

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**Psikoloji Anabilim Dalı
Bağımlılık Psikolojisi Bilim Dalı**

**YETİŞKİN BİREYLERİN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI İLE PSİKOLOJİK BELİRTİ
DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

İrem BENLİ

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Bülent TANSEL**

İstanbul – 2025

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : İrem BENLİ

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Psikolojik Belirti Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : Psikoloji

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 13.01.2025

Sayfa Sayısı : 103

Tez : Dr. Öğr. Üyesi Bülent TANSEL

Danışmanları

Dizin Terimleri : Ergenler, Sosyal Medya Bağımlılığı, Psikolojik Belirti Düzeyleri.

Türkçe Özet : Bu araştırmanın temel amacı bazı psikolojik belirti düzeylerinin ve sosyal medyayı günlük kullanma süresinin ergenlerde sosyal medya bağımlılığını yordama gücünü incelemektir.

Dağıtım Listesi : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

İrem BENLİ

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**Psikoloji Anabilim Dalı
Bağımlılık Psikolojisi Bilim Dalı**

**YETİŞKİN BİREYLERİN SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI İLE PSİKOLOJİK BELİRTİ
DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

İrem BENLİ

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Bülent TANSEL**

İstanbul – 2025

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

İrem BENLİ

.../.../2025



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İrem BENLİ'nin. "Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Psikolojik Belirti Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Psikoloji Anabilim Dalı, Bağımlılık Psikolojisi Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan *Dr. Öğr. Üyesi Volkan DEMİR*

İmza

Üye *Dr. Öğr. Üyesi Bülent TANSEL*
(Danışman)

İmza

Üye *Dr. Öğr. Üyesi Bahar AKOĞLU*

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 20..

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ
Enstitü Müdürü

ÖZET

Bu araştırmanın temel amacı bazı psikolojik belirti düzeylerinin ve sosyal medyayı günlük kullanma süresinin ergenlerde sosyal medya bağımlılığını yordama gücünü incelemektir. Bu amaçla sosyal medya bağımlılığının somatizasyon, obsesif-kompulsif bozukluk, kişiler arası duyarlılık, depresyon, anksiyete bozukluğu, hostilite, fobik anksiyete, paranoid ve psikotizm psikolojik rahatsızlık belirtileri yordayıp yordamadığını test etmek için standart ve aşamalı çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmanın örneklem grubunu 351 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırma verilerini toplamak için, Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu ve Kısa Semptom Envanteri kullanılmıştır. Araştırma da elde edilen bulgulara göre sosyal medya bağımlılığının psikolojik bozuklukları yordadığı görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığı ile en yüksek ilişki gösteren değişkenler psikotizm, paranoid düşünceler ve fobik anksiyete olarak belirlenmiştir. Elde edilen verilere göre sosyal medya bağımlılığı üzerinde en çok etkili olan değişken sosyal medya varlığı sayısıdır. Sosyal medya bağımlılığı ile günlük sosyal medya varlığı arasında pozitif ve yüksek bir ilişki bulunmaktadır. Günlük sosyal medya varlığı sayısı arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyi yükselmektedir. Sonuç olarak yetişkin bireylerin yaşadığı psikolojik belirtiler ile sosyal medya bağımlılığı arasında bir ilişki bulunmaktadır. Yetişkinlerin psikolojik rahatsızlık belirti düzeylerinin artması sosyal medya bağımlılığının artmasında etkili olmaktadır. Psikolojik bozukluklar sosyal medyada geçirilen sürenin artmasını da etkilemektedir. Elde edilen veriler literatürde yapılan benzer çalışmalarda elde edilen bulgularla tartışılarak, bazı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ergenler, Sosyal Medya Bağımlılığı, Psikolojik Belirti Düzeyleri.

SUMMARY

The main purpose of this study is to examine the power of some psychological symptom levels and daily social media usage time to predict social media addiction in adolescents. For this purpose, standard and stepwise multiple linear regression analysis was conducted to test whether social media addiction predicts somatization, obsessive-compulsive disorder, interpersonal sensitivity, depression, anxiety disorder, hostility, phobic anxiety, paranoid and psychotic psychological disorder symptoms. The sample group of the study consists of 351 participants. Personal Information Form, Social Media Addiction Scale-Adult Form and Brief Symptom Inventory were used to collect the research data. According to the findings obtained in the study, it was seen that social media addiction predicts psychological disorders. The variables that show the highest relationship with social media addiction were determined as psychoticism, paranoid thoughts and phobic anxiety. According to the obtained data, the variable that has the most effect on social media addiction is the number of social media presence. There is a positive and high relationship between social media addiction and daily social media presence. As the number of daily social media presence increases, the level of social media addiction increases. As a result, there is a relationship between psychological symptoms experienced by adults and social media addiction. The increase in the level of psychological discomfort symptoms of adults is effective in increasing social media addiction. Psychological disorders also affect the increase in the time spent on social media. The obtained data were discussed with the findings obtained in similar studies in the literature and some suggestions were made.

Keywords: Adolescents, Social Media Addiction, Psychological Symptom Levels.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ÖNSÖZ.....	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

1.1.Araştırmanın Problemi.....	3
1.2.Hipotezler.....	5
1.3.Araştırmanın Amacı	5
1.4.Araştırmanın Önemi.....	5
1.5.Sayıtlılar	6
1.6.Sınırlılıklar	6
1.7.Tanımlar	6

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Sosyal Medya Kavramı.....	7
2.2.Sosyal Medya Araçları Bloglar.....	9
2.2.1.Mikrobloglar	10
2.2.2.Sosyal Ağlar.....	10
2.2.3.Açık Kaynak Ansiklopediler (Wikiler).....	12
2.2.4.Anlık Mesajlaşma Uygulamaları (Whatsapp, Messenger)	13
2.2.5.İnstagram.....	14
2.2.6.Youtube	15
2.3.Sosyal Medya Bağımlılığı ve Tanı Kriterleri.....	15
2.4.Sosyal Medya Bağımlılığı Epidemiyolojisi	17
2.5.Sosyal Medya Bağımlılığı Etiyolojisi	18

2.6.Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları.....	19
2.7.Sosyal Medyanın Özellikleri.....	20
2.8.Sosyal Medyanın Etkileri.....	21
2.8.1.Ergenlik Döneminde ve Okul Ortamında Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileri.....	22
2.9.Sosyal Medya Kullanımının Yarattığı Olumsuz Sonuçlar.....	24
2.10. Kişilik Kavramı.....	26
2.10.1.Kişilik Kuramları	28
2.10.1.1.Psikanalitik Kuram	28
2.10.1.2.Hümanist (İnsancıl) Kuram.....	29
2.10.1.3.Davranışsal Kuram.....	29
2.10.1.4.Bilişsel Kuram.....	30
2.10.1.5.Ayırıcı Özellik Kuramı	30
2.10.1.6.Beş Faktör Kişilik Modeli	30
2.11.Kişiliğin Üç Boyutu: Karakter, Mizaç ve Yetenek	31
2.11.1.Karakter	31
2.11.2.Mizaç	32
2.11.3.Yetenek	33
2.12.Kişilik Özellikleri	34
2.12.1.Beş Faktörlü Kişilik Özellikleri	34
2.12.1.1. Nevrotizm	35
2.12.1.2. Dışadönüklük	35
2.12.1.3. Deneyime Açıklık	35
2.12.1.4. Sorumluluk	36
2.12.1.5. Uyumluluk	37
2.13. Kişiliği Şekillendiren İstek ve Arzular.....	37
2.14.Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Kaygı İle İlişkisi	38
2.15.Sosyal Medya Kullanımının Kişilerarası İlişki Kurma İle İlişkisi.....	38
2.16.Sosyal Medya Bağımlılığının Kişi Üzerinde Etkileri	39
2.17.Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kişilik Üzerine Bir Değerlendirme	41

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli	44
3.2. Evren ve Örneklem	44
3.3. Veri Toplama Araçları	44
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	45
3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu	45
3.3.3. Kısa Semptom Envanteri	45
3.4. Verilerin Analizi	46

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1.Katılımcıların İlişkin Demografik Özellikler.....	48
4.2.Ölçeklerin ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Analizleri	50
4.3.Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kısa Semptom Envanteri Arasındaki İlişki.....	53
4.4. Sosyal Medya Bağımlılığının Kısa Semptom Envanterine Etkisi	58
TARTIŞMA	63
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	65
KAYNAKÇA	67
EKLER	82
ÖZGEÇMİŞ.....	88

KISALTMALAR

APA	: Amerika Psikiyatri Derneği
FOMO	: Fear of Missing Out
KSE	: Kısa Semptom Envanteri
SMBÖ-YF	: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu



TABLÖLÄR LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgilerinin Frekans ve Yüzdelik Dağılımları .	48
Tablo 2. Ölçeklerin ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Analizi	50
Tablo 3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kısa Semptom Envanteri Arasındaki İlişki.	53
Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılığının Kısa Semptom Envanterine Etkisi	58



ÖNSÖZ

Bu çalışma sırasında desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen çalışmayı tamamlamada görüş bilgi ve tecrübesiyle katkıda bulunan değerli tez danışmanım Dr. Bülent TANSEL'in değerli katkılarıyla tamamlayarak tez sürecinin sonuna gelmiş bulunmaktayım. Ayrıca eğitim hayatım boyunca bana emek veren tüm hocalarıma üniversite ve bölüm çalışanlarına yardımları için teşekkür ederim. Yüksek lisans programına katılma kararından tez yazım sürecine her zaman desteğini esirgemeyen, yaşamım boyunca koşulsuz sevgileri ve sonsuz destekleriyle, üzerimde emekleri olan, yaşamım boyunca gösterdikleri maddi manevi destekle her anımda yanımda olan aileme teşekkürlerimi sunuyorum.

GİRİŞ

İnternetin belirli amaçlarla kullanımı açısından sosyal ağlar %80,9 ile ilk sırada yer almaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2015). İnternet, sosyal etkileşimin temel araçlarından biri olarak hizmet ederek iletişim için çok önemli bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya platformları, bazı bireylerin daha fazla takipçiye sahip olduğu, bazılarının ise sosyalleşmek, tanınmak veya başkaları tarafından takip edilmek için kullandığı alanlar olarak hizmet vermektedir (Knowles ve Weng, 2010). Dikme'ye (2013) göre gençlerin %95 gibi şaşırtıcı bir oranı sosyal ağ hesabına sahiptir. Armağan (2013) tarafından yapılan araştırmaya göre gençlerin %71'i günde 15 saatini bu sosyal medya platformlarına ayırmaktadır.

Gençler sosyal ağları birçok amaç için kullanmaktadır. Aile ve arkadaşlarla iletişim kurma (Boyd ve Ellison, 2007), bilgiye erişme (Park ve Kim, 2013) ve eğlence (Lin vd., 2013) amaçlı kullanımlar ön plana çıkmaktadır. Ahn (2011) ve Dönmez vd. (2012) ergenlerin ve gençlerin sosyal ağları çoğunlukla başkalarıyla etkileşim kurmak için kullandıklarını bulmuşlardır. Sosyal medyanın etkileşim amaçlı kullanılmasının nedeni ise çocuklar ve gençler arasında arkadaşlık ve iletişimin önemli bir ihtiyaç olarak görülmesidir (Subrahmanyam ve Greenfield, 2008). Sosyal medya, insanların diğer insanlar hakkında bilgi edinerek sosyal karşılaştırmalar yapmasını kolaylaştırmaktadır (Apel vd., 2016). Sosyal psikolojik araştırmalar (Buunk ve Ybema, 2003; Gibbons ve Buunk, 1999), kişinin kendisini başkalarıyla karşılaştırırken iyimserlik, ilham, depresyon ve kıskançlık gibi duygular yaşayabileceğini göstermektedir. Park ve Baek (2017), sosyal karşılaştırmanın sosyal medya aracılığıyla kişinin psikolojik iyi oluşu üzerinde etkisi olduğunu belirtmektedir. İnsanlar yeteneğe dayalı sosyal karşılaştırmalar yaparsa depresyon ve kıskançlık duyguları daha fazla yaşanır ve bunun sonucunda psikolojik iyi oluş düzeyleri düşmektedir.

İnternet bağımlılığı ile kişilik özellikleri arasında da bir ilişki olduğu görülmektedir (Landers ve Lounsbury, 2006). Nevrotik özelliklere sahip kişilerin interneti yalnızlıktan kurtulmak için daha fazla kullandıkları ve interneti iletişim kurmak için kullanmaya daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir (Wolfradt ve Doll, 2001). Sosyal medyanın kişilerarası ilişkileri (Çalışır, 2015), psikolojik sağlığı (Doğan ve Tosun, 2016) ve özel hayatı (Acılar ve Mersin, 2015; Zhang vd., 2010)

olumsuz etkilediği belirtilmektedir. Günlük kullanım düzeyleri yüksek olan niversite ğrencilerinin hayatın adaletsizliklerle dolu olduğunu düşündükleri ortaya çıkmıştır (Chou ve Edge, 2012). Günlük kullanım süresi yüksek olan yetişkinlerin depresyon seviyelerinin de yüksek olduğu tespit edilmiştir (Pantic vd., 2012). Benzer şekilde Chen ve Lee (2013), Chou ve Edge (2012), de kaygı düzeyi ile depresyon arasında bir ilişki bulmuşlardır. Günlük sosyal medya kullanım düzeyi ile olumlu bir ilişkinin olduğunu öne sürmektedirler. Mason vd. (2009) sosyal medyayı günlük kullanım süresi arttıkça depresyon belirtilerinin de arttığını belirtmektedir.

