL ve üstü gelire sahip gelir grubu katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık oluşmaktadır($p<0.004$). 2501-3000 TL gelir sahip olanlarla 4000TL ve üstü gelire sahip gelir grubu katılımcılar Sosyal medyanın aile bireylerinde özgüven sorunu yaşamasına neden olduğu düşüncesi daha fazla olduğu görülmektedir.

3. TARTIŞMA ve SONUÇ

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle internetin sağladığı büyük imkânla sosyal medya kullanımı artmıştır. Sosyal medya günlük yaşantımızın bir parçası olmuştur. Sosyal medyanın karşılıklı etkileşim özelliği, kişilerarası iletişimi sanal ortamlara taşımıştır. Sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkileri literatürde tartışılan konular arasında olduğu görülmektedir (Aktaş ve Çopur 2018: 142). Sosyal medya, aile üyelerinin sağlıklı ve güçlü ilişkiler kurmalarından alıkoymaktadır (Villegas, 2013: 12). Teknolojik gelişmelerin hızlı ilerlemesi ile ailenin birbiriyle etkileşimde bulunmalarında sosyal medya ve internetin etkilerini gözlemlemekte zorluklar yaşanabilir(Hughes & Hans, 2001: 776).

Çalışmamızda üniversite öğrencileri; sosyal medya kullanımının aile içi iletişimini farklı düzeylerde olmak kaydıyla olumsuz etkilediğini düşünmektedir. Bu bulguyu Sosyal medya kullanıcısı olan bu gençlerin çevrelerinde ve ailelerinde sosyal medya kullanımından dolayı bazı olumsuzları tespit ettiklerini şeklinde açıklamak mümkündür.

Cinsiyete göre kadın öğrencilerin çalışmamıza katılımı daha fazla olmuştur. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya aracı olarak en fazla Instagram'ı kullandıkları görülmektedir. Öğrencilerin sosyal medyayı daha çok 1-3 saat aralığında kullandıkları ve sosyal medyayı kullanma amaçları ise daha çok eğlenme ve boş vakitlerini değerlendirme olduğunu söyleyebiliriz.

Cinsiyete göre kadın öğrencilerin sosyal medya aracı olarak Instagram'ı, erkek öğrencilerin ise Youtube'u kullandığı görülmektedir. Kadın öğrenciler sosyal medyayı günlük en çok 1-3 saat aralığında kullanırken; erkek öğrenciler 1 saatten az kullandıklarını söyleyebiliriz. Kadın öğrencilerin sosyal medya kullanma amaçları, eğlenme, erkek öğrenciler ise bilgi alıp vermek amacıyla sosyal medya kullandığını söyleyebiliriz. Erkek öğrenciler sosyal medyanın aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşündedir.

Gelire göre 1500-2000 TL gelir grubuna sahip olan öğrencilerin Youtube kullanmakta, 2500-3000 TL gelir grubuna sahip olan öğrencilerin Facebook, ve Google plus'ı, 3001-3500 TL gelir grubuna sahip olan öğrencilerin Instagram'ı 4000 TL ve üstü gelir sahibi olanların Twitter kullandığı görülmektedir.

1501-2000 TL gelire sahip olanların 1saatten az, 2501-3000TL gelire sahip olan öğrencilerin, 7-9 saat aralığında 3001-3500 TL gelire sahip olan öğrencilerin, 1-3 ve 4-6 saat süreyle, 4000TL ve üstü gelire sahip olan öğrencilerin, 9 saat ve üzere zaman aralığında sosyal medya kullandıkları görülmektedir.

1501-2000 TL gelire sahip öğrencilerin; yeni fikir elde etmek için ve yeni arkadaş edinme amacıyla, 2001-2500 TL gelire sahip olan öğrencilerin; bilgi alıp verme ve eğitim amacıyla, 2501-3000 TL gelire sahip olan öğrencilerin; oyun oynamak, arkadaşlarla sohbet etme ve eğlenme amacıyla, 3001-3500 TL gelire sahip olan öğrencilerin; mevcut arkadaşlarını takip etmek için ve boş vakitleri değerlendirme amacıyla, 4000TL ve üstü gelire sahip olan öğrencilerin ise işlerini takip etme amacıyla sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir.

1501-2000 TL gelire sahip olan öğrencilerin sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, 3001-3500 TL gelire sahip olan öğrencilerin aralıklı olarak sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilediği görüşünde, 2001-2500 TL gelire sahip olan öğrencilerin, sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz etkilemediği görüşündedirler.

