



**T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
BAĞIMLILIK VE ADLİ BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ADLİ BİLİMLER ANABİLİM DALI
ADLİ PSİKOLOJİ BİLİM DALI**

**İSTANBUL'DA YAŞAYAN 18-25 YAŞ ARALIĞINDAKİ GENÇ
YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYİNİN
POLİSE YÖNELİK TUTUMLA OLAN İLİŞKİSİ**

**ALTAN ÖZCAN
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ DANIŞMANI
Dr. Öğr. Üyesi Sait Cahit ALKIŞ**

İSTANBUL-2021

**T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
BAĞIMLILIK VE ADLİ BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ADLİ BİLİMLER ANABİLİM DALI
ADLİ PSİKOLOJİ BİLİM DALI**

**İSTANBUL'DA YAŞAYAN 18-25 YAŞ ARALIĞINDAKİ GENÇ
YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYİNİN
POLİSE YÖNELİK TUTUMLA OLAN İLİŞKİSİ**

**ALTAN ÖZCAN
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ DANIŞMANI
Dr. Öğr. Üyesi Sait Cahit ALKIŞ**

İSTANBUL-2021

Bilimsel Etik (Kurul) Sayfası

 www.uskudar.edu.tr
Altunizade Mahallesi Haluk Türksoy Sokak No:14 34662 Üsküdar/İSTANBUL
T: 0216 400 22 22 F: 0216 474 12 56 bilgi@uskudar.edu.tr

**T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
GİRİŞİMSSEL OLMAYAN ARAŞTIRMALAR
ETİK KURULU BAŞKANLIĞI**

SAYI: 61351342/ 2020-580 26/11/2020

**Sayın Dr.Öğrt. Üyesi Sait Cahit ALKIŞ
(Altan ÖZCAN)**

Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulunun 26/11/2020 tarihinde yapılan 14 No.lu toplantısında "**İstanbul'da Yaşayan 18-25 Yaş Aralığındaki Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Polise Yönelik Tutumla Olan İlişkisi ve Bunun Bazı Örnek Olaylara Göre Yorumlanması**" adlı araştırma projenizin etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

Doç. Dr. Cumhuri TAŞ
Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik
Kurulu Başkanı

Başvuru No: 61351342/2020

Yemin Metni

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “İSTANBUL’DA YAŞAYAN 18-25 YAŞ ARALIĞINDAKİ GENÇ YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYİNİN POLİSE YÖNELİK TUTUMLA OLAN İLİŞKİSİ” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Altan ÖZCAN

.../.../2021

Teşekkür

Yoğun mesaimin yanında Yüksek Lisans Tez çalışmamı bitirmemde katkısı olan;

Öncelikle her zaman yol gösterici ve teşvik edici bir rehber olan danışmanın Sayın Dr. Öğr. Üyesi Sait Cahit ALKIŞ'a,

Her zaman en zor anlarımda yanı başımda olan sevgili aileme,

Araştırmanın uygulama aşamasını gerçekleştirmemde yardım ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen arkadaşlarım; Uzman Klinik Psikolog Barış KIRNAP, Uzman Psikolojik Danışman Cihat SAVAŞ, Psikolojik Danışman Ezgi ÖZEL, Psikolojik Danışman Şafak GENÇ ve Uzman Psikolog Yağmur YILMAZ'a,

Araştırmaya aktif olarak dahil olup Anketleri dolduran değerli tüm katılımcılara,

Araştırma sürecinde yardıma ihtiyaç duyduğum anlarda bilgisi, tecrübesi ve aklıyla bana yön verip yoluma ışık tutan Sayın Prof. Dr. Sevil ATASOY'a

Teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

Özet

ÖZCAN Altan, Yüksek Lisans, İstanbul, 2021

İstanbul'da Yaşayan 18-25 Yaş Aralığındaki Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Polise Yönelik Tutumla Olan İlişkisi

Araştırmanın amacı; İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım düzeylerini tespit etmek, bu durumun polise yönelik tutumlarını nasıl etkilediğini ortaya koymak ve böylelikle bazı güncel polis-halk olaylarını daha sağlıklı yorumlayabilmektir. Araştırmanın evrenini; İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinler, araştırmanın örneklemini; Evren içerisinden seçilen 301 genç yetişkin oluşturmaktadır. Katılımcılar; 186 kadın ve 115 erkek olmak üzere toplam 301 kişidir. Araştırmada veri toplama aracı olarak; Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (Yetişkin Formu) ve Polise Yönelik Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Tüm istatistiksel analizler SPSS 25.0 programı ile yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ve polise yönelik tutum ölçeklerine yönelik betimsel analiz sonuçları verildikten sonra genç yetişkinlerin demografik bilgilerine göre değişkenlerden elde ettikleri toplam ortalama skorların farklılaşma durumunu incelemek için iki grup karşılaştırmalarında “bağımsız örneklem T Testi” ve üç ve üzeri grupların karşılaştırmalarında “tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA)” kullanılmıştır. İstatistiksel olarak anlamlı farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğu Bonferroni Post-Hoc Testi ile incelenmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ve alt faktörleri ve polise yönelik tutum ve alt boyutları arasındaki ilişki Pearson Korelasyon testiyle; sosyal medya bağımlılığının, polise yönelik tutum üzerindeki etkisi regresyon analizleri ile incelenmiştir. Ulaşılan bütün sonuçlarda istatistiki anlamlılık $p < 0,05$ seviyesinde değerlendirilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, en çok kullanılan sosyal medya aracı ile sosyal medya bağımlılığı ve polise yönelik tutum arasında ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca araştırma kapsamındaki tüm hipotezlerin sınanarak sosyal medya bağımlılığının polise yönelik tutumu istatistiki bakımdan anlamlı yordadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Genç yetişkin, Sosyal medya, Polis, Polise yönelik tutum

Abstract

ÖZCAN Altan, Master's Degree, Istanbul, 2021

The Relationship Between Social Media Usage Level and Attitude Towards Police in Young Adults Between the Age of 18-25 Living in Istanbul

Purpose of the research; To determine the social media usage levels of young adults between the ages of 18-25 living in Istanbul, to reveal how this situation affects their attitudes towards the police and thus to be able to interpret some of the current police-public events more properly. Research universe; Young adults aged 18-25 living in Istanbul, research sample; It constitutes 301 young adults selected from the universe. Participants; It is a total of 301 people, including 186 women and 115 men. As a data collection tool in research; Personal Information Form, Social Media Addiction Scale (Adult Form) and Attitude Scale towards Police were used. All statistical analyzes were made with the SPSS 25.0 program. After the descriptive analysis results for social media addiction and police attitude scales are given, in order to examine the differentiation status of the total average scores obtained from the variables according to the demographic information of young adults, "independent sample T Test" in the comparisons of two groups and "one-way analysis of variance" in the comparison of three and more groups (One-way ANOVA)" was used. The groups among which the statistically significant differentiation existed was examined by Bonferroni Post-Hoc Test. The relationship between social media addiction and its sub-factors and the attitude towards police and its sub-dimensions was determined by the Pearson Correlation test; The effect of social media addiction on the attitude towards police was examined by regression analysis. Statistical significance in all the obtained results was evaluated at the level of $p < 0.05$. As a result, the participants; It has been observed that there is a relationship between gender, age, education level, the most used social media tool and social media addiction and attitude towards the police. In addition, by testing all the hypotheses within the scope of the study, it was determined that they significantly predicted social media addiction and attitude towards police.

Keywords: Young adult, Social media, Police, Attitude towards police

İçindekiler

Bilimsel Etik (Kurul) Sayfası.....	i
Yemin Metni	ii
Teşekkür	iii
Özet.....	iv
Abstract.....	v
İçindekiler	vi
Kısaltmalar Dizini	ix
Tablolar Listesi.....	x
Şekiller Listesi	xii
GİRİŞ	1

1.BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

1.1. Sosyal Medya Tanımı ve Özellikleri.....	4
1.2. Sosyal Medya Kavramı	6
1.3. Sosyal Medya Çeşitleri	9
1.3.1. Youtube	9
1.3.2. Facebook	10
1.3.3. Instagram.....	11
1.3.4. Whatsapp.....	11
1.3.5. Twitter	12
1.4. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı	13

2. BÖLÜM

GENÇ YETİŞKİNLİK

2.1. Genç Yetişkinlik Tanımı ve Özellikleri	16
2.2. Genç Yetişkinlikte Sosyal Medya Kullanımı.....	18

3.BÖLÜM

POLİS

3.1.	Polisin Tanımı	20
3.2.	Polis Kavramı.....	21
3.3.	Polis-Halk İlişkisi.....	26
3.4.	Sosyal Medya Kullanımı ve Polise Yönelik Tutum.....	30

4.BÖLÜM

GEREÇ, YÖNTEM VE BULGULAR

4.1.	Araştırmanın Yöntemi ve Modeli	33
4.2.	Araştırmanın Hipotezleri.....	35
4.3.	Araştırmanın Evreni ve Örneklem	37
4.4.	Verilerin Toplanması.....	38
4.5.	Veri Toplama Araçları	38
4.5.1.	Kişisel Bilgi Formu	39
4.5.2.	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu.....	39
4.5.3.	Polise Yönelik Tutum Ölçeği.....	40
4.6.	Verilerin Analizi.....	40
4.7.	Araştırmanın Etik Tarafı	41
4.8.	Bulgular.....	42
4.8.1.	Güvenirlilik Analizi.....	42
4.8.2.	Demografik Bulgulara İlişkin Değerlendirme.....	43
4.8.3.	Değişkenlere Yönelik Bulgular	47
4.8.4.	Fark Testleri ve Genel Değerlendirme	48
4.8.5.	Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular	54
4.8.6.	Regresyon Analizine Yönelik Hipotez Testleri	56
	TARTIŞMA	62
	SONUÇ	70
	KAYNAKÇA	80

Ekler	90
Ek-1: Kişisel Bilgi Formu.....	90
Ek-2: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu	91
Ek-3: Polise Yönelik Tutum Ölçeği	93
Ek-4: Ölçek Kullanım İzinleri	94
Özgeçmiş	96



Kısaltmalar Dizini

H : Hipotez

IBM : International Business Machines (Uluslararası İş Makineleri)

IGTV : Instagram TV

MMPI : Minnesota Multiphasic Personality Inventory (Minnesota Çok Yönlü Kişilik Envanteri)

PYTÖ : Polise Yönelik Tutum Ölçeği

SMBÖ-YF : Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu

SPSS : Statistical Package for the Social Sciences

s : sayfa

TDP : Toplum Destekli Polislik

Tablolar Listesi

Tablo 1: Ölçek ve alt boyutlarının çarpıklık ve basıklık değerleri.....	41
Tablo 2: Ölçeklere ait güvenirlik analizi bulguları	422
Tablo 3: Genç yetişkinlerin cinsiyet durumu frekans ve yüzde dağılımı.....	43
Tablo 4: Genç yetişkinlerin yaş durumu frekans ve yüzde dağılımı.....	44
Tablo 5: Genç yetişkinlerin eğitim düzeyi durumu frekans ve yüzde dağılımı	444
Tablo 6: Genç yetişkinlerin medeni durum frekans ve yüzde dağılımı	45
Tablo 7: Genç yetişkinlerinin çocuk sahibi olma durumu frekans ve yüzde dağılımı ...	46
Tablo 8: Genç yetişkinlerinin kullandığı sosyal medya araçları durumu frekans ve yüzde dağılımı	47
Tablo 9: Değişkenlere ilişkin betimsel analizi sonuçları	48
Tablo 10: Cinsiyete göre değişkenlerden elde edilen ortalama skorların farklılaşma durumu	49
Tablo 11: Yaşa göre değişkenlerden elde edilen ortalama skorların farklılaşma durumu	49
Tablo 12: Eğitim düzeyi göre değişkenlerden elde edilen ortalama skorların farklılaşma durumu	500
Tablo 13: En sık kullanılan sosyal medya aracına göre değişkenlerden elde edilen ortalama skorların farklılaşma durumu	52
Tablo 14: Demografik bilgilere göre fark testlerinin genel değerlendirmesi.....	54
Tablo 15: Pearson korelasyon analizi sonuçları.....	555

Tablo 16: Sosyal medya bağımlılığının, polise yönelik tutum üzerindeki etkisi	577
Tablo 17: Sanal tolerans ve sanal iletişimin, polis imajı üzerindeki etkisi	588
Tablo 18: Sanal tolerans ve sanal iletişimin, sevgi-korku üzerindeki etkisi	58
Tablo 19: Sanal toleransın, güven-iletişim üzerindeki etkisi	59



Şekiller Listesi

Şekil 1: Sosyal medya, internet ve mobil kullanım verileri: 2020	144
Şekil 2: Sosyal medya, internet ve mobil kullanım verileri büyüme oranları: 2020	144
Şekil 3: En sık kullanılan sosyal medya araçları: 2020	155
Şekil 4: Sosyal medya kullanıcısı yaş dağılımı: 2020	19
Şekil 5: Araştırmanın modeli.....	344
Şekil 6: Kalıtmıcıların cinsiyet dağılımı.....	433
Şekil 7: Kalıtmıcıların yaş dağılımı	44
Şekil 8: Kalıtmıcıların eğitim düzeyi dağılımı	45
Şekil 9: Kalıtmıcıların medeni durum dağılımı	455
Şekil 10: Kalıtmıcıların çocuk sahibi olma durumu dağılımı.....	466
Şekil 11: Kalıtmıcıların kullandığı sosyal medya araçları durumu dağılımı	477

GİRİŞ

İnternetin sırasıyla; evimize, cep telefonumuza ve hayatımıza girmesiyle birlikte insanın doğasında olan paylaşma ve sosyalleşme davranışları son yıllarda farklı boyutlara ulaşmıştır. Bununla beraber internet ortamında sanal bir alem oluşmuş ve sosyal paylaşım siteleri kurulmaya başlanmıştır. Gün geçtikçe de bu sitelerin geneli için “sosyal medya” ifadesi kullanılmaya başlanmıştır. Bireyler internet aracılığıyla kullandıkları sosyal medya hesaplarında birbirleriyle iletişime geçip sosyal paylaşımlarda bulunabilmekte ve hem gündemi hem de takipçilerinin yaptığı paylaşımları görüp birbirlerinden haberdar olabilmektedirler.

Sosyal medyanın içinde pek çok aktiviteyi bulundurması, insanların birbirleriyle iletişim kurmalarını ve paylaşımda bulunmalarını çok kolay bir hale getirmesi, kullanıcılar tarafından eğlenceli bulunması, evrensel olması ve kullanmak isteyen her insanı ayırm yapmadan kabul etmesi gibi özellikleri, onu özellikle son yıllarda çok popüler hale getirmiştir. Sosyal medyanın bu özellikleri insanlar tarafından çok fazla tercih edilmesini sağlamakta ve bunun sonucunda da insanları etkileyebilme gücüne erişmesine olanak sağlamaktadır. İçinde bulunduğumuz mevcut durum ve yapılan araştırmalar da bunu destekler niteliktedir. Hal böyle olunca insanlar sosyal medyayı hayatlarının içine daha fazla sokmaya başlamışlardır.

Günümüzde sosyal medyayı her yaştan insan kullanıyor olsa da genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımının dikkat çekecek şeklide sık görüldüğü bilinmektedir. Bunun nedenlerinden birkaçı olarak genç yetişkinlik döneminde olan bireylerin içinde bulundukları yaşam döneminin ihtiyacı olarak diğer bireylere göre ilişki kurma, arkadaşlık, prestij kazanma ve kendini gerçekleştirme gibi ihtiyaçları daha derinden hissetmeleri ve bu ihtiyaçları sosyal medya kullanarak karşılamaya çalışmaları, bununla beraber teknolojinin içinde doğmaları, o ortamda büyümeleri ve dolayısıyla bu ortama aşina oldukları için kolay uyum sağlamaları söylenebilir. Bundan dolayı genç yetişkinlerin sosyal medyayı aktif olarak kullandıkları ve bunun sonucunda da karşılaştıkları sosyal medya paylaşımlarına göre bir konuda kolayca tutum oluşturabildikleri görülmektedir.

Tüm bunların ışığında içinde bulunulan durum araştırmacıyı genç yetişkinler ile çalışma yönünde teşvik edici olmuştur. Bunun devamı olarak yine son zamanlarda sosyal medyada polis-halk arasında yaşanan bazı tatsız olaylar ve tartışmalarla ilgili paylaşımların yapıldığı gözlemlenmektedir. Araştırmacı tarafından bu durumun, sosyal medyayı en çok kullanan yaş gruplarından olan genç yetişkinlerin polise yönelik tutumlarını etkileyebileceği düşünülmektedir.

Emniyet teşkilatı sosyal ve aynı zamanda insanların güvenliklerini sağlamakla, onları korumakla sorumlu bir teşkilat olduğundan dolayı vatandaşların gözündeki imajı, konumu ve vatandaşların polise karşı sergilediği olumsuz veya olumlu tutumlar önem arz etmektedir. Bunun için genç nüfus oranı fazla olan ülkemizde genç yetişkinlerin polise yönelik tutumlarını görebilmek ve bunu sosyal medya kullanım düzeyi ile ilişkilendirebilmek önemli bir husustur. Böylece hem söz konusu kurumun verdiği hizmet açısından bazı çalışmalar yapılabilecek hem de toplumda oluşan tutuma göre farkındalık yaratacak bazı çalışmaların önü açılacaktır.

Bu kapsamda yapılan araştırmanın sınırlarını belirlemek için bir temel problem cümlesi belirlenmiş ve bundan hareketle yedi alt problem ele alınmıştır. Araştırmanın problem cümlesi; *İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerde sosyal medya kullanım düzeyinin polise yönelik tutumlarını nasıl etkilediği* şeklinde belirlenmiştir. Araştırmanın bu temel probleminden hareketle aşağıda belirtilen alt problemlere cevap aranmıştır. Söz konusu alt problemler kısaca şunlardır:

1. Sosyal medya bağımlılık düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
2. Polise yönelik tutum algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
3. Sosyal medya bağımlılığı ile genç yetişkinlerin polise yönelik tutum algıları arasında ilişki var mıdır?
4. Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin polis imajı algıları arasında ilişki var mıdır?
5. Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin sevgi-korku algıları arasında ilişki var mıdır?

6. Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin polislik mesleği algıları arasında ilişki var mıdır?
7. Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin güven-iletişim algıları arasında ilişki var mıdır?

Belirlenen temel ve alt problem cümleleri değerlendirmeye alındığında araştırmanın amacı; *İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım düzeylerini tespit etmek, bu durumun polise yönelik tutumlarını ne derece etkilediğini ortaya koymak ve böylelikle bazı güncel polis-halk olaylarını daha sağlıklı yorumlayabilmektir.* Araştırma kapsamında katılımcıların demografik özellikleri dikkate alınarak demografik özellik ile sosyal medya kullanım düzeyinin polise yönelik tutumu ne yönde etkilediği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmadan elde edilen verilerle İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinler için sosyal medya kullanımının önemi ortaya çıkarılıp bunun olumlu ve olumsuz açılardan değerlendirilmesi yapılmıştır. Çünkü sosyal medyanın genç yetişkinlerde herhangi bir konu ile ilgili bir tutum oluşturmalarına sebep olacak düzeyde etkili olduğu bilinmektedir. Ayrıca polis-halk arasındaki anlaşmazlıkların sosyal medyaya ne şekilde yansıdığıyla ilgili bundan sonra yapılacak araştırmaların artmasına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu ve benzer çalışmaların yapılması hem ülkenin hem de toplumun sosyal medya ile olan etkileşimine ve bunun sonuçlarına dikkat çekmesi açısından yararlı olacağı düşünülmektedir. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre farklı alanlarda çalışmalar yapılabilecektir. Bu nedenle söz konusu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. SOSYAL MEDYA

Bu bölümde, sosyal medyanın tanımı ve özelliklerinden, genel olarak sosyal medya kavramından, sosyal medya çeşitlerinden ve Türkiye’de sosyal medya kullanımından bahsedilip bu kavramların teorik altyapısı ve literatür taraması sonucu elde edilen bilgiler aktarılmıştır. Aynı zamanda bu kavramlar birbirleriyle ilişkilendirilmiş ve araştırmanın diğer aşamalarına zemin hazırlanmaya çalışılmıştır.

1.1. Sosyal Medya Tanımı ve Özellikleri

Sosyal medya, “sosyal” ve “medya” olmak üzere iki sözcükten oluşmaktadır. Sosyal kelimesi bireylerin toplumdaki diğer insanlarla iletişim kurması ve onlarla görüşlerini paylaşma konusunda duyduğu ihtiyacı, medya kelimesi ise kurulan iletişimin aracını oluşturmaktadır (Temel, 2019). Aynı zamanda sosyal medya bireyin duygularını ve fikirlerini diğer insanlarla paylaşabileceği sanal bir ortam sağlayan platforma verilen addır (Soyöz Semerci, 2020). Diğer bir deyişle insanların birbirleriyle internet vasıtasıyla kurduğu iletişim ve yaptıkları tüm paylaşımlara genel olarak verilen isme sosyal medya denilmektedir (Kaşıkçı, 2019).

Sosyal medya ile ilgili literatürde birçok tanım bulunmaktadır. Kısaca bu tanımlardan bahsedilecek olursa; *sosyal medyanın* medyaya ilişkin karışık oluşumlar içeren, sanal iletişime farklı bir boyut kazandıran, kullanıcıların birbirlerini haberdar etmeleri sonucu yaygınlaşan bir medya aracı olduğu söylenebilir (Konuk, 2019). Buradan hareketle sosyal medyanın geniş ve karmaşık bir ağ yapısının olduğu ve birbirlerini tanımayan insanların da bir arada bulunmasına imkan sağladığı sonucu çıkarılabilir.

Onat ve Alikılıç (2008), *sosyal medyanın* insanlara birbirleriyle olan hem kişisel hem de profesyonel ilişkilerinin oluşması konusunda yardımcı olduğuna değinmişlerdir. Diğer bir deyişle sosyal medyanın çok boyutlu ve geniş kitlelere hitap edebilen bir yapısının olduğu söylenebilir. Sosyal medyanın bir başka özelliği ise platform içerisinde kullanıcıların hem üretici hem de katılımcı olarak bulunabilmeleridir (Altuntaş, 2020). Bu da bizlere sosyal medyanın kullanıcılar arasında herhangi bir filtreleme yapmadığını ve kullanıcılara da üretici olabilme imkanı verdiğini göstermektedir.

Yüksel, Çini ve Yasak'a (2020) göre, *sosyal medya*; açıklık, katılım, topluluk, konuşma ve bağlılık gibi özellikleri içine alan ve paylaşım açısından sürekli hareket halinde olan bir medya türüdür. Bu doğrultuda sosyal medyanın geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmak ve evrenselleşmek amacıyla çok farklı özellikleri bünyesinde bulunduracak şekilde programlandırıldığı görülmektedir. Aynı zamanda aktif yapısıyla içeriğinde sürekli bir yeniliğin ve sirkülasyonun var olduğu anlaşılmaktadır. Tüm bu özellikler sosyal medyayı kullanma açısından bireyleri teşvik edici olmaktadır. Sosyal medya ile ilgili yapılan bir başka tanımda *sosyal medyanın* web ağından yararlanarak özellikle cep telefonları, tabletler, bilgisayarlar ve televizyonlar aracılığıyla iletişim kanalları ortaya çıkaran bir medya çeşidi olduğu şeklindedir (Gümüşsoy-Uçak, 2019). Buradan hareketle sosyal medyanın farklı cihazlardan yararlanılarak aktif bir şekilde kullanılabilir olduğu ve bu sebeple kullanımının son derece basit olduğu söylenebilmektedir. Bir diğer tanımda ise *sosyal medyanın* bireyleri sanal alemde birleştiren ve web tabanından yararlanan bir internet hizmeti olduğundan bahsedilmektedir (Ayman, 2019).

Literatür araştırması sonucu yapılan tanımlar değerlendirilecek olursa; genel olarak internet ortamında diğer insanlarla iletişime geçilebilen, paylaşımlarda bulunulabilen, çeşitli aktiviteler yapılabilen ve farklı konularla ilgili bilgi edinilebilen platforma sosyal medya denilmektedir. Aynı zamanda tanımlamalarla birlikte verilen sosyal medyaya dair özellikleri de toparlamak gerekirse; Yüksel, Çini ve Yasak'ın (2020) çalışmalarında yaptıkları tanıma göre sosyal medyanın; katılımcılık, açıklık, konuşma, topluluk ve bağlanabilirlik olmak üzere beş çeşit özelliği vardır.

- i. *Katılımcılık*: Sosyal medya katılımcı sayısını arttırmak için bünyesine katılmak isteyenleri destekler ve cesaretlendirir. İlgilenen ve katılımcı olan kişilerden geri dönüt alır ve onları teşvik eder.
- ii. *Açıklık*: Sosyal medya katılımcılara oy verme, yorum yapma ve değerlendirme konularında destekleyici davranır. Genellikle bir şifre veya filtreleme uygulamaz. İletişime açıktır.
- iii. *Konuşma*: Geleneksel medya katılımcılara konuşmanın olmadığı tek yönlü bir akışı sağlarken, sosyal medya konuşmanın olduğu iki yönlü bir bilgi akışı sağlar.

- iv. *Topluluk*: Sosyal medya bünyesinde toplulukların bulunmasına izin verir. Onların birbirleriyle ve başkalarıyla paylaşımlarda bulunmalarına olanak sağlar.
- v. *Bağlanabilirlik*: Sosyal medya diğer sitelere bağlanılabilinmesi için kullanıcılara link verilmesini sağlar. Böylece diğer sitelerle de bağlantı kurar. Bağlantılı olduğu sitelere yapılan geri bildirimleri değerlendirir ve onlardan faydalanmaya çalışır.

Bu özellikler sosyal medyanın ilgi görmesinde ve geleneksel medyaya göre daha çok tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadırlar.

1.2. Sosyal Medya Kavramı

İnsanlar doğası gereği sosyal varlıklardır. Buna bağlı olarak paylaşma, beğenilme, ilgi görme, merak etme, araştırma, öğrenme, saygı görme ve farklı insanlarla arkadaşlıklar kurma gibi ihtiyaçları olabilmektedir. Önceleri bu ihtiyaçların giderilmesi için insanlar tarafından farklı yollar tercih edilse de teknolojinin gelişip internet kavramının hayatımıza girmesi, belli bir zaman sonra ise insanlar için olmazsa olmaz konumuna gelmesi farklı bir yol seçeneğinin oluşmasına olanak sağlamıştır. Sosyal medya kavramı özellikle internetin gelişmesi ve geniş kitlelere hitap etmeye başlamasıyla birlikte insanların hayatlarına girmiştir. Diğer bir deyişle sosyal medya, internetin kullanım düzeyiyle doğru orantılı olarak bir oluşum haline gelmiştir. Bununla ilgili gelinen son noktada insanların sayılan ihtiyaçları gidermek için farklı yollar seçebilme yeteneğine sahip olduğu düşünülse de günümüzde insanların bu ihtiyaçlarını en kolay biçimde karşıladıkları mecralardan birisinin sosyal medya olduğu görülmektedir. Bunun en önemli nedenleri arasında sosyal medyanın bilinen özellikleri ve beklentileri karşılama yönünde tatmin edici olması gösterilebilmektedir. Bu bağlamda bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de internet ve sosyal medya kullanımı hayatın merkezinde bulunmaya başlamıştır (Ceyhan ve Yelpaze, 2017).

