



FACEBOOK'TA AİLE İLİŞKİLERİ VE SOSYAL MEDYA ADANMIŞLIĞINA YÖNELİK BİR İÇERİK ANALİZİ

A CONTENT ANALYSIS FOR THE INVESTIGATION OF FAMILY RELATIONSHIPS AND SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT ON FACEBOOK

Uğur BAKAN¹, Ufuk BAKAN²

Öz

Farklı şehirlerde yaşayan ikinci ve üçüncü derece aile üyelerinin iletişim ihtiyaçlarının karşılanmasında Facebook'ta oluşturulmuş olan aile grup sayfaları bulunmaktadır. Aile adanmışlık araştırmaları temel olarak ebeveynler tarafından başlatılan davranış ve ebeveynlerin programda ya da evdeki çocuklarıyla yaptıkları görevleri ölçme üzerine odaklanmaktadır. Türk aile yapısı değişime uğramakla birlikte sosyal medya araçlarıyla ilişkiler korunmaya çalışılmıştır.

Bu araştırmada, Facebook kullanan aile sayfalarındaki aile içi iletişim ile sosyal medya adanmışlığını temsil eden popüler konular, beğeni sayısı ve yorumların karakter benzerliği arasında bir etkinin bulunup bulunmadığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmada Facebook'taki verilerin analizinde bilgisayar destekli bir içerik analizi kullanılmıştır. 2012-2016 dönemlerini kapsayan toplam beş yüz (N=500) yorum 37 farklı aile sayfasından toplanmıştır. Ayrıca bağımlı ve bağımsız değişken gruplar arasındaki etki büyüklüğünün belirlenmesi için R-kare (R²), eta-kare (η^2) değerleri kullanılmıştır. Popüler konular ile sosyal medya adanmışlığı (social media engagement) arasındaki ilişkiyi belirlemek için çoklu regresyon analiz kullanılmıştır. Sonuçta, Facebook'ta yer alan aile sayfalarındaki içerikle sosyal medya adanmışlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur

Anahtar Kelimeler: Aile, Aile Adanmışlığı, Sosyal Medya Analizi, Sosyal Medya Adanmışlığı

Abstract

There are family groups created on Facebook that are benefitted by the secondary and third cycle family members who live in different cities to be in contact. Family engagement research has focused primarily on parent-initiated behavior and on measuring tasks that parents perform either at the program setting or with their children in the home. Although Turkish family structures change constantly, such media tools are used to protect these relationships.

This article's main purpose is to understand whether the family communication effect occurs between the popular topics and social media engagement as represented by the number of likes and likability of characters featured in the post on families' Facebook pages. In this study, two computer-based content analyses were applied to

¹ Yrd. Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, ugur.bakan@ikc.edu.tr

² Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Bölümü, bakanufuk@gmail.com

data obtained from Facebook. Five hundred (N=500) archive posts from 2012 to 2016 were collected from 37 different Facebook pages. Adjusted R Squared (R²), eta-squared (η^2) value was used to analyze the effect size among groups. Further, general linear model was used to examine the relation between popular topics and social media engagement. The results showed that there is a significant positive link between the contents of family pages on Facebook and the participants' social media engagement levels.

Keywords: *Family, Family Engagement, Social Media Analysis, Social Media Engagement*

1.GİRİŞ

Toplumun en küçük yapı taşı olan aile, tarih boyunca bütün topluluklarda var olan, biyolojik ilişkiler sonucu insan türünün devamının sağlayan, çocukların yetiştiği ve temel ihtiyaçlarının karşılandığı bir yapı olarak görülmektedir. Yaygın olarak kabul edilen tanıma göre ise aile, birbirleri arasında doğum, evlilik veya evlat edinme yoluyla akrabalık bağı bulunan, birbirlerine biyolojik veya psikolojik açıdan bağlı iki veya daha fazla kişinin aynı çatı altında bir arada olmasıyla oluşan birliktir (Gladding, 2002: 6). Aileyi oluşturan bireyler aynı ortamda çeşitli roller üstlenerek birbirleriyle iletişim halinde yaşamaktadır. Aile ve içinde yaşadığı toplum arasında sıkı bir etkileşim görülmektedir. Aile büyükleri toplumun bir parçası olarak ait olduğu kültüre dair değerleri, gelenekleri, inançları, kuralları, normları ve ritüelleri çocuklara aktararak bu kültürel mirasların varlıklarını sürdürmesine yardımcı olmaktadır. Toplumun gelenek, görenekleri sürdürmesinde ve sağlıklı nesillerin yetişmesinde hayati rol oynayan aile ortamı aynı zamanda bireylerin sosyal ve kişisel gelişimine olanak sağlayan bir alan da yaratmaktadır.

Değişik sınıflandırma ölçüleri ortaya konmasına rağmen aile yapısı genel olarak geniş aile, dar aile ve çekirdek aile şeklinde derecelendirilmektedir. Geniş aile yapısı, aynı ortamı paylaşan kişilerin kan bağı ya da evlilik yoluyla akraba olan iki veya daha fazla yetişkin bireyden oluşan aile şekli olarak kabul edilmektedir. Ortak amaçları ve görevleri gerçekleştirmek için bir araya gelen amca, hala, kuzen, büyük anne ve dede gibi birçok akrabadan oluşan bu aile biçimi aynı zamanda çocukların yetiştirilmesi aşamasında da hayati rol oynamaktadır. Bu aile biçimi finansal zorluklardan dolayı bir araya gelen akrabalarından oluşabildiği gibi aynı zamanda yaşlı akrabaların bakımı ve ilgilenilmesi amacıyla da oluşabilmektedir. Geniş aile yapısında büyüyen ve evlenen çocuklar aileden ayrılıp ayrı bir yerde ikamet etse de aile ile bağlarını sürdürmeye devam etmektedir. Birleşik aile yapısında ise oluşturan evlilikler göntüllülük esasından çok ekonomik faktörler göz önüne alınarak gerçekleştiği görülmektedir. Bu aile yapısında birkaç çekirdek aile sosyal ve ekonomik olarak birlikte varlıklarını sürdürmektedir. Orta Çağ'da Avrupa'da arazi sahipleri ve zengin burjuva sınıfının mevcut ekonomik ve siyasal gücünü korumak ve güçlendirmek için bu şekilde evlilikler yaptığı görülmektedir.