Sosyal medyanın aile içi iletişimi olumsuz etkilediği düşüncesiyle cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki oluşmaktadır. Kadınlar öğrenciler, aile içinde hiç konuşulmayan günlerin olduğunu ve sosyal medyada yapılan paylaşımlar ve yorumlardan dolayı yasal olarak cezalı duruma düşüldüğü konusunda anlamlı farklılıklar olduğunu söylemek mümkündür. Erkekler öğrencilere göre öncelikle sosyal medyada eğlenceli zaman geçirdikleri, bunun yanında sosyal medya kullanımının aile içi iletişime olan olumsuz etkileri bakımından; sosyal medyanın aile içi iletişimi engellediği, sosyal medyanın aile içinde bireyleri yalnızlaştırdığını, sosyal medyanın çocuklarla anne-baba çatışmaları yarattığını ve sosyal medyanın aile mahremiyetine zarar verdiği konusunda anlamlı farklılıklar olduğunu söylemek mümkündür.

Sosyal medyanın aile içi iletişimi olumsuz etkilediği düşüncesiyle gelir değişkeni arasında anlamlı bir farklılık oluşmaktadır. 2501-3000 TL gelire sahip olanlar ile 3001-3500 TL gelir grubu arasında sosyal medyanın ailede huzursuzlukların çıkmasına neden olduğu konusunda anlamlı bir farklılık oluşmaktadır. 1501-

2000 TL gelire sahip katılımcılar ile 2501-3000 TL gelir grubu arasında sosyal medyanın aile bireylerinin sosyalleşmesini engellediği konusunda anlamlı bir farklılık oluşmaktadır. 2501-3000 TL gelire sahip olanlarla 3001-3500 TL gelir grubu katılımcılar arasında sosyal medya gençlerin eğitimini olumsuz etkilemesi konusunda anlamlı bir farklılık oluşmaktadır. 2501-3000 TL gelir sahip olanlarla 4000TL ve üstü gelire sahip gelir grubu katılımcılar arasında sosyal medyanın aile bireylerinin özgüven sorunu yaşamasına neden olduğu konusunda anlamlı bir farklılık oluşmaktadır.

Araştırmada gerçekleştirilen faktör analizinde 6 alt boyut belirlenmiştir. (iletişim, çatışma, sosyal izolasyon, paylaşım, zamanı birlikte geçirme, sosyal medya bağımlılığı). Ortaya çıkan bu faktörler, sosyal medyanın aile içi iletişimdeki rolünü ne yönde etkilediğini göstermektedir.

Sonuç olarak gelişen teknolojik ortamdan en fazla nasibini alan mecranın sosyal medya olduğu gerçeği ortadadır. Sosyal medya kullanımı insanların hayatına kolaylıklar getirdiği bir gerçektir. Gün geçtikçe artan kullanıcı sayısı, sürekli güncellenen bir teknolojik gelişim, bireysel ve toplumsal iletişimde değişimleri beraberinde getirmektedir. Bu değişimden en çok etkilenen kesim sosyal medyayı en çok kullanan gençler olarak gözükmektedir. Bu bulgulara göre sosyal medyanın yarattığı iletişim engeli bireyleri sanal bir dünya içinde yalnızlığa iterek bireyler üzerinde sosyal bir izolasyon yaratmakta, aileden ve toplumdan uzaklaştırmaktadır diyebiliriz. Bu uzaklaşma aile ile zayıflayan iletişimden dolayı gençlerin içine kapanmasına, sosyal ortamlar yerine odalarına kapanmalarına neden olmakta ve anne ve babaların koyduğu tavırlar karşısında gençlerle aralarında çatışmalara neden olmaktadır diyebiliriz.

Sosyal medyanın aile içi iletişimde, aile içinde iletişimin kesilmesi ve aile içi paylaşımların olmaması, aile bağıni zayıflatacağını söyleyebiliriz. Sosyal medya paylaşımlarından dolayı yasal olarak cezalı duruma düşmesi ise sosyal medyanın

bilinçsiz ve kontrolsüz kullanımından dolayı olumsuzluklara neden olabileceğini söyleyebiliriz. Sosyal medyanın bireyler arasında fotoğraf, video, gibi paylaşımlar yapmaya elverişli olması, yapılacak bazı paylaşımlarından dolayı aile mahremiyetine zarar verebileceği söyleyebiliriz.

