Makale Türü: Araştırma / *Research Article*
Makale Geliş Tarihi: 12.03.2026
Makale Kabul Tarihi: 27.05.2026

BAYHAN, Vehbi (2026), Y ve Z Kuşağının Postmodern Akışkan Aile Biçimleri *Tezkire Dergisi*. Yıl: 35 Sayı: 96. (37-62).

Y ve Z Kuşağının Postmodern Akışkan Aile Biçimleri

Postmodern Fluid Family Styles Of Generations Y And Z

Vehbi BAYHAN*

"De te fabula narratur!" (Anlatılan senin hikâyendir!)
Horatius

Özet

Sosyal tarih sürecinde değişen toplum yapılarına göre kuşaklar da çağın ruhuna göre farklılaşmaktadır. Tarım toplumunun kuşağı sessiz kuşak, sanayi toplumunun kuşakları bebek patlaması kuşağı ve X kuşağı, enformasyon toplumunun kuşakları ise Y, Z ve Alfa kuşaklarıdır. Toplum yapısına göre kuşaklar ve aile yapıları da dönüşmektedir. Tarım toplumu ve geleneksel kültür ile sessiz kuşakta geleneksel geniş aile yaygın iken, sanayi toplumu ve modern kültür ile bebek patlaması ve X kuşağında modern çekirdek aile hâkimdir. Enformasyon toplumu ve postmodern kültür ile Y kuşağı, Z kuşağı ve Alfa kuşağında ise çoğul postmodern akışkan aile yapılanmaktadır. Dijital yerli olarak Y kuşağı ve Z kuşağı, internetin küresel etkisi ve etkileşimi bağlamında dünyanın her yerinde benzer aile örüntülerini üretmektedir. Geç evlenen, az çocuk sahibi olan, bekâr veya boşandıktan sonra ebeveynin yanına taşınan Bumerang kuşak ve esnek Akerdeon aile modeli gelişmektedir. Tek ebeveynli aileler artmakta, özellikle Single Mom (Bekâr Anne) modeli, baba yoksunluğu bağlamında çocuklarda psiko-sosyal sorunlara yol açmaktadır. Baba rol modeli eksikliği ve dijital ortamdaki LGBT örnekleri erkeklik krizini üretmektedir. Özellikle genç erkeklerin dijital porno bağımlılığı sonucu reel cinsel ilişki kurmadaki çekinceleri doğum oranlarını azaltmaktadır. Ayrıca, risk toplumundaki olası risklerden dolayı çocuğunu denetlemek için helikopter ebeveynlik gelişmektedir. Yaşlıların oranı arttığı için Z kuşağı bir yandan yaşlı ebeveynleri diğer yandan çocuklarıyla ilgilenmek zorunda kaldıklarından sandviç kuşak olarak da betimlenmektedir. Y ve Z kuşağı gençleri, sosyal medyadaki maruziyetlerinden dolayı akışkan cinsiyet kimliklerine daha fazla hoşgörü taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kuşaklar Sosyolojisi, Gençlik, Postmodern Akışkan Aile, Akerdeon Aile, Single Mom, Sandviç Kuşak

Abstract

In the course of social history, generations differentiate according to the changing societal structures and the spirit of the age. The generation of the agricultural society is the Silent Generation, the generations of the industrial revolution are the Baby Boomer and Generation X, and the generations of the information society are Generations Y, Z, and Alpha. Generations and family structures also transform according to the societal structure. While the traditional extended family was prevalent in the agricultural society and traditional culture of the Silent Generation, the modern nuclear family is dominant in the industrial society and modern culture of the Baby Boomer and Generation X. In the information society and postmodern culture, the pluralistic postmodern fluid family structure is emerging in Generations Y, Z, and Alpha. As digital natives, Generations Y and Z produce similar family patterns all over the world in the context of the global impact and interaction of the internet. The Boomerang Generation, which marries late, has few children, is single, or moves in with its parents after divorce, and the flexible Accordion family model are developing. Single-parent families are increasing, especially the Single Mom model, leading to psychosocial problems in children in the context of fatherlessness. The lack of a father role model and LGBT examples in the digital environment are producing a crisis of masculinity. Digital pornography addiction, particularly among young men, is reducing birth rates due to their reluctance to engage in real-life sexual relationships. Furthermore, helicopter parenting is developing as a means of controlling children due to potential risks in a risk society. Because the proportion of elderly people is increasing, Generation Z is also described as a "sandwich generation" as they have to take care of both elderly parents and their children. Generations Y and Z show greater tolerance for fluid gender identities due to their exposure to social media.

Keywords: Sociology of Generations, Youth, Postmodern Fluid Family, Accordion Family, Single Mom, Sandwich Generation

* Prof. Dr. Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, vbayhan@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5567-3438

Giriş

Çağdaş sosyologlar toplumları, avcı ve toplayıcı dönemden sonra "tarım toplumu", "sanayi toplumu" ve "enformasyon toplumu" olarak sınıflandırmaktadır. Enformasyon toplumu kavramı yanında 21. Yüzyılda oluşan toplumlar, "Risk Toplumu" ve "Gözetim Toplumu" olarak da ifade edilmektedir. Tarım devriminin sembolü "karasaban", sanayi devriminin sembolü "buhar makinesi" ve enformasyon devriminin sembolü "internet" olarak kabul edilmektedir. Tarım devrimi sonucu oluşan tarım toplumu toprağa bağlı bir üretim ve sosyal yapı oluşturmuştur. Aile ve işyerinin bir arada olmasından mülhem çok çocuklu ve her üç kuşağın birlikte yaşadığı "geleneksel geniş aile" modeli oluşmuştur. Tarım üretimi el emeğine ihtiyacı olduğu için çok çocuklu aile formunu gerektirmiştir. Sanayi devrimi ile makineli fabrika üretimine geçilmiş, bu bağlamda oluşan sanayi toplumunda anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan "modern çekirdek aile" yapılanmıştır. Köylülük çözülmüş, köyden kente göç eden ve kentteki sanayi fabrikalarında çalışan, kadın ve erkeğin çalışmak zorunda olduğu bir yapıda çocukların bakımı için kreş ve anaokulları, yaşlıların bakımı için huzurevleri açılmıştır. Dolayısı ile toplumsal değişim ailenin küçülmesini gerekli kılmıştır. Enformasyon devrimi ile üretimin bilgisayar ve internet ile otomasyona geçmesiyle toplumsal yapı yeniden dönüşmeye başlamıştır. Postmodern kültür bağlamında, hem geleneksel kültürün hem de modern kültürünün işlevsel yanlarının birlikte yaşandığı melez kültürel yapı oluşmuştur. Bu çerçevede aile yapısı da "çoğul" bir biçim aldı. Modern çekirdek aile temel aile formu olmasını sürdürürken, tek ebeveynli aileler, evlenmenin azaldığı tek kişilik aileler ile aile yapıları çeşitlendi.

Toplumdaki bu değişim ve dönüşüme mündemiç kuşaklar da her toplumsal bağlamın bir yansımasıdır. Sosyal tarih sürecinde kuşaklar sırasıyla "Sessiz Kuşak", "Bebek Patlaması Kuşağı", "X Kuşağı", "Y Kuşağı", "Z kuşağı" ve "Alfa Kuşağı" olarak adlandırılmaktadır. Sessiz kuşak tarım toplumu ve geleneksel kültürün, bebek patlaması kuşağı ve X kuşağı sanayi toplumu ve modern kültürün, Y kuşağı, Z kuşağı ve Alfa kuşağı da enformasyon toplumu ve postmodern kültürün kuşakları olarak ifade edilebilir. Her kuşak içinde bulunduğu "bağlamın" özelliklerine göre kendi aile biçimlerinde yaşamaktadır. Sessiz kuşakta geleneksel aile yapısı hâkimken, bebek patlaması ve X kuşağında modern çekirdek aile yaygındı. Y ve Z kuşağında da postmodern aile örüntüleri olarak ifade edilen çoğul aile yapıları görülmektedir. Bu makalede Y ve Z kuşağının postmodern akışkan aile biçimleri analiz edilecektir.

Kuşaklar Sosyolojisi Bağlamında Kuşakların Özellikleri

Sosyal tarih sürecinde kuşaklar literatürde çağımızı da içerecek şekilde altılı bir sınıflama ile kategorize edilmektedir. Her kuşağın içinde bulunduğu tarihi ve sosyolojik bağlam kendine özgü özellikleri olan kuşakları inşa etmektedir. Bu bağlamda kuşaklar şu şekilde sınıflandırılmaktadır: (1) Sessiz kuşak (The Silent Generation), 1922-1945 arası doğanlar. (2) Bebek patlaması kuşağı (The Baby Boomers), 1946-1964 arası doğanlar. (3) X kuşağı (Generation X), 1965-1980 arası doğanlar. (4) Y kuşağı (Echo Moomer / Millenials), 1981-2000 arası doğanlar. (5) Z kuşağı, Kristal çocuklar, 2001-2020 arası doğumlular. (6) Alfa kuşağı, 2021-2040 arası doğumlular (Bayhan, 2019). Kuşaklar sınıflamasını Aktay (2025) Türkiye bağlamında "Sıfır-W, X, Y, Z kuşakları" şeklinde adlandırmaktadır. Her toplumun kendi sosyolojik bağlamına göre "kültürel görecelik" gerçekliğinde analiz edilmesi önem taşımaktadır. Ancak, uluslararası kuşak sınıflaması çerçevesinde, hem her toplumun birbirine benzeştiği sosyal ve kültürel örüntüler, hem de her toplumun kendi gerçekliğinin ürettiği farklı sosyal ve kültürel örüntüler vardır.

Sosyal sınıf, sosyal ve kültürel yapı farklılıklarına göre kuşakların hayat tarzları ve kimlikleri değişebilir. Ancak, Hegel'den mülhem "Zeitgeist" (Zamanın Ruhu) bağlamında kuşakların özelliklerinde benzer örüntüler görülmektedir. Kuşakların sosyolojik bağlamı şu şekilde betimlenebilir.

(1) Sessiz Kuşak / The Silent Generation / Savaş Kuşağı: 1927-1945 arası doğanlar. Şu anda babaanne ve dede olanlar. Bu kuşak, dünya nüfusunun yüzde 4'ünü, Türkiye nüfusunun yüzde 3'ünü oluşturmaktadır. Sessiz kuşağı tanımlayan sıfat: 'Uyumlu' sıfatıdır. Sessiz kuşak, iki dünya savaşı arasında doğan kuşaktır. Dönemin olayları: II. Dünya Savaşı, ekonomik buhran. Türkiye'de Cumhuriyet dönemidir. Bu neslin mensupları güvenliğe büyük önem verirler. Kontrollü olmayı severler. Otoriteye saygıları büyüktür. Çalışkandırlar. Sadakat, saygı, geleneklerine bağlılık ve istikrar onları tanımlayan özelliklerdir. Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişe tanıklık etmiş bu kuşağa "gelenekçiler" de denir. (Topçuoğlu, 2007; Kuran, 2018:41-42; Bayhan, 2014b:12; Karahasan, 2018: 24-25). Sessiz kuşak genç yaşta evlenip çocuk sahibi olmaları, istikrarlı banliyö yaşamları inşa ettikleri için bu adla betimlemelerine rağmen, sessiz kuşakta sivil haklar hareketi, feminist hareket ve 60'ların karşı kültürü bağlamında çok da sessiz değillerdi. Sessiz kuşak 1929 Büyük Buhranını ve 2. Dünya savaşını yaşadı, ekmek kuyruklarında bekledi. Vietnam Savaşı'na karşı çıkan Muhammed Ali, Hippi kültürü müzisyenleri Jimi Hendrix ve Jonis Joplin, Beatles, sivil haklar savunucusu Dr.