Çekirdek aile yapısı ise geniş aile yapısından farklı olarak sadece evlenmemiş çocuklar, anne ve babadan oluşmaktadır. Tarıma dayalı toplum yapısından sanayi toplumuna geçiş sürecinde insanların kitleler halinde şehirlere göç etmesiyle birlikte iş gücüne dâhil olan gençler ebeveynlerinden uzaklaşmış ve modern çekirdek ailenin doğuşuna yol açmıştır. Çekirdek aile yapısının ortaya çıkması ile birlikte geleneksel aile bağları zayıflamış, ailenin işlevleri farklılaşmış, boşanma, evlilik dışı doğum, tek ebeveynli aile oranları artmış; yeniden evlenmeler, üvey aile oluşumları, evlenmeden birlikte yaşamayı

tercih edenler ve günümüzün çocuk merkezli aileleri ortaya çıkmıştır. Ekonomik nedenlerle orta çıkan kentleşme olgusu bireyselleşmeyi ön plana çıkararak, toplumsal yapının küçülmesine neden olmuştur. Modern toplumlardaki aile yapısı birçok noktada avcı ve toplayıcı toplumlardaki aile yapısından farklılaşmıştır. İnsanoğlunun tarih sahnesine çıkmasıyla birlikte göçebe bir hayat süren avcı ve toplayıcılığa dayalı bir yaşam şeklinden uzaklaşarak yerleşik düzene ve toprağa dayalı yeni üretim yöntemlerine geçiş yaptığı görülmektedir. Yerleşim yaşamdan önce kabileler halinde yaşayan ilk avcı ve göçebe topluluklardaki aile yapısının temelinde yaşam mücadelesi güvenlik bulunmaktaydı. Tarım yapılacak alanların sınırlılığı, kuraklık, iklim değişikliği, felaketler ve savaşlar aile yapısını doğrudan etkilemekteydi. Tarım toplumuna geçişle birlikte aile yapısında bazı değişiklikler olmasına karşın asıl köklü dönüşüm endüstri toplumuna geçişle birlikte olduğu kabul edilmektedir.

Yerleşik düzene geçildikten sonraki dönem ise seri üretimin ve dağıtımın ön plana çıktığı endüstri toplumuna geçiştir. Sanayi devrimiyle birlikte basit araçlar ve el tezgâhlarıyla gerçekleştirilen kas gücüne dayalı üretim şekli yerini buhar gücüyle çalışan makinelere bırakmıştır. Yeni iş kollarına ve ekonomik yaşantıyı, normlar ve değer yargılarını etkileyen bu dönüşüm toplumsal yaşamın en küçük yapı taşı olan aile yapısını da derinden etkilemiştir. Sanayi öncesi toplumlarda muhtemelen nesillerden beri aynı bölgede ikamet eden birçok kuşağın bir arada olduğu geniş aile yapısı hâkimken endüstri toplumuna geçişle birlikte geniş aile biçimi yerini ebeveynler ve çocuklardan oluşan çekirdek aile yapısına bırakmıştır.

2.BİLGİ TOPLUMU VE AİLE

Bilgi çağının doğuşunu yakın geçmişteki transistörün bulunuşuna (1947) bağlayan görüşler olduğu gibi, 15. ile 19. yüzyıllar arasındaki çeşitli buluş ve yeniliklerle (matbaa, buharlı makineler, telgraf, demiryollarının çoğalması vb. gibi) ilişkilendiren görüşler de bulunmaktadır (Headrick, 2002: 17). Bilgi toplumunda üretimin ve dağıtımın yapıldığı fabrikalar yerini veri bankaları ve bilgi ağlarına bırakmış, milyonlarca insanı zaman ve mekândan bağımsız olarak esnek bir yapıda buluşturmuştur. İnsanların hayatında büyük bir dönüşüme yol açan mini, kişisel bilgisayarlar ve hipermedia-hipermetin gibi kavramlar 1970 ve 1980'li yıllarda hayatımızda yerini almaya başladı. Hipermetin sadece metin içerikli dosyaların, Hipermedia ise grafik, animasyon, video ve ses gibi çoklu medya dosyalarıyla bir ağ üzerinde bilgisayarların bağlanabilmesini ifade etmektedir. Teknoloji alanında bilgisayar işlemci hızlarının artması, analog formattan bilgisayar tabanlı formata geçiş ve internetin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan bu dönüşüm tüm medya türlerinin birbirleriyle ilişki halinde kullanıldığı bir dönemi de beraberinde getirmiştir. Önceleri yalnızca basit aramalar ve mesajlar atmakta kullandığımız cep telefonları basit bir iletişim aygıtı olmanın ötesinde üç boyutlu interaktif oyunların oynanabildiği, internetten aramalar yapabildiği, fotoğraf ve video gönderip alınabildiği, işletim sistem içerisine çeşitli uygulamaların yüklenebildiği aygıtlara dönüşmüştür.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler ailelerin iletişim kurma şekillerinde de önemli değişikliklere yol açmıştır. Son yıllarda özellikle internetin yaygınlaşmasıyla birlikte insanlar arasındaki yüz yüze iletişim yerini bilgisayar aracılı iletişime geçmiştir. Toplumsal alanda yaşanan bu

dönüşüm toplumun en küçük yapı taşı olan aile içerisinde iletişim kurma şekillerinde değişikliklere yol açmıştır. Dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan kişiler arasında her hangi coğrafi sınırlama olmaksızın iletişimine olanak sağlayan bu teknolojik gelişmeler bugün ki amacından oldukça farklı olarak askeri amaçla tasarlanmıştır. İnternetin ilk on yılını içeren Web 1.0 teknolojisi, web sitelerinin oluşumuna ve büyük miktarda bilginin dünyadaki bireysel ve kurumsal bilgisayarların birbiriyle iletişim kurabilmesine görüntü, ses, veri paylaşımına ve www (World Wide Web) üzerinden her kullanıcının eş zamanlı erişimine imkan sağlamıştır. Web 1.0 aynı zamanda internet erişimine sahip olan kullanıcıların hazırladıkları kişisel web sayfaları aracılığıyla düşüncelerini paylaşabildiği ve sınırlı da olsa tartışma bölümlerine katılabildiği bir dönemi ifade etmektedir. İkinci nesil internet olarak kabul edilen sosyal medya araçları ve uygulamalarıyla farklı bölgelerde yaşayan aile bireyleri arasında da yeni bir iletişim kanalı kurulmuştur. Bu dönüşüm, fiber optik kablo teknolojisi, alçak yörüngedeki uyduların kullanımı ve aramaları yönlendirme özelliğinin hizmete sokulmasıyla mümkün hale gelmiştir (Vertovec, 2004: 219-220). Bilgiyi bir noktadan başka bir noktaya ışık hızında aktaran fiber optik teknolojinin 1980 yılların sonlarında kullanılmaya başlanmasıyla içeriğin paylaşımı sınırlardan bağımsız hale gelmiştir. Bu teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte eş zamanlı, iki yönlü, kalite kaybı olmadan yüksek kalitede ses ve görüntü aktarımına da olanak sağlamıştır. Bu büyük veri yığınlarını saklamak amacıyla kullanılan depolama teknolojilerine olan gereksinimi artırmıştır.