Çalışmamızda sosyal medya kullanımının aile içi iletişimde oluşturduğu olumsuzluklar; aile içi çatışma, iletişimsizlik, sosyal izolasyon, aile bireylerinin birlikte vakit geçirmemeleri, birbirlerine zaman ayıramama, ve eğitimlerine olumsuz etkilerinin olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmada ulaşılan sonuçlar doğrultusunda öncelikle toplumumuzda sağlıklı aile içi iletişimi devam ettirmek adına önerilerimiz; aile bireyleri birbirine yeterli vakit ayırmalı, yüz yüze iletişimi tercih etmelidir. Kontrollü sosyal medya ve internet kullanımı konusunda gençlerin ve aile bireylerinin bilinçlenmesi, ailelere ve öğrencilere üniversitelerde eğitimler düzenlenmesi, bu eğitimlerde aile birlikteliğinin ve sağlıklı iletişimin toplumumuz adına önem arz ettiğinin ortaya konulması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Aktan, E. (2018). *Sosyal Medya ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*, Selçuk İletişim, Cilt. 11, Sayı: 2, 35-53.

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

Arabacı, N. (2011), *“Ana-Baba-Çocuk İletişimini Değerlendirme Aracı'nın (ABÇİDA) Geliştirilmesi ve Ana-Baba-Çocuk İletişiminin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi”*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Aslan, N. ve Cansever, B. (2012). *Ergenlerin Boş Zaman Değerlendirme Algısı*, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 42, 23–35.

Aydın, İ. E. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 35, 373-386.

Bakan, U. ve Bakan, U. (2017). *Facebook'ta Aile İlişkileri Ve Sosyal Medya Adanmışlığına Yönelik Bir İçerik Analizi*, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt. 9, Sayı: 20, 54-68.

Balci, A. ve Tezel, F. Ş. (2016). *Sosyal Medyanın Aile Katılımında Kullanılabilirliği Üzerine Bir İnceleme*, Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt. 24, Sayı: 5, 2309-2322.

Balci, Ş. ve Baloğlu, E. (2018). *Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: "Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması"*, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, Sayı: 29, 209 – 234.

Bayraktutan, F. (2005). *Aile içi ilişkiler açısından internet kullanımı*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Yapı-Sosyal Yapı Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Çakmak, V. ve Koçyiğit, M. (2017). *Aksaray Sosyal Bilimler MYO Örneği Üzerinden Aile İçindeki İletişim Kalıplarının İncelenmesi*, Erciyes İletişim Dergisi "akademia", Cilt. 5, S:1, 118-130.

Demir, Ü. (2016). *Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi, Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Selçuk İletişim, Cilt. 9, Sayı: 2, s. 27-50.

Giddens, A. (1997), *Sociology*, Polity Press, Cambridge UK .

- Görgülü, B. (2018). *Gençlerin Siyasal Katılım Sürecinde Sosyal Medyanın Rolü*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Görgün, A. B. (2004). *Türkiye’de Aile İçi İletişim ve İlişkiler Üzerine Bir Model Denemesi*, *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Sayı:1, 31-41.
- Güleç, V. (2018). *Aile İlişkilerinin Sosyal Medya ile Birlikte Çöküşü*, *Yeni Medya Elektronik Dergi*, Cilt. 2, Sayı. 2. 1, 105-120.
- Hacıfendioğlu, Ş. (2010). *Sosyal Paylaşım Sitelerinde Üye Bağlılığı Üzerine Bir Araştırma*, *Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt. 20, Sayı: 2, 56 – 71.
- Hazar, M. (2011). *“Sosyal Medya Bağlılığı- Bir Alan Çalışması”*, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 32, 158 – 159.
- Hughes, R. ve Hans, J. D. (2001). Computers, the Internet, and families – A review of the role new technology plays in family life. *Journal of Family Issues*, 22(6), 776-790.
- Kara, G. (2006). *Halkla İlişkiler Fonksiyonunun Aile İçi İletişim Olgusuna Katkısı*, *Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

- Karadağ, Ş. (2015). *Evlilik Uyumu İlişkisinde Aile İçi İletişiminin Rolü: Konya Örneği*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Doktora Tezi, Konya.
- Kırık, A. M. (2014). *Aile ve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri: Nitel Bir Araştırma*, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, Cilt. 3, Sayı: 1, 337-347.
- Lester, D. H. (2012). *Social Media: Changing Advertising Education*. Online Journal of Communication And Media Technologies, 2 (1), January.
- Reuber, A. R. ve Fischer, E. (2011). *International Entrepreneurship In İnternet-Enabled Markets*. Journal of Business Venturing, 26(6), 660-679
- Sashi, C. M. (2012). *Customer Engagement, Buyer-Seller Relationships, And Social Media*. Management Decision, 50(2), 253-272.
- Villegas, A. (2013) *The Influence of Technology on Family Dynamics*, Proceedings of The New York State Communication Association, Vol. 2012, Article 10. 1-17.
- Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). *“Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”*, Journal of Yaşar University, Cilt.20, Sayı: 5, 3348-3382.
- Yalçın, M. ve Yalçın, M. (2018). *Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İçi İletişim İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt. 11, Sayı: 57, 738-743.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zenelaj, B. (2014). *Pazarlama Stratejisi Olarak Sosyal Medya İletişimi ile Kurumsal İtibarı Oluşturmak: İletişim Sektöründe Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Today, it is seen that family members find it difficult to allocate time to each other due to changes in individuals' lives and intense work experiences. In contemporary families, losing their leisure time together and, in this way, did not shift out of the family. Leisure time of young people taking place in Turkey, although very passive and passive activity is usually in the form of spending time on the internet (Güleç 2018: 115).