Psikolojik belirtiler ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin kurulmasında etkili görünen değişkenlerden birinin sosyal medya kullanım süresi olduğu dikkat çekmektedir. Bu nedenle bu çalışmada iki model test edilmeye çalışılmıştır. İlk model de yalnızca sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik belirtiler arasındaki ilişki incelenmiştir. İkinci model ise sosyal medya bağımlılığı, günlük sosyal medya kullanım süresi ve psikolojik belirtiler arasındaki ilişki incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

1.1.Araştırmanın Problemi

İnternetin kullanım amacına göre sosyal ağlar. % 80.9 ile ilk sırada yer almaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, TÜİK, 2015). İnsanların en önemli iletişim araçlarından biri haline gelen interneti çoğunlukla sosyal amaçlarla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Bazıları için sosyal medya daha geniş bir kitleyi bir araya getirebilecekleri bir ortam iken bazıları için ise etkileşimde bulunmak, takdir edilmek ve takip edilmek için kullanılmaktadır (Know ve Wen, 2010).

Dikme (2013) yetişkin bireylerin % 95'inin sosyal ağ hesabına sahip olduğunu belirtmektedir. Armağan'a (2013) göre yetişkin bireylerin % 50'si her gün 1 ile 5 saat arasında bu ağlarda vakit geçirmektedir. Yetişkin bireyler sosyal ağları farklı sebeplerle kullanılmaktadır Aile ve arkadaşlarla iletişimde (Boyd ve Ellison, 2007), bilgiye erişimde (Park ve Kim, 2013) ve eğlencede (Lin vd., 2013) kullanımı ön plana çıkmaktadır. Agosto vd., (2012), Ahn (2011) Dönmez, (2012) ergenlerin ve genç yetişkinlerin sosyal ağları öncelikle başkalarıyla etkileşim kurmak için kullandıklarını tespit etmiştir. Çocuklar ve gençler arasında dostluk ve iletişim kurmanın önemli bir ihtiyaç olduğu düşünüldüğünden sosyal medya etkileşim amaçlı kullanılmaktadır (Subrahmanyam ve Greenfield, 2008).

Sosyal medya, yetişkin bireylerin başkaları hakkında bilgi edinmesine olanak tanıyarak sosyal karşılaştırmaları kolaylaştırmaktadır (Apel vd., 2016; Feinstein vd., 2013; Gonzales ve Hancock, 2010; Jelenchick vd., 2013). Sosyal psikolojik araştırmalar (Buunk ve Ybema, 2003; Gibbons ve Buunk, 1999), insanların kendilerini başkalarıyla karşılaştırdıklarında iyimserlik, depresyon ve kıskançlık gibi duyguları deneyimleme olasılıklarının bulunduğunu göstermektedir. Park ve Baek (2017), sosyal medya aracılığıyla yapılan sosyal karşılaştırmaların kişinin psikolojik iyi oluşunu etkilediğini belirtmektedir. İnsanlar yeteneklerine göre sosyal karşılaştırmalar yaptıklarında, daha fazla depresyon ve kıskançlık duyguları yaşıyorlar ve bu da daha düşük psikolojik sağlıkla sonuçlanmaktadır. Araştırmalar problemli internet kullanımının yetişkin gençler arasında yaygın bir sorun olduğunu göstermektedir (Ayas, 2012; Eroğlu, 2016; Messias vd., 2011).

Facebook'u günde ortalama 40 dakika kullanan ve ortalama 296 arkadaşı olan gençlerin, arkadaşlıklarında ve romantik ilişkilerinde kıskançlık ve güvensizlik yaşadıkları bildirilmektedir (Muisse vd., 2009). McIntyre vd. (2015) göre internet kullanımı zorlayıcı hale geldiğinde bireylerin anlamlı ve sürdürülebilir ilişkiler kurması ve bu ilişkilerin anlamlı bir parçası olduğunu hissetmesi zorlaşmaktadır. İnternet bağımlılığı ile kişilik özellikleri arasında bir bağlantı olduğu görülmektedir (Landers ve Lounsbury, 2006).

Nevrotik özelliklere sahip kişilerin interneti yalnızlıkla mücadele etmek için daha sık kullandıkları ve interneti iletişim için kullanmaya daha fazla değer verdikleri bulunmuştur (Wolfradt ve Doll, 2001). Sosyal medyanın kişilerarası ilişkiler (Çalışır, 2015), ruh sağlığı (Doğan ve Tosun, 2016) ve kişisel yaşam (Acılar ve Mersin, 2015; Zhang vd, 2010) kalitesi üzerinde olumsuz etkisi olduğu belirtilmektedir. Günlük kullanımı yüksek olan üniversite öğrencilerinin hayatın adaletsizliklerle dolu olduğuna inandıkları tespit edilmiştir (Chou ve Edge, 2012). Günlük olarak daha fazla zaman harcayan ergenlerin depresyona yakalanma olasılıkları da daha yüksektir (Pantic vd., 2012). Benzer şekilde Chen ve Li (2013), Chou ve Edge (2012), de Vries vd., (2016), Labracque (2014).

Tahiroğlu vd. (2010) kaygı ve depresyon düzeyi ile günlük sosyal medya kullanım düzeyi arasında pozitif bir ilişki bulmuştur. Mason vd., (2009) günlük sosyal medya kullanımı arttıkça depresyon belirtilerinin de arttığını belirtmişlerdir. Labrague (2014) Facebook'ta kurulan arkadaşlıklardaki olumsuz yorumların, olumsuz duyguların gelişimini etkilediğini tespit etmiştir.

Calancie vd., (2017), ergenlerde Facebook kullanımı ile kaygı düzeyleri arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Kaygı belirtileri gösteren Facebook kullanıcıları, aşağıdaki gibi stresli durumlarda kaygı düzeylerinin arttığını bildirmektedir: örneğin, onay ararken, yargılanmaktan korkarken, kişilerarası problemleri tırmandırırken, mahremiyet talep ederken, benlik ve sosyal kimlik konusunda müzakere ederken ve bağlantıyı kesmektedir.

Li vd. (2008) aşırı internet kullanımının sosyal, mesleki ve iletişim becerilerinde bozulmalara yol açtığını, kişilerde uyum bozuklukları ve dikkat eksikliği yaşadıklarını, interneti kullanmadıklarında ise uyumsuzluk ve dikkat eksikliği yaşadığını, çabuk sinirlendiğini tespit etmiştir.

1.2.Hipotezler

Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik belirti düzeylerinin incelenmesi kapsamında test edilecek hipotezler şu şekildedir:

H1: Sosyal medya bağımlılığı ile bireylerde yaşanan depresyon düzeyi arasında ilişki bulunmaktadır.

H2: Sosyal medya bağımlılığı bireylerde anksiyete düzeyini arttırmaktadır.

H3: Sosyal medya bağımlılığı bireylerde suçluluk duygusunu (olumsuz benlik) artırmaktadır.

H4: Sosyal medya bağımlılığı arttıkça bireylerde hostilite boyutu artmaktadır.

H5: Sosyal medya bağımlılığı arttıkça bireylerde psikosomatik belirtiler artmaktadır

1.3.Araştırmanın Amacı

Araştırmalara bakıldığında sosyal medya kullanımı ile ruh sağlığı bozuklukları arasında bir bağlantı olduğu görülmektedir. Ancak pek çok çalışma ruhsal bozuklukları bireysel olarak ele almış ve bunların sosyal medya ve internet bağımlılığı ile ilişkisini araştırmıştır. Bu çalışma, birçok ruh sağlığı bozukluğunu bir arada inceleyerek sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Ruhsal bozukluklar ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin kurulmasında etkili görünen değişkenlerden birinin sosyal medya kullanım süresi olması dikkat çekicidir. Bu nedenle bu çalışmada iki model test edilmeye çalışılmıştır. İlk model yalnızca sosyal medya bağımlılığı ile ruhsal bozukluklar arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamıştır. İkinci model ise sosyal medya bağımlılığı, günlük sosyal medya kullanım süresi ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişkiyi incelenmiştir.

1.4.Araştırmanın Önemi

Günümüzde teknoloji, özellikle sosyal medya hızla gelişmiş ve bu, yaşama şeklimizi değiştirmiştir. Birlikte çalışırken insanların günlük rutinlerini, tercih ettikleri iletişim yöntemlerini ve alışkanlıklarını dikkate almak çok önemlidir. Giderek daha fazla kişi sosyal medya sitelerini kullanmaktadır. Başkalarıyla etkileşim kurma, bilgi edinme ve paylaşım şeklimizde devrim gerçekleştirmiştir. Bu durum Sosyal medyanın güncel iletişim yollarından biri olduğunun göstergesidir, insanların etkileşime girmesine olanak sağlamakta, sosyal medya kullanımı

sonucunda psikolojik değişiklikler yaşamakta, değişmekte, mutlu olmakta, üzülmekte ve hatta sinirlenmektedir (Şahin ve Yağcı, 2017). Sosyal medya yetişkin bireylerin psikoloji düzeylerini etkileyebilecek ve şekillendirebilecek bir araç olarak etki etmektedir. Psikoloji, sosyoloji ve iletişim arasındaki bağlantıyı kendi alanlarında araştırmak çok önemlidir. Sosyal medyanın bireylerin ruhsal refahına etkisi, psikolojik ve sosyal sağlıklarını nasıl etkilediği hayata teşvik etmek çok önemlidir. Bu çalışma literatüre katkı sunması bakımından önemlidir (Dikme, 2013).

1.5. Sayıtlar

Bu çalışmanın sayıtları şu şekilde belirtilmektedir;

1. Yetişkin bireylerin sorulara samimi yanıtlar vereceği,
2. Örneklem evreninin istenilen ölçüde temsil edebileceği,
3. Araştırma sonuçları genellenebilir özellikte olabileceği, şeklindedir.

1.6. Sınırlılıklar

1. Bu çalışma; İstanbul ilinde yaşayan sosyal medya kullanıcısı olan yetişkin bireyler arasından 400 kişilik katılımcı grubuyla gerçekleştirilecektir.
2. Bu çerçevede çalışma evreni İstanbul iliyle sınırlı olacaktır.

1.7. Tanımlar

Sosyal Ağlar: Sosyal medya kavramının özelliklerini bünyesinde bulunduran bir web 2.0 tabanlı yönelimdir (Zeytinli, 2021).

Sosyal Medya: İnternet, ‘international’ (uluslararası) ve ‘network’ (ağ yapısı) kelimelerinin buluşmasıyla, inter sözcüğü ‘arasında’; net sözcüğü ise ‘ağ’ olarak adlandırılmış ve ağ arasında anlamına gelen ‘internet’ kelimesi oluşturulmuştur (Zeytinli,2021).

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Sosyal Medya Kavramı

İnternet, çağımızda insanlığın bulunduğu hemen hemen her yerde kullanılmakta olan bir iletişim aracıdır. Kavram olarak internet, ‘international’ (uluslararası) ve ‘network’ (ağ yapısı) kelimelerinin buluşmasıyla, inter sözcüğü ‘arasında’; net sözcüğü ise ‘ağ’ olarak adlandırılmış ve ağ arasında anlamına gelen ‘internet’ kelimesi oluşturulmuştur (Zeytinli,2021).

Sosyal medya kavramı barındırmış olduğu öğeler nedeniyle çok geniş bir alanı ifade etmektedir. Bu sebeple sosyal medya kavramının her kesim tarafından benimsenmiş bir tanımı yoktur. Bu hususlardan dolayı sosyal medya kavramı, çeşitli kesimlerce herhangi bir tanımla açıklanmak yerine, bünyesinde neleri barındırıp barındırmadığının ifade edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu tutum; teknolojik gelişmelerle beraber genişleyen sosyal medya kavramının tanım sınırının açık kalması sebebiyle oluşan yeni öğelerle beraber genişlemesine olanak sağlayacaktır (Göçoğlu ve Aydın, 2015).

Teknolojik gelişmelerle beraber; kişisel bilgisayar kullanımının artması ve buna paralel olarak da internet kullanıcılarının sayısı hızla artmıştır. Bu dönemde sosyal medyanın dahilinde bulunan kullanıcılar, aktivistler, kamu kurumları gibi katılımcılar gündelik yaşamın bir gerçeği halini almıştır (Shirky, 2011). İnsanların ilişkilerini, dünya görüşlerini ve düşüncelerini Web adı verilen sosyal iletişim sitelerinde paylaştıkları ortam ‘sosyal medya’ olgusunu oluşturmuştur. Bu olgu insanların, paylaşımlarının kendisiyle benzer ilgilere sahip bireylere iletebileceği sosyal bir ortam sunmaktadır. Sosyal medya; insanlara, içeriklerini kendisiyle benzer ilgilere sahip olanlara iletebileceği bir sosyal alan sunmakla beraber dünyanın farklı yerlerinde bulunan insanların etkileşim içinde olmalarını sağlamaktadır. Sosyal medya, bireylerin araştırmak istediği konu hakkında bilgiye kolayca ulaşabileceği geniş bir kaynak işlevi görmektedir (Gafuroğulları, 2015). Tüm bu sebeplerden ötürü sosyal medya, insanların aşırı ilgisini çekmekte, insan yaşamının günlük rutinlerinde önemli yer kaplamaktadır. İnsanlar, gündelik yaşamın çoğu alanında sosyal medya uygulamalarına başvurmaktadır. Bu durum sosyal medyayı, kitlelere hitap eden

oluşumlar için vazgeçilmez bir iletişim aracı haline getirmektedir (Köseoğlu ve Hamza, 2013).

Bu tanımlarla beraber Fruchter sosyal medyayı, sosyal medyanın varlığını, ortak ilgilere sahip kullanıcıların çeşitli platformlarda yaptığı paylaşımlar, yorum yapabilme, belli başlı platformlarda bir araya gelen gruplar / topluluk, uyum ve iş birliği ile sosyal medya platformlarında yapılan en önemli unsur olan katkı şeklinde beş farklı şekilde tanımlamaktadır (Gürsoy, 2019).