Güzel’e (2019) göre iletişim ve paylaşım olguları sosyal medyanın bu denli tercih edilmesinde kilit rol oynamaktadır. Bu olguların günlük sosyal yaşantılarda bile sosyal medyada olduğu kadar hızlı oluşmaması sosyal medyanın ön plana çıkmasına sebebiyet vermektedir. Bununla beraber geleneksel medya denilen oluşum da bu açıdan sosyal medyanın hem gerisinde hem de gölgesinde kalmaktadır. Bu nedenle günümüzde

televizyon, radyo, dergi gibi medya araçlarının yerini, onların işlevlerini fazlasıyla yerine getirebilen sosyal medyanın almaya başladığı görülmektedir (Aksekili, 2020). Çünkü sosyal medya neredeyse sayılan tüm medya araçlarını içinde barındırabilmektedir. Aynı zamanda onların işlevlerini hem daha hızlı bir şekilde yapabilmekte hem de aynı anda birden fazla medya aracının yaptığı işi tek seferde yaparak hizmet verebilmektedir. Bu da bu alanda sosyal medyayı zirvede tutmaktadır. Bu doğrultuda sosyal medyanın bireylerin hayatlarına kolayca giren ve gün geçtikçe de bireyler için önemli hale gelen bir araç olduğu anlaşılmaktadır.

Vural ve Bat (2010), yaptıkları araştırmada sosyal medyanın herkes tarafından erişilebilir, kullanılabilir ve üretilebilir olması, yeniliğe daha açık olması ve değiştirilebilir olması gibi özellikleriyle geleneksel medyadan farklı olduğuna değinmiştir. Günümüzde geleneksel medyanın sosyal medyanın gerisinde kalmasında ortaya çıkarılan bu farklılıkların da etkili olduğu söylenebilir.

Tokatlı Yavuz'a (2019) göre sosyal medyayı aktif kullanmayı etkileyen en önemli etmenler; bilgi alışverişinde bulunabilmek, kendini rahatça ifade edebilmek ve bunları diğer insanlarla paylaşabilmektir. Bunlara ek olarak sosyal medyada insanların vakit geçirebilmeleri için bazı oyunların yer alması, insanların ilgisini çekebilecek ve sürekli kullanıcılar tarafından yapılan geri dönüşlere göre güncellenen aktivitelerin bulunması ve de karşılıklı görüntülü sohbet edebilme imkanının var olması sosyal medyayı aktif kullanmayı etkileyen bazı faktörler arasında sayılabilir.

Yavuz (2020), yaptığı araştırmada sosyal medya kullanım amaçlarının başında haberleşme ve iletişimin geldiğini ancak bununla birlikte iş, eğitim, araştırma, akademik amaçlar, stres, yalnızlık, mutluluk, depresyon başta olmak üzere sosyo-psikolojik/duygusal durumların ifadesi, oyun, eğlence, dinî içeriklere erişim ve dinî içerik yayınlama amacıyla da sosyal medyanın oldukça yaygın kullanıldığına değinmektedir.

Biliciler (2018) tarafından yapılan araştırmada bireylerin sosyal medyayı; (i) güncel olayları takip etmek, (ii) yakın çevrelerinde olup bitenleri takip etmek, (iii) diğer insanlarla iletişim ve etkileşim kurabilmek, (iv) mesajlaşma maksadıyla kullandıkları; aynı zamanda video izlemek, müzik dinlemek, fikir alışverişinde bulunmak, dizi-film izlemek, eğitim, iş, oyun ve iş aramak gibi amaçlarla da kullandıkları görülmüştür. Tüm

bunlar dikkate alındığında insanların genel olarak sosyal medyayı araştırmak, öğrenmek, güncel olayları ve sosyal çevreyi takip etmek, bilgi alışverişinde bulunmak, paylaşmak, kendini rahatça ifade etmek, haberleşmek, iletişim kurmak, eğitim, iş, eğlence ve oyun oynayarak boş vakit geçirmek gibi amaçlarla kullandıkları anlaşılmaktadır.

İnsanların hayatlarının neredeyse her alanına sirayet eden sosyal medyanın birçok olumlu tarafının olması yanında bir o kadar da olumsuz tarafı mevcuttur. Stenely (2019), yaptığı araştırmada sosyal medyanın farklı kaynaklara ulaşmak için öğrencilere ve öğretmenlere geniş olanaklar sağlaması yönünden eğitime olumlu bir etkisinin olduğunu, öğrencilerin derslere adapte olmakta zorlanmalarına neden olduğu için ise olumsuz bir etkisinin olduğunu, iş hayatında daha az harcama ile daha çok tanıtım yapabilme imkanı verdiği için olumlu bir etki sağladığını, aynı zamanda herkesin sosyal medya üzerinde çeşitli kurum, kuruluş veya iş yerleri üzerine iyi ya da kötü yorum yapma özgürlüğüne sahip olduğu için adı geçen iş yerlerinin imajını zedeleyecek eleştirilerde bulunabilmesi açısından olumsuz etki yaratabileceğinden bahsetmiştir. Ayrıca gençler açısından da sosyal medyanın, dünyada olan bitenleri kolaylıkla takip etme ve öğrenme, bunların yanında diğer insanlarla tanışıp iletişim kurabilmenin basit olduğu için kariyer olarak koydukları hedeflere ulaşabilmeleri yolunda kolaylık sağlaması boyutunda olumlu bir etki verebileceği ancak bire bir iletişimin önüne geçtiği ve gençleri gerçek sosyal yaşamdan uzaklaştırdığı için de olumsuz etki verebileceğini eklemiştir. Bu bağlamda sosyal medyanın kullanım sıklığını, insanlar üzerindeki etkilerini ve bireylerin hayatlarında edindiği yeri değerlendirirken çift yönlü düşünmek yararlı olacaktır.

Temel'e (2018) göre sosyal medyanın insanlar üzerinde sosyalleşme ve iletişim kurma, farklı fikirleri keşfetme ve öğrenme, geliştirilmiş öğrenme fırsatı, takım oyunları ve işbirliği, içerik oluşturma ve geliştirme, sağlık bilgilerine ulaşma, teknolojik becerileri artırma gibi olumlu, nefret söylemleri, şiddet görüntüleri, siber zorbalık, siber takip, siber istismar, kıyaslama ve kıskançlık, haddinden fazla paylaşım, gelişmeleri kaçırma korkusu, duygusal etkiler, sosyal güvensizlik, kişilerarası beceri eksikliği, kimlik hırsızlığı gibi de olumsuz etkileri mevcuttur.

Tüm bunlara bakıldığında sosyal medyanın olumsuz yönlerinin olumlu yönlerinden aşağı kalır yanının olmadığı hatta bazı araştırmalarda sosyal medyanın olumsuz

yönlerinin olumlu yönlerinden daha fazla bahsedildiği görülmektedir. Sosyal medya platformu herhangi bir denetim mekanizmasına tabi olmadığı için bu mecraayı farklı amaçlarla kullanmak isteyen kullanıcıların saldırılarına da açıktır (Bilen, 2019). Bu nedenle sosyal medya kullanıcılarının gelen her isteğe ve davete yanıt vermemeleri, içerikler ve paylaşımlar hakkında yaptıkları yorumlara dikkat etmeleri, anormal bir durumla karşılaştıklarında gerekli yerlere şikâyetle bulunmaları önem arz etmektedir.

1.3. Sosyal Medya Çeşitleri

Sosyal medyanın pek çok farklı çeşidi bulunmaktadır. Her bir çeşidin insanların ihtiyaçlarına ve taleplerine yönelik ortaya çıktığı görülmektedir. Bu doğrultuda her insan ihtiyacını en iyi karşılayan, işine en çok yarayan ve onu en çok eğlendiren sosyal medya türünü diğerlerine göre daha fazla kullanmaktadır. Bu araştırmada sosyal medya çeşitlerinden ziyade ülkemizde en çok kullanılan; (i) Youtube, (ii) Facebook, (iii) Instagram, (iv) Whatsapp, (v) Twitter üzerinde durulacaktır.

1.3.1. Youtube

Youtube, kullanıcıların üye olmadan video izleyebildikleri, üye olduktan sonra da içerisine video ekleyebildikleri ve ekledikleri videoları istedikleri zaman gizli tutup istedikleri zaman bütün kullanıcıların izleyebileceği hale getirebildikleri bir sosyal medya çeşididir. Şu an dünyada ve ülkemizde en çok ziyaret edilen sosyal medya mecralarından biridir. Üç Amerikalı tarafından 2005 senesinde hazır hale getirilmiş ve sonrasında 2006 senesinde Google'a satılmıştır (Bor, 2018).

Çakmak'a (2014) göre Youtube'daki videoların ilgi görmesi ve izlenmesi için yüklenen videoların *eğlenceli*, *bilgi verici* ve *eğitici* olması olmak üzere üç temel özellikten en az birini sağlaması videoların izleyici bulma olasılığını yüksek seviyelere çıkarmaktadır. Bunun farkına varıp bu kriterlere dikkat eden video yükleyicileri izleyici bulma açısından daha başarılı olmakta ve bazıları bundan maddi gelir elde edebilmektedirler. Bununla birlikte siteye video eklemek isteyen kullanıcılar her istedikleri videoyu yükleme serbestliğine sahip değildirler. Siteye yüklenen videolar yetkililer tarafından kontrol edildikten sonra eğer uygun görülmezlerse siteden

kaldırılmaktadırlar (Çelik, 2020). Aynı zamanda siteye yüklenen dizi ve filmlerde de gerekli izinlerin ve telif hakkının alınmış olması şartı aranmaktadır.

1.3.2. Facebook

Facebook, kullanıcıların fotoğraf, video ve yazı yoluyla bir profil oluşturabildikleri, bu profil vasıtasıyla diğer kullanıcılarla sanal arkadaşlık kurabildikleri ve onlarla iletişime geçebilme imkanlarının olduğu ücretsiz kullanılan bir sosyal medya çeşididir. Tüm dünyada ve halihazırda ülkemizde çok kullanılmaktadır. Harvard Üniversitesinde öğrenci olan Mark Zuckerberg'in arkadaşlarıyla birlikte Şubat 2004'te kurdukları Facebook, 2006 yılından beri dünya genelinde yoğun olarak kullanılmakta ve ilgi görmektedir (Abdülmecid, 2020).

Facebook'un kullanıcıların oluşturdukları profillerde kendileriyle ilgili bilgileri, fotoğrafları, videoları veya belli başlı konularla ilgili görüşlerini paylaşabildikleri bir arkadaşlık sitesi olması onu tercih edilir bir sosyal medya aracı olarak ön plana çıkarmıştır. Çünkü bu özellikleriyle kullanıcılar Facebook'da kendilerini diğer insanlara görünmek istedikleri gibi gösterebilmekte ve düşüncelerini özgürce ifade edebilme fırsatı yakalamaktadır.

Kurt'a (2019) göre Facebook'un resim ve video paylaşabilme, çeşitli uygulama, etkinlik ve oyunları bünyesinde bulundurma, herhangi bir konuda not yazıp paylaşabilme, reklam alma, kullanıcılar arasında grup oluşturabilme ve sohbet edebilme imkanını tanınması gibi özellikleri kullanıcıların yeni insanlarla tanışma ve zaman geçirme düşünceleri, kendilerini ifade edebilme ölçütleri veya öğrenim amaçlı kullanım hedefleriyle uyuşması Facebook'un tercih edilmesinde belirgin rol oynamaktadır.

Bununla beraber Facebook'un yapılan güncellemelerle kendini sürekli geliştirmekte olduğu ve diğer sosyal medya araçlarının gerisinde kalmamaya gayret ettiği görülmektedir. Ayrıca Facebook'un mobil cihazlarda da açılabiliyor olması ve bu sayede her zaman, her mekanda aktif olarak kullanılabilmesi, dilendiğinde profilin gizli konuma getirilebilmesi onu farklı kılan noktalardandır (Çoban, 2019). Bu çerçevede değerlendirildiğinde bu kadar çok tercih edilen Facebook'un bununla doğru orantılı olarak çok fazla maddi gelire sahip olduğu görülmektedir.

1.3.3. Instagram

Instagram, kullanıcıların fotoğraf ve video ekleyebildikleri, sitede yer alan diğer video veya fotoğrafları beğenebildikleri ve yorum yapabildikleri, diğer kullanıcılarla mesajlaşabilme ve görüntülü konuşabilme özelliğinin bulunduğu, kullanımı basit ve ücretsiz olan bir sosyal medya çeşididir. Instagram'da Youtube ve Facebook gibi hem dünyada hem de ülkemizde çok geniş bir kullanıcı kitlesine sahiptir. Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuş, 2010 yılında sanal aleme giriş yapmış ve daha sonrasında ise Facebook'a satılmıştır (Koçoğlu, 2020).

Instagramı diğer sosyal medya araçlarından ayıran farklı özellikleri mevcuttur. Bunlardan birisi kullanıcılarının değişik filtreler kullanarak fotoğraflarda düzenleme yapılabilmesine imkan sağlayabilmesi ve kullanıcılarına görüntüleri üzerinde denetim sahibi olabilme şansı tanımasıdır (Yılmaz, 2020). Aynı zamanda kullanıcılar filtreleme ve düzenleme yaptıkları fotoğraflarını aynı zamanda diğer sosyal medya mecralarında kullanabilme veya telefonlarına kaydedebilme seçeneklerine sahiplerdir.

Türkel'e (2020) göre başka bir özellik; yapılan paylaşımlara "hashtag" eklenmesi ve böylelikle diğer kullanıcıların yapılan paylaşıma daha rahat ulaşabilmeleridir. Bunların dışında Instagramın yeni nesil televizyon olarak tanıtılan "IGTV" isimli bir uygulaması vardır. Bu uygulamayla kullanıcılar uzun süreli videoları, filmleri ve dizileri Instagram üzerinden izleyebilmektedirler. Yine bunlara ek olarak Instagram içeriğinde bulunan "hikaye" özelliği ile kullanıcılar sadece kendi hesaplarında kayıtlı olan takipçilerinin görebilecekleri şekilde sadece 24 saatliğine sitede yer alan ve 15 saniye süren kısa süreli video veya resimlerini paylaşabilmektedirler. Daha sonra ise hikayelerini takipçileri arasından kimlerin izlediğini görebilmektedirler. Sayılan bu özellikleri Instagramı diğer sosyal medya çeşitlerinden ayırmaktadır.

1.3.4. Whatsapp

Whatsapp, kullanıcıların diğer insanlarla sesli ve yazılı biçimde mesajlaşabildikleri, isterlerse sesli isterlerse de görüntülü şekilde konuşabildikleri, birbirlerine resim ve video gönderebildikleri bir iletişim aracı, aynı zamanda da bir sosyal medya çeşididir. Whatsapp'ı indirmek ve bir yıl süreyle denemek ücretsizdir. Ancak

sonraki sürelerde üyeliğini devam ettiren üyelerden yıllık 1 dolar gibi bir ücret tahsil edilmektedir. Tüm dünyada ve ülkemizde çok yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Günümüzde büyük şirketlerde, iş yerlerinde ve hatta kamu kurumlarında bile haberleşme çoğu zaman Whatsapp üzerinden olmaktadır. Whatsapp, Jan Koum ve Brian Acton tarafından 2010 senesinde ABD'ne bağlı Kaliforniya eyaletinde kurulmuş, ardından 2014 senesinde Facebook'a satılmıştır (Karakuş, 2019).

Whatsapp, sunduğu mesajlaşma ve ücretsiz konuşma olanaklarının dışında karşı tarafa resim, video, belge ve konum yollayabilme imkanlarını da kullanıcılarına sağlayan bir uygulamadır.

Yaşar (2020), yaptığı araştırmada Whatsapp'ın reklam bulundurmaması, ücretsiz olması, kullanımının kolay olması, telefon rehberinde kayıtlı olan kişilerin otomatik olarak Whatsapp'ın kendi rehberine geçirilerek mesajlaşma ve konuşma imkanının tanınması, karşı tarafa gönderilen mesajların alıcıya ulaştığını veya ulaşmadığını gösterirken aynı zamanda karşı tarafın gönderilen mesajı okuyup okumadığını “mavi tık” özelliğiyle kullanıcının takip edebilmesine imkan sağlaması gibi özellikleri sayesinde diğer sosyal medya araçları arasında ön plana çıktığından bahsetmektedir.

Whatsapp'da aynı Instagram'daki “hikaye” özelliğinin işlevini gören “durum” özelliği de mevcuttur. Yani kısaca Whatsapp'ın iletişimle ilgili temel işlevleri dışında kullanıcılara fotoğraf, video, dosya, konum gibi verileri birbirleriyle karşılıklı olarak paylaşabilme olanağı sağlaması ve aynı zamanda ücretsiz olması onun bu kadar çok tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır (İzci, 2019).

1.3.5. Twitter

Twitter, kullanıcıların oluşturdukları profillerde yazılı olarak paylaşımlarda bulunabildikleri, fotoğraf ve video ekleyebildikleri, sitede yer alan diğer video, fotoğraflar veya gönderileri beğenebildikleri ve yorum yapabildikleri, diğer kullanıcılarla mesajlaşabilme özelliğinin bulunduğu, kullanımı basit ve ücretsiz olan bir sosyal medya çeşididir. Twitter'da sayılan diğer sosyal medya araçları gibi hem dünyada hem de ülkemizde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Günümüzde insanların Twitter'ı genellikle gündemden haberdar olmak için kullandıkları görülmektedir. Çünkü bu

platformda yakın zamanda vuku bulan olaylar ve sosyal yaşantıdaki değişiklikler çok çabuk yankı bulmaktadır. Öyle ki resmi kurumlar, siyasiler, sanatçılar olmak üzere toplum için önemli yere sahip kişilikler bile artık resmi açıklamaları ilk önce Twitter'dan yapmaktadırlar.

2006 yılında kullanılmaya başlanan Twitter, takipçi sistemiyle çalışmakta ve kullanıcıların görüşlerini yansıtmaları için yaptıkları paylaşımlara “Tweet” adı verilmektedir (Hasanoğlu, 2019). Kullanıcılar isteklerine göre her konuda 140 karakteri aşmayacak şekilde tweet atabilmektedirler (Emir, 2019).

Ünür'e (2016) göre Twitter'ın günümüzde ön planda olan sosyal medya çeşitlerinden biri olmasının nedenleri, diğerlerine göre kolay güncellenmesi, yüzlerce kullanıcıyı takip etme şansı tanınması, olayları oldukları andan itibaren hızlı bir şekilde takip etme imkanı tanınması ve herhangi bir konuda atılan bir tweetle eş zamanlı olarak birçok kişiye ulaşma olasılığının bulunuyor olmasıdır. Ayrıca Instagram'da bulunan “hashtag” özeliği Twitter'da da mevcuttur. Bu özellik sayesinde yapılan paylaşımlar aynı anda çok daha fazla kişiye erişebilmektedir. Bu da Twitter'ı sanal alemde güçlü bir hale getirmektedir. Günümüzde insanlar bir konuya dikkat çekmek veya farkındalık yaratmak için bile sosyal medyanın gücünden yararlanmakta ve çeşitli paylaşımlar ve etkinliklerle gündemi belirleyebilmektedirler. Bunu yapmalarına imkan sağlayan en önemli araçlardan biri de Twitter'dır.

1.4. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal medya ülkemizde kullanıcılar tarafından çok aktif kullanılan bir platformdur. Öyle ki kimi zaman gündem bile sosyal medyaya göre şekillenmektedir. Kullanıcılar mesajlara, gönderilere veya paylaşımlara ulaştıktan sonra onları diğer kullanıcılarla paylaştıklarında haberin dolaşımdaki gücü daha net ortaya çıkmaktadır (Güleç, 2019). Bu sebeple sosyal medyada gündeme dair haberler ve yeni gelişmeler çok hızlı yayılmaktadır. Resmi kurumlar, siyasiler, büyük şirketler, sanatçılar ve sporcular da dahil önemli açıklamaları, bilgilendirmeleri ve gündemle ilgili paylaşımlarını sosyal medya aracılığıyla yapmaktadır. Hal böyle olunca sosyal medyanın ülkemizdeki yeri ve konumu yadsınamaz bir hale gelmektedir.

Sosyal medya tüm dünyada kullanıcılarının artması sebebiyle devamlı gelişim ve yenilik göstermekte, gösterilen bu gelişim aktif kullanıcı sayılarını ve yoğun kullanım düzeylerini sürekli arttırmaktadır (Özek, 2019). Bu durum sosyal medyanın Türkiye'deki kullanım düzeyini de etkilemektedir.

We Are Social (2020) raporlarına göre; Türkiye'de 54 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve bu Türkiye nüfusunun %64 ünü oluşturmaktadır (Şekil 1).



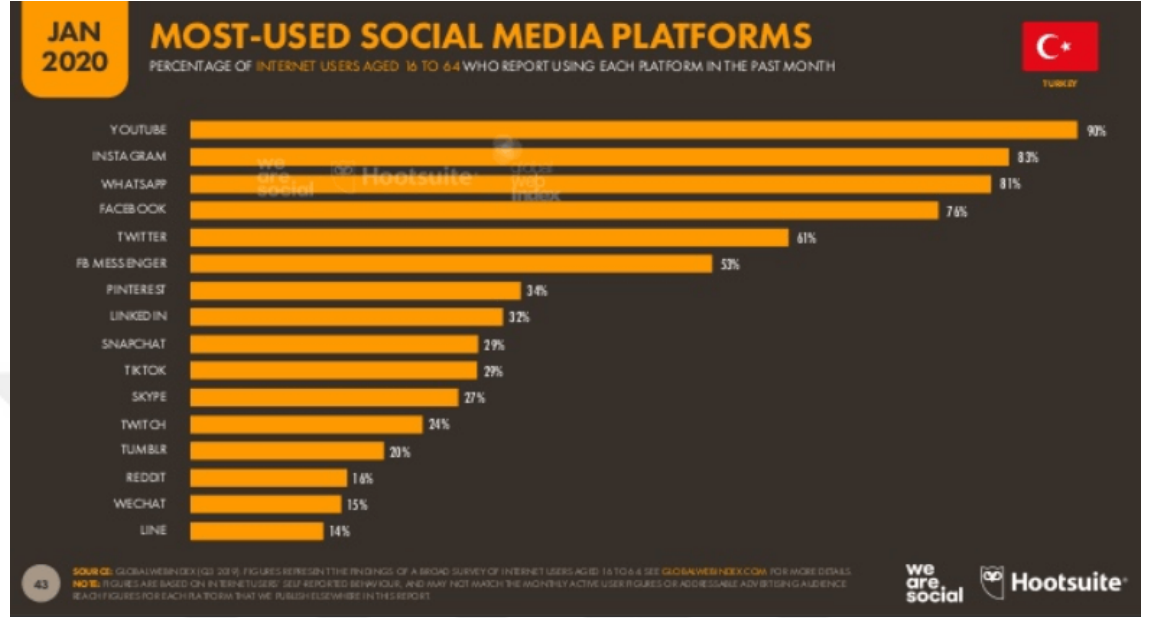
Şekil 1: Sosyal medya, internet ve mobil kullanım verileri: 2020

We Are Social (2020) raporlarına göre; Türkiye'de sosyal medya kullanıcı sayısı geçtiğimiz yıla göre 2,2 milyon artarak %4,2 oranında büyümüştür (Şekil 2).



Şekil 2: Sosyal medya, internet ve mobil kullanım verileri büyüme oranları: 2020

We Are Social (2020) raporlarına göre; Türkiye’de en fazla kullanılan ilk beş sosyal medya aracı olarak Youtube (%90) ilk sırayı almakta, onu sırasıyla Instagram (%83), Whatsapp (%81), Facebook (%76), Twitter (%61) takip etmektedir (Şekil 3).



Şekil 3: En sık kullanılan sosyal medya araçları: 2020

Tüm bu veriler ışığında değerlendirildiğinde ülkemizde sosyal medya kullanım oranının üst düzeylerde olduğu görülmektedir.

2. GENÇ YETİŞKİNLİK

Araştırmanın bu bölümünde genç yetişkinliğin tanımından, özelliklerinden ve genç yetişkinlik döneminde sosyal medya kullanımından bahsedilip bu kavramların teorik altyapısı ve literatür taraması sonucu elde edilen bilgiler aktarılmıştır. Aynı zamanda bu kavramlar birbirleriyle ilişkilendirilmiş ve araştırmanın diğer aşamalarına zemin hazırlanmaya çalışılmıştır

2.1. Genç Yetişkinlik Tanımı ve Özellikleri

Genç yetişkin, ergenliğin son döneminden başlayarak orta yaşlara kadar ilerleyen, yaşam dönemleri arasında en hızlı değişimin görüldüğü, kişinin iş bulma, eş seçme, çeşitli sosyal grupların içine girme ve farklı kişilerle ilişki kurma gibi yaşamının temelini oluşturan etkenleri içinde bulunduran dönemi yaşayan bireydir (Akça, 2012).

İnsan hayatı boyunca çeşitli yaşam dönemlerinden geçen bir varlıktır. Buna bağlı olarak insan yaşam boyu gelişim halindedir. Her yaşam döneminin ise belirli özellikleri ve birey tarafından karşılanması gereken ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçlar karşılanmadıkça birey bir sonraki yaşam dönemine geçmekte güçlük çekebilir. Bir yaşam döneminden diğerine geçerken yaşanan bir eksiklik ve gerektiği gibi karşılanmayan bir ihtiyaç bireyin tüm hayatına etki edebilir. Birey bu ihtiyacını fırsat bulduğu her anda karşılamak ister ancak karşılamaya çalıştığı ihtiyaç içinde bulunduğu yaşam döneminin gerekliliklerine ters düşebilir. Bu durumda insan hayatında bazı olumsuzluklar oluşabilir. Bu bakımdan insanın yaşam dönemlerinin ve bu dönemlerin gerekliliklerinin bilinmesi insanın psikolojik olarak kendini gerçekleştirebilmesi ve sağlıklı bir birey olabilmesi açısından önemlidir. Genç yetişkinlik dönemi de bu yaşam dönemlerinden birisidir.

Genç yetişkinlik dönemi ergenlik dönemi ile yetişkinlik dönemi arasında kalan bir dönemdir. İkisinin arasında geçişi sağladığı için birey için son derece önemli bir yaşam dönemidir. Genç yetişkinlik dönemi için bazı gelişim psikologları birbirinden farklı yaş aralıkları belirlemiş olsalar da genel olarak yapılan araştırmalarda genç yetişkinlik döneminin 18-40 yaşlarını kapsayabildiği görülmektedir. Bu yaş aralığı bireyin psikososyal durumu ve yaşadığı sosyal çevrenin özelliklerine göre kişiden kişiye değişebilmektedir. Bu bağlamda genç yetişkinlik döneminin pek çok etmenden etkilenen

bir dönem olduğu ve bunun için hakkında genel bir tanımın yapılmasının bir hayli zor olduğu anlaşılmaktadır (Karabina, 2018).

Arıkan'a (2019) göre genç yetişkinlik dönemi, ergenlik döneminden başlayıp 30 yaşına kadar devam eden, bireylerin birçok sosyal değişimle karşı karşıya kaldıkları ve bu değişimlere ayak uydurabilmek için farklı sıkıntılar yaşadıkları, özellikle ebeveynlerden ayrılma konusunda yoğun bir ikilemin yaşandığı bir dönemdir. Bireyin bu sıkıntıları başarılı bir şekilde aşabilmesi son derece önemlidir.

Sumbas (2020), yaptığı araştırmada genç yetişkinlik döneminin bireylerden diğer insanlarla yakın ilişki kurulmasının beklendiği bir dönem olduğundan, üniversite dönemini de içine alması sebebiyle başka şehirlerde üniversite öğrenimi gören öğrencilerin ailelerinden ayrılmak durumunda kaldıkları ve bunun için yalnızlık duygusunu yaşadıklarından, bunun devamında da yakın arkadaşlıklar ve ilişkiler kurmak veya aileleriyle olan ilişkilerini daha nitelikli hale getirmek istedikleri için bu yaşam döneminde yakınlık kurma açısından karşılaşılan başarısızlığın, yalıtılmışlık veya yalnızlıkla son bulduğundan bahsetmektedir.