2004 yılında O'Reilly Media tarafından kullanılmaya başlanan Web 2.0 teknolojisinden önce sanal ortamda kullanıcılar tarafından üretilen içerik: e-posta servisleri, ICQ gibi chat odaları ve anlık mesajlaşma servisleri aracılığıyla gerçekleşirken sosyal medyanın nihai şekli olan sosyal ağlar, mikro bloglar gibi sanal ortamlar üzerinde sayısız iletişim bileşenlerinin tek bir platform üzerinde kullanımına olanak sağladı. Geleneksel kitle iletişim araçlarıyla gerçekleşen iletişim sürecinde kullanıcılar arasında etkileşim doğrusal bir boyutta gerçekleşirken internet ve daha sonra gelişen Web 2.0 temelli sosyal medya ortamlarında kullanıcılar arasında etkileşim ve iletişim süreci yeni bir boyut kazanarak iki yönlü bir boyuta ulaşmıştır (Zhang & Lin, 2015: 673). Örneğin bir sosyal ağ platformu olan Facebook üzerinde kullanıcılar aynı anda grup içerisinde yer alan kişilerle hem anlık mesajlaşma yapabilmekte, hem de video görüşmesi yapabilmekte ya da bir resmi paylaşma imkânını elinde buldurmaktadır.

Sosyal ağlarla simgeleşen Facebook, 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesinde eğitim gören ikinci sınıf öğrencisi Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kuruldu. Erişime açıldığı ilk zamanlar sadece Harvard öğrencilerinin kayıt olabildiği bir platformdu. Site üzerinde yapılan ilk büyük değişiklik ise "The Facebook" isminin kısa bir süre sonra "Facebook" olarak değişmesiydi. İlk olarak Boston civarındaki diğer üniversiteleri de içine alan Facebook, iki ay içerisinde Ivy Ligi okullarının tamamını kapsadı. Erişime açıldıktan bir yıl sonra ABD'deki tüm üniversiteler Facebook'a dahil oldu. Önceleri üniversite öğrencilerinin erişebildiği bu çevrim içi sosyal ağ sitesi 11 Eylül 2006 tarihinde tüm e-posta adreslerine açıldı ve kısa bir süre sonra dünyanın en popüler sosyal ağı haline geldi (Boyd ve Ellison, 2007: 218). Bu platform kullanıcıların arkadaşlarını ekleyebilmesine, diğer kullanıcıların arkadaş listelerini görebilmesine, resim, video gibi öğeleri ekleyerek kendi hesaplarını istedikleri gibi düzenleyebilmesine olanak sağlayan bir ortamdır. Facebook üzerinde kullanıcılar kişisel ya da kurumsal

profiller oluşturabilmektedir. Oluşturulan bu profiller SNS'lerin merkezi bölümünü oluşturmaktadır. Facebook profil sayfası diğer platformların aksine sisteme dahil olanların gönüllü olarak kendilerine ilişkin girdikleri kullanıcı bilgilerini barındırmaktadır. Bu bilgiler kullanıcıların gerçek hayatlarındaki isim, doğum tarihi, yaşadığı şehir, ilgi alanları, eğitim durumu gibi özelliklerden oluşur. Profil sayfasında yer alan bilgiler aracılığıyla kullanıcıların arama motorları üzerinden arkadaşlarını bulmasına, olası potansiyel yeni arkadaşlarla tanışarak yeni ağlar oluşturmaya ve çevrim içi bağlantıları sürdürmesine olanak sağlamaktadır. Bu çalışmada sosyal medya platformları içinde en fazla kullanıcı sayısına sahip Facebook'ta bulunan aile sayfalarında yer alan bilgilerden yola çıkarak aile içi adanma düzeyleri birçok değişken açısından incelenmiştir.

3.AİLE VE İLETİŞİM

Toplumsal yapıda meydana gelen problemler ve değişimler toplumsal alanın en küçük temel birimi olan aileyi de olumlu ya da olumsuz anlamda etkilemektedir. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte aile içi ilişkiler de bir dönüşüm yaşamıştır. Facebook'ta oluşturulan gruplara katılmak ve onlarla faaliyetlerde bulunmak için önceden belirlenmiş olan topluluk kuralları bulunmaktadır. Bu gruplar özellikle belirli amaç doğrultusunda olan bireylerin ilişkilerini geliştirmek ve yeni bağların kurulabilmesi için önemli bir fırsat sunmaktadır. 1990'ları başlarında bilgisayarın hayatımıza girmesiyle birlikte, bilgisayar aracılı iletişim "Computer-mediated Communication (CMC)" konusunda yapılan disiplinlerarası çalışmalarda her geçen gün yeni bulgulara ulaşılmıştır (Walther, 1996: 5). Geçtiğimiz son on yıl zarfında bir metafor olarak kabul edilen ağ analizleri, bireysel ve toplumsal değişimlerin gözlemlenmesi için önemli bir kaynak sunmuştur. Günümüzde sosyal ağlar özellikle toplumsal dinamiklerin hızlı ve kesintisiz yansıtıldığı ve sosyal olayların organize edildiği alanlar olarak eğlence işlevi dışında birçok işlevi de bünyesinde barındırmaktadır. Modern yaşamın gereği olarak insanlar internet aracılığıyla kullanılabilen iletişim kanalları yardımıyla yeni bağlar kurmaktadır. Bu durum her ne kadar olumlu olarak görünse de geleneksel aile bağlarının zayıflamasına neden olmaktadır. Teknoloji çağının gereği bireyler giderek yalnızlaşmakta ve aile yapıları geniş aileden çekirdek aile yapısına dönüşmektedir.

Bilgi toplumu aile yapısı ve aile bireyleri arasındaki iletişim süreci, teknoloji odaklı hale gelerek kolaylaştığı gibi bir o kadar da bireyleri yalnızlaştırmaktadır. Aile iletişim süreci genel olarak aile yapısı içerisinde oluşturulan ve sürdürülen iletişim modellerini ifade etmektedir. Toplumun varlığını devam ettirmesini sağlayan ve nesillerin yetiştirildiği aile ortamında iletişim süreci oluşturulan iletişim kalıpları aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu kalıplar aracılığıyla aile bireyleri aile içerisinde ve aile ortamı dışında diğer bireylerle nasıl iletişim ve etkileşim kuracağına ilişkin ipuçlarını öğrenmektedir. Aile iletişim kalıpları bir bütün olarak aile içerisindeki iletişimin esasını oluşturan temel bilişsel yönelimleri ortaya çıkararak ve bu yönelimlerle çok çeşitli alanlar arasında bir dizi psikososyal sonuçları tahmin etmede son derece yararlı olduğunu kanıtlanmıştır (Schrodt, Witt, & Messersmith, 2008: 249). Aile üyeleri arasında gerçekleşen iletişim süreci kişiler arasında gereksinimlerin isteklerin düşüncelerin ve görüşlerin paylaşılmasına olanak sağladığı için yapının devamlılığı için hayati öneme sahiptir. Sosyal bir grup olan ailede, üyelerin statüleri kadar birbirleriyle olan iletişim kaliteleri de grup dinamizmini etkilemektedir.