Sosyal medya ile geleneksel medya arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıkların en belirginini, sosyal medya evreninde bulunan herhangi bir kullanıcının; kendi içeriğini oluşturabilmesi, başkalarının içeriklerine yorumda bulunabilmesi ve katkı sağlayabilmesidir (Coşkun, 2019). Kullanıcılar sosyal medya üzerinden metin, ses, görüntü paylaşımında bulunabilmesi geniş ve etkin bir kullanım isteği oluşturmaktadır (Solmaz, vd., 2013).

Sosyal medyanın, geleneksel medyadan farkları bulunmaktadır. Bunlardan ilki erişim ve erişilebilirliktir. Sosyal medyanın kolay ve kullanışlı olması geleneksel medyaya göre daha erişilebilir bir özellik sağlamaktadır. Bir diğeri kullanılabilirliktir; sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak herkes tarafından kullanılabilir. Başka bir farklılık ise yeniliktir; geleneksel medyada görülen zaman kaybı, sosyal medyaya göre daha uzun süre alabilmektedir. Sosyal medya ise anında etki ve tepki niteliğine sahiptir. Son olarak ise kalıcılık faktöründen bahsedilmektedir; Geleneksel medya araçları üretildikten sonra değiştirilemez, ancak sosyal medya araçlarında kullanıcıların her an içerikleri üzerinde düzenlemeye gidebilir (Klieber, 2009).

Bunlarla beraber sosyal medya da kullanıcılar geleneksel medyada olduğu gibi pasif durumda değildir. İnsanların kendi içeriklerini oluşturup paylaşabilmeleri onları bir nevi bilgi yayan aktörlere dönüştürmüştür. Yapılan çalışmalarda sosyal medyada içerik üreticilerinin sayısının genel kullanıcılara oranla düşük olduğu ancak paylaşımlarla ortaya çıkan etkinin yaygınlığının kayda değer olduğu belirtilmektedir (Osimo, 2008).

Sosyal medyanın dört büyük potansiyel gücü vardır bunlar: İş birliği, katılım, yetkilendirme ve zaman. Sosyal medya bir kitle iletişim aracı olduğu için doğal olarak iş birliği ve katılım sağlamaktadır. Bununla beraber internete erişimi ve kullanım niteliklerine sahip herkesin ulaşımına açık olması onu etkin ve demokratik

bir yapıya sokmaktadır. Sosyal medya teknolojileri, kullanıcılarına gerçekte zamanlı bilgi paylaşımına da olanak sağlar. Sosyal medyanın gözle görülür avantajlarına rağmen, birçok riski bünyesinde bulundurmaktadır. Dolandırıcılık, kişisel verilere izinsiz erişim, hakaret, siber suçlar, doğru olmayan bilgilerin kasıtlı yayımlanması, taciz, terör örgütü propagandaları bu risklere örnek gösterilebilir (Şahin,2017).

2.2.Sosyal Medya Araçları Bloglar

Yukarıda bahsetmiş olduğumuz bilgiler ışığında sosyal medya; insanların bilgi ve görüş paylaşma olanakları sağlayarak, geniş etkileşim alanı sunan çevrimiçi iletişim araçlarıdır denebilir (Çalışkan ve Mencik, 2015). Sosyal medya görüntülü ve sesli içerik paylaşımlarına imkân sağlamaktadır. Sosyal medya ile insanlar geleneksel medyada olduğu gibi izleyici veya okuyucu olmanın ötesinde bilgiyi oluşturabilen ve yayan faktörler olmuşlardır. Sosyal medya araçlarını kullanarak insanlar, duygu, düşünce ve görüşlerini herkesin kolayca ulaşabileceği platformlarda paylaşma olanağına sahip olmaktadır (Şahin, 2017).

Sosyal medya platformlarının ilk örneği 1997, kullanıcılara profil oluşturma, arkadaş edinme olanağı sağlayan, arkadaş odaklı ‘ sixdegrees.com’, web adresi ile ortaya çıkmıştır. Bununla beraber sosyal medya platformlarının kronolojik olarak gelmiş olduğu evreler şu şekilde sıralanmaktadır (Tekke, 2021):

İlk sosyal ağ sitesi olan ‘sixdegrees.com’ 1997 yılında kurulmuştur.

- a) AsianAvenue, BlackPlanet ve MiGente 1997-2001 yılları arasında kullanıma sunulan, arkadaşlık ve işsel profiller oluşturma imkânı sağlayan platformlar olarak kullanıma sunulmuştur.
- b) 1999 yılında ise alışlagelmişin dışında kullanıcıların, çevrimiçi günlüklerini yazabildikleri ve diğer kullanıcılar tarafından takip edilebildikleri LiveJournal kurulmuştur.
- c) LunaStorm web topluluğu, 2000 yılında sosyal ağ nitelikleriyle ve günlük sayılarını içerecek şekilde güncellenmiştir.
- d) Bugün ki adıyla ‘matevarsa’ olarak kullanılan sanal dünya platformlarından olan Cyword, 2001 yılında sosyal ağ özellikleriyle güncellenmiştir.
- e) -Ryze.com kullanıcıların profesyonel hayatlarını internet üzerinde düzenlemek amacıyla 2001 yılında kullanıma sunulmuştur.

Bunlarla beraber sosyal medya platformlarının yapı taşları olarak nitelendirilebilecek olan LinkedIn 2003 yılında, Facebook 2004 yılında, Youtube 2005 yılında, Twitter 2006 yılında son olarak Instagram ise 2010 yılında sosyal ağların arasına katılmıştır (Öncel, 2012). Sosyal medya platformları, hitap ettiği kitleler ve özellikleri, içerikleri ve kullanım amaçlarına göre çeşitlilik göstermektedir ve birçok sosyal medya platformu bulunmaktadır. Kullanım durumuna göre başlıca sosyal medya platformları şöyledir: Blogger, Wordpress, bloglar sınıfındandır. Twitter ise mikrobloglara örnek gösterilebilir. Facebook bir sosyal ağ platformudur. Açık kaynak ansiklopediler; Wikipedia, Wikispaces, Turkcebilgi, olarak karşımıza çıkmaktadır. Messenger ve Whatsapp ise anlık mesajlaşma uygulamaları olarak kullanılmaktadır. Resim ve video paylaşımı amacıyla ise; Instagram, YouTube örnek gösterilebilir (Tulum, 2021).

2.2.1.Mikrobloglar

Bloglarla beraber diğer bir web 2.0 tabanlı platform ise mikrobloglardır. Mikrobloglar, bloglardan farklı olarak kullanıcılara, anlık olarak ve kısa bildirimlerle paylaşımlarda bulunmasına ortam sağlayan bir platform olarak kabul edilmektedir (Köse ve Çal, 2012). Mikrobloglar, blog adı verdiğimiz sosyal medya aracının küçük sürümüdür. Bloglardan farklı olarak sınırlı uzunluktaki metinler yayımlanır. Bu özellik bloglar ve mikrobloglar arasındaki temel farkı oluşturur. Mikrobloglarla beraber insanlar, blog gönderilerinden daha sade, yalın ve hızlı gönderiler oluşturmaya başlamışlardır. Bu durum mikroblogları, bloglardan daha fazla beğenilen ve kullanılan platform haline getirmiştir (Yayla, 2018).

Mikrobloglarda metin uzunluğu genellikle 140 ile 160 karakter arasındır. Bağlantı, fotoğraf, video gibi içerikler paylaşılabilir. Cep telefonları ve kişisel bilgisayarlar üzerinden kullanılabilir. Paylaşımlar kısıt olmadan herkesin görünümüne açık olabilir ya da sadece belirlenen kullanıcıların erişimine açık olabilmektedir. İlk olarak tam anlamıyla mikroblog sitesi o zamanlar adı 'twtr' olan uygulama, 2007 yılında, ODEO adlı şirket çalışanlarının bilgilendirilmesi amacıyla en fazla 140 karakter uzunluğunda mesaj gönderilebilen web ara yüzü olarak kullanıma açılmıştır. Günümüzde kullanılmakta olan diğer mikrobloglara ise Myspace, Linkedn ve Tumblr örnekleri verilebilir (Roubal, 2013).

Bugün ki adıyla ‘X’ olan uygulama; sosyal medya kullanıcıları bu platformda takip etmek istedikleri bağlantıları, kendi profillerine ekleyerek bir ağ oluşturabilmektedirler. Aynı bloglarda olduğu gibi fikir ve düşüncelerini, görsel, işitsel materyaller ile diledikleri sayfaların internet adreslerini paylaşabilirler. Diğer kullanıcılar da bu paylaşımlara katılıp yorumda bulunabilir (Odabaşı vd.,2012).

2.2.2.Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar, sürekli artan kullanıcıları ile günümüzde en önemli iletişim platformu olmuştur. Literatürde kabul görmüş en yaygın sosyal ağ tanımı Boyd ve Ellison (2007), tarafından yapılan *“bireylerin sınırları belli olan bir sistem içerisinde açık veya yarı açık profil oluşturmalarına izin veren, farklı kişilerle bağlantı paylaşımında bulunan kişilerin listesini ve bu kişilerin bağlantılı olduğu diğer kişilerin listesini gösteren web tabanlı hizmetler”* olarak tanımlanmaktadır..

Sosyal ağlar ve sosyal medya kavramı genellikle karıştırılmaktadır. Sosyal ağlar, sosyal medya kavramının özelliklerini bünyesinde bulunduran bir web 2.0 tabanlı yönelimdir. Herhangi bir sosyal ağ sitesi; blog, mikroblog, ses, görüntü ve bununla beraber yer, durum paylaşımlarını yansıtabilir. Bu kapsamda, insan yaşamının her bölümünde var olan iletişim, bilgisayarların ve teknolojinin gelişimiyle beraber internet üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır. Bu noktada internet ve bilgisayarlar, yeni iletişim türlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur denebilir. Ayrıca sosyal ağlar; sosyal medya araçlarının kullanımıyla oluşturulmuş, kullanıcıların internet tabanlı arayüzler aracılığıyla içerik üretip paylaştığı küresel çapta etkileşime açık sanal ortamlar olarak değerlendirilmektedir (Zeytinli, 2021).

Bu kapsamda sosyal medyayı özelliklerinde bulunduran sosyal ağların temel özellikleri şu şekildedir; sosyal bir çevre oluşturmak amacıyla, insanların birbirleriyle iletişime ve etkileşime geçtikleri sosyal ortamlar olmasıdır. Bunlarla beraber her kullanıcı kendisine ait bir kişisel alan oluşturarak bu alanda metin, müzik, fotoğraf ve video gibi her türlü materyal ile kullanıcının kendini yansıtmasını sağlamaktadır (Dal ve Dal, 2014). Diğer bir özellik ise hemen her yaşta kullanıcısının olmasıdır. Bununla beraber diğer kullanıcılar özel mesajlaşma olanağı da sağlamaktadır. Geleneksel medya araçlarına göre sosyal ağ sitelerinin kullanım oranı daha fazladır ve bu durum daha yüksek kullanıcı etkileşimini oluşturur. Çoğunlukla küçük fotoğraflar ile gösterilen arkadaşlık listeleri bulunmaktadır.

Kullanıcının kendi sayfasında isteğine bağılı olarak bütün kullanıcıların görebileceğı paylaşımlar yapılması mümkündür. Bununla beraber bu paylaşımlar arkadaş listesi ya da kimsenin göremeyeceğı şekilde kısıtlanabilmektedir (Zeytinli, 2021).

Sosyal ağ platformlarının günümüzde en önemli örneğı olarak ‘Facebook’ gösterilebilir. Facebook; Kullanıcıların akrabaları, arkadaşları veyahut dünyanın herhangi bir yerinde bulunan tanımadığı insanlar ile iletişim kurmasını sağlayan sosyal ağ gereksinimlerinin hemen hemen hepsini bünyesinde bulunduran sosyal medya platformudur (Tulum, 2021). 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından tasarlanan sosyal ağ, kurulduğu ilk zamanlar Harvard üniversitesi öğrencileri tarafından kullanılmaktaydı. Kurulumundan bir sene içerisinde Amerika Birleşik Devletleri bünyesinde tüm okullara açılmış, 2006 yılından ise günümüz niteliklerine kavuşarak platformda varlığını sürdürmüştür. Facebook’a erişim ücretsizdir. Kullanıcılar profillerinde kişisel bilgiler, fotoğraf ve video, düşüncelerini mesajlarla etkileşimde bulundukları kullanıcılara içerik paylaşımında bulunabilmektedirler. Facebook’un 2022 yılının 2. Çeyreğı itibariyle aylık olarak 2.96 milyar kullanıcısı bulunmaktadır (Ahlgren. 2023).

2.2.3.Açık Kaynak Ansiklopediler (Wikiler)

Açık kaynak ansiklopedileri, kullanıcıların oluşturmuş olduğu ve düzenlendiğı web tabanlı, bilgi arayüzleri şeklinde tanımlanmaktadır. Wiki kavramı ilk olarak 1994 yılında yazılımcıların kolay bir şekilde web sayfalarında değışiklik yapabilmesi amacıyla ortaya çıkmıştır. Açık kaynak ansiklopedilerine gösterebilecek olan ilk örnek Cunningham’ın oluşturduğu WikiWikiWeb isimli internet sitesidir (Safko, 2012)

Açık kaynak ansiklopedilerinde, kullanıcılar tarafından aktarılan bilgiler uzmanlar tarafından incelenerek sonrasında onay aşamasından geçerek araştırmacıların gerçek ve doğru bilgiye ulaşması sağlanır. Bilgiler kullanıcılar tarafından tartışılabilir ve değıştirilebilir. Herkes tarafından kullanılabilir olması açık kaynak ansiklopedilerini, sosyal medya aracı haline sokmaktadır. Günümüzde bunun en yaygın örneğı Wikipedia gösterilebilir (Tekke, 2021). Wikipedia 200’den fazla dilde hizmet vermektedir. Site üzerinde hâlihazırda 28.000.000 makale mevcut olup, 8.000.000’den fazla üyesiyle beraber 50.000 aktif kullanıcısı bulunmakta ayrıca ayda 6 milyardan fazla kullanıcıya bilgi erişimi sağlamaktadır (Aslan, 2007).