İçinde yaşadığımız dönemde genç yetişkinlerden beklentiler geçmiş döneme göre farklılıklar göstermektedir. Bu bağlamda genç yetişkinlerin hem günümüzün şartlarına ayak uydurup hem içinde bulundukları yaşam döneminin ihtiyaçlarını karşılamakta güçlük çektikleri gözlemlenmektedir. Geçmiş zamanlarda lise öğrenimini bitiren bireyler bir aile kurup çocuk sahibi olarak yetişkin yaşamına girerken, şimdiki zamanda ise eğitime verilen kıymetin artmasıyla bireyler öncelikle iyi bir maddi geliri olan bir işe girdikten sonra aile yaşamına adım atıp çocuk sahibi olarak bu gelişim adımını daha ileri yaşlara ötelemektedirler (Gönül, 2008).

Bu durum bireyin diğer yaşam dönemlerini de etkilemekte, böylece bireyin yetişkinlik döneminin özelliklerini tam olarak yansıtamadıkları gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda genç yetişkinlik döneminde bireylerin aile, iş ve ekonomi gibi kulvarlarda farklı beklentilerin ve gelişimsel vazifelerin olması nedeniyle bir sonraki yaşam dönemi olan yetişkinlik dönemine girmeye hazırlık yaparken sosyal kaygı yaşayabilecekleri ve bunun olumsuz etkilerini hissederek içinde bulundukları dönemin kazanımlarına erişmede zorluk çekebilecekleri söylenebilmektedir (Çalışkan, 2018).

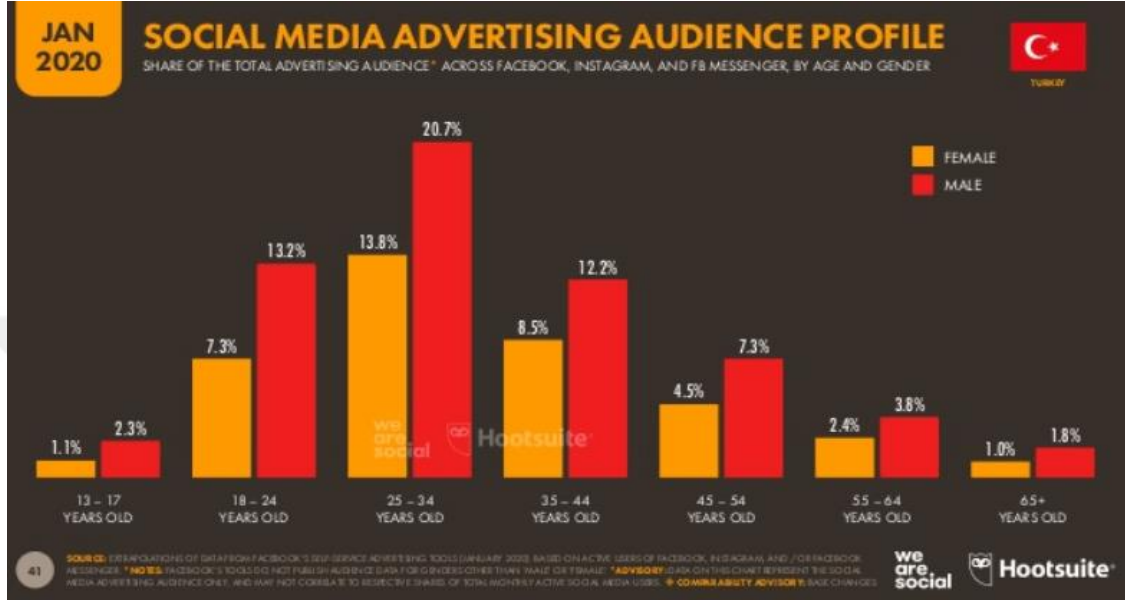
Sonuç olarak tüm bunlar dikkate alındığında genç yetişkinlik döneminin ergenlikten yetişkinliğe geçiş dönemi olarak ifade edilen, bu süreçte hem süreklilik hem de değişimin ön planda olduğu, liseden üniversiteye geçiş sürecini kapsadığı için aileden ayrılma sürecinin yaşandığı ve hem arkadaşlık hem de romantik ilişkiler bakımından yakınlık duygusunun üst düzeyde yaşandığı, hem iş hem akademik hem de sosyal yaşantıda yaratıcılığın arttığı, bağımsızlık kazanma duygusunun etkisiyle yalnız yaşama isteğinin oluştuğu ve bu sebeple bireylerin kendini yalnız hissedebildiği ya da bunun tam tersi olarak bireylerin yaşam biçimi olarak birlikte yaşamak veya evlenmeyi istemeleri, yeni bir yaşam alanı oluşturmaları ve ebeveyn olmayı tercih etmeleri üzerine yeni sorumluluklar almayı seçtikleri bir yaşam dönemi olduğu söylenebilir (Santrock, 2010).

2.2. Genç Yetişkinlikte Sosyal Medya Kullanımı

Genç yetişkinlik dönemi bireylerde hem sosyal hem de romantik ilişkilerde yakınlığın, yetiştiği aileden ayrılıp kendine yeni bir aile kurmanın ve iş yaşamına verilen önemin arttığı bir dönemdir. Bu dönemde yaşanan olumsuzluklar bireyde bazı krizler yaratabilir. Bunun üstesinden gelebilen bireyler güvenilir bir biçimde sevgi alışverişinde bulunma gücüne sahip olurken bunun tam tersi olan durumda bireyler diğer insanlarla dostluk kurma bakımından zorluk çeken, kendini psikolojik bir yalnızlığın içerisinde bulan, bunun beraberinde de kendini toplumdan soyutlanmışlık ve terk edilmişlik duygularını derinden hisseden kişiler haline gelebilirler (Gürses ve Kılavuz, 2011).

Bu süreçleri atlatabilmek için bireyler çoğu zaman paylaşma duygusu içerisine girerler ve bunu yoğun olarak yaşarlar. Bu duygunun temelinde bireylerin ergenlik döneminde oluşturdukları kimliklerini başka bir kimlikle birleştirme isteği bulunmaktadır. Bu da genel olarak evlilik ve yakın arkadaşlık ilişkileriyle açıklanabilmektedir. Bu kapsamda bu yaşam dönemindeki bireyler duygularını ve hislerini başkalarıyla paylaşmak isteyebilmektedirler. Bireyler bu dönemde paylaşımda bulunacağı kimseyi bulamayıp yalnızlık duygusuna kapılırlarsa yüksek boyutta ödülenme mücadelesine girebilirler. Bunun sonucu olarak da günümüzde görülen en önemli belirtilerden biri sosyal medya kullanım düzeyidir.

We Are Social'a (2020) göre; Türkiye'de en çok sosyal medya kullanan yaş aralığı %34,5 ile 25-34 yaş aralığı, ondan sonra ise birbirine çok yakın değerler olarak %20,7 ile 35-44 yaş aralığı ve %20,5 ile 18-24 yaş aralığı birlikte erkeklerin kadınlardan daha fazla sosyal medya kullandıkları anlaşılmaktadır (Şekil 4).



Şekil 4: Sosyal medya kullanıcısı yaş dağılımı: 2020

Buradan hareketle ülkemizde yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım oranlarının yüksek olduğu ve Türkiye'de sosyal medya kullanan tüm bireylerin 5 de 1'ini oluşturdukları söylenebilmektedir.

3. POLİS

Araştırmanın bu bölümünde polisin tanımından, genel olarak polis kavramından, polis-halk ilişkisinden ve sosyal medya kullanımı ve polise yönelik tutumdan bahsedilip bu kavramların teorik altyapısı ve literatür taraması sonucu elde edilen bilgiler aktarılmıştır. Aynı zamanda bu kavramlar birbirleriyle ilişkilendirilmiş ve araştırmanın diğer aşamalarına zemin hazırlanmaya çalışılmıştır

3.1. Polisin Tanımı

Devlet olma amacıyla var olmuş toplumlarda halkın güvenliğinin ve düzeninin sağlanması devletin temel görevlerinden biridir. Bu görev devletin kendisi kadar eskidir. Buna bağlı olarak devletler bu görevlerini polis teşkilatları vasıtasıyla yerine getirmektedirler. Bu teşkilatın mensuplarına da genel olarak *polis* denilmektedir. Polis, görevli olduğu bölgede vatandaşların huzurunu ve güvenliğini temin edip malını, canını, ırzını koruyan, suçun önlenmesini sağlayan ve suçlu ile mücadele eden, aynı zamanda kamunun düzen ve huzurunu da gözeten görevli kolluk kuvvetidir (Ünver, 2008).

Polis, en temel tanımıyla şehirde kamu düzenini, halkın huzurunu ve güvenliğini sağlayan, devlete bağlı çalışan, silahlı görev yapan bir teşkilattır. Bu teşkilat, Emniyet Genel Müdürlüğü'nün internet sitesindeki bilgiye göre 10 Nisan 1845 yılında kurulmuştur. Polis teşkilatının en temel görevi ise kanunların uygulanmasını sağlamak, uymayanları ise adalete teslim etmek veya kanunların emrettiği şekilde gerekli cezai işlemi tanzim etmektir. Yani suçun ve hukuka göre kabahatin bulunduğu her yerde polis vardır. Bu kapsamda polis çok geniş bir kavramdır ve birçok tanımı yapılabilmektedir.

Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu'na (1934) göre polis; “*Polis, asayişî amme, şahıs, tasarruf emniyetini ve mesken masuniyetini korur. Halkın ırz, can ve malını muhafaza ve ammenin istirahatini temin eder. Yardım isteyenlerle yardıma muhtaç olan çocuk, alil ve acizlere muavenet eder. Kanun, Cumhurbaşkanlığı kararnameleri ve ilgili mevzuatın kendisine verdiği vazifeleri yapar*” şeklinde tanımlanmıştır. Bu kanun polisin yetkilerini aldığı en önemli kanundur.

Karal'a (2019) göre *polis*; yasama, yürütme ve yargı kollarının aldıkları kararların halk tarafından uygulanmasını sağlamakla görevli, aynı zamanda halkın huzurunu, can ve mal güvenliğini temin eden ve kanunların üstünlüğünü benimseyen, kamu düzenini bozmaya çalışanlarla her daim mücadele içerisinde olan insan haklarına ve onuruna saygılı bir devlet kurumudur.

Polisle ilgili yapılan bir başka tanım ise şu şekildedir; *polis*, kamu düzenini ve devletin iç güvenliğini sağlamayı düstur edinen, bunu başarmak için ülke çapında silahlı olarak görev yapan ve vatandaşa güvenlik hizmeti veren bir teşkilattır (Yonca, 2011).

Çağlar (2007), *polisle* ilgili şöyle bir tanım yapmıştır; toplumların nizamını sağlayıp düzenini korumak, kanunların üstünlüğünün kabul edilmesini sağlamak, bunlara ve koyulan kurallara karşı duranlara izin vermemek, onları yakalamak ve haklarında gerekli yasal işlemleri yapmak ve bunun gibi işleri yapmakla görevli tayin edilmiş teşkilata denilmektedir.

Şahan (2007), yaptığı araştırmada *polisi*; suç işlenmesini engelleyip suç işleyenleri yakalayan, kamu düzenini sağlayan, vatandaşların mallarını ve canlarını kollayan, acizlere ve muhtaçlara yardımcı olan ve kanunların verdiği emirler doğrultusunda görev ifa eden devlete bağlı resmi bir kuvvettir şeklinde tanımlamıştır.

Yapılan tüm bu tanımlarda görüleceği üzere polisliğin çok boyutlu bir yapısının olduğu ancak genel olarak şehirde halka kanunlar doğrultusunda güvenlik hizmeti sunan resmi ve silahlı bir teşkilat olduğu söylenebilmektedir.

3.2. Polis Kavramı

Polis her ne kadar çeşitli şekillerde tanımlanabilse de yapılan tanımlar polis kavramını açıklamada yetersiz kalabilmektedir. Çünkü polis çok geniş kapsamlı görevleri ve yetkileri bulunan bir kolluk kuvvetidir. Buradan da hem devletin hem de halkın polisten büyük beklentilerinin olduğu görülmektedir. Öyle ki birçok kanunda polisin görev ve yetkilerinden söz edilmiş, polisten yalnızca halkın güvenliğini sağlanması değil, yurt içinde huzur ve nizamın, kamu düzeninin ve hatta halkın sağlığının korunmasına yönelik de tedbirler alması ve bu yönde çalışmalar yapması da beklenmektedir. Bu

beklentiler öylesine ucu açık beklentilerdir ki ülke genelinde gerçekleşen ve güvenlikle alakalı olmayan diğer hadiselerde bile polisten görev beklenebilmektedir. Bunun için polise yalnızca devletin güvenlik görevlisi olarak bakmamakta yarar vardır. Bu kapsamda polisin, devletin ihtiyaç duyduğu her alanda görevlendirebileceği bir joker eleman olduğundan bahsetmek yanlış olmayacaktır.

Polisin görevlerinin birçok türü vardır ancak temel olarak polis kanunların uygulanabilmesinden mesul ve bununla vazifeli olan bir kurumdur (Babacan, 2011). Bunun dışında polisin görevleri Emniyet Teşkilatı Kanunu'nun (1937) 8. Maddesinde; (i) idari, (ii) siyasi, (iii) adli polis olmak üzere üç ayrı kısma ayrılmıştır. Aynı kanunun 9. Maddesinde ise bu kavramlardan şu şekilde bahsedilmiştir:

“İdari polis; içtimai ve umumi intizamı temin etmekle mükellef olan kısımdır. Siyasi polis; Devletin umumi emniyetine taallük eden işlerle mükellef olan kısımdır. Adli polis; asgari tam teşekküllü bir polis karakolu bulunan yerlerde, adli işlerle uğraşmak üzere Emniyet Genel Müdürlüğünce kadrodan ayrılan bir kısımdır.”

Polisin bu görevlerini biraz daha açmak gerekirse; idari polisin ülke genelinde suç işlenmesinden önce alınan güvenlik tedbirleri ve kamu düzeninin sağlanması için alınan önlemleri, diğer bir deyişle sosyal ve genel düzeni sağlayan önleyici görevi üstlenen polis olduğundan, siyasi polisin ülkenin maddi ve manevi varlığının, milli birlik ve beraberliğinin, anayasal düzenin müdafaası için alınan koruyucu ve önleyici görevleri yapan bölüm olduğundan, adli polisin ise suç işlendikten sonra suçluları yakalamak, suçla ilgili kanıtları toplamak, savcının verdiği emirler doğrultusunda soruşturmayı uygulamak ve ilerletmek, daha sonra da şüphelileri gerekli mercilere teslim etmekle vazifeli olan kısım olduğundan söz edilebilmektedir (Akdeniz, 2017: 147-148).

Bu görevlerinin dışında polisinin bir de sosyal anlamdaki görevleri vardır. Bu görevler de polisin görevlerinin yer aldığı ilgili kanunlarda yer almaktadır. Bu kapsamda polis yardıma muhtaç olanlara, acizlere, çocuklara ve yolda kalanlara yardımla mükellef kılınmıştır. Buradan anlaşılacağı üzere polis, devletin yasama, yürütme ve yargı erklerinin her birinde aktif olarak rol almakta, sosyal devlet anlayışının ülkedeki

uygulayıcısı konumunda bulunmakta ve devleti temsil eden en önemli güçlerden biri olarak varlığını sürdürmektedir.

Polis, halk nezdindeki rolü ve konumuyla diğer kurum ve kuruluşlardan farklı bir yerde durmakta ve devletle özdeşleşen, kanunların halk tarafından uygulanıp uygulanmadığını teftiş eden, elinde devletin yaptırım gücünü bulunduran, bu sebeple halk ile sık sık karşı karşıya gelmek zorunda kalan bir kamu gücü olarak karşımıza çıkmaktadır (Korkut, 2012).

Polis, devlet tarafından yapmakla yükümlü kılındığı görevleri ifa ederken bazı yetkilere ihtiyaç duymaktadır. Bundan mütevellit polise yüklenen görevlerin çeşitliliğiyle doğru orantılı olarak polisin yetkileri de çeşitlilik göstermektedir. Bu yetkiler farklı kanunlarda tek tek belirtilmiştir. Bu yetkilerin hepsinden ayrı ayrı söz etmek yerine polisi halkla karşı karşıya getiren bazı yetkilerinden söz etmek yerinde olacaktır. Çünkü bu araştırmanın içeriğinde polis-halk çatışmalarının sosyal medyaya yansımaları ve 18-25 yaş aralığındaki sosyal medya kullanıcılarının bu sebeple polise karşı oluşturdıkları tutum incelenmiştir.

Polis çoğu ülkede var olduğu şekilde Türkiye'de de insanların özgürlüklerini kısıtlayıcı ve bazen haklarına müdahale edici yasal gücü bulunan, yakalama, gözaltına alma, ifade alma, arama yapma ve bunun gibi önemli yetkileri elinde bulunduran önemli bir kolluk gücüdür (Demiral ve Vergili, 2004).

Bu yetkilere ek olarak günümüzde polisi halkla karşı karşıya getiren en önemli yetkilerine durdurma ve kimlik sorma, zor kullanma ve idari yaptırımda (para cezası) bulunma gibi yetkileri de eklenebilir. Bu yetkiler *Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu* (1934), *Emniyet Teşkilatı Kanunu* (1937), *Ceza Muhakemesi Kanunu* (2004), *Kabahatler Kanunu* (2005), *Adli ve Önleme Aramaları Yönetmeliği* (2005) ve *Yakalama, Gözaltına Alma ve İfade Alma Yönetmeliği*'nde (2005) ayrı ayrı yer almaktadır. Bununla birlikte bu yetkilerden kanunda yer aldığı şekilde bahsetmek yerine ne olduklarına dair kısaca değinmek daha uygun olacaktır.

Yakalama, suç işlediğine dair hakkında kuvvetli şüpheler ve izler olan kişilerin kolluk tarafından cumhuriyet savcısından talimat gelene kadar özgürlüğünün geçici

süreliğine kısıtlanmasıdır. Yakalamayı suçüstü halinde herkes yapabilir ancak diğer hallerde yetki kolluk kuvvetindedir. *Yakalama, Gözaltına Alma ve İfade Alma Yönetmeliği* (2005) Madde 5, 6, 7, 8 ve 9 ile *Ceza Muhakemesi Kanunu* (2004) Madde 90'da yakalamayla ilgili usul ve esaslar ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Gözaltına alma, kolluk tarafından yakalanan şüphelilerin cumhuriyet savcısının talimatıyla gerekli işlemlerinin tamamlanması ve yetkili merciin önüne çıkarılmasına kadar sağlığına zarar gelmeyecek şekilde geçici olarak alıkonulmasıdır. Gözaltı süresi genel olarak 24 saattir. Ancak bazı suçlarda ya da olağanüstü durumlarda bu süre cumhuriyet savcısının talimatıyla uzatılabilmektedir. *Yakalama, Gözaltına Alma ve İfade Alma Yönetmeliği* (2005) Madde 10,11,12,13,14,15,16,17,18 ve *Ceza Muhakemesi Kanunu* (2004) Madde 91'de gözaltına almayla ilgili usul ve esaslar ayrıntılı olarak yer almaktadır.

İfade alma, suç işlediği şüphesi bulunan ve kolluk tarafından yakalanan şahsın kolluk veya cumhuriyet savcısı tarafından bahse konu olan suç ile ilgili dinlenmesidir. *Yakalama, Gözaltına Alma ve İfade Alma Yönetmeliği* (2005) Madde 23,24,25 ve 26'da ifade almayla ilgili usul ve esaslar ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Arama, kolluğun suç işlenmesinin önlenmesi için veya işlenen bir suçla ilgili delillerin bulunabilmesi için gizlenen bir kişinin veya saklanan bir eşyanın ortaya çıkarabilmesi amacıyla yaptığı bir uygulamadır (Akdeniz, 2017: 280).

Aramanın önleme araması ve adli arama olmak üzere iki çeşidi vardır. *Önleme araması* idari bir işlem olup suç işlenmeden önce yapılan, *adli arama* ise adli bir işlem olup suç işlendikten sonra yapılan aramadır. Önleme aramasından *Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu*'nun (1934) değişik 9. Maddesinde, adli aramadan ise *Ceza Muhakemesi Kanunu*'nun (2004) 116-121 maddeleri arasında detaylı şekilde bahsedilmiştir. Aynı zamanda *Adli ve Önleme Aramaları Yönetmeliği* (2005) 28-32 Maddeleri arasında da aramaların nasıl yapılacağına dair usul ve esaslara yer verilmiştir.

Polisin durdurma ve kimlik sorma yetkisi *Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu* (1934) Madde 4/A ve *Adli ve Önleme Aramaları Yönetmeliği*'nin (2005) 27. Maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre polis hem kişileri hem araçları bir suç veya kabahatin

işlenmesini önlemek için günün 24 saatinde durdurabilir ve kişilerden kimliklerini göstermelerini isteyebilir. Bunun üzerine kişiler kimliklerini ibraz etmek zorundadırlar. Kimliklerini hiçbir şekilde ibraz edemeyenler kolluk tarafından kimlik tespiti yapılması için gerekli yerlere götürülür. Kimlik tespitiyle ilgili gerekli işlemlerin yapılabilmesi için şahıs, cumhuriyet savcısı talimatıyla *Ceza Muhakemesi Kanunu* (2004) Madde 91 gereğince 24 saatliğine gözaltına alınır. Kimliği tespit edilip herhangi bir olumsuzlukla karşılaşılmayan şahıslar serbest bırakılır. Aksi durumda ise gerekli yasal işlemler yine cumhuriyet savcısının talimatları doğrultusunda yürütülmeye başlanır.

Polisin zor kullanma yetkisi ise yine *Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu* (1934) madde 16'da düzenlenmiştir. Buna göre polis görevini yaparken bir direnişle karşılaşırsa bu direnişi kırarak ölçüde ve giderek artan şekilde zor kullanabilir. Polis bunu yaparken önce bedeni kuvvetini, bunun yeterli gelmediği zamanlarda maddi güç unsurlarını (kelepçe, cop, basınçlı/boyalı su, göz yaşartıcı gazlar vb.) ve en son da silahını kullanabilir. Her ne kadar zor kullanma yetkisi polise vermiş olsa da bu yetkinin bazı sınırları vardır. Özellikle silah kullanma yetkisi çok önemli ve tehlikeli bir yetkidir. Bu yetkinin kullanılması sonucu bunun her iki taraf için de ağır bedelleri olabilmektedir. Bunun için bu yetkinin hangi hallerde ve zamanlarda kullanılacağı ilgili kanun maddesinde ayrıntılı olarak dile getirilmiştir.

Polis idari yaptırımda bulunma yetkisini genellikle bir kabahatin işlenmesi üzerine kullanır. Kabahat, yasanın yapılan bir eylem karşılığında idari yaptırım uygulanmasını istediği haksızlığa denir (Kabahatler Kanunu, 2005). Hangi davranışlara karşı kolluk tarafından hangi idari yaptırımın tanzim edileceği ilgili kanunun çeşitli maddelerinde yer almaktadır.

Görüldüğü üzere polis birçok kanunda görev ve yetki verilen bir teşkilattır. Hal böyle ki bu kadar görev ve yetki çeşitliliği beraberinde bir o kadar sorumluluğu getirmektedir. Bu kadar sorumluluk da bir o kadar psikolojik yük anlamına gelmektedir. Bu bağlamda hem polislerin stres yükü çok ağır olan bir iş yapmaları, hem çalışma şartlarının çok zorlayıcı olduğu, hem mesleğin hiyerarşik bir yapıda oluşu ve sürekli amir baskısının ön planda olması ve bununla beraber sosyal yaşantılarına vakit ayıramadıkları için o alanda da sıkıntılar yaşamaları göz önünde bulundurulursa polisliğin genel anlamda

çok zor ve yıpratıcı bir meslek olduğu söylenebilmektedir. Polislerin intihar etme oranı en yüksek olan kamu personelleri olmaları da bütün bunları destekler niteliktedir. Bu bağlamda yaşadıkları bu sıkıntılara binaen polis vatandaşla iletişime geçerken bazen sorunlar yaşayabilmekte veya polisin bir otorite figürü olarak vatandaşa kibar ve yumuşak yaklaşımı bazı vatandaşlar tarafından yanlış anlaşılıp suiistimal edilebilmektedir. Özellikle son zamanlarda sosyal medya mecralarında bu tip tatsız olaylarla sık sık karşılaşıldığı görülmektedir. Oysa polisin vatandaşa hizmet için var olduğu ve vatandaşın da polise her zaman yardım etmek ve kanuna uygun olarak verdiği emirlere de riayet etmekle yükümlü olduğu unutulmamalıdır. Bu kapsamda polis-halk ilişkisinden de kısaca bahsetmek yararlı olacaktır.

3.3. Polis-Halk İlişkisi

Bir kurumun başarılı işer yapabilmesi, saygı görmesi ve kaliteli bir hizmet sunabilmesi için halklar ilişkiler kavramını çok iyi uygulamaya koyması gerekmektedir. Özellikle insanlarla iç içe olan ve genellikle onların sorunlarını çözmeye çalışan meslek gruplarında halkla ilişkiler ve iletişim kurma becerisi çok önemli bir yere sahiptir. Bu mesleklerden biri de polislik mesleğidir. Ülkemizde polisin halkla ilişkiler becerileri, halka karşı tavırları ve halkla iletişim kurarken tercih ettikleri tutum genellikle eleştirilmektedir. Bu eleştiriler neredeyse 10 yıl öncesiyle karşılaştırıldığında azalmış olarak görülmekteyse de yine de bu konudaki eleştiriler azımsanmayacak kadardır. Bunun farkına varan yetkililer bu konunun üzerinde eskiye nazaran daha fazla durmakta ve buna yönelik çalışmalar yapmaktadırlar.

Halkla ilişkiler kavramı tek taraflı bir kavram değildir. Polis-halk ilişkileri örneği üzerinden değerlendirilecek olursa bu konuda bazı şeyler sadece polisten beklenmemelidir. Her ne kadar bazı durumlarda polis, halkla ilişkilerde sıkıntılar yaşasa da bunu değiştirmekle ilgili bir çaba içerisinde olduğu ve eskiye nazaran da kısmen bir değişimin olduğu gözlemlenmektedir. Buna karşın, halkın polisle olan ilişkilerinde eskiye kıyasla daha fazla sıkıntı yaşadığı gözlenmekte ya da sosyal medyanın günümüzde sık kullanılması münasebetiyle daha fazla ayyuka çıkma fırsatı bulduğu söylenebilmektedir. Bu durum da halkın polise yönelik olumsuz tutum oluşturmalarını tetikleyebilmektedir. Bununla beraber düşünüldüğünde halkın olduğu her yerde onların

güvenliğini sağlamak için polisin de var olduğu ve üniformayı çıkardığı zaman polisin de halk tarafına geçtiği anlaşılmaktadır. Bunun için polis-halk ilişkilerinde empati kurma yeteneğini kullanabilmek çok önemlidir. Her iki taraf da bu yeteneğini kullanmak için gayret ettiği takdirde yol kat edileceği görülecektir. Polis ile halk birbirleri için var olan ve birbirinden ayıramayacak olan bir bütündür. Bunun için aralarındaki ilişkinin daima birbirine saygılı, yardımsever ve iyimser bir yaklaşım içerisinde olması önemlidir. Polisin başarılı olabilmesi halkın verdiği destekle birlikte artmakta, halkın polisin hizmetlerinden memnun kalması ve ona güvenmesi yaşanan olayların ve işlenen suçların çoğunun halkın ihbarı üzerine ortaya çıktığı gerçeğiyle birleştirildiğinde önem arz etmektedir (Başarır, 2008).