Martin Luther King Jr. sessiz kuşaktı. 2. Dünya Savaşı döneminde erkekler savaşta olduğu için ABD'de üniversite mezunu kadınların oranı arttı. Sessiz kuşaklarda genç yaşta evlenme ve çok çocuk oranı yüksekti. Sessizlerin 1/3'ü üniversite diplomasına sahiptir. Kuşaklar arasında ruhsal sorunları ve intihar eğilimleri az olan kuşak sessiz kuşaktı (Twenge, 2025: 73-122). Türkiye'deki sessiz kuşaklar da 2. Dünya Savaşı döneminde ekmek kuyruklarını ve ekonomik ve sosyal krizi yaşadılar.

(2) Bebek Patlaması Kuşağı / The Baby Boomers : (Savaş sonrası nüfus patlamasını temsil eden kuşak) 1946-1964 arası doğanlar. Dünya nüfusunun yüzde 14'ünü, Türkiye nüfusunun yüzde 15'ini oluşturmaktadır. Tanımlayan sıfat: Kuralcı. II. Dünya Savaşı sırasında ya da hemen sonrasında doğan soğuk savaş kuşağı. Sıkıntılı savaş günlerinin ardından bebek patlaması yaşandı. Eğlence ve lüks sayılabilecek harcamalar bu dönemde önem kazandı. Dönemin olayları: Dünyada insan hakları çalışmaları, Türkiye'de tek partiliden çok partili sürece geçiş, ihtilal, radyonun altın çağı (Topçuoğlu, 2007; Kuran, 2013). Geçiş dönemi çocuklarının sorumlulukları ağırdı. Hem yaşları ilerleyen anne babalarına hem çocuklarına bakmak zorunda olan bir kuşak oldu. Bu bağlamda, bu kuşağa "sandviç kuşak" ismi de verilmektedir. Geçiş dönemi çocukları insanın potansiyeli ile ilgilendi. Günümüzün bireysel gelişim sürecini başlattı. Bu kuşağın idealist olanları dünya çapında bir özgürlük devrimi yarattı. Cinsel devrim, sosyal devrim, politik devrim. Sistemin yarattığı her kuruma karşı çıkıldı: Devlet kurumu, din kurumu, aile kurumu. Gençliklerinde geleneklere başkaldıran, aileleri ve siyasetçiler ile çatışan ve kendi değerlerini çevrelerine benimsetmek için uğraşan bireyler oldular. İdealist ve optimist olan bu nesil, iş yaşamına büyük önem verdi (Gün, 2013, Kuran, 2018: 60; Karahasan, 2018: 25). Bu kuşak özellikle aile kurumu üzerinde kalıcı izler bıraktı. Onların nesli, birlikte yaşama gibi, aile içi ortak yaşam, bekâr annelik gibi hayat tarzlarıyla aile olgusunu yeniden tanımlayan kuşak olmuştur. Yine bu kuşak, ücretli işlerin kadınların hayatının temelini oluşturması gerçeği ile ilk tanışanlar olmuştur. Aynı şekilde etkili doğum kontrolü, geç çocuk sahibi olma, gönüllü çocuk doğurmama ve düşük doğurganlık oranları ile yetişen ilk nesil de onlardır (Newman, D. M., 2013:218). Bu dönemde, sol dünya görüşü yükselişe geçti, dinin alternatifi olarak New Age akımları ortaya çıktı, çekirdek aileye tavır olarak komün yaşamlar, "gelişkin" dediğimiz ülkelerde popüler oldu. Artık dünya asla eskisi gibi olmayacaktı. 68 kuşağı gençliği idealistti ve politikti. Ana babalarının boyun eğdiği otoriter ve hiyerarşik düzene başkaldırıyor ve özgürlük için savaşıyordu. 68 kuşağının ortaya çıkan belli başlı liderleri vardı. Hala eski düzenin sürmesini isteyen sağcılar ve düzeni değiştirmek isteyen solcular. Sol- sağ çatışması bir

kutuplaşmayı da beraberinde getiriyordu (Gün, 2013). 68 Kuşağı, dünya savaşlarından yorgun düşmüş bir dünyanın hantal yapısını kökten değiştirdi. İş, politika, ekonomi, medya tüm alanlarda bu etkinin izleri 1968'den sonra giderek artan miktarda hissedildi. 20. yüzyıl adeta 68 kuşağının zamanı oldu. 2000'li yıllarla birlikte 68 kuşağı için de emeklilik çağı başladı. 68 Kuşağı, kendisinden sonra gelen X Kuşağı'nı, yani kendi çocuklarını, eğitip, onları kendi çizdikleri vizyonu icra eden takipçiler haline getirmeyi başardı ancak torunlarına (yani Y kuşağına) söz geçirme fırsatını kaçırdı. Hatta bu konuda kendi silahı ile vuruldu dense yanlış olmaz. Çünkü Y kuşağını bu denli eşsiz kılan o üç teknoloji (bilgisayar, internet, cep telefonu) 68 kuşağı ile X kuşağının ortak çalışmalarının sonucudur (Türkoğlu, 2013; Bayhan, 2014b:13). ABD bağlamında Bebek Patlaması Kuşağında, bireycilik ve ben duygusunun artmıştır. Bireyciliğin oluşmasında, bebek patlaması kuşağının televizyonla büyüyen ilk kuşak olmasından dolayı reklamların onlara her zaman daha fazlasına sahip ve daha iyisi olmaları gerektiğini bilinçaltına şırınga etmesinden mülhem tüketim kültürü ve bireycilik bireysel tercihleri yüceltti. Yüksek boşanma oranları, uyuşturucu kullanımının artışı, aşırı alkol kullanımından kaynaklanan ölümcül karaciğer hastalığı, intiharlarda artış ve depresyon oranlarının artışı da bu nesilde yoğun olarak yaşanmıştır. Sosyal sınıflar arasındaki gelir eşitsizliğinin de artması çerçevesinde depresyon oranları da artmıştır (Twenge, 2025: 127-220).

(3) X Kuşağı / Generation X / Baby Busters : (X, "ex olmak"tan geliyor, nüfus artışının yavaşladığı "kayıp kuşak") 1965-1980 arası doğanlar. Türkiye nüfusunun yüzde 20'sini oluşturmaktadır. Tanımlayan sıfat: Rekabetçi. Çoğunluğu Sessiz Kuşağın çocukları olan bu jenerasyon Baby Boomers'lardan farklı olarak daha gerçekçi, çalışkan ve kanaatkar bir kuşak. Dönemin olayları: Petrol krizleri, ekonomik sarsıntılar, 68 kuşağı. Türkiye'de en önemli kamusal alanlardan biri sinema, TV evin en önemli köşesine kurulmak üzere, üniversite olayları, sol-sağ çatışması (Topçuoğlu, 2007; Kuran, 2013, Kuran, 2018: 83). X kuşağı, çalışkan karıncalar kuşağından sonra gelenler, "yaşamak için çalışanlar". Nispeten sinik bir kuşak, yeni neslin deyimiyle biraz "ezik". Ne 68 ruhları var, ne de AVM ruhları. Arada sıkışıp kalmış durumdalar. Tüketimden mutlu olamasalar da, herkes yapıyor diye tüketen kuşak. Belki X kuşağı için, herkesin yaptığını yapmak ve herkesin gittiği yoldan gitmek rahatlıktı (Yıldırım, 2013). X kuşağı, popüler kültür ve kitle iletişim araçlarının etkisinde kalarak büyüdü. Çalışan anneler, boşanmalar, işsiz kalan babalar gibi sorunlarla boğuştular. Çoğu bağımsız ve eleştirel bireylere dönüştü. Çalışmaya önem veren bu kuşak, inatçı ve sabırlı çalışma disiplinleriyle de dikkat çektiler (Karahasan, 2018: 25)

X neslinin, ABD'de yaklaşık yüzde 40'ı, daha önce hiçbir kuşağın yaşamadığı kadar çok, boşanmış ailelerin çocukları olma sorunu ile yüzleşmişlerdir. Bunun sonucunda da zihinlerinde, evliliğe karşı olumsuz bir düşünce oluşmuştur. Evlilik oranı eski kuşaklara göre daha düşük olmuş, daha geç evlenmeyi tercih etmişler ve daha az çocuk sahibi olmuşlardır. Çoğunluğu da, çocuklu veya çocuksuz olarak bekâr yaşamayı seçmişlerdir. X kuşağı çocuklarının çoğu, bir önceki kuşağın çocukları arasında kadın ve erkek birlikte çalıştıkları için, "anne ve babası çalışan çocuklar" olarak yetişmişlerdir. Bu yüzden bu kuşağın çocuklarının büyük çoğunluğunun hayatını ikincil ilişkiler (öğretmenler, arkadaşlar, bakıcılar ve hizmetçiler gibi) belirleyici olmuştur (Newman, D. M., 2013:218). X kuşağının anne ve babaları çalıştığı için okuldan eve döndüklerinde televizyonla vakit geçiren televizyon kuşaklarıdır. Strauss ve Howe, "Kuşaklar" adlı kitaplarında, 1950'li ve 1960'lı yıllarda özenle yetiştirilen Bebek Patlaması Nesli'nin aksine, X Kuşağı'nın ihmal edilmiş bir kuşak olduğunu, boşanmış ebeveynler ve çalışan anneler tarafından kendi hallerine bırakıldıklarını ileri sürmüşlerdir. Onlara göre kültür, 1980'lerden itibaren Milenyumluların doğuşuyla birlikte, yani sarı "ARABADA BEBEK VAR" tabelaları döneminde, çocuk korumaya geri döndü. Milenyum kuşağı, çocukları bakım ve gözetim altında tutacaktı (Twenge, 2025: 237). Bu bağlamda, milenyum (Y Kuşağı) ve Z Kuşağında aile yapısı "çocukerkil aileye" dönüşecekti.

ABD bağlamında X Kuşağı önceki kuşaklara göre daha geç evlenmiş, daha erken cinsel deneyimle "çocukluk masumiyetlerini kaybetmiş" dolayısıyla kısa bir çocukluk ve daha uzun ergenlik dönemi yaşadılar. Evlilik yapmadan çocuk sahibi olanların oranı arttı. Bireycilik bağlamında biriyle yaşamak için devletten bir kağıt parçasına ihtiyaç gerekmediği zihniyeti hâkimdi. Ayrıca daha geç evlendikleri için boşanma oranları da azaldı. Özellikle üniversite eğitimi alanlar arasında boşanma oranı düşüktür. Ayrıca, X Kuşağı kadını hem kariyer hem de çocuk sahibi olabileceklerine karar vererek çocuk yapma tercihini artırmıştır. X kuşağında daha çok maddiyatçılık, sinizm (bencil insanların diğerlerini küçük düşürücü alaycılığı) şiddet eylemlerinde artış ve güven duygusunda azalma yaşanmıştır. Bu bağlamda, Grunge (içinde beklenmedik bir duygusallık taşıyan gürültülü bir Rock türü) ve Rap (Afrika kökenli Amerikalıların söyledikleri ritmik ağıt) müzik türleri de zamanın sosyal bağlamının duygusal göstergeleridir. X Kuşağında eşcinsellik ve eşcinsel evliliklere daha olumlu bakış açısı görülmektedir. X Kuşağında çevreyi korumaya ilgi artmıştır (Twenge, 2025: 243-320). X Kuşağının gençlik dönemlerinde ABD'de Reagan, İngiltere'de Thatcher ve Türkiye'de Özal iktidardadır. Bu üç lider "neoliberal ekonomi-politik" uygulamaları ile bireyciliği daha da artıran bir sosyolojik bağlam oluşturmuştur.