Bu kapsamda açık kaynak ansiklopedilerinin özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır; ansiklopedilerin web üzerine uyarlanmış halidir denebilir. Bununla beraber açık kaynak ansiklopedilerinde sürekli güncelleme yapılabilmektedir. Bu tip siteler herkes tarafından kullanılabilmekte ya da üye sınırlandırması ile sınırlandırılabilir. Açık kaynak ansiklopedileri, işbirlikçi politika ile başarılı olacağını varsayar. İçeriğinde yer alan bilgilerin güvenilirliği ise kullanıcının dürüstlüğü ile paraleldir (Zeytinli, 2021). Bunlarla beraber, açık kaynak ansiklopedilerinin herkes tarafından ya da üyeleri tarafından kullanılır olabilmesinin yanında dışarıdan gönderilen bilgilerin editör tarafından incelendikten sonra, yayınlanması iç denetime sahip bir yapıda olduğunu göstermektedir.

2.2.4. Anlık Mesajlaşma Uygulamaları (Whatsapp, Messenger)

Anlık mesajlaşma, iki ya da daha fazla kullanıcının teknolojik aletler aracılığıyla işitsel ve görsel mesajları eşzamanlı olarak birbirine aktardığı iletişim şeklidir. Anlık mesajlaşma günümüz şekliyle ilk defa 1996 yılında ICQ ağı ile kullanılmaya başlanmıştır. Kullanıcıların rehber üzerinde devamlı birbirleri ile temas halinde olması onu diğer mesajlaşma araçlarından ayırmaktadır. Anlık mesajlaşmanın kablosuz ortamda gerçekleşebilmesi, iş ve eğitim alanında koordinasyon, bilgi alışverişinin daha hızlı sağlanması gibi faydaları kullanıcılara avantaj sağlamaktadır (Yazıcı, 2015). Anlık mesajlaşma kavramı kullanılmaya başlandığı yıllardan itibaren, internet kullanıcılarını bir araya getirebilmesiyle önem kazanmıştır. Kullanılmaya başlandığı tarihten bugüne, anlık mesajlaşma uygulamaları haberleşme dünyamızda köklü değişiklikler gerçekleştirmeye devam etmektedir (Hasdemir, 2018).

Anlık mesajlaşma uygulamaların beş temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar; mesajlaşılacak kişinin orada olmasını güvence altına alma, birçok kullanıcıyla aynı zamanda mesajlaşabilme, mesajların, kayıt altına alınabilmesi yani arşivleme, düşük masraflı, herkes tarafından ulaşılabilir makul ücretli olması ve son olarak araştırılabilirlik anlık mesajlaşmanın özelliklerini oluşturur (Horzum, 2010).

Akıllı telefonların kullanımı ile beraber, iletişim kurulmasına olanak sağlayan uygulamalar ön plana çıkmıştır. Yalnızca kişisel bilgisayarlar ile beraber kullanılabilen mIRC, Windows Live Messenger, ICQ gibi yazılımların yerini daha kolay erişilebilir mobil uygulamalar almıştır. Bahsetmiş olduğumuz yazılımlarında

iletişimde bazı aksaklıklara neden olması ve yüksek maliyet gereksinimleri yeni alanların keşfine neden olmuştur. Bu hususta kullanıcıların taleplerine en etkili cevap veren uygulama Whatsapp olmuştur. Whatsapp'ın her platformda sınırsız iletişim, kısa mesajları ücretsiz iletebilme, tüm mobil iletişim sistemleri tarafından kullanılabilme gibi özellikleri sayesinde en çok kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması olmuştur (Yazıcı, 2015).

2.2.5.İnstagram

Instagram platformu 5 Ekim 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur. 2012 yılında Facebook (Meta) tarafından 1 milyar dolar karşılığında satın alınmıştır. Dünyanın en popüler sosyal medya araçlarından olan Instagram kullanıcılara fotoğraf, video ve canlı yayın yapma imkânı sunmakla beraber ticari faaliyetler, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları tarafından faaliyetlerine katkı gösterecek şekilde kullanılmaktadır (Kara, 2013).

Instagram'a bilgisayar, cep telefonu, tablet bilgisayarlardan bağlanılabilmektedir. Bunlarla beraber Instagram'ın fotoğraf ve video paylaşımı, doğrudan mesaj, tek kişiyle ya da grup ile sohbet edebilme, canlı yayın, hikâye (stories): 24 saat süre içinde yok olan görsel ve sesli paylaşımlar, etiket (hashtag), bölmeler (reels), mağazalar ve istatistik gibi özellikleri mevcuttur (Aslan ve Gül, 2016). Instagram, takipleşme özelliğiyle Twitter (X)'e benzemektedir. Bu özelliğiyle Facebook'tan ayrılmaktadır. Kullanıcılar profillerini açık ve gizli olarak ayarlayabilirler. Millington'a göre görsel duygusal çekiciliği sebebiyle diğer sosyal medya platformlarından ayrılmaktadır. Genellikle sosyal medyanın sanatsal yönüyle bağdaştırılan Instagram, diğer taraftan ise zamanın yaşandığının resmedildiği bir gösteri platformudur (Çav, 2023).

Görsel iletişim yönüyle dikkat çeken Instagram'ın fotoğraf ve video paylaşım özelliklerine sahip olması ve etkileşimi arttırıcı nitelikte etiketleme özelliği daha fazla kullanıcının paylaşımlara ulaşmasını sağlamaktadır. Bu durum Instagram'ı kurum ve şirketlerin hedef kitlesine yönelik çalışmalarda yardımcı araç olarak kullanmasını sağlamaktadır (Gürsoy,2019). Instagram'ın 2023 yılı itibariyle aylık 1.28 milyar aktif kullanıcısı bulunmaktadır. Günlük kullanımda ise bu sayı 500 milyon aktif kullanıcıya ulaşmaktadır. Bu rakamlarla beraber Instagram 2023 yılında en çok ziyaret edilen 7. internet sitesi olmuştur. Instagram ile Facebook üzerinden

yapılan görsel paylaşımlar incelendiğinde, Instagram görsellerinin %23 daha fazla etkileşime sahip olduğu tespit edilmiştir (Ahlgren, 2023).

2.2.6.Youtube

Dünyanın en büyük video içerik platformu olarak gösterilen Youtube, 2005 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde kurulmuştur (İç, 2017). Youtube, 'Broadcast Yourself (Kendini Yayınla)' sloganı ile kullanıcılara kendilerini yayın politikaları kapsamında ifade edebilecekleri ortam sunduğu bilinmektedir. Bu kapsamda Youtube esasen katılımcı kültürüne dayanan bir sosyal paylaşım sitesi olarak ifade edilebilir. Bu tarz sosyal medya platformları, kullanıcıların katılımcı ve içerik üreticisi olduğu, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik siteleri olarak da tanınmaktadır. Youtube, dizi, film, müzik ve videoblog gibi çok fazla içerik çeşidiyle hizmet sunmaktadır. Bu yönüyle Youtube, geleneksel medya araçlarından olan televizyonun çağdaş hali olarak yorumlanabilir. Yeni medyada görünür ve ulaşılabilirlik tercih edilebilirliğin esas sebepleri olmuştur. Youtube'da içerik üretimi; etiket, imaj, saygınlık ve profesyonellik gibi farklı amaçlar ile gerçekleşmektedir. Bu kapsamda Youtube'da içerik üretimi basitlikten çok uzmanlık gerektiren bir özelliğe sahiptir (Zinderen, 2020). Youtube, kullanımı ücretsiz olmakla beraber kullanıcılara paylaşılan videoları izleyebilme ya da kullanıcıların kendi kanallarında üretmiş oldukları içerikleri paylaşabilme imkânı sunmaktadır. Youtube kullanıcıları tarafından paylaşılan videolar, video blog veya vlog olarak tanımlanmaktadır. Bu platformda kullanıcılara, içerikleri ile alakalı süre kısıtlaması uygulanmamaktadır. Ancak, Youtube Topluluk Kuralları ve erişim sağlayan ülkelerin yasalarına uygun olmayan paylaşımlar engellenmektedir.

MarketSplash Youtube istatistiklerine göre; 2 milyardan fazla kullanıcısı olan platform, dünyanın en çok tercih edilen ikinci web sitesidir. Bunlarla beraber, Youtube kullanımına ait diğer istatistiklerine göre, her bir dakikada 500 saatten fazla yeni video içeriği eklenmektedir. 80 farklı dilde kullanıma açıktır. 31 milyondan fazla içerik üreticisi bulunmaktadır. Kullanıcıların %70 mobil cihazlardan giriş sağlamaktadır. En popüler kategori müziktir (MarketSplash, 2023).

2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Tanı Kriterleri

Gün içerisinde vaktinin büyük kısmını sosyal medyada geçirme isteği, sosyal medya kullanımı üzerinde kontrol kaybı, sosyal medyaya aşırı düşkünlük, devamlı

bir şekilde çevrimiçi olma isteği ve bu nedenle yaşamın diğer alanlarında sorunların ortaya çıkması şeklinde ortaya çıkan bir davranışsal bağımlılık çeşididir (Andreassen vd., 2012).

Sosyal medyanın kontrol edilemeyen bir şekilde kullanımı ve bu sebeple ortaya çıkan davranışsal sorunlar, literatürde sosyal medya bağımlılığı olarak adlandırılmaktadır. Ancak, henüz DSM ve ICD kılavuzlarında bağımlılık kavramına dahil edilmemiştir; bununla birlikte, davranışsal bağımlılık türü olarak incelenebileceği vurgulanmaktadır. Griffiths'e göre sosyal medya bağımlılığı; tolerans, relaps, belirlenlik, ruh hali değişikliği, geri çekilme semptomları ve çatışma gibi bağımlılığın altı kriterini karşılaması nedeniyle sosyal medyanın da bir bağımlılık olabileceği görüşünü savunmaktadır (D Griffiths, 2013).

Literatürde internet bağımlılığının bir alt boyutu olarak ele alınan sosyal medya bağımlılığının tanımı ve içeriği internet bağımlılığı çalışmalarıyla desteklenmektedir. Young, internet bağımlılığı kavramını ilk kez kullanarak internet bağımlılığı tanı kriterlerini oluşturmuştur. Dürtü kontrol bozuklukları içerisinde değerlendirilen kumar gibi internetin de bağımlılığa yol açabileceğine dikkat çekmiştir. Young, DSM-IV'te belirlenen bağımlılık ölçütlerini genellikle kimyasal bağımlılıklarla daha çok ilişkilendirdiği için herhangi bir madde içermeyen, örneğin kumar bağımlılığı gibi bozuklukları da DSM-IV'ün "dürtü kontrol bozuklukları" kategorisi içinde değerlendirilmiş ve patolojik kumar bağımlılığı tanı kriterlerini patolojik internet kullanımına uyarlamış, 'internet bağımlılığı' için tanı kriterlerini belirlemiştir (Arısoy, 2009).

Young'a göre internet bağımlılığı tanı kriterleri şunlardır;

1. Bireyin internet ile aşırı zihinsel uğraş halinde olması (internette yapılacak aktiviteleri düşünme ve hayal kurma vb.),
2. Keyif alabilmek için eskiye göre artan internet kullanım ihtiyacı olması,
3. İnternet kullanımı üzerinde denetim kurup kendini sınırlayamaması,
4. İnternet erişiminin olmadığı ya da kullanımın sınırlandığı durumlarda huzursuzluk ve öfke hissedilmesi,
5. İnternet kullanımının planlanan sürenin üzerinde olması,
6. Aşırı internet kullanımı sonucunda sosyal ilişkilerde ve günlük yaşamında

sorunlar yaşama, eğitim ve mesleki yaşamlarında işlevsellikte azalma,

7. İnternette geçirilen süreyi saklama,
8. İnterneti kişisel sorunlardan kaçmak ve olumsuz hislerden (anksiyete, depresif duygudurum) kurtulmak için bir yol olarak görme.

Yukarıda belirtilen 8 kriterden 5'inin olması kişide internet bağımlılığının olduğunu göstermektedir.

Literatür incelendiğinde, internet bağımlılığı kavramının otoriteler arasında tartışmalı ve güncel bir konu olduğu dikkat çekmektedir. Davranışsal bağımlılıkların bir alt başlığı olarak ele alınan internet bağımlılığı, Amerika Psikiyatri Derneği (APA) tarafından 2013'te güncellenen DSM-V'de yer almamıştır. Yapılan araştırmalarda, internet bağımlılığının DSM-V'de yer almamasının nedenleri arasında bu konuda yeterli çalışma yapılmamış olması, internet ve sosyal medya bağımlılığının bir psikiyatrik rahatsızlığın belirtisi olabileceği ve dürtü kontrol bozukluğu olarak değerlendirilebileceği görüşleri yer almaktadır. Öte yandan, internet ve sosyal medya bağımlılığının ayrı bir kategori olarak değerlendirilmesi gerektiğini savunan araştırmalar da bulunmaktadır (Aslan ve Yazıcı, 2016).

2.4.Sosyal Medya Bağımlılığı Epidemiyolojisi

We Are Social Digital 2022 raporuna göre, dünya üzerinde internet kullanıcı sayısı yaklaşık 5 milyara ulaşarak dünya nüfusunun %62'sini oluşturmaktadır. Bu sayının 4,62 milyarının sosyal medya kullanıcısı olduğu ve dünya nüfusunun %58,4'ünü temsil ettiği belirtilmiştir. Aynı çalışmaya göre 2022'nin başlarında Türkiye'de yaşayan bireylerin günlük ortalama 8 saatini internet üzerinde geçirdiği ve ülkemizde internet kullanıcı sayısının nüfusun %80,8'i olarak yaklaşık 69,95 milyon olduğu belirtilmiştir. Ülkemizde cinsiyet bazında değerlendirildiğinde ise kullanıcılarının %58,7'si erkek, %41,3'ü kadınlardan oluştuğu görülmüştür. Bu rapora göre sosyal medyada geçirilen sürenin ülkemizde 2 saat 59 dakika olduğu tespit edilmiştir. Dünya çapında ise insanların günün ortalama 2 saat 27 dakikasını sosyal medyada geçirdikleri saptanmıştır. Bu süre, toplam internet kullanım süresinin yaklaşık %35'ini oluşturmaktadır (Aslan ve Yazıcı, 2016).

