



T.C.

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YENİ MEDYA VE GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ALIŞKANLIKLARI
VE SOSYAL MEDYANIN ÖĞRENCİLER ÜZERİNDEKİ
ETKİLERİ**

Abdurrahman YİĞİT

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Yıldıray KESGİN

İSTANBUL-2021

T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
YENİ MEDYA VE GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ALIŞKANLIKLARI
VE SOSYAL MEDYANIN ÖĞRENCİLER ÜZERİNDEKİ
ETKİLERİ**

Abdurrahman YİĞİT

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Yıldırım KESGİN

İSTANBUL-2021

ÖZET

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ALIŞKANLIKLARI VE SOSYAL MEDYANIN ÖĞRENCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Küreselleşme ve dijitalleşmenin etkisiyle internet teknolojisi ve akıllı telefon teknolojisinde büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Özellikle günümüzde kullanıcı sayısı gittikçe artan akıllı telefon kullanımı, çocuklar ve genç bireyler için önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu anlamda artan kullanıcı sayısı ve sosyal medya uygulamalarının çok çeşitliliği karşısından genç bireylerde davranışsal bozukluklar kaçınılmaz olmuştur. Dolayısıyla interneti kötüye kullanım ve riskli sosyal medya kullanımı sorunu ortaya çıkmıştır. Bu durum genç bireylerin sosyal alışkanlıklarını etkilemekle birlikte psikolojik rahatsızlıklara da yol açmaktadır. Ayrıca lise çağındaki öğrencilerin sosyal yaşamlarında ciddi problemler ortaya çıkarken eğitim yaşamlarında da başarısızlıklar yaşanmaktadır. Bu nedenle, araştırmamızın temel amacı olan; Lise öğrencilerinin sosyal medya alışkanlıkları ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkilerini çeşitli değişkenler açısından incelenmesini hedef haline getirilmiştir. Araştırma için İstanbul’da okuyan 333 lise öğrencisi üzerinde online anket yöntemiyle veriler elde edilmiştir. Araştırma için Kişisel Bilgi Formu, ergenler ve yetişkinler için Sosyal Medya Bağımlılık Ölçekleri kullanılmıştır. Verilerin analizinde ise SPSS programları kullanılmıştır.

Araştırma verilerinin analizinde ise; lise öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri sürenin artmasına bağlı olarak her iki cinsiyet bağlamında sosyal medya bağımlılık testlerinde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Özellikle lise öğrencilerinin sosyal medya alışkanlıklarının kontrol bir biçimde olmasından ötürü sosyal ilişkilerinde ve akademik başarılarında olumsuz sonuçlar elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Lise Öğrencileri, İnternet, Akıllı Telefon, Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı.*

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA HABITS OF HIGH SCHOOL STUDENTS AND THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA ON STUDENTS

With the effect of globalization and digitalization, great advances have been made in internet technology and smart phone technology. Especially today, the increasing number of users, the use of smartphones has become an important need for children and adolescents. In this sense, behavioral disorders in young individuals have become inevitable in the face of the increasing number of users and the diversity of social media applications. For this reason, the problem of misuse of the internet and risky social media use has emerged. Although this situation affects the social habits of young individuals, it also causes psychological disorders. In addition, while serious problems arise in the social life of high school students, there are also failures in their education life. For this reason, which is the main purpose of our research; It is aimed to examine the social media habits of high school students and the effects of social media on students in terms of various variables. The data for the research were obtained by the online survey method on 333 high school students studying in Istanbul. Personal Information Form, Social Media Addiction Scales for Adolescents and Adults were used in the study. SPSS programs were used in the analysis of the data.

In the analysis of research data; Due to the increase in the time spent by high school students on social media, a significant relationship was found in the context of both genders in social media addiction tests. Especially because of the control of high school students' social media habits, negative results were obtained in their social relations and academic success.

Keywords: *High School Students, Internet, Smart Phone, Social Media, Social Media Addiction.*

TEŞEKKÜR

Bu alışmada, “Lise ğrencilerinin sosyal medya alışkanlıkları ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkisi” incelenmiştir. Çalışmam boyunca beni sürekli yönlendiren, böyle bir tez konusu seçmemde etkili olup beni bu alanda teşvik eden ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen sevgili danışman hocam Dr. Öğretim Üyesi Yıldırar KESGİN’e teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca Üsküdar Üniversitesi Yeni Medya ve Gazetecilik Bölümünün diğar ğretim üyelerine de katkılarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

Abdurrahman YİĞİT

BEYAN FORMU

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, tarafımdan üretildiğini ve Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzuna göre yazıldığını beyan ederim

22.05.2021

Abdurrahman YİĞİT

İmza

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
BEYAN FORMU	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar DİZİNİ	viii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	ix
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1 Giriş	1
1.2 Araştırmanın Amacı	4
1.3 Araştırmanın Önemi	4
1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları	5
1.5 Araştırmanın Problem Cümlesi	5
1.6 Araştırmanın Hipotezleri	6
1.7 Tanımlamaları	7
İKİNCİ BÖLÜM	8
KAVRAMSAL ÇERÇEVE	8
2.1 Sosyal Medya Kavramı	8
2.2 Sosyal Medyanın Tarihçesi	11

2.3 Sosyal Medyanın Özellikleri	15
2.4 Sosyal Ağ Teorisi ve Sosyal Ağlar	18
2.4.1 Facebook	20
2.4.2 Twitter	21
2.4.3 Instagram.....	22
2.4.4 TikTok.....	23
2.4.5 YouTube.....	24
2.5 Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı.....	24
2.6 Sosyal Medya Bağımlılığı	26
2.6.1 Sosyal Medyanın Etkileri	28
2.6.2 Sosyal Medyanın Lise Öğrencileri Üzerindeki Etkileri	31
2.6.3 Sosyal Medyanın Fiziksel Etkileri	33
2.6.4 Sosyal Medyanın Psikososyal ve Bilişsel Etkileri	34
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	37
YÖNTEM	37
3.1 Yöntem	37
3.2 Araştırmanın Modeli.....	37
3.3 Araştırma Grubu	38
3.4 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	38
3.5 Veri Toplama Araçları.....	38
3.5.1 Kişisel Bilgi Formu	39
3.5.2 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF).....	39
BULGULAR	40

3.6 Bulgular	40
TARTIşMA.....	46
3.7 Tartışma	46
SONUÇ	50
4. Sonuç	50
KAYNAKÇA.....	54
EKLER	60
Ek 1. zgemiş	60
Ek.2	61
Ek.3.....	62

TABLÖLER DİZİNİ

Tablo 1: Katılımcılara ait sosyodemografik veriler (N=333)	41
Tablo 2: Ölçek ve Alt boyutlarına İlişkin Crombach Alpha İç tutarlılık Katsayıları	41
Tablo 3: Ölçek ve Alt Ölçeklerden Alınan Puanlara Ait Betimsel İstatistikler(N=333)	42
Tablo 4: Ölçek ve Alt Boyutlarına Ait Korelasyon Analizi	43
Tablo 5: Katılımcıların Ölçek ve Alt Ölçek Puanlarının Cinsiyet Açısından	44
Karşılaştırılması.....	44
Tablo 6: Cinsiyet ile SMBÖ-KF Ölçeği karşılaştırması.....	45

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

APA: American Psychology Association

DSM: Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı

PİK: Patolojik İnternet Kullanımı

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

TDK: Türk Dil Kurumu

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

UK: Birleşik Krallık

WEB: World Wide Web

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1 Giriş

İçinde bulunduğumuz yüzyılın hiç şüphesiz ki en fazla yaşanan gelişmesi, internet teknolojileri ve akıllı telefonların çeşitliliğidir. Teknolojinin hızla gelişmesi sonucu değişen yaşam biçimlerimiz ve alışkanlıklarımız, en başta iletişimi biçimimiz olmak üzere tüm sosyal yaşamımızı değiştirmiştir. Özellikle sosyal medya uygulamalarının giderek hayatımızı şekillendirdiği ve bu yaşam biçimi etrafında tüm gerçek ilişkilerimizi bir dönüşüm altına aldığı görülmektedir. Bu anlamda gelişen teknoloji ve akıllı telefonların yaygınlığı, insan ilişkilerinde bazı patolojik etkiler ortaya çıkarmıştır. Bu patolojik etkiler hiç şüphesiz ki, teknolojiye olan merak duygusu ve akıllı telefonlar sayesinde sosyal medya kullanım düzeyinin artmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu nedenle sosyal medya kullanım düzeyinin artmasıyla kullanıcılarda birtakım bağımlılık problemleri ortaya çıkmıştır.

Sürekli olarak bir değişim içerisinde olan teknolojik gelişmeler, nihayetinde bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda ilerleyerek birtakım gerçek olmayan ihtiyaçları da doğurmuştur. Özellikle akıllı telefonlar ve sosyal medya uygulamaları, insan yaşamının vazgeçilmez yaşam biçimi haline gelerek kullanıcılar üzerinden adeta bir kontrol mekanizması haline gelmiştir. Dolayısıyla gelişen teknolojik unsurlar sayesinde insan ve toplum yaşamında kültürel değişimler kaçınılmaz olmuştur. Bu durum karşısında bireyler, olumsuz anlamda ruhsal problemler yaşamakla birlikte akademik ve iş yaşamlarında ciddi sorunlarla karşılaşmıştır. Oluşan bu olumsuz etkiler donucunda bireylerin yaşamlarında teknoloji merkezli çeşitli bağımlılıklar ortaya çıkmıştır.

İnsanların yaşamında önemli bir konuma gelen sosyal medya, sunmuş olduğu iletişim olanaklarının yanında problemleri kullanım sorununu da ortaya çıkarmıştır. Özellikle sosyal medya uygulamalarının son yıllarda artışa geçtiği ve insan yaşamında birden fazla sosyal medya hesabının bulunması, bilinçsizce tüketim modeline sebep olmuştur. Artan bilinçsiz tüketim sonucunda patolojik anlamda birey üzerinde olumsuz etkiler kaçınılmaz olmuştur.

Kısaca problemleri internet ve sosyal medya kullanımı, bireylerde olumsuz etkilere neden olmasının yanı sıra kullanımı itibarıyla daha çok genç bireylerin ilgisini

çekmesinden ötürü bireylerin odak noktasını tamamen internet ve sosyal medya etrafında şekillendirmiştir. Bu da bireyin hem sosyal hem de aile ilişkilerinde olumsuzluklara yol açmıştır. Özellikle kişinin bağımlılık düzeyinin artmasıyla birlikte sosyal ilişkilerinde ve akademik yaşamında da problem yaşaması kaçınılmaz olmuştur.

Aşırı internet ve sosyal medya kullanımının bireylerde yarattığı olumsuz davranışsal etkiler, birçok araştırmanın konusu haline gelmiştir. Bu anlamda literatür incelendiğinde; internet bağımlısı kişilerin aşırı internet kullanımına engel olamaması, internete bağlı olmanın dışında geçirilen zamanı anlamsız görmesi, internete bağlı olmadığı zamanlarda aşırı gerginlik hali ve stres içinde olması, aşırı stresten kaynaklı saldırganlık gibi davranışlarda bulunması ve akademik veya iş ortamında sorunlar yaşaması olarak anlaşılmıştır (Griffiths, 2000:413).

Madde bağımlılığı kriterlerini kullanarak “internet bağımlılığı” kavramını geliştirme yoluna giden Goldberg (1996), internet bağımlılığının birçok açıdan incelenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Öte yandan Griffiths (1998), internet bağımlılığına karşı gelişmiş olduğu birtakım kriterler ve açılar sayesinde internet bağımlılığına olan yaklaşımları farklı kollara ayırmıştır. Ona göre; internet bağımlılığı için klavye kullanımı, internet ortamında bulunan yüz yüze ilişkilerin olmadığı sohbet siteleri ve mailler, oyunlar, pornografik içerikler ve videolar kişinin internet bağımlılığını oluşturan etmenler olarak görülmüştür (Griffiths, 2000:414).

Patolojik internet kullanımı (PİK) hakkında literatürde farklı tanımlamalar mevcuttur. Ancak DSM-IV tarafından iki farklı tanımlaması yapılarak akademik anlamda son halini almaya başlamıştır. DSM-IV tanımlamasının ilkinde bireylerin madde kullanım bağımlılığı yönündedir. Diğer bir tanımlama ise; bireylerin dürtü bozukluklarından kaynaklı patolojik kumar bağımlılığıdır (Gönül, 2002:106).

Akıllı telefonlar ve gelişen sosyal medya uygulamaları günümüzde daha çok ergenlerin hayatında yer almaktadır. Özellikle sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla birlikte ergenlerde birtakım ruhsal bozukluklar ve patolojik bağımlılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda elde edilmiş araştırma verilerine göre; ergenlerde akıllı telefon kullanım oranı %76 oranında olduğu saptanmıştır. Bu araştırma dahilinde bireyler, aynı zamanda %46 oranında ikinci bir akıllı telefona sahip olduklarını belirtmiştir (Phillips, 2011:585).

Ayrıca gerçekleştirilmiş çalışmalar arasında sosyal medya ve internet bağımlılığı konusunda çeşitli etmenler arasında sosyolojik, psikolojik ve fiziksel etmenlerinde olabileceği dūřunūlmūřtur. Ŗzellikle internet ve depresyon arasındaki ilişkinin saptanmış olduğu bazı alışmalar Ŗn plana çıkmaktadır. Bu araştırmalarda problemli internet kullanımının depresyon ile pozitif yŖnde bir ilişki olduğu saptanmıştır (Morrisson, 2021).

Sosyal medya kullanımı birbiriyle ilişkili olup kişilerin tamamen iletişim ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullanılan bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya uygulamaları sayesinde kişiler, farklı arkadaşlıklar edinme ve benlik saygılarını artırma ihtiyaını gŖtmektedir. Sosyal medya sayesinde iletişim kurma biçimlerinin tamamen değişmiş olduğu bu ağda, Ŗzellikle ergen bireylerin sorunlarını da beraberinde gelmektedir. İşte bu noktada ergen bireylerin karşılaştıkları ruhsal ve psikososyal sorunlarının incelenmesi araştırmamızın temelini oluşturmaktadır. Bu noktada sosyal medya uygulamalarının lise Ŗėrencilerinde oluşturmuş olduğu etkileri elde edilmiş bulgular aracılığıyla değerlendirilecektir.

1.2 Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı; lise düzeyindeki öğrencilerde, sosyal medya alışkanlıkları ve bu alışkanlıklarının psikolojik etkileri incelemek amaçlanmıştır. Ayrıca sosyal medya alışkanlıklarının, sosyo-demografik ve farklı değişkenlere göre incelenmesi araştırmanın amaçları arasındadır.

1.3 Araştırmanın Önemi

İçinde bulunduğumuz küresel yaşam biçimi, tamamen teknolojinin ve internetin etkisiyle alışkanlıklarımızı değiştirme yönünde ilerlemektedir. Özellikle internet teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya uygulamaları genç-yaşlı her kesim tarafından kullanılan bir yaşam biçimi haline gelmiştir. Bu anlamda sosyal medya bağımlılığı problemi üzerinde birçok araştırma yapılmakta olup hala bu alan üzerinde çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmada ise; sosyal medya alışkanlıklarının lise düzeyindeki öğrencilerde kullanımı ve etkisi incelenecektir. Araştırmanın önemi açısından bu çalışmanın, yapılacak olan araştırmalar için öneri ve ışık tutması açısından katkı sağlaması düşünülmektedir.

1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Araştırmadan elde edilen bulgular, ve araştırma evrenimiz 2020-2021 yılı içerisinde İstanbul’da yaşayan Lise öğrencilerinden elde edilmiştir.
2. Araştırmada Lise 1. Sınıf ve 4. Sınıf öğrencileri dahil edilmiştir.
3. Araştırma için veri toplama yöntemi online anket sistemi şeklinde uygulanmıştır.
4. Araştırmadan elde edilen bulgular, araştırmada kullanılan ölçeklerle sınırlıdır.

1.5 Araştırmanın Problem Cümlesi

1. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkisi ne düzeydedir?
2. Öğrencilerin problemlı internet kullanımı ve psikolojik etkileri arasında ilişki var mıdır?
3. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile akademik başarısızlığı arasında ilişki var mıdır?
4. Öğrencilerin sosyal medya kullanımı ve psikolojik iyi oluş arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
5. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve etkileri; cinsiyet, aile gelir düzeyi, sınıf düzeyi, akademik başarı ve demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık var mıdır?

1.6 Araştırmanın Hipotezleri

- H1: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım ve etki düzeyleri ilişkilidir.
- H2: Lise öğrencilerinin demografik özellikleri ile sosyal medya etki düzeyleri arasında farklılık vardır.
- H3: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım ve sosyal medyanın etki düzeyleri cinsiyet özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
- H4: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım ve sosyal medyanın etki düzeyleri yaşa göre farklılıklar göstermektedir.
- H5: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım ve sosyal medyanın etki düzeyleri sınıfa göre farklılık göstermektedir.
- H6: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım ve sosyal medyanın etki düzeyleri anne-baba eğitim düzeylerine göre farklılıklar göstermektedir.
- H7: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım ve etki düzeyleri sosyoekonomik düzeye göre farklılık göstermektedir.
- H8: Lise öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri zaman ile sosyal medyanın öğrenciler üzerinde etkisi arasında farklılık bulunmaktadır.
- H9: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım ve etki düzeyleri, sosyal medyaya hangi araçla bağlandığına göre farklılıklar göstermektedir.
- H10: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacına göre sosyal medyanın öğrenciler üzerinde etkisi konusunda farklılıklar bulunmaktadır.
- H11: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyi ve sosyal medyanın etkisi yalnız hissetme durumuna göre farklılıklar göstermektedir..
- H12: Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyi ve sosyal medyanın etki düzeyleri ailede bağımlılık sorunu yaşayan durumuna göre farklılık göstermektedir.