(4) Y Kuşağı / Echo Boomer / Millennials: (Her şeyi sorguladıkları için 'Why' kuşağı deniyor, kısaca 'Y' diye yazılıyor) 1981-2000 arası doğanlar. Yaşları 18-38 arasında değişiyor. Türkiye nüfusunun yüzde 32'ini oluşturuyor. Tanımlayan sıfat: Yaratıcı. Onlar genç, akıllı, özgürlüklerine düşkün ve teknoloji tutkunu. Günlerinin yaklaşık 15 saati medya ve iletişim teknolojileri ile etkileşim halinde geçiyor. Hayatlarını rahat yaşamak onlar için çok önemli. Flip-flop'lar (parmak arası terlik), iPod, tattoo ve kapri pantolonlar tarzlarının bir parçası. Çalışmayı seviyorlar ama hayatlarının sadece iş olmasını istemiyorlar. Otoriteye meydan okuyan, önce ailelerini sonra da patronlarını sorgulamaktan çekinmeyen ve kısa zamanlamalarda iyi iş çıkarmaya odaklı bir kuşak. İş hayatında son derece seçici, diğerlerinden hızlı çalışıp başarısını çabuk kanıtlama çabasında. Dönemin olayları: Körfez Savaşı, 11 Eylül, Irak Savaşı, internet, küreselleşen dünya, iPod, cep telefonu, google, msn... (Topçuoğlu, 2007; Kuran, 2013). Y nesli ergenlik dönemindeyken, 1994'te Yahoo ve Amazon, 1995'te eBay ve 1998'de de Google gibi dev platformların eğlenceden ticarete, bilgiye erişimden sosyalleşmeye kadar her alanda kuralları değiştirdiğine tanık oldu. 1994'te Sony Playstation; 1998'de Mp3 çalarlar; 1997'de wi-fi; 2001'de İPod; 2004'te Facebook; 2005'te YouTube; 2007'de İphone; 2008'de ise Kindle hayatlarına girdi (Karahasan, 2018: 27). Y kuşağı, önceki kuşak gibi sonuç odağında kalmak değil sürecin tadını çıkarmak isteyen, saygının hak edene sunulması gerektiğine inanan, içinde bulunduğu topluluğu etkileme ve onlardan etkilenme eğilimi yüksek, harekete geçmek için anlam arayan, eşzamanlı olarak birkaç işi birden yapabilen, teknolojiyi çok iyi kullanan, kariyer yaşamları boyunca 10 kereden daha fazla iş değiştirebilecekleri öngörülen, önce mutlu olduğu ve insan olarak hak ettiği değeri gördüğünü düşündüğü bir ortamda var olmak isteyen kuşaktır (Kuran, 2018: 98).

Y kuşağındakiler teknolojiyi yakından takip ediyorlar, aile odaklılar, başarıyı hedefliyorlar ama bu başarının görünür olmasını daha çok istiyorlar, takım çalışmasına inanıyorlar, ilgi odağı olmayı istiyorlar, her zaman farklı ve yeni olanı arıyorlar, belirgin ve sert kurallardan kaçıyorlar, kimliklerini ortaya koymak, çevrelerinden farklılaşmak için markaları kullanıyorlar. Y kuşağının içinde yaşadığı hayat çok boyutlu, çok aktörlü, daha hızlı, zaman ve mekândan bağımsız, hiyerarşilerden çok ağ örgütlenmelerinin esas olduğu, duyarlılıkların-kimliklerin-taleplerin-tüketimin farklılaştığı ve çoğaldığı, karmaşıklığın ve belirsizliğin hâkim olduğu zamanlardır. Y kuşağı gençler doğrudan bu hayata, bu teknolojilere doğdular. Onlar için teknoloji takip edilmesi ya da edilmemesi tercih meselesi olan bir şeyden ziyade bedenin bir uzvu kadar doğallaşmış durumdadır (Ağırdır, 2013).

Y Kuşağı üyeleri bilgisayar, internet ve cep telefonu teknolojilerinin içine doğmuşlardır. Türkiye için, kopyacılık yapmak yerine, bu tanımı baz alırsak Y kuşağının 1981-2000 arası yerine 1991-2010 arasında doğanlardan oluştuğunu tespit ederiz. Çünkü bu üç teknolojinin toplumda yaygın olarak kullanılmaya başlaması bu yıllara denk gelmektedir.

Öte yandan Y kuşağının bu tanımı ile birlikte nesiller kategorik olarak ikiye ayrılmaktadır. Y kuşağı ve sonrasında gelecek tüm kuşaklar "dijital yerli" iken, Y kuşağından önceki üç kuşak (sessiz, baby-boom, X) "dijital göçmen" olarak adlandırılmaktadır. Kısaca Türkiye'de nüfus kağıdında doğum tarihi 1991 öncesini gösterenler dijital göçmendir. Göçmendir, çünkü bu üç kuşağın dijital imkânlara karşı doğal tepkisi onları kullanmamak yönündedir. Onlar dijital imkânları kullanmaya zorlanmakta; dijital olmayan dünyadan bilgisayar, cep telefonu, internet dünyasına "mahalle baskısıyla" adeta göç ettirilmektedir. Eğer ATM kullanmayı bilmezlerse emekli maaşını çekemezler, cep telefonunu kullanmayı bilmezlerse çocuğunun, torunun sesini duyamazlar vb. (Türkoğlu, 2013, Bayhan, 2014b: 15).

Y kuşağının çoğu kendine daha güvenli ve çoğunun gözü yüksekte. Fakat hemen hepsi endişeli, gelecekten şüpheli. X kuşağı hammadde yoklukları ve siyasi krizlerle yaşamışken; Y kuşağı ekonomik krizlerle ıslah edildi. Ama bu kuşağın çalışanlarının çok belirgin bir özelliği, yaşlarından bağımsız olarak, önemli bir kısmı CEO (Chief Executive Officer) olmak istiyor. Sektör, ülke, şehir, alan ayırmadan, üniversitede özellikle işletme, mühendislik ve bunlarla ilgili disiplinler arası alanlarda, yani "iş dünyasına" daha yakın bölümlerde okuyanlar, hatta buraları hedefleyen lise sıralarındaki gençler bile CEO olma hayali kuruyor. Y nesli için CEO olmak, güvenceli yüksek gelir elde etmek, makam arabası, en iyi olanaklarda seyahatler, şık bir ofis, iyi bir asistan, toplum içinde saygınlık demek. Ancak, araba, asistan, plazanın üst katı, İtalyan takım elbise/döpiyes yanında; uykusuz her gece ve tatilsiz her yaza da tekabül ediyor CEO olmak (Yıldırım, 2013).

Milenyum kuşağının önemli bir bölümü, öteki kuşaklardan farklı olarak, ABD örnekleminde, geleneksel olmayan aile ortamlarında yaşamaktadırlar: Dörtte biri bekâr ebeveyniyle birlikte yaşamaktadır; dörtte üçünün annesi çalışmaktadır. Ayrıca, diğer nesillere kıyasla, dinle ilgileri daha az ve askerliğe karşı ilgisizdirler. Diğer taraftan, bazı hususlarda, diğer kuşaklara kıyasla, daha muhafazakâr gibi görünmektedir. Mesela, ABD'de yapılan araştırmaya göre, gençlerin yüzde 70'i, liselerde uyuşturucu kullanımı konusunda hiç tolerans gösterilmemesi gerektiğini düşünmektedir. Son üç ay içinde cinsel ilişkiye girmiş lise öğrencilerinin oranı 1991 yılında ABD'de yüzde 37,5 iken, 2009 yılında yüzde 34,2'ye gerilemiştir. Ayrıca, 15-19 yaş arası kızların hami-

lelik, kürtaj ve doğum oranları da 1990'dan beri sürekli azalmaktadır. Aynı zamanda, milenyum kuşağı, kişisel olarak kendilerini, eski kuşaklara kıyasla daha liberal kabul etmektedirler. Evlenme yaşları 28'e yükselmiştir. ABD'de milenyum kuşağının üçte birinin tolerans gösterdikleri konular şunlardır: Bekâr kadınların çocuk sahibi olmaları, insanların evlenmeden birlikte yaşamaları, farklı ırklardan insanların birbirleriyle evlenmeleri, eşcinsel çiftlerin evlenmeleri ve çocuk sahibi olmaları vb. konular (Newman, D. M., 2013:219). Milenyum gençliğinin postmodern kimlik örüntülerine sahip olduğu görülmektedir.

Milenyum kuşağı, tarihteki en iyimser ve öz güvenli kuşak olduğunu ifade eden Twenge, yaptığı boylamsal çalışmalarla milenyum kuşağında narsisist kişilik özelliklerinin daha fazla olduğunu saptamıştır (Twenge, 2025). Bayhan'ın Türkiye'de yaptığı araştırmada da Y Kuşağı üniversite gençlerinin sosyal medya kullanma oranları yükselirken narsistik kişilik eğilimleri de artmaktadır (Bayhan, 2015). ABD'de narsisizm bağlamında, 2000'li yılların ortalarından beri özellikle yağ aldırma ve göğüs büyütme gibi estetik cerrahi oranlarında artış yaşanmaktadır. Milenyumlular sosyal medya vasıtasıyla yeni toplumsal hareketlerde de etkin olarak yer almıştır. 2011 Wall Street'i İşgal Et (Occupy Wall Street) protestosunda sosyal medya aracılığı ile kendilerini % 99 adlandırdılar. Hareketin lideri yoktu ve somut hedeflerden ziyade kelimeler ve fikirler üzerine odaklandılar (Twenge, 2025: 354-364). Türkiye'deki Gezi Parkı eylemleri de 2011 yılında ABD, İngiltere, İspanya, Yunanistan'da yaşanan ve Arap Baharı eylemleri gibi taklit edilmiştir. 1968 gençlik eylemleri gibi 31 Mayıs 2013'te İstanbul'da başlayan ve 18 gün süren Gezi Parkı eylemleri de romantiktir. Küresel olarak pazarlanma boyutu ihtimali ile Türkiye'nin toplumsal ve kültürel bağlamında hükümete muhalif bütün grupların bir araya geldiği harekettir (Bayhan, 2014: 53). Gezi Parkı eylemleri ile Y veya Milenyum Kuşağı kutsanmıştır. 1980 askeri darbesinden sonra "apolitik" olarak adlandırılan kuşağın Y kuşağı ile pasif olmadığı ifade edilerek övünülmüştür. Bu bağlamda, Amerikan kuşak sınıflamasındaki Y Kuşağı ifadesi medyadaki analizler ile popüler olmuştur. İşletme ve pazarlama alanlarında kullanılan kuşak sınıflaması, Türkiye'de sosyoloji ve psikoloji araştırmalarında da yaygın olarak kullanılmaya başlanılmıştır.

(5) Z Kuşağı / Kristal Çocuklar: 2001-2020 arası doğumlular. Türkiye nüfusunun yüzde 30'unu oluşturuyor. Tanımlayan sıfat: Derin duygusallık. "Kristal çocuklar". Derin duygusallığı temsil ediyorlar. Bir başka özellikleri de normatif olmaları. Yani koyulan normlara uyumlanma kapasiteleri çok yüksek. Trafik kuralları, sağlık kuralları, öğretmenlerin koyduğu kurallara uyuyorlar. Mesela emniyet kemerini bizden çok daha kolay kabulleniyor-