Yapılan bazı çalışmalarda, kadınlar ve gençlerde sosyal medya bağımlılığının daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Kadınların iletişime daha eğilimli olmaları ve

sosyal yönlerinin ön planda olması sebebiyle sosyal medyaya daha bağımlı oldukları düşünülmektedir. İleri yaştaki bireylere göre ise gençlerin sosyal medyayı kullandıkları ve sosyal medyaya ulaşamadıkları zaman endişe duydukları izlenmiştir. Bununla birlikte sorumluluk sahibi kişilik özellikleri arttıkça sosyal medya bağımlılığı azaldığı bildirilmiştir (Demirci, 2019; Rosen vd., 2013).

2.5.Sosyal Medya Bağımlılığı Etyolojisi

Sosyal medyanın yaygınlaşarak daha geniş kitlelere ulaşması sonucunda, bireylerin günlük hayatlarında birlikte vakit geçirdikleri kişilerle artık sosyal medya araçları üzerinden iletişim kurabilmesi ile insan ilişkilerine ve iletişimine yeni bir boyuta taşımıştır. Bu ilişki ve iletişimin çoğu sosyal medya araçları ile oluşturulan sanal ortamda gerçekleşerek gerçek hayatta yüz yüze iletişimden uzak kalmaya sebebiyet vermektedir. İnsanların hayal gücüne hitap eden sanal ortamda sunulan içerikler, zaman içerisinde kullanıcıların bu sanal ortamda daha fazla vakit geçirmesine sebep olarak onları sosyal medya bağımlılığına sürükleyebilir (Kırık vd.,2015).

Sosyal medya bağımlılığının oluşumunu açıklamak için üç ayrı perspektif belirtilmiştir (Turel ve Serenko, 2012).

1. Bilişsel-davranışsal modeline göre uyumsuz bilişlerden kaynaklanan anormal sosyal ağın çevresel faktörler tarafından arttığını ifade eder. Bu süreç sonucunda, bağımlılık yapan sosyal ağların oluştuğunu ifade etmektedir.
2. Sosyal beceri modeline göre bireyin kendini ifade etme yeteneğinden yoksun olması ve yüz yüze iletişim yerine sosyal medya ortamında iletişimi tercih etmeleri, sosyal medyanın bağımlılık oluşturan kullanımına neden olmaktadır.
3. Sosyo-bilişsel modele göre sosyal ağ oluşturma, internet özyeterliliği ve yetersiz internet öz-denetimi ile birleşen olumlu sonuç beklentisi nedeniyle meydana geldiğini savunmaktadır.

Bireylerin bir gruba dahil olma isteği, bir kimlik oluşturma gayreti ve sosyal çevre tarafından kabul görmeme korkusu, sanal ortamlarda daha fazla zaman geçirmesine sebebiyet vermektedir. Sanal bir bakış açısıyla hayatı ve ilişkileri yorumlayan bireylerin, gerçek hayatla ilişkilerinin bir süre sonra zayıfladığı

gözlemlenebilir. Gerçek hayatta arkadaş edinmekte zorlanan bir kişi, sosyal medyada daha etkili iletişim kurarak arkadaşlık ilişkileri kurabilmektedir. Ancak, bu sanal kimlik zamanla gerçek kimliğin önüne geçerek birey için olumsuz bir durum oluşturabilmektedir (Kırık vd., 2015).

FOMO, Türkçeye “sosyal ortamlardaki güncellemeleri yakalayamama fobisi” olarak girmiştir. Bireyin keyif veren, kişi için anlamlı veya önemli deneyimlerden uzak ve geride kalmaya karşı kaygı duyması durumu FOMO olarak tanımlanmaktadır. Kişilerarası bağlılık, ait olma ve popülerlik durumu, sosyal medya kullanıcılarının sürekli aktif olma ve bağlantıda kalma içsel motivasyonunu artırarak sosyal medyayı daha fazla kullanmalarına neden olabilir. Ardından gelişen herhangi bir iletişim kesintisi, bireyde sosyal dışlanma ve yabancılaşma duygusuna neden olarak FOMO'nun gelişmesini tetikleyebilmektedir (Elhai vd.,2021).

FOMO'nun etkisiyle, bireylerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin artması, sosyal yaşamdan geri kalma, farklı tecrübelerden ve imkanlardan geri düşme korkusunu artırabilir. Bu nedenle, bu kavramın sosyal medya bağımlılığı oluşumunda önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir (Taylor, 2019).

2.6.Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları

Fred Cavazza, sosyal medyayı sürekli değişen dinamik bir ekosistem olarak kabul etmiş ve 7 temel uygulama alanı belirlemiştir (Taprial ve Kanwar, 2012):

1: Bloglar (wordpress), mikrobloglar (twitter), wikiler (wikipedia) ve benzeri platformlar aracılığıyla içerik yayınlamak.

2: Fotoğraf, video, müzik, bağlantı ve belge paylaşımı (youtube, instagram, spotify, digg, slayt paylaşımı vb).

3: Aile, yolculukları sırasında karşılaştıkları çeşitli milli parklar ve tarihi yerler hakkında düşünce ve görüşlerini paylaşarak hararetli bir tartışmaya girmek.

4: Müşteri analitiği, işbirlikleri, öneri toplulukları ve alışveriş araçları.

5: Raporlama, konum raporlama.

6: Kişisel, sosyal veya profesyonel bağlantılar kurmak.

7.Oyun oynayabilmek. (Facebook, LinkedIn, MySpace vb.).

Çömlekçi ve Başol (2019) gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda ülkemizdeki

gençlerin sosyal medyayı daha çok "eğlence, iletişim, gündemi takip etme, mesajlaşma ve boş zamanlarını geçirme" gibi amaçlarla, daha az ise "eğlence, iletişim, gündemi takip etme" gibi amaçlarla kullandıklarını ortaya koymuşlardır.

2.7.Sosyal Medyanın Özellikleri

Kent (2010), modern sosyal medyanın iki yönlü etkileşime ve geri bildirimine izin verdiğini, gerçek zamanlı etkileşim potansiyeline sahip olduğunu, daha az anonim bir alan olduğunu, yakınlık duygusu oluşturduğunu, hızlı tepki verme ve sosyal ağa bağlanma fırsatı sağladığını belirtmektedir.

Carr ve Hayes (2015) sosyal medyanın beş farklı özelliğe sahip olduğunu ileri sürmüştür. Bunlar:

1: Web tabanlıdır.

2: Bir kullanıcı o anda çevrimiçi olmasa bile, oluşturduğu kanala gerçek zamanlı olarak erişilebilir ve iletişim için kullanılabilir.

3: Başkalarıyla etkileşim ve katılım hissi sunar, bağlantı kurma ve paylaşılan deneyimler duygusunu teşvik etmektedir.

4: Değer, diğer kullanıcıların fayda, keyif veya diğer olumlu sonuçlarla sonuçlanan katkılarından veya etkileşimlerinden elde edilmektedir.

5: Hem büyük ölçekli hem de kişisel iletişimin alışverişini kolaylaştırır. Mayfield'a (2010) göre sosyal medyanın temel özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

1: Katılımcıları motive eder ve yapıcı geri bildirim almalarını sağlar.

2: Şeffaflık kültürünü teşvik ederek oy verme, geri bildirim sağlama ve fikirleri paylaşma şansı sunar.

3: İleri geri etkileşimi mümkün kılmaktadır.

4: Ortak inançlar, değerler veya tercihler etrafında toplanan toplulukların oluşumunu teşvik etmektedir.

5: Çeşitli dijital platformları, araştırma materyallerini, kullanıcı tercihlerini ve bu kaynaklara erişimi birbirine bağlamaya yardımcı olmaktadır.

6: Son derece uygun fiyatlara ulaşılabilir. 7: İçeriğin oluşturulmasında çok sayıda kişinin katılımını sağlamaktadır.

- 8: Geleneksel medyanın aksine tepki süresi kullanıcılar tarafından ölçülebilir.
- 9: İçeriğin daha sonra değiştirilebilmesini sağlamaktadır.

2.8.Sosyal Medyanın Etkileri

Sosyal uygulamalar bireysel olarak bilgi paylaşımı, gruplara katılım sağlama, fikirlerini ifade etmeleri ve etkileşimde olma gibi iletişimi sağlayacak etmenleri barındırdığından yeni olan iletişim uygulaması şeklinde tanım aralığı genişletilmektedir (Tutgun, 2015). İletişim teknolojisinin gelişmesiyle beraber yaygınca tartışılmakta olan birebir, yüzyüzelik iletişimi, önemle sosyal medyayla ve internetle ilgili kullanımların ilişkilendiği bir durum olarak görülmektedir (Gülner ve Öztat, 2020).

Sosyal medyanın bireylere, yere, zamana, konuya ve değişik faktörlere göre değişim gösteren etkilerinin olduğu bilinmektedir (Hazar, 2011). Sanal medya gençlerin hayatında çokça yer alarak, sosyal ve ahlaki yönden gelişimlerini etkilediği görülmektedir. Günümüzde internette vakit geçirmenin en önemli sebebi sosyal etkileşimde bulunmaktır. Bireyler sohbet, elektronik posta, tartışma gibi odalarda bilgi alışverişinde bulunur ve diyalog kurarlar. Sanal ortamda yapılan bu sohbetler baskılanmadan yapılan ve fiziksel olmayan doğaya sahiptir. Yeni insanlarla tanışma için ideal bir ortamdır. Yabancı biriyle kurulan iletişim kişiyi nasıl etkileyecek bilinmemektedir. Sosyal medya gerçek kişiliklerin saklanıldığı ve sanal kimliklerin ortaya çıktığı, yalanlarla ilişki kurulabilecek, istismarın olabildiği ortam açısından zararlı bir etki oluşturabilir. Her anında ulaşılabilirliğin olabildiği, mekânsal aralığın olmadığı, kaygı düzeyinin az olması, ortamın gayet rahat olması, eleştirinin olmadığı, ortam rahatlığının internete olan bağımlılığı artırdığı zararlı etkilerden de söz etmek mümkündür (Tüzün, 2002).

Sosyal medya, sosyal davranışları çok önemli bir yerde etkileyerek insanın yaşamında belirleyici olmaktadır. Bunun yanında bilgi edinmede hızlı ve pratik bir yol kazandırmıştır. Çevrimiçi sosyal ağlar ve internet bireylerin yaşamını kolaylaştırmanın yanında zorlaştıran unsurları da yaşatmaktadır (Bayzan, 2013). Alanyazından gelen sonuçlar, sosyal medya ağlarının hem olumlu yanlarının hem de olumsuz yönde dezavantajlarının olduğunu göstermektedir.

Sosyal medya uygulamalarının çok hızlı bir biçimde yayılması, kişilerin yaşamında riskleri oluşturması, özel hayatın gizliliğini ortadan kaldırması, internet

kullanıcılarının sosyal ağlarda çokça zaman geçirmesinden dolayı alışkanlıklarının oluşması ve bağımlılık düzeyine ulaşmasıyla birlikte kimlik problemlerinin ortaya çıkması dile getirilebilir. Sosyal medyanın sürekli kullanılması kişilerin sorumluluklarının yerine getirilmesinde problemler oluşturduğu görülmektedir. Bu durumun da yaşam aktivitelerini engellediği gündelik hayat aktivitelerin aksamasına ve de zaman kaybına neden olmaktadır. Bunun yanında bilgi kirliliğinin oluşması, sosyal medya uygulamalarında çokça zaman geçirmesine bağlı olarak kitap okuma alışkanlıklarının düşmesine ve sürekli bir biçimde sosyal medya bağımlılığından kaynaklı hareketsiz kalmalarına ve sağlık problemlerinin oluşmasına yol açtığı görülmektedir (Zenelaj, 2014).

Magsamen-Conrad ve Greene (2014), sosya medyanın ve internet kullanımının insanların sosyal etkileşimden uzaklaştırdığı, yüzyüze iletişimden uzaklaştırdığını veya arkadaş seçimlerini çekingen insanlardan oluşturarak paylaşımda bulunduklarına seçicilik oluşturmaktadır. Bunun yanında araştırmalardan elde edilen bulgulara göre bireylerin sosyal medya kullanımlarında rahatladıkları ve gerçek yaşamdan uzaklaşmanın bir aracı olarak kullandıkları dile getirilmektedir (Cengizhan, 2015). Sanal ortamda yer alan bu genç bireyler gerçek dünya ile sanal dünyayı birbirinden ayırt edemedikleri ve sağlıklı iletişimde bulunmadıkları için güvenilmeyecek kişilerle iletişimde bulunup sanal da etkileşim kurmaktadır. Bundan dolayı güvenli bir yaşama dair sürdürülebilirlik oluşturamamakta tehlikeli olan durumlardan da zarar görebilmektedirler (Demirel vd.,2012). Böylelikle uzunca süre sosyal medya uygulamalarında vakit harcayan öğrencilerin bu uygulamaların etkisini atamayıp sosyal hayatın gerçekliğinden de uzaklaşabilmektedirler (Argın, 2013).