Aile bireylerinden bazıları etkin olarak iletişim sürecinde görev alırken bazıları ise pasif olarak bu süreçte yer almaktadır. Bilişim çağıyla birlikte ortaya çıkan bu etkinlik ve meşguliyet durumunu ifade eden “engagement” kavramı, aile ilişkileri için de kullanılmaktadır. 21. yüzyılda küreselleşme sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkan işe angaje olma, işe adanma, işe bağlanma işe tutkunluk ve işe kapılma gibi farklı şekillerde Türkçe’ de kullanılan “engagement” kavramı, genel olarak örgüt içinde bağlılığın içselleştirilmesi olarak kullanılmaktadır. İşe adanma, bireysel tutum ve davranış olarak sürekliliği olan, herhangi bir durum, kişi veya nesneye göre değişkenlik göstermeyen duygusal/bilişsel bir durumu ifade etmektedir (Gorgievski ve diğ., 2010: 85; Oliveira ve diğ., 2016: 55; Bezuidenhout ve Cilliers, 2010:2). Örgütsel psikolojiyle ilgili akademik çalışmalarda yaygın olarak kullanılan işe adanma kavramı, günümüz modern aile yapısı ve aile bireyleri arası ilişkilerinin düzeyinin belirlenmesi açısından uzun yıllardan beri kullanılmaktadır (Vedder-Weiss, 2016: 350; Slipp ve diğ., 1974: 414; Mirick, 2014: 333). Aile gibi geniş ağ yapıların sosyal medyada temsilinin kolayca anlaşılması için, ağı oluşturan düğümlerin birbirlerine bağlantılarını temel alarak, görsel anlamda alt bileşenlerine ayrılan çalışmalar yapılmaktadır (Hunter, 2007:217). Bu durumun daha iyi anlaşılabilmesi için aile içi iletişim sürecinin ve modellerinin bilinmesi gerekmektedir. Aile iletişimi sözlü ve sözsüz bilgiyi aile üyeleri arasında değişim şekline ifade etmektedir (Epstein, ve ark., 1993:139). Model olarak aileyi, ebeveyn-çocuk iletişim yapıları ve kalıpları tipolojisinin incelenmesi konusunda ilk çalışma McLeod ve Chaffee tarafından 1972 yılında ortaya çıkmıştır (McLeod & Chaffee, 1972: 51). Bu yapıda, klasik tipolojik bir prosedür kullanılarak ebeveyn-çocuk iletişimi çift yönlü kalıplar halinde aile tipleri yüksek (concept orientat) veya düşük yönelimde (socio-orientation) olmasına göre dört tipe tanımlanmıştır. Ritchie ve Fitzpatrick (1990) bu çalışmayı esas alarak içerisinde yer aldığı aile iletişim uzmanları ölçeği daha kullanışlı hale getirmek ve güvenilirliğini artırmak için diyalog (conversation) ve uyma (conformity) olarak iki yeni kavramı ekleyerek ve revize edilmiş aile iletişim kalıplarını ortaya çıkarmışlardır.

4.YÖNTEM

Bu çalışmada aile içi ilişkilerin psikolojik ve sosyolojik olarak değerlendirilmesinde günümüzde, insanların grup davranışındaki ilişkilerini açıklarken kullanılan işe adanma düzeyleri ve etkilerinden hareket edilmiştir. Bu araştırmada, günümüzde en çok kullanıcı sayısına sahip sosyal ağ sitesi olan Facebook kullanan aile üyelerinin aile içi ilişkilerde görevleri ve yaptıkları ile işe adanma seviyeleri açısından farklılıklarının bulunup bulunmadığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Farklılıkların istatistiksel olarak incelenmesinde demografik değişkenlere göre anlamlı sonuçların gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için ilişkisel tarama modelinden yararlanılmıştır. Sosyal bilimlerde önemli sosyal ağlardan biri olarak kabul edilen ailenin, sosyal medya üzerindeki etkinliklerinin değerlendirildiği bu çalışma, benzer çalışmaların yapılabilmesi için önemli bir kaynak oluşturacaktır. Sosyal ağların en önemli özelliklerinden biri olarak kabul edilen sanal topluluklar ile belirli bir grup aidiyeti olan veya ortak ilgi alanına sahip bireyler bir araya gelmektedir. Facebook, Twitter, MySpace ve Flickr gibi siteler ücretsiz olarak online grupların oluşturulmasına izin verirken, grup üyeliğine kabul yetkisini de grup yöneticilerine bırakmaktadır.

Araştırma amacıyla bağlantılı olarak aşağıda yer alan sorulara yanıt bulunmaya çalışılmıştır:

AS.1. Facebook aile sayfalarındaki popüler konular nelerdir?

AS.2. Facebook aile sayfalarındaki popüler konular ile sosyal medya adanmışlığı (social media engagement) arasındaki ilişki nedir?

AS.3. Facebook aile sayfalarındaki popüler konuların tonu ile sosyal medya adanmışlığı (social media engagement) arasındaki ilişki nedir?

AS.4. Facebook aile sayfalarındaki mesaj uzunluğu ile sosyal medya adanmışlığı (social media engagement) arasındaki ilişki nedir?

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular gelecekteki sosyal medyada işe adanmışlık analizlerin yapılabilmesi için katkı sağlayacaktır.

5.EVREN VE ÖRNEKLEM

Özellikle farklı şehirlerde yaşayan ikinci ve üçüncü derece aile üyelerinin iletişim ihtiyaçlarının karşılanmasında Facebook'ta oluşturulmuş olan aile grup sayfaları bulunmaktadır. Bu çalışmada aile içi ilişkilerin psikolojik etkileri inceleyebilmek için Facebook'ta yer alan ve çalışmada Türkiye'de yaşayan ve açık erişim hakkı veren 37 aile sayfası incelenmiştir. Veri toplama yöntemi olarak içerik analizi kullanılmış ve araştırma kapsamında toplam 6432 üyeye sahip 37 Facebook aile sayfası ve 500 yorum değerlendirilmiştir. Çalışmada seçilen sayfalara ilişkin materyaller 2012-2016 tarihleri arasında dört yıllık bir dönemi kapsamaktadır.