lar ve takıyorlar. Y kuşağından çıkacak liderler çok önemli, çünkü Z kuşağı, onların takipçileri olacak (Kuran, 2013). Z neslinin diğer bir adı Zoomer. Bu söylem, Covid 19 pandemisi sırasında ve sonrasında pek çok kişinin okul ve iş için kullandığı görüntülü sohbet programına (Zoom) atıfta bulunmaktadır (Twenge, 2025: 478). Z Nesli çocukları, bir önceki kuşağa göre daha sorunlu bir dünyaya tanık oldular. Savaşlar, göçler, mali ve siyasi krizler, işini kaybeden ebeveynler ve artan terör olayları, bu yaş grubunun Y Nesli'ne göre daha farklı değer sistemleriyle yetişmesine zemin hazırladı (Karahasan, 2018: 31). Bebek bombardımanı döneminin "üretici merkezliliği", X Kuşağı döneminin "ürün merkezliliği", Y Kuşağı döneminin "tüketici merkezliliği", Z Kuşağı döneminde ise "bağlam merkezli" önem kazanmaktadır. 19. Yüzyılın reaktifliği, 20. Yüzyılın proaktifliği, 21. Yüzyılda yerini "koaktif"liğe bırakacak. Yani eğitimden tüketime, üretimden iletişime her süreçte hegemonyanın ezberleri bozulacak ve fark yaratmak değil de birlikte değer yaratmaya odaklanılacak. Daha yaratıcı, daha sahici, daha uyumlu bir dönem inşa edilecek. Sadeleşme, sürdürülebilirlik, girişimcilik ve sivil toplum inisiyatifleri değer kazanacak, doğa dostu ürünler, barışçıl bir dil ve yaratıcı zekâ daha değerli olacak (Kuran, 2018: 141-142). Kristal çocuklar, şu anda yeryüzünde değişik bilinç seviyelerinde yaşayan insanların ve toplumların eksi ve artılarını ayna gibi anında yansıtarak kendilerini tanımalarına ve ruhsal gelişimlerini hızlandırmalarına katalizör olmak üzere buradalar (Gün, 2013). Başka analizle, Z kuşağı mobil, şebeke, anti-konsantre çocukların nesli. Tahminlere göre, Z kuşağı tatminsiz, dikkatsiz ve ultra tüketici ve bağımsız ruhlu (Yıldırım, 2013). Başlangıç olarak 2000 yılı kabul edildiğinde, bugün aşağı yukarı 18 yaşında olan Z Nesli gençleri, Türkiye'den Çin'e, ABD'den Avustralya'ya kadar bütün gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, kablosuz internet, cep telefonu, tablet ve akıllı cihazlar döneminde büyüdüler. "Helikopter ebeveynler" olarak tanımlanan anne babaları bu çocukların attığı her adımı takip etti. Onların başarılı olması için emek verdiler: Öğretmenler, eğitmenler ve aileler bu çocukları sürekli teşvik ettiler. Sonuçta, tüm dünya birbiriyle yarış içinde büyüyen gençlerle doldu (Karahasan, 2018:31). Z kuşağı bireyleri, kent yaşamının sunduğu dijital olanaklar, mobilite ve bireysel özgürlük alanlarıyla büyümekte; bu durum geleneksel aile yapılarında dönüşüme yol açmaktadır (Aktay, 2025a: 172). Z kuşağının dijital yerli olarak kişilik yapısı da dönüşmektedir. Bayhan'ın Türkiye'de yaptığı araştırmada, Z Kuşağı gençlerinin sosyal medya kullanma oranı artarken narsistik kişilik özellikleri de artmaktadır (Bayhan, 2019a). Z kuşağı da Y kuşağı gibi "sen özelsin" diye yetiştirildiler ve sosyal medyada tüm dünya parmaklarının ucunda zannederek narsistik duygularını tatmin ettiler.

Jean M. Twenge, Y Kuşağını "Ben Nesli" olarak tanımlarken, Z Kuşağını "i-nesli" olarak adlandırmaktadır. İ-nesli kavramındaki "i" harfi; hem internetin, hem iPhone'un, hem de individualism (bireycilik) kavramlarının baş harflerini ifade etmektedir. Cep telefonlarıyla büyüyen ve internet öncesini hatırlamayan bir kuşak olduğu için Twenge, i-nesli kavramını kullanır. 2011 ve 2012 yılları Amerikalıların çoğunluğunun internete erişimi olan akıllı cep telefonlarını kullanmaya başladığı yıldır. Akıllı telefonunu ergenlik çağındakileri bütünüyle egemenliği altına alması, i-Nesli'nin hayatında, toplumsal etkileşimden akıl sağlığına her alanda etkiler yarattı. Ortalama bir ergen, cep telefonunu günde en az seksen kez kontrol ediyor. Güvenlik konusunda takıntılılar ve ekonomik geleceklerinden korkuyorlar; cinsiyet, ırk ya da cinsel yönelimden kaynaklanan eşitsizliklere asla tahammül etmiyorlar. Ergenlik çağındaki depresyon ve intihar oranları 2011 yılından bu yana büyük hızla yayılmaktadır. İ-Nesli'ndeki gençlerde ekran zamanı günde bir saatin altındaysa %28 olan intihar düşünceleri, ekran zamanı 5 saat ve üstüne çıkınca %48'e ulaşıyor (Twenge, 2018). Haidt, Z kuşağını *Kaygılı Kuşak* olarak adlandırmaktadır. Çocuklarımızı sanal dünyaya nasıl kaptırıyor ve ruh sağlıklarını nasıl tehlikeye atıyoruz? Sorunsalını analiz etmektedir (Haidt, 2025).

Sosyal medyanın gençler arasında ruh sağlığı sorunlarının artmasının birinci nedeni, dijital medyanın kullanma zamanıdır. 13-19 yaş arası gençlerde depresyon ve dijital medya kullanımı birlikte arttı. Depresyon arttıkça internet kullanımı, sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon sahipliği de artış gösterdi. Sosyal medyanın gündelik hayata olumsuz etkilerinden diğeri, gençlerin dijital medyada daha fazla zaman geçirdikleri için yüz yüze iletişimin yerine sanal iletişimi tercih etmeleri, daha az uyumaları, vampirler gibi gece geç saatlere kadar veya bütün gece telefonlarıyla uğraşmalarıdır. Bu çerçevede internette zorbalığa maruz kalmakta, beden imajı sorunları yaşamaktadır. Kendilerini instagramda başkalarıyla kıyaslayarak özellikle genç kızlar mutsuz olmakta, depresyon ve intihar eğilimi artmaktadır (Twenge, 2025: 552-570). Bayhan'ın Türkiye'de Z kuşağı üzerine yaptığı araştırmada da sosyal medya kullanımı arttığı ölçüde siber zorbalık ve siber mağduriyet deneyimleri arasında ilişki bulunmuştur (Bayhan, 2020).

(6) Alfa Kuşağı / Kutuplar: 2021-2040 arası doğumlular. Twenge (2025), Alfa kuşağını Kutuplar olarak adlandırmakta ve doğum yıllarını da 2013-2029 arası olarak ifade etmektedir. Kutuplar adını vermenin iki nedeni var. İlki, ABD bağlamında 2010'lardan itibaren ülkeye hâkim olan ve pandemi sırasında yeni boyutlara ulaşan siyasi kutuplaşma; İkincisi, küresel ısınmanın simgesi haline gelen kutuplardaki buzulların erimesi. Kutuplar veya Alfa nesli hayatlarının büyük bölümünde bu iki sorunla uğraşacaklar. Kutuplar veya

alfalar, akıllı telefon ve sosyal medya devrimlerinden sonra doğdular. Sürekli dijital medya ile zaman geçirdikleri için kutuplar veya alfa kuşağı daha az fiziksel aktivite yaptığı için aşırı kilolu çocukların sayısı, özellikle okul öncesi yaştaki çocuklar arasında endişe verici oranda artmaktadır. Sosyal medyada hesap açmak için ebeveyn izni gerekmediği ve sosyal medya kullanımı için asgari yaş 13 olmasına rağmen bu kurala uyulmadığı ve küçük yaşlardan itibaren sosyal medya ile sosyalleşen Alfa kuşağında da, tıpkı Z kuşağında olduğu gibi depresyon ve intihar oranları artmaktadır (Twenge, 2025: 617-627). Dijital yerli olarak Alfa kuşağı da 6 aylıkken akıllı telefon ve tablet ile sosyalleşmeye başlamaktadır. 0-3 yaş arası sıfır ekran maruziyeti olması gerekirken, doğdukları andan itibaren dijital dünyayla büyümeye başlamaktadırlar.

Twenge, kuşakların yolculuğundaki dönüşümü şu şekilde betimlemektedir: ABD bağlamında, ülke özgürlüklerin ve geleneklerin katı olduğu ve rollerin kısıtlandığı kolektivist bir toplumdan, bireyciliğin ve olmak istediğin kişi olma özgürlüğünün her şeyin üstünde tutulduğu bir topluma dönüşmüştür. Sosyal normlar, 13-19 yaş arası gençlerin bağımsızlık ve 20'li yaşların başında evlilik gibi hızlı yaşam ideallerinden, daha uzun bir çocukluk ve ertelenmiş yetişkin sorumlulukları gibi yavaş yaşam standartlarına doğru değişmiştir. Kuşaklar boyunca, pandemi sırasında en çok risk altında olan yaş grubu Sessiz Kuşak bile dirençli bir ruh sağlığına sahip bir kohorttan, akıllı telefon çağında büyümekle boğuşurken tam anlamıyla ruh sağlığı krizinin ortasında kalan Z Kuşağı gençlerine geçildi (Twenge, 2025: 630). Bu analiz Türkiye içinde geçerlidir. Türkiye'de Tönnies'in toplum sınıflaması olan cemaat yapısından cemiyet yapısına geçiş sürecini yaşamıştır/ yaşamaktadır. "Biz" duygusunun ve dayanışmanın hâkim olduğu toplum yapısından, kentleşme ve modernleşme ile "ben" duygusunun ve bireyciliğin yaygın olduğu bir topluma evrilmektedir. Özellikle akıllı telefonlar ile küreselleşme dünyanın farklı yerlerinde benzer davranış ve kültür örüntüleri üretmektedir. Küreselleşmenin dışarısı yok herkes birbirinden etkilenmektedir.

Y ve Z Kuşağı Gençlerinin Postmodern Akışkan Aile Biçimleri

Aile, toplumun en temel sosyal kurumudur. Her dönem ve çağda aile olgusu toplumun sürekliliğini sağlar. Aile, nüfusu yenileme, milli kültürü taşıma, çocukları sosyalleştirme, ekonomik ve kültürel ihtiyaçları karşılama işlevleri olan bir kurumdur. Tarım toplumunda ve geleneksel kültürde, yani sessiz kuşak döneminde geleneksel geniş aile hâkimdir. Sanayi toplumunda ve modern kültürde, yani bebek patlaması kuşağı ile X kuşağı döneminde çekirdek aile yaygınlaşmıştır. Enformasyon toplumu ve postmodern kültürde, yani Y

kuşağı, Z kuşağı ve Alfa kuşağı döneminde akışkan çoğul aile biçimleri yapılanmaktadır.

Akordeon Aile, Bumerang Kuşak ve Helikopter Ebeveynler

Milenyum kuşağında 30 yaşına kadar ailesiyle birlikte yaşama oranlarının artması, geleneksel aile dayanışmasının postmodern versiyonudur. Katherine S. Newman, yazdığı kitapta "Accordion Family: Boomerang Kids, Anxious Parents & the Private Toll of Global Competition" (Akordeon Aile: Bumerang Çocuklar, Endişeli Ebeveynler ve Küresel Rakabetin Özel Bedeli), milenyum kuşağının aile yapısı hakkında bilgi vermektedir. ABD'de orta sınıf ailelerde 18 yaşına gelen gençler evden ayrılarak ailesinden bağımsız arkadaşlarıyla ev tutarak yaşarken; eğitimleri sonrası iş bulamama, ekonomik krizler sonucunda işten ayrılmalar veya boşanma gibi sosyal krizler sonrasında evden ayrılan genç kuşaklar tekrar anne ve babalarının evine dönmektedirler. Altı ülkede (Amerika Birleşik Devletleri, İtalya, Japonya, İspanya, İsveç ve Danimarka) yapılan bir araştırmada, ekonomik döngülere paralel olarak hanelerin adeta "akordeon" gibi esnediği belirtilerek, yetişkin çocukların ebeveynleriyle yaşadıkları, evden ayrılsalar bile, karşılaştıkları sosyal sorunlar sonucu tekrar ebeveynlerinin evine döndükleri için bu gençlere "bumerang kuşak" adı verilmektedir (Newman, K.S., 2012: 195-201). 2012 yılında Clark Üniversitesi tarafından yapılan "Yoldaki Yetişkinler" adlı sosyolojik araştırma sonuçlarına göre, anket uygulanan milenyum kuşağı gençler geç evleniyorlar, 29 yaşına kadar aileleriyle yaşıyorlar, tembeller ve narsisistler (Stein ve Sanburn, 2013). Türkiye'de 2024 verilerine göre 25-29 yaş grubunda hiç evlenmemiş olup ebeveynleri ile yaşayanların oranı toplamda %72,6 oldu. Bu oranın %44,8'ini erkekler, %27,9'unu ise kadınlar oluşturdu (TÜİK, 2025). Türkiye'de 2009 ve 2025 yılı cinsiyete göre medeni durumun dağılımı incelendiğinde, erkeklerde hiç evlenmeyenlerin oranının kadınlara göre daha yüksek olduğu, kadınlarda ise eşi ölenlerin ve boşananların oranının erkeklerden daha fazla olduğu görülmüştür (TÜİK, 2026a). Bütün dünyada erkekler kadınlardan daha önce ölmektedir. Dolayısıyla dul kadınların oranı her toplumda daha fazladır.