Günümüzde emniyet teşkilatı çağdaş polislik anlayışını benimsemekte ve reaktif polislik anlayışından proaktif polislik anlayışına geçiş yapmış bulunmaktadır. *Çağdaş polislik* halkla birlikte yapılan polislik olup yakalanan suçluların oranıyla değil, halkla yürütülen olumlu ilişkilerin, suç önleme sorumluluğuna halkın da katılımının, halkla yardımlaşmanın ve halka verilen güven duygusunun boyutu ile birlikte değerlendirilmektedir (Taştekin, 2007). Buradan anlaşılabacağı üzere günümüzde halk polisin önemli yardımcılarından biri konumunda bulunmaktadır. Bu bağlamda halkın polisten bazı beklentileri olabilmektedir.

Kıvrak ve Kaya'ya (2015) göre halkın, polisten; *görev alanındaki suç oranının düşürülmesi, işlenen suçtan dolayı mağdur olma korkusunun azalması, huzurun ve toplum düzeninin sağlanması, halk ile olan iletişimin niteliğinin artırılması, polisin görevini yaparken dürüst olması, vatandaşa eşit davranılması, halka karşı saygılı olunması, halkın problemleriyle yakından ilgilenilmesi, güvenlikle ilgili problemlerin zamanında çözülmesi ve zor kullanmadan kaçınması* gibi beklentileri bulunmaktadır.

Ancak polis kimi zaman bu beklentilerin hepsini aynı ayna karşılamakta zorlanmaktadır. Çünkü polislik sosyal bir meslek olmasına bağlı olarak yapısı gereği çok boyutlu ve karmaşık bir yapıya sahiptir. Yani polisin tek görevi vatandaşların beklentilerini karşılamak değil aynı zamanda kanunların gerekliliklerini yerine getirmek ve amirlerinden gelen emirleri uygulamaktır. Nitekim polisler bu görevlerini ifa ederken halk tarafından yardım talep edildiğinde çoğu zaman neyle karşılaşacaklarını bilmemekte

ve olayın gelişme şekline göre müdahalede bulunmaktadırlar. Örneğin bir kalabalık kavga olayıyla karşı karşıya kaldıklarında bunu bastırmak için veya polise kimliğini vermemek için direnen birini kimlik tespitine götürmek için zor kullanmaları gerekebilir veya suç oranı yüksek olan bir bölgede polis diğer olaylara da yetişebilmek için her zaman halkın sorunlarıyla yakından ilgilenemeyebilir. Bu noktada görevli polisin tecrübesi ve insiyatif alma yeteneği önem kazanmaktadır.

Karatepe (2004), çalışmasında polisin, kendini hizmet ettiği vatandaştan üstün görmek yerine, ona hizmet eden bir görevli olarak görmesi gerektiği ve başarılı bir polislik için bu anlayışın tüm polislere aşılmasının gerekli olduğundan bahsetmiştir. Hal böyle ki bu noktada da bazı kopukluklar olduğundan söz edilebilmektedir. Kanunlarımıza göre polisin asayişi sağlamak başta olmak üzere birçok görevi vardır. Bu görevleri ifa ederken de halka polise yardımcı olma ve kanuna uygun olarak verdiği emirlere riayet etme yükümlülüğü verilmiştir. Birçok olayda polisin asayişi sağlamak veya bir olayı bastırmak maksadıyla ya da karşı tarafa direktiflerini iletebilmesi için psikolojik üstünlüğü kendi lehine sağlaması gerekmektedir.

Birçok kanunda farklı durumlarda polise halkı denetleme yetkisi verilmiştir. Kanunlar doğrultusunda denetleme yetkisini kullanan bir polis halkın hizmetinde bulunan herhangi bir memur gibi bu görevini yapmaya kalktığı takdirde başarısız olacağı aşîkardır. Çünkü denetleme yapanın elinde her zaman bir güç vardır ve elinde güç olan taraf üst konumunda bulunur. Denetleme yapan taraf bu gücünü kullanmazsa denetleme görevini laikiyle ifa edemez. Bu güç kullanıldığı zaman da haliyle denetim yapan taraf baskın hale gelmektedir. Polisin halkın hizmetinde olan bir kamu görevlisi olduğu ancak aynı zamanda bir otorite figürü, bir kolluk kuvveti ve gerektiği zaman devletin ve kanunların üstünlüğünü karşı tarafa gösterecek olan bir güçtür.

Tezcan (2010)'a göre polis-halk ilişkisinde polisin görev ve sorumluluk bilinci ve halkın polise olan ilgisi ve duyarlılığı olmak üzere iki etmenden söz edilmelidir. Buradan hareketle *polis açısından*; polisin görev başındayken halka karşı saygısı, sorumluluğu ve halktan göreceği yardım, *halk açısından* ise; polise karşı duyulan ilgi, sevgi, saygı ve güven ile birlikte oluşacak birliktelik ön plana çıkmaktadır. Diğer bir deyişle polis-halk ilişkilerinde her iki tarafa da aktif rol düşmektedir. Her iki taraf da görev ve

sorumluluklarını bilmek ve birbirlerine saygı gösterip yardımcı olmak durumundadır. Bu durumda halkın polisten beklentilerinin olduğu gibi polisin de halktan görevi başındaki polise saygı duyulması, yardımcı olunması, yoğun ve stresli çalışma düzenine rağmen kaliteli bir hizmet sunmaya çalışılırken onlara karşı empati duyulması gibi beklentileri doğabilmektedir. Bu kapsamda iletişimin içinde paylaşımın da yer aldığı göz önünde bulundurularak her iki tarafında birbirini anlamaya çalışıp birbirlerine karşı şeffaf olmaları gerektiği aşılmalıdır.

Polis ve halk karşı karşıya geldiğinde bazen içinde bulundukları psikolojik durumun veya daha öncesinde yaşadıkları olayların etkisiyle birbirlerini anlayamayabilir ve iletişim kurmada zorluk çekebilirler. Örneğin polis perspektifinden bakıldığında; çoğu zaman stresli ve yoğun bir şekilde çalışmak zorunda, bundan mütevellit ailesine fazla vakit ayıramamakta ve bu durum sosyal yaşantısına da sirayet etmektedir. Aynı zamanda meslek içerisinde de sürekli amir baskısıyla karşı karşıya kalmakta, yapacağı ufak bir hatadan ötürü ceza alma veya açığa alınma korkusuyla görev yapmaktadır. Hem görev esnasında stres yaşayan polis aynı zamanda sosyal hayatında sıkıntılar yaşamaya başlamakta, bunun devamı olarak da ilerleyen zamanlarda psikolojik sorunlar yaşamaya başlanmaktadır. Psikolojik olarak iyi durumda olmayan bir polisin de halk ile düzgün iletişim kuramayacağı ve kaliteli bir hizmet veremeyeceği aşıkardır.

Şahin, Taşdöven ve Kula'ya (2015: 43) göre polis davranışını etkileyen dört temel etmen vardır; (i) *bireysel faktörler*; polisin cinsiyeti, ırkı, eğitimi, tecrübesi, tutum ve kişisel özellikleri, (ii) *kurumsal faktörler*; polis departmanının büyüklüğü, yapısal özellikleri, resmi prosedürler, polislik stratejileri, yöneticilerin davranışları, (iii) *durumsal faktörler*; şüphelilerin özellikleri, mağdurun özellikleri ve yasal faktörler, (iv) *toplumsal faktörler*; politik kültür, toplumun yapısı, sosyo-ekonomik faktörler olarak sıralanabilir. Bunlar polisin halkla sağlıklı iletişim kurmasını engelleyecek önemli durumlardır. Bu faktörlerden bazıları halkın davranışını etkileyen faktörler arasında da sayılabilmektedir.

Halk perspektifinden bakıldığında örneğin; ekonomik durumu kötü olan bir insan bir kabahat işlediğinde ve polis tarafından ona idari para cezası kesileceğinde bu durumun onu çok zorlayacağını düşündüğü için polise karşı tavır alıp onunla arasında iletişim

engelleri kurabilir. Bu durumun özellikle içinde bulunduğumuz Covid-19 pandemi sürecinde maske takmayan ve sokağa çıkma yasaklarını ihlal eden vatandaşlarımızla polis arasında kurulan ilişkide daha sık yaşandığı görülmektedir.

Tüm bundan ayrı olarak başka bir zamanda yaşadığı herhangi bir olayda yine polisle iletişim kurmakta zorluk çeken bir vatandaş ikinci sefer de aynı olacağı hissiyle ön yargılı bir şekilde yaklaşarak geçen sefer yaşadığı sorunu tüm polislerle yaşayacakmış gibi düşünerek yine polislerle karşı olumsuz bir tavırla yaklaşabilmektedir. Bu durum da iletişimi zorlaştırmaktadır. Burada polisin üzerine düşen görev, halk ile empati kurmak, onları yargılamadan dinlemek, samimi ve şeffaf bir yaklaşımla yaklaşp onların güvenini kazanmaya çalışmaktır. Aksi takdirde iletişim kurmak çok zor olacaktır.

Tüm bunlardan anlaşılacağı üzere polislik artık halkla olan olumlu iletişim ve iş birliğiyle yürütülmektedir. Bunun için polis-halk ilişkisi ve iletişimi çok elzemdir. Her iki tarafın da zorlu yaşam şartlarının olabileceği insan olmanın doğası gereği iletişim kurarken birçok etmenden etkilenebileceği göz önünde bulundurulmalı, empati yeteneği kullanılmaya çalışılmalı, her iki tarafta birbirlerine ön yargılı yaklaşmak yerine yardımsever ve şeffaf bir anlayışla yaklaşmalıdır.

3.4. Sosyal Medya Kullanımı ve Polise Yönelik Tutum

Çalışmanın adı geçen bölümlerinde de bahsedildiği gibi sosyal medya ülkemizde çok aktif kullanılmaktadır. Öyle ki bu yoğun şekilde tercih edilen sosyal medyaya zamanla bazı güçler vermeye başlamıştır. Bu güçlerden bir tanesi insanları etkileyebilme ve bir konu hakkında tutum oluşturmalarını sağlayabilmektir.

İnsan yaratılışı gereği sosyal bir varlık olup, sosyal ve kültürel çevresinden ve ona duyusal olarak sunulan şeylerden kolayca etkilenebilmektedir. Son yıllarda da insan üzerinde bu etkiyi hissettiren güçlü etmenlerden birinin sosyal medya olduğu görülmektedir. Bu etki birçok farklı konuda kendini gösterse de bu araştırmada sosyal medya kullanımının polise yönelik tutumla olan ilişkisinden bahsedildiği için yalnızca bu konu hakkında edinilen gözlemlerden söz edilmiştir.

Polis senelerden beri bazen vatandaşa karşı sergilediği olumsuz davranışlarıyla, bazen de yolsuzluk yaptığı ve vatandaşlar arasında ayırım yaptığı iddialarıyla çoğu zaman eleştirilerin hedefinde olan kamu kurumlarından biridir. Bu eleştiriler şu an olduğu gibi en başarılı döneminde bile polise karşı yöneltilmekte, geçmiş zamanlarda yaşanan veya yaşandığı iddia edilen olayların, vatandaşta polise karşı bir tutum oluşturduğu gözlemlenmektedir. Günümüzde de polisin bu kadar eleştirilmesinin en büyük nedenlerinden birisi polis uygulamalarının ve polisin halkla yaşadığı diyalogların sık sık sosyal medyada yer alması ve kısa süre içerisinde binlerce kişi tarafından görülmesidir.

Polisin kısıtlayıcı yetkilerinden dolayı çoğu zaman halkla gergin bir diyalog halinde olması ve tansiyonun her an yükselebilmesi normal karşılanmalıdır. Çünkü bir insana istemediği bir şeyi zorla yaptırmaya kalktığımızda karşımızdaki kişi sinirlenecek ve gergin bir ortam oluşacaktır. Polisin de kanunların verdiği görevi yerine getirmek için halka karşı bazen bir şeyleri zorla yaptırma yetkisi vardır ve bazı durumlarda bunu kullanması gerekir. Bu durumlarda sınırların gerilmesi normal bir durumdur.

Ancak son zamanlarda sosyal medyada öyle bir algının oluştuğu görülmektedir ki; vatandaş polise karşı bağırıp çağırmakta, tehdit etmekte, hakaret etmekte ve hatta mukavemet gösterip şiddet uygulamakta ancak buna karşılık polis kolluk kuvveti olarak otoritesini gösterecek biçimde sesini yükselttiğinde polis suçlu ilan edilmekte ve sosyal medya baskısıyla açığa alınmaktadır. Bununla alakalı yaşanan birkaç olayda Emniyet Genel Müdürlüğü'nün resmi Instagram hesabından yaptığı açıklamalarda olayların öncesinin ve sonrasının araştırıldığı, öncesinde vatandaşın polise karşı hakaret içeren ve tahrik edici sözler sarf ettiği, bunun üzerine polis otoritesini göstermek için vatandaşa yüksek sesle seslendiğinde telefonların kayıt düğmelerine basıldığı ve yahut sosyal medyaya sadece polisin sesini yükselttiği bölümün servis edildiğinin anlaşıldığından bahsedilmiştir. Buradan da sosyal medya içerisinde polise karşı olumsuz tutumları olan bir kesimin olduğundan ve bu kesimin sosyal medyayı aktif kullanan diğer kişileri bu konuda etkilemeye çalıştığından bahsedilebilmektedir.

Araştırmacı tarafından bu durumlardan etkilenebilecek önemli bir kesimin genç yetişkinler olduğu ve genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım düzeylerinin tüm ülkeye oranla ilk üçte yer aldığı göz önüne alındığında bu konuda çalışma yapılmasının yerinde

olacağı düşünülmüş, buna istinaden bununla ilgili araştırmanın sonucuna etki edecek veriler toplanmaya başlanılmıştır.



4. GEREÇ, YÖNTEM VE BULGULAR

Bu bölümde, araştırmanın gereç, yöntem ve bulgularını oluşturan; *araştırma yöntemi ve modeli, araştırmanın hipotezleri, araştırmanın evreni ve örnekleme, verilerin toplanması, veri toplama araçları, verilerin analizi, araştırmanın etik tarafı ve bulgulardan* bahsedilmiştir.

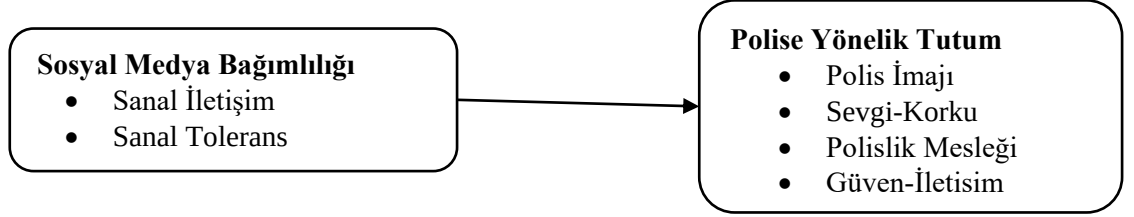
4.1. Araştırmanın Yöntemi ve Modeli

Araştırmada ilk olarak İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım düzeyleri ile polise yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi görebilmek ve bu konuda kavramsal yapının oluşabilmesini sağlamak için konuyla ilgili gerekli kaynaklar taranmıştır. Bunun devamında nicel veriler elde etmek için çeşitli ölçekler kullanılmıştır. Bu ölçeklerden elde edilen verilerle değişkenler arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amaçlanmıştır. Buna istinaden genel tarama modeli türlerinden olan, ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli; iki veya bundan daha çok değişken arasında farklılığın, birlikteliğin, değişimin varlığı ve boyutunu tespit etmeyi hedefleyen bir araştırma ve tarama modelidir. (Fraenkel ve Wallen, 2009). Diğer bir deyişle ilişkisel tarama modelinin, iki ya da daha fazla değişkenin birbirleriyle olan ilişkilerini görebilmek için kullanılan bir araştırma yöntemi olduğu söylenilebilir. Bu kapsamda örneklem grubu içerisinde yer alan, İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım düzeyleri ve polise yönelik tutumları betimlenmektedir. Mevcut durumun tespit edilmesine yönelik betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Buna ek olarak araştırmaya katılanların kişisel bilgileri de değerlendirmeye alınmış, araştırma konusu ile ilişkisinin var olup olmadığı da değerlendirilmiştir.

Araştırmada *bağımlı değişken*; İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin polise yönelik tutumları, *bağımsız değişken*; İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım düzeyleridir.

Kullanılan ölçekler için ölçeği geliştiren akademisyenlerden izin istenmiş ve onlardan alınan izin doğrultusunda bahsedilen ölçekler bu araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılmıştır (Ek-5).

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup araştırmaya konu olan veriler çevrimiçi anket yöntemi ile toplanmıştır. Bu çalışmada, katılımcıların sosyal medya bağımlılığının polise yönelik tutumu yordayıp yordamadığı araştırılmıştır. Araştırma, nedensel tarama modelinden yararlanılmıştır.



Şekil 5: Araştırmanın modeli

Araştırma bağımsız ve bağımlı değişkenlerden oluşmaktadır. *Bağımsız değişken;* sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları, *bağımlı değişken;* polise yönelik tutum ve alt boyutları olarak araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenmiştir. Bununla birlikte araştırmanın amacına göre hazırlanan model Şekil 5'te verilmiştir.

Her araştırmada olduğu gibi yapılan bu araştırmanın da bazı sınırlılıkları ve sayılıtları vardır. Buna istinaden bu araştırmanın sınırlılıkları ve sayılıtlarının neler olduğu aşağıda belirtilmiştir.

Araştırmanın sınırlılıkları;

- Araştırma, İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinler arasından gönüllülük esasına göre seçilmiş 301 kişi ile sınırlıdır.
- Araştırmaya dair sonuçlar örneklemin ölçek ve formlara verdikleri cevaplar ile sınırlıdır.
- Araştırma veri toplama araçlarında var olan maddeler ve sorulan sorular ile sınırlıdır.
- İçinde bulunulan Covid-19 pandemi süreci nedeniyle veri toplama araçları örnekleme dijital olarak mail aracılığıyla ulaştırılıp uygulanmış ve bunun sonucu elde edilen veriler ile sınırlıdır.

Araştırmanın sayıltıları;

- Araştırmaya katılan örneklemin, sunulan ölçek ve formlardaki soruları kendileriyle özdeşleştirerek doğru ve samimi bir şekilde cevapladıkları varsayılmıştır.
- Araştırmada kullanılan veri toplama araçlarının, daha önce yapılan araştırmaların incelenmesine istinaden geçerli ve güvenilir olduğu ve istenilen sonuçları verdiği varsayılmıştır.
- Araştırmada yararlanılan örneklemin, hedefte bulunan evreni amaca ulaşabilecek şekilde doğru temsil ettiği varsayılmıştır.

4.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma kapsamında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda sınanan hipotezler şu şekildedir:

1. *H1: Sosyal medya bağımlılığı düzeyleri*, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
 - *H1a: Sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal iletişim düzeyleri*, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
 - *H1b: Sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal tolerans düzeyleri*, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
2. *H2: Polise yönelik tutum algıları*, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
 - *H2a: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden polis imajı algıları*, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
 - *H2b: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden sevgi-korku algıları*, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
 - *H2c: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden polislik mesleği algıları*, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
 - *H2d: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden güven-iletişim algıları*, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

3. H3: *Sosyal medya bağımlılığı* ile genç yetişkinlerin *polise yönelik tutum algıları* arasında ilişki vardır.
4. H4: *Sosyal medya bağımlılığı algıları* ile genç yetişkinlerin *polis imajı algıları* arasında ilişki vardır.
 - H4a: *Sanal iletişim* ile genç yetişkinlerin polis imajı algıları arasında ilişki vardır.
 - H4b: *Sanal tolerans* ile genç yetişkinlerin polis imajı algıları arasında ilişki vardır.
5. H5: *Sosyal medya bağımlılığı algıları* ile genç yetişkinlerin *sevgi-korku algıları* arasında ilişki vardır.
 - H5a: *Sanal iletişim* ile genç yetişkinlerin sevgi-korku algıları arasında ilişki vardır.
 - H5b: *Sanal tolerans* ile genç yetişkinlerin sevgi-korku algıları arasında ilişki vardır.
6. H6: *Sosyal medya bağımlılığı algıları* ile genç yetişkinlerin *polislik mesleği algıları* arasında ilişki vardır.
 - H6a: *Sanal iletişim* ile genç yetişkinlerin polislik mesleği algıları arasında ilişki vardır.
 - H6b: *Sanal tolerans* ile genç yetişkinlerin polislik mesleği algıları arasında ilişki vardır.
7. H7: *Sosyal medya bağımlılığı algıları* ile genç yetişkinlerin *güven-iletişim algıları* arasında ilişki vardır.
 - H7a: *Sanal iletişim* ile genç yetişkinlerin güven-iletişim algıları arasında ilişki vardır.
 - H7b: *Sanal tolerans* ile genç yetişkinlerin güven-iletişim algıları arasında ilişki vardır.

4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın *evrenini*; İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkin bireyler, araştırmanın *örneklemini*; evren içerisinde gönüllülük esasına göre seçilmiş 301 genç yetişkin birey oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan örneklem sayısı 288 olarak belirlenmiş ancak araştırmada 301 kişiden yararlanılmıştır. Araştırma için gerekli olan katılımcı sayısını hesaplarken Özdamar'ın (2003, s.116-118) örneklem hesaplama formüllerinden faydalanılmıştır.

Buna göre:

- N: Evren birim sayısı,
- n: Örneklem büyüklüğü,
- P: Evrendeki X'in gözlenme oranı,
- Q (1-P): X'in gözlenmeme oranı,
- Z_{α} : $\alpha=0.05, 0.01, 0.001$ için 1.96, 2.58 ve 3.28 değerleri,
- d= Örneklem hatası
- σ = Evren standart sapması
- $t_{\alpha, sd}$ = sd serbestlik dereceli t dağılımı kritik değerleridir.

$(sd=n-1).t_{\alpha, sd}$ kritik değerleri $sd= n-1 \rightarrow 5000$ olduğunda Z_{α} değerlerine eşit alınabilir.

Yine Özdamar'a (2003) göre evrendeki kişi sayısı 10.000'den fazla ise aşağıda belirtilen formül örneklemin hesaplanmasında kullanılabilir. Buradan hareketle İstanbul ilinde yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkin sayısının 10.000'den fazla olduğu bilindiği için bu formülden yararlanılmıştır.

$$n = \frac{P \cdot Q \cdot Z_{\alpha}^2}{d^2}$$

Belirlenen örneklem sayısına ulaşabilmek için katılımcılara ölçekler dijital olarak hazırlanmış olup internet aracılığıyla ulaştırılmıştır. Uygulanacak form sayısı sistem üzerinden 301 kişiyle sınırlandırılmış, uygulanan formlarda herhangi bir olumsuzluğa rastlanılmamış ve ölçekler araştırmaya katılan 301 kişi üzerinden değerlendirilmiştir.

Bununla beraber araştırmaya katılmada dahil edilme kriterleri olarak; İstanbul ilinde yaşama, 18-25 yaş aralığında olma ve araştırmaya katılmaya gönüllü olma belirlenmiştir.

4.4. Verilerin Toplanması

Çalışmada, araştırmacı tarafından geliştirilen; *Kişisel Bilgi Formu*, Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen; *Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu*, Demirbaş ve Demir (2014) tarafından geliştirilen; *Polise Yönelik Tutum Ölçeği* olmak üzere bir adet form ve iki adet ölçek katılımcılara uygulanarak veri toplanmıştır.

Kişisel Bilgi Formu ve Ölçekler, örneklem grubuna internet üzerinden oluşturulan form vasıtasıyla uygulanmıştır. Böylece hem zamandan tasarruf edilmiş hem de içinde bulunduğumuz Covid-19 pandemi sürecinden kaynaklı bir riskten korunmuştur. Katılımcılara ölçekleri uygulamadan önce verilen yönergede; ölçeklerde ve formda kaç soru bulunduğu, uygulamanın ortalama olarak kaç dakika süreceği, katılımcılardan ne beklendiği ve elde edilen verilerin hiçbir şekilde araştırma amacı dışında kullanılmayacağı, başka kurum ve kuruluşlarla ve üçüncü şahıslarla hiçbir şekilde paylaşılmayacağı anlatılmıştır. Daha sonra da katılımcılardan bu yönergeyi okuduklarını teyit eden “*Açıklamaları okudum ve bu araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum*” şeklindeki cümleyi işaretleyerek formu ve ölçekleri doldurmaya başlamaları istenmiş, bu cümleyi doğrulamayan katılımcılar uygulamaya alınmamıştır. Bunu kabul eden katılımcılara sırasıyla Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-Yetişkin Formu ve Polise Yönelik Tutum Ölçeği art arda sunulmuş ve toplam 301 kişiden veri toplanmıştır.

Kullanılan ölçekler için ölçeği geliştiren akademisyenlerden izin istenmiş ve alınan izin doğrultusunda bahsedilen ölçekler araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılmıştır (Ek-5).

4.5. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında; *Kişisel Bilgi Formu*, *Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (Yetişkin Formu)* ve *Polise Yönelik Tutum Ölçeği* olmak üzere üç adet veri toplama aracı

kullanılmıştır. Bu veri toplama araçları 301 kişiye internet ortamında hazırlanan form vasıtasıyla peş peşe uygulanmıştır.

4.5.1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel Bilgi Formu, araştırmacı tarafından hazırlanan; *cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sahibi olup olunmadığı, çocuk sahibi ise sayısı, en çok kullanılan sosyal medya aracı* olmak üzere toplam 7 soru bulunmaktadır. Bu sorular; İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım düzeylerinin polise yönelik tutum ile ilişkisini anlamaya çalışılırken yardımcı olacak ve araştırmaya yön verecek bazı değişkenlerle ilgili bilgileri toplamak ve örneklem grubunu tanımak için geliştirilmiştir (Ek-1).

4.5.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (Yetişkin Formu); Şahin ve Yağcı (2017) tarafından 18-65 yaş aralığındaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek amacıyla geliştirilen, 5'li likert tipi, 2 alt boyut (*Sanal Tolerans ve Sanal İletişim*) ve 20 maddeden oluşan bir ölçektir. Sanal tolerans alt boyutu 1.-11'inci maddeler aralığı, sanal iletişim alt boyutu 12.-20'inci maddeler aralığından meydana gelen, 5. ve 11. maddeleri ters puanlanan, ölçekten alınabilecek en yüksek puanın 100, en düşük puanın ise 20 olduğu bir ölçektir. Şahin ve Yağcı'ya (2017) göre, "Ölçeğin faktör yükleri ,61 ile ,87 arasında sıralanmış, iki faktörlü yapısının doğrulanması amacıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizinde Ki-kare değerinin ($\chi^2=7051,32$; $sd=190$, $p=0,00$) anlamlı olduğu görülmüş, uyum indeksi değerleri $RMSA=,059$; $SRMR=,060$; $NFI=,59$; $CFI=,96$; $GFI=,90$; $AGFI=,88$) olarak bulunmuş, ölçeğin geneli için Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı ,94; alt boyutlardan sanal tolerans için ,92 ve sanal iletişim için ,91 olarak tespit edilmiş, ölçeğin test-tekrar test güvenirlik katsayıları geneli ,93; alt boyutlardan sanal tolerans için ,91 ve sanal iletişim için ,90 olarak belirlenmiş ve yapılan analizlerin ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu ortaya koyduğundan" söz edilmiştir (Ek-2).