İçerik analizi yöntemi metin veya sembolik materyallerin mesajı anlam veya dilbilgisi açısından nesnel sistematik olarak sınıflandırma yaparak içeriklerin çözümlendiği bir araştırma yöntemi olarak sıklıkla kullanılmaktadır (Neuman 1997: 31; Wimmer ve Dominick, 2006: 150). Metin analizi olarak da literatürde geçen, nitel ve nicel analizlerde kullanılan bu yöntemle, kelimeleri sıklıklarına göre kategorilere ayrılarak olay veya olgular hakkında değerlendirme yapılmaktadır.

6.VERİ TOPLAMA ARAÇLARI VE ANALİZ

Aile üyelerinin duygu, düşünce ve inançların yansıtıldığı Facebook sayfalarının içeriklerinin değerlendirilmesinde Wang ve arkadaşları (2017) tarafından 13 milyon takipçiye sahip Humans of New York (HONY) platformunun Facebook sayfasının incelendiği çalışmada yer alan kontrol listesi kullanılmıştır. Bağımsız iki araştırmacı tarafından önceden hazırlanmış listeye göre kodlama yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik (Krippendorff Alpha) katsayısı ($\alpha=.84$) dır. Çalışmanın amacına uygun olarak Facebook'tan alınan verilerden Facebook duvardaki mesajların konusu, mesajların tonu, mesajların uzunluğu bağımsız değişken, karakterlerin benzerliği, sayfa beğeni sayısı bağımlı değişken baskın karakterlerin sayısı, baskın karakterlerin cinsiyeti ve baskın karakterlerin yaşı ise diğer değişkenler olarak kabul edilmiştir.

6.1.Mesajların Konusu

Facebook duvar bölümü, sayfayı görebilme yetkisi olan kişiler, ağ arkadaşları ve grup üyeleri tarafından çevrimdışı olarak gönderilen mesaj, resim ve video dosyalarının görüldüğü alan olarak kullanılmaktadır. Bu sistemde istenildiği zaman gelen mesajları yetkili kullanıcının e-posta adresine de göndermektedir. Bu bölümde yer alan mesajlar bağımsız iki araştırmacı tarafından belirlenmiş konu başlıklarına göre kodlanmıştır. Konu başlıkları gündem ve politika, etkinlikler, aile tanıtımı, sağlık, yaşam, duyuru, haberleşme, kültür sanat, iş ve kariyer, eğlence, spor ve din olarak belirlenmiştir.

6.2.Mesajların Tonu

Aile sayfalarında yer alan mesajların tonunu belirlemek için 7 maddelik Likert (1= “negatif”; 7= “pozitif”) ölçeğin bulunduğu bir skala kullanılmıştır ($M=4,35$, $SD=1,47$).

6.3.Mesajların Uzunluğu

Facebook sayfalarında yer alan yorumlar kısmında Twitter'dan farklı olarak bir karakter sınırlaması bulunmamaktadır. Bu yüzden araştırmanın bu bölümünde yorumlarda yer alan her bir cümle sayısı kodlanmıştır ($M=1,82$, $SD=1,47$).

6.4.Karakterlerin Benzerliği

Aile sayfalarındaki yorumların benzerliklerini belirleyebilmek için 5 maddelik Likert (5=“Kesinlikle katılıyorum”; 4=“Katılıyorum”; 3=“Fikrim yok”; 2=“Katılmıyorum”; 1=“Kesinlikle katılmıyorum”) ölçeğin bulunduğu bir skala kullanılmıştır. Bu ölçek Reysen'in (2005) benzerlik skalasından uyarlanmıştır ($M=3,19$, $SD=1,38$).

6.5.Sayfa Beğeni Sayısı

Facebook'ta paylaşılan bir içerik hakkında tek bir tuşla olumlu görüş bildirme imkânı sunan bu özellikle kullanıcılar arasında bir bağ kurulmaktadır. Paylaşılan içeriğin altında yer alan beğen ikonuna ek olarak yakın bir zamanda “İnanılmaz” ve “Muhteşem” ikonları eklenerek beğeniler arasında bir sınıflandırma yapılmıştır. Bu çalışmada her bir yorum için tıklanan beğeni sayısı kaydedilmiştir ($M=21,68$, $SD=57,15$).

6.6.Baskın Karakterler

Aile toplumsal yapının en küçük birimi olarak ait olduğu toplumun tüm özelliklerini taşımaktadır. Aile yapısı incelendiği zaman toplumsal yapıda olduğu gibi bir hiyerarşik bir sınıflandırma ve aileyi yönlendiren baskın karakterler bulunmaktadır. Facebook aile sayfalarında aile içi iletişimi sağlayan ve yönlendiren karakterlerin sayısı belirlenmiştir. Ayrıca baskın karakterlerin cinsiyeti ve yaş grubu da kodlanmıştır.

Araştırmanın amacına yönelik düzenlenen kodlama listesi ile elde edilen ham veriler ve analiz için Microsoft Excel ve SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde sırasıyla frekans ve ortalama istatistiksel işlemler ve çoklu regresyon analiz uygulanmıştır. Aile gruplarının adanmışlık düzeyini birden fazla değişkene göre belirleyebilmek için çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır. Ayrıca bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki gücünün hesaplanmasında, R-kare (R^2) ve eta-kare (η^2) ölçümlenmeleri uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü karşılaştırmada birçok yöntem kullanılmakla birlikte en sık kullanılan istatistik ANOVA eta-kare (η^2) katsayısıdır. Bu analiz türü doğrudan çok yönlü bir varyans değildir. Değişkenler arasında doğrusallık varsayımını gerektirmeyen R-kare (R^2) ve eta-kare (η^2), bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde ne derece etkili olduğunu belirlemek için kullanılmaktadır. Analiz sonucunda elde edilen eta-kare değeri (η^2) ile değişkenler arasındaki etkiler yorumlanmıştır. Etki büyüklüğü olarak da değişkendeki toplam varyansın ne kadarını açıkladığını gösterir ve 0.00 ile 1.00 arasında değer alır (Büyüköztürk, 1998: 95).