2.8.1.Ergenlik Döneminde ve Okul Ortamında Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileri

Dönemsel olarak ergenliği ele aldığımızda, kişilerin hem fiziki bakımından hem de duygu durum bakımından psikososyalitesiyle ve cinsel olgunluk düzeyiyle start veren ve kişinin özerklik anlayışını, kimlik oluşumunun kazanıldığı zaman aralığına uzanan bir dönemin adı olarak tanımlanmaktadır. Ergenlik dönemi hem biyolojik olarak, hem de psikolojik etmenler, hem de sosyal gelişim örgülerindeki değişim anlayışıyla anlamlandırılmaktadır (Derman, 2008). Bireyler ergenlik

dönemine adım attıklarında bireysel kimliğiyle toplumsal kimlik ilişkisinde gereken şartları oluşturmaya ve dengeli durumu yaratma çabasında oldukları görülmektedir (Bektaş, 2004; Şavlı ve Tekin, 2019). Ergenlik döneminde eğitim ve öğretim dönemini atlatan öğrencilerin başarı, memnuniyet (Zhan ve Mei, 2013) ve performanslarında (Richardsan ve Swan, 2003) benzer yapıların olmasında sosyal bulunuşluk kavramının şekillenmesinin önemli olduğunu söylemek mümkündür (Çakmak vd., 2014). Kişilerarası iletişim anlayışında bireyin asıl insan olarak fark edilme aşamasına “sosyal bulunuşluk” şeklinde tanım geliştirilmiştir. Bununla alakalı olarak farklı tanımların da olduğu “başka insanlarla sosyal bir ortamda var olma duygusu” şeklinde, veya “bireyin sosyal anlamda kendini ortamda hissetmesi” şeklinde açıkladığı görülmektedir (Leh, 2001). Bu anlamda iletişimin gerçekleştiği yapılarda sosyal bulunuşluk tanımının derecelendirilmesiyle oransal biçimde farklılaşabileceğini ve bu da farklılaşmanın öğrenci kesiminin etkileşim kurma biçimleri üzerinde etkileyici olacağı tezi savunulmaktadır. Sosyal bulunuşlukta göz ile etkileşiminde bulunma, bedensel duruşlar, sözsüz iletişim, mimikler birebir iletişim üzerinde etkili olabilmektedir (Durkut, 2021).

Bu çerçevede çevrimiçi öğrenme anlayışında sosyal etkileşimdeki araçlar nasıl kullanılmaktadır, etkileşimler hangi düzeyde gerçekleşmektedir ve öğrencilerde sosyal bulunuşluğun anlamsal çerçevesinin hangi düzeyde olduğu anlayışı öğrenme modelinde etkililik ve verimlilik bakımından değerli olduğu dile getirilmektedir (Karakuş ve Yelken, 2020). Zamanımızın teknolojik içerik taşıyan reklam anlayışlarında genellikle sanal medya uygulamasında yer alan teknik yapıların eğitim alanında, iş sahasında ve eğlence sektöründe kişilerin yaşamlarına hangi düzeyde etkileşimler kattığını göstermekte ve duyurmaktadır (Tutgun, 2015). Yeni medya alanındaki teknolojilerin aracılığıyla tüketen konumundaki genç kesimin mevcut gelişimlerin etkisiyle üreten konumuna geldiği görülmektedir (Düvenci, 2012).

Araştırmaların bulgularından yola çıkarak ergen yaşlarda olan grupların sosyal platformlarda çok vakit geçirdikleri ve sosyal medya uygulamaları ergen bireylerin hayatında kayda değer büyüklükte bir yere sahip olduğunu görmek mümkündür (Otrar ve Argın, 2014). Belirtmek gerekir ki ergen bireylerin dikkatlerini rahat bir şekilde çektiğinden dolayı ergen kişiliklerin internetle geçirdikleri zaman artıkça sorunlarının da arttığı görülmektedir (Ceyhan, 2011). Bundan dolayıdır ki araştırmacıların dikkatlerinin ergenlik dönemindeki bireylerin

interneti kullanmalarına ve bunun yarattığı olumsuzluklarının etki sürecine yöneltildiğine neden olduğu görülmektedir (Günlü ve Ceyhan, 2017).

“Sosyal medyanın bireylere sağladığı görece özgürlük ortamı, kontrol dışı olarak kullanıldığında beraberinde suç işleme unsurunu da doğurmaktadır.” cümlesini anlamlandıran Bahar (2018) var olan sürecin çeşitli alanlar doğduğunu belirtmektedir. Tecrübeli olan suçlu kişilere ilaveten, bazı kullanıcı kişilerin gerçekleştirmiş oldukları eylemin suçu yarattığını anlayamadıklarından, kanunlara muhalif bir şekilde veri teşkil eden bilgilerin ele geçirilmesini, başkasına sebepsizce suç atma, ithamda bulunma ve kişinin özel yaşam gizliliğinin, mahremiyetinin kaldırılması benzeri teknoloji suçları işlenmektedir. Bununla birlikte anne baba kontrolünün az olduğu ve denetlenmenin olmadığı sosyal medya kullanımında çocukların dijital platformlarda kandırıldığı görülmektedir. Bazı zamanlar bu uygulamalarda bazen de yaşadığı hayatta müstehcenliği, cinsel tacizi, kaçırılmayı ve de cinsel saldırı noktasına varan mağduriyetleri yaşayabilmektedirler (Cihan ve Yıldız, 2020).

Cerrah (2002), hukuk ile denetimden geçmeyen internet ortamlarının kişilerin hem fiziksel hem de akıl ruh sağlıklarını olumsuzlaştırarak süreci önce kurum boyutunda sonrasında sosyal ortamını huzurunu ve birliğini tehdit edecek boyuta kadar olumsuzlaşan sonuçlara götürebilmektedir. Araştırmalar göstermektedir ki internetin etkisiyle gelişmekte olan sosyal medyanın kullanımı dünyada insanlar arasında süratle ve etkili bir biçimde artma eğilimindedir. Hayatımızın artık vazgeçilmezleri arasında olan ve kişilerin sosyalitelerini, profesyonelliklerini yani bütünlüklü olarak hem madden hem de manen etkilediği görülmektedir. Yaşanılan bu süreçlerin bir kısmı istenilen pozitif etki yaparken bir kısım olumsuz etkileri de yaşanmaktadır. Belirleyici olan olumsuz etki sürecinden biri sosyal medya kullanımının amaçsallıktan uzak ve de doğru kullanılmaması kişilerde bağımlılığa dönüşmektedir (Kırcaburun, 2017).

2.9.Sosyal Medya Kullanımının Yarattığı Olumsuz Sonuçlar

Teknoloji ve bilişim dünyasının gün geçtikçe kendisini dününe göre yenilemekte ve değişim yaşamaktadır. Bu durum internet dünyasına ve sosyal medyaya duyulan ilgiyi artırdığı görülmektedir (Arısoy, 2009). Bu sürecin gelişimiyle birlikte sosyal medyanın yoğunluklu kullanılması fiziksel, sosyal ve

psikolojik anlamda sorunları ortaya çıkarmaktadır. Yapılan alışmalar sosyal medya platformlarına ulaşamayan bireylerin madde bağımlıların madde yoksunluğunda düştükleri durum benzerinde huzursuzluk, sinirlilik, kaygı yaşamaktadır (Özsoy, 2010).Bu belirtilerin sonucunda kişilerin; iş, aile ve sosyal yaşam düzeneklerinde bozulmalar oluşmaktadır. Kişinin ilişkileri bozulmakta, akademik başarıları düşmekte ve bireylerde yabancılaşmalar görülmektedir (Mangır, 2021). İnternet ve aşırı sosyal medya kullanımının sedanter yaşam biçimine zemin hazırladığı beraberinde obezite, eklem hastalıkları, el ve parmaklarda şişme (karpal sendromu), duruş bozuklukları ve omurga hastalıkları gibi, değişik fiziksel rahatsızlıklara neden olduğu gözlemlenmektedir (Yeşilay 2017).

Sosyal medya kullanımının ergen bireyler arasında akademik performansları üzerinde olumsuzluklar yarattığını tespit eden akademik çalışmalar yapılmıştır. Yapılan birçok çalışmada öğrencilerin akademik çalışmalarını, okul performanslarının düşüşüne neden olan dikkat dağıtma ve sapma davranışlarına odaklanmışlardır. Ayrıca aşırı internet kullanımının akademik performanslarının olumsuz etkilediğini kaygıyı yükseltip depresyonu artırmıştır. Araştırmaların aşırı sosyal medya internet kullanımının psikolojik öğrenme sürecini engellediğini akademik değerlerde zafiyet ve motive olma sorunlarını ortaya çıkarmıştır. Örnek olarak sorunlu internet kullanımının akademik başarı üzerinde olumsuz etkiler oluşturduğu, akademik motivasyonu düşürdüğü, öğrenmede verimliliği azalttığı ve psiko sosyal durumları üzerinde olumsuz etkiler sürecini oluşturduğu bilinmektedir (Dou ve Shek, 2021).

Ergen bireylerin sosyal medya aracılığıyla kurmuş oldukları iletişimin sayısı, süresi ve yoğunluğu gün geçtikçe arttığı görülmektedir. Sosyal medyanın ve internetin doğru kullanılması bireylerin eğitsel, sosyal, akademik yaşamlarına katkı sunarken, yanlış ve de aşırı kullanılması durumunda kişisel ve akademik yaşamlarına olumsuzluk katabilmektedir (Akar, 2016). Aynı zamanda bireyler arasında yaygınca kullanılan sosyal medyanın olumsuz yönü, sosyalleşmenin aksi yönünde, bireylerin yabancılaşmasını yalnızlık durumunu ortaya çıkarmaktadır. Yüz yüze iletişimin azalması ve sanal uygulamalar üzerinde birbirini devamlı gördüklerinden dolayı konuşmak için birbirlerine vakit ayırmamaları, sosyal medyada devamlı iletişimi sağlıyorlarmış gibi görünseler de farklı bir boyuttan bakıldığında hayatlarındaki olumsuz etkiler görülmektedir (Okumuş, 2018).

Yukarıda ifade edilenlerin dışında bireyin sosyal medya kanallarıyla iletişimi yüz yüzelikten uzaklaştırıp sanal alanda yaşaması onun iletişim içerisinde olduğu bireylerin paylaşımlarında ve yayınladığı ve yorumlarından kaynaklı kendisinin yaptıklarıyla ilişkilendirip bireyin karşısındaki paylaşım yapan kişinin sanal profiline karşı hayranlık oluşturmaya ve kendisinin yetersizlik, başarısızlık ve mutsuzluğuna neden olmaktadır (Mangır, 2021). İnsanların çoğunluğu sosyal medya platformlarına akıllı cihazları kullanarak erişim sağladığı için, sosyal medya bağımlılığı ve aşırı sosyal medya kullanılması sürekli mobil cihazını kontrol etme isteğini, erişilmediği zaman endişe durumunu, huzursuzluk hissiyle tanımlanan nomofobik oluşumunu ortaya çıkarmaktadır (Caplan 2003). Bunların yanında yoğun olarak sosyal medya kullanımının ve internette saatlerce fotoğraflara bakma şeklinde tanımlanan photolurking, birçok sanal sözlüğe katkı sağlama istediği şeklinde tanımlanan ve wikipedializm olarak isimlendirilen çeşitli olumsuz davranış modellerine neden olmaktadır (Karadağ vd., 2016).

Sosyal medyanın olumsuzluklarından bir diğeri de sosyal bir hastalık olan FoMo (fear of missing out) yani bireyin gelişmeleri kaçırma korkusunun ortaya çıkmasıdır (Çınar ve Mutlu, 2018). Bireyin gelişmeleri kaçırma korkusu varolan gündemin dışında kalma internetten uzak kalma öfke durumunu ve boşlukta olma hisine kapılmayı, dışlanmışlık hissiye kapılması bu kavramın ortaya çıkmasını neden olmuştur (Hayran vd., 2016). Sosyal medya uygulamalarında çokça birey yer aldığından dolayı bilgilendirmede sızma uygulamasının olmaması bireyin olumsuz ve asılsız bilgilerle yüklenmesine neden olabilir. İnternet ve sosyal medya benzeri uygulamalar bireylere basitlikler ve maddi olanaklar oluşturmaya rağmen farklı süreçleri de mevcuttur. Farklı teknolojilerin ortaya çıkmasıyla bireyler arası duygusal paylaşımları bitirmekte, profil kullanıcılarını da tek taraflı ilişki kurmasına ve gittikçe yalnızlaşmaya, bireysel bölünmelere ve etkileşim kabiliyetlerinin zafiyet geçirmesine neden olmaktadır (Çakır, 2013).

2.10. Kişilik Kavramı

Kişilik, bireylerin kendilerini ve diğerlerini tanımlamak için başvurdukları bir kavramdır. Bu kavram, İngilizcede “personality” olarak geçer ve “person” kelimesinden türemiştir. Bu kavramın kökeni Antik Roma tiyatrocularının oyunları sırasında kullandıkları maskeye dayanmaktadır. Bu maskeler vasıtasıyla, aktörler

canlandırdıkları karakterlerin kişilik özelliklerini gözler önüne sermişlerdir (Kurt ve Yıldız, 2017).

Kişilik kavramı, genellikle bireylerin kendilerini diğerlerinden ayırt etmelerine ve farklılıklarını belirlemelerine olanak tanıyan, bireye özgü niteliklerin toplamını temsil eden bir yapı olarak ifade edilmektedir (Horzum vd., 2017). Türk Dil Kurumu (2023) ise kişilik kavramını, “Bir kişinin kendine has belirgin özellikleri, manevi ve ruhsal niteliklerin toplamı, şahsiyet” şeklinde tanımlamaktadır.