Advances in communication technologies have led to significant changes in the way families communicate." In particular, the use of the internet has enabled individuals to communicate face-to-face with computer-mediated communication. Social change has also led to changes in the way families communicate, the smallest unit of society. (Bakan ve Bakan 2017: 56-57).

It is stated that social media negatively affects individuals' communication with family and close environment. (Demir 2016: 32). Individuals become part of the virtual world by moving away from real life events. The fact that families do not have sufficient information about the internet affects children negatively. He argues that the development of internet technology, warm communication and human relations are damaged. Due to cold communication, individuals may be deprived of socialization. (Kırık 2014: 341) Individuals who use social media a lot; they have more desire to be immediately aware of everything in the virtual environment. They suggested that excessive use of new technologies may cause mental health problems, loneliness and addiction in young people. Social media addicts exhibit obsessive behavior and cannot control the use of these tools (Balçı ve Baloğlu 2018: 112). In this context, due to the use of social media does not seem to be affected by family communication.

Method

This research, which aims to determine the effects of university students' social media use on family communication, is a survey model.

The study group of this study consisted of 425 students from different departments of Karamanoğlu Mehmetbey University, who were selected according to the easily accessible situation sampling. Appropriate sample selection, easy accessibility, ease of access, speed and practicality of the research (Yıldırım ve Şimşek 2013: 141).

Social media and family communication scale were used to collect the research data.

Findings (Results)

in our study, university students; think that social media use adversely affects family communication at different levels.

It is seen that university students mostly use Instagram as a social media tool. We can say that students mostly use social media in 1-3 hours interval and the aim of using social media is to have more fun and leisure time.

According to gender, it is seen that female students use Instagram as a social media tool and male students use Youtube. We can say that female students use social media for the purpose of chatting with friends, using their leisure time, having fun, shopping and for educational purposes. Male students can say that they use social media to exchange information, play games, make new friends, follow their current friends, follow their work and get new ideas. Male students may argue that social media negatively affects family communication.

There is a significant relationship between gender and social media. Women students, it is possible to say that there are days in the family that have never been spoken, and that there are significant differences in the legal punishment for sharing and commenting on social media. According to the students, firstly, they had fun on social media, in addition to the negative effects of social media use on family communication; There is a significant difference between the income variable and social media negatively. There is a significant difference between those who have 2501-3000 TL income and 3001-3500 TL income group that social media causes unrest in the family. There is a significant difference between those who have 2501-3000 TL income and 3001-3500 TL income group that social media causes unrest in the family. There is a significant difference between the participants with income of 1501-2000 TL and the income group of 2501-3000 TL in that social media prevents the socialization of family members. There is a significant difference between those who have 2501-3000 TL income and 3001-3500 TL income group participants in terms of adversely affecting social media youth education. There is a significant difference between the participants who have 2501-3000 TL income and the income group participants who have income of 4000TL and above, that social media causes family members to have self-confidence problems.

Conclusion and Discussion

As a result, it is obvious that social media is the media that receives the most from the developing technological environment. It is a fact that the use of social media brings convenience to people's lives. Increasing number of users, a constantly updated technological development, brings changes in individual and social communication. The most affected population appears to be the young people who use social media the most. According to these findings, the communication barrier created by social media pushes individuals to loneliness in a virtual world, creating a social isolation on individuals and distancing them from the family and society. This divergence causes the children to be enclosed due to the weakened communication with the family, to close their rooms instead of social environments and cause conflicts with the children in the face of the parents' attitudes.

In our study, the negative effects of social media use in family communication were; family conflict, lack of communication, social isolation, not spending time with family members, not being able to allocate time to each other, and negative effects on their education. In line with the results of the research, first of all, in order to maintain healthy family communication in our society; family members should spend enough time with each other and prefer face-to-face communication. It is necessary to raise awareness of young people and family members about the use of controlled social media and the internet, to organize trainings for families and students in universities, and to show that family unity and healthy communication are important for our society in these trainings.