1.7 Tanımlamaları

İnternet: internet, tek bir bağlantı üzerinden dünyanın farklı yerlerinde konumlandırılmış bilgisayarları birbirine bağlayan ve katılımcıların eş zamanlı olarak bu ağa bağlanmasını sağlayan iletişim yoludur (Yalçın, 2003).

İnternet Bağımlılığı: bireylerin internet başında geçirdikleri zamanın kontrol edilemez boyuta gelmesi ve problemlili internet kullanımını ifade eder. Bireylerin, internet başında harcaması gereken zamanın dışına çıkması ve bu durumu kontrol edememeleri, internet bağımlılığı anlamına gelmektedir.

Bağımlılık: bireyin yaşamında karşılaştığı ve yaşamını olumsuz anlamda etkileyen madde, obje ya da başka bir bireye olan problemlili bağımlılığı ifade etmektedir. Birey bu davranışında ısrarcı ve kendisini kontrol edememesi gibi davranışsal bozukluk içerisinde olur.

Kişilik: bireylerin hangi ilgi alanlarına karşı ilgi duydukları, eğilimleri, yetenekleri, karakter ve mizaç özellikleri, konuşma biçimi, sosyal ilişkileri, çevreye olan uyumlulukları ve dış görünümü gibi niteliksel özellik oluşturan özelliklerin toplamına verilen bir addır.

Sosyal Medya: genel olarak internet bağlantısı yoluyla kullanıcıların sosyal yaşamdaki duygu ve düşünce bilgilerini online olarak web sitelerinde veya sosyal ağ uygulamalarında eş zamanlı olarak paylaşma durumudur (Turnalar, 2008).

Sosyal Ağ: bir ağ üzerinden dünyanın çeşitli yerlerinde yaşayan katılımcıların diğer katılımcılarla olan etkileşimlerinin yaşandığı ortamı ifade etmektedir (Altınbaş, 2014).

Sosyal Medya Bağımlılığı: davranışsal bağımlılıkların başında gelen sosyal medya bağımlılığı, bireylerde bilişsel, duyusal ve davranışsal anlamda yarattığı etkilerle ilerlemektedir. Bireylerin gündelik yaşamı ve sosyal ilişkilerinde ciddi sorunlar yaratmaktadır. Özellikle aşırı ve problemlili kullanımın yanında uzun sür geçirilen sürelerden ötürü kişinin hem sosyal hem de akademik başarısında olumsuz anlamda etkisi vardır. Sosyal medyanın problemlili kullanımı özellikle haftada en az 9,5 ile 22 saat arası kullanımı bağımlılık olarak değerlendirilmiştir (Tokatlı, 2006).

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, araştırmamızın esas kavramları olan sosyal medya ve iletişim aygıtları gibi kavramların kuramsal ve tarihsel açıklamasına yer verilmiş olup sosyal medyanın bireyler üzerinde yarattığı fiziksel ve psikolojik etkilerine değinilecektir.

2.1 Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya kavramı henüz çok yeni bir kavram olmakla birlikte tanımlanması zor bir kavram haline gelmiştir. İnternet teknolojilerinin özellikle 2000’li yılların ortalarında büyük bir ivme kazanmasıyla birlikte akıllı cep telefon özelliklerinde büyük gelişimler meydana gelmiştir. Fakat sosyal medya tarihi itibarıyla ilk olarak 1990’lı yılların sonlarına doğru “Sixdegrees” internet sitesiyle başlamıştır.

Genel olarak bilgilerin paylaşılması veya üretilmesinin dışında reklam piyasası içinde çok önemli bir mecra olan sosyal medya siteleri, yıllara oranla kullanıcı sayısındaki yüksek artışla birlikte ekonomik ilişkileri de bu yöne kaydırmıştır. Özellikle reklam ve markalaşmanın önemi sosyal medya sayesinde de daha da artmıştır.

Tüm bunların yanında sosyal medyanın kavramsal olarak net bir tanımlaması bulunmamasına rağmen sosyal medya en basit anlamıyla internet kullanıcılarının birbirleriyle gerçekleştirdikleri diyaloglar, paylaşımlar ve iş birlikleri sosyal medya kavramını oluşturmaktadır. Bu anlamda sosyal medya, yapısı gereği tamamen online bir biçimde sosyal etkileşimlerin merkezi halindedir (Mayfield, 2021).

Sürekli gelişen teknoloji eksenin sosyal medya ve uygulamaları farklı içerikler ve özellikleriyle ortaya çıkmaktadır. Sahip oldukları içerik doğrultusunda tamamen kullanıcıları daha fazla içeri çekmek ve zaman harcamaları hedeflenir. Bu yönüyle sosyal medya uygulamalarının benzer özellikleri olsa da farklı tasarım ve yenilikleriyle her zaman kullanıcıların ilgisini çekecek içerikler ve yeniliklerle rekabet içerisinde olurlar. Kristina Lerman’a (2007) göre sosyal medya uygulamalarının dört ortak özelliği bulunmaktadır (Lerman, 2007).

Lerman, bu ortak özellikleri şöyle sıralamaktadır;

Sosyal medya kullanıcıları çeşitli medya uygulamalarında içerik üretebilirken aynı zaman bu içeriklerin oluşturulmasında katkıda bulunabilirler.

Sosyal medya kullanıcıları oluşturdukları veya farklı içerikleri etiketleyebilmektedir.

Sosyal medya kullanıcıları diğer kullanıcılarla birlikte ortak ilgi alanları ve birbirleriyle etkileşim halinde olarak sosyal bir ağ oluştururlar.

Kullanıcılar aktif kaldıkları süre boyunca herhangi bir paylaşımda bulunabilir ve paylaşılan içerikleri değerlendirilebilir.

İletişim teknolojilerinin bu denli gelişmesi en çok iletişim ve sosyal ilişkileri etkilemiştir. Özellikle sosyal medya uygulamalarının sürekli bir gelişim halinde olması genç bireylerin ilgisini çekmektedir. Çünkü bireyler istedikleri özgür ortamı ve sosyal ilişkileri bu mecralarda kolayca sağlayabilmektedir.

Sosyal medya uygulamalarının ise bu yöndeki ihtiyaçlara göre gelişim göstermesiyle her yaştan bireylerin ilgisini toplamaktadır. Sosyal medyada mekan ve zaman sınırlaması yoktur.

Bireyler sürekli bir etkileşim halinde kalarak içerik üretirler. Dolayısıyla kullanımı son yıllarda giderek artan sosyal medya ve uygulamaları, topluluklar için farklı bir iletişim ve kanal görevi de görmektedir. Nitekim bu kanallar aracılığıyla insanlar farklı iletişim yollarını keşfederken aynı zamanda web tabanlı bir teknoloji olan bu sistemde insanlar düşüncelerini, fotoğraflarını, ideolojilerini, yer bildirimlerini kısaca insanların yaşamlarına dair tüm ayrıntılarını paylaştığı bir platform olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz, 2018).

Sosyal medya öte yandan insanların kamusal yaşamda ya da gündelik yaşamlarında dile getirmekte zorlandıkları duygu ve düşüncelerini iletmede aracı olmuştur. Bu yönüyle sosyal medyanın her türlü duygu, düşünce ve her türlü deneyimlerinin sunması, son derece hızlı ve kolay bir iletişim ortamının oluşmasına da olanak sağlamıştır. Diğer bir ifadeyle internet teknolojilerinin bu kadar hızlı yaygınlaşmasıyla birlikte sosyalleşme sitelerinde yıllara oranla katılımcı sayısında artış meydana gelmiştir. Web 2.0 teknolojilerinin özellikle iletişim organları olarak

sınıflandırılan sosyal medya siteleri, bireylerin sosyalleşmesi adına en önemli organ haline gelmiştir (Vatandaş, 2017).

Sosyal medya, aynı zamanda Web 2.0 teknolojisi ile hayata geçtikten sonra içerik üretimini Web 3.0 teknolojisiyle geliştirmiştir. dolayısıyla sosyal medya bu yönüyle gelişen teknoloji ile birlikte sohbet mesajları, etkileşim, bağlantılar, farklı web siteleri, online içerik ve yayınlar, videolu görüşme ve mobil uygulamaları olarak da tanımlanmaktadır (McGraw, 2011:156).

Ayrıca Daniel Chandler ve Rod Munday'ın “Medya ve İletişim Sözlüğü” eserinde sosyal medya şu şekilde tanımlanmıştır: “Sosyal medya, kullanıcıların bulundukları coğrafi farklılıklar bir yana tüm kültürler arası etkileşimi sağlayan ve kullanıcıları tek bir platform altında toplayan bir medya türüdür (Chandler, 2018:12).

Boyd ve Elliseon (2007:121), sosyal medya kavramını kullanıcıların açık bir profil oluşturdukları bu profiller aracılığıyla diğer kullanıcılarla etkileşim halinde olmaları olarak açıklar. Bu etkileşim sayesinde kullanıcılar, diğer kullanıcıların platform içerisinde yaptıkları paylaşımları görebilir ve değerlendirmesini sağlayan bir web servisi olarak tanımlanmıştır.

We are social and Hootsuite tarafından yapılmış araştırmalara baktığımızda; 2018 yılında “*Digital in 2018*” adlı raporda dünya çapında internet kullanıcı sayısının 4.2 milyar olduğu vurgulanmıştır. Yine bu raporda internet kullanıcıların 3.19 milyarı sosyal medya kullanmaktadır.

Sosyal medya kullanım yaş aralığı ise %64 oranında 16-64 yaş aralığında olduğu saptanmıştır. Ayrıca sosyal medya uygulamaları arasında en çok kullanılan uygulamalar ise Facebook ve Instagram olmuştur. Kullanıcıların 18-34 yaş aralığında olan kişilerin Facebook ve Instagram kullanıcıları olduğu saptanmıştır (Hootsuite, 2018).

Rapor doğrultusunda Türkiye’de ise internet kullanımındaki kişi sayısı 54.3 milyon olarak açıklanmıştır. Bu anlamda sosyal medya kullanıcısı ise 51 milyon oranında olduğu ortaya çıkmıştır.

Ayrıca 44 milyon kullanıcı ise sosyal medya ağlarına akıllı telefon aracılığıyla bağlanmaktadır. Öte yandan kullanıcıların sosyal medya veya internet sitelerinde geçirdiği zaman aralığı ise 7 saat olarak hesaplanmıştır. Bunun 2 saati sosyal medya

olurken 5 saati ise internet ortamında geçirilmiştir. Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya uygulaması Facebook ve Instagram olurken internet ortamında en çok vakit geçirilen site Youtube olmuştur (Hootsuite, 2018).

2.2 Sosyal Medyanın Tarihçesi

Sosyal medyanın tarihsel anlamdaki serüveni, internetin ortaya çıkmasıyla başlamıştı. İnternet ise sayısız kullanıcının tek bir ağ ve tek bir bilgisayar üzerinden diğer kullanıcılarla oluşturdukları iletişim ağını ifade eder. Aynı zamanda internetin bilgilerin depolanmasında ve bu bilgilere her istenildiğinde ulaşılmasını kolaylaştıran bir taban görevi de görür. Bu yönüyle internet, insanlığın hayatını kolaylaştırmış ve bilgiye olan erişimi çok daha kolay hale getirmiştir. Nitekim bilginin saklanması ve aktarılmasını tamamen elektronik ortamda belirli kurallar ve dil bütünlüğü çerçevesinde sağlar.

İnternetin bilgiyi muhafaza etmesi ve aktarması dışında insanlık açısından çok önemli değişimleri de beraberinde getirmiştir. Nihayetinde insanın hareket ve mekan alanı azalmıştır. Mekandan bağımsız olarak farklı insanlarla iletişim kurabilmeyi ve her türlü bilgiye saniyeler içerisinde ulaşmayı kolaylaştırmıştır. Bunun yanında internetin akıllı telefonlar aracılığıyla kullanımı, günümüzde daha yaygın hale gelmiştir. Özellikle bir adresi bulabilmek veya belirli adresi gidebilmek için konum ve navigasyon kullanımı oldukça fayda sağlamıştır. Ayrıca turizm faaliyetlerinde oldukça faydası yönünde turizmi daha da yaygınlaştırmıştır. Farklı ülkelerdeki kültür anlayışı ve konuşulan dili çevirmek adına çeviri uygulamaları kullanılmaktadır.

Tüm bu özellikler sayesinde insanlık, iletişim teknolojisinde kısa sürede devrimsel bir dönüşüm içerisine girmiştir. Elbette internetin bu dönüşüme olan etkisinde evrimsel bir süreci de olmuştur. İlk olarak internet, 1989 yılında Tim Berners Lee tarafından bulunmuştur. Yalnızca bir erişim sayfası şeklinde ortaya çıkan internet, ilk aşamalarda kısıtlı bir ara yüzü ve işlem gücü bulunmaktaydı.

“World Wide Web” kısaltması olarak “www” şeklinde bir uzantı yoluyla hareketli görseller, video, resim şeklinde hizmet vermekteydi. Daha sonra Web 1.0 olarak yeni bir dönem başlamıştır. Bu dönemde özellikle internet erişiminde yeni gelişmeler yaşanmıştır. Yine de Web 1.0 sisteminde işlem hızı ve bağlantıda bazı kısıtlamalar mevcuttu. Sayfa geçiş hızı dakikalar içerisinde gerçekleşiyordu. Arama

motorları geniş bilgi hacminde değildi. Yalnızca kullanıcıların içerik metinlerini okuyabildiği ve yine kısıtlı imkanlarla görsel simgeleri görebildiği bir ara yüze sahiptiler.

Web 2.0 teknolojisi 2004 yılında geliştirilerek özellikle 2000'ler dönemini oldukça etkilemiştir. İlk olarak O'Reilly Media tarafından denenmiş ve sonra tüm dünyada kullanıma sunulmuştur. Sahip olduğu özellikler ise; içeriklerin hem paylaşılmasında hem de üretilmesinde kullanıcının kullanım kolaylığı artmıştır. Bu yönüyle tüm insanların interneti kolayca kullanabilmesi bilgisayar ve internet kullanıcı sayısını kısa sürede artırmıştır. Bu dönemde kullanıcılar içerik üretebiliyorken aynı zamanda internet sitelerinde çevrimiçi sohbet odalarında iletişim kanalları oluşturabiliyordu. Bu özelliği sayesinde kısa süre de aktif kullanıcılarla etkileşim kurmak amaçlı kullanıcı sayısında artış olmuştur (O'Reilly, 2021).

Sosyal medyanın tarihsel serüveni web 2.0 ile başlamaktadır. Bu teknolojiye bilgilerin kontrolü oldukça karmaşık bir hale gelmiştir. Daha çok odak noktası iletişimin yaygınlaşması ve sosyal medya uygulamalarının ortaya çıkışını hızlandırmıştır. Tüm dünyada "İnternet Cafe" kültürü bu sistemde ortaya çıkmıştır. Dahası kullanıcılar bilgisayar oyunları ve görsel içerikler açısından bu dönemi oluşturan en aktif kullanıcılarıdır. Bu dönemde sadece bilgisayar aracılığıyla internete erişim sağlanmıştır ve kullanıcılar belli bir internet ortamı olan Cafe ve sosyal ağ kültürünü bu dönemde oluşturmuş oldular (Karal, 2010).

Bilgi toplumuna geçiş süresince bilginin depolanması ve kolay erişiminin önemi çok önemliydi. Ancak web 3.0 teknolojisi ve yapay zeka uygulamalarının yaygınlık kazanması ve toplum üzerinde endişe verici bir durum yaratması nedeniyle bilginin ayırt edilme özelliği kaybolmuştur. Yapay zekanın özellikle kendisini en çok tekrarlayan ve tıklanan bilgileri ayırt etmesi nedeniyle doğru bilgi kavramı buharlaşmıştır. Bu konuda kapitalist düşünce ve insan ihtiyaçlarını belirlemek gibi reklam, talep oluşturma ve tüketiciyi elde etme amacı daha ön planda olarak kullanılmıştır. Buna bağlı olarak robotik ve yapay zeka teknolojisi üzerinde de gelişmeler yaşanmıştır. Facebook ve diğer sosyal medya sitelerinde insan ihtiyaçlarını, kişilik özelliklerine göre belirlemek ve bunun üzerinde bir insan Datası oluşturmak hedeflenmiştir. Yüz tanıma, paylaşılan fotolardaki kişilerin kimler olduğu, arkadaş önerileri, kişinin alışkanlıkları ve sevebileceği içeriklerin belirlenmesi, takip ettiği benzer sayfa önerileri ve bireyin daha

önce internet üzerinde yaptığı arama kelimelerine göre içeriklerin bireye özel sunulması gibi gelişmelerin yaşanması, web 3.0 teknolojisi aracılığıyla yaşanmıştır.

Web 3.0 ile birlikte sosyal medya çağı, tüm insanlık adına başlamış oldu. Facebook, Instagram ve Twitter uygulamaları en çok kullanıcı sayısına ulaşan uygulamalar oldular. Bu uygulamalar ayrıca hükümetlerinde kontrol mekanizmalarını sorgulatmasına sebep oldu. Çoğu ülkede sosyal medya ile ilgili kanunlar geliştirildi ve şiddet ve cinsel içerikli yayınların yapay zeka aracılığıyla engellenmesi amaçlandı (Karakulakoğlu, 2018:122).

İnternetin gelişimsel sürecinin sosyal medya uygulamalarına katkısı web 2.0 ile başlayıp web 3.0 döneminde ise yapay zeka ve algoritmalar sayesinde hızlı bir değişim içerisinde olduğunu görmekteyiz. Sosyal medya, kitle iletişim alanında yarattığı devrimsel dönüşümün yanında artık alışveriş ve tüketim zincirinin bir aracı haline gelmiştir. Artık içeriklerin üretkenler tarafından tamamen ilgi çekecek boyutta sunumu önem kazanmıştır. Bu anlamda Instagram ve TikTok uygulamalarının yeni bir imaj devrimi yaratması kaçınılmaz olmuştur. Nitekim görselliğin önem kazandığı bu dönüşümde estetik anlayış tamamen kitlelerin değerlendirilmesine bırakılmıştır.