Kişilik, bireyin düşünce, duygu ve davranışlarını sürekli ve tutarlı bir şekilde yönlendiren içsel özelliklerin bir bütünüdür. Kişilik, bireyleri diğerlerinden ayıran benzersiz nitelikleri ifade eden ve onları farklı kılan özelliklerin kaynağıdır. Kişilik, bireyi diğerlerinden ayıran, hem doğuştan gelen özellikleri hem de sonradan edinilen nitelikleri içeren bir kavram olarak tanımlanabilmektedir. Duygusal durumlar, karakteristik özellikler, değer yargılar, tutumlar, inançlar ve benzeri tüm unsurlar kişilik yapısını belirlemektedir. Dolayısıyla, kişilik, insan davranışının geniş bir yelpazesini kapsayan bir terim olarak ifade edilmektedir (Senemoğlu, 2004).

Kişilik, genellikle genetik ve çevresel faktörlerin etkileşimine bağlı olarak gelişmektedir (Plomin ve Daniels, 2011). Kişilik özelliklerinin genetik etkenlerle belirlendiğine dair kanıtlar bulunmakla birlikte, çevresel faktörlerin de kişilik üzerinde önemli bir etkisi olduğu belirtilmektedir. Çocukluk dönemi, kişilik gelişiminin temellerinin atıldığı bir dönemdir ve aile, eğitim, kültür ve deneyimler gibi faktörler bu süreçte etkilidir. Kişilik gelişimi hayat boyu devam etmekte ve çevresel etkileşimlerle değişebilmektedir. Kişilik özellikleri, bireyin toplumla nasıl etkileşime gireceğini ve diğer insanlarla nasıl ilişkiler kuracağını belirlemekte önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, kişilik özelliklerinin, bireyin yaşam doyumu, kariyer başarısı ve hatta sağlık durumu üzerinde etkili olduğu gösterilmiştir (Ozer ve Benet, 2006).

Güney (2009) tarafından vurgulandığı üzere, bireyler hem fiziksel görünüm hem de tutum ve davranışlar açısından birbirinden farklılaşmaktadır. Bireylerin hareketlerini, düşüncelerini ve duygusal durumlarını etkileyen en belirgin faktörlerden biri, yaşadıkları ortamdaki olaylardır. Kişinin kişisel özelliklerindeki çeşitliliğin, çok çeşitli etkenlerden kaynaklandığını ifade etmek mümkündür. Bununla birlikte, kişiye özgü kimlik ve benlik hissinin doğumdan itibaren bireyde

bulunduğu ve sonrasında eğitim aracılığıyla geliştirildiği, çeşitli bilimsel araştırmalarla belgelenmiştir.

Birçok teori, kişiliği farklı boyutlara ayırarak açıklama yolunu tercih etmiştir. Bunlardan en yaygın olarak kabul göreni Beş Faktör Modeli'dir (Costa ve McCrae, 1992). Bu model, kişiliği beş ana boyut boyunca ölçer: nevrotiklik, dışadönüklük, açıklık, uyumlu olma ve sorumluluk. Bu faktörler, bir kişinin düşünme, hissetme ve davranma şekillerinin geniş bir yelpazesini kapsamaktadır. Dışa Dönüklük, bireyin sosyal ilişkilere yönelimi ve enerji seviyesini ifade ederken, Uyumluluk başkalarıyla uyum içinde olma ve işbirliği yapma eğilimini temsil etmektedir. Açıklık yeni deneyimlere açıklık ve yaratıcılık düzeyini ifade ederken, Sorumluluk bireyin disiplin, düzenlilik ve sorumluluk sahibi olma eğilimini ifade etmektedir.

Genel olarak bir değerlendirme gerçekleştirildiğinde kişiliğin, bireylerin davranışlarını ve tercihlerini etkilediği görülmektedir. Örneğin; araştırmalar dışa dönük, maceracı ve enerjik bireylerin spor yapmaya daha eğilimli olduğunu göstermektedir (Roberts ve Mroczek, 2008). Benzer şekilde, sorumluluk sahibi, disiplinli ve düzenli bireylerin spor yapma olasılığı daha yüksek olduğu ifade edilmektedir.

2.10.1.Kişilik Kuramları

Kişilik kuramları, bireylerin düşüncelerinin, duygularının ve davranışlarının niçin ve nasıl f anlamıyla genel kabul gören bir teori hala ortaya konulmuş değildir (Yazgan ve Yerlikaya, 2012). Kişiliği açıklamaya yönelik oluşturulan teoriler, bazen birbiriyle uyumlu olabilirken, bazen de birbiriyle çelişebilmektedir (Somer vd., 2004).

Günümüzde kişilik üzerine olan tartışmalar hala sürmektedir. Genel olarak bir değerlendirme gerçekleştirildiğinde, kişiliğin oluşumuna ilişkin farklı görüşler ileri süren ve kişiliği tanımlayan bir dizi teori bulunmaktadır.

2.10.1.1.Psikanalitik Kuram

Psikanalitik kuramın kurucusu Sigmund Freud'dur. Bu kuram, kişilik kuramları arasında önemli bir konumda bulunmaktadır. Freud'un Psikanalitik Kişilik Kuramı (Freud, 1923), kişilik gelişiminin çocukluk döneminde yaşanan çatışmalara ve bu çatışmaların nasıl çözüldüğüne odaklanmaktadır. Freud, kişiliği üç bileşen olarak tanımlamıştır: id, ego ve süpereo. İd, bireyin arzularını ve dürtülerini temsil

ederken, süperegö ahlaki ve toplumsal kuralları temsil etmektedir. Ego ise id ile süperegö arasında denge sağlamakla görevlidir. Bu kavramların her birinin kişiliği bağımsız bir şekilde yönlendirdiği düşünölmemelidir. Freud, kişiliği, birbirinden ayrı üç farklı paręa yerine, bir bütün olarak görevini yerine getiren bir yapılar topluluğu olarak tanımlamaktadır (Fidan, 2021).

2.10.1.2.Hümanist (İnsancıl) Kuram

Carl Rogers, hümanist yaklaşımın temsilcisi olarak bilinmekte ve duygusal deneyimlerin ve bu duyguların ifade edilmesinin öneminin, insan davranışları ve terapileri hakkında öne çıkan temel psikoterapi yaklaşımları arasında yer aldığını belirtmektedir (Fidan, 2021). Rogers, 1961, bireyin kendi deneyimlerine ve kendini algılama şekline odaklanmaktadır. Rogers, kişilik gelişiminde bireyin kendine yönelik algısının (self) ve kendine yönelik ideal algısının (ideal self) uyumu önemli bir rol oynadığını ifade etmektedir. Bireyin kendini ve başkalarını pozitif bir şekilde algılama yeteneği, Rogers’a göre, sağlıklı bir kişilik gelişimi için kritiktir.

2.10.1.3.Davranışsal Kuram

Davranışçı perspektife göre, kişilik, öğrenilmiş bilginin davranış biçiminde manifest olduğu bir olgudur. Davranış, bireysel ve çevresel faktörler arasındaki sürekli etkileşimin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Çevresel faktörler, öğrenme vasıtasıyla bireyin davranışını şekillendirirken, bireyin davranışı da çevreyi biçimlendirmektedir. İnsanın doğuştan gelen, kişiliğini ve davranışlarını etkileyen ve yön veren bir iç güdüsü yoktur. Kişiliği ve davranışları şekillendiren faktörlerin klasik ve operant koşullanma olduğu belirtilmiştir (Sayar ve Dinç, 2009). Bandura (1986), kişiliğin biçimlenmesinde bireyin davranışlarının önemini vurgulayarak, öğrenmenin özellikle sosyal öğrenme yönüne işaret etmiştir. Bandura, model almayı, gözlem yapmayı ve taklit etmeyi önemli faktörler olarak belirtmiştir. Bandura’nın bu yaklaşımında, bireysel faktörler, davranış ve çevresel faktörler arasındaki karmaşık etkileşime odaklanılmaktadır. Bunlar arasında herhangi biri, diğerlerini etkileyebilmekte ve değişime neden olabilmektedir. Bu değişimler genellikle karşılıklı etkileşimle gerçekleşmekte ve nadiren tek taraflı oluşmaktadır (Gerrig ve Zimbardo, 2012).

2.10.1.4.Bilişsel Kuram

Bilişsel teorisyenler, insanların belirli bir durum hakkında düşünme ve bu durumu algılama süreçlerinde ciddi derecede bireysel farklılıklar sergilediğini belirtmektedirler. Bireyin kendi kişiliğinin geliştirilmesinde önemli bir rol üstlendiğini ifade etmektedirler. Bu yaklaşımın öncülerinden birisi olan George Kelly, bilişsel teoriyi kişisel yapılar olarak betimlemiştir. Aynı olayı aynı zamanda deneyimleyen iki kişi bile, birbirlerinden farklı perspektiflere sahip olabilmektedirler ve bu durum da farklı davranışların belirginleşmesine neden olmaktadır. Bilişsel yaklaşım, bireyler arasındaki benlik farklılıklarının kökünün herkesin birbirinden farklı bir bilgi işlem yapısıyla donatılmış olmasında yattığını belirtmektedir (Burger, 2006). Bu durumda, herhangi bir olayın veya eylemin sonucunun herkes için aynı anlamı taşımadığı ifade edilmektedir. Bireyler, meydana gelen olayları veya eylemleri yeniden yorumlayabilmektedirler (Cervone ve Pervin, 2016).

2.10.1.5.Ayırıcı Özellik Kuramı

Ayırıcı özellik teorisi, bir bireyin belirli bir kişilik özelliğini ne kadar sergilediği üzerine yoğunlaşan ve bu doğrultuda sınıflandırmalar yapan bir kişilik teorisidir. Bu teorinin, iki belirgin varsayım üzerine inşa edildiği belirtilmiştir. İlk varsayım, kişilik özelliklerinin zaman boyunca nispeten değişmez olduğuna işaret etmektedir (Reisoğlu, 2014). İkinci varsayım ise kişilik özelliklerinin çeşitli durumlar karşısında devamlılık gösterdiğine dairdir. Ayırıcı özellik teorisi, bir kişinin temel niteliklerinin anlaşıldığı takdirde, kişiliğin öğrenilebileceğini ve kişilik testleri yardımıyla belirli kişilik özelliklerinin ölçülebileceğini ifade etmektedir (Uçar, 2020).

2.10.1.6.Beş Faktör Kişilik Modeli

Beş faktör kişilik modeli, Robert McCrea ve Paul Costa'nın 1983 ile 1985 yılları arasında yaptıkları çalışmaların bir sonucu olarak geliştirilmiştir (Kirmanoğlu, 2020). Costa ve McCrae, (1992), beş temel kişilik özelliğini: açıklık (openness), sorumluluk (conscientiousness), dışadönüklük (extraversion), hoşgörü (agreeableness) ve duygusal denge (neuroticism) olarak ifade etmektedir. Bu özelliklerin her biri, bir kişinin eğilimlerini, duygularını ve davranışlarını anlamada yardımcı olabilmektedir. Beş faktör kişilik modeli, kültürel çeşitlilik gözetilerek oluşturulmuş ve tüm uluslardan insanlarda bulunan ortak kişilik özelliklerini

kapsamaktadır. Her toplumda, ana dillerin etkisiyle bu beş faktör farklı isimlerle anılsa da, faktör özelliklerinin her kültürde tutarlı bir yapıda olduğu belirtilmiştir (Kirmanoğlu, 2020). Beş faktör kişilik modeline göre, kişilik kültürel yapı tarafından şekillendirilmez; aksine, biyolojik bir temele dayanır ve nesiller boyu aktarılabilir olduğu ifade edilmiştir (Kurt ve Yıldız, 2017).

Bu kısa genel bakış, kişilik kuramlarının çeşitliliğini ve kişiliğin karmaşıklığını yansıtmaktadır. Kişilik, bireylerin kim olduklarını ve nasıl davrandıklarını anlamaya yardımcı olan karmaşık ve çok boyutlu bir yapı olarak ifade edilmektedir.

2.11.Kişiliğin Üç Boyutu: Karakter, Mizaç ve Yetenek

Kişiliğin gelişimi çeşitli faktörlerden etkilenir ve kişiliğin gelişimi bu faktörlerin bütünleşmesiyle desteklenmektedir. Bu bağlamda kişiliği tekil bir unsur olarak değil, kapsamlı bir varlık olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır. İnsan kişiliğiyle yakından ilişkili çok sayıda yapı vardır. Kişilik bu yapılar tarafından şekillenir ve bireylerin birbirlerinden farklılaşmasının nedeni bu faktörler arasındaki eşitsizliklerden kaynaklanmaktadır. Bu bakış açısı dikkate alındığında kişiliğin derinlemesine incelenmesi ve tartışılması gereken üç önemli boyutunun bulunduğunu belirtmek yerinde olacaktır (Tikici ve Deniz, 1991). Bu gerçekler üç ana alana ayrılmıştır: kişilik, davranış ve beceriler.

2.11.1.Karakter

Karakter sıklıkla kişilik kavramıyla eşanlamlı olarak kullanılmaktadır. Karakter, kişinin çevresindeki ilkeleri, ahlaki standartları ve toplumsal kuralları uygulama biçimidir. Karakter özü itibarıyla kişinin kişiliğinin temel yapısıdır (Şimşek vd., 2011). Karakter, kişinin doğasında olan ve daha sonra ailesinden geliştirdiği eylem ve eğilimlerin toplamıdır. Kişiliğin bazı yönleri doğuştan gelse de çocukluk dönemindeki eğitim, öğretim ve sosyalleşmenin kişinin karakterini şekillendirmede önemli bir rol oynadığı yaygın olarak kabul edilmektedir. Kişilik gelişimi, bireyin ailesinden, okulundan ve çevresinden etkilenecek yeteneklerinin ortaya çıkmasıyla devam etmektedir (Çetin ve Beceren, 2007). Karakter gelişimini etkileyen temel faktörün aile eğitimi olduğu ileri sürülmektedir. Sosyal etkileşimlerde karakter, sonuçlarla, birisini veya bir şeyi model olarak kullanmakla ve rasyonel akıl yürütmeye şekillenmektedir. (Güney, 2009).