4.5.3. Polise Yönelik Tutum Ölçeği

Polise Yönelik Tutum Ölçeği; Demirbaş ve Demir (2014) tarafından ortaokul öğrencilerinin polise yönelik algı ve tutumlarını belirlemek amacıyla geliştirilen, 5'li likert tipi, 4 alt boyut (*Polis İmajı, Sevgi-Korku, Polislik Mesleği ve Güven-İletişim*) ve 17 maddeden oluşan bir ölçektir. Polis imajı alt boyutu 1.-7'inci maddeler aralığı, sevgi-korku alt boyutu 8.-11'inci maddeler aralığı, polislik mesleği alt boyutu 12.-14'üncü maddeler aralığı, güven-iletişim boyutu 15.-17'inci maddeler aralığından meydana gelen, 1., 2., 3., 4., 5., 6., 8., 9., 11. ve 13. Maddeleri ters puanlanan, Ölçekten alınabilecek en yüksek puanın 85, en düşük puanın ise 17 olduğu bir ölçektir. Demirbaş ve Demir'e (2014) göre, "Ölçeğin 17 maddeden oluşan dört faktörlü yapısının geçerliği için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre X²'nin serbestlik derecesine oranının 3 değerinin biraz üstünde (3,15) olduğu görülmüş, Modelin RMSEA değerinin 0.065 olması nedeniyle iyi uyuma, GFI değerinin 0.92 olması nedeniyle iyi uyuma, SRMR değerinin 0.052 olması nedeniyle iyi uyuma ve CFI değerinin 0.96 olması nedeniyle mükemmel uyuma sahip olduğu anlaşılmış, ölçeğin bütünü için Cronbach Alfa, güvenirlik katsayısı; 0.842 olarak hesaplanmış ve yapılan analizlerin ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğunu ortaya koyduğundan" söz edilmiştir. Son olarak yapılacak olan bilimsel araştırmalarda ölçeğin ortaokul öğrencilerine uygulanmasının daha uygun olacağının belirtilmesine karşın yapılan incelemelerde ölçeğin genç yetişkinlere de uygulanabilir olduğu ön görülmüş ve bu çalışmada kullanılmıştır (Ek-3).

4.6. Verilerin Analizi

Tüm istatistiksel analizler IBM SPSS 25.0 programı ile yapılmıştır. Analizlerde tanımlayıcı istatistikler belirtilmiş olup ilk olarak sosyal medya bağımlılığı ve polise yönelik tutum ölçeklerinin normal dağılım hipotezine uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmak suretiyle tespit edilmiş ve parametrik test yöntemleri tercih edilmiştir (Tablo 1). Sonrasında Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine ve Polise Yönelik Tutum Ölçeğine yönelik iç tutarlılık analizi yapılarak da ölçeklerin çalışmada kullanılmasında bir sakıncanın bulunup bulunmadığı ele alınmıştır. Ardından araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin kişisel bilgileri frekans analizi ile incelenmiştir.

Sosyal medya bağımlılığı ve polise yönelik tutum ölçeklerine yönelik betimsel analiz sonuçları verildikten sonra genç yetişkinlerin demografik bilgilerine göre değişkenlerden elde ettikleri toplam ortalama skorların farklılaşma durumunu incelemek için iki grup karşılaştırmalarında “bağımsız örneklem t testi” ve üç ve üzeri grupların karşılaştırmalarında “tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA)” kullanılmıştır. Ayrıca istatistiksel olarak anlamlı farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğu Bonferroni post hoc testi ile incelenmiştir. Son olarak sosyal medya bağımlılığı ve alt faktörleri ve polise yönelik tutum ve alt boyutları arasındaki ilişki Pearson Korelasyon testiyle; sosyal medya bağımlılığının, polise yönelik tutum üzerindeki etkisi regresyon analizleri ile incelenmiştir. Ulaşılan bütün sonuçlarda istatistiki anlamlılık $p < 0,05$ seviyesinde değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Ölçek ve alt boyutlarının çarpıklık ve basıklık değerleri

Ölçek	N	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı	301	,308	,139
Sanal İletişim	301	,400	-,023
Sanal Tolerans	301	,199	-,329
Polise Yönelik Tutum	301	-,540	-,057
Polis İmajı	301	-,561	-,366
Sevgi-Korku	301	-1,319	1,181
Polislik Mesleği	301	,546	-1,086
Güven-İletişim	301	-,938	,263

Seçer (2015: 28), normal dağılım varsayımının; “çarpıklık ve basıklık” değerleri bakılarak değerlendirmenin daha doğru bir yaklaşım olduğunu değerlendirmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013), çarpıklıkla basıklık değerlerinin +1,50 ve -1,50 değerlerinin arasında olduğu hallerde normal dağılımın sağlandığını kabul etmektedir. Gerçekleştirilen analizlerin neticesinde değişkenlerin tümünün ifade edilen aralıklarda bulunduğu, aşırı uç değerlerin bulunmadığı ve normal dağılım hipotezini temin ettiği belirlenmiştir, parametrik testlerin uygulanabilirliği neticesine ulaşılmıştır.

4.7. Araştırmanın Etik Tarafı

Yapılan bilimsel çalışmanın etik açıdan uygun olduğu Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu’nun uygun görüşüyle 26.11.2020 tarihinde belgelendirilerek ilgili Rapor alınmıştır (Ek-4).

Buna ek olarak etik bir sorun oluşmaması adına katılımcıların gönüllü olup olmadıklarına ekstra özen gösterilmiş ve gönüllü olduğunu teyit etmeyen katılımcılar uygulamaya alınmamıştır.

4.8. BULGULAR

Araştırmanın örneklemini evren içerisinde basit tesadüfi yöntemle seçilen, 301 genç yetişkin oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri; araştırmaya katılım gösteren örneklem grubuna Sosyal Medya Bağımlılığı ve Polise Yönelik Tutum Ölçeklerinde yer alan ifadelerle birlikte Kişisel Bilgi Formunda yer alan soruların uygulanması ile elde edilmiş olup verilerin analizi bu bölümde yapılmıştır.

4.8.1. Güvenilirlik Analizi

Çalışmanın bu noktasında; veri toplama vasıtası olarak tercih edilen sosyal medya bağımlılığı ve polise yönelik tutum ölçeklerinin ifadeleri toplamda 37 maddeden oluşmakta olup ölçeklere verilen cevaplara göre güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlilik analizinden elde edilen Cronbach Alpha katsayısının değerlendirme kriterleri aşağıdaki gibidir (Özdamar, 1999: 513);

- “ $0.00 < \text{Katsayı} < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.”
- “ $0.40 < \text{Katsayı} < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir.”
- “ $0.60 < \text{Katsayı} < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.”
- “ $0.80 < \text{Katsayı} < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir”

Tablo 2: Ölçeklere ait güvenilirlik analizi bulguları

Ölçekler	Cronbach's Alpha	N
Sosyal Medya Bağımlılığı	,851	20
Sanal İletişim	,779	11
Sanal Tolerans	,792	9
Polise Yönelik Tutum	,925	17
Polis İmajı	,909	7
Sevgi-Korku	,824	4
Polislik Mesleği	,888	3
Güven-İletişim	,823	3

Sosyal medya bağımlılığı ve polise yönelik tutum ölçeklerinin güvenirlik katsayıları incelendiğinde; bu değerlerin sırasıyla 0,851 ve 0,925 olduğu belirlenmiştir. Bu değerler; ölçeklerin “yüksek derecede güvenilir” olduklarını, ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarının güvenirlik katsayılarının 0,779 ve 0,792 olduğu ve polise yönelik tutum ölçeği alt boyutlarının güvenirlik katsayılarının 0,823 - 0,909 arasında olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar; ölçeklerin analizde kullanılmasında bir engelin olmadığını göstermektedir.

4.8.2. Demografik Bulgulara İlişkin Değerlendirme

Bu başlık altında araştırmaya dahil edilen genç yetişkinlerin demografik özelliklerinden cinsiyet, yaş, eğitim, medeni durum, çocuğun olma durumu, çocuk sayısı ve en çok kullanılan sosyal medya araçlarına yönelik bulguların dağılımları tablolar halinde gösterilmiştir. Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin cinsiyet durumu dağılımları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: Genç yetişkinlerin cinsiyet durumu frekans ve yüzde dağılımı

	Demografik Özellik	f	%
Cinsiyet Durumu	Kadın	186	61,8
	Erkek	115	38,2
	Toplam	301	100,0

Tablo 3'te yapılan frekans analizi neticelerine göre; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %61,8'inin kadın ve %38,2'sinin erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların cinsiyet durumu yüzde oranları dağılımlarına ilişkin grafik Şekil 6'da sunulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu, kadınlardan (%61,8) oluşmaktadır.

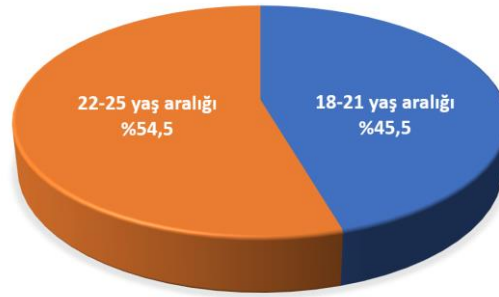


Şekil 6: Katılımcıların cinsiyet dağılımı

Tablo 4: Genç yetişkinlerin yaş durumu frekans ve yüzde dağılımı

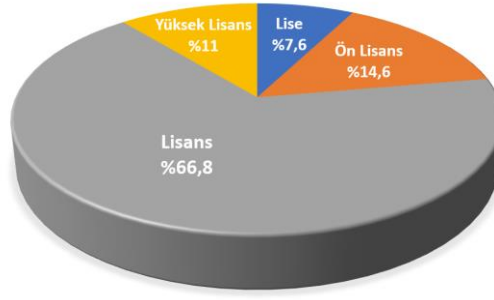
	Demografik Özellik	f	%
Yaş Durumu	18-21 Yaş Arası	137	45,5
	22-25 Yaş Arası	164	54,5
	Toplam	301	100,0

Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin yaş durumu dağılımları Tablo 4'te sunulmuştur. Tablo 4'te yapılan frekans analizi neticelerine göre; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %54,5'inin 22-25 yaşlarında ve %45,5'inin 18-21 yaşlarında olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş durumu yüzde oranları dağılımlarına ilişkin grafik Şekil 7'de sunulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu, 22-25 yaş arası (%54,5) kişilerden oluşmaktadır.

**Şekil 7:** Katılımcıların yaş dağılımı**Tablo 5:** Genç yetişkinlerin eğitim düzeyi durumu frekans ve yüzde dağılımı

	Demografik Özellik	f	%
Eğitimi düzeyi	Lise (Mezun-Öğrenci)	23	7,6
	Ön Lisans (Mezun-Öğrenci)	44	14,6
	Lisans (Mezun-Öğrenci)	201	66,8
	Yüksek Lisans (Mezun-Öğrenci)	33	11,0
	Toplam	301	100,0

Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin eğitim durumu dağılımları Tablo 5'te sunulmuştur. Tablo 5'te yapılan frekans analizi neticelerine göre; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %66,8'inin lisans, %14,6'sının ön lisans, %11,0'inin yüksek lisans ve %7,6'sının lise mezunu ya da öğrencisi olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyi yüzde oranları dağılımlarına ilişkin grafik Şekil 8'te sunulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu, lisans (%66,8) düzeyinde eğitilmiş kişilerden oluşmaktadır.

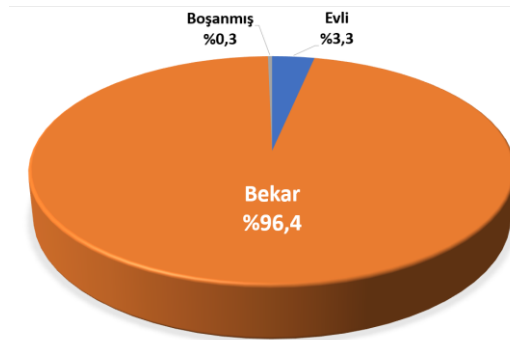


Şekil 8: Katılımcıların eğitim düzeyi dağılımı

Tablo 6: Genç yetişkinlerin medeni durum frekans ve yüzde dağılımı

	Demografik Özellik	f	%
Medeni Durum	Evli	10	3,3
	Bekar	290	96,4
	Boşanmış	1	,3
	Toplam	301	100,0

Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin medeni durumu dağılımları Tablo 6’da sunulmuştur. Tablo 6’da yapılan frekans analizi neticelerine göre; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %96,4’ünün bekar olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre araştırmanın bekar olan genç yetişkinlerin genel eğilimini yansıttığı değerlendirilebilir. Bununla birlikte evli ve boşanmış olan katılımcılar %4,6 ile sınırlı kaldığı için çalışmanın bu noktasında sonra medeni durum değişkeni analize dahil edilmeyecektir. Katılımcıların medeni durum yüzde oranları dağılımlarına ilişkin grafik Şekil 9’da sunulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu, bekar (%96,4) kişilerden oluşmaktadır.



Şekil 9: Katılımcıların medeni durum dağılımı

Tablo 7: Genç yetişkinlerinin çocuk sahibi olma durumu frekans ve yüzde dağılımı

	Demografik Özellik	f	%
Çocuk Durumu	Evet	3	1,0
	1 Çocuk	1	33,3
	2 Çocuk	2	66,7
	Hayır	298	99,0
	Toplam	301	100,0

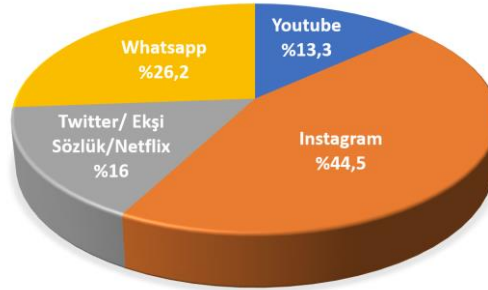
Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin çocuk sahibi olma durumu dağılımları Tablo 7’de sunulmuştur. Tablo 7’de yapılan frekans analizi neticelerine göre; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %99’unun çocuğunun olmadığı görülmektedir. Ayrıca çocuğu olan katılımcıların %66,7’si 2 çocuk sahibi olduğunu belirtmiştir. Bu sonuçlara göre araştırmanın çocuğu olmayan genç yetişkinlerin genel eğilimini yansıttığı değerlendirilebilir. Bununla birlikte çocuğu olan katılımcılar %1 ile sınırlı kaldığı için çalışmanın bu noktasında sonra çocuğunun olma durumu ve çocuk sayısı değişkenleri analize dahil edilmeyecektir. Katılımcıların çocuk sahibi olma yüzde oranları dağılımlarına ilişkin grafik Şekil 10’da sunulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu, çocuk sahibi olmayan (%99) kişilerden oluşmaktadır.

**Şekil 10:** Katılımcıların çocuk sahibi olma durumu dağılımı

Tablo 8: Genç yetişkinlerinin kullandığı sosyal medya araçları durumu frekans ve yüzde dağılımı

	Demografik Özellik	f	%
En Çok Kullanılan Sosyal Medya Aracı	Youtube	40	13,3
	Instagram	134	44,5
	Twitter/ Ekşi Sözlük/Netflix	48	16,0
	Whatsapp	79	26,2
	Toplam	301	100,0

Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin en çok kullandığı sosyal medya araçlarının frekans ve yüzde oranlarının dağılımları Tablo 8’de sunulmuştur. Tablo 8’de yapılan frekans analizi neticelerine göre; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %44,5’inin Instagram, %26,2’sinin Whatsapp, %16,0’sının Twitter/Ekşi Sözlük/Netflix ve %13,3’ünün Youtube en çok kullandığı sosyal medya araçlarını oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların kullandığı sosyal medya araçlarının yüzde oranları dağılımlarına ilişkin grafik Şekil 11’de sunulmuştur. Katılımcıların çoğunluğu, sosyal medya aracı olarak Instagram kullanan (%44,5) kişilerden oluşmaktadır.

**Şekil 11:** Katılımcıların kullandığı sosyal medya araçları durumu dağılımı

4.8.3. Değişkenlere Yönelik Bulgular

Araştırmanın değişkenlerini; “sosyal medya bağımlılığı”, “sanal tolerans”, “sanal iletişim”, “polise yönelik tutum”, “polis imajı”, “sevgi-korku”, “polislik mesleği” ve “güven-iletişim” oluşturmakta olup değişkenlerle ilgili tanımlayıcı istatistikler Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9: Değişkenlere ilişkin betimsel analizi sonuçları

Ölçek	N	Min.	Maks.	Ort.	SS
Sosyal Medya Bağımlılığı	301	22,00	95,00	53,39	12,72
Sanal İletişim	301	9,00	43,00	21,06	6,54
Sanal Tolerans	301	13,00	55,00	32,33	7,94
Polise Yönelik Tutum	301	17,00	85,00	60,73	14,70
Polis İmajı	301	7,00	35,00	24,97	7,19
Sevgi-Korku	301	4,00	20,00	16,75	3,63
Polislik Mesleği	301	3,00	15,00	7,39	4,16
Güven-İletişim	301	3,00	15,00	11,63	3,18

Tablo 9'daki betimsel analiz sonuçları irdelendiğinde;

a) Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı ifadelerine verdiği yanıtların toplam ortalaması $53,39 \pm 12,72$, en az puanı 22,00 ve en fazla puanı 95,00 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal iletişim ifadelerine verdiği yanıtların toplam ortalaması $21,06 \pm 6,54$, en az puanı 9,00 ve en fazla puanı 43,00 ve sanal tolerans ifadelerine verdiği yanıtların toplam ortalaması $32,33 \pm 7,94$, en az puanı 13,00 ve en fazla puanı 55,00 olarak belirlenmiştir.

b) Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polise yönelik tutum ifadelerine verdiği yanıtların toplam ortalaması $60,73 \pm 14,70$, en az puanı 17,00 ve en fazla puanı 85,00 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca genç yetişkinlerin polise yönelik tutum alt faktörlerinden polis imajı ifadelerine verdiği yanıtların toplam ortalaması $24,97 \pm 7,19$, en az puanı 7,00 ve en fazla puanı 35,00, sevgi-korku ifadelerine verdiği yanıtların toplam ortalaması $16,75 \pm 3,63$, en az puanı 4,00 ve en fazla puanı 20,00, polislik mesleği ifadelerine verdiği yanıtların toplam ortalaması $7,39 \pm 4,16$, en az puanı 3,00 ve en fazla puanı 15,00 ve güven-iletişim ifadelerine verdiği yanıtların toplam ortalaması $11,63 \pm 3,18$, en az puanı 3,00 ve en fazla puanı 15,00 olarak belirlenmiştir.

4.8.4. Fark Testleri ve Genel Değerlendirme

Çalışmanın bu kısmında araştırma grubunu teşkil eden genç yetişkinlerin cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi ve en çok kullandığı sosyal medya araçları ile değişkenlerden elde etmiş oldukları ortalama skorları arasındaki farklılaşmalar ele alınmıştır.

Tablo 10: Cinsiyete göre değişkenlerden elde edilen ortalama skorların farklılaşma durumu

Değişkenler	Demografik Değişken	f	$\bar{X}$	SS	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kadın	186	54,56	12,36	2,035	,043
	Erkek	115	51,50	13,12		
Sanal İletişim	Kadın	186	21,30	6,31	,802	,423
	Erkek	115	20,68	6,91		
Sanal Tolerans	Kadın	186	33,26	7,90	2,607	,010
	Erkek	115	30,83	7,79		
Polise Yönelik Tutum	Kadın	186	62,28	14,02	2,344	,020
	Erkek	115	58,23	15,48		
Polis İmajı	Kadın	186	25,98	6,98	3,141	,002
	Erkek	115	23,34	7,25		
Sevgi-Korku	Kadın	186	17,05	3,29	1,759	,080
	Erkek	115	16,26	4,08		
Polislik Mesleği	Kadın	186	7,56	4,08	,949	,343
	Erkek	115	7,10	4,29		
Güven-İletişim	Kadın	186	11,69	3,14	,418	,676
	Erkek	115	11,53	3,25		

Bağımsız örneklem T testinin neticeleri Tablo 10'da gösterilmiştir. Analiz sonucunda; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin cinsiyetine göre sosyal medya bağımlılığı, sanal tolerans, polise yönelik tutum ve polis imajı algıları istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmakta ($p < 0,05$) ve kadın olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı, sanal tolerans, polise yönelik tutum ve polis imajı algıları erkeklere göre daha yüksektir. Ayrıca araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin cinsiyetine göre sanal iletişim, sevgi-korku, polislik mesleği ve güven-iletişim algıları istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmamaktadır ($p > 0,05$). Diğer deyişle, genç yetişkinlerin cinsiyeti, sosyal medya bağımlılığı, sanal tolerans, polise yönelik tutum ve polis imajı grup toplam ortalama skorları arasında farklılık oluştururken sanal iletişim, sevgi-korku, polislik mesleği ve güven-iletişim grup toplam ortalama skorları arasında farklılık oluşturmamaktadır.

Tablo 11: Yaşa göre değişkenlerden elde edilen ortalama skorların farklılaşma durumu

Değişkenler	Demografik Değişken	f	$\bar{X}$	SS	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	18-21 Yaş Aralığı	137	53,83	12,03	,548	,584
	22-25 Yaş Aralığı	164	53,02	13,29		
Sanal İletişim	18-21 Yaş Aralığı	137	21,22	5,93	,383	,702

	22-25 Yaş Aralığı	164	20,93	7,03		
Sanal Tolerans	18-21 Yaş Aralığı	137	32,61	7,88	,567	,571
	22-25 Yaş Aralığı	164	32,09	8,01		
Polise Yönelik Tutum	18-21 Yaş Aralığı	137	60,80	12,70	,068	,946
	22-25 Yaş Aralığı	164	60,68	16,23		
Polis İmajı	18-21 Yaş Aralığı	137	25,23	6,78	,565	,573
	22-25 Yaş Aralığı	164	24,76	7,52		
Sevgi-Korku	18-21 Yaş Aralığı	137	16,93	3,35	,811	,418
	22-25 Yaş Aralığı	164	16,60	3,85		
Polislik Mesleği	18-21 Yaş Aralığı	137	6,84	3,69	-	,034
	22-25 Yaş Aralığı	164	7,84	4,48		
Güven-İletişim	18-21 Yaş Aralığı	137	11,80	2,65	,859	,391
	22-25 Yaş Aralığı	164	11,49	3,55		

Bağımsız örneklem T testinin neticeleri Tablo 11'de gösterilmiştir, analiz sonucunda; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin yaşına göre polislik mesleği algıları istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmakta ($p<0,05$) ve araştırmaya dahil olan 22-25 yaşlarında olan genç yetişkinlerin polislik mesleği algıları 18-25 yaşlarında olan genç yetişkinlere göre daha yüksektir. Ayrıca araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin yaşına göre sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, sanal tolerans, polise yönelik tutum, polis imajı, sevgi-korku ve güven-iletişim algıları istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmamaktadır ($p>0,05$). Diğer deyişle, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin yaşı, polislik mesleği grup toplam ortalama skorları arasında farklılık oluştururken sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, sanal tolerans, polise yönelik tutum, polis imajı, sevgi-korku ve güven-iletişim grup toplam ortalama skorları arasında farklılık oluşturmamaktadır.

Tablo 12: Eğitim düzeyi göre değişkenlerden elde edilen ortalama skorların farklılaşma durumu

Değişkenler	Demografik Değişken	f	$\bar{X}$	SS	F	p	Grup Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	(1)Lise	23	52,70	14,80	,034	,992	
	(2)Ön Lisans	44	53,27	13,75			
	(3)Lisans	201	53,44	11,90			
	(4)Yüksek Lisans	33	53,76	15,06			
Sanal İletişim	(1)Lise	23	20,35	7,02	,204	,893	
	(2)Ön Lisans	44	21,50	6,65			
	(3)Lisans	201	20,99	6,20			
	(4)Yüksek Lisans	33	21,45	8,18			
Sanal Tolerans	(1)Lise	23	32,35	10,32	,088	,967	

	(2)Ön Lisans	44	31,77	9,00		
	(3)Lisans	201	32,45	7,30		
	(4)Yüksek Lisans	33	32,30	8,67		
Polise Yönelik Tutum	(1)Lise	23	62,30	15,93		
	(2)Ön Lisans	44	63,23	20,02	2,242	,083
	(3)Lisans	201	60,96	12,72		
	(4)Yüksek Lisans	33	54,97	16,07		
Polis İmajı	(1)Lise	23	26,13	7,05		
	(2)Ön Lisans	44	24,86	9,10	1,467	,224
	(3)Lisans	201	25,24	6,48		
	(4)Yüksek Lisans	33	22,64	8,35		
Sevgi-Korku	(1)Lise	23	17,48	3,33		
	(2)Ön Lisans	44	16,93	4,05	3,756	,011
	(3)Lisans	201	16,95	3,33		
	(4)Yüksek Lisans	33	14,82	4,49		
Polislik Mesleği	(1)Lise	23	7,70	4,73		
	(2)Ön Lisans	44	10,23	4,95	9,230	,000 2→3,4
	(3)Lisans	201	6,91	3,77		
	(4)Yüksek Lisans	33	6,27	3,37		
Güven-İletişim	(1)Lise	23	11,00	3,94		
	(2)Ön Lisans	44	11,20	3,97	1,068	,363
	(3)Lisans	201	11,86	2,77		
	(4)Yüksek Lisans	33	11,24	3,70		

Tek yönlü varyans analizi neticeleri Tablo 12’de gösterilmiştir. Analiz sonucunda; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin eğitime göre polislik mesleği algıları istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmaktadır ($p<0.05$). Ayrıca araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin eğitime göre sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, sanal tolerans, polise yönelik tutum, polis imajı, sevgi-korku ve güven-iletişim algıları istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmamaktadır ($p>0.05$). Diğer deyişle, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin eğitimi, polislik mesleği grup toplam ortalama skorları arasında farklılık oluştururken sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, sanal tolerans, polise yönelik tutum, polis imajı, sevgi-korku ve güven-iletişim grup toplam ortalama skorları arasında farklılık oluşturmamaktadır. Ayrıca gruplar arası fark Bonferroni post hoc testi ile incelenmiş olup analiz sonuçları incelendiğinde;

a) Araştırmaya dahil olan ön lisans mezunu ya da öğrencisi olan genç yetişkinlerin polislik mesleği toplam skorlarının araştırmaya dahil olan lisans ve yüksek lisans mezunu ya da öğrencisi olan genç yetişkinlerin polislik mesleği toplam skorlarından daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p<0,05$) saptanmıştır.