Web 3.0 dönemi aynı zamanda akıllı telefonlar aracılığıyla internete bağlanılabildiği bir dönemdir. Dolayısıyla mobil cihaz üretiminde eşi benzeri görülmemiş bir üretim ve tüketim döngüsü oluşmuştur. Hemen her yıl yeni mobil telefon üretimi yapılmaktadır. Artan tüketim karşısında problemli akıllı telefon kullanım bozukluğu ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya kullanımı açısından özellikle 2010'lu yıllarda yüksek oranda kullanıcı katılımı gerçekleşmiştir. Sosyal ağ kavramı ise bu dönemde ortaya çıkarak, kitle iletişimi dönüşümünde sıkça kullanılan bir terim haline gelmiştir. “Sosyal ağ” bireylerin gündelik alışkanlıkları içerisinde varlığını doğal ihtiyaçlar hiyerarşisinde birincil olma noktasına gelmiştir. Bu noktada Manuel Castells tarafından ortaya atılan “ağ toplumu” kavramında; kitlesel ilişkilerin sosyal ağlarda sürdürülmesinin yanı sıra ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasi konularında bu sosyal ağ içerisinde şekillendiğini vurgulanmaktadır (Castells, 2005:211).

Castells, ağ toplumu kavramında, toplumsal yaşam biçimlerinin bir ağ üzerinden yürütülmeye başlandığını vurgulamaktadır. Oluşan bu yeni dünya sisteminde insanlar, bilginin işleyişi içerisinde zaman ve mekandan kopuk bir düzende yaşadıklarını ifade

etmektedir. İşte bu zamansız ve mekandan bağımsız olarak var olan ve insanlığın gizil hegemonyasını oluşturan etmen ise ağ toplumlarının oluşmasıdır (Duman, 2016:56).

Sosyal ağlar aracılığıyla oluşan bu kültürel etkileşim, tüm dünya kültürlerini ortak bir ağda toplaması hiç şüphesiz kültürel dönüşümlerin hızlanmasına sebep olmuştur. Özellikle sosyal medya dışında kişiler sosyal platformlar aracılığıyla dünya üzerinde üretilen içeriklere kolayca ulaşabilmekte ve böyle bir ortamda kimlik oluşturma çabasına girmiştir. Bu noktada bir başka araştırmacı ve kuramcı Mc Luhan, ağlar kavramı hakkında önemli düşünceleri önemlidir.

Mc Luhana'a göre; ağlar aracılığıyla bireyler ortak bir kültürü paylaşmaktadır. Bu ortak kültür denilen olgu ise ağ aracılığıyla oluşmuş kültürdür ve bir nevi "Global Köy" halini almıştır. Aynı zamanda bireyler, bu ortak kültür biçiminde hızlı bir biçimde bilgiye ulaşabilmekte ve o bilgiye kolayca yayabilmektedir.

Bu da kültürü oluşturan özelliklerin kolayca farklı kültürlerle aktarılmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla bir bilginin ağ sistemi içerisindeki tüm kullanıcılara ulaşması, kitlelerin bu bilgiye ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Sonuç olarak farklı yaşam kültürüne mensup insanları diğer kültürel özellikleri tanıyarak çok kültürlü bir yaşam biçimini ortaya çıkarmış ve zamanla ortak yaşam biçimleri oluşmaya başlamıştır.

Sosyal medyanın ortaya çıkışı tamamen ortak sosyal ağların gelişmesinin ürünüdür. Bu sosyal ağlar genel olarak topluluğu teşvik etmesinden ötürü kullanıcıların bu ağları etkin bir biçimde kullanabilmesi için sosyal medya özelliklerinin sürekli bir gelişim halinde olduğunu görmekteyiz. Bu anlamda sosyal medyada paylaşılan fotoğraflar, ortak özellikler ve siyasi görüşler, fan sayfaları ve gruplar, haber içerikleri ve ortak zevkleri oluşturan paylaşımlar kullanıcıların ilgisini çekmektedir (Mayfield, 2021).

Öte yandan sosyal medyada oluşan bir internet kültüründen de bahsedebiliriz. Mc Luhan'ın deyimiyle "Global köy" olan bu mecralarda topluluk ve grup bilinci de oluşmaktadır. Sosyal medyada ayrıca paylaşılan içeriklerin beğeni butonuna sahip olması, yorumlanması ve o içeriğin başka biri tarafından paylaşılması kullanıcılar arasında gerçekleşen benzeri eylemlerdir. Bu eylemler neticesinde bireyler duygu ve düşüncelerini, fikirlerini, kimliklerini ve kendilerini gerçek yaşama göre açıkça ifade edebilmektedir. Bu da sosyal medyayı kalıcı bir şekilde ihtiyaç haline getirmektedir.

Dolayısıyla sosyal medyada kullanılan dil, üslup ve anlatım biçimi bireylere özgüdür. Kullanılan kelime ve dil bilgisi kuralları yoktur. Emojiler ve kısaltma kelimelerle anlatılan durum ve olayların anlatımı, sosyal medyanın kendisine has yaratılmış kültürel özelliklerindendir (Campbell, 2010:78).

Sosyal medyada oluşan bir diğer durum ise kişilerin gerçek dışı sanal kimlikleridir. Kişiler sosyal medyada taklit ve farklı bir kimlik yaratabilirler. Bu yönüyle sosyal medya, bireylerin gizil kimliklerinin dışavurumunu sağlamaktadır. Bu anlamda sosyal medyanın kimlikler inşasından söz edilebilir.

Sosyal medya bağımlılığının ötesinde bazı davranışsal bağımlılıklarda tetiklenmektedir. Bu bağımlılıklar arasında en temel sorunların başında online oyun bağımlılığı, sanal seks bağımlılığı, video içeriklerini sürekli izleme, sanal kumar bağımlılığı, sürekli çevrimiçi paylaşımları görme merakı gibi bu yönelmelere karşı bağımlılık davranışı göstermektedirler.

Sosyal medyanın günümüz ilişkilerinden öte pazarlama ve reklam arenasında da önemli bir pazar aracı haline geldiği görülmektedir. Özellikle son yıllarda artan kullanıcı sayısı ve takipçi sayılarında olan artışlar, e-ticaret alanının hızla gelişmesine yol açmıştır. Şirketler, son yıllarda kar marjlarını tamamen sosyal medya reklamcılığı ve artan e-ticaret satış hacmine göre düzenlemeye başlamıştır. Bu anlamda şirketler için hedef kitle tamamen sosyal ağlar ve internet reklamcılığı olmuştur. bu yüzden online kültürü sağlayan ve şirketler için hedef kitle haline gelen bu sosyal ağlar, şirketler için önemli bir pazar haline gelmiştir (Meral, 2021).

2.3 Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya, kullanıcıların internet yoluyla online olarak zaman ve mekandan bağımsız olarak vakit geçirdikleri ve düşünce ve duygularını ifade edebildikleri bir sosyal paylaşım ağıdır. Bu ağ içerisinde kullanıcılar fikir alışverişi, bilgi tüketimi, iletişim ihtiyaçlarını ve içerik üretmelerini sağlamaktadır. Sosyal medyanın kullanıcılar için sunmuş özellikleri sürekli gelişim halindedir. Kullanıcılar için daha iyi bir deneyim ve hizmet sunmak adına sosyal ağlar arasında büyük bir rekabet vardır.

Bu yönüyle sürekli bir gelişim halinde olmasının yanı sıra kültürel ve gündelik yaşam biçimlerinde de bir dönüşüm yaratmaktadır. Özellikle kullanıcılar için geri bildirim avantajı sunarken aynı zamanda sosyal medya özelliklerinin sürekli bir değişim içerisinde olmasından ötürü davranışsal dönüşümlerde yaşanmaktadır (Vural, 2010).

Öte yandan sosyal medyanın sürekli gelişen özelliklerini incelediğimizde ise karşımıza dört farklı özellik çıkmaktadır. Bu özellikler ise daha çok kullanıcıların sosyal medya kullanım düzeylerini artırmaya yönelik gelişmeler olduğu kadar aynı zamanda iletişim teknolojileri alanında da devrimsel sonuçlara yol açmaya devam etmiştir. Bu gelişen özellikler ise şu şekildedir;

Kullanıcılar sosyal medyada karşılaştığı örgütsel eylem ya da benzer ilgi alanlarına yönelik arkadaş ortamlarında sosyal bir ağ oluşturmaktadır.

Kullanıcılar paylaşılan içerikleri değerlendirebilme ve oylayabilmektedir. Bu sayede kullanıcılar içerik üretirken aynı zamanda sosyal bir beğeni yargısını da oluşturmaktadır.

Sosyal medyada benzer içerik ya da üretimi konusunda kullanıcılar, mevcut içerikleri geliştirebilme yoluna ve katkıda bulunabilmektedirler.

Sosyal medyada üretilen ya da paylaşılmış bir içeriği kullanıcılar etiketleme ve içerik üzerinde not ekleyebilmektedir. Aynı zamanda ortak duygu ve hislerin etkisinde kullanıcılar, bir düşünceyi desteklemek adına içerikleri kendi profillerine paylaşabilmektedir.

Sosyal medyanın bu özellikleri teknolojinin gelişmesi ve kullanıcıların sosyal ağlar aracılığıyla mekan ve zaman sınırlaması olmadan tüm kullanıcılarla etkileşim hızını artırmıştır. Sosyal medyanın dört temel özelliğinin yanı sıra bazı öne çıkan teknik özellikleri de bulunmaktadır. Bunlar daha çok kullanıcı ile sosyal medyanın teknik özellikleridir. Ancak kullanıcının sosyal yaşamına etkisi hissedilen bazı temel özellikler şöyle sıralanabilir;

Sosyal medyanın kullanım kolaylığı ve sitelere giriş özelliği kullanıcılar için önem arz etmektedir. Sosyal ağların kolay ve kullanışlı olması, birincil özellikler arasında yer alırken aynı zamanda güvenlik hizmetlerinin de yeterli olup olmaması da

önemlilik arz etmiştir. Sosyal medya, gündelik yaşamın katı normlarıyla donatılmış bir kültüre sahip değildir ve kullanıcılar bu ağda daha özgür olabilmektedir.

Bireyler aynı zamanda bu özgürlük doğrultusunda hem farklı insanları tanıyabilir hem de takip edebilmektedir. Sosyal medyanın bu özelliği, iletişim anlamında fırsatlar sunması açısından çok önemli olduğu düşünülmektedir. Bu anlamda, sosyal medya çok farklı iletişim alternatifleri sunması ve tamamen iletişim çeşitliliğine yönelmiş olması kullanıcılar için rahatlık ve hızlı geri bildirim imkanını sağlamıştır (Hazar, 2011:34).

Sosyal medyada zamanın ve mekanın dışında geçen bir yaşam vardır. Bu konuda her hangi bir kısıtlama yoktur ve kullanıcılar, bu medya ortamında istedikleri bir gruba, düşünce topluluğuna veya tartışma ortamlarında bulunabilirler. Kullanıcılar, sosyal ağlar aracılığıyla beğendikleri içerik sayfalarını veya hayranı oldukları ünlüleri takip etme fırsatı bulmaktadır. Bu konuda ideolojik, politik, televizyon programları, doğa veya sanat, dizi ve film aktrisleri, TV programları gibi ilgi duyabilecekleri ilgi alanlarını yakından ulaşabilmektedirler.

Kullanıcılar aynı ağ üzerinde birden fazla etkileşimde olduğu sosyal medya uygulamaları ve siteleriyle etkileşim kurabilmektedir. Bu ağlar üzerinde rahatlıkla içerik üretebilir ve paylaşabilmektedir. Kullanıcılar aynı zamanda bu içeriklere hem yorum yapabilmekte hem de değerlendirebilmektedir (Mavnacıoğlu, 2015).

Bu özellikle birlikte kullanıcılar tarafından farklı kullanıcıların paylaşımlarını paylaşmakta yasal bir sorumlulukta üstlenmektedir. Yani yasal bir sorumluluk gerektiren bir içerikten tüm topluluklar sorumlu olabilmektedir. Bu sayede paylaşılan her içeriğin kaynağı ve doğruluğu önem kazanmıştır. Bu bağlamda, içerik üretiminin özgün olması ile birlikte sosyal medyada özgün bir ortamın oluşmasının da önü açılmıştır. Fakat yine de bir topluluk üzerinde aynı özellikleri ve ideolojiyi benimseyen kesimler, aynı özelliklerden ötürü özgün olmayan paylaşımlar yapabilmektedir.

2.4 Sosyal Ağ Teorisi ve Sosyal Ağlar

Sosyal ağ teorisi, internette kullanılmasının anlamı dışında 1930’lu yıllarda bazı çalışmalarda ismi geçmiştir. İlk olarak sosyometri ve grup dinamiklerinin oluşması çalışmalarında ve sosyal psikoloji çalışmalarında adı geçmiştir. Ancak kavram daha çok grup ve sosyometri çalışmalarında kavram olarak kullanılmıştır (Moreno, 1934).

Sosyal ağlar teorisinin kullanıldığı ilk alan olan sosyometri ve grup dinamiklerinde, kişiler arası davranışsal değişikliklerin hangi aşamalarda değişiklik gösterdiğine yönelik çalışmaları kapsamaktadır. Tamamen sosyal ve örgütsel psikoloji çalışmalarına örnek olan bu çalışmalar, davranışsal farklılıkların sürekli devam eden veya gözlem yoluyla elde edilen sonuçların üzerinde durmaktadır. Genel olarak kişilerin ortak bir yerde göstermiş oldukları davranışsal farklılıklar ve benzer davranış kalıplarının neler olduğunun ölçülmesine dayanan bu kavramsal açıklamada günümüz dünyasına oldukça benzer bir durumun varlığından söz edebiliriz.

Bu sosyal ağ teorisinde bireyler ya da kullanıcıların ortay bir paydada bulunduğu ve bu kullanıcılar arasında ortaya çıkan davranışsal farklılıklar ve oluşan yeni kültürel oluşumların meydana geldiği merkeze sosyal ağ denilmektedir. Bu ağ yapısında oldukça karmaşık bir yapının içerisinde bulunan bireyler örgütsel hareket edebilir veya kişiler arası farklılıklarını sunma çabasında olabilirler.

Modernleşen yeni dünyada insanlar birey olmaktan çıkmış ve kitle toplumuna dönüşmüştür. Bu kitlesel dönüşümün önce mekanizması hiç şüphesiz ki medya araçları olmuştur. özellikle kamusal yaşamın ortadan kalktığı bu yeni dünyada insanlar yığıllaşmış ve nesne haline gelmiş varlıklar haline dönüşmüştür. Böyle bir düzen içerisinde insanlık, gerçeklik algısını yitirmiş bir ağ toplumunda yaşamaktadır. Bu ağ toplumu içerisinde örgütsel bilgi, yetenek kapasitesine, öğrenme düzeyine göre kitleler tamamen bir data üzerinde toplanmış olurlar. Bu anlamda Stephen Downers (2005), sosyal ağ kavramını, aynı ortak özelliklere sahip olan ya da kişisel bağların birleşimiyle yer alan ilişkiler toplamadır (Downes, 2005:239).

Downers’ın açıklamış olduğu bu sosyal ağ içerisinde ilişkiler tamamen yeni arkadaşlıklar kurma isteği, bir topluluğa aidiyetlik hissi, grup dinamizmi ve sosyal etkileşimler yaşamak isteyen toplulukların bir araya geldiği bir ortamdır. Şüphesiz ki, Downes’ın açıklamaları modern sosyal ağları içermektedir. Web tabanlı bir sistem haline gelen sosyal ağ kavramı, tüm dünyada geniş bir kullanıcı sayısına ulaşmış ve

gittikçe tüm yaşam biçimini bir dönüşüm içerisine sokmuştur. Sosyal ağ sitelerinin çokluğu ise kısa sürede oluşmaya başlamış ve mobil cihazlar sayesinde internete olan erişim çok kolay hale gelmiştir.

Sosyal ağlar aynı zamanda gelişen teknolojiyle birlikte web 3.0 sisteminde yapay zeka teknolojisi ve algoritmalar özelliğiyle daha fazla kullanıcının ilgisini çekmeye başlamıştır. Özellikle sosyal medya sitelerinin kullanıcıların tüm işlemlerini ve tercihlerini kaydederek kullanıcılara öneriler sunabilmesi de kullanıcıların ilgisini çeken bir başka nokta olmuştur.

Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların kendi profillerini ve kimliklerini oluşturma imkanı sayesinde kullanıcıların gerçek yaşam ile sanal yaşam arasındaki benlik oluşumunda karmaşık bir yapı oluşturduğu düşünülmektedir. Bu noktada, benliğin ve kimlik oluşumunun psikolojik süreçleri ve onu oluşturan sosyal etmenlerin bir dönüşüme uğradığı görülmektedir. Şüphesiz ki bu dönüşümün dijital bir dönüşüm olduğu ve benliğin artık tek bir kültür tarafından oluşturulmadığı anlaşılmaktadır.

Küresel bir ağ zinciri olan sosyal ağ siteleri, benlik ve toplum kavramlarını yeniden yorumlamaya açık kapı bırakmıştır. Anthony Giddens, insanda kimlik inşası ve benlik oluşumu hakkında şunları söylemiştir; birey, modern çağın başlangıcıyla birlikte benliğin toplumsal bir tezahürü haline geldiği vurgulanmaktadır. Yani kısaca benlik ve toplum, modernizm etkisiyle birlikte psikolojik etmenlerin dışında tamamen toplumsal ve kültürel bir olgu haline gelerek bireyin kimlik oluşumunu oluşturmaktadır (Giddens, 2005).