Psikologlara göre kişinin kişiliğinin tam olarak gelişebilmesi için yetişkinlik çağına ulaşması ve kendi üzerine düşünmesi gerekirken, karakter ise çocuğun dünyaya gözlerini açmasıyla başlayan bir çerçevedir (Aybey, 2015). Örneğin dürüstlük, hoşgörü, sabır, fedakarlık karakter özellikleri iken zeka, yetenek, kavgacılık gibi özellikler kişilik özellikleridir. Kişilik, kişinin düzenli olarak gerçekleştirdiği tutarlı eylemleri kapsadığından, bu eylemler bireyi diğerlerinden ayırmaktadır (Morgan, 2005). Adler'e (2008) göre karakter özellikleri, bireyin onurunu koruyan ve kolektif olarak onun yaşam biçimini şekillendiren niteliklerdir. Adler, kişiliğin doğumda önceden belirlenmediğine, kişinin yaşam tarzını şekillendirmek için zaman içinde geliştirildiğine inanmaktadır.

Karakter, bireyin kişisel içsel amaç ve ilkelerindeki farklılıkların temsilidir (Arkar, 2008). Karakter ile kişilik arasındaki temel ayrım, karakterin ahlaki değerlerden kaynaklandığı gerçeğinde yatmaktadır. Karakter, kişilik kapsamında değerlendirilen bilişsel bir boyuttur (Soyuçok, 2007). Bu bağlamda kişilik ile karakter arasında bir bağ vardır. Kişilik, her insanı benzersiz kılan farklı fiziksel ve psikolojik özellikleri ifade eder; karakter ise bu özellikleri kapsar ancak yalnızca bireyi tanımlanamamaktadır.

2.11.2.Mizaç

Bir kişilik boyutu olan mizaç, bireyin günlük yaşamında duygu, düşünce ve davranışlarında meydana gelen dalgalanmaları ifade etmektedir. Goodwin ve Jamison (1990) mizacın hem genetik hem de biyolojik faktörlerden etkilenecek tutum ve davranışlarımızı şekillendirdiğini ileri sürmektedir. Bir bireyin kendine özgü zihniyeti aynı zamanda kişisel duygu ve düşüncelerinin toplamı olarak da aktarılır. Bu ifade, kişiyi tanımlayan benzersiz özellikleri kapsar. Mizaç, Prior ve arkadaşlarının (2011) tanımladığı gibi, bireylerin duygu ve davranışlarını ifade etmelerindeki benzersiz yolları ifade etmektedir. Biyolojik olarak etkilenen bireysel bir farklılık olan mizaç, davranışın özünden çok yapısına odaklanmaktadır. (Zembat vd., 2018).

Evrensel bir niteliğe sahip olan mizaç, yaşamın ilk yıllarında değişiklik gösterse de, zamanla daha istikrarlı ve tutarlı hale gelmektedir. Aynı zamanda kişinin davranış kalıplarının şekillenmesinde de önemli bir rol oynamaktadır (Kökcü, 2009). Mizaç, zamanla tutarlı kalan ve değiştirilemeyen bir özelliktir. Ancak Kuyumcu ve

ark. (1987) çevresel faktörlerin mizacı etkileyerek değiştirebileceğini vurgulamaktadır. Karakter, bireyin eylemlerini toplumsal normlara göre değerlendirirken, mizaç genetik açıdan değerlendirilmesi gereken bir kavramdır. Bu ifade, mizacın bireyin kişilik özelliklerinden ziyade biyolojik yapısından etkilendiğini öne sürmektedir. Tüm bu deneyimlerin işlenmesi sonucunda kişinin kişiliği gelişir. Mizaç bireyin doğal bir özelliği olduğundan, mizacının doğduğu çevre ile uyumu kaçınılmazdır (Sarı, 2018). Milattan önceki yıllarda bile her bireyin kendine özgü mizaç özelliklerine sahip olduğu yaygın olarak kabul görmüştür (Akbaş vd., 2010) Çok. sevimli ve neşeli anlamına gelen sıcakkanlı, sert ve yavaş anlamına gelen yavaşkanlı, aşırı üzgün ve duygusal anlamına gelen melankolik, öfkeli, aşırı üzgün ve duygusal anlamına gelen asabi, asabi yani asabi gibi insanlara özgü çeşitli mizaç türleri vardır. Mizaç kavramını ilk ortaya atan ünlü doktor Hipokrat, bireyin vücut kimyasının mizacının şekillenmesinde önemli bir rol oynadığını öne sürmüştür. Ünlü filozofa göre mizaç teorisi dört ayrı kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar: (Zel, 2001);

Neşeli Mizaç : Bu bireyler, her zaman pozitiflik ve coşku yayan, neşeli ve canlı bir mizaca sahiptirler. Hobileri farklıdır.

Soğuk Mizaç: Soğuk, sert, kaba ve güçlü bir mizaç türüdür

Öfkeli mizaç: Çabuk öfkelenen, heyecanlı ve güçlü bir kişiliği ifade eder • melankolik mizaç: bunlar çabuk sıkılan, mutsuz, depresif ve dirençli kişiliklerdir.

2.11.3.Yetenek

Kişilik gelişiminde bir diğer önemli husus yetenektir. Belirli olaylarla karşılaştıklarında entelektüel ve fiziksel yetenekleri ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda yetenek, hem kişiliğin oluşumunun hem de kişiliğin gelişiminin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Zihinsel yetenek, bireyin ilişkileri tanıma, analiz etme ve bir dizi bilişsel süreçten sonra bir sonuca varma kapasitesini ifade etmektedir (Sakallı, 2019). Zihinsel yeteneklerin gelişimi yaş, cinsiyet gibi faktörlerden etkilenebileceği gibi doğuştan da gelebilmektedir (Şimşek vd., 2011). Sayısal ilgi, teknik anlama ve teknik ilgi, hafıza yeteneği, soyut düşünme ve öğrenmeyi kapsayan zihinsel yetenekler özellikler olarak ifade edilir. Bireyin vücudundaki organların yerine getirdiği işlevler, tüm fiziksel yetenekleri kapsamaktadır. Yürümek, koşmak, el ve ayakları hareket ettirmek, koklamak, tatmak, renkleri ayırt etmek gibi tüm

özellikler fiziksel özellikler olarak sınıflandırılmaktadır. Araştırmalar zekanın bireyin yaratıcı kişiliğini şekillendirmede çok önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

2.12.Kişilik Özellikleri

Kişilik, kişinin kendisini ve dış dünyasını açıklamak için kullandığı bir terimdir. Kişiliği tanımlarken önemli olan kişinin kendisine özgü olduğunu düşündüğü özelliklerinin neler olduğunu bilmesidir. Yapılan kişilik tanımlamalarında ortak olan kavramlar vardır. Bunlardan bazıları, “tutarlılık”, “süreklilik” ve “özgünlük”tür (Toplu, 2020).

Kişilik, bireyin davranışlarına yön veren; zaman, bağlam ve kişinin içinde bulunduğu şartların değişimine rağmen bireyin tutarlılık gösterdiği özellikleridir. Bir başka tanıma göre ise de kişilik, “bireyin kendisinden kaynaklanan tutarlı davranış kalıpları ve kişilik içi süreçlerdir” (Burger, 2006).

Bireyin gerek kendisini gerek başkasını ve dış dünyayı anlamasında kendisine yardımcı olan kişilik özellikleri, ilişki konusunda da kendini göstermektedir. Bireyin kişilik özellikleri; bir ilişkiyi başlatma, devam ettirme ve bitirme becerilerini, ilişkisine yüklediği anlamı ve ilişkinin kalitesini belirlemede oldukça önemlidir. Kişilik özellikleri insanların görüşlerini, hissettiklerini ve davranışlarını yansıtır. Kişilik özellikleri insanları birbirinden ayıran ana yönlerdir. Allport ve kişilik alanında çalışan diğer uzmanlara göre, insanların kişiliklerini ayırt etmenin kilit noktası bireylerin kişilik özelliklerini anlamaktır (Alabed ve Duwairi, 2023).

2.12.1.Beş Faktörlü Kişilik Özellikleri

Kişiliği tanımlama, kişiliğin ayırt edici özelliklerini belirleme çalışmaları, Allport, Cattell ve Eysenck gibi birçok kuramcı tarafından ele alınmıştır. Kişilik ile ilgili çalışmalar, 1980’lerin başında McCrea ve Paul Costa’nın katkılarıyla ilerlemiştir. 1985’e kadar uzanan zaman diliminde McCrea ve Paul Costa, faktör analizi yöntemini kullanarak öncelikle kişiliğin “dışadönüklük” ve “nevrotizm” boyutunu ele almıştır. Daha sonra bu iki boyuta “deneyime açıklık” boyutunu da ekleyerek üç faktörlü modeli öne sürmüşlerdir. Bundan kısa bir süre sonra da kişilikle ilgili beş boyutun olduğunu keşfedip bununla ilgili bir ölçek geliştirmişlerdir (Yazgan ve Yerlikaya, 2008). Beş faktörlü kişilik kuramı ortaya atılan birçok görüşü içine alan bir kavram olarak görülmektedir. Bu zamana kadar yapılan araştırmalar

kişilik ile ilgili çalışmaların beş faktörde bir araya getirilebileceğini göstermiş olup kültürlerarası çalışmalarda da doğrulanmıştır (Aslan vd., 2009).

2.12.1.1.Nevrotizm

Nevrotizm olumsuz duygusallık, duygusal dengesizlik olarak tanımlanmıştır. Klinik tedavi uzmanlarının aşına olduğu nevrozizm; stres, depresyon gibi olumsuz duygular yaşamaya daha yatkın olan kişileri ifade eder. Nevrotizm, bireyin duygusal dengesini ifade eder. Nevrotizmi yüksek olan bireyler genel olarak endişeli, kızgın, üzgün ve stresle başa çıkmada zayıflardır ayrıca bu bireyler olumsuz yaşam olayları karşısında kendini toparlama gücünün zayıf olduğu, bu olaylar karşısında şikayet eden, stresle başa çıkmada zayıf olan kişiler olduğu araştırmalarla desteklenmiştir. Nevrotizmi düşük olan bireyler ise dengeli ve stresi yönetmede başarılıdırlar (Ceyhan ve Çakmak, 2022).

2.12.1.2.Dışadönüklük

Costa ve McCrea'ya göre (1991) dışadönük insanlar; girişken, hareketli kişilik özelliklerine sahip olup eğlence ve memnuniyet gibi pozitif duyguları yaşamaya daha meyilli olan kişilerdir. Dışadönüklük kendini kişilerarası sosyallikte ve baskınlıkta gösterir ayrıca dışa dönük insanlar mizaç gereği yüksek aktivite bulunan ve mizah yeteneği gelişmiş olan kişilerdir. O'Brein ve De Longis (1996)'e göre de dışadönük insanlar stres yaratacak zor durumlar karşısında etkili başa çıkma stratejileri geliştirirler. Dışadönüklük, bireyin sosyalleşme düzeyini ve cana yakınlığını ifade eder. Dışadönük kişilik özelliği gösteren bireyler güzel duyguları yaşamaya meyilli, ilişkilerinde girişken bir yapıya sahip ve atılgan, hayatlarında heyecan arayan kişiler olduğu söylenebilir (Arıcıoğlu ve Çivitci, 2012).

Dışadönük kişilik özelliğine sahip bireyler dış dünyaya aktif katılım sağlayan, sosyal, kendinden emin ve pozitif duyguları deneyimlemeye daha yatkın kişilerdir. İçedönük bireyler ise geri çekilmeye meyilli, daha az aktif ve pozitif duyguları yaşamaya daha az meyillidirler (McElroy ve Moore, 2012).

2.12.1.3.Deneyime Açıklık

Deneyime açıklık beş faktör kişilik özellikleri içerisinde yer alan boyutlardan en kapsamlı olanıdır. Deneyime açık olan insanlar yeni etkinliklere katılmaya istekli ve entelektüel olarak meraklı kişilerdir. Ayrıca hayal gücü kuvvetli, estetik açıdan duyarlı ve serbest fikirli olan kişilerdir.

Deneyime açıklık ve mesleki davranış konusunda yapılan son araştırmalar, deneyime açıklık faktörünün mesleki ilgiler, örgütsel değişim ve dönüşümsel liderlik ile ilişkisini ortaya çıkarmıştır (McCrawe, 2004). Deneyime açıklık bir anlamda bireyin yeni durumları keşfetmeye istekli olmasıdır. Deneyime açık bireyler çoğunlukla çeşitliliği, yeni deneyimleri tercih eder ve entelektüel olarak meraklı kişilerdir. Deneyime açık olmayan kişiler ise karakteristik olarak tutucu ve tekdüzeliği tercih eden ve entelektüel olarak ilgisiz olan kişiler olduğu söylenebilir (Glass vd., 2013).

2.12.1.4.Sorumluluk

Sorumluluk; vazife şuuru, başarıma güdüsü, organize etme, planlama ve öz disiplin sahibi olma gibi özelliklerden oluşmaktadır. Sorumluluk, kişinin davranışı üzerindeki kontrolü ve davranışlarının düzenlenmesi ile ilgilidir. Sorumluluk kişilik özelliğine sahip olan bireyler disiplinli, düzenli ve başarı odaklıdır (Edmonds vd., 2009).

Sorumluluk sahibi olan insanların özellikleri arasında, başarılı olma yolunda daha çok azim ve sebat gösterme, planlı hareket etme, dürtüsellikten uzak, karar vermeden önce dikkatlice düşünme vardır. Sorumluluk, bireyin ne ölçüde organize, dikkatli ve öz kontrole sahip olduğuna işaret eder. Sorumluluk sahibi bireyler dürtüleri üzerinde kontrol sahibi, düzenli, gayretli ve hedeflerini gerçekleştirmek için gayret eden kişilerdir. Sorumluluk sahibi olmayan kişiler ise dürtüsel hareket ederler, düzensiz ve işlerini ertelemeye