Tablo 13: En sık kullanılan sosyal medya aracına göre değişkenlerden elde edilen ortalama skorların farklılaşma durumu

Değişkenler	Demografik Değişken	f	$\bar{X}$	SS	F	p	Grup Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	(1)Youtube	40	50,03	11,95	5,441	,001	1→3 3→4
	(2)Instagram	134	54,33	12,93			
	(2)Twitter/ Ekşi Sözlük/Netflix	48	58,50	12,46			
	(4)Whatsapp	79	50,41	11,83			
Sanal İletişim	(1)Youtube	40	17,95	6,66	8,796	,000	1→2,3 3→4
	(2)Instagram	134	21,61	6,40			
	(2)Twitter/ Ekşi Sözlük/Netflix	48	24,25	6,16			
	(4)Whatsapp	79	19,77	6,02			
Sanal Tolerans	(1)Youtube	40	32,08	6,83	2,288	,079	
	(2)Instagram	134	32,72	8,33			
	(2)Twitter/ Ekşi Sözlük/Netflix	48	34,25	7,63			
	(4)Whatsapp	79	30,63	7,75			
Polise Yönelik Tutum	(1)Youtube	40	61,65	14,00	5,561	,001	1→3 2→3 3→4
	(2)Instagram	134	62,34	14,75			
	(2)Twitter/ Ekşi Sözlük/Netflix	48	52,98	16,42			
	(4)Whatsapp	79	62,27	12,49			
Polis İmajı	(1)Youtube	40	25,15	6,82	6,220		1→3 2→3 3→4
	(2)Instagram	134	25,86	7,01			
	(2)Twitter/ Ekşi Sözlük/Netflix	48	21,00	7,72			
	(4)Whatsapp	79	25,78	6,62			
Sevgi-Korku	(1)Youtube	40	17,13	3,52	3,299	,021	2→3 3→4
	(2)Instagram	134	16,94	3,53			
	(2)Twitter/ Ekşi Sözlük/Netflix	48	15,27	4,66			
	(4)Whatsapp	79	17,14	2,91			
Polislik Mesleği	(1)Youtube	40	7,35	3,96	2,124	,094	
	(2)Instagram	134	7,72	4,25			
	(2)Twitter/ Ekşi Sözlük/Netflix	48	6,02	3,81			
	(4)Whatsapp	79	7,67	4,23			
Güven-İletişim	(1)Youtube	40	12,03	2,58	1,796	,148	
	(2)Instagram	134	11,82	3,25			
	(2)Twitter/ Ekşi Sözlük/Netflix	48	10,69	3,50			
	(4)Whatsapp	79	11,67	3,06			

Tek yönlü varyans analizi neticeleri Tablo 13'te gösterilmiştir. Analiz sonucunda; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin en çok kullandığı sosyal medya aracına göre sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, polise yönelik tutum, polis imajı ve sevgi-korku algıları istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmaktadır ($p<0.05$). Ayrıca araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin en çok kullandığı sosyal medya aracına göre sanal tolerans, polislik mesleği ve güven-iletişim algıları istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmamaktadır ($p>0.05$). Diğer deyişle, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin en çok kullandığı sosyal medya aracı, sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, polise yönelik tutum, polis imajı ve sevgi-korku grup toplam ortalama skorları arasında farklılık oluştururken sanal tolerans, polislik mesleği ve güven-iletişim grup toplam ortalama

skorları arasında farklılık oluşturmamaktadır. Ayrıca gruplar arası fark Bonferroni Post-Hoc testi ile incelenmiş olup analiz sonuçları incelendiğinde;

a) Araştırmaya dahil olan ve en sık Twitter/Ekşi Sözlük/Netflix sosyal medya araçlarını kullanan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı ve sanal iletişim toplam skorlarının araştırmaya dahil olan, Youtube ve Whatsapp kullanan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı ve sanal iletişim toplam skorlarından daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p<0,05$) saptanmıştır.

b) Araştırmaya dahil olan ve en sık Instagram kullanan genç yetişkinlerin sanal iletişim toplam skorlarının araştırmaya dahil olan, Youtube kullanan genç yetişkinlerin sanal iletişim toplam skorlarından daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p<0,05$) saptanmıştır.

c) Araştırmaya dahil olan ve en sık Twitter/Ekşi Sözlük/Netflix sosyal medya araçlarını kullanan genç yetişkinlerin polise yönelik tutum ve polis imajı toplam skorlarının araştırmaya dahil olan, diğer sosyal medya araçlarını kullanan genç yetişkinlerin polise yönelik tutum ve polis imajı toplam skorlarından düşük olduğu ve bu durumun istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p<0,05$) saptanmıştır.

d) Araştırmaya dahil olan ve en sık Twitter/Ekşi Sözlük/Netflix sosyal medya araçlarını kullanan genç yetişkinlerin sevgi-korku toplam skorlarının araştırmaya dahil olan, Instagram ve Whatsapp kullanan genç yetişkinlerin sevgi-korku toplam skorlarından düşük olduğu ve bu durumun istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p<0,05$) saptanmıştır.

Çalışmanın bu kısmında araştırma grubunu teşkil eden genç yetişkinlerin cinsiyeti, yaşı, eğitimi ve en çok kullandığı sosyal medya araçları ile araştırma değişkenlerinin toplam ortalama skorları arasındaki farklılaşmalar ele alınacak olup hipotezlerin genel değerlendirmesi Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14: Demografik bilgilere göre fark testlerinin genel değerlendirmesi

Hipotezler	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Sosyal Medya Aracı
H1: Sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.	✓	×	×	✓
H1 _a : Sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal iletişim düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.	×	×	×	✓
H1 _b : Sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal tolerans düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.	✓	×	×	×
H2: Polise yönelik tutum algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.	✓	×	×	✓
H2 _a : Polise yönelik tutum alt faktörlerinden polis imajı algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.	✓	×	×	✓
H2 _b : Polise yönelik tutum alt faktörlerinden sevgi-korku algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.	×	×	×	✓
H2 _c : Polise yönelik tutum alt faktörlerinden polislik mesleği algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.	×	✓	✓	×
H2 _d : Polise yönelik tutum alt faktörlerinden güven-iletişim algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.	×	×	×	×

* *×*: Farklaşmamaktadır ✓: Farklaşmaktadır.

4.8.5. Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

Çalışmanın bu kısmında, sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, sanal tolerans, polise yönelik tutum, polis imajı, sevgi-korku, polislik mesleği ve güven-iletişim arasındaki ilişki irdelenmiştir. Değişkenler oransal/aralıklı ölçekler olduğu ve normal dağılım varsayımını sağladığı için parametrik test yöntemlerinden “Pearson Korelasyon Analizi”yle incelenmiş, istatistiki anlamlılık $p < 0,05$ seviyesinde değerlendirilmiştir.

Korelasyon katsayısının değerlendirme ölçütleri şöyledir (Köklü, Büyüköztürk ve Bökeoğlu, 2006);

- “0,00 = r_p ise ilişki yoktur.”
- “0,00 < r_p < 0,29 ise düşük düzeyde ilişki vardır.”
- “0,30 < r_p < 0,69 ise orta düzeyde ilişki vardır.”
- “0,70 < r_p < 0,99 ise yüksek düzeyde ilişki vardır.”
- “1,00 = r_p ise mükemmel ilişki vardır”

Tablo 15: Pearson korelasyon analizi sonuçları

		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
(1)Sosyal Medya Bağımlılığı	r_p	1	,851**	,901**	-,121*	-,141*	-,146*	,027	-,108
	p		,000	,000	,036	,014	,011	,646	,062
(2)Sanal İletişim	r_p		1	,539**	-,099	-,120*	-,139*	,027	-,064
	p			,000	,086	,038	,016	,644	,267
(3)Sanal Tolerans	r_p			1	-,112	-,128*	-,119*	,021	-,120*
	p				,052	,026	,039	,722	,038
(4)Polise Yönelik Tutum	r_p				1	,914**	,833**	,656**	,749**
	p					,000	,000	,000	,000
(5)Polis İmajı	r_p					1	,694**	,426**	,615**
	p						,000	,000	,000
(6)Sevgi-Korku	r_p						1	,411**	,606**
	p							,000	,000
(7)Polislik Mesleği	r_p							1	,293**
	p								,000
(8)Güven-İletişim	r_p								1
	p								

* $p < 0,01$, ** $p < 0,05$

Tablo 15'teki Pearson Korelasyon testi sonuçları incelendiğinde;

a) Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleriyle sanal iletişim ve sanal tolerans düzeyleri arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde korelasyon varken ($p < 0,05$) sosyal medya bağımlılığı düzeyleriyle polise yönelik tutum, polis imajı ve sevgi-korku düzeyleri arasında negatif yönlü ve düşük düzeyde korelasyon olduğu ($p < 0,05$) tespit edilmiştir. Bununla birlikte araştırmaya dahil olan genç

yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleriyle polislik mesleği ve güven-iletişim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$).

b) Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal iletişim düzeyleriyle sanal tolerans düzeyleri arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde korelasyon varken ($p<0,05$) sanal iletişim düzeyleriyle polis imajı ve sevgi-korku düzeyleri arasında negatif yönlü ve düşük düzeyde korelasyon olduğu ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Bununla birlikte araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal iletişim düzeyleriyle polise yönelik tutum, polislik mesleği ve güven-iletişim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$).

c) Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal tolerans düzeyleriyle polis imajı, sevgi-korku ve güven iletişim düzeyleri arasında negatif yönlü ve düşük düzeyde korelasyon varken sanal tolerans düzeyleriyle polise yönelik tutum ve polislik mesleği düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$).

d) Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polise yönelik tutum düzeyleriyle polis imajı, sevgi-korku, polislik mesleği ve güven iletişim düzeyleri arasında pozitif yönlü ve yüksek ve orta düzeyde korelasyon olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$).

e) Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polis imajı düzeyleriyle sevgi-korku, polislik mesleği ve güven iletişim düzeyleri arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde korelasyon olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$).

f) Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sevgi-korku düzeyleriyle polislik mesleği ve güven iletişim düzeyleri arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde korelasyon olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$).

g) Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polislik mesleği düzeyleriyle güven iletişim düzeyleri arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde korelasyon olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$).

4.8.6. Regresyon Analizine Yönelik Hipotez Testleri

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan model kapsamında regresyon analizleri yapılmış, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığının ve polise yönelik tutum üzerindeki etkisi araştırılmış olup bulgular tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 15'teki bulgulara göre sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal iletişim ile polislik mesleği ve güven-iletişim arasında ve sanal tolerans ile polislik mesleği arasında ilişki olmadığı için regresyon modeline dahil edilmemiştir. Dolayısıyla, sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının polislik mesleğine etkisi için kurulan *H6'nın a ve b alt hipotezleri* ile sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının güven-iletişime etkisi için kurulan *H7'nin a alt hipotezi* değerlendirmeye alınmamıştır.

İlk olarak ölçek yapılarına dönük normal dağılım varsayımı, doğrusallık ve homojenlik varsayımları incelenmiş ve aşırı uç değerlerin olmadığı belirlenmiştir. Hatalar arasında otokorelasyon olma durumu Durbin-Watson istatistiği ile incelenmiş, katsayılar 1,670-1,856 arasında bulunmuştur. Durbin-Watson istatistiğine göre hatalar arasında otokorelasyon olmadığı belirlenmiştir (Genceli, 1973: 179). Bununla birlikte; çoklu doğrusal bağlantı problemi VIF değerlerine bakılmak suretiyle incelenmiş olup VIF değerleri 10'dan küçük olduğu için çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı tespit edilmiştir (Albayrak, 2005).

Tablo 16: Sosyal medya bağımlılığının, polise yönelik tutum üzerindeki etkisi

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar			F	R ²
	B	Std. hata	B	T	P		
Sabit	68,195	3,642		18,723	,000		
Sosyal Medya Bağımlılığı	-,140	,066	-,121	-2,106	,036	4,434*	,015
Bağımlı değişken: Polise Yönelik Tutum							

* $p < 0.05$

Sosyal medya bağımlılığın, polise yönelik tutum üzerinde ne derecede etkili olduğunu saptamak için gerçekleştirilen lineer regresyon analizinin neticelerine göre; bu modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu ve sosyal medya bağımlılığının, polise yönelik tutumun varyansının %1,5'ini açıklayabildiği anlaşılmaktadır ($R^2 = ,015$; $F_{(1,299)} = 4,434$, $p < 0.05$). Bulunan sonuçlara göre (Tablo 16); sosyal medya bağımlılığın, polise yönelik tutumu negatif yönde ve istatistiki bakımdan anlamlı şekilde yordadığı ($\beta = -0.121$, $t = -2,106$, $p = 0,036$) saptanmıştır. Diğer bir ifadeyle, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi polise yönelik tutum düzeyini negatif yönde etkilemektedir. Ayrıca diğer değişkenler sabit tutulduğunda, araştırmaya dahil olan genç

yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyindeki bir birimlik artış, polise yönelik tutum düzeyinde 0,140'lık bir azalış sağlayacaktır.

Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi polise yönelik tutum düzeyini negatif yönde etkilediği için "*H3: Sosyal medya bağımlılığı, genç yetişkinlerin polise yönelik tutum algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.*" hipotezi destek görmüştür.

Tablo 17: Sanal tolerans ve sanal iletişimin, polis imajı üzerindeki etkisi

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar				F	R ²
	B	Std. hata	β	t	P	VIF		
Sabit	29,243	1,799		16,251	,000			
Sanal İletişim	-,079	,075	-,072	-1,052	,293	1,410	3,043*	,049
Sanal Tolerans	-,081	,062	-,089	-1,312	,190	1,410		
Bağımlı değişken: Polis İmajı								

* $p < 0.05$

Sanal tolerans ve sanal iletişim, polis imajı üzerinde ne derecede etkili olduğunu saptamak için gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon analizinin neticelerine göre (Tablo 17); bu modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu ve sanal tolerans ve sanal iletişimin, polis imajının varyansının %4,9'unu açıklayabildiği anlaşılmaktadır ($R^2 = ,049$; $F_{(2,298)} = 3,043$, $p < 0.05$). Bulunan sonuçlara göre; sanal tolerans ve sanal iletişim, polis imajını istatistiki bakımdan anlamlı yordamadığı ($p > 0.05$) tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin *polis imajı düzeyine, sanal tolerans ve sanal iletişim anlamlı katkı sağlamadığı* belirlenmiştir. Dolayısıyla, sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının polis imajına etkisi için kurulan *H4'ün a ve b alt hipotezleri destek görmemiştir.*

Tablo 18: Sanal tolerans ve sanal iletişimin, sevgi-korku üzerindeki etkisi

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar				F	R ²
	B	Std. hata	β	T	P	VIF		
Sabit	18,905	,908		20,824	,000			
Sanal İletişim	-,059	,038	-,105	-1,550	,122	1,410	3,366*	,022
Sanal Tolerans	-,029	,031	-,062	-,917	,360	1,410		
Bağımlı değişken: Sevgi-Korku								

* $p<0.05$

Sanal tolerans ve sanal iletişim, sevgi-korku üzerinde ne derecede etkili olduğunu saptamak için gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon analizinin neticelerine göre (Tablo 18); bu modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu ve sanal tolerans ve sanal iletişimin, sevgi-korkunun varyansının %2,2'sini açıklayabildiği anlaşılmaktadır ($R^2=,022$; $F_{(2,298)}=3,366$, $p<0.05$). Bulunan sonuçlara göre; sanal tolerans ve sanal iletişim, sevgi-korkuyu istatistiki bakımdan anlamlı yordamadığı ($p>0.05$) tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin *sevgi-korku düzeyine, sanal tolerans ve sanal iletişim anlamlı katkı sağlamadığı* belirlenmiştir. Dolayısıyla, sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının sevgi-korku üzerindeki etkisi için kurulan $H5$ 'in *a ve b alt hipotezleri destek görmemiştir*.

Tablo 19: Sanal toleransın, güven-iletişim üzerindeki etkisi

	Standardize		Standardize Edilmiş			F	R ²
	Edilmemiş Katsayılar		Katsayılar				
	B	Std. hata	B	T	P		
Sabit	13,174	,764		17,234	,000	4,337*	,014
Sanal Tolerans	-,048	,023	-,120	-2,083	,038		
Bağımlı değişken: Güven-İletişim							

* $p<0.05$

Sanal toleransın, güven-iletişim üzerinde ne derecede etkili olduğunu saptamak için gerçekleştirilen lineer regresyon analizinin neticelerine göre; bu modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu ve sanal toleransın, güven-iletişimin varyansının %1,4'ünü açıklayabildiği anlaşılmaktadır ($R^2=,014$; $F_{(1,299)}=4,337$, $p<0.05$). Bulunan sonuçlara göre (Tablo 19); sanal toleransın, güven-iletişimi negatif yönde ve istatistiki bakımdan anlamlı şekilde yordadığı ($\beta=-0.120$, $t=-2,083$, $p=0,038$) saptanmıştır. Diğer bir ifadeyle, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin *sanal tolerans düzeyi güven-iletişim düzeyini negatif yönde etkilemektedir*. Ayrıca diğer değişkenler sabit tutulduğunda, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal tolerans düzeyindeki bir birimlik artış, güven-iletişim düzeyinde 0,048'lik bir azalış sağlayacaktır.

Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal tolerans düzeyi güven-iletişim düzeyini negatif yönde etkilediği için " $H7_b$: *Sanal tolerans, genç yetişkinlerin güven-iletişim algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır*" hipotezi destek görmüştür.

Araştırma kapsamında; 7 ana eksen ve 14 alt eksen olmak üzere toplam 21 adet hipotez oluşturulup sınanmıştır. Araştırma amacı doğrultusunda oluşturulan bu hipotezlerin sınanmış sonuçlarını genel olarak ifade etmek gerekirse;

H1: Sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

- *H1a: Sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal iletişim düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.*
- *H1b: Sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal tolerans düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.*

H2: Polise yönelik tutum algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

- *H2a: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden polis imajı algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.*
- *H2b: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden sevgi-korku algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.*
- *H2c: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden polislik mesleği algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.*
- *H2d: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden güven-iletişim algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.*

H3: Sosyal medya bağımlılığı, genç yetişkinlerin polise yönelik tutum algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.

H4: Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin polis imajı algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.

- *H4a: Sanal iletişim, genç yetişkinlerin polis imajı algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.*
- *H4b: Sanal tolerans, genç yetişkinlerin polis imajı algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.*

H5: Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin sevgi-korku algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.

- *H5a: Sanal iletişim, genç yetişkinlerin sevgi-korku algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.*
- *H5b: Sanal tolerans, genç yetişkinlerin sevgi-korku algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.*

H6: Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin polislik mesleği algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.

- *H6a: Sanal iletişim, genç yetişkinlerin polislik mesleği algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.*
- *H6b: Sanal tolerans, genç yetişkinlerin polislik mesleği algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.*

H7: Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin güven-iletişim algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.

- *H7a: Sanal iletişim, genç yetişkinlerin güven-iletişim algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.*
- *H7b: Sanal tolerans, genç yetişkinlerin güven-iletişim algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır.*

TARTIŞMA

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen alan çalışması sonuçları bir önceki bölümdeki Bulgular kısmında verilmiştir. Bahse konu bulgulara yer alan sonuç ve analizlerin literatürde yer alan diğer benzer veya farklı sonuçların elde edildiği çalışmalar ile ilgili karşılaştırma aşağıda yapılmıştır. Yapılan karşılaştırmada izlenen yöntem; araştırma kapsamında geliştirilip sınanan her bir hipotez, benzer veya farklı çalışma sonuçlarıyla karşılaştırılması şeklinde ele alınmıştır.

Araştırma kapsamında geliştirilen; *“Sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir”* hipotezi doğrulanmıştır.

Bilgili (2018), tarafından yapılan; *“Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Ege Üniversitesi Örneği”* adlı çalışmada sosyal medya ile sosyo-demografik özellikler arasındaki ilişki incelenmiş olup iki unsur arasında ilişki tespit edilmiştir. Katılımcılardaki sosyal medya bağımlılığının; cinsiyet ve sosyal medyada aktif kalınan süre arasında anlamlı bir ilişki olduğu, sosyal medya bağımlılığının öğrencilerin kontrol kaybı boyutunda kızlarda daha fazla olduğu ve gençlerin sosyal medyada aktif oldukları süre ile medya bağımlılıklarının paralel olarak arttığı dile getirilmiştir.

Yılmazsoy ve Kahraman (2017), tarafından yapılan; *“Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyayı Eğitsel Amaçlı Kullanımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Facebook Örneği”* adlı çalışmada öğrencilerin Facebook’u eğitsel amaçla kullanma düzeyleri ile cinsiyet ve fakülte değişkeni arasında anlamlı ilişki olduğu ancak, akıllı telefona sahip olma ve kişisel bilgisayar sahibi olma durumu ile anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Facebook bağımlılık düzeylerinin cinsiyet ve akıllı telefona sahip olma değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı, kişisel bilgisayara sahip olma ve fakülte değişkenlerine göre anlamlı farklılık gösterdiği ortaya konulmuştur.

İnce ve Koçak (2017), tarafından yapılan; “*Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği*” çalışmasında elde edilen sonuçlara göre; kadınların bir oturumda sosyal medya kullanım süresi, erkeklere göre daha yüksektir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süresi arttıkça; sosyal medyaya güven ve bağımlılık düzeyinde de bir artış yaşanmaktadır. Yine araştırmada eğlenme ve rahatlama isteği, arkadaşlarla iletişimde bulunmak ve çeşitli konularda bilgi sahibi olma isteği sosyal medya kullanıma yönelten nedenler arasında ilk sıralarda yer almaktadır.

Araştırmada kapsamında geliştirilen; “*Polise yönelik tutum algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezi doğrulanmıştır.

Murat Cem (2010), tarafından yapılan; “*Toplumsal Cinsiyet Açısından Polisliğin İmajı Üzerine Bir Çalışma: Ankara Örneği*” çalışmada polis–toplum ilişkisinde toplumsal cinsiyetin nasıl bir rol oynadığı, insanların kadın ve erkek polislerine yönelik farklı davranışlar sergileyip sergilemediği ve aynı şekilde polislerin de erkek ve kadın vatandaşlara karşı farklı tutum sergileyip sergilemediğini tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda, polis-vatandaş ilişkisinin hiçbir zaman tekdüze ve statik yapıda olmadığı; aksine oldukça dinamik ve heterojen görünümlü olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer bir deyişle polis-vatandaş ilişkisi basit değil karmaşık bir denkleme yer aldığı, bu karmaşıklığın en önemli nedenlerinden birinin de aktörlerin kimliklerinde, başka bir deyişle kimliklerin heterojenliğinde yattığı görülmüştür. Toplumsal cinsiyet, polis-vatandaş ilişkisini belirleyen önemli bir değişken ve kimliğin önemli bir parçasını oluşturdu dille getirilmiştir. Toplumsal cinsiyet hem bağımsız değişken hem de kadın ve erkek polis algısını temsil eden bağımlı değişken görevini üstlenmiştir. Çünkü toplumsal cinsiyet eksenini ile polis-toplum ilişkisinde çapraz bir denklem görülmüş olup erkek polis-kadın polis, erkek vatandaş-kadın vatandaş olarak kavramsallaştırılmıştır. Çalışmanın önemli bir katkısı da bu çapraz ilişkiye vatandaş boyutu dahil edilerek incelemiş olmasıdır.

Demir ve Demirbaş (2014), ortaokul öğrencilerinin polise yönelik tutumlarının farklı değişkenler açısından inceleyen “*Ortaokul Öğrencilerinin Polise Yönelik Tutumlarının İncelenmesi*” çalışmaları sonucunda; ortaokul öğrencilerinin polise yönelik tutumları farklı değişkenler açısından farklılık gösterebildiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin aile gelir düzeyine göre polise yönelik tutum puanları ortalamaları istatistiksel açıdan anlamlı değildir. Araştırmaya katılan öğrencilerin polise yönelik tutum puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre ortaokul öğrencilerinin polise yönelik tutum puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilerin kitap okuma sıklığı ile polise yönelik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir.

Araştırmada kapsamında geliştirilen; “*Sosyal medya bağımlılığı, genç yetişkinlerin polise yönelik tutum algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır*” hipotezi doğrulanmıştır.

Çıldan, Ertemiz, Tumuçin, Küçük ve Albayrak (2012), yaptıkları; “*Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü*” isimli araştırmada, sosyal medyanın siyasi katılım ve hareketler üzerinde oynadığı rolleri incelemişlerdir. Sonuç olarak, sosyal medyanın tüm dünyada bireyler arasındaki demokrasi ve özgürlük talebinin yayılmasında ve artmasında güçlü bir iletişim aracı olarak kullanıldığı; az gelişmiş veya gelişmemiş ülkelerdeki bireylerin sosyal medya aracılığıyla gelişmiş ülkelerdeki refah ve demokrasi seviyesini öğrenerek dünyayla bütünleşme imkânı bulması sonucunda protestoları ve isyanları beraberinde getirdiği sonucuna varılmıştır. Doğal olarak polisin bu protesto ve isyanların bastırılmasında önemli bir güç olması nedeniyle polise yönelik algının oluşmasında sosyal medyanın önemli bir etken olduğu ifade edilmektedir.

Atay (2014), “*İnsan Hakları Eğitiminin Polis Halk İlişkilerine Etkisi*” isimli çalışmasında, bilim ve teknolojinin büyük bir hızla değiştiğini, bu hızlı değişim karşısında polis eğitiminde birçok sorunlarla karşı karşıya kalındığını bunun sonucu olarak da polisle ilgili beklenti ve görevlerin arttığını dile getirmiştir. Ayrıca toplumda güvenlik ve huzuru sağlamakla görevli olan polis teşkilatının personelinin devamlı toplumdaki gelişmelere paralel olarak etkili ve verimli bir eğitimden geçirilmesi gerektiğini; demokratik hayatta kamu düzeni ve güvenliği demokrasiye, insan haklarına ve hukukun

üstünlüğüne saygılı, bilgili, disiplinli polisler ile sağlanabileceğini; polislerin suç ve suçlu ile mücadele ederken insan hakları ve hukuk kuralları içerisinde görev yapması gerektiğini; polislerin bu bilgileri teorik olarak almasının yeterli olmadığını aynı zamanda görev yaparken de buna uygun tutum ve davranışları göstermesi gerektiğini belirtmiştir.

Araştırmada kapsamında geliştirilen; “*Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin polis imajı algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır*” hipotezi doğrulanmıştır.

Marangoz, Çelikkan ve Yavuz (2011), halk tarafından Toplum Destekli Polis (TDP) kavramının algılanmasının, polisten memnuniyetine ve beklentilerine etkisini ortaya koymayı amacıyla yaptıkları; “*Halkın Toplum Destekli Polislik Hizmetlerine Yönelik Algılamaları: Çanakkale İli Örneği*” çalışma sonucunda kamusal hizmet sektörünün bir temsilcisi olan Emniyet Teşkilatında sıfır hata, sürekli eğitim, müşteri odaklılık, örgüt geliştirme, çalışanları ve müşterileri güçlendirme, çalışanların katılımını alma gibi çağdaş yönetim araçlarından yararlanılması gerektiği düşüncesini savunmaktadırlar.

Adams, Rohe ve Arcury (2005), Kuzey Carolina'daki beş küçük şehir/kasabadaki 524 katılımcıyla yerel polis departmanlarının TDP programları hakkında bilgi yaymadaki başarısını incelemişlerdir. Sakinlerin TDP konusundaki farkındalığı ile polis-toplum ilişkileri, kendini koruma stratejileri, suç korkusu ve toplum entegrasyonu arasındaki ilişki de değerlendirilmiş sonuç olarak; mahallelerde yaşayanların %20-50'sinin mahallelerindeki toplum polisliği çabalarından haberdar olduğunu, ancak çoğunun bu çabalara katılmadığını göstermiştir. TDP bilinci, daha fazla kendini koruma çabaları, daha düşük suç korkusu ve daha güçlü topluma bağlılık duyguları, mahalle sorunlarının algılanması ve mağduriyetle ilişkilendirilmiştir. TDP farkındalığının daha geleneksel bir polislik stratejisi olan algılanan görünürlük ile karşılaştırıldığında sonuç değişkenleriyle daha güçlü bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Veysel ve Aydın (2014), “*Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler*” çalışmada; sosyal medyanın klasik medya araçları olarak adlandırılan medya araçlarından farklı olduğu; kamuoyu oluşturmadaki etkilerinin geniş olduğu; kamuoyu oluşturma veya yönlendirme süreci içerisinde oluşan ve oluşabilecek muhtemel riskler barındırdığı bu bağlamda sosyal medyanın sunduğu imkânların barındırdığı riskler ve güvenlik anlayışına yapmış olduğu olumlu olumsuz katkıların birlikte alınması gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca sosyal medyanın ortaya çıkaracağı muhtemel riskleri azaltabilmek için, yasal düzenleme eksikliklerinin giderilmesi, eğitim yoluyla çocukların, gençlerin ve genel olarak toplumun bilinçlendirilerek sosyal medya okuryazarlığının geliştirilmesi, siber saldırılara ve bilgi kirliliğinin önüne geçilebilmesi için alt yapının güçlendirilmesi ve nitelikli personelin yetiştirilmesinin büyük önem taşıdığını dile getirmişlerdir.