Dolayısıyla kitleler, sosyal ağlar aracılığıyla iletişim ortamlarında kendi kişisel hesaplarını kurarak bir nevi kimlik oluşum sürecine girmiştir. Bu sosyal ağda bireyler, kendilerini arzuladıkları gibi sunabilmekte ve oluşturabilmektedir. Bu yönüyle sosyal medya aynı zamanda Lacan'ın "*Ayna Benlik*" görevini de üstlenmiş durumdadır. Lacan kuramında; çocuğun ilk çocukluk evresinde kendisini keşfetmesiyle oluşan kimlik oluşumundan bahsederken bu durum kitle toplumuna dönüşmüş yaşamda, bireylerin sosyal medya aracılığıyla kendilerini tıpkı bir Lacan'ın aynası gibi yeniden keşfetme ihtiyacıyla yorumlanabilmektedir.

Bireyler, bu yeni oluşum karşısında sahip oldukları bir online profil ve kendilerini sunabilmeleri için fotoğraf ve diğer ilgi alanlarına yönelik paylaşımlar yapabilmektedir. Nitekim bu sosyal dönüşüm karşısında aynı zamanda yeni

arkadaşlıklar ve gerçek yaşamlarında kuramadıkları iletişim yollarını bu sosyal ağlarda çok daha özgüvenli bir biçimde kullanmaktadırlar. Bu yönüyle sosyal medya, aynı zamanda veri kopyalayıcı bir depo olmakla birlikte kişilerin kendilerini değerli hissetmeleri için birtakım bireysel özelliklerde sunmaktadır.

2.4.1 Facebook

Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında yalnızca Harvard Üniversitesi öğrencilerinin sorunlarını ve şikayetlerini aktarabilecekler bir iletişim kanalı olarak kurulan Facebook, belki de o dönemin yalnızca üniversite öğrencilerinin değil aynı zamanda tüm insanlığın iletişim ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına bir devrim niteliğindeydi. İlk olarak “*Facemash*” adıyla kurulan bu ağ, daha sonrasında “*Thefacebook.com*” olarak kullanıma açılmıştı. Şüphesiz ki bu devrim kısa süre sonra fark edilip, 2006 yılında tüm dünya için hizmete açılmıştır. Bunun öncesinde Harvard Üniversitesi dışında diğer üniversitelerinde bu ağ kullanmasıyla birlikte Facebook’un ünü kısa sürede tüm dünyaya yayılmıştı.

Başlangıçta 13 yaş sınırının üstünde kullanıcılar için açılan Facebook, 2000’li yılların sonuna doğru tüm yaş gruplarındaki kullanıcıların kullanılmasının önünü açmıştır. Facebook aynı zamanda sosyal medya devriminin öncüsü sayılmaktadır. Çünkü bilinen ilk sosyal medya hesabı olarak hala kullanımda ve sürekli gelişim halindedir. Facebook’un ayrıca sahip olduğu ara yüz ve kullanıcılara sunduğu gizlilik ayarları sayesinde kullanıcılar istedikleri zaman profil bilgilerini veya fotoğraflarını gizleyebilmektedir.

Kullanıcılar bunun yanında yapmış oldukları paylaşımlarının hedef kitlesini belirleyebilmekte ve çevrimiçi olan arkadaş gruplarının sohbetine açık durumlarını görebilmektedir. Kullanıcılar aynı zamanda belirli bir gruba veya ideolojik örgütlenmelere aktif halde kalırlar. Facebook’un etkinlik düzenleme ve hayran sayfaları oluşturma özelliği sayesinde kişilerin belirli bir etkinliğe katılıp katılmayacakları sorulur. Öte yandan Facebook, sahip olduğu “Messenger” uygulaması ile kullanıcıları için anlık mesajlaşabilme özelliğini de sunmaktadır. Bunun yanında “Facebook Watch” ve “Facebook Portal” gibi başka sosyal ağ platformları da bulunmaktadır. Sosyal medyanın Facebook ağı yüzüyle tamamen şekillenmekte olduğunu söyleyebiliriz çünkü Facebook, ortaya çıktığı ilk günden itibaren kullanıcı ağını kısa sürede genişletmiş ve

hala bunu gerçekleştirmektedir. Bunların dışında Facebook'un kolay kullanımı ve sunmuş olduğu kolay iletişim özelliğiyle de kısa sürede iletişim kanalı haline gelmesine yeterli olmuştur. Ayrıca Facebook'un kullanıcıların ilgisini çeken temel noktalarından biri de hayran sayfası bölümü olmasıdır. Bu özelliği sayesinde gerek sanatta ve spor alanında birçok ünlü insanın kişisel hayran sayfası oluşturması, Facebook'un kullanıcı sayısında artışa sebep olmuştur. Facebook, aynı zamanda Instagram ve WhatsApp uygulamalarının hisselerinin sahibidir.

Kullanıcı sayısındaki artış istatistiklerine bakıldığında ise Facebook, sosyal ağlar arasında en fazla kullanıcı sayısına sahip sosyal paylaşım platformu olarak öne plana çıkmaktadır. Yaklaşık 2.17 milyar kullanıcısı bulunmaktadır. Ayrıca Facebook kullanıcıların yaş aralıkları ise 13-17 yaş arasına toplam 180 milyon, 18-24 yaş arası 610 milyon, 25-34 yaş arası 630 milyon, 35-44 yaş arası 360 milyon, 45-54 yaş arası 200 milyon, 55-64 yaş arası 110 milyon ve 65 yaş üstü kullanıcı sayısı yaklaşık 70 milyon civarındadır (Social, 2018).

2.4.2 Twitter

Twitter, 2006 yılında ABD'nin Kaliforniya eyaletine bağlı San Francisco'da 14 arkadaş tarafından kurulmuştur. Tamamen bir blog sayfası olarak sınırlı sayıda kelime izni veren bir içerik üretici platformudur. Kullanıcılar, duygu ve düşüncelerini fotoğraf, video veya maksimum 140 karakter sınırında yazıyla paylaşabilmektedirler. Ortaya çıkış itibarıyla daha çok kullanıcıların anlık bildirim ve nerede ne yaptıklarını belirten blog yazıları oluşturmaları hedeflenmişti. Ancak sınırlı karakter kullanımı ve kullanıcıların internet bağlantısı linki ile paylaşım yapmaya başlamaları, Twitter'in medya haberciliği konusunda önemli bir araç haline gelmesini sağlamıştır. Bu yönüyle anlık haberleşme ve hızlı habercilik anlayışını ortaya çıkarmıştır.

Blog özelliği olması sayesinde en iyi site ödülüne sahip Twitter, özellikle medya haberciliği ve gündeme ilişkin konuların "*Hashtag*" şeklinde kullanıcıların yorum ve sorular sormasını sağlayan bir sisteme sahiptir. Kullanıcılar için Twitteri'i cazip kılan bir başka özellik ise; bir konunun en fazla etkileşim aldığı ve Trend Topic adı altında konu üzerinde tüm etkileşimleri takip edilmesidir. Ayrıca Twitter'in "Retweet" özelliği sayesinde kullanıcılar ilgisini çeken paylaşımları kendi profillerinde de paylaşabilmektedir. Bunun yanında beğeni butonu ve yorum yapma özelliği de

bulunmaktadır. Twitter'in resmi anlamda kullanıcı sayısının ne kadar olduğuyula alakalı net güncel rakamlar bulunmamaktadır ancak 2018 yılı itibariyle yapılan araştırmada; Twitter'in yaklaşık 250 milyon kullanıcısı olduğu bilinmektedir (Social, 2018).

2.4.3 Instagram

Instagram, yaklaşık 1 milyar kullanıcısı bulunan ve tüm sosyal ağlar arasında en fazla etkileşim imkanı sunan bir sosyal ağ platformudur. 2010 Ekim ayında kurulan bu ağ, kullanıcılarına deneyimsiz fotoğraflar paylaşabilme ve bunlara ilave olarak görüntü filtreleri sayesinde fotoğraf ve video paylaşma imkanı verir (Wikipedia, 2021).

Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından San Francisco'da geliştirilmiştir. Mike Krieger tarafında ilk fotoğraf yayını paylaşılmasıyla birlikte 2010 yılından itibaren kullanıcıların hizmetine açılmıştır fakat yalnızca İOS işletim sistemine uyumlu olarak AppStore de indirilmesine izin verildi (Wikipedia, 2021).

Uygulama içi hizmetlerinde kullanıcılar için fotoğraflarını ve videolarını filtreleme, çerçeveleme ve başka uygulamalarda paylaşabilme imkanı bulunmaktadır. Ayrıca hikaye ana sayfanın üst kısmında "Story" paylaşma özelliği ile birlikte filtreleme teknolojisinde farklı içeriklerde üretilmiştir. Özellikle Snapchat uygulamasından esinlenen yüz filtreleme çeşitleri içerisinde eğlenceli figür ve simgeler, filtreleme çeşitleri arasında yerini aldı. Instagram'ı kullanıcılar için en dikkat çekici kısmı ise "Keşfet" kısmında yer alan ve kullanıcıların takip ettiği ve beğendiği videolardan kullanıcının zevk kişiliğine göre içerikler bulunur. Kullanıcılar, bu özellik sayesinde zamanlarının büyük bölümünü uygulama içerisinde harcamaktadırlar. Bu özelliğin bir benzeri ise video paylaşım ağı olan YouTube'da mevcuttur.

Instagram'ın bir başka cazip gelen özelliği ise kullanıcıların yapmış oldukları paylaşımlara almış oldukları izlenme ve beğenme oranlarıdır. Bu yönü sayesinde Instagram, zamanla sosyal bir ağ olmaktan öte reklam ve pazarlama alanı için kullanılmaya başlanmıştır. Öte yandan Instagram'ın sosyolojik anlamda kitle kültürü üzerinde beğeni yargıları ve imaj politikası konusunda oldukça büyük bir etkisi olmuştur. yapılmış araştırmalar neticesinde Instagram'ın kişilerin değer ve beğeni yargılarında değişikliklerin meydana geldiği vurgulanmıştır. Özellikle "Instagram Gençliği" olarak tarif edilen bu kültürde beden ve imaj duyguları ön planda olmaya

başlamıştır. Çoğu kullanıcının Fitness salonlarına ve Estetik ameliyatlarına olan talebi bu zamanda tavan yaptığı düşünülmektedir.

Facebook tarafından 2012 yılında yaklaşık 1 milyar dolar karşılığında satın alınan Instagram, 2018 yılında yeni nesil TV olarak IGTV özelliği eklenmiştir. Bu özelliği tıpkı Twitch ve YouTube uygulamalarında olduğu gibi uzun süreli yayın paylaşma ve canlı yayın yapabilmek imkanlarını sunmaktadır (Wikipedia, 2021).

2.4.4 TikTok

Ortaya çıkış tarihi 2016 yılı TikTok, Çin’de bilinen adıyla “Douyin” olarak ortaya çıkmıştır. İçeriği ve sunuş olduğu dublaj videolarla çok sayıda kullanıcının ilgisini çekmiştir. Ancak ortaya çıkan paylaşımların kısa sürede farklı bir boyuta dönüşmesiyle birlikte bazı ülkelerde kullanımına sınırlama ve yasaklama getirilmesi gündeme gelmiştir. Tamamen Çin merkezli bir uygulama olması nedeniyle özellikle ABD tarafından yasaklanması gündeme gelmiştir. Ancak Başkan Donald Trump’ın, 2020 seçimlerinde Joe Biden’e karşı kaybetmesiyle bu öneri askıya alınmıştır (Bloomberght, 2021).

TikTok, aynı zamanda küresel bir video paylaşım topluluğu olmasının yanında sağlamış olduğu video içeriklerine reklam ekleme ve sponsorluklar sayesinde yüksek kazanç elde etme şansı verir. Tıpkı YouTube ve Instagram gibi izlenme ve takipçi sayılarına göre sponsor ve reklam verme durumları mevcuttur. Kullanıcılar bunun yanında yapmış oldukları içeriklere etiket, çıkartma, efekt, ses, montaj ve dublaj ekleyebilmektedir. Genellikle videolar 15 saniye ile sınırlandırılmıştır. TikTok uygulaması, çıkış yılı olan 2016 itibariyle en fazla yükseliş gösteren uygulama olmuştur (Social, 2018).

2.4.5 YouTube

Sosyal video paylaşım siteleri arasında en fazla abone sayısı ve video başına izlenme sayılarına sahip olan YouTube, eski PayPal çalışanları tarafından 2005 yılında kullanıma sunulmuştur. Jawed Karim, Steve Chen ve Chad Hurley adlarında üç eski PayPal çalışanları, içeriği tamamen video paylaşım sitesi olarak medya dünyasında bir devrim niteliğine sahip platform haline gelen YouTube, 2006 yılında ise Google bünyesine dahil olmuştur (Safko, 2012).

YouTube, kısa süre içerisinde sahip olduğu kullanıcı ağının genişlemesiyle birlikte sosyal paylaşım sitesi olmasını çok ötesine ulaşmıştır. Özellikle kullanıcıların çektikleri videolarının izlenme sayısına göre reklam ekliyor olması karşısında bir gelir kapısı haline de gelmiştir. Bu yönü ise kullanıcı ağının kısa sürede genişlemesine fazlasıyla yardımcı olmuştur. Zamanla geliştirilen özellikleri ve kullanıcıların her video paylaşımına yorum yapabilmesini sağlayan eklentilerin, YouTube'un kullanıma açmasıyla birlikte artık bir paylaşım sitesi olmasının ötesinde aynı zamanda bir sosyal ağ haline getirmiştir. Çünkü öncesinde kullanıcılar sadece paylaşılan videoları izlemekle yetiniyorlardı. Şimdi ise "Broadcast Yourself " (Kendini Yayınla) özelliği sayesinde kullanıcıların ilgisini kısa sürede toplayan ve arama motoru özelliği sayesinde Dünya üzerinde yayınlanan tüm içeriklerin istasyonu haline gelmiştir (Erarslan, 2016:39).

2.5 Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de internet teknolojileri büyük bir ilgi görmektedir. Küreselleşen dünyamız, iletişim teknolojilerinde yaşanan bu gelişmeler karşısında daha da küçülmüştür. Özellikle iletişimin tüm dünyada ortak bir biçimde dönüşüme uğramasıyla birlikte tüm toplumlar dijital bir yaşam alanına sahip oldular. Giderek artan kullanıcı sayısı karşısında artık anlık mesajlaşmalar ve çevrimiçi yaşam kültürü ortaya çıkmıştır. Buna bağlı olarak tek kültürlülük ve çok kültürlülük kavramları üzerine farklı tartışmalar ortaya çıkmıştır. Yaşanan bu gelişmenin, toplumlar üzerine olan etkisinin yanı sıra bazı problemleri kullanım sorununu da beraberinde getirmiştir. Bunun en başında davranışsal bağımlılık türleri gelmektedir. Özellikle sosyal ağların sürekli artan teknik gelişmeleri karşısında insanlar, yaşam alışkanlıklarını sosyal medyaya bağlı olarak düzenleme içerisine girmiştir.

Dünya genelinde internet ve sosyal medya kullanım sayısı ile ilgili yapılan bir araştırmada 2020 yılında dünya genelinde yaklaşık 3.81 milyar kişinin sosyal medya kullandığı görülmektedir. ayrıca kullanıcı başına kullanılan internet ve sosyal medya kullanım süresinin yıllara oranla arttığı görülmektedir. Kullanıcı sayısına sosyal medya kullanım süresi ise 2 saat 2 dakika olarak hesaplanmıştır. Elbette bu oran ülkeden ülkeye değişmekle birlikte gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı kullanım düzeylerine göre değişkenlik göstermektedir. Öte yandan dünya genelinde kişi başına düşen sosyal medya hesap sayısı ise 8,6 olarak tespit edilmiştir (SocialBusiness, 2021).

Elbette dünya genelinde sosyal medya kullanımının son yıllarda artmasına sebep olarak COVID-19 pandemisini sebep olarak gösterebiliriz. Fakat teknolojinin özellikle akıllı telefon ve internet teknolojilerinin gelişmesiyle önlenemez bir kullanım artışı yaşanmıştır. Bunun yanında pandeminin etkisiyle sosyalleşme ve tüketim alışkanlıklarımızın değişmesiyle e-ticaret sisteminde gelişmeler yaşanmıştır. Dolayısıyla insanların pandemi kısıtlamalarından ötürü akıllı telefon başında geçirilen zamanında artış meydana gelmiştir.

Türkiye’de internet kullanımına ilişkin elde edilmiş verilere göre internet kullanımının gün içerisinde kişi başına 7 saatten fazla olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte ülkemizde yaklaşık %85 oranında aktif internet kullanıcısı bulunmaktadır. Bu oran içerisinde %54 oranındaki kesimin problemleri internet kullandığı anlaşılmıştır. Öte yandan internet kullanımı dışında sosyal medya kullanımının her geçen yıl kullanıcı sayısı artmaktadır. Elde edilen araştırmada her bir yıl içerisinde sosyal medya kullanıcı sayısı %13 artmaktadır (Kemp, 2021).

Buna ek olarak “We Are Social” tarafından 2021 Ocak ayında açıklanan verilere göre 84.69 milyon nüfusa sahip Türkiye’de sosyal medya kullanımının Ocak 2021 itibarıyla internet kullanıcı oranı %77,7 olarak saptanmıştır. Buna bağlı olarak 84.69 milyonluk nüfusa göre toplamda 60 milyon sosyal medya kullanıcısı vardır. Bu sayı, geçen yıla oranla %11 oranında artmıştır (WeAreSocial., 2021).

2.6 Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığı konusunda son yıllarda birçok araştırma yapılmış olup hala güncel araştırmalarda en fazla merak edilen konu haline gelmiştir. Özellikle bireylerin sosyal yaşamlarını sanal dünyaya taşımalarıyla başlayan bu süreçte bireylerde problemler internet ve akıllı telefon kullanımları ortaya çıkmaya başlamıştır. Kitle iletişim araçlarının durmak bilmeyen sürekli gelişimi karşısında insanlık, adeta bir deney canlısı olmuştur. Sürekli yaratılan sahte ihtiyaçlar ve bireylerin ilgisini çekecek reklam endüstrisinin kitleleri tamamen kontrol altına aldığını görmekteyiz. Hemen her yıl yenilenen akıllı telefonların satışı ve akabinde sürekli başka bir özellikle karşımıza çıkan yeni sosyal medya uygulamaları insanların sosyal ve benliklerini ele geçirmiştir. Öyle ki, sosyal medyanın akıllı telefon piyasasını ayakta tutma görevi üstlendiği ve reklam endüstrisinin kalbi haline geldiğini görmekteyiz.