Yıllara göre ortalama ilk evlenme yaşı incelendiğinde, her iki cinsiyette de ilk evlenme yaşının arttığı görüldü. Ortalama ilk evlenme yaşı 2025 yılında erkeklerde 28,5 iken kadınlarda 26,0 oldu (TÜİK, 2026). Bunun nedenlerinden biri, kadın ve erkeklerin üniversiteden mezun olma ve işe girme sürecine paralel olarak evlenme yaşının yükselmesidir. Ayrıca, ekonomik krizlerle üniversite mezunlarının iş bulma sorunu artmaktadır. Prekarya sınıfı, esnek ve geçici işlerde çalışan gençlerden oluşmaktadır. Üniversite mezunlarının iş

bulamaması NEET (ne istihdamda ne de eğitimde) oranlarını artırmakta ve "ev genci" diye evde oturan genç nüfus oranı bütün dünya ülkelerinde yükselmektedir. Türkiye'de ne eğitimde ne istihdamda olan gençlerin oranı 2024 yılında %22,9 oldu. Bu oran genç erkeklerde %16,2, genç kadınlarda ise bu %30,1 oldu (TÜİK, 2025b). Özellikle Japonya'da Hikikomori olarak adlandırılan eve kapanan ve kendini sosyal hayattan soyutlayan NEET nüfusu psiko-sosyal sorunlar yaşamaktadır.

Türkiye'nin sosyal yapısında ailelerin dayanışması ve ebeveyn ve çocuk ilişkisi tüm ömür boyu sıcak sürmektedir. Batı toplumu ve kültürleri için "bireyselleşme" ne kadar başat ise; Doğu ve özelde Türk toplumu için "cemaat" halinde yaşama ve "dayanışma" birincil konumdadır. Ancak, her iki toplum yapısındaki aşırı bireysellik ve aşırı cemaatleşme iki ucu keskin bıçak gibidir. Önemli olan dengeyi kurmaktır. Aslında modernleşme, bireyselliği teşvik ederek bireyi ailesinden ve cemaatinden yalıtmış ve yalnız bırakmıştı. Postmodern zamanların toplumsal ve kültürel yapısı hem geleneksel hem de modernin kolajı ile yeni sentezler üretmektedir (Bayhan, 2014b: 21-22).

Modernleşmenin getirdiği anomi ve suç eylemlerinin kent hayatında artması ailelerin çocuklarını sürekli kontrol etmeleri anlamında "helikopter ebeveyn" oranlarını arttırmıştır. Özellikle Y ve Z kuşağında dijital platformlardan birbirinden haberdar olmanın kolaylığı bağlamında ebeveynler de bütün aile bireylerini denetlemektedir. Daha bağımsız olmaları beklenen üniversite öğrencileri artık kendi başlarına değiller, ebeveynleri notlarını takip ediyor, belki banka hesaplarını da… «Helikopter ebeveyn» terimi bu duruma uygun düşmektedir. ABD'de lisans öğrencileri, yeni mezunlar ve ailelerini kapsayan bir dizi araştırma üniversite öğrencilerinin haftada ortalama 13,4 kez ebeveynleri ile cep telefonuyla temas kurduğu belirlenmiş (Gardner&Davis, 2014: 95-96). Ebeveynlerin sürekli çocuklarını denetim altında tutmasından mülhem bu durumu Furedi, *paranoyak anne-babalık* olarak tanımlamaktadır (Furedi, 2013). Aile bireylerinin birbirlerinden çok akıllı telefonlarıyla zaman geçirdiği post-familial (aile sonrası) denilen aile tipi ortaya çıkmaktadır (Gardner&Davis, 2014: 117).

Watshapp ve diğer sosyal medya hesaplarından sürekli check-in yapan veya hikâyesini yükleyen gençleri başta ebeveynleri olmak üzere izleyip denetleyenler bulunmaktadır. Gözetim toplumu çağımızın gerçeğidir.

Bu bağlamda, yapılan araştırmalara göre, Y kuşağı için '2P' çok önemli. Peer (akranları) ve Parent (anne-babaları). Y kuşağı için anne-baba, sonsuza dek en iyi arkadaş. Y kuşağına, 'extended adolescent' yani 'İleri ergenler' deniyor. Çocuğun anneden babadan koptuğu dönem, ergenlik sonrası dönemdir. X kuşağı, gereğinden erken ayrıldı evden, o yüzden duygularını dışa

vurmuyorlar. Y kuşağında ise, 30 yaşına gelen ama hâlâ ailesiyle yaşayanlar var. X kuşağı, sınırı aşan bir bireysellik içinde, Y kuşağıysa sınırı aşan bir komünite ve ebeveyn bağlılığı içinde olabiliyor (Kuran, 2013).

Bayhan'ın 2001 yılından 2013 yılına kadar İnönü Üniversitesi'nde yürüttüğü ve on iki yıl içerisinde birikimsel olarak 48315 öğrencinin katıldığı "Üniversite Gençliğinin Sosyolojik Profili" araştırma bulgularına göre, Y veya Milenyum kuşağının özellikleri "postmodern kimlik örüntüleri" bağlamında anlamlıdır. Bu bağlamda gençler, interneti ve sosyal medyayı yoğun kullanmakta, tüketim kültürünü, marka ve modayı önemsemekte, bireyci olmaları yanında topluluk değerlerine de önem vermekte, hedonist ve narsisist değerleri yıllar içinde artmakta, ancak aynı zamanda ailelerine de önem vermektedirler (Bayhan, 2013).

Gençlere yönelik güçlü politikaların yokluğunda aile, gençlerin yaşamında onlara maddi ve manevi destek sunan önemli bir kurum görevi üstleniyor. Fakat gençlerin diğer bağlantılarında olduğu gibi çelişki gözlemlenmektedir; bir yandan ailenin önemli olduğunu ve aile üyelerinin görüşlerine saygı duyduklarını belirten gençler, diğer yandan ailelerinin yaşamlarını kısıtladığını ve belirli bir bağımsızlık kazanmanın önemini vurguluyorlar. Benzer bir çelişkiyi gençlerin ülkeleri ve bölgeleriyle olan ilişkilerinde de gözlemlenmektedir. Genç olmanın deneyimini kavramak için, bireyselleşme ve toplulukçuluk, çatışma ve uyum, siyasi ve siyasi olmayan gibi ikiliklerin ve zıtlıkların ötesine geçmeyi öğrenmek ve tek bir bireyin aynı anda hissettiği çelişkili duygular/dilekler/beklentilerin bir arada bulunabilirliği üzerine düşünmek gerekmektedir (British Council, 2017: 15).

Bugünün gençleri eğitime, arzuladıkları bir işe ulaşmak için ihtiyaç duydukları diplomayı almak amacıyla zorunlu görevleri yerine getiren «pratik kredi avcıları» gibi yaklaşıyorlar. Dikkatlerini uzun erimli bir amaç geliştirmek yerine, daha çok «günlük hayat çarkını döndürmek» üzerinde topluyorlar. Günümüz üniversite öğrencilerinde görülen bu pragmatik kariyere odaklanma, toplum genelindeki bireycilik eğilimi ve daha toplumcu bir anlayış ve kurumsalcı yönelimden uzaklaşma bağlamında şekilleniyor (Gardner & Davis, 2014: 78-79). Milenyum gençleri için Carpe diem (günü yaşa) felsefesi kimliklerinin bir parçası haline gelmektedir.

Tek Kişilik Haneler, Boşanma, Single Mom ve Tek Ebeveyni Aileler

Küresel düzeyde geç evlilik, geç ebeveynlik, yüksek boşanma oranları, çocuk sahibi olmaktan kaçınma, aile yapısındaki dönüşüm ve bireysel özerklik arayışı gibi faktörlerle ilişkilendirilen tek kişilik hane halklarının artışı, başta gelişmiş ülkelerde belirgin olmakla birlikte günümüzde Türkiye gibi

orta gelirli ülkelerde de hızla yaygınlaşmaktadır. Hanehalkları, aile demografisi ve nüfus dinamikleri üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda, modern Amerikan yaşamındaki dönüşümün en önemli göstergelerinden biri tek kişilik hane halklarının artışıdır. 1940 ila 2013 yılları arasındaki 73 yıllık süreçte ABD'deki tek kişilik hanehalkları yaklaşık dört kat artmıştır (Tekgöz & Aydın, 2025). Almanya'da tek kişilik hanelerin genel içindeki payı %35'tir. Bu oran Frankfurt, Hamburg, Münih gibi kent merkezlerinde %50'yi bulmaktadır. Bunların yarısı bekâr yaşayan gençler, diğerleri de yaşlı, boşanmış ve kadınlardan oluşmaktadır (Beck & Beck-Gernsheim, 2012: 36).

Günümüzde Türkiye'ye baktığımızda ise çok daha kısa bir zaman diliminde, 2014-2023 yılları arasında, tek kişilik hane halklarının yaklaşık iki kat artış gösterdiği görülmektedir. Bu hızlı artış yalnızca hanehalkı yapısındaki bir değişimi değil, aynı zamanda toplumsal dinamiklerde yaşanan derin bir dönüşümü yansıtmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Türkiye'de tek kişilik hane halklarının oranı 2014 yılında %13,9 iken, 2024 yılında %20'ye yükselmiştir. Tek kişilik hanehalkı sayısı ise 2014'te 2.931.085 iken, 2023'te 5.192.825'e ulaşmıştır. Bu artış, doğurganlık oranlarındaki düşüş, boşanma oranlarındaki artış, göç dinamikleri ve sosyal normlardaki değişim gibi çeşitli faktörlerle ilişkilendirilmektedir. Genç erkekler genellikle iş ve eğitim için bağımsız yaşamayı tercih ederken, kadınlarda yalnız yaşama eğilimi yaş ilerledikçe artmaktadır. Genç profesyoneller ve üniversite öğrencileri, iş ve eğitim fırsatları için büyük şehirlere göç ederken, yaşlı bireyler de yalnız yaşamayı tercih etmektedir. Göçmen işçiler ve kırsal alanlardan büyük şehirlere göç eden nüfus da bu artışı tetiklemektedir. Veriler kentleşme, bireyselleşme ve ekonomik gelişmelere paralel olarak tek kişilik hane halklarının sayısının arttığını ve bu hanelerin yalnızlık ve sosyal izolasyon gibi risklerle karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Konut sahipliği, sağlık hizmetlerine erişim ve sosyal destek ağları gibi unsurlar, bu hanelerin yaşam kalitesini belirlemede önemli rol oynamaktadır (Tekgöz & Aydın, 2025). Türkiye'de başta büyük şehirler olmak üzere her şehirde 1+1 stüdyo dairelerin oranı artmıştır. Dolayısıyla, hayat tarzındaki dönüşüm mekâna yansımaktadır.