7. BULGULAR VE TARTIŞMA

Sosyal ağların en önemli dinamiklerinden birisi olan ve milyonlarca bireyi aynı alanda toplayan sosyal medya grupları, kolektif eylemlerin günümüzdeki en iyi ağ örneklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada Facebook'ta yer alan aile gruplarının olumlu katılım davranışları (Positive Engagement Behaviors) incelenerek, sosyal medya adanmışlık düzeyleriyle bağlantıları değerlendirilmiştir. Sosyal ağlar kurulduğu günden itibaren temelde mesaj ve duvar sayfası üzerine inşa edilmiştir. Sosyal ağların en temel bileşenlerinden biri olan kullanıcılar arasında çevrimdışı mesaj özelliğiyle bireyler ve gruplar, birçok kişi ve kurumla iletişim kurabilmektedir. Bu temel iki araç bütün sosyal medyanın ana felsefesi olan etkileşim ve bilgi işlevlerini sağlamaktadır. Araştırmanın ilk sorusunda Facebook'ta yer alan aile sayfalarındaki yorumlar tematik olarak içerik analizi yöntemine göre değerlendirilmiştir. Tablo 1. incelendiği zaman aile içi duyuru ve haberleşmenin %29,8 ile birinci, gündem ve politik konuların %15,2 ile ikinci, sağlık ve yaşam konularının ise %13,2 ile üçüncü en fazla yorumlanan konular olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1. Facebook konu başlıklarının frekans ve yüzdeleri

Konular	N	%	M	SD
Gündem ve Politika	76	15,2	22,1974	39,25473
Etkinlikler	40	8,0	7,3500	3,37829
Aile Tanıtımı	51	10,2	45,6275	106,29091
Sağlık, Yaşam	65	13,0	33,5385	85,16511
Duyuru, Haberleşme	149	29,8	11,7852	11,66802
Kültür Sanat	13	2,6	1,0769	1,80100
İş ve Kariyer	8	1,6	7,2500	8,53145
Eğlence, Spor	38	7,6	8,6316	16,71125
Din	10	2,0	3,6000	1,42984
Gezi, Ziyaret	50	10,0	43,1600	84,82812
Toplam	500	100,0		

Popüler konular ile sosyal medya adanmışlığı (social media engagement) arasındaki ilişkiyi belirlemek için GLM (general linear model) kullanılmıştır. Veriler analiz edilirken %5 ($\alpha=0.05$) anlamlılık düzeyi kabul edilmiştir. Tablo 2'ye temaların sosyal medya adanmışlık düzeyleri incelenmiştir. Tablo 2'ye göre analiz sonucunda beğeni sayısı ile konu başlıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu durumun en büyük nedeni Facebook'taki tüm konular hakkında üyelerin fikir beyan etmemesi olarak açıklanabilir.

Tablo 2. Konuların beğeni sayısına göre benzerlik ilişkileri

	Beğeni Sayısı				
	Duyuru, Haberleşme	Gündem ve Politika	Sağlık, Yaşam	Aile Tanıtımı	Gezi, Ziyaret
<i>M</i>	11,785	22,197	33,539	45,628	43,160
<i>SD</i>	11,668	39,255	85,165	106,291	84,828

$p=0.769$, partial $\eta^2=0.62$.

Sayfalarda yazan yorumların benzerliklerini belirlemek için Reysen'in benzerlik skalası kullanılmıştır. Konu başlıkları ve karakterlerin benzerliği arasındaki ilişki incelendiği Tablo 3'e göre bu değerler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Gündem ve Politika ($M=2,237$,

SD=1,274), Aile Tanıtımı ($M=5,3333$, $SD=1,227$), Sağlık ve Yaşam ($M=2,846$, $SD=1,337$), Duyuru ve Haberleşme ($M=3,604$, $SD=1,246$) ve Gezi, Ziyaret ise ($M=3,680$, $SD=1,133$) olarak analiz edilmiştir.

Tablo 3. Konuların karakterlerin benzerliğine göre ilişki dağılımı

Karakterlerin Benzerliği					
	Duyuru, Haberleşme	Gündem ve Politika	Sağlık, Yaşam	Aile Tanıtımı	Gezi, Ziyaret
<i>M</i>	3,604	2,237	2,846	3,882	3,680
<i>SD</i>	1,246	1,274	1,337	1,227	1,133

$p=0.04$, partial $\eta^2=0.21$.

Tablo 4'te Facebook'taki aile sayfalarındaki yorumların tonu ve uzunluğu ve sosyal medya adanmışlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($R^2=0,21$, $p<0.05$). Standardize edilmiş regresyon katsayısına göre, Facebook sayfalarındaki her bir sayfanın beğeni sayısı ile Facebook mesajlarının tonu ($\beta=0.169$, $p<0.001$) ve mesajların uzunluğu ($\beta=0.87$, $p<0.001$) arasında; karakterlerin benzerliği ile mesaj tonu ($\beta=0.0384$, $p<0.001$) arasında bir ilişki bulunmaktadır. Karakterlerin benzerliği ile mesajların uzunluğu ($\beta=-0.113$, $p<0.001$) arasında ise bir ilişki bulunmamıştır.

Tablo 4. Mesajların Tonu ve Uzunluğu İle Sosyal Medya Adanmışlık Düzeylerine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

	Predictor	β	Adjusted R^2
Beğeni Sayısı	Mesajların Tonu	0,169***	0.21
	Mesajların Uzunluğu	0.87***	
Karakterlerin Benzerliği	Mesajların Tonu	0.384***	0.16
	Mesajların Uzunluğu	-0.113	

$F=7.628$, Adjusted $R^2=0.21$, $p<0.001$.

$F=54.214$, Adjusted $R^2=0.16$, $p<0.001$.

*** $p<.001$ ** $p<.01$ * $p<.05$.

Facebook sayfalarında baskın karakterlerin cinsiyetine yönelik yapılan analiz sonuçlarına göre, erkek kullanıcılar ($N=429$, %85,8) oran ile kadınlara göre ($N=71$, %14,2) sayfalarda daha etkin olduğu ve yönlendirici olduğu belirlenmiştir.2016 Küresel Sosyal Medya Kullanım Raporu'na göre Türkiye'de

42 milyon Facebook kullanıcısının %37'sini kadın kullanıcılar, %63'ünü ise erkek kullanıcılar oluşturmaktadır (Kemp, 2016: 217). Bu araştırma sonuçlarıyla ülkemizde Facebook kullanıcılarının cinsiyete göre dağılımı karşılaştırıldığı zaman erkeklerin ortalamanın üzerinde olduğu görülmektedir. Baskın karakterlerin yaş grubuna göre dağılımı incelendiği zaman 0-12 yaş aralığında %0,4, 12-17 yaş aralığında %0,4, 18-22 yaş aralığında %25,6, 23-44 yaş aralığında %52,4, 44-64 yaş aralığında %16,0, 65 ve üstünde ise %5,2'lik bir kullanıcı olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar dikkate alındığı zaman teknolojiyi en fazla kullanan yaş grubu olan 23-44 aralığını %52,4, olmak üzere yetişkinlerin yer aldığı 18-44 aralığında %78'lik bir bölüm baskın yaş aralığındadır.