Bireylerin sosyalleşme ihtiyacını gidermek için sosyal medya uygulamalarının geliştirdiği teknik gelişmeler, her geçen yıl itibarıyla bireylerin sosyal medyada geçirdiği süreyi artırmaktadır. Artık sosyal alanların yerine sanal arkadaşlıklar ve ilişkiler almıştır. Bu nedenle artan kullanım süresinin kullanıcılar için bazı kötüye kullanım ve problemler kullanım sorunlarını ortaya çıkarmıştır. Patolojik bağımlılıklara kadar uzanan bu bağımlılık, bireylerin sosyal ilişkilerini etkilediği gibi akademik anlamda geride kalmalarına da neden olmaktadır. Bu noktada iletişim teknolojilerine olan uyum kaygıları ve dijital yaşama olan merak tutkuları, bireylerin sosyal medya uygulamaları içerisinde var olma kaygısını da beraberinde getirmiştir. Özellikle sosyal medyanın yarattığı sosyal medya kültürü içerisinde bireyler sanal kimliklere bürünmektedir. İçerik üretmek, topluluklara veya gruplara katılım isteği, yeni arkadaşlıklar tanımak veya ilişki kurmak, fotoğraf ve video paylaşma ihtiyacı gibi sosyalleşme ihtiyaçları sosyal medyayı bireyler için cazip kılan özellikler arasındadır.

Öte yandan sosyal medyanın yarattığı problemler internet tüketimi ve geçirilen fazla zamandan dolayı bireylerde sanal kimlik kaygıları ortaya çıkmıştır. Artık sosyal medya, bireyler için herhangi bir iletişim aracı olmaktan öte bir araç haline gelmiştir. Sanal kimliklerin kişinin kendisine yakın gördüğü kişilikler ve yaşam tarzları üzerinden kendi kimliğini inşa ettiğini görmekteyiz. Bu manada oluşturulan sanal kimliklerin gerçek yaşam kimlikleriyle birbirinden bağımsız olarak inşa edildiği ve sosyal medyada sunulduğu bir çevrimiçi kişilikler ortaya çıkmıştır. Oluşturulan sanal kimlikler ve

bireylerin sosyal yaşamının dijital bir yaşama dönüşümü ekseninde bireyler, kendilerini bağımsız ve özgür olarak tanımlamaktadırlar. Bu nedenle sosyal medya, bireyler için hem kullanım sıklığı hem de gerçek sosyal yaşama karşı kendilerini daha cesaretli hissedebilecekleri bir ortamı yaratmıştır (Jang, 2010).

Ayrıca sosyal medyanın gündelik yaşama dair tüm yaşam akışını içerisinde bulundurması bireylerin hızla adapte olmasını sağlamıştır. Özellikle medya haberleri, e-alışveriş siteleri, online oyun ve canlı yayınlar, eğlenceli içerikler, bilginin kolayca depolandığı bulut uygulamaları, çevrimiçi anlık mesajlaşma, sanal arkadaşlık grupları gibi daha birçok özellik sayesinde bireyler, yaşamlarına dair her ayrıntıyı sosyal medyada karşılayabilmektedir. Bu konuda Manuel Castells, bireylerin sosyal ağlar aracılığıyla doğal sosyalleşme ihtiyaçlarını gidermekte ve sanal yaşamı gerçek yaşamla ayırt etme noktasında bir simülasyon içerisinde olduklarını vurgulamıştır. Ayrıca Castells, sosyal ağlar aracılığıyla oluşan bu durumu, bireyler için gerçeğin ve gerçekliğin ta kendisi olarak yorumlamıştır (Castells, 2005).

Küreselleşme ile birlikte gelişen iletişim teknolojisinin insanların hayatlarını kolaylaştırmasının yanında birçok kültürel etkileşimi de beraberinde getirmiştir. Özellikle kültürel etkileşimin yaygınlaşmasıyla birlikte yeni bir kültür ortaya çıkmıştır. Sosyal medya kültürü olarak literatüre geçen bu kültürel yapı, bireylerin daha gündelik yaşamlarının çok ötesinde bir yere sahip olmuştur. Oluşan bu yaşam biçimiyle birlikte insanlarda bazı psikiyatrik bozukluklarda ortaya çıkmıştır. İnternet ve sosyal medya kullanım bozukluğu olarak ortaya çıkan davranışsal bağımlılıklar, bireylerin sosyal medya yoksunluğu karşısında aşırı gergin ve sinirlilik hali, saldırgan tutumlar, keyifsiz olma durumu ve sosyal yaşamdan uzaklaşması gibi bağımlılık belirtilerine neden olmaktadır (Arısoy, 2009).

Ayrıca sanal ortamda bulunan bireylerde özgür hissetme durumu daha ağır basmaktadır. Özellikle kaygının az olmasından ötürü bireyler daha rahat hareket edebilmekte ve kolayca etkileşim yapabilmektedir. Oldukça özgüven duygularının yüksek olduğu sanal ortamda bireyler, gerçek yaşamda karşılaşılan her türlü olumsuz durumlara karşı kendilerini sosyal medyada daha rahat bir şekilde ifade edebilmekte ve yalnızlık duygularını bastırabilmektedir. Bu nedenle aşırı sosyal medya kullanımı sonunda geçirilen süresinin gittikçe artması ve sosyal medyadan uzak kaldığı her an yoksunluk hissetmesi sosyal medya bağımlılığı tablosunu karşımıza çıkarmaktadır.

Sosyal medya alanında yapılan kuramsal açıklamalara bakıldığında ise günümüzde henüz çok erken bir kavram olmasından ötürü kısa sürede birçok araştırma konusu olmuştur. Sosyal medya bağımlılığı kavramına ilişkin birçok tanımlama bulunmakla birlikte DSM-IV’de yer alan patolojik bağımlılıklara yönelik internet bağımlılığıyla ilgili tanı ve ölçütlerinin sosyal medya bağımlılığıyla benzerlik gösterebilmektedir. Bu anlamda patolojik internet bağımlılığıyla ilgili tanı ve ölçütlerinden en az beş tane belirtiyeye sahip bireylerinden bağımlı sayılabileceği ifade edilmiştir (Bozkurt, 2004). Buna ek olarak DSM-IV’deki sınıflandırmasına baktığımızda ise; bağımlılık sınıflandırmasında iki farklı yaklaşım mevcuttur. Bunlar madde kullanımına bağlı patolojik bağımlılıklar ve dürtü bozuklukları olarak sınıflandırılmaktadır (Tutgun, 2009).

Amerikan Psikiyatri Birliği (APA), sosyal medya bağımlılığına yönelik 1994 yılından internet bağımlılığı tanı ve kriterlerini yayınlamıştır. Bu tanılama ve kriterler içerisinde internet bağımlılığına karşı bir tanımlama geliştirmiştir. Bu tanımlamada; bireylerin genel olarak internet ve teknolojilerini aşırı kullanmaya bağla ve sürekli kullanım isteğinde olması, internete bağlı bulunulmadığı her zaman yoksunluk, keyifsizlik, geçen sürenin anlam ifade etmemesi, aşırı sinirlilik ve saldırgan bir tutum içerisinde olma hali olarak bireylerin hem iş hem de akademik yaşamlarında olumsuz etkilenmesi anlamına gelmesi olarak tanımlanır (Young, 2004).

2.6.1 Sosyal Medyanın Etkileri

Bulunduğumuz çağ, ünlü Fransız Sosyolog Jean Baudrillard’ın kavramı olan simülasyon kuramına göre gerçek ve gerçek olmayanın ayırt edilmesindeki güçlük olarak yaşanan bir kurgu dünyasıdır. Bu kurgu içerisinde yaşanan her şey gerçeğin yerini almış hiper-gerçekliktir. (Baudrillard, 2014).

Baudrillard, bu kuramını daha çok kitle endüstrisi ve medya üzerine kurmuştur. Bu kuram çerçevesinden günümüzde sosyal medya ve internet teknolojilerine yönelik yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Özellikle sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkilerini incelediğimizde, bireylerin sosyal medyadaki yaşamlarının gerçek yaşamlarının yerine koyduğu ve tıpkı “mış” gibi yaşamak ve gerçekliğin dışında bir yaşama sahip olduklarını gözlemlemekteyiz. Bu anlamda Baudrillard’ın teknolojiye yönelik atfettiği düşünceler, sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkışı noktasında önem

arz etmektedir. Ona göre gerçeklikten kopuşun teknolojiyle sağlanmaya başlamış olup imgeler yoluyla teknoloji hizmetlerinin birleşimden sistematik bir durumun ortaya çıktığı düşünülmüştür. Bu manada, modern toplumların bir post modern geçiş evresinde gerçek ile gerçek olmayanı ayırt edebilmekte zorlanan kitle toplumlarına dönüştükleri vurgulanmıştır. Ayrıca teknolojinin hakim olduğu bir dünya düzeninde kitleler, sessiz yığınlara dönüşmektedir (Baudrillard, 2014).

Sürekli gelişim halinde olan internet teknolojileri ve sosyal ağlar, inşalarda sınırsız bir tüketim anlayışını getirmiştir. Şüphesiz ki, bu tüketimin zinciri internet teknolojilerini kullanmakla birlikte sosyal medya uygulamalarının problemli kullanımını da sağlamıştır. Bu bağlamda; teknoloji ve insan etkileşimi sonucunda davranışsal bağımlılıklar ortaya çıkmıştır. Teknolojinin yaygın kullanımı sonucunda ortaya çıkan davranışsal sorunlar ilk olarak bireyin kendi yaşamı ve gündelik hayatında değişikliklere sebep olur. Bireylerde aile ve sosyal ilişkilerin bozulmasının yanında bireyin iş veya eğitim hayatında da bozulmalar yaşanır. Sosyal medya ile ilgili yapılmış araştırmalar incelendiğinde ise bireylerin kendi yaşamları içerisinde fiziksel ve psikolojik sorunlar yaşadığı saptanmıştır. Özellikle bireylerde sosyal medyada fazla geçirilen süreye bağlı olarak iş ve okul yaşamlarında performans düşüklüğü, odak problemleri, motivasyon sorunları ve depresyon belirtilerine rastlanılmıştır.

Kandell, (1998), problemli internet kullanımının artmasıyla psikolojik sorunların kısa sürede baş gösterebileceğini ve bu durumun daha çok genç kesimde ortaya çıktığını belirtmiştir. Öte yandan Kandell, sağlık problemlerinin bu tür bağımlılık sürecinde ortaya çıkabileceğini, kişinin aile içi ilişkileri ve sosyal yaşamında olumsuzluklar yaşandığını vurgulamıştır (Kandell, 1998).

İnternet teknolojilerinin gelişmesi ve beraberinde akıllı telefonların yaygınlaşması sonucu aşırı sosyal medya kullanımı ve internette geçirilen zaman nedeniyle kullanıcılarda yaşamsal etkinliklere, aktivitelere, akademik yaşamda, iş ortamında ve sosyal ilişkilerinde yetersiz kalma durumu ortaya çıkmaktadır (Andreassen, 2015). Bu konuda çok sayıda araştırma bulunmakla birlikte bireylerin sosyal yaşamının neredeyse tümünü kapsayan internet teknolojileri konusunda çeşitli bağımlılık yaratan yeni alışkanlıklar üzerine yeni çalışmalar yapılmaktadır.

Çalışmalardan elde edilen bulgulara göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu, sosyal medyayı yaşam biçimlerinin ayrılmaz bir parçası olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Yeni bir alışkanlık düzeni olan sosyal medya içerikleri, kişilerin gündelik yaşamlarının tümünde aktif olarak kullanılabilir. Elbette bunda sosyal medya uygulamalarının sürekli gelişen teknolojisi karşısında insanların yaşam tarzlarını etkisi altına aldığını söyleyebiliriz.

Bu anlamda sosyal medya bağımlılığının etkilerini incelediğimizde ise karşımıza en sık çıkan sorunların başında; genç bireylerin akademik başarılarında olan aksamlar gelmektedir. Ayrıca kişinin aile ve sosyal yaşantısında da bazı iletişim problemleri yaşanabilmektedir. Güney Amerika kıtasında yapılmış kapsamlı bir Facebook kullanımı araştırmasında (2013), Facebook kullanıcıların yarısından fazlasının uyku problemleri ve beslenme sorunları olduğu ortaya çıkmıştır (Andreassen, 2015).

Öte yandan sosyal medya bağımlılıkları sonucunda ortaya çıkan bazı fiziksel rahatsızlıklarda görülebilmektedir. Özellikle genç bireylerde uyku ve beslenme yetersizliklerinin yanında sosyal medyada geçirilen fazla zamana göre görme bozuklukları, göz kuruluğu, sırt ve baş ağrıları ve boyun tutulması gibi fiziksel sorunlarda görülebilmektedir.

Yapılan bir başka çalışmada ise Vanucci ve arkadaşları (2017), sosyal medya bağımlılığı tanısı konulmuş kişilerde kullanım süresinin artmasıyla sosyal kaygı ve depresif olma risklerinin yüksek olduğunu tespit etmiştir. İnternet ve sosyal medyada geçirilen zamanın kişilerde farklı belirtiler halinde psikiyatrik sebeplere yol açtığını vurgulayan Vanucci, sosyal kaygının en fazla rastlanılan psikolojik rahatsızlık olduğunu belirtmiştir. Sosyal kaygı içerisinde olan bireyler ise gündelik yaşamlarını tamamen olumsuz anlamda etkileyebilecek düzeyde olduğunu ve bireylerin buna bağlı olarak gelecek kaygısı ve anksiyete risk düzeylerinin arttığını tespit etmiştir (Barry, 2017).

2.6.2 Sosyal Medyanın Lise Öğrencileri Üzerindeki Etkileri

Sosyal medya, bireylerin yaşamında temel bir ihtiyaç haline gelmiş ve bireylerin psikolojik ihtiyaçları haline gelmiştir. Özellikle lise çağındaki genç bireylerin merkezinde bulunan sosyal medya alışkanlıklarını; bireylerin yalnızlık, sosyal yaşama katılım, yeni insanlarla tanışma ve içerik paylaşma ihtiyacı gibi gerçek yaşamdan uzak bir yaşam kültürü gibi yeni dijital alışkanlıklar oluşturmaktadır. Bu denli sosyal medya ihtiyaçlarını ortaya çıkmasıyla birlikte lise öğrencilerinde sosyal medya uygulamalarına karşı patolojik düzeyde bağımlılıklar oluşmasına yol açmıştır. Bu nedenle oluşan internet ve sosyal medya bağımlılığının lise çağındaki bireyler için fiziksel ve ruhsal etkilerinin yanında akademik düzeyde de engelleyici bir unsur haline geldiği saptanmıştır. Öte yandan sosyal medyanın gençler üzerindeki sosyal etkileşimini internet ortamına taşımasıyla birlikte gerçek hayatta kişiler arası ilişkilerin büyük ölçüde azaldığı tespit edilmiştir.

Ayrıca sosyal ilişkilerde yaşanan etkinsizlik ve sıradanlaşma, gençlerin toplumsal yaşama adapte olmada zorlandıklarını göstermiştir. Bu noktada yapılan araştırmalara göz attığımızda ise; sosyal medyanın genç bireylerde kullanım düzeyinin artması sonucu bireylerin aktif yaşamlarından koptuğu ve farklı davranışlar sürecine girdikleri anlaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılığının bireylerin toplumsal yaşamın iç dinamiklerine kayıtsızlık ve geri planda kalınmışlık durumlarına sebep olurken aynı zamanda bireyin iç dünyasında da bazı karmaşalara sebep olmaktadır. Özellikle benlik ve kimlik karmaşası, sosyal medya kullanımında oldukça yaşandığı anlaşılmaktadır.

Bu anlamda yapılmış araştırmalar, sosyal medya bağımlılığının toplumsal yaşam ve bireylerin iç dünyasındaki sorunları saptanması adına önemli bir kaynak görevi görmektedir. Dolayısıyla artan sosyal medya kullanımının her geçen yıl daha da artış göstermekte ve kullanım yaşının çok daha küçük yaşlara uzandığı anlaşılmaktadır. İletişim ve internet teknolojilerinin hayatımızın her alanında olmasından ötürü ebeveynler günlük yaşam biçimini sosyal medyaya göre uyarlamaktadır. Ebeveynlerin küçük yaşta çocuklara uygun içerik ve eğitim videoları izletmek için bile sosyal medya veya sosyal paylaşım sitelerinden yararlandığı görülmektedir. tüm bunların yanında çocuk yaşta çocuklara açılan sosyal medya hesaplarının revaçta olduğu bir dönem içerisindeyiz ve bu gelecekte daha fazla yaygınlaşması kaçınılmaz olacaktır. Ayrıca

sosyal medya kullanımının aileden başlaması, gelecek üzerinden yeni nesil araştırmaları için bir kaynak oluşturmaktadır.

İnternetin, insanlar için bir iletişim aracı olmaktan çok daha fazlası olduğu gör÷lmektedir. bilgiye erişmek veya iletişimi kolaylaştırmanın ötesinde bir yaşam biçimi haline gelen sosyal medya, bireylerin ve özellikle genç kuşakların tüm yaşam biçimini internet ortamına taşımıştır. Artık tüm gerçek yaşam alanlarının yerine sosyal medyanın oluşturmuş olduğu online sosyal ortamlar tercih edilmektedir. İletişim kültürünün yerine iletişimin sıradanlaşması almıştır. Gerçek ve gerçek olmayanın ayırt edilmesinin zorlaşmaya başladığı bu çağımızda, sanal ortamlar ve sanal ilişkiler gerçek ilişkilerin yerini almıştır ve sosyal ağların artık vazgeçilmez bir yaşam ortamı haline geldiği gör÷lmektedir (Karakoç, 2013).