Hawdon ve Ryan (2003), polis-halk etkileşiminin polisten memnuniyete etkileri konusunda yaptıkları araştırmada; polis görünürlüğü ile polisin etkinliği algısı arasında kritik derecede önemli ilişki olduğunu bu nedenle, polis memurlarının görünürlüğünün artması gerektiğini iddia etmektedir.

Özçetin ve Özçetin (2015), güvenlik güçlerinin sosyal medyadaki varlıklarını ve sosyal medya performanslarını sorunsallaştıran, “*Polis ve Sosyal Medya: Türkiye’de İl Emniyet Müdürlüklerinin Twitter Kullanımı*” çalışmalarıyla 2014 yılı içerisinde en az 1 tweet atmış olan resmi il emniyet müdürlüğü Twitter hesaplarının bir yıl süresince attıkları tüm tweetler (28 il emniyet müdürlüğü, 6371 tweet) içerik analizine tabi tutularak farklı ülkelerdeki emniyet güçlerinin sosyal medya kullanımını da karşılaştırmalı bir çerçevede ele alınıp polisin ve zapt etmenin siyasal ve toplumsal işlevleri analitik ve kuramsal bir perspektiften ele alınmıştır. Çalışma onucunda; polisin sosyal medya kullanımının bir yandan sosyal medyanın kontrol ve denetim sürecinin bir parçası olduğu görülmüş, diğer yandan polisin sosyal medya kullanımı TDP olgusunun bir parçası ve uzantısı olarak düşünülmesi gerektiği vurgulanmıştır. Sosyal medyada paylaşılan mesajların niteliği, polisin toplumsal hayatın yeniden örgütlenmesi, toplumsal dayanışma örüntüleri ve rollerin yeniden üretilmesinde kendine biçtiği müdahaleci rolü teyit eder nitelikte olduğu da görülmüştür.

Araştırmada kapsamında geliştirilen; “*Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin sevgi-korku algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır*” hipotezi doğrulanmıştır.

Öksüzler'in (2011) yaptığı, “*Halkın Polis Algısını Etkileyen Sosyal Faktörler: Safranbolu Örneği*” isimli çalışmada; büyük oranda halkın polise güven duymasının, sevip-saymasının, desteklemesinin ve gereksiz yere şiddet uygulayan bir kuvvet olarak algılamaması nedeniyle söz konusu olduğunu ancak buna rağmen, polisin genel imajını daha olumlu yönde geliştirebilmesi adına alınması gereken tedbirlerden veya gerçekleştirilmesi gereken değişikliklerin de olduğunu ifade etmiştir.

Seyhan (2007), tarafından yapılan “*Halk-Polis Karşılaşmasında Stres Faktörü: Stat Örneği Uygulaması*” çalışmada; halk-polis karşılaşmasında polisin fiziksel ve ruhsal olarak yıprandığı, statlarda yaşanan olayların polislerin stres düzeylerinde önemli ölçüde etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca polisliğin yüksek stresli bir meslek olduğu; çalışma koşullarının güçlüğü nedeniyle yaşamı tehdit eden zorlu duygusal yüklenme durumunda oldukları; ailelerine ve sosyal ilişkilerine yeterince zaman ayıramadıkları; görevlerinin niteliği gereği, yoğun stres deneyimlerinden psikosomatik şikayetlerinin yaygın olduğu; stresle baş etme hususunda yeterli destek sağlanamadı da dile getirilmiştir.

Araştırmada kapsamında geliştirilen; “*Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin polislik mesleği algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır*” hipotezi doğrulanmıştır.

Mevvasoğlu (2015), tarafından yapılan; “*Halk İlişkiler ve Önemi: Emniyet Teşkilatında Bir Uygulama*” çalışmada erkek polis memurlarının kadın meslektaşlarına oranla daha az halkla etkileşime girdiği; lise mezunu polis memurları üniversite mezunu polis memurlarına halka daha az etkileşime girdikleri; kadın polis memurları erkek meslektaşlarına oranla amirlerinden daha az destek aldıkları belirlenmiştir.

Arslan ve Olgun (2009), Kayseri’de yaptıkları, “*Üniversite Öğretim Elemanları ve Öğrencilerinin Polis ve Polislik Mesleği ile İlgili Algılamaları: Erciyes Üniversitesi Örnekleme*” çalışma sonucunda; Emniyet Teşkilatının, kendisini, olumlu yönlerini ve faaliyetlerini, görevini yaparken fedakârlıklarını daha fazla tanıtmaları gerektiği, yani

kendisini daha iyi anlatması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca; öğretim elemanlarının %69,7'si ile öğrencilerin %70'inin mevcut kanunların polisin suçla mücadelesini zorlaştırdığına inandığı; öğretim elemanlarının %49,5'i ile öğrencilerin %48'inin polisin eğitimini yetersiz bulduğu; öğretim elemanlarının %53,1'i ile öğrencilerin %53,8'inin ise “polis suçtan korumak için insanları eğitmektedir” ifadesine katılmadığı ortaya çıkmıştır.

İçen ve Alkan (2019), İstanbul ilindeki Üsküdar ve Kadıköy ilçelerinde yaptıkları çalışmada; sosyo-ekonomik açıdan düşük mahallelerde okullara devam eden öğrencilerin; polisin halkla ilişkiler ve iletişim boyutu, polisin görünürlüğü, TDP faaliyetlerine ilişkin farkındalık, beklentiler ve genel polis algısının yüksek olduğu belirlenmiştir. Polisin davranış özellikleri düzeyi orta düzeyde bulunmuştur. Kız öğrencilerin TDP faaliyetlerinden beklentilerinin erkek öğrencilere göre TDP faaliyetlerinden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Polisin görünürlüğü öğrencilerin polis olma fikrini olumlu etkilediği için polis algısı daha olum bulunmuştur. Öğrencilerin yarısından fazlasının polis olma fikrinin olmadığı görülmüştür.

İlgen (2007), tarafından yapılan “*Polisin Motivasyonunun Polis-Halk İlişkilerine Etkisi: Malatya-Doğanyol Örneği*” isimli çalışmada; polisin karşı karşıya olduğu ve çözüme kavuşturulmayan birçok sorun yüzünden motivasyon düzeylerinin düşük olduğu ve bu motivasyon düşüklüğünün de polis-halk ilişkilerini olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur. Polisin icra ettiği görevlerde başarılı olabilmesi için polis-halk ilişkilerinin ne derece önemli olduğu göz önünde bulundurularak, polisin motivasyonunu düşüren sorunlara kalıcı çözümler bulunması, polisin motivasyon düzeyini yükseltici çalışmalar yapılması ve halkın polise bakışını ve tutumunu değiştirici çalışmalar yapılması hususunda önerilerde bulunulmuştur.

Araştırmada kapsamında geliştirilen; “*Sosyal medya bağımlılığı algıları, genç yetişkinlerin güven-iletişim algılarını anlamlı şekilde yordamaktadır*” hipotezi doğrulanmıştır.

Karakuzular (2015), “*Halkla İlişkiler Bağlamında Esnafın Polise Yönelik Algısı: Şahinbey İlçesi Örneği*” isimli çalışma sonucunda değişen polis-halk ilişkileri doğrultusunda polis imajının da hangi yönde olduğunu/olması gerektiğinin

belirlenmesine yönelik önemli sonuçlar etmiştir. Varılan sonuçlara arasında büyük oranda esnafın polise güven duymasının, sevip-saymasının, desteklemesinin söz konusu olduğu görülmüş bununla birlikte polisin genel imajını daha olumlu hala getirmek adına alınması gereken tedbirler veya gerçekleştirilmesi gereken değişiklikler olduğunu da dile getirmiştir.

Şen (2013), “*Polis, Medya ve Hesap Verebilirlik*” başlıklı çalışmada güvenlik hizmetleri özelinde kamu hizmetleri için şeffaflığın taşıdığı önemi ele alarak bu kapsamda hesap verebilirliğin sağlanmasında medyanın rolü tartışmış ve sonuç olarak; özellikle medya kuruluşları ile olan ilişkilerin gözden geçirilmesi ve bu ilişkilerin daha verimli bir çerçeveye oturtulmasının bir zorunluluk olduğunu böylelikle hem olumlu bir kurum imajı yaratılmasında hem de demokratikleşmenin bir getirisi olan şeffaflık ve hesap verebilme imkânlarının sorunsuz bir şekilde gerçekleştirilmesinde medyadan etkin bir şekilde yararlanılabileceğini ifade etmiştir.

SONUÇ

Araştırmanın amacı ve araştırma kapsamında geliştirilen hipotezlerin doğrulanıp doğrulanmadığı konusunda toplanan veriler, araştırmanın “Bulgular” kısmında ifade edilmiştir. Araştırmanın bu kısmında ise bulgular kısmında ifade edilen verilerin değerlendirilip sonuçlandırılması yapılmıştır.

Bu kapsamda ilk olarak araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyo demografik özelliklerine yönelik bulgular değerlendirilmiş, daha sonra bu sosyo demografik özelliklerin diğer değişkenlerle olan ilişkisinden bahsedilmiş, bunun ardından araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığının polise yönelik tutum üzerindeki etkisi üzerindeki değerlendirmelere değinilmiş, bunun akabinde ise belirlenen hipotezlerin doğrulanıp doğrulanmadığı ele alınmış ve son olarak da Emniyet Teşkilatına yönelik bazı önerilerde bulunulmuştur.

Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyo demografik özelliklerine yönelik bulgular değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Araştırmaya dahil edilen genç yetişkinlerin demografik özelliklerinden; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu, sahip olunan çocuk sayısı, en çok kullanılan sosyal medya araçlarına yönelik bulguların dağılımları incelendiğinde;

- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin; %61,8'inin kadın, %38,2'sinin erkek olduğu,
- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin; %54,5'inin 22-25 yaş aralığında, %45,5'inin 18-21 yaş aralığında olduğu,
- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin; %66,8'inin lisans, %14,6'sının ön lisans, %11'inin yüksek lisans ve %7,6'sının lise mezunu veya öğrencisi olduğu,
- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin; %96,4'ünün bekar olduğu, %3,6'sının evli olduğu,
- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin; %99'unun çocuğunun olmadığı, %1'nin çocuk sahibi olduğu,
- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin; %44,5'inin Instagram, %26,2'sinin Whatsapp, %16'sının Twitter/Ekşi Sözlük/Netflix ve %13,3'ünün Youtube en çok kullandığı sosyal medya araçlarını oluşturduğu belirlenmiştir.

Yukarıdaki açıklamaları daha genel olarak ifade etmek gerekirse araştırmada yer alan katılımcıların; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu, sahip olunan çocuk sayısı, en çok kullanılan sosyal medya aracı değişkenleri dikkate alındığında çoğunluğunun; *kadın, 22-25 yaş aralığında, lisans düzeyinde öğrenci/eğitim sahibi, bekar ve Instagram kullanan* kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyo demografik özelliklerinin diğer değişkenlerle olan ilişkisine yönelik bulgular değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Araştırma grubunu teşkil eden genç yetişkinlerin; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, en çok kullanılan sosyal medya araçları ile değişkenlerden elde etmiş oldukları ortalama skorları arasındaki farklılaşmalar incelendiğinde;

- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin *cinsiyeti*; sosyal medya bağımlılığı, sanal tolerans, polise yönelik tutum ve polis imajı grup toplam ortalama skorları arasında *farklılık oluştururken*; sanal iletişim, sevgi-korku, polislik mesleği ve güven-iletişim grup toplam ortalama skorları arasında *farklılık oluşturmadığı*,
- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin *yaşı*; polislik mesleği grup toplam ortalama skorları arasında *farklılık oluştururken*; sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, sanal tolerans, polise yönelik tutum, polis imajı, sevgi-korku ve güven-iletişim grup toplam ortalama skorları arasında *farklılık oluşturmadığı*,
- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin *eğitim düzeyi*; polislik mesleği grup toplam ortalama skorları arasında *farklılık oluştururken*; sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, sanal tolerans, polise yönelik tutum, polis imajı, sevgi-korku ve güven-iletişim grup toplam ortalama skorları arasında *farklılık oluşturmadığı*,
- Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin *en çok kullandığı sosyal medya aracı*; sosyal medya bağımlılığı, sanal iletişim, polise yönelik tutum, polis imajı ve sevgi-korku grup toplam ortalama skorları arasında *farklılık oluştururken*; sanal tolerans, polislik mesleği ve güven-iletişim grup toplam ortalama skorları arasında *farklılık oluşturmadığı* saptanmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan model kapsamında regresyon analizleri yapılmış, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığının polise yönelik tutum üzerindeki etkisi incelendiğinde;

- Sosyal medya bağımlılığının, polise yönelik tutumu negatif yönde ve istatistiki bakımdan anlamlı şekilde etkilediği ve araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyindeki bir birimlik artışın, polise yönelik tutum düzeyinde 0,140'lık bir azalış sağladığı,
- Sanal tolerans ve sanal iletişim, polis imajı üzerindeki etkisi için oluşturulan modelin anlamlı olduğu, ancak araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polis imajı düzeyine, sanal tolerans ve sanal iletişim anlamlı katkı sağlamadığı,
- Sanal tolerans ve sanal iletişim, sevgi-korku üzerindeki etkisi için oluşturulan modelin anlamlı olduğu, ancak araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sevgi-korku düzeyine, sanal tolerans ve sanal iletişim anlamlı katkı sağlamadığı,
- Sanal toleransın, güven-iletişimi negatif yönde ve istatistiki bakımdan anlamlı şekilde yordadığı ve araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal tolerans düzeyindeki bir birimlik artış, güven-iletişim düzeyinde 0,048'lik bir azalış sağladığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen ve çalışmanın “Bulgular” kısmında detaylı istatistiki analiz sonuçları belirtilen 7 si ana hipotez, 14'ü alt hipotez olmak üzere toplam 21 hipotez hakkında yapılan analizler sonucunda elde edilen sonuçlar incelendiğinde;

- *H1: Sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri sosyo-demografik özelliklerden cinsiyet ve en çok kullanılan sosyal medya aracına göre farklılık göstermekte olup, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sahibi olma ve çocuk sayısına göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H1 hipotezi doğrulanmıştır
- *H1a: Sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal iletişim düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal iletişim düzeyleri sosyo demografik özelliklerden yalnızca en çok kullanılan sosyal medya aracına göre farklılık göstermekte olup, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sahibi olma ve çocuk sayısına göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H1a hipotezi doğrulanmıştır.
- *H1b: Sosyal medya bağımlılığı alt faktörlerinden sanal tolerans düzeyleri, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.* Hipotezi ele

alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal tolerans düzeyleri sosyo demografik özelliklerden yalnızca cinsiyete göre farklılık göstermekte olup, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sahibi olma, çocuk sayısı ve en çok kullanılan sosyal medya aracına göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H1b hipotezi doğrulanmıştır.

- *H2: Polise yönelik tutum algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polise yönelik tutum algıları sosyo demografik özelliklerden cinsiyet ve en çok kullanılan sosyal medya aracına göre farklılık göstermekte olup, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sahibi olma ve çocuk sayısına göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H2 hipotezi doğrulanmıştır.

- *H2a: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden polis imajı algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polis imajı algıları sosyo demografik özelliklerden cinsiyet ve en çok kullanılan sosyal medya aracına göre farklılık göstermekte olup, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sahibi olma ve çocuk sayısına göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H2a hipotezi doğrulanmıştır.

- *H2b: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden sevgi-korku algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polise yönelik sevgi-korku algıları sosyo demografik özelliklerden yalnızca en çok kullanılan sosyal medya aracına göre farklılık göstermekte olup, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sahibi olma ve çocuk sayısına göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H2b hipotezi doğrulanmıştır.

- *H2c: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden polislik mesleği algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polislik mesleği algıları sosyo demografik özelliklerden yaş ve eğitim düzeyine farklılık göstermekte olup, cinsiyet, medeni durum, çocuk sahibi olma, çocuk sayısı ve en çok kullanılan sosyal medya aracına göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H2c hipotezi doğrulanmıştır.

- *H2d: Polise yönelik tutum alt faktörlerinden güven-iletişim algıları, genç yetişkinlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polise yönelik güven-iletişim

algıları hiçbir sosyo demografik özelliğe göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H2d hipotezi doğrulanmamıştır.

- *H3: Sosyal medya bağımlılığı ile genç yetişkinlerin polise yönelik tutum algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin polise yönelik tutum düzeyini negatif yönde etkilediği, ayrıca diğer değişkenler sabit tutulduğunda, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyindeki bir birimlik artışın, polise yönelik tutum düzeyinde 0,140'lık bir azalış sağladığı görülmüş ve araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi polise yönelik tutum düzeyini negatif yönde etkilediği için H3 hipotezi doğrulanmıştır.

- *H4: Sosyal medya bağımlılığı algıları ile genç yetişkinlerin polis imajı algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleriyle polis imajı algıları arasında negatif yönlü ve düşük düzeyde korelasyon olduğu ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Bunun için H4 hipotezi doğrulanmıştır.

- *H4a: Sanal iletişim ile genç yetişkinlerin polis imajı algıları arasında ilişki vardır ve H4b: Sanal tolerans ile genç yetişkinlerin polis imajı algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezleri ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin polis imajı düzeylerine, sanal tolerans ve sanal iletişim düzeylerinin anlamlı katkı sağlamadığı belirlenmiştir. Bunun için sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının polis imajına etkisi için kurulan H4'ün a ve b alt hipotezleri doğrulanmamıştır.

- *H5: Sosyal medya bağımlılığı algıları ile genç yetişkinlerin sevgi-korku algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleriyle sevgi-korku algıları arasında negatif yönlü ve düşük düzeyde korelasyon olduğu ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Bunun için H5 hipotezi doğrulanmıştır.

- *H5a: Sanal iletişim ile genç yetişkinlerin sevgi-korku algıları arasında ilişki vardır ve H5b: Sanal tolerans ile genç yetişkinlerin sevgi-korku algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezleri el alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sevgi-korku düzeylerine, sanal tolerans ve sanal iletişim düzeylerinin anlamlı katkı sağlamadığı belirlenmiştir. Bunun için sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının sevgi-korku üzerindeki etkisi için kurulan H5'in a ve b alt hipotezleri doğrulanmamıştır.

- *H6: Sosyal medya bağımlılığı algıları ile genç yetişkinlerin polislik mesleği algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleriyle polislik mesleği algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$). Bunun için H6 hipotezi doğrulanmamıştır.

- *H6a: Sanal iletişim ile genç yetişkinlerin polislik mesleği algıları arasında ilişki vardır ve H6b: Sanal tolerans ile genç yetişkinlerin polislik mesleği algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezleri ele alındığında; araştırmanın “Bulgular” kısmındaki Tablo 15’e bakıldığında araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal iletişim ve sanal tolerans düzeyleri ile polislik mesleği algıları arasında ilişki olmadığı görüldüğü için regresyon modeline dahil edilmemiştir. Bunun için sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının polislik mesleği algıları üzerindeki etkisi için kurulan H6’nın a ve b alt hipotezleri değerlendirmeye alınamadığından doğrulanmamıştır.

- *H7: Sosyal medya bağımlılığı algıları ile genç yetişkinlerin güven-iletişim algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleriyle güven-iletişim algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$). Bunun için H7 hipotezi doğrulanmamıştır.

- *H7a: Sanal iletişim ile genç yetişkinlerin güven-iletişim algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezleri ele alındığında; araştırmanın “Bulgular” kısmındaki Tablo 15’e bakıldığında araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal iletişim düzeyleri ile güven-iletişim algıları arasında ilişki olmadığı görüldüğü için regresyon modeline dahil edilmemiştir. Bunun için sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarından sanal iletişimin güven-iletişim algıları üzerindeki etkisi için kurulan H7a hipotezi değerlendirmeye alınamadığından doğrulanmamıştır.

- *H7b: Sanal tolerans ile genç yetişkinlerin güven-iletişim algıları arasında ilişki vardır.* Hipotezi ele alındığında; araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal tolerans düzeyi güven-iletişim düzeyini negatif yönde etkilediği, ayrıca diğer değişkenler sabit tutulduğunda, araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal tolerans düzeyindeki bir birimlik artışın güven-iletişim düzeyinde 0,048’lik bir azalış sağladığı görülmüş ve araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin sanal tolerans düzeyi güven-iletişim düzeyini negatif yönde etkilediği için H7b hipotezi doğrulanmıştır.

Sonuç olarak araştırma kapsamında geliştirilen 7 ana hipotezden; H1, H2, H3, H4 ve H5 hipotezleri doğrulanmış ancak H6 ve H7 hipotezleri doğrulanmamış, aynı zamanda yine araştırma kapsamında geliştirilen 14 alt hipotezden; H1a, H1b, H2a, H2b, H2c ve H7b hipotezleri doğrulanmış ancak H2d, H4a, H4b, H5a, H5b, H6a, H6b, H7a hipotezleri doğrulanmamıştır. Bununla beraber araştırma kapsamında geliştirilen toplam 21 hipotezden 11 tanesinin doğrulandığı ve 10 tanesinin doğrulanmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma sonucunda yapılan analizler ve öncesinde dile getiren literatür dikkate alındığında Emniyet Teşkilatına yönelik olarak özetle şu önerilerde bulunulabilir;

- Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %61,8'inin kadın, %38,2'sinin erkek olduğu ve kadınların erkeklere göre sosyal medya bağımlılığı, sanal tolerans, polise yönelik tutum ve polis imajı algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşıldığı için Emniyet Teşkilatı'nın sosyal medyaya ilişkin geliştireceği stratejilerde ve ortaya koyacağı politikalarda cinsiyet unsurunu daha çok dikkate alarak kadınların olumlu tutumlarını korumaya yönelik, erkeklerin ise olumsuz tutumlarını olumluya çevirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

- Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %54,5'inin 22-25 yaş aralığında, %45,5'inin ise 18-21 yaş aralığında olduğu ve araştırmaya dahil olan 22-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerin polislik mesleği algılarının 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşıldığı için Emniyet Teşkilatı'nın özellikle, kısmen daha ayakları yere basan yaş grubu diye tabir edebileceğimiz 22-25 yaş grubundaki bireyler ile iletişim kurarken onların ilgi ve ihtiyaçlarına yönelik yaklaşımlar sergileyerek ona göre plan ve politikalar belirlemesi daha sağlıklı olacaktır.

- Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %66,8'inin lisans, %14,6'sının ön lisans, %11'inin yüksek lisans ve %7,6'sının ise lise mezunu veya öğrencisi olduğu görülmüş ve elde edilen veriler çerçevesinde yeni neslin eğitim düzeyinin her geçen gün artmakta olduğu, bu nedenle Emniyet Teşkilatı'nın belirlenen yaş gurubu ile iletişim, suç önleme ve yardımlaşma gibi konularda geleneksel politikalardan ziyade daha zamanın ruhuna uygun çözüm önerileri geliştirerek polise yönelik olumlu tutum geliştirilmesi ya da en azından olumsuz tutum

geliştirilmemesi için bu yaş grubuyla çeşitli organizasyonlar ve aktiviteler düzenlenmesi için çalışmalar yapması yararlı olabilir.

- Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerden ön lisans mezunu veya öğrencisi olanların yüksek lisans, lisans ya da lise mezunu veya öğrencisi olanlara göre polislik mesleği algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Emniyet Teşkilatı'nın personel alımlarında bireylerin ilgi ve yeteneklerinin ön plana alınması açısından, yapılan araştırmaya göre polislik mesleğine karşı diğer eğitim düzeylerine göre daha fazla olumlu tutum sergiledikleri görülen ön lisans mezunlarının öncelikli olarak tercih edilmesi daha yararlı olacaktır.

- Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %96,4'ünün bekar, %3,6'sının evli olduğu görülmüştür. Araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerde bekar bireylerin ezici bir çoğunlukta olduğu dikkate alındığında Emniyet Teşkilatı'nın bu yaş grubu ile iletişim kurarken evli bireyler ile bekar bireylerin yaşam stilleri arasındaki farkları, sorumlulukları ve onların ihtiyaçlarını göz önüne alarak onların sorunlarını çözerken veya onlarla iletişim kurarken bireysel alana hitap eden önerilerde bulunmaları, karşılaşılan olaylarda evli bireyler ile bekar bireylere aynı çözüm önerilerinde bulunmamalarının daha iyi sonuç doğuracağı düşünülebilir.

- Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerin %44,5'inin Instagram, %26,2'sinin Whatsapp, %16'sının Twitter/Ekşi Sözlük/Netflix ve %13,3'ünün Youtube isimli uygulamaları en çok kullandıkları tespit edilmiş olup, farklı sosyal medya mecraları ve araçları olsa da özellikle Instagram'ın her geçen gün daha geniş bir kitle tarafından kullanıldığı dikkate alındığında Emniyet Teşkilatı'nın politikaların duyurulması, etkili iletişimin gerçekleşmesi ve belirlenen yaş grubuna daha hızlı erişilebilmesi için Instagram uygulaması üzerinden yapacağı paylaşımlara ve çalışmalara daha fazla ağırlık vermesi önemli bir girişim olacaktır.

- Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda araştırmaya dahil olan genç yetişkinlerden Twitter/Ekşi Sözlük/Netflix sosyal medya araçlarını en çok kullandığı sosyal medya aracı olarak belirtenlerin diğerlerine göre polise yönelik tutum ve polis imajı algılarının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Emniyet Teşkilatı'nın özellikle Twitter ve Ekşi Sözlük uygulamalarını da aktif şekilde kullanmaya başlaması ve burada yapacağı çalışmalar ve etkinliklerle olumsuz tutumu olumluya çevirecek aktiviteler yapması yararlı olacaktır.

Yapılan çalışmanın amacı doğrultusunda sosyal medya mecralarına yansıyan bazı polis-halk olaylarının sosyal medya mecralarına yansıtılmadan önce önlenmesi için ise Emniyet Teşkilatına yönelik olarak özetle şu önerilerde bulunulabilir;

- Polisler araştırmada üzerinde çalışılan yaş grubu ile iletişim kurma konusunda bireylerin yaşam dönemleri ile ilgili kurum içi verilecek psikolojik eğitimlere tabi tutulmalı ve bu konuda gerekli olan bilgi ve beceriyi kazanmalıdır. Böylece sosyal medyaya yansıyan polis-halk arasındaki bazı tatsız görüntüler ve olaylar gün geçtikçe azalabilir.

- İnsanın psikolojik olarak kendini iyi hissetmesi karşı tarafla kurduğu iletişimin kalitesini etkileyebilir. Bu sebeple polislere vatandaşlarla ve özellikle araştırmada üzerinde çalışılan yaş grubuyla sağlıklı bir şekilde iletişim kurmaları, karşı tarafı dinlemeleri, anlamaları ve empati kurmaya çalışmaları önünde engel oluşturabilecek psikolojik problemlerinin giderilmesi için düzenli olarak psikoterapi görebilecekleri bir ortam sağlanmalı, düzenli olarak psiko eğitim programları düzenlenmeli ve polislerin psikolojik olarak iyi oluşları sağlanmalıdır.

- Polislere ve ailelerine yönelik psikolojik hizmetlere ağırlık verilebilmesi için Emniyet Teşkilatı içerisinde daha fazla Psikolog ve Pedagog istihdamı sağlanmalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Büro Amirliği uhdesinde yapılan çalışmalar düzenli olarak denetlenmelidir.