Postmodern aile biçimlerinde boşanma sonucu oluşan parçalanmış aile yapılarında artış önemlidir. Boşanma son birkaç on yılda dünya genelinde giderek yaygınlaşmıştır. Küresel olarak, kaba boşanma oranı (1.000 kişi başına yıllık boşanma) 1970'lerden 2000'lere kabaca iki katına çıkmıştır. Evlilik sayısına göre boşanma sayısı ise genellikle yüzde olarak ifade edilir (örneğin 100 evlilik başına boşanma). 2025 yılı itibariyle, boşanma ile sonuçlanan evlilikler en fazla %86 ile İspanya'dadır. Daha sonra Rusya %74, Ukrayna %71, Fransa %55, Portekiz %50, Kanada %48, Güney Kore %47, ABD %45, Çin %45,

İngiltere %41, Almanya %36, Japonya %35 ve Türkiye %25'tir (Lawson, 2025). Türkiye'de boşanan çift sayısı 2025 yılında 193 bin 793 oldu. Bin nüfus başına düşen boşanma sayısını ifade eden kaba boşanma hızı 2025 yılında binde 2,26 olarak gerçekleşti. Yıllara göre ortalama ilk evlenme yaşı incelendiğinde, her iki cinsiyette de ilk evlenme yaşının arttığı görüldü. Ortalama ilk evlenme yaşı 2025 yılında erkeklerde 28,5 iken kadınlarda 26,0 oldu. 2025 yılındaki boşanma sonuçlarına göre 191 bin 371 çocuk velayete verildi. Boşanma davaları sonucu, çocukların velayetinin çoğunlukla anneye verildiği görüldü. Çocukların velayetinin 2025 yılında %74,6'sı anneye, %25,4'ü babaya verildi (TÜİK, 2026).

Türkiye'de aile yapısının dönüşümü şu verilerden görülmektedir. Çekirdek aile oranı 2016 yılında %66,4 iken 2024 yılında %63,5'e geriledi. Diğer yandan, geniş aile olarak tanımlanan ve en az bir çekirdek aile ve diğer kişilerden oluşan hane halklarının oranı 2016 yılında %16,3 iken 2024 yılında %13,3'e düştü. Tek ebeveynden oluşan çekirdek aile oranı 2016'da %8 iken; 2024 yılında %11'e çıkmıştır. 2024 yılında baba ve çocuklardan oluşan tek ebeveynli aile oranı %2,6 iken; anne ve çocuklardan oluşan tek ebeveynli aile oranı %8,4'dür (TÜİK, 2025). Bu veriler postmodern aile yapısının çoğul örüntüsünü yansıtmaktadır.

Tek ebeveynli aile biçimlerinden babanın olmadığı ve sadece annesi ile yaşayan çocuklarda rol model eksikliği bağlamında psiko-sosyal problemler daha fazla görülmektedir. Ergen çocuklarıyla ilgilenen babalar, risk alma davranışlarının zararlı biçimlerini azaltmaya yardımcı olur. Babaları yanında olan çocukların suça karışma oranları daha düşüktür. 16 yaşındayken babalarına yakın olan kızların 33 yaşına geldiklerinde daha iyi bir zihin sağlığı olur. Babaların varlığı, ergenlikte daha iyi bir akademik geleceği de belirler. Babalar öğretmekte, anneler ilgi göstermektedir (Reeves, 2025: 225-226). Babasız bir evde yaşamak ergenler arasında intihar oranlarını arttırmaktadır. Dünya genelinde, bir babanın bir çocukla beraber geçirdiği süre, çocuğun yetişkinlikte empati yapma yeteneğinin en güçlü öngörücülerinden biridir. Baba yokluğu hem zorbaların hem de zorbalığa maruz kalanların profilini öngörüyor: Düşük öz saygı, düşük notlar, düşük sosyal beceriler. Hem erkek hem kız çocuklar ebeveynleri boşandıktan sonra acı çekiyor ama en büyük yoksunluk duyguları ve depresif davranış erkek çocuklarda gözlenmiştir. Evsiz ve evden kaçmış gençlerin yaklaşık %90'ı babasız evlerden gelmiştir. Baba yoksunluğu erken annelik ihtimalini arttırmaktadır (Farrel & Gray, 2025: 293-297). Her iki ebeveynin de çocuklar üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Önemli olan ebeveyn ve çocuk arasındaki kaliteli etkileşim ve iletişimdir.

Çocuklarının velayetinin %75'inin anneye verilmesi "Single Mom" olarak ifade edilen "Bekâr anne" yani, tek ebeveynli aile oranlarında artışa tekabül etmektedir. Boşanma ile dul kalma, daha önceleri Türkiye'de olumsuz olarak değerlendirilmekteydi. Türk sinema filmlerinde "dul kadın imgesi" korunmasız, istismar edilebilir ve "öteki" olarak hikâye edilirdi. Son yirmi yıllık süreçte bu olumsuz damgalama imajı değişti. Gerek üretilen sinema filmlerinde gerekse televizyon dizilerinde boşanmış ama güçlü olan kadın imgesi işlendi. Boşanmanın normal bir süreç olduğu anlatıldı. Geçen yılın popüler dizilerinden olan ve senaryosu Güney Kore dizisinden esinlenen *Bahar* dizisinde, eşinden ayrılan Bahar karakterinin kadın yakınları ve arkadaşlarıyla villasının bahçesinde Single Mom partisi vermesi, boşanmanın normalleşmesinin dışavurumudur. Başlarına *single mom* yazan taçlar ve sabahlıklar giyen kadınlar, boşanılan koca karakteri Timur'un strafordan yapılmış boydan maketini bir yere asarak sırayla törensel olarak herkesin balyozla kırması trajikomikti. Televizyon dizileri seyredenleri o kadar etkiliyor ki, televizyon dizilerindeki aktör ve aktris rol gereği isimleri çocuklara verilmektedir. 2003-2005 yılları arasında yayınlanan *Kurtlar Vadisi* dizisindeki *Polat* karakterinin ismi 2004 yılında doğan erkek bebeklere verilen en fazla isimlerden biri olmuştur. 2013-2015 yılları arası yayınlanan *Medcezir* dizisindeki *Mira* karakterinin ismi 2014 yılında doğan kız çocuklara en fazla verilen isimlerden biridir. 2024 yılında yayınlanmaya başlanan ve halen süren *Uzak Şehir* dizisinde *Alya* karakterinin adı 2025 yılında doğan kız bebeklerine en fazla verilen isimlerden biridir. Bu bağlamda, popüler kültür örneklerinden televizyonda yayınlanan programların masum olmadığı ve izleyenlerin bilinçaltına etki ettiği görülmektedir. Trajikomik bir örnek, Kurtlar Vadisi dizisinde rol gereği hayatını kaybeden Çakır karakterinin ölümünü gerçek olarak algılayıp, mevlit okutanlar, halı saha maçından önce saygı duruşunda bulunan ve işyerine "cenazemiz nedeniyle bugün kapalıyız" ilanı asan ve yas tutan bir toplum gerçeğine sahibiz.

Doğurganlık Oranında Düşüş, Çocuk Yapmama Eğilimi ve Sandviç Kuşak

Doğurganlık oranlarındaki düşüş Y ve Z kuşağında daha fazla artmıştır. ABD'de 2008'de toplam doğurganlık oranı 2,1 idi. Bu oran her kadının büyük bir ihtimalle nüfusu yenilemeye yetecek 2 çocuğa sahip olacağı anlamına geliyordu. Bu oran 2009 yılında nüfusun kendini yenileme seviyelerinin altına düştü. 2020 yılında toplam doğurganlık oranı 1, 64 ile bugüne kadar kaydedilen en düşük seviyeye indi. Doğum oranı yenilenme oranının altına düştüğünde ülke gençlerden daha fazla yaşlı nüfusa sahip olma eğilime girmektedir. Bu durum ülkenin bugünkü ve gelecekteki demografik yapısına

büyük ölçüde etki ederek ürünlerin pazarlanmasından kamu politikalarına ve ekonominin geleceğine kadar her şeyi etkilemektedir (Twenge, 2025: 649-650). Doğum oranlarındaki artışın diğer bir örneği, "demografik intihar" olarak adlandırılan Güney Kore gerçeğidir. OECD verilerine göre, 2024 itibarıyla 0,72 gibi inanılması güç bir doğurganlık hızına gerileyen Güney Kore, aşırı rekabetçi eğitim sistemi, yüksek konut maliyetleri ve cinsiyet rolleri arasındaki uçurumun, bir toplumu nasıl biyolojik bir tükenişe sürükleyebileceğinin en trajik kanıtıdır. Seul sokaklarında bebek arabasından çok evcil hayvan pusetlerinin görülmesi (Güney Kore'de 2024'te bebek arabasından daha çok evcil hayvan puseti satılmış), bizim için uzak bir Asya manzarası değil, yakın bir gelecek uyarısıdır (Tuncay, 2025). ABD örnekleminde daha az sayıda insanın çocuk sahibi olmasıyla birlikte, daha fazla sayıda insan evcil hayvanlarına ailenin bir üyesi gibi davranmaktadır. *Furbaby* (birinin çocuk yerine koyduğu köpek veya kedi anlamına gelir) kelimesi ilk kez 1997 yılında Amerikan kitaplarında görüldü ve kullanımı 2012 ile 2019 arasında dört katına çıktı (Twenge, 2025: 657-658). Türkiye'de de son yıllarda artan evcil hayvan ilgisi ve sahipliği de küresel trendin yansımasıdır.

Türkiye'de toplam doğurganlık hızı, 2001 yılında 2,38 çocuk iken 2014 yılından itibaren aralıksız düşüş eğilimine girerek 2024 yılında 1,48 çocuk olarak gerçekleşti. Toplam doğurganlık hızı son sekiz yıldır nüfusun yenilenme seviyesi olan 2,10'un altında kalmaya devam etti. Annenin eğitim durumuna göre toplam doğurganlık hızı incelendiğinde, 2024 yılında en yüksek toplam doğurganlık hızı okuma yazma bilmeyen/okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen anneler için 2,65 çocuk iken en düşük toplam doğurganlık hızı yükseköğretim mezunu anneler için 1,22 çocuk oldu (TÜİK, 2025a).

Doğurganlıktaki düşüşte ilk akla gelen etken ekonomi. 2014'ten bu yana gözlemlenen azalma, ekonomik krizin derinleşmesiyle belirginleşti. Yüksek enflasyon, konut krizi, genç işsizliği gençlerin gelecek planlarını, evlilik ve çocuk kararlarını doğrudan etkiliyor. Bu durum, bireylerde belirsizlik ve kaygı yaratırken çocuk sahibi olma kararını ertelemeye ya da vazgeçmeye yol açıyor.

Doğurganlık oranlarının refah düzeyi yüksek ülkelerde de benzer biçimde düşüyor olması, meselenin yalnızca maddi temellere indirgenemeyeceğini; bireylerin yaşam tercihleri, aile kavrayışları ve gelecek tahayyüllerindeki dönüşümün etkili olduğunu gösteriyor. Türkiye'de yükseköğretime erişimde yaşanan artış, demografik dönüşümün anlaşılmasında kilit bir faktör. 2008'de üniversite mezunu oranı %9 iken 2023'te %24,6'ya çıktı. Kadınlarda bu oran %7'den %22,7'ye yükseldi. Eğitimli, iş gücüne katılmak isteyen ve hayatını planlamak isteyen yeni bir kadın profili ortaya çıktı. Türkiye'de kültürel dö-

nüşüm eğitimle sınırlı kalmayıp dijitalleşme, sosyal medya ve kentleşmeyle de hız kazandı. Bireyselleşme ve modern yaşam biçimlerinin yaygınlaşması, evlilik ve aileye dair anlayışı da dönüştürdü. Aile, artık sadece soyun devamını sağlayan bir yapı değil, bireysel tatmin ve özgürlük arayışının ifadesi olarak görülüyor. Geçmişte evlenmek ve çocuk sahibi olmak toplumsal bir zorunluluk olarak görülürken günümüzde özellikle kentli ve bireyselleşmiş yaşam tarzlarında bu baskı belirgin biçimde azalmış durumda. Bekâr kalmak ya da çocuk yapmamak artık damgalanmıyor; boşanmak da özellikle eğitimli ve gelir düzeyi yüksek gruplar arasında daha az tabu hâline geliyor (Koru, 2025).