Sosyal medyanın gençler üzerindeki olumsuz etkilerine yönelik yapılan araştırmalara baktığımızda; internet veya sosyal medyada geçirilen sürenin artması, genç bireylerde bağımlılık düzeylerinin artmasında önemli bir etken olup kullanım süresine bağlı olarak gençlerin aynı zamanda şiddete olan eğilimlerinin de arttığı saptanmıştır. Bununla birlikte genç bireylerin sosyal medyayı yalnızlık duygularını gidermek ve sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılamak için kullandıkları anlaşılmıştır. Böyle genç bireyler, sosyal medyayı bilinçsiz kullanım düzeyleri artmakta ve buna bağlı olarak toplumsal yaşama olan yabancılaşma süreçleri hızlanmıştır (Kaya, 2013).

Artan internet ve sosyal medya kullanım süresinin genç bireylerde yarattığı olumsuz etkiler ilgili araştırmalarda öne çıkan bir başka önemli etki unsuru ise çocuklarda ve gençlerde ortaya çıkan zihinsel sorunlardır. Sürekli artan kullanım düzeylerinin özellikle gençlerin akademik yaşamlarında yarattığı başarısızlıklar nedeniyle aile ilişkilerinde de olumsuzluklar yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu durum ise çocuklar üzerinde depresyon ve kaygı belirtilerini ortaya çıkarmakta ve ilerleyen yıllarda zihinsel sorunlara sebep olmaktadır.

Öte yandan artan kullanıma bağlı olarak sosyal medya uygulamalarının yarattığı sanal kimlik ihtiyacı kaygısıyla genç bireylerde benlik saygısı sorunu ve aşağılık kompleksleri ortaya çıkabilmektedir. Bu noktada araştırmacı yazar Mary Meeker, akıllı telefonların kullanım sıklığıyla ilgili bir rapor sunmuştur. Bu raporda; genç bireylerin akıllı telefonlarını gün içerisinde toplamda 150 kez kontrol ettiğini saptamıştır. Bu kontrol etme süresin içerisinde bireyler en fazla sosyal medya hesaplarını kontrol

ederken beraberinde aramalar yapmak, e-postaları kontrol etmek, mesajlaşmak ve diğer işlemler olmak üzere gün içerisinde 150 kez telefonunu kontrol ettikleri anlaşılmıştır (Stern, 2013).

Küreselleşme ve dijitalleşmenin etkisiyle dünyamız hızla değişmekte ve bunun yanında kültürel etkileşimi sosyal medya aracılığıyla hızlandırmıştır. Bu sayede sosyal medyada oluşan çok kültürlülük, kendi dijital kültürünü beraberinde getirmiştir. Oluşan bu yeni dijital kültür sayesinde sosyal medyanın kendi kültürel işlevsellikleri de ortaya çıkmıştır. Özellikle emojiler ve çeviri uygulamaları aracılığıyla insanlar artık farklı bir dilde ve milletten biriyle kolayca iletişim ve arkadaşlık kurmaktadır. Sosyal medyanın bu özelliğinin en büyük hissedildiği alan hiç şüphesiz Instagram ve Facebook uygulamaları olmuştur. Nitekim her milletten insana kolayca ulaşım sağlayan arama motorları ve ortak arkadaşlıklar özelliğiyle insanların birbirlerinin profillerini görebilir ve ortak zevklerini keşfedebilmektedir.

Ortaya çıkan bu durum, özellikle lise ve üniversite çağındaki bireylerin içinde bulundukları sosyoekonomik durumu karşılaştırma durumunu ortaya çıkarmış ve bireylerin depresif eğilimler göstermesine yol açmıştır. Ayrıca sosyal medya kullanan bireylerin depresyon düzeylerini ölçen bir araştırmada; aşırı internet ve sosyal medya kullanan bireylerin normal kullanım düzeyine sahip bireylere oranla depresif belirtiler gösterme olasılığının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Noyan, 2015).

2.6.3 Sosyal Medyanın Fiziksel Etkileri

Akıllı telefonlar veya bilgisayarlar üzerinde geçirilen zamanın her geçen yıl daha da uzamasıyla birlikte bireylerde bazı fiziksel sorunlar baş göstermeye başlamıştır. Bunun en büyük örneklerinden birisi ise bireylerin uyku ve yeme bozukluklarıdır. Özellikle bilgisayar başında geçirilen zamanda oldukça hareketsiz ve tembel bir yaşam biçimi sürdüren bireylerde obezite ve fiziksel duruşlarında bozulmalar en sık rastlanılan rahatsızlıklar arasında olmuştur. bunun yanında sırt ve boyun ağrıların sık sık yaşanması, fiziksel aktivitelerden uzak kalma ve oburlaşan kişilik özellikleri ortaya çıkmaktadır. Öte yandan küçük yaştan itibaren görme sorunlarının da yaşandığı teknoloji internet bağımlılığından gözlük veya lens kullanımı oldukça erken yaşta başlamaktadır. Genç bireyler, bilgisayar başında çok fazla zaman harcadıkları nedeniyle yemek yeme alışkanlıkları daha çok hazır gıda ve fast food tercihleri olmaktadır. Bunun

sebebi ise internet ortamında sıkça karşılaşılan fast food reklamlarıdır. Dolayısıyla bireylerin sürekli bilgisayar başında tüketmeye alıştığı kalorili yiyeceklerin yaktıkları kaloriden fazla olmasından ötürü kilo problemleriyle de karşılaşmaktadırlar (Shields, 2000).

Bilgisayar veya akıllı telefon başında geçirilen uzun vakitler özellikle bireylerin vücut duruşlarında ve boyun bölgelerinde tutulmalara ve bazı ağrılara sebep olmaktadır. Geçirilen uzun süreye bağlı olarak spordan ve hareketlilikten uzak bir yaşam sürdürülür. Bu durum ayrıca bilgisayar veya akıllı telefon başında geçirilen zamanın artmasına bağlı olarak kas ve iskelet sisteminde de sorunlara yol açmaktadır. Çocuklarda ve gençlerde internete olan erişimleri her zaman daha kolay olmuştur. Özellikle internet; oyun oynamak, sosyal medyada zaman geçirmek ya da sosyal paylaşım sitelerinde içerikleri takip etmek veya üretmek adına her zaman çekici olmuştur.

İnternet veya sosyal medya kullanımının zihinsel ve fiziksel performansa yönelik olumsuz etkilerine baktığımızda uyku sorunlarının sosyal medya bağımlısı bireylerde en sık rastlanılan problem olarak öne çıktığını görmekteyiz. Akıllı telefon, bilgisayarlar ve televizyon önünde geçirilen uzun zamanlar, uykuya geçiş süresini azaltmaktadır.

2.6.4 Sosyal Medyanın Psikososyal ve Bilişsel Etkileri

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler hiç şüphesiz ki toplumsal yaşamı kökünden dönüşüme itmiş ve insanların gündelik yaşamının tümüyle etkisi altına almıştır. Özellikle bilgisayar ve taşınabilir cep telefonlarının yaygınlaşmasıyla birlikte internet teknolojilerinin bu cihazlar üzerinden insanlara ulaşması kaçınılmaz olmuştur. dolayısıyla internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte aşırı tüketim modeli ortaya çıkmış ve insanlar internet ortamında giderek daha da fazla zaman harcamışlardır.

Bunun sonucunda artan tüketim karşısında bireylerin psikososyal gelişimlerinde olumsuz durumlar ortaya çıkmıştır. Ayrıca bireylerde ortaya çıkan olumsuz gelişim dönemlerinin yanı sıra bilişsel anlamda da bazı sorunlar ortaya çıkmıştır. Bu noktada internet kullanımının insanlarda tüm yaş gruplarını etkilemesi sonucu çocukların ve genç bireylerin gelişimi açısından gerekli olan aile, okul, sosyal ortamlar ve arkadaşlık ilişkilerinde aksamalar yaşanmıştır. Çocukların ve gençlerin gerekli aile eğitimlerinden

mahrum kalmasıyla başlayan bu süreçte; ailelerin ve çocukların internette fazla zaman geçirmesinden ötürü ihmal durumları ortaya çıkmıştır. Öte yandan çocukların aşırı internet kullanımından ötürü sosyal ilişkilerinde ve okul yaşamlarında başarısızlıklar yaşaması, aile içerisindeki iletişimde bozulmasına sebep olmaktadır. Bu durumun yaşanmasıyla birlikte genç bireylerde korku ve aşağılanma kaygılarının oluşmasına de sebep olmuştur. ayrıca yaşanan başarısızlıklar karşısında genç bireylerde depresyona yakalanma riskleri artmaktadır (Karayağız-Muslu, 2021).

Bu noktada yapılan araştırmalarda ise internet kullanımının artmasıyla birlikte bireylerde depresyon risk düzeylerinin arttığı anlaşılmıştır. Bireylerin bir önceki yıla kıyasla yapılan araştırmada, internetin kullanım süresinin artmasıyla bireylerin yalnızlık ve depresyon belirtilerinde önemlide düzeyde artış gözlemlendiği tespit edilmiştir. Ayrıca bireyler aşırı internet kullanımına bağlı olarak ruhsal anlamda sanal ortam ile gerçek yaşam arasında ayırım yapmakta zorlandıkları anlaşılmıştır.

İletişim teknolojilerinin insan yaşamında sağladığı faydalarının yanında bazı olumsuz etkileri de olmuştur. özellikle kitle iletişim araçlarının tamamen internet ortamından faydalanyor olmasından ötürü bazı bilgilerin veya haberlerin doğruluk payının sorgulanmasına yol açmıştır. Bu durum en çokta çocuk ve genç bireyleri etkilerken aynı zamanda genç bireylerde okunan haberlere karşı ruhsal açıdan olumsuz tepkiler vermelerine sebep olmuştur. genç bireylerin öğrenmiş oldukları yanlış bir bilgiyi tam kaynağıyla bilmeden öğrenmiş olması, doğru ile yanlış arasında ayırım yapmasının önüne geçmiştir. Bu durum şüphesiz ki gençlerde duygusal karmaşalara ve güvensizlik duygularının güçlenmesine hizmet etmiştir. Bu da gençlerin yeni dünya düzenine karşı sürekli bir kaygı ve belirsizlik içinde yaşamalarına sebep olarak gerçek ile gerçek olmayanı ayırt etmekte zorlanan bir nesil haline getirmektedir.

Özellikle çocuk yaşta bireylerin algılama düzeylerinin henüz gelişmemiş olmasından ötürü internet ortamında görülen içeriklerin etkisi altında kolayca kalabilmektedir. Örneğin bir korku görseli, pornografik içerikler, şiddet içerikleri gibi yaşına uygun olmayan içeriklere maruz kalması, çocuklarda travma etkisi yaratmaktadır. Bu durumun yaşanması ise çocuklarda gelişim süreçlerinde bir engel olarak görülebilmektedir. Dolayısıyla internet ortamında olumsuz anlamda etki edebilecek içeriklerin yaygın olması, çocuklarda bilişsel ve psikososyal anlamda önemli düzeyde bir engel unsuru olmaktadır (Karayağız-Muslu, 2021).

Aşırı internet kullanıma bağlı olarak bireylerde ayrıca bazı bilişsel sorunlarda ortaya çıkmaktadır. Bunlar arasında bireylerin yazılı ve sözel iletişimde kendilerini ifade etmekte zorlanmaları gibi iletişim sorunları ortaya çıkmaktadır. Öte yandan akademik yaşamlarında motivasyon ve dikkat eksikliği gibi öğrenme güçlükleri de yaşanabilmektedir. Bu da çocuklarda başarısızlık faktörünü sıklaştırarak çocuk ve ailesi arasındaki ilişkilerin bozulmasına ve çocuğun aşağılık kompleksi yaşamasına sebep olmaktadır. Aşırı internet kullanımının yaygın olduğu ev yaşamlarında ise bilgisayar veya cep telefonlarında oynanan oyunlar aynı şekilde yaygındır. Bu da çocuklarda zamanla oynanan oyunlar üzerinde bireylerin beyin yapısındaki dopamin salgısının hızını artırmasına sebep olmaktadır ve bu durumun çocuklarda öğrenme ve hiperaktivite bozukluğuna yol açtığı ifade edilmiştir (Kelleci, 2008).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1 Yöntem

Bu çalışma için kullanılan “Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-KF)” ile “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF)” ve alt boyutlarının veri analizi için SPSS 25.0 paket programı kullanılmıştır. Katılımcıların sosyodemografik bilgilerine dair tanımlayıcı veriler frekans tabloları şeklinde verilmiştir. Ayrıca katılımcıların ölçek ve alt boyutlarının Cronbach Alpha veya KR-20 güvenirlik katsayıları hesaplanmıştır.

3.2 Araştırmanın Modeli

Bu çalışmanın modelini; lise öğrencilerinin sosyal medya alışkanlıkları ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkisi başlıklı tezimizin genel tarama ve genel tarama modellerinden oluşan araştırmadan elde edilen sonuçlar arasındaki değişkenleri ortaya koymaya yönelik ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu çalışma için nicel araştırma tekniği tercih edilmiştir. Ayrıca lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkileri bu çalışmanın ilişkisel tarama modelini oluşturmuştur. İlişkisel tarama yöntemi olarak iki veya daha fazla değişke arasındaki ilişkinin tespiti ve seviyesini belirlemek amaçlı olarak kullanılmıştır. Araştırma için lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları arasındaki korelasyon türü tarama modeli ve karşılaştırmalı ilişkisel tarama modeliyle hem lise öğrencilerinin demografik özellikleri hem de sosyal medyanın etkisinin çözümlenmesinde bu tarama modeli uygulanmıştır.

3.3 Araştırma Grubu

Bu çalışma için seçilen araştırma grubu 2020-2021 eğitim öğretim yılını kapsayan ve İstanbul'da ikamet eden lise öğrencileri seçilmiştir. Araştırmada Lise 1. Sınıf ve 4. Sınıf öğrencileri dahil edilmiştir. Araştırma için veri toplama yöntemi online anket sistemi şeklinde uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular, araştırmada kullanılan ölçeklerle sınırlıdır.

3.4 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın çalışma evreni İstanbul'da ikamet etmekte olan 330 kişilik erkek ve kız lise öğrencilerinden oluşmaktadır. Örneklem grubu olarak 165 kız ve 165 erkek olarak toplamda 330 kişilik lise öğrencilerini kapsamaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak ise internet ortamında anket formları aracılığıyla sağlanmıştır.

3.5 Veri Toplama Araçları

Bu araştırma, lise öğrencilerinde Sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve bağımlılıklarıyla ilgili ölçekler eşliğinde analizi yapılmış olup sosyal medyanın öğrencileri üzerindeki etkilerinin incelenmesine yönelik ilişkisel tarama modelinde betimsel bir araştırmadır. Araştırmanın bağımlı değişkeni sosyal medyanın kullanım alışkanlığı ve etkisi, kişilerarası beceriler, stres yönetimi, uyum, olumlu etki ve genel ruh hali boyutlarıdır. Araştırmanın bağımsız değişkeni ise sosyal medya alışkanlığının öğrenciler üzerinde etkisi ve bağımlılığının gündelik yaşam bozuklukları, olumlu beklenti, yoksunluk, sanal yönelimli ilişki, aşırı kullanım ve dayanma boyutlarıdır. Çalışmada kullanılan “Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-KF)” ile “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF)” ve alt boyutlarının veri analizi için SPSS 25.0 paket programı kullanılmıştır. Katılımcıların sosyodemografik bilgilerine dair tanımlayıcı veriler frekans tabloları şeklinde verilmiştir. Ayrıca katılımcıların ölçek ve alt boyutlarının Cronbach Alpha veya KR-20 güvenirlik katsayıları hesaplanmıştır. Çalışmanın verileri normallik varsayımları açısından incelendiğinde, shapiro-wilk değerleri p olarak gösterilmiştir.

3.5.1 Kişisel Bilgi Formu

Katılımcıların yaş, cinsiyet, internet ve akıllı telefon kullanım durumları, kullanım süreleri, kullanım amaçları ve sosyal anlamdaki ilişkilerini belirlemek amacıyla demografik form kullanılacaktır.

3.5.2 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF)

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği (SMBÖ) van den Eijnden vd. (2016) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek DSM 5'te araştırılacak, kesinleşmemiş tanılar bölümünde yer alan İnternet oyun bağımlılığı tanı kriterleri dikkate alınarak tek boyutlu olarak geliştirilmiştir. Ölçek ilk önce 27 madde olarak geliştirilmiş daha sonra 9 maddelik kısa formu oluşturulmuştur. “Evet” ve “Hayır” şeklinde puanlandırılan ölçeğin kesme puanı 5'tir. Ölçeğin puanlanması 0-9 puan şeklindedir. Buna göre 9 maddeden 5 ve üstü maddeye “Evet” diyenler sosyal medya bağımlısı kabul edilmektedir. Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi uyum indekslerinin iyi sonuçlar verdiği görülmektedir. [$\chi^2(27, n=601) 54.129$, $p=.002$, CFI: .989, RMSEA= .041(90% CI: .025-.057)]. 9 maddelik ölçeğin 27 maddelik sosyal medya bağımlılığı ile güçlü bir korelasyona sahip olduğu görülmüştür ($R=.94$, $P<.001$). Ölçeğin güvenirliği Cronbach Alfa (0.82) ile ölçülmüş ve iyi bir güvenirliğe sahip olduğu görülmüştür ($M=1.52$, $SD= 2.11$).

BULGULAR

3.6 Bulgular

Çalışmada kullanılan “Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖKF)” ile “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF)” ve alt boyutlarının veri analizi için SPSS 25.0 paket programı kullanılmıştır. Katılımcıların sosyodemografik bilgilerine dair tanımlayıcı veriler frekans tabloları şeklinde verilmiştir. Ayrıca katılımcıların ölçek ve alt boyutlarının Cronbach Alpha veya KR-20 güvenirlik katsayıları hesaplanmıştır.