- İnsanlar yeteri kadar dinlenemediklerinde, kendilerine, ailelerine vakit ayırıp sosyalleşemediklerinde ve düzenli olarak stresli ve zor olaylarla karşı karşıya kaldıklarında bu strese bağlı olarak iletişim problemleri yaşayabilirler. Bu sebeple ilgili birimler tarafından polislerin görev yükünün ne kadar fazla olduğu, her daim stres içerisinde görev yaptıkları, onların da birer insan oldukları ve görevlerini yaparlarken vatandaşların anlayışına ve yardımına ihtiyaç duydukları konularında vatandaşlara yönelik farkındalık yaratacak çalışmalar yapılmalıdır.

- Polislerin bölgesindeki ahali ile yaklaşmasını sağlayacak sosyal aktiviteler düzenlenmeli ve böylelikle polis ile halkın birbirleriyle etkileşim içerisine girmeleri teşvik edilmelidir.

- Polislerin mesai yoğunluğunun ve stres yükünün azaltılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

- Herkesin her işi yapamayacağı gibi polislik de herkesin yapabileceği bir iş değildir. Polislik mesleğini yapacak olan insanların dışa dönük, iletişim becerileri gelişmiş, problem çözme becerileri gelişmiş ve stres altında çalışmaya uygun yapıda olan insanlardan seçilmesinin daha doğru olacağı söylenebilir. Bu özelliklere sahip bir birey bu özelliklere sahip olmayan bir bireye göre polislik mesleğinde en azından iletişim konusu açısından daha başarılı olabilir. Böylece polis ile halk arasında yaşanan gereksiz tartışmaların ve olayların önüne geçmek en başından mümkün olabilir. Her meslek için o mesleğe karakter ve kişilik yapısı olarak da uygun olabilecek kişilerin tercih edilmesi daha uygun olacaktır. Bu sebeple polisler mesleğe alınırken her birine ayrı ayrı, MMPI (Minnesota Çok Yönlü Kişilik Envanteri) uygulanmalı ve bu envanterin uzmanlar tarafından değerlendirilmesine göre polisler mesleğe alınmalıdır. Aynı zamanda mesleğe alınan polislerin de bu envanterin değerlendirilmesine göre uygun oldukları birimlere atanmalarının önü açılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Abdülmecid, M. (2020). Sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımı: world uyghur congress facebook sayfası örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Adams, R.E., Rohe, W.M., & Arcury, T.A. (2005). Awareness of community-oriented policing and neighborhood perceptions in five small to midsize cities. *Journal of Criminal Justice*, 33(1), 43-54.
- Adlî ve Önleme Aramaları Yönetmeliği (2005, 1 Haziran). Resmi Gazete (Sayı: 25832).
Erişim Adresi:
<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=8203&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- Akça, Z.K. (2012). Genç yetişkinlikte algılanan anne – baba tutumlarının, kendini toplama gücü ve benlik saygısı arasındaki ilişki. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Akdeniz, M. (2017). *Polis Meslek Mevzuatı*. Ankara: Murat Yayınları.
- Akıncı-Vural, Z.B.ve Bat, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma” *Journal of Yaşar University*, 20-5, 3348-3382.
- Aksekili, S. (2020). Belediyelerin kurumsal iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımı: twitter örneği. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Albayrak, A. S. (2005). Çoklu Doğrusal Bağlantı Halinde En Küçük Kareler Tekniğinin Alternatifi Yanlı Tahmin Teknikleri ve Bir Uygulama. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 106-126.
- Altuntaş, F. (2020). Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, benlik algısı ve ruhsal belirti düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.

- Arıkan, Ç. (2019). Genç yetişkinlik döneminin sosyal ve çevresel yönleri [PDF belgesi]. 11 Kasım 2020 tarihinde <https://alonot.com/wp-content/uploads/2019/06/Ata-A%C3%B6f-Unite-6.pdf> adresinden erişildi.
- Arslan, M., & Olgun, A. (2009). Üniversite Öğretim Elemanları ve Öğrencilerinin Polis ve Polislik Mesleği ile İlgili Algılamaları: Erciyes Üniversitesi Örnekleme. *Polis Bilimleri Dergisi*, 11(2), 107-134.
- Atay, M. (2014). İnsan Hakları Eğitiminin Polis Halk İlişkilerine Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ayman, V. (2019). Siyasal iletişim sürecinde sosyal medya kullanımı: ekrem imamoğlu örneği. Yüksek Lisans Tezi, Altınbaş Üniversitesi, İstanbul.
- Babacan, M. (2011). Polis Yurttaş İlişkilerinde Eğitimin Rolü: Hatay ve Gaziantep Polis Okullarında Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay.
- Başarır, A. (2008). 155 Polis İmdat Servisinin Kamuoyunda Polis İmajı Açısından Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Bilen, E. (2019). Sosyal medya kullanımının iş hukuku bakımından etkileri ve sonuçları. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Bilgili, H.A.S. (2018). Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Ege Üniversitesi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 351-369.
- Biliciler, G. (2018). Sosyal medya kullanımını yönlendiren motivasyonel etkenler: kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinden sosyal medya kullanıcıları üzerine bir inceleme. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Bor, H.A. (2018). Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

- Ceyhan, A., Yelpaze, İ. (2017). “Genç Yetişkinlerin Facebook Kullanım Davranışları ve Algılanan İletişim Becerileri” Buca Eğitim Fakültesi Dergisi 44, (Aralık 2017), 152-168.
- Ceza Muhakemesi Kanunu. (2004, 17 Aralık). Resmi Gazete (Sayı: 25673). Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5271.pdf>
- Crump, J. (2011) What are the police doing on Twitter? Social media: the police and the public. *Policy & Internet*, 3 (4).
- Çağlar, E. (2007). Çocuk gözüyle polis: gaziantep il emniyet müdürlüğü halkla ilişkiler ve tanıtım uygulamaları. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Çakmak, V. (2014). İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi: üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Çalışkan, İ. (2018). Genç yetişkinlerde anne baba algısı ile sosyal kaygı ilişkisinde öğrenilmiş güçlülüğün aracı etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Çelik, S. (2020). İşletmelerde sosyal medya kullanımı: sosyal medya uzmanları üzerine bir değerlendirme. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Tumuçin, H.K., Küçük, E., & Albayrak, D. (2012). Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü. *Akademik Bilişim*, 3, 1-9
- Çoban, B. (2019). Sosyal medya kullanımı ile değişen mahremiyet algısı: youtube üzerine bir inceleme. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Demir, S.B. & Demirbaş, S. (2014). Ortaokul Öğrencilerinin Polise Yönelik Tutumlarının İncelenmesi. *Electronic Turkish Studies*, 9(5), 727-740.
- Demiral, G. ve Vergili, A. (2004). “İnsan Hakları Çerçevesinde Polisin Yetkilerine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi: Gaziantep Emniyet Müdürlüğü Örneği”. *Polis Bilimleri Dergisi*, 6(1-2), 1-19.

- Demirbaş, S., Demir, S.B. (2014). “Polise Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması” International Journal of Social Science 25-1, (Haziran 2014), 523-535.
- Demirkıran, H. (2015). Social Media and Policing: The impact of Police Use of Social Media on Public Attitudes Towards the Police and Perceptions of Police Legitimacy. Thesis for the degree of Master of Science in Criminology, University Of Southampton, England.
- Emir, F. (2019). Sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin okuma alışkanlığı üzerine etkileri: necmettin erbakan üniversitesi örneği. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Emniyet Teşkilatı Kanunu. (1937, 12 Haziran). Resmi Gazete (Sayı: 3629). Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.3201.pdf>
- Fraenkel, Jack R., Wallen, Norman E. (2009). How to design and evaluate research in education (Seventh ed.). New York: McGraw-Hill.
- Genceli, M. (1973). İki Değişkenli Doğrusal Regresyonda Zaman Faktörü. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 33(1-4), 165-186
- Gönül, E. (2008). Kimlik statülerinin 22-30 yaşlar arasındaki genç yetişkinlerin yaşadığı kaygı düzeyi ile ilişkisi. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Güleç, D. (2019). Sosyal medya kullanımı ile sağlıklı yaşam biçimi davranışları ve risk faktörleri ilişkisi. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Gümüşsoy-Uçak, S. (2019). Evli çiftlerdeki bağlanma stillerinin, sosyal medya kullanımı ve ilişki doyumu arasındaki bağlantının incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Gürses, İ., Kılavuz, M.A. (2011). “Erikson’un Psiko-Sosyal Gelişim Dönemleri Teorisi Açısından Kuşaklararası Din Eğitimi ve İletişiminin Önemi”. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 20(2), 153-166.

- Güzel, M.M. (2019). Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Hasanoğlu, Y. (2019). Sosyal medya kullanım düzeyinin yalnızlık ve yaşam doyumu açısından incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Okan Üniversitesi, İstanbul.
- Hawdon, J., & Ryan, J. (2003). Police-Resident Interactions and Satisfaction with Police: An Empirical Test of Community Policing Assertions. *Criminal Justice Policy Review*, 14(1), 55-74.
- Heverin, T. and Zach, L. (2010) Twitter for city police department information sharing. *Proceedings of the ASIST annual meeting*, 47.
- İçen, M. & Alkan, V. (2019). Students' Approaches of Security (Police) Services. *International Journal of Social Science Research*, 8 (2), 126-140
- İlgen, N. (2007). Polisin Motivasyonunun Polis-Halk İlişkilerine Etkisi: Malatya-Doğanyol Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş
- İnce, M., & Koçak, M.C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- İzci, S. (2019). Sosyal medya kullanımı ve varoluşsal meseleler: nitel çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep.
- Kabahatler Kanunu (2005, 31 Mart). Resmi Gazete (Sayı: 25772 (Mükerrer)). Erişim Adresi:
<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5326&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>
- Karabina, M.G. (2018), Genç yetişkinlerde davranış yönetimi. Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.

- Karakuş, M. (2019). Sosyal medya kullanımı ve yalnızlık arasındaki ilişki: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Karakuzular, M. (2015). Halkla İlişkiler Bağlamında Esnafın Polise Yönelik Algısı: Şahinbey İlçesi Örneği. *Yüksek Lisan Tezi*. Hasan Kalyonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Karal, İ. (2019). Emniyet Teşkilatının İmaj ve Güveninin Gazetelere Yansıması: Diyarbakır Yerel Gazetelerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Giresun Üniversitesi, Giresun.
- Karatepe, S. (2004). “Polis Teşkilatında Halkla İlişkilerin Önemi: Bir Alan Araştırması”. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(2), 255-272.
- Kaşıkcı, B.N. (2019). Ergenlerde sosyal medya kullanımı ile dissosiyasyon ve duygu ifadesi arasındaki ilişki. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Kınacı, S. (2011). Türkiye’de polis algısı ve algılama yönetimi: bir alan araştırması. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Kıvrak, A., Kaya, M. (2015). “Poliste Algı Yönetimi”. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(13), 174-193.
- Koçoğlu, B. (2020). Kocaeli üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve sosyal medya üzerinden sportif marka tercihlerinin incelenmesi. Bilim Uzmanlığı Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Konuk, N. (2019). “Bir Sosyal Medya Aracı Olarak Instagram Kullanımı ve Kişisel İletişim Kaygısı Üzerine Üniversite Öğrencileri ile Araştırma” International European Journal of Managerial Research Dergisi 3-4, (Mart 2019), 1-26.
- Korkut, Ş. (2012). Türk Polisinde Stresle Başa Çıkma Tarzları ve İntihar Olasılıkları Arasındaki İlişki. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Köklü, N., Büyüköztürk, Ş. ve Bökeoğlu, Ö.Ç. (2006). Sosyal bilimler için istatistik. Ankara: PegemA Yayıncılık.

- Kurt, L. (2019). Romantik ilişkisi olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve kişilik özelliklerinin ilişki doyumuna etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Okan Üniversitesi, İstanbul.
- Marangoz, M., Çelikkan, H., & Yavuz, Ç. (2011). Halkın Toplum Destekli Polislik Hizmetlerine Yönelik Algılamaları: Çanakkale İli Örneği. *Kilis Üniversitesi Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 3(5), 23-41
- Mevvasoğlu, K. (2015). Halka İlişkiler ve Önemi: Emniyet Teşkilatında Bir Uygulama. *Yüksek Lisan Tezi*. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Murat Cem, D. (2010). A study of public imagery of police work from the perspective of gender: The case of Ankara / Toplumsal cinsiyet açısından polisliğin imajı üzerine bir çalışma: Ankara örneği. Doktora Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Olgun, A. (2007). Üniversite öğretim elemanları ve öğrencilerinin polis ve polislik mesleği ile ilgili algılamaları (erciyes üniversitesi örnekleme). Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Onat, F., Alıkcı, Ö. (2008). “Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi” *Journal of Yasar University* 3-9, (Haziran 2008), 1111-1143.
- Öksüzler, B. (2011), Halkın Polis Algısını Etkileyen Sosyal Faktörler: Safranbolu Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Polis Akademisi Güvenlik Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Özçetin, D, Özçetin, B. (2015). Polis ve Sosyal Medya: Türkiye’de İl Emniyet Müdürlüklerinin Twitter Kullanımı. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 19-48.
- Özdamar, K. (1999) *Paket Program ile İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdamar, K. (2003). *Modern bilimsel araştırma yöntemleri*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.

- Özek, A.İ. (2019). Sosyal medya kullanımı, bilgi paylaşımı ve yeniliğe karşı direnç ilişkisi. Yüksek Lisans Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi, Kocaeli.
- Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu. (1934, 14 Temmuz). Resmi Gazete (Sayı: 2751). Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.2559.pdf>
- Procter, R., Crump, J., Karstedt, S., Voss, A. and Cantijoch, M. (2013) Reading the riots: what were the police doing on Twitter? *Policing & Society*, 23 (4), 413-436.
- Santrock, J.W. (2015). Yaşam Boyu Gelişim. G. Yüksel (Çev.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık (Orijinal Baskı Tarihi 2010).
- Seçer, İ. (2015). *SPSS ve Lisrel ile Pratik Veri Analizi*, 2. Baskı. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Seyhan, N. (2007). Halk-Polis Karşılaşmasında Stres Faktörü: Stat Örneği Uygulaması. *Yüksek Lisans Tezi*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Soyöz Semerci, Ö.U. (2020). Dijital oyun bağımlılığı ve sosyal medya kullanımı: lise öğrencileri üzerine bir alan araştırması. Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi, Uşak.
- Stenly, E. (2019). Sosyal medya kullanımının bireyin öz saygısı üzerindeki rolü: kişilerarası iletişim açısından bir değerlendirme. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Sumbas, E. (2020). Ergenlerin, genç yetişkinlerin ve orta yetişkinlerin kardeş ilişkilerinin incelenmesi. Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Şahan, S. (2007). Türkiye'deki e-polis uygulamalarının polis-halk ilişkileri açısından değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Şahin, C., Yağcı, M. (2017). "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması" Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi 18-1, (Nisan 2017), 523-538.

- Şahin, İ., Taşdöven, H., Kula, S. (Ed.). (2015). *Polis Davranışı Bekçileri Kim Bekleyecek*. Ankara, Orion Kitapevi.
- Şen, Y.F. (2013). Polis, Medya ve Hesap Verebilirlik. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(2), 85-102.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell. L.S. (2013). *Using multivariate statistics*. Sixth Ed. Boston: Pearson.
- Taştekin, E. (2007). Emniyet Teşkilatında Halkla İlişkiler: Konya İl Emniyet Müdürlüğü Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Temel, G. (2019). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı ve gençlik. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Temel, M.E. (2018). Sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı ile ilişkisinde bağlanma stillerinin rolü: üsküdar üniversitesi örneği. Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Tezcan, F. (2010). Emniyetin Medya ve Halkla İlişkileri: Münevver Karabulut Cinayeti. Yüksek Lisans Tezi, Polis Akademisi, Ankara.
- Tokatlı Yavuz, T. (2019). Halkla ilişkilerde sosyal medya kullanımı: facebook, twitter ve instagram hesapları üzerinden “pilot” markasının incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Türkel, Zeynep. (2018). Ergenlerde sosyal medya kullanımı, yalnızlık ve yaşam doyumu arasındaki yordayıcı ilişkiler. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.82019)
- Ünür, E. (2016). “Geleneksel Medya’nın Sosyal Medyayı Nasıl Kullandığına İlişkin Bir İnceleme: Dizilerin Twitter Kullanımı”. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1 (20), 153-170.
- Ünver, M. (2008). Halkla ilişkiler bağlamında polisin algılanması: kazan ilçesi örneği. Yüksek Lisans Tezi, Polis Akademisi, Ankara.

- Veysel, E., & Aydın, A. (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(3), 197-205.
- We Are Social, (2020). Digital 2020-We Are Social, <https://wearesocial.com/digital-2020> 24.11.2020 tarihinde erişilmiştir.
- Yakalama, Gözaltına Alma ve İfade Alma Yönetmeliği'nde (2005, 1 Haziran). Resmi Gazete (Sayı: 25832). Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=8197&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- Yaşar, İ.H. (2020). Sosyal medya kullanımının siyasal etkinlik, katılım ve ilgi üzerine etkisi: siyasal kimlikler üzerinde bir inceleme. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Yavuz, S. (2020). “Sosyal Medya Kullanım Amaçları Üzerine Bir Araştırma: İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği” Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 17, (Nisan, 2020), 99-132.
- Yılmaz, N. (2020). Kurumsal iletişimde diyalojik sosyal medya kullanımı: vakıf ve devlet üniversiteleri açısından karşılaştırmalı bir değerlendirme. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Yılmazsoy, B., & Kahraman, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyayı Eğitsel Amaçlı Kullanımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Facebook Örneği. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 6(1), 9-20.
- Yonca, O. (2011). Doğu ve güneydoğu anadolu bölgelerinde polis imajı ve bu imaja etki eden faktörler: uygulamalı bir çalışma. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Yukay-Yüksel, M., Çini, A. ve Yasak, B. (2020). Genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve yaşam doyumunun incelenmesi. Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 40, 66-85.

Ekler

Ek-1: Kişisel Bilgi Formu

Sayın Katılımcı;

Bu çalışma ile İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş aralığındaki genç yetişkinlerde sosyal medya kullanım düzeylerini görmek, bunun polise yönelik tutumla ilişkisinin olup olmadığını anlayabilmek amaçlanmaktadır. Aşağıda 7 soru bulunmaktadır. Sizlerden bu soruları altlarında yer alan şıklara göre cevaplandırmanız ve (...) noktalı yerlere ise uygun olan cevapları yazmanız beklenmektedir. Cevaplamanız ortalama olarak 2 dakika sürecektir. Çalışmaya katılanların kimlik bilgileri kesinlikle gizli tutulacaktır. Çalışmanın seyri açısından eksiksiz, samimi ve doğru yanıt vermeniz son derece önemlidir. Katılımınız için teşekkür ederim.

1. Cinsiyetiniz? ☐ Kadın ☐ Erkek
2. Yaşınız? ☐ 18-21 yaş arası ☐ 22-25 yaş arası
3. Eğitim düzeyiniz? ☐ Lise (öğrenci-mezun) ☐ Ön lisans (öğrenci-mezun) ☐ Lisans (öğrenci-mezun) ☐ Yüksek lisans (öğrenci-mezun)
4. Medeni durumunuz? ☐ Bekar ☐ Evli ☐ Boşanmış
5. Çocuğunuz var mı? ☐ Evet ☐ Hayır
6. Çocuğunuz var ise kaç tane olduğunu yazınız, yok ise boş bırakınız.
7. En çok kullandığımız sosyal medya aracı hangisi? ☐ Youtube ☐ Instagram ☐ Twitter ☐ Facebook ☐ Whatsapp ☐ Diğer (Ekşi Sözlük, Netflix)

Ek-2: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu

Aşağıda kişilerin sosyal medya kullanımları ile ilgili çeşitli duygu ve davranışlarını anlatmak için kullanabilecekleri 20 tane cümle verilmiştir. Lütfen sırayla her bir cümleyi okuyup okuduğunuz cümlenin sizin için hangi sıklıkta doğru olduğunu belirtiniz. Sizden istenen her maddenin karşısında yer alan puanlardan size en uygun olanını işaretlemenizdir. Ölçekteki bazı maddeler size abartılı gelebilir, araştırma için cümlenin anlamından çıkardığınız sonuca göre cevaplandırma yapmanız yeterlidir. Araştırmanın seyri açısından cümleleri kendiniz ile içselleştirerek tüm samimiyetinizle derecelendiriniz. Aynı zamanda boş madde bırakmamaya da özen gösteriniz. Cevaplamalarınız ortalama olarak 5 dakika sürecektir. Katılımınız için teşekkür ederim.

Sorular	Bana hiç uygun değil	Bana uygun değil	Kararsızım	Bana uygun	Bana çok uygun
1. Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.					
2. Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.					
3. Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.					
4. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.					
5. Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.					
6. Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.					
7. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.					
8. Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.					
9. Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.					
10. Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.					
11. Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.					
12. Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.					

13. Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.					
14. Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.					
15. Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.					
16. İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.					
17. Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.					
18. Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.					
19. Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.					
20. Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.					

Ek-3: Polise Yönelik Tutum Ölçeği

Aşağıda kişilerin polise yönelik tutum ile ilgili çeşitli duygu ve davranışlarını anlatmak için kullanabilecekleri 17 tane cümle verilmiştir. Lütfen sırayla her bir cümleyi okuyup okuduğunuz cümlelerin sizin için hangi sıklıkta doğru olduğunu belirtiniz. Sizden istenen her maddenin karşısında yer alan puanlardan size en uygun olanını işaretlemenizdir. Araştırmanın seyri açısından cümleleri kendiniz ile içselleştirerek tüm samimiyetinizle derecelendiriniz. Aynı zamanda boş madde bırakmamaya da özen gösteriniz. Cevaplamalarınız ortalama olarak 5 dakika sürecektir. Katılımınız için teşekkür ederim.

Sorular	Tamamen katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum
1. Polisler vatandaşa haksızlık yapar.					
2. Karakolda polis insanlara kötü davranır.					
3. Polisin halka eşit davrandığına inanmıyorum.					
4. Polisler zorba insanlardır.					
5. Polisler işkence yapar.					
6. Polisin rüşvet aldığına inanıyorum.					
7. Polis halka karşı adil davranır.					
8. Polis gördüğümde tedirgin olurum.					
9. Polisle karşılaştığımda huzursuz olurum.					
10. Polisleri severim.					
11. Polisten nefret ediyorum.					
12. Polis olmak isterim.					
13. Polis olmak istemem.					
14. Polislik mesleği hakkında araştırma yapmak hoşuma gider.					
15. Polis gördüğümde kendimi güvende hissediyorum.					
16. Polisle kolaylıkla iletişim kurabilirim.					
17. Bir problemle karşılaştığımda polise sorunlarımı rahatlıkla anlatmaktan çekinmem.					

Ek-4: Ölçek Kullanım İzinleri

Polise Yönelik Tutum Ölçeği Kullanım İzni

26.02.2021

Gmail - Ölçek Kullanım İzni

 **Altan Özcan <ozcannaltan@gmail.com>**

Ölçek Kullanım İzni
2 ileti

Altan Özcan <ozcannaltan@gmail.com>
Alıcı: sbdemir@cumhuriyet.edu.tr, sbdemir@firat.edu.tr, sbesdem@hotmail.com

23 Ekim 2020 11:29

Hocam merhaba;
Ben Altan ÖZCAN. Üsküdar Üniversitesi Bağımlılık ve Adli Bilimler Enstitüsüne bağlı Adli Psikoloji bölümünde yüksek lisans öğrencisiyim. "Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Poise Yönelik Tutum ile Olan İlişkisi" isimli bir çalışma yapmak istiyorum. Bunun için siz de uygun görürseniz Selami DEMİRBAŞ hocamız ile birlikte hazırladığınız "Polise Yönelik Tutum Ölçeği"ni kullanmak istiyorum.Bu değerli çalışmayı kullanmama izin verirseniz çok sevineceğim. Geri dönüşlerinizi bekliyorum.
Saygılarımla...

Dr. Selçuk Beşir DEMİR <sbesdem@hotmail.com>
Alıcı: Altan Özcan <ozcannaltan@gmail.com>

23 Ekim 2020 14:33

Tabi ki kullanın başarılar dilerim

Doç. Dr. Selçuk Beşir DEMİR (PhD)
Araştırma Yöntemleri Eğitim ve Uygulama Merkezi
Genel Müdürü www.ayeum.com
AYEUM, AKAGEV, APİD Genel Koordinatörü
Fırat Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi
sbdemir@firat.edu.tr

From: Altan Özcan <ozcannaltan@gmail.com>
Sent: Friday, October 23, 2020 11:29 AM
To: sbdemir@cumhuriyet.edu.tr <sbdemir@cumhuriyet.edu.tr>; sbdemir@firat.edu.tr <sbdemir@firat.edu.tr>; sbesdem@hotmail.com <sbesdem@hotmail.com>
Subject: Ölçek Kullanım İzni

[Alınılan metin gizlendi]

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ik=c01ee25101&view=pt&search=all&permthid=thread-a%3Ar-6996049115364502176&siml=msg-a%3Ar8322502666378548...> 1/1

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (Yetişkin Formu) Kullanım İzni

28.02.2021

Gmail - Ölçek Kullanım İzni



Altan Özcan <ozcannaltan@gmail.com>

Ölçek Kullanım İzni

2 ileti

Altan Özcan <ozcannaltan@gmail.com>
Alıcı: csahin40@gmail.com

23 Ekim 2020 11:18

Hocam merhaba;
Ben Altan ÖZCAN. Ösküdar Üniversitesi Bağımlılık ve Adli Bilimler Enstitüsüne bağlı Adli Psikoloji bölümünde yüksek lisans öğrencisiyim. "Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Polise Yönelik Tutum ile Olan İlişkisi" isimli bir çalışma yapmak istiyorum. Bunun için siz de uygun görürseniz sizin hazırladığınız "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu" kullanmak istiyorum.Bu değerli çalışmayı kullanmama izin verirsiniz çok sevdiğim. Geri dönüşlerinizi bekliyorum.
Saygılarımla...

Cengiz ŞAHİN <csahin40@gmail.com>
Alıcı: Altan Özcan <ozcannaltan@gmail.com>

25 Ekim 2020 23:45

Altan Özcan merhaba,
Geliştirdiğimiz ölçekleri çalışmalarınızda kullanabilirsiniz. Selamlar...

Altan Özcan <ozcannaltan@gmail.com>, 23 Eki 2020 Cum, 11:18 tarihinde şunu yazdı:
[Alınılan metin gizlendi]

--
Prof.Dr. Cengiz ŞAHİN
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

4 eklenti

 **SMB-ÖF-Ölçek.docx**
24K

 **SMB-ÖF.pdf**
531K

 **SMBÖ-YF-Ölçek.docx**
21K

 **SMB-YF.pdf**
917K

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ik=c01ee251b1&view=pt&search=all&permthid=thread-a%3Ar-2303291706077306125&simpl=msg-a%3Ar-2301639278565656...> 1/1

Özgeçmiş

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Altan ÖZCAN

Doğum Yeri ve Tarihi :

Eğitim Durumu

Lisans : İstanbul Kültür Üniversitesi Eğitim Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

Yüksek Lisans : Üsküdar Üniversitesi Bağımlılık ve Adli Bilimler Enstitüsü Adli Psikoloji Bilim Dalı

Yabancı Dil ve Düzeyi

İngilizce : Orta Düzey

İş Deneyimi

Kurum ve Görev : İstanbul İl Emniyet Müdürlüğü – Polis Memuru

İletişim

E-Posta :