8.SONUÇ

Disiplinler arası bir çalışma alanı olan sosyal ağ analizi ile toplulukların yapısı incelenmekte, ağ yapısı betimlenmeye çalışılmakta, topluluklar arasında kolayca gözlemlenemeyen ilişkiler görselleştirilerek var olan bağlantılar modellenmektedir (Scott, 1987:7). Bu bağlamda aile ile ilgili yapılan çalışmalarda sosyal bir ağ "aile" olarak, aile bireyleri ise bu ağı oluşturan noktalar olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmalar ilişkisel bağların dağılımı, etkinlik düzeyi ve gücü, çeşitli özelliklerini bir bütün olarak ağı veya ağı oluşturan grupları ve özelde bireyleri tek tek veya gruplar halinde ele alarak sosyal davranışlar hakkında çıkarımlar elde etmek için yapılmaktadır. Bu çalışmada Facebook'ta bulunan aile sayfalarındaki kullanıcıların davranışları ile adanmışlık düzeyleri arasındaki bağlantılar tespit edilmiştir. Bilişim çağıyla birlikte yenilenen iletişim araçlarıyla kurulan ilişkiler daha yoğun olarak görünmekle birlikte iletişimin yoğunluğu (density) ve uyumluluğa duyarlılık sosyal medya araştırmalarında tartışılmaktadır. Yoğunluk, iletişime duyarlı ailelerin çok çeşitli konulara ilişkin sınırsız bir etkileşime katılmak için aile üyelerini teşvik eden bir ortamı ne ölçüde oluşturduğuyula ölçülmektedir (Koerner ve Fitzpatrick, 1997: 61). Araştırma sonuçlarına göre Facebook gruplarının %70,2'si 24 aile yüksek düzeyde duyarlılığa sahip olduğu görülmüştür. Yüksek düzeyde iletişim duyarlılığına sahip aileler de ebeveynler aile bireyelerine baskı yapmak ya da onları engellemek yerine aileyi ilgilendiren çeşitli konulara ilişkin ortak karar almaya ve fikirlerin açık bir şekilde paylaşılması için aile bireyelerini teşvik etmektedir. Düşük düzeyde iletişim duyarlılığına sahip aileler ise grup içerisinde her hangi bir meseleye ilişkin sürekli bir şekilde etkileşim gerçekleşmez ve aile bireyleri diğer üyelerle düşüncelerini ve görüşlerini paylaşmaktan çekinmektedir. Uyumluluğa duyarlılığı yüksek ailelerde ebeveynler aile bireyelerinin hali hazırdaki bir duruma uymaları ya da bir düşüncüyü kabul etmelerine önem vermektedir. Bu çalışmada Facebook'ta sosyal medya adanmışlık düzeylerinin yer aldığı Tablo 4'de yer alan veriler incelendiğinde, aile bireyelerinin iletişime duyarlılığı ve sosyal medya uyumluluğu açısından sonuçların değişkenliği, farklı aile tiplerinde ebeveynlerle bireyelerin nasıl etkileşim kurduğuna ilişkin ipuçları verebilmektedir. Yüksek iletişim duyarlılığına sahip aileler sosyal ağ ortamlarında birbirleriyle daha sık iletişim kurduğu ve iletişim uygulamalarında açık olduğu düşük iletişim duyarlılığına sahip aile bireyleri arasında gerçekleşen iletişim ise daha çok sınırlı bir boyutta gerçekleştiği görülmektedir.

Modernleşmenin aile üzerindeki en belirgin etkisi aile içindeki statüleri ve görevleri ortadan kaldırarak yabancılaşmış bireyleri oluşturmasıdır. Sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan bu yıkıcı etkisine

rağmen, gelenek ve kültürel dokuyla yoğrulmuş Türk aile yapısı değişime uğramakla birlikte sosyal medya araçlarıyla ilişkiler korunmaya çalışılmıştır. Sosyal ağların özellikleri ve yapıları konusunda yapılan çalışmalarda asıl belirleyici olan unsurun bireyin hangi amaca ulaşmak istediği olduğunu belirlenmiştir (Lin, 1999: 30). Araştırma sonuçları incelendiği zaman en fazla işlenen konuların geniş aile bütünlüğünü koruma ve iletişim ağını güçlendirmeye yönelik olduğu görülmektedir.

Aileler toplum için bir kaç önemli fonksiyona hizmet etmektedir (Ooms, 1996: 6). Bu fonksiyonlardan bazıları: Aile oluşumu ve üyelik, ekonomik destek, manevi ilgi sosyalleşme ve savunmasız üyelerinin korunmasıdır. Araştırma örneğinde yer alan ataerkil aile yapısının sosyal medyada da egemen olduğu görülmektedir. Ataerkil aile yapısında görev dağılımında geleneksel ideolojinin cinsiyete dayalı, erkek otoritesine dayanan bir paylaşım bulunmaktadır. Araştırma bulgularında aile sayfalarındaki baskın karakterler incelendiğinde %82,4'ünün (N=495) erkek, %17,6'sının (N=106) ise kadın olduğu belirlenmiştir. Soyun erkekler üzerinde devam ettiği düşüncesiyle aile içinde mutlak egemenliğe sahiptir. Kadın çalışma hayatında yer alsın bile temel sorumluluğu ev ve çocuklardır. Çalışma koşulları ise erkeklere göre farklılıklar göstermekte yeteneği ve eğitimi olmasına rağmen, genellikle vasıfsız, düşük ücretli işlerde, belirli meslek ve sektörlerde çalışmaya yönlendirilmekte statü ve yetki verme noktasında tereddüt edilmektedir (Mackintosh, 1981:7).

Sosyal medya araştırmaları, aile yapısında meydana gelen değişimlerin ve aile içi iletişim düzeylerinin gözlemlenmesi açısından oldukça önemlidir. Facebook sayfalarında yer alan sayfalar, aile içerisindeki iletişim ortamı ilişkilerin kalitesini ve karar verme, aile yönetimi ve çatışma gibi süreçlerin gözlemlenmesi açısından kullanılmıştır. Aile iletişimi çekirdek aile geniş aile içerisindeki iletişim modellerine odaklanır. Örgütsel iletişim gibi bu iletişim türü grup iletişimin bir bölümü olarak kabul edilmektedir. Geniş bir aile içerisinde eşler arasında kardeşler arasında çocuklar ve ebeveynler arasında iletişim şekli farklılaşabilmektedir. Bu modeller, aile üyeleri hem aile sistemi içerisinde hem de aile sistemi olmadan diğerleriyle nasıl iletişim kurduğuna ilişkin ipuçları verebilmektedir. Sayfalarda yer alan metinlerin uzunluğu ve tonu ile sayfa beğeni oranı benzerliklerin analiz sonuçlarında bir bağlantı olduğu görülmektedir.