Günümüzde Türkiye'de kentli orta sınıflar için çocuk, büyük titizlikle yönetilmesi gereken, hataya tahammülü olmayan masraflı bir "proje"ye dönüşmüştür. Ebeveynlik, doğal bir akıştan ve şefkatli bir birliktelikten ziyade, çocuğu "piyasaya, rekabete ve belirsiz bir geleceğe hazırlama" performansına evrilmiştir. Çocuğun başarısı, ebeveynin kendi statüsünün ve "iyi ebeveynlik" karnesinin bir göstergesi haline gelince, "mükemmeliyetçilik" baskısı ebeveynlerin omuzlarına devasa bir yük bindirmektedir. Bu baskı, ikinci veya üçüncü çocuk fikrini daha filizlenmeden kurutmakta, ebeveynleri "bir tane olsun, tam olsun" stratejisine itmektedir. Bu durum, özellikle 35-55 yaş arası grubunu, literatürdeki tabiriyle "Sandviç Kuşak" haline getirerek modern zamanların en ağır psikolojik baskısına maruz bırakmıştır. Kimdir bu sandviç kuşak? Bir yandan "proje çocuklarının" bitmek bilmeyen kodlama kursları, piyano dersleri, okul taksitleri ve ergenlik krizleri arasında mekik dokuyan; diğer yandan ömürleri uzayan -ki bu medeniyetin bir zaferidir ama aynı zamanda büyük bir bakım yüküdür- yaşlı ebeveynlerinin hastane randevuları, ilaç takipleri ve duygusal ihtiyaçları arasında sıkışıp kalan kuşaktır. Bu kuşak, tarihin gördüğü hem en "fedakâr" hem de en "yorgun" profildir. Sabah ofiste beyaz yakalı bir profesyonel olarak performans sergilemek, öğlen yaşlı annesinin doktorunu aramak, akşam ise çocuğunun ödevini kontrol edip "kaliteli zaman" geçirmek zorundadır. Kendisi hem anne-baba, hem evlat, hem de çalışandır ama kendisine ayıracak bir "ben" zamanı kalmamıştır. Aşağıdan çocukların bağımlılık süresinin uzaması (eğitim hayatının 20'li yaşların sonuna sarkması), yukarıdan yaşlıların bakım ihtiyacının artması, bu kuşağı tam ortada, adeta nefessiz bırakmaktadır. Bu sıkışmışlık ve "yetememe" korkusu, potansiyel ebeveynlerde bir "tükenmişlik" ve "gelecek kaygısı felci" yaratarak, doğurganlık kararını en etkili doğum kontrol yönteminden bile daha keskin bir şekilde engellemektedir (Tuncay, 2025).

Gençlerin çocuk sahibi olmaktan soğumaları Z Kuşağı'nın daha yüksek depresyon oranlarından kaynaklanıyor olabilir. Doğum oranlarının düşme-

sinin diğer nedenleri şunlardır: Teknoloji doğum kontrolünü mümkün kılıyor ve böylece çocuk sahibi olmak bir tercih haline geliyor. Bireycilik, aile ve geleneğin önemini azaltıyor, bu da daha az insanın çocuk sahibi olmayı tercih etmesine yol açıyor. Yavaş yaşam stratejisi de insanların çocuk sahibi olmak için beklemeleri ve daha az çocuk sahibi olmak için olmaları anlamına geliyor. Hem bekâr hem de evli insanlar arasında cinsel aktivitedeki azalışın arkasında da bu üç etken vardır. Daha az cinsel aktivite daha düşük doğurganlık demektir. Ayrıca, çevredeki hormon bozucu kimyasallar yüzünden erkeklerin sperm sayısındaki düşüşte doğurganlığın azalmasında etkilidir (Twenge, 2025: 652-654).

Dijital Porno Bağımlılığı ve Erkeklik Krizi

Philip Zimbardo ve Nikita D. Coulombe, "Bitik Erkekler. Teknoloji Erkekliği Nasıl Sabote Etti?" adlı çalışmalarında, genç erkekler arasında internet bağımlılığının arttığını, özellikle porno ve oyun bağımlılığının bilinen erkeklik kimliğini olumsuz etkilediğini savunmaktadırlar. İnternet oyunu genç erkeklerin sosyal hayattan izole olmalarını ve yüz yüze sosyal beceriler geliştirme kabiliyetine ve merakına ket bulabilir. İnternet oyunlarındaki aksiyonun çeşitliliği ve yoğunluğu, okul gibi hayatın diğer alanlarını görece daha sıkıcı yapmakta ve akademik performansta sorun yaratmaktadır. Bu da olumsuz ve yıkıcı bir döngüye yol açan dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğunu artırmaktadır. Bir kimsenin çok fazla porno izlemesi veya aşırı video oyunu oynaması ile sosyal, cinsel ve motivasyonel problemleri olması arasında karşılıklı bir nedensellik var. Bu da sosyal izolasyonu sürekli hale getirmektedir. Video oyunları ve porno daha provokatif ve canlı oldukça, gerçekliğin sanal gerçeklikle daha çok kaynaşmasından ve genç erkeklerin daha benmerkezci ve tamamen kendi medya-merkezci dünyalarında yaşamalarına yol açmaktadır. Porno ve oyun bağımlılığı genç erkeklerin olağan aktivitelerden daha çok vazgeçmeye, sosyal yabancılaşmaya ve herhangi biriyle, özellikle kadınlarla ilişki kuramamaya neden olabilir/ olmaktadır. Alkolde, uyuşturucularda ya da kumarda aynı şeyden daha fazla istersiniz, fakat pornoda ve video oyunlarında bağımlı olduğunuz şeyin aynısını istediğiniz gibi farklısını da istersiniz; aynı zevke ulaşmak için yeniliğe ihtiyacınız vardır. Tehlike, düzenli olarak deneyimlenen uyarıcılara karşı alışkanlık kazanmaktır. Buna "uyarılma bağımlılığı" denilmektedir. Aynı miktarda uyarıcı almak için yeni materyale, aynı imgeleri defalarca, kısa süre içinde sıkıcı olana kadar görmeye ihtiyaç duyarız. Kafa dağıtma, iki yüzü keskin bir bıçaktır. Parmaklarınızın ucunda her zaman olduğundan daha çok bilgi var ancak kendimizi alternatif dünyalarda kaybedebiliriz (Zimbardo&Coulombe, 2018: 15-19).

Bu bağlamda, sosyal medyada nickname ile iletişim kurmanın getirdiği bir kolaylığın da etkisiyle gençler arasında eşcinsel ilişkilerin de arttığı görülmektedir. Twenge araştırmasına göre, ABD'de 1990'larda erkekler arası cinsel ilişki oranı %4 iken 2016'da %14'ün üzerine çıkmıştır. Kadınlar arası cinsel ilişki ise 1990'lara göre 3 misli artmış, biseksüel ilişki oranı da %3'ten, %11'e yükselmiştir. Z kuşağı gençleri geç evleniyorlar, bekârların oranı daha fazla. Ayrıca, doğan çocukların %36'sı bekâr annelerden doğmaktadır (Twenge, 2018: 15).

Zimbardo'ya göre, günümüz gençleri otuz yaşlarında halen gençleriyle yaşıyorlar. Bir zamanlar kariyer ve aile yapmak için kullanılan bir çağı ergenliklerini uzatarak geçiriyorlar. Birçoğu, evde ailesinin güvenli sınırları içinde kalmayı, bir belirsizlikler dünyasına girmeye tercih ediyorlar. Genç erkekler, aileleriyle yaşamaya kadınlardan yüzde 25 daha yatkın. Toplumsal cinsiyet beklentileriyle ilişkilendirilince, kadınlar finansal açıdan kendilerine bakabilmede kendi yaşlarındaki erkeklerden daha iyi oldukları için kendi konumlarındaki bir erkek partner bulmaları daha az ihtimal içeriyor. Bu da erkekler için yeni mücadeleler yaratıyor. Toplumun egemen bir erkeklik görüşü var ve erkekler için savaşçı ve aile reisi olmaya alternatif ve toplumsal açıdan kabul edilmiş bir rol yok. Olası tüm yeni roller geleneksel erkeklik kavramını tehdit ediyor ve bu rolleri kucaklayan her erkek hemcinsinden daha az saygı görüyor, karşı cinsle daha az sosyal ve romantik ilişki olanağına sahip oluyor. Bu değişen belirsiz dünyada genç erkeklerin birçoğu, yüzleştikleri yeni güçlükler nedeniyle kendilerini daha güvenli, sonuçları kontrol edebildikleri, reddedilme korkusunun olmadığını ve becerileri için övgü aldıkları yerlerde izole ediyor. Video oyunları ve porno, birçok genç erkek için daha güvenli yerler (Zimbardo & Coulombe, 2017: 13-15). Twenge'ye göre, İ-Nesli yani Z Kuşağı güvenlik arayışından dolayı evlilik öncesi cinsel temasa daha az yatkın. Dolayısıyla cinsel yolla bulaşan hastalıklarda belirgin bir düşüş var. Cinsel ihtiyaçlarını sanal cinsellik ve pornografi ile gideriyorlar (Twenge, 2018: 268-275).

Eşcinsel Evlilikler ve LGBT Eğilimleri

Bir tür "sosyal sapma" olan ve aynı cinslerin evliliği olarak tanımlanan eşcinsel evlilikler, Hollanda, Belçika, İspanya, İsveç, Norveç, Danimarka, Fransa, Almanya ve İngiltere gibi Avrupa ülkelerinde, ayrıca ABD, Güney Afrika, Uruguay, Kolombiya, Arjantin gibi Amerika ve Afrika kıtalarında yer alan bazı ülkeler olmak üzere yaklaşık 45 ülkede yasal olarak kabul edilmektedir. Avrupa ülkelerinde eşcinsel ailelere tanınan evlat edinme hakları sonrasında

bu çiftlere evlatlık olarak verilen çocuklarda, psiko-sosyal travmaların yaşandığı bilinmektedir (Can, 2025: 196-197).

Y ve özellikle Z Kuşağı gençlerinin sanal ortamda cinselliği yaşadığı görülmektedir. Seks yapmayan ama yapmak isteyen erkekler için *incel* (istemsiz bekâr [involuntary celibate] kısaltması) kavramı kullanılmaktadır. Seks yapmamayı tercih eden kadınlar için *femcel* terimi kullanılmaktadır. *Chad,* kadınlarla buluşma konusunda başarılı erkek ve *stacy,* çekici kadınlar, *Hookup,* tek gecelik ilişkiler anlamına gelmektedir. *Nonbinary,* cinsel kimlik olarak erkek veya kadın olmayan kişileri tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Y ve Z Kuşağı gençleri, pornoya her cihazla birkaç tıklamayla erişmek mümkünken gerçeğini aramak çok fazla risk ve çok fazla sorun gibi görünmektedir (Twenge, 2025: 406-411).

Y ve Z kuşaklarında akışkan cinsiyet kimliklerine daha fazla hoşgörü, sosyal medya platformlarında LGBT örneklerini denetimsiz bir şekilde izlemelerinden kaynaklanmaktadır. Sosyal medya araçları ile dizi ve film platformlarında LGBT cinsel yöneliminin normal olduğuna dair manipülasyonu gören Z kuşağı bu eğilimi kanıksamaktadır.