Çalışmanın verileri normallik varsayımları açısından incelendiğinde, shapiro-wilk değerleri $p < 0.005$ olarak belirlenmiştir. Ayrıca Skewness ve Kurtosis değerlerinin hatalarına bölümlerinin $\pm 1,96$ arasında değiştiği saptanmıştır. Bundan dolayı ölçek ve alt boyut puanlarına ait spearman korelasyon analizi yapılmıştır. Bununla birlikte ölçek ve alt boyutları ile katılımcıların sosyodemografik verileri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek üzere nonparametrik testlerden Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Ayrıca kategorik verilerin analizi için Chi-Square testi yapılmıştır.

Tablo 1. Katılımcılara ait sosyodemografik veriler (N=333)

Demografik değişkenler	N	%
Cinsiyet		
Kadın	168	50,5
Erkek	165	49,5
Toplam	333	100,0

Tablo 1’de katılımcılara ait sosyodemografik değişkenlerin dağılımı görülmektedir. Katılımcıların cinsiyetleri incelendiğinde %50,5’inin (n=168) kadın, %49,5’inin (n=165) erkek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Ölçek ve Alt boyutlarına İlişkin Crombach Alpha İç tutarlılık Katsayıları

Ölçek Alt Boyutları	Madde sayısı	Crombach (α)/KR-20
Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	9	,465
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	20	,670
Sanal Tolerans Alt Boyutu	11	,361
Sanal İletişim Alt Boyutu	9	,549

Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin güvenirlik analizi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir. Güvenirlik analizi sonuçları incelendiğinde, Cronbach alfa değerleri .36 ile .67 arasında değiştiği belirlenmiştir.

**3. Ölçek ve Alt Ölçeklerden Alınan Puanlara Ait Betimsel
İstatistikler(N=333)**

	Min	Max	Ort.	SS
Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-KF) Toplam	,00	9,00	3,84	1,93
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF) Toplam	30,00	82,00	57,90	10,04
Sanal Tolerans Alt Boyutu	12,00	42,00	29,66	6,26
Sanal İletişim Alt Boyutu	11,00	40,00	25,69	5,60

Tablo 3’de SMBÖ-KF Ölçeği toplam, SMBÖ-YF Ölçeği toplam ve alt boyutlarından alınan puanlara ilişkin betimsel istatistikler verilmiştir.

4. Ölçek ve Alt Boyutlarına Ait Korelasyon Analizi

		1	2	3	4
1- SMBÖ-KF Toplam	r	1			
	p	.			
2- SMBÖ-YF Toplam	r	,426**	1		
	p	<0.001	.		
3- Sanal Tolerans Alt Boyutu	r	,402**	,889**	1	
	p	<0.001	<0.001	.	
4- Sanal İletişim Alt Boyutu	r	,390**	,861**	,597**	1
	p	<0.001	<0.001	<0.001	.

Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (Spearman korelasyon testi), ** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (Spearman korelasyon testi)

Bu analize göre, SMBÖ-KF Toplam Puanı ile SMBÖ-YF Toplam puanı arasında pozitif yönde orta derecede istatistikçe anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($r=0,426$ $p<0.001$).

SMBÖ-KF Toplam Puanı ile SMBÖ-YF Ölçeği Alt Boyutlarından “Sanal Tolerans” puanı arasında pozitif yönde orta derecede istatistikçe anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($r=0,402$ $p<0.001$).

SMBÖ-KF Toplam Puanı ile SMBÖ-YF Ölçeği Alt Boyutlarından “Sanal İletişim” puanı arasında pozitif yönde zayıf derecede istatistikçe anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($r=0,390$ $p<0.001$).

5. Katılımcıların Ölçek ve Alt Ölçek Puanlarının Cinsiyet Açısından

Karşılaştırılması

Değişkenler	Cinsiyet	N	Ort±SS	Z	p
SMBÖ-KF Toplam	Kadın	168	3,82±2,04	-	0.512
	Erkek	165	3,88±1,82	0,672	
SMBÖ-YF Toplam	Kadın	168	56,48±9,67	-	0.002
	Erkek	165	59,35±10,25	3,036	
Sanal Tolerans Alt Boyutu	Kadın	168	28,98±6,08	-	0.020
	Erkek	165	30,36±6,39	2,321	
Sanal İletişim Alt Boyutu	Kadın	168	24,89±5,45	-	0.006
	Erkek	165	26,52±5,65	2,725	

Mann Whitney U Test

Tablo 5’ te yer aldığı gibi katılımcıların ölçekler ve alt boyut puanları cinsiyete göre karşılaştırılmıştır. SMBÖ-YF toplam puanı Kadın ve Erkek katılımcılar arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. SMBÖ-YF toplam puanı Erkek Bireylerde Kadınlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur ($Z=-3,036$ $p=0.002$).

SMBÖ-YF Ölçeği Alt Boyutlarından “Sanal Tolerans” puanı Kadın ve Erkek katılımcılar arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. “Sanal Tolerans” puanı Erkek Bireylerde Kadınlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur ($Z=-2,321$ $p=0.020$).

SMBÖ-YF Ölçeği Alt Boyutlarından “Sanal İletişim” puanı Kadın ve Erkek katılımcılar arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. “Sanal İletişim” puanı Erkek Bireylerde Kadınlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur ($Z=-2,725$ $p=0.006$).

Tablo 6. Cinsiyet ile SMBÖ-KF Ölçeği karşılaştırması

Cinsiyet * SMBÖ KF Grup					
		SMBÖ KF Grup		P	
		Bağımlı değil	Bağımlı		
Cinsiyet	Kadın	N	100	68	Toplam 168
		% Cinsiyet	59,5%	40,5%	100,0%
		% SMBÖ KF Grup	52,6%	47,6%	50,5%
		% of Toplam	30,0%	20,4%	50,5%
	Erkek	N	90	75	165
		% Cinsiyet	54,5%	45,5%	100,0%
		% SMBÖ KF Grup	47,4%	52,4%	49,5%
		% of Toplam	27,0%	22,5%	49,5%
Toplam	N	190	143	333	
	% Cinsiyet	57,1%	42,9%	100,0%	
	% SMBÖ KF Grup	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Toplam	57,1%	42,9%	100,0%	

0.359

Chi-Square

Tablo 6’da görüldüğü üzere, cinsiyet ile SMBÖ-KF ölçeği karşılaştırılmıştır. Bu analize göre, kadınların %59,5’inin (n=100) sosyal medya bağımlısı olmadığı ve %40,5’inin (n=68) sosyal medya bağımlısı olduğu belirlenmiştir. Erkeklerin %54,5’inin (n=90) sosyal medya bağımlısı olmadığı, %45,5’inin (n=75) sosyal medya bağımlısı olduğu belirlenmiştir. Kadın ve erkekler arasındaki belirtilen bu farklılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (p=0.359).

TARTIŞMA

3.7 Tartışma

Küreselleşme ve kitle iletişim araçlarının insan yaşamında büyük bir kültürel dönüşüm yarattığı ve bu yeni teknoloji sistemlerinin insanların gündelik kolaylaştırdığı gibi birçok probleme de yol açtığı bilinmektedir. Genel olarak yeni teknoloji sistemlerinin insan yaşamına olan olumlu etkisi her zaman ön plana çıkmaktadır. Fakat bu teknolojinin arka planında yatan bazı olumsuz unsurların özellikle genç bireylerin sosyal yaşama ve kamusal alana olan uyumsuzlukları konusunda önemli bir etki unsuru olduğu yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla insan ilişkilerinin teknolojiyle birlikte artışa geçmesi akıllı telefonların internet teknolojisiyle birleşiminden kaynaklanmıştır. İnternetin akıllı telefonla aracılığıyla sosyal ağlarda oluşturmuş olduğu iletişim ortamı, baştan gençler ve ergenlerin ilgisini çekerek zamanla tüm yaş gruplarını bu ağı çekmiştir.

Digital İn 2018 raporunda açıklanan bulgulara göre sosyal medya ağlarında en çok kullanılan platform olan Facebook, artık tüm yaş gruplarının kullandığı bir ortak platform olmuştur. dolayısıyla sahip olduğu kullanıcı sayısının fazla olmasından ötürü ilk kullanıcı kitlesinin başka uygulamalara geçmesine engel olamamıştır. Özellikle Instagram kullanıcıların son yıllarda sahip olduğu kullanıcı sayısında yüksek bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Bunu takiben Twitter uygulaması başta medya haberciliği ve gündemde en fazla konuşulan konuları # hashtah özelliği sayesinde gündem yaratma ve bir konu hakkında yorum veya fikir belirtme özelliğiyle öne çıkmaktadır. Bu nedenle oluşan sosyal medya çeşitliliğinin insan yaşamına olan etkileri en az fayda sağlaması kadar önemli ölçüde zararları da olduğu apaçıktır. Dolayısıyla bu çalışmanın konusu olan “Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve alışkanlıklarının incelenmesi ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkileri” çalışmasından sosyal medyanın kullanım düzeyini çeşitli yaş grupları arasındaki değişkenler üzerinden incelenmesi tartışılmıştır. Elde edilen verilerin daha önce yapılmış araştırmalarla karşılaştırılması yapılarak konu üzerinde tartışılması amaçlanmaktadır. Elde edilen veriler, “Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-KF)” ile “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF)” ve alt boyutlarının veri analizi için SPSS 25.0 paket programı dahilinde analiz sonuçları elde edilmiştir.

Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin güvenirlik analizi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir. Güvenirlik analizi sonuçları incelendiğinde, Cronbach alfa değerleri .36 ile .67 arasında değiştiği belirlenmiştir. Araştırmanın ilk aşamasında lise öğrencilerinin demografik bilgilerini ve bağımlılık düzeylerini ölçmeye yönelik anket yöntemine başvurulmuştur. Araştırmada elde edilen bulgular ışığında cinsiyet değişkenlerine göre lise öğrencilerinin istatistiksel verileri incelendiğinde sosyodemografik yönünde bazı farklı değişkenlikler tespit edilmiştir. Katılımcılara ait cinsiyet değişkenleri incelendiğinde ise %50,5’inin (n=168) kadın, %49,5’inin (n=165) erkek olduğu belirlenmiştir.

Sosyal medya kullanımı konusunda lise öğrencileriyle ilgili yapılan daha önceki çalışmalarda ise cinsiyet bazlı değişkenlerin ölçekler ve alt boyut puanlamaları incelendiğinde benzer farklılıklar tespit edilmiştir. Bu anlamda sosyal medya bağımlılığını ölçmeye yönelik Van den Eijnden tarafından 2016 yılında davranışsal bağımlılıklar kategorisi içerisinde değerlendirilen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği SMBÖ-YF uygulanmıştır. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre; katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği SMBÖ-YF toplam puanı Kadın ve Erkek katılımcılar arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. SMBÖ-YF toplam puanı Erkek bireylerde Kadınlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur ($Z=-3,036$ $p=0.002$).

Lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen bu ölçek ile daha önce yapılmış araştırmalara baktığımızda ise Sarıçam (2018), ergenler üzerinde uyguladığı bu ölçek çalışmasında benzer sonuçlar elde etmiştir ve iki cinsiyet arasında anlamlı farklılıklar tespit etmiştir (Sarıçam, 2018). Bu anlamda katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyinde cinsiyet farklılığı tespit edilmiştir. Yapılan araştırmalara bakıldığında ise bu sonucu destekleyen bulgulara rastlanılmıştır. Kahraman ve Yılmazsoy (2017) tarafından yapılmış araştırmada; genç bireylerde Facebook kullanımının cinsiyetler arasın anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla sosyal medya kullanımı konusunda elde edilen bulgular ve literatür incelendiğinde cinsiyet farklılıklarının olmadığı anlaşılmıştır. Bu bağlamda sosyal medya kullanımı ve bağımlılığı toplumun tüm kesimlerini etkilediği ortaya çıkmıştır.

Bu araştırmaya katılan liseli ergenlerin SMBÖ-YF Ölçeği Alt Boyutlarından “Sanal Tolerans” puanı Kadın ve Erkek katılımcılar arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. “Sanal Tolerans” puanı Erkek Bireylerde Kadınlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur ($Z=-2,321$ $p=0.020$). Dolayısıyla sosyal medya bağımlılığı erkek bireylerde kadınlara oranla daha fazla olduğu anlaşılmıştır. Özellikle genç bireylerde sosyal medya bağımlılığının daha yaygın olduğu çıkan sonuçlarla desteklendiği görülmektedir. Bu anlamda daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde ise; Murat Akın (2017) ve Patwardhan ve Young (2013) çalışmalarıyla sosyal medya bağımlılığının genç bireylerde daha sık rastlanılan bir rahatsızlık olduğu saptanmıştır. SMBÖ-YF Ölçeği Alt Boyutlarından “Sanal İletişim” puanı Kadın ve Erkek katılımcılar arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. “Sanal İletişim” puanı Erkek Bireylerde Kadınlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur ($Z=-2,725$ $p=0.006$). Bu bağlamda, erkek katılımcıların kadınlara oranla daha fazla sosyal medya kullandıkları anlaşılmıştır.

Öte yandan SMBÖ cinsiyet ile SMBÖ-KF ölçeği karşılaştırılmıştır. Bu analize göre, kadınların %59,5’inin ($n=100$) sosyal medya bağımlısı olmadığı ve %40,5’inin ($n=68$) sosyal medya bağımlısı olduğu belirlenmiştir. Erkeklerin %54,5’inin ($n=90$) sosyal medya bağımlısı olmadığı, %45,5’inin ($n=75$) sosyal medya bağımlısı olduğu belirlenmiştir. Kadın ve erkekler arasındaki belirtilen bu farklılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0.359$). Bu sonuçlara göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle, erkek kullanıcıların sosyal medyada geçirdikleri zaman ve kullanım düzeylerinin yüksek olması sebebiyle hem akademik hem de sosyal yaşamlarında olumsuz anlamda etkilendikleri anlaşılmıştır. Ayrıca erkek katılımcıların, problemlili sosyal medya kullanımı sonucunda aile ve arkadaşlık ilişkilerinde bozulmalar meydana gelmektedir. Bu durum aynı zamanda kadın katılımcılarında yaşadığı bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

Alanyazında yer alan çalışmalara göz atıldığında ise; erkek katılımcıların gün içerisinde sosyal medya kullanım düzeylerinin kadınlara oranla daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Çam ve İşbulan (2012) tarafından yapılan çalışmalarda ise erkek kullanıcıların kadın kullanıcılara oranla günlük kullanım düzeylerinde daha yüksek oranlar saptanmıştır. Buna bağlı olarak erkeklerin diğer insanların uyarılarına rağmen sosyal medya kullanım düzeylerinde artış olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte sosyal medya bağımlı kullanım düzeylerinin her iki cinsiyette de benzer etkileri yarattığı anlaşılmış olup

sosyal medyada geçirdikleri zamana göre daha agresif ve savunmacı oldukları anlaşılmıştır. Aile veya diğer insanlar tarafından uyarılara veya şikayetlere karşı kızgın ve öfkeli oldukları da ortaya çıkan bir başka savunma mekanizmalarıdır. Bir başka araştırma detayı olan sosyal medyanın yaşa bağlı olarak değişkenlik gösterip göstermediğini ölçmek yapılan analiz sonuçlarında; erkek ya da kadın katılımcılar arasında yaşa göre herhangi bir anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bu anlamda alanyazın incelendiğinde de erkek ve kadın kullanıcıların yaşa bağlı olarak sosyal medya bağımlılıkları arasında herhangi bir farklılaşma bulunmadığı tespit edilmiştir. Fakat yapılan bazı araştırmalarda ise; lise çağındaki öğrencilerin özellikle 17-20 yaş aralığına sahip bireylerde sosyal medya kullanım düzeylerinde ve merak duygularında kendilerinden yaşça daha büyük bireylere oranla daha fazla olduğu saptanmıştır.



SONUÇ

4. Sonuç

Günümüzde sosyal medya kullanımı hemen hemen dünya nüfusunun yaklaşık yarısını kapsadığı bilinmektedir. Özellikle henüz çok yeni bir gündelik yaşam alışkanlığımız olan sosyal medya, akıllı telefonların teknik özelliklerinin gelişimiyle birlikte hayatımızda her geçen zaman daha da yer edinmeye başlamıştır. Bu yönüyle hala birçok araştırmanın konusu haline gelen sosyal medya, çeşitlilik konusunda da insanın sosyalleşme ihtiyaçlarına cevap aramaktadır. Bu anlamda, sosyal medyanın insanların sosyal ilişkiler kurabilmesinde önemli bir araç iken aynı zamanda dijital içerikler üretmesini teşvik etmektedir. Dolayısıyla artan kullanım sıklığı nedeniyle insan ilişkilerinde dönüşümler meydana gelmiş ve tüm yaşam alışkanlıklarımızı tüketim, ekonomi, sosyalleşme, haberleşme, ticaret ve eğitim ekseninde değiştirmiştir. Özellikle e-ticaret, online eğitim ve dijital medya haberciliği gibi alanlarda yeni bir dijital kültür medyana gelmiştir.

Küreselleşme ve dijital medyanın birbiriyle çok yakından bir ilişkisi vardır. Özellikle sosyal medya kullanıcıların dünyanın farklı yerlerinde yaşayan kullanıcılarla da etkileşim kurmasını sağlaması, ortaya dijital bir kültürün doğmasına sebep olmuştur. Kullanıcıların yaş itibarıyla daha genç olmasıyla gelecek kuşaklar adına öngörücü bir düşünceyi de yaratmaktadır.