Aynı zamanda etkili bir iletişim ortamı konuşmanın yanı sıra aynı zamanda karşı tarafı da dinlemektir. Aile üyeleri birbirlerinin söylediklerini dinlemesi onların düşüncelerini paylaşmaya teşvik edebilmektedir. Sosyal medyada bulunan beğeni ve yorumları paylaşma özelliği aile içi iletişim sürecinde fikirlerin kabulü ve desteklenmesi açısından önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir. Sözlü ya da sözsüz bir şekilde gerçekleşen iletişim sürecinde sözlü iletişim dil ve dil ötesi şeklinde iki gruba ayrılmaktadır. Dil ile iletişim kişilerin ürettikleri mesajları birbirleriyle paylaşarak anlamlı hale getirmektedir. Facebook'ta bulunan ikon ve görsel paylaşımı ise kişinin içinde bulunduğu ruh halini yansıtan sözsüz mesajları oluşturmaktadır. İnsanların kimi zaman içinde bulunduğu duygusal hali anlatamadıkları ya da kendilerine sormadığımız hallerde el kol hareketleri ses tonu yüz ifadeleri kişinin içinde bulunduğu ruh haline ilişkin ipuçları verebilmektedir.

9. KAYNAKÇA

- Bezuidenhout, Adèle, Cilliers, Frans Van Niekerk (2010), “Burnout, Work Engagement and Sense of Coherence in Female Academics in Higher-Education Institutions in South Africa”, *SA Journal of Industrial Psychology*, Cilt.36, Sayı.1, (1-10), doi:10.4102/sajip.v36i1.872.
- Boyd, Danah, Ellison, Nicole (2007), “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Cilt.13, Sayı.1, (210–230), doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Büyükoztürk, Şener (1998), “Kovaryans Analizi (Varyans Analizi ile Karşılaştırmalı Bir İnceleme)”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt.31, Sayı.1, (1-15), doi:10.1501/Egifak_0000000247.
- Epstein, Nathan, Bishop, Duane, Ryan, Christine, Miller, Ivan, Keitner, Gabor (1993), “The McMaster Model View of Healthy Family Functioning”, (Ed) Froma Walsh, *Normal Family Processes* (138-160), The Guilford Press, New York/London.
- Gladding, Samuel, (2002), *Familytherapy: History, Theoryandpractice*. Pearson Education, Merrill Prentice Hall, New Jersey.
- Gorgievski, Marjan, Bakker, Arnold, Schaufeli, Wilmar (2010), “Work Engagement and Workaholism: Comparing the Self-Employed and Salaried Employees”, *The Journal of Positive Psychology*, Cilt.5, Sayı.1, (83-96), doi:10.1080/17439760903509606.
- Headrick, Daniel (2002), *Enformasyon çağı: Akıl ve devrim çağında bilgi teknolojileri 1700-1850*, Çev: Zülal Kılıç, Kitap Yayınevi, İstanbul.
- Hunter, David (2007), “Curved Exponential Family Models for Social Networks”, *Social Networks*, Cilt.29, Sayı.2, (216-230), doi:10.1016/j.socnet.2006.08.005.
- Kemp, Simon (2016), “Digital in 2016 report: We Are Social’s Comprehensive Study of Digital, Social and Mobile Usage Around the World”, We are social (24.3.2016).
- Koerner, Ascan, & Fitzpatrick, Mary Anne (1997), “Family Type and Conflict: The Impact of Conversationorientation and Conformity Orientation on Conflict in the Family”, *Communication Studies*, Cilt.48, Sayı.1, (59-75), doi:10.1080/10510979709368491.
- Lin, Nan (1999), “Building A Network Theory of Social Capital”, *Connections*, Cilt.22, Sayı.1, (28-51),
- Mackintosh, Maureen. (1981), “Gender Economics: The Sexual Division of Labour and The Subordination of Women”, (Ed) Kate Young, Carol Wolkowitz, Roslyn McCullagh, *Marriage and The Market: Women’s Subordination Internationally and Its Lessons*, Routledge, Londra.
- McLeod, Jack, Chaffee, Steven (1972), “The Construction of Social Reality”, (Ed), James Tedeschi, *The Social Influence Process*, (50-59), Adeline-Atherton, Chicago.
- Mirick, Rebecca (2014), “The Relationship between Reactance and Engagement in A Child Welfare Sample”, *Child & Family Social Work*, Cilt.19, Sayı.3, (333-342), doi:10.1111/cfs.12022.
- Neuman, Lawrence (1997), *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 3rd Edition, Allyn & Bacon, Boston, MA.

- Huertas, Melby Karina Zuniga, Lin, Zhibin (2016), "Factors Driving Young Users' Engagement with Facebook: Evidence from Brazil", *Computers in Human Behavior*, Cilt.54, (54-61), doi: 10.1016/j.chb.2015.07.038.
- Ooms, Theodora (1996), "Where is the Family in Comprehensive Community Initiatives for Children and Families?", *Aspen Roundtable on Comprehensive Community Initiatives for Children and Families*, Aspen, Colorado.
- Stephen Reysen, (2005), "Construction of A New Scale: The Reysen Likability Scale", *Social Behavior and Personality: An International Journal*, Cilt.33, Sayı.2, (201-208), doi:10.2224/sbp.2005.33.2.201.
- Ritchie, David, Fitzpatrick, Mary Anne (1990), "Revised Family Communication Patterns Scale", *PsycTESTS Datas*, doi:10.1037/t52561-000
- Schrodt, Paul, Witt, Paul, Messersmith, Amber (2008), "A Meta-Analytical Review of Family Communication Patterns and Their Associations with Information Processing, Behavioral and Psychosocial Outcomes", *Communication Monographs*, Cilt.75, (248-269), doi: 10.1080/03637750802256318
- Scott, John (1987), *Social Network Analysis a Handbook*, Sage Publications, London.
- Slipp, Samuel, Ellis, Sarah, Kressel, Kenneth (1974), "Factors Associated with Engagement in Family Therapy", *Family Process*, Cilt.13, (413-427), doi:10.1111/j.1545-5300.1974.00413.x
- Vedder-Weiss, Dana (2016), "Serendipitous Science Engagement: A Family Self-Ethnography", *Journal of Research in Science Teaching*, Cilt.54, Sayı.3, (350-378), doi:10.1002/tea.21369
- Vertovec, Steven (2004), "Cheap Calls: The Social Glue of Migrant Transnationalism", *Global Networks*, Cilt.4, Sayı.2, (219-224).
- Walther, Joseph (1996), "Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction", *Communication Research*, Cilt.23, Sayı.1, (3-43).
- Wang, Ruoxu, Kim, Jinyoung, Xiao, Anli, Jung, Yong Ju (2017), "Networked narratives on Humans of New York: A Content Analysis of Social Media Engagement on Facebook", *Computers in Human Behavior*, Cilt.66, (149-153), doi:10.1016/j.chb.2016.09.042.
- Wimmer, Roger, Dominick, Joseph (2006), *Mass media research: An introduction*, Belmont, Thomas Wadsworth, CA.
- Zhang, Chrystal, Lin, Yi Hsin (2015), "Exploring Interactive Communication Using Social Media", *The Service Industries Journal*, Cilt.35, Sayı.11-12, (670-693), doi:10.1080/02642069.2015.1064396.