Sonuç

Değişim, hayatın vazgeçilmez unsurudur. Herakleitos'un "Aynı ırmağa iki kere giremezsin. Çünkü her girdiğinde üzerinden farklı sular akar" söyleminde ifade edilen "değişimin sürekliliği" hayatımızın merkezindedir. İnsan ve toplum içinde bulunduğu çağın ruhuna göre yeniden inşa edilir. Dolayısıyla her kuşak, içinde bulunduğu sosyolojik bağlamın ürünüdür. Günümüz gençliğini temsil eden Y, Z ve Alfa kuşağı, bilişim toplumu ve postmodern kültürün kuşaklarıdır. Y, Z ve Alfa kuşağı gençliği, postmodern çoğul kimlik örüntülerine sahiptir. Postmodern kültür, hem geleneksel hem de modern kültürün sentezidir. Postmodern kimliğin mottosu "anything goes" (her şey mubahtır). Bu bağlamda, hem bireyci ve özgürlüğüne düşkün hem de ailesine bağlıdır. Hem küresel kültürü hem de yerel kültürü yaşamaktadır. Tüketim toplumu ve kültürünün temel aktörleridir. Kimliklerini tüketim ve marka ile ifade etmektedirler. Narsisistik ve hedonist kişilik özelliklerine sahiptirler. Y ve Z gençleri, geç evlendikleri veya boşandıktan sonra tekrar ebeveynlerinin yanında yaşamaya başladıkları için "Akordeon Aile" yapısının yaygınlaştığı görülmektedir. Gerek üniversite, gerek evlenme, gerekse iş için ailelerinden ayrıldıktan sonra tekrar ailesi ile yaşamaya başlayan gençlere "Bumerang Kuşak" adı verilmektedir. Sosyal medya ile çocuklarını sürekli izleyen "he-

likopter ebeveyn" sayısı artmaktadır. Ayrıca, risk toplumu bağlamında çocuklarının hayatından endişelenen paranoyak anne ve babalar oluşmaktadır.

İnternet vasıtasıyla küresel paralel evrende yaşayan gençlerin kimlik örüntüleri birbirine daha fazla benzemektedir. ABD, Avrupa ülkeleri ve Türkiye'de yapılan araştırmalar Y ve Z kuşağı gençliğinin benzer kimlik örüntüleri taşıdığı görülmektedir. Eğitim, cinsellik, aile, gündelik hayatın sosyolojisi dönüşmektedir. Özellikle akıllı telefonların sürekli yanlarında bulunduğu bireyler mobilize ve değişken kimlik örüntülerini sürekli yeniden yaratmaktadır. Çevrimiçi veya çevrimdışı iletişim aynı zamanda bağımlılık ve intihar oranlarında artışa yol açmaktadır. İnternetin olumlu etkisi ve kolaylığı yanında olumsuz yanlarını da sorgulamak zorundayız.

Y ve Z Kuşağı aile yapısında geç evlenme tercihi, doğurganlığın azalması, yaşlı kuşağın artışı gibi nedenlerle tek kişilik hane sayısı artmaktadır. Boşanma sonucu çocukların genellikle anneye verilmesinden dolayı oluşan Single Mom (Bekâr anne) oranlarında artış yaşanmaktadır. Kadınlarda üniversite mezunu olanların sayısının artışına paralel boşanma oranları artmaktadır. Geçmişte olumsuz dul kadın imgesi yerini son yirmi yıldır dizi film ve sinema filmlerinde boşanmış ama güçlü kadın imgesi sunulmaktadır. Ancak, parçalanmış ailede babanın rol modelliği eksikliği hem erkek hem de kız çocuklarının psikolojik yapısında travma yaratmaktadır. Kadınların ve erkeklerin üniversite eğitim süresi nedeniyle işe girme zamanına paralel olarak geç evlilik yaşanmaktadır. Geç evlilik tek çocuk veya az çocuk tercihini getirmektedir. Çocukların maliyeti de hesaba katılarak doğurganlıkta oranlar azalmaktadır. Z Kuşağı, bir tarafta çocuklarına bakarken diğer tarafta yaşlanan ebeveynlerine baktıkları için "Sandviç Kuşak" olarak da adlandırılmaktadır.

Dijital porno bağımlılığı, erkeklerin gerçek cinsel ilişki kurmalarını önlemektedir. Erkeklik krizi olarak adlandırılan olgu, hem porno bağımlılığı hem de boşanmış tek ebeveynli ailede rol modeli olmayan baba figüründen dolayı erkek çocukların kimlik karmaşası yaşamalarını içermektedir. Denetimsiz sosyal medyada LGBT örneklerine sınırsız ulaşan ergenler için kimlik sorunları Z kuşağında daha fazla yaşanmaktadır.

Toplumdaki bütün değişimi ve dönüşümü anlamak için daha fazla sosyolojik araştırmaya ihtiyacımız bulunmaktadır. Sosyoloji, hayatın içindedir ve hayata ve insana dair söz söyler. Marx'ın, Latin şairi Horatius'un dilinden seslendiği gibi: "De te fabula narratur!" (Anlatılan senin hikâyendir!). Çağı anlamak için hem küresel değişimi hem de yerel dönüşümü analiz etmek zorundayız. Küreselleşmenin dışarısı yok hepimiz aynı gemideyiz.

Kaynakça

Ağırdır, B. (2013): "Y Kuşağı mı Yeni Hayatın Yeni İnsanları mı?, *T24,* 08.07.2013, http://t24.com.tr/yazi/y-kusagi-mi-yeni-hayatin-yeni-insanlari-mi/7025

Aktay, A. (2025). *Yeni Türkiye'de Yeni Kuşaklar*, 2. Basım, Tezkire Yayınları, Ankara.

Aktay, A. (2025a). Metropolleşme Sürecinde Şehirler, Gençler ve Aile: Akıllı Şehirlerin Sosyolojik Serencamı. *Tezkire Dergisi*. Yıl: 34 Sayı: 93. (169-181).

Bayhan, V. (2013): "Gençlik ve Postmodern Kimlik Örüntüleri-Üniversite Gençliğinin Sosyolojik Profili", *Gençlik Araştırmaları Dergisi, Journal of Youth Research,* Cilt 1, Sayı 1, Gençlik ve Spor Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Bayhan, V. (2014). Yeni Toplumsal Hareketler ve Gezi Parkı Direnişi, *Birey ve Toplum Dergisi*, Bahar 2014, Cilt 4, sayı7, ss.23-57.

Bayhan, V. (2014b), Milenyum veya (Y) Kuşağı Gençliğinin Sosyolojik Bağlamı, Gençlik Araştırmaları Dergisi, Ankara, 3, 2014, 8-25.

Bayhan, V. (2015). "Youth, Social Media And Narcissism", *VII. European Conference On Social And Behavioral Sciences*, June 11-13, 2015 – Bucharest, Romania

Bayhan, V. (2019). "Kuşaklar Sosyolojisi ve Türkiye İçin Yeni Bir Kuşak Analizi", *Sosyoloji Divanı*, sayı:13, Ocak-Haziran 2019.

Bayhan, V. (2019a). "Z Kuşağı Gençlerinde Sosyal Medya Kullanma Örüntüleri ile Narsistik Kişilik Özellikleri", *IV. Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 23-27 Ekim 2019, Muğla- Marmaris.

Bayhan, V. (2020). "Z Kuşağı Lise Gençlerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Siber Zorbalık ve Siber Mağduriyet Deneyimleri". İlahiyat Akademi. 12 (01 Aralık 2020): 117-144.

Beck, U. & Beck-Gernsheim, E. (2012). *Aşkın Normal Kaosu*, (Çev:N. Ermiş), Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

British Council (2017). *Next Generation* Türkiye. Gençlerin Sesini Dinlemek, İstanbul.

Can, İ. (2025). Aileye Geri Dönmek: Aile Kurumunun Sosyolojik Temelleri ve Günümüz Sorunları Üzerine Bir Tartışma, *Sosyoloji. Temel Konular ve Özgün Perspektifler*, (ED: M. Aydın, H. Çil, F. Karaaslan), Ankara: kadim yayınları.

Farrell, W. & Gray, J. (2025). *Erkeklik Krizi*, (Çev: Ö. Bayrak), İstanbul: Doludizgin yayınevi.

Furedi, F. (2013). Paranoyak Anne-Babalık. Uzmanları Dikkate Almamak Çocuğunuz İçin En İyisi Olabilir!, (Çev: A. Tüfekçi), İstanbul: İz yayıncılık.

Gardner, H. & K. Davis (2014). *App Kuşağı. Dijital Dünyada Kimlik, Mahremiyet ve Hayal Gücü*, (Çev: Ümit Şensoy), Optimist Yayınları: İstanbul.

Gün, N. (2013): "Gezi Parkı Hareketi ve Y Kuşağı", Haziran 2013, http://www.kuraldisi-dergi.com/5515/gezi-parki-hareketi-ve-y-kusagi/

Karahasan, F. (2018). *Açılın Gençler Geliyor*, Doğan Egmont Yayınları: İstanbul.

Haidt, J. (2025). *Kaygılı Kuşak. Çocuklarımızı Sanal Dünyaya Nasıl Kaptırıyor ve Ruh Sağlıklarını Nasıl Tehlikeye Atıyoruz?*, (Çev: S. S. Tezcan), İstanbul: Pegasus Yayınları.

Koru, E. (2025). *Toplumsal Yapıda Sessiz Bir Kırılma: Türkiye'nin Demografik Değişimi*, Nisan 09, 2025, https://raporbulteni.substack.com/p/toplumsal-yapda-sessiz-bir-krlma?utm_campaign=post&utm_medium=web&triedRedirect=true

Kuran, E. (2013) "Yaşasın Y Kuşağı!", Röportaj: Ayşe Arman, *Hürriyet Gazetesi,* 9 ve 11 Haziran 2013.

Kuran, E. (2018). *Telgraftan Tablete. Türkiye'nin 5 kuşağına Bakış*, Destek Yayınları: İstanbul.

Lawson, L. (2025). *Global divorce rates 2025: a comprehensive analysis*, 07.08.2025, https://soulmatcher.app/tr/blog/global-divorce-rates-2025-a-comprehensive-analysis/

Newman, K. S. (2012): *Accordion Family: Boomerang Kids, Anxious Parents & the Private Toll of Global Competition,* Beacon Press, New York.

Newman, D. M. (2013): *Sosyoloji. Günlük Yaşamın Mimarisini Keşfetmek*, (Çeviren: Ali Arslan), Nobel Yayınları, Ankara.

Reeves, R. V. (2025). *Adamlar ve Oğullar*, (Çev:C. Şeref), İstanbul: Ketebe yayınları.

Stein, J. and J. Sanburn (2013): "The New Greatest Generation", *Time*, 5/20/2013, Vol. 181 Issue 19, p26-33.

Tekgöz, N. & S. Aydın (2025). Yalnız Yaşamın Yükselişi: Türkiye'de Tek Kişilik Hanehalklarının Profili, İstanbul: Enstitü Sosyal Yayınları: Araştırma Raporu No. 4

Topçuoğlu, M. C. (2007): "İyi de Kim Bu Y'ler?", *Reklamcılar Derneği*, http://www.rd.org.tr/ ayinsozu/AyinSozuAgustos.pdf

Tuncay, T. (2025). *2025'in Sonunda Aile ve Nüfusumuzun Z Raporu,* 29 Aralık 2025,

https://www.perspektif.online/2025in-sonunda-aile-ve-nufusumuzun-z-raporu/

TÜİK (2025). *İstatistiklerle Aile*, 2024, 14 Mayıs 2025, https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/53898

TÜİK (2025a). *Doğum İstatistikleri,* 2024, 13 Mayıs 2025, https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/54196

TÜİK (2025b). *İstatistiklerle Gençlik 2024,* 16 Mayıs 2025, https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/54077

TÜİK (2026). *Evlenme ve Boşanma İstatistikleri,* 2025, 24 Şubat 2026, https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/58165

TÜİK (2026a), *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları*, 2025, 09 Şubat 2026, https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/53899

Türkoğlu, T. (2013): "Y(eni Kuşak) Devrim!" *Cumhuriyet Bilim Teknik,* 14 Haziran 2013, www.cumhuriyet.com.tr.

Twenge, J. W. (2025). *Altı Neslin Portresi*, (Çev: M. Sakal), İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Twenge, J. W. (2018). *İ-Nesli* (Çev: O. Gündüz), İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Yıldırım, N. (2013): "X'den sonra, Z'den önce: CEO Kuşağı", 10 Nisan 2013, http://www.bilgicagi.com/Blog/698-xden_sonra_zden_once_ceo_kusagi.aspx

Zimbardo, P. & N. D. Coulombe (2017). *Bitik Erkekler: Teknoloji Erkekliği Nasıl Sabote Etti?*, İstanbul: Pegasus Yayınları.