Öte yandan sosyal medya kullanıcıların son yıllarda artan kullanıcı tabanı da hemen hemen tüm yaş gruplarını da kapsadığı yapılan araştırmalarda tespit edilmiştir. Dolayısıyla artan bu kullanım sıklığı karşısında em genç bireylerde hem de daha yüksek yaş gruplarında interneti ve sosyal medyayı problemlili kullanma sorunları ortaya çıkmıştır. Bu anlamda araştırmamızın genel konusu olan lise çağındaki bireylerin sosyal medya kullanımı ve sosyal medyanın liseli bireylere olan etkisi, bu araştırmanın odak noktası olmuştur. Araştırmamızın ilk aşamasında öğrencilere yönelik demografik bilgiler ve kişisel bilgilere yer verilmiştir. Bu yöntem online bir biçimde anket yöntemi kullanılarak öğrencilerin sosyal medya kullanım düzeyleri ve bağımlılıkları belirlenmiştir. Ayrıca araştırmada ergenler ve yetişkinler için sosyal medya bağımlılık ölçeği (SMBÖ) kullanılmıştır ve elde edilen bulgular SPSS programı aracılığıyla

sağlanmıştır. Toplamda 333 katılımcı ile gerçekleştirilen anket çalışmasında likert tipi anket yöntemi kullanılarak internet üzerinden katılımcılara ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular ışığında cinsiyet değişkenlerine göre lise öğrencilerinin istatistiksel verileri incelendiğinde sosyodemografik yönünde bazı farklı değişkenlikler tespit edilmiştir. Katılımcılara ait cinsiyet değişkenleri incelendiğinde ise %50,5'inin (n=168) kadın, %49,5'inin (n=165) erkek olduğu belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular analiz edildiğinde ise; öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarının sohbet, eğlence, içeri paylaşımı ve farklı içerikleri takip etme, fotoğraf ve video paylaşımı, oyun oynama, sosyal gruplara üye olma şeklinde zaman geçirdikleri anlaşılmıştır. Ayrıca lise öğrencilerinde sosyal medya kullanımı esnasında karşılaşılan rahatsız edici görsel ve yayınlar öğrenciler üzerinde şok ve travma etkisi yaratmaktadır. Bu durum ise zamanla öğrenciler üzerinden sosyal ve toplumsal yaşamdan geri çekilmelerine sebep olmaktadır. Özellikle içe kapanık, yüksek kaygı ve anksiyete belirtileri yaşanabilmektedir. Öğrenciler ayrıca sosyal medyada geçirdikleri sürenin her iki cinsiyet yönünde farklılaşmadığından ötürü her iki cinsiyette de akademik yaşamlarında başarısızlıklarla karşılaştığı ve internette kalma sürelerinin artmasına yönelik kontrollerini kaybettikleri anlaşılmıştır. Öte yandan lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı dışında geçirdikleri zamanı oldukça gergin ve huzursuz hissettikleri anlaşılmıştır. Bununla birlikte her iki cinsiyet üzerinde de sınıf, yaş, kardeş sayısı ve aile ekonomik düzeyleri bakımından anlamlı bir ilişki olmadığı saptanmıştır.

Yeni medya ve internet teknolojileri alanında devrimsel bir çağ olan sosyal medya çağı, tüm kullanıcılar için makro ve mikro düzeyde çeşitli etkilere sebep olduğu bilinmektedir. Tüm bunların yanında lise çağındaki bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları küçük yaştan itibaren başlamış olup yaşamlarının merkezi haline gelmiştir. Özellikle sosyal medyadan uzak kalının sürede bireylerde önemli anlamda yoksunluk belirtileri yaşanmaktadır. Buna bağlı olarak aile ve sosyal ilişkilerde bozulmalar yaşanırken eğitim yaşamlarında da başarısızlıklar yaşanmaktadır.

Bu noktada iletişim ve bağımlılık kuramcıları; sosyal medyanın kullanıcılar için vazgeçilmez bir yaşam aktivitesi haline geldiği konusunda ortak noktada buluşmuşlardır. Bu kuramlar arasında öne çıkan yaklaşımlardan biri ise; *kullanımlar ve doyumlar* yaklaşımıdır. Bu yaklaşımda; sosyal medya veya internet bağımlısı bireylerin bilişsel, duyuşsal, psikolojik ihtiyaçlar ve sosyalleşme ihtiyacı gibi

özelliklerin bireyler için zorunlu bir gereksinim haline geldiğini vurgulamaktadır. Bireyler hem psikolojik hem de fizyolojik anlamda kendilerini iyi hissetme anlamında sosyal medyaya bağlı hissederler. Bu çalışmada elde edilen veriler ve incelenen literatür ışığında benzer sonuçlar elde edilmiştir. Bu noktadan hareketle lise öğrencilerinin sosyal medya alışkanlıkları ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkisini araştırmak ve sıklıklarını sorgulamak, bu araştırmanın amacını oluşturmuştur.

Yapılan çalışma ve elde edilen verilere göre lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeylerinin her iki cinsiyet üzerinden de negatif etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Bu nedenle sosyal medyanın kullanım düzeyi ve süresinin artmasıyla öğrencilerde akademik yaşamlarında olumsuz anlamda etkilendikleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla öğrencilerinin problemli internet ve sosyal medya kullanımları giderek kontrol edilmesi güç haline gelmiş ve öğrencilerinin kullanım süreleri artmıştır. Bu noktada gerekli rehberlik ve psikososyal destek ile birlikte öğrencilere yönelik kişisel başarılarına olan motivasyonları sağlanmalı ve planlı çalışmaları hedeflenmelidir.

Öte yandan sosyal medya bağımlısı belirtilerine sahip ergenlere yönelik inceleme için rehberlik çalışmalarının yanı sıra bireyin çevresel faktör ve aile yapısının da (aile, kardeş, arkadaş) incelenmesi gerekebilir.

Öğrencilere yönelik yasaklayıcı bir tutumdan uzak bir yaklaşım sergilenmeli ve teknoloji ve sosyal medya kullanımı konusunda tehlikeli durumlardan bahsedilmelidir. Öğrencilere yönelik ayrıca yeterli düzeyde bilinç oluşturmak amacıyla sosyal medya kullanım süreleri konusunda düzenlemeye gidilmelidir.

Öğrencilerde sosyal medya yoksunluğunu gidermek amacıyla rehberlik çalışmalarının yanı sıra ebeveynlere yönelik psikososyal müdahale eğitimleri de verilmelidir. Bu noktada ailelere büyük sorumluluk düşmekle birlikte bu konuda bilgilendirme seminerleri yapılmalıdır.

Sosyal medya ve internetin zararlı etkilerinden korunmak amacıyla öğrencilerinin takip ettikleri gruplar veya sayfalar denetilmelidir. Zararlı olduğu düşünülen sayfaların takip etmesi engellenebilir. Özellikle ev içi internet bağlantısında güvenlik hizmetlerinden yararlanılabilir.

Bunun yanı sıra öğrencilerin ev ve okul yaşamlarında sosyal medya kullanımlarını kontrol etmek amacıyla kullanım zamanları konusunda kısıtlamalar

getirilebilir. Özellikle yasaklayıcı bir tutumdan kaçınarak öğrencilerin vakit geçirme ve sosyalleşme ihtiyaçlarını zamansal planlaması yapılarak sağlanabilir.

Sosyal medya bağımlılık belirtilerine sahip öğrencilerin maddi durumu yetersiz olanları için gerekli önleyici çalışmalar konusunda çözüm yolları aranmalı ve bu konu üzerinde gerekli sosyal destek planlamaları sağlanmalıdır.

İnternet ve sosyal medya kullanım yaşının çok erken yaşlarda başlanmasından ötürü ailelere yönelik çeşitli psikososyal eğitimler verilmelidir. Bu sebeple anaokulu çağından itibaren çocuklara yönelik güvenlik internet kullanımı ve bilinçli sosyal medya kullanma gereksinimleri kazandırılabilir.



KAYNAKÇA

- Altınbaş, F. (2014). *"Sosyal Medyaya Genel Bir Bakış"*. İstanbul: Yeni Medya Üzerine Vol.2, Literatürk Academia,.
- Andreassen, C. (2015). *Online social network site addiction: A comprehensive review*. . Current Addiction Reports.
- Arısoy, Ö. (2009). *İnternet bağımlılığı ve tedavisi, psikiyatride güncel yaklaşımlar*. İstanbul: Current Approaches in Psychiatry,.
- Barry, C. T. (2017). *dolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspective*. Journal of Adolescence, .
- Baudrillard, J. (2014). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bloomberght. (2021, 02 28). *Trump: TikTok'u ABD'de yasaklayacağız*. Bloomberght: <https://www.bloomberght.com/trump-tiktoku-abd-de-yasaklayacagiz-2261297> Erişim Tarihi: 03.03.2021
- Bozkurt, N. (2004). *Bir grup üniversite öğrencisinin depresyon ve kaygı düzeyleri ile çeşitli değişkenler arasındaki ilişkiler*. Eğitim ve Bilim.
- Campbell, N. (2010). *A World Without Surveys*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Castells, M. (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*,. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chandler, D. M. (2018). *Medya ve İletişim sözlüğü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Downes, S. (2005). *Semantic Networks and Social Networks*. The Learning Organization, Vol. 12, No. 5.
- Duman, K. (2016). *"Sosyal Ağ Üzerine Teorisel Çalışmalar ve Sosyal Davranış Teorilerinin İncelenmesi"*,. Konya: Sosyal Medya Araştırmaları III, Çizgi Kitabevi Yayınları,.
- Erarslan, L. (2016). *Sosyal Medyayı Anlamak*. Ankara: Nobel Yaşam.
- Gönül, A. (2002). *"Patolojik İnternet Kullanımı"*. İstanbul: New Symposium,.

- Giddens, A. (2005). *Modernite ve Bireysel Kimlik, Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*. İstanbul: Say Yayınları.
- Griffiths, M. (2000). *"Internet Addiction: Time to be Taken Seriously?"*. New York: Addiction Research,.
- Hazar, M. (2011). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması*. İstanbul: İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,.
- Hootsuite, W. a. (2018). *"Digital in 2018"*. <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018#:~:text=The%20new%202018%20Global%20Digital,the%20world%20using%20the%20internet.&text=The%20number%20of%20internet%20users%20in%202018%20is%204.021%20billion,7%20percent%20year%20on%20year>. Erişim Tarihi: 09.03.2021
- Jang, H. M.-S. (2010). *An Analysis Of Self-Construals, Motivations, Facebook Use And User Satisfaction"*. International Journal of Human-Computer Interaction,.
- Kandell, j. (1998). *Internet addiction on campus: The vulnerability of college students*. . Cyber Psychology & Behaviour, .
- Karakoç, E. T. (2013). Bir Serbest Zaman Etkinliği Olarak Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı İle Yalnızlık Arasındaki. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*,, 33-45.
- Karakulakoğlu, S. (2018). *"Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Karal, H. K. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Türk Bilgisayar ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 1(3),, 252-263.
- Karayağız-Muslu, G. v. (2021, 04 22). *Çocuk ve Gençlerde İnternet Kullanımı*. TAF Preventive Medicine Bulletin: www.korhek.org Erişim Tarihi: 09.04.2021
- Kaya, A. (2013). *Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook yükükları A. ve A. M. Kırık. Sosyal Medya Araştırmaları I*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kelleci, M. (2008). *İnternet, Cep Telefonu, Bilgisayar Oyunlarının Çocuk ve Gençlerin Ruh Sağlığına Etkileri*. TAF Preventive Medicine Bulletin.
- Kemp, S. (2021, 03 18). *Global digital report*. Global digital report.:

<http://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report2018>.
12.05.2021

Erişim Tarihi:

- Lerman, K. (2007). "Social information processing in news aggregation". Issue: IEEE Internet Computing.
- Mavnacioğlu, K. (2015). *Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi: Kurumsal Blog Odaklı Bir Yaklaşım*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Mayfield, A. (2021, 02 26). *What is Social Media, i Crossing, e book*,. What is Social Media:
<http://freepdfs.org/pdf/what-is-social-media>. Erişim Tarihi: 17.03.2021
- McGraw, H. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. USA.
- Meral, B. (2021, 02 23). *Bir Reklam Mecrası Olarak Sosyal Medya*. Turizm Güncel.:
<http://www.turizmguncel.com/makale/bir-reklam-mecrası-olarak-sosyal-medyam1261.html> Erişim Tarihi: 24.03.2021
- Moreno, J. (1934). *Who Shall Survive?* New York NY.: Beacon Press.
- Morrisson, H. G. (2021, 02 25). "The Relationship Between Excessive Internet Use and Depression: A Questionnaire-Based Study of 1,319 Young People and Adults".
<http://pdfs.semanticscholar.org/5150/d3f5541c7f6d410816b14f5eef734a08c373.pdf>.
Erişim Tarihi: 16.04.2021
- Noyan, C. D. (2015). *Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeğinin Kısa Formunun Üniversite Öğrencilerinde Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması*,. Anadolu Psikiyatri Dergisi,.
- O'Reilly, T. (2021, 02 27). *What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software*. Communications & Strategies,: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/4578/1/MPRA_paper_4578.pdf Erişim Tarihi: 01.05.2021
- Phillips, J. O. (2011). *Electronic Interests and Behaviors Associated With Gambling Problems*. Int J Ment Health Addiction, .
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible*. USA: 3. Edition Wiley Press.
- Sarıçam, H. (2018). "Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması: Geçerlik Ve Güvenirlilik Çalışması",. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*,, 116.

- Shields, M. (2000). *“Children and Computer Technology: Analysis and Recommendations”*. Future of Children.
- Social, W. A. (2018). *“Dijital in 2018:World’s Internet Users Pass The 4 Million Mark”*. We Are Social: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> Erişim Tarihi: 03.03.2021
- SocialBusiness. (2021, 04 19). *2020 Sosyal Medya İstatistikleri*. Social Business: <https://www.socialbusinessstr.com/2020/11/13/2020-sosyal-medya-istatistikleri/> Erişim Tarihi: 23.04.2021
- Stern, J. (2013). *Cellphone Users Check Phones 150x/Day And Other Internet Fun Facts*. Los Angeles: Good Morning America,
- Tokatlı, M. (2006). *Yeni Medya’nın Geleneksel Medya ve halkla ilişkiler meslek alanı üzerine etkileri*. . Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi.
- Turnalar, K. (2008). *İnternet Bağımlılığını Yordayan Değişkenlerin İncelenmesi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Mersin: Mersin Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, .
- Tutgun, A. (2009). *Öğretmen adaylarının problemleri internet kullanımlarının incelenmesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Vatandaş, S. (2017). Sosyal medyanın anlam ve öneminin cinsiyetler bağlamında incelenmesi. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(8),, 12-25.
- Vural, Z. A. (2010). *Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma*. İzmir: Journal of Yaşar University.
- WeAreSocial. (2021, 04 19). *Digital 2021:Turkey*. Datareportal: Social media statistics for Turkey There were 60.00 million social media users in Turkey in January 2021. The number of social media users in Turkey increased by 6.0 million (+11%) between 2020 and 2021. The number of social media users in Turkey was equ Erişim Tarihi: 01.06.2021
- Yılmaz, O. (2018). *Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki*. İstanbul: Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(13), 61-76.

Yalçın, C. (2003). *Sosyolojik Bir Bakış Açısıyla İnternet*. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi FenEdebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi. .

Young, K. (2004). *“Internet Addiction: A New Clinical Phenomenon And Its Consequences”*. New York: American Behavioral Scientist.





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

SAYI: 61351342/NİSAN 2021-70

30/04/2021

**Sayın Dr.Öğr.Üyesi Yıldırım KESGİN
(Abdurrahman YİĞİT)**

Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulunun **28/04/2021** tarihinde yapılan **04** No.lu toplantısında **“Lise Grubu Öğrencilerinin Sosyal Medya Alışkanlıkları ve Sosyal Medyanın Öğrenciler Üzerindeki Etkileri”** adlı araştırma projenizin etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

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

EKLER

Ek 1. Özgeçmiş

Abdurrahman YİĞİT, 2009-2013 yılı Kemal Hasoğlu Anadolu Lisesi mezunu ve 2014-2019 yılında Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve Gazetecilik mezunudur. Halen devam etmekte olan Üsküdar Üniversitesi Yeni Medya ve Gazetecilik anabilim dalında yüksek lisansın devam etmektedir.



Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine **X** işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

- ① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım
④ Bana Uygun ⑤ Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤

Ek.3

Değerli öğrenciler, Elinizdeki form sosyal medyayı kullanma düzeyinizi belirlemeyi amaçlamaktadır. Aşağıda sıralanan ifadelere yönelik düşüncelerinizi “Evet” ve “Hayır” şeklinde karşılarında yer alan parantezlere (X) işareti koyarak belirtiniz. Lütfen her ifadeyi dikkatlice okuyup tüm maddeleri cevaplayınız. Katılımınız için teşekkür ederiz.		
	Evet	Hayır
Son bir yılda,		
sürekli olarak, kendinizi sosyal medyaya tekrar girebileceğiniz andan başka bir şey düşünemez halde buldunuz mu?	()	()
sürekli olarak, sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istediğiniz için kendinizi mutsuz hissettiniz mi?	()	()
sosyal medyayı kullanmadığınız zaman çoğu kez kendinizi kötü hissettiniz mi?	()	()
sosyal medyada daha az zaman geçirmeye çalıştığınız ancak bunda başarılı olamadığınız oldu mu?	()	()
sosyal medyayı kullanma istediğinizden dolayı diğer etkinliklerinizi (spor, hobiler vb.) sürekli olarak ihmal ettiniz mi?	()	()
sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı diğer insanlarla sürekli olarak tartışmalarınız oldu mu?	()	()
sosyal medyada geçirdiğiniz süre hakkında ebeveynlerinize (anne-baba) veya arkadaşlarınıza sürekli olarak yalan söylediniz mi?	()	()
olumsuz duygularınızdan kaçmak için sık sık sosyal medyayı kullandınız mı?	()	()
sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı ebeveynleriniz, kız veya erkek kardeşleriniz ile ciddi çatışmalarınız oldu mu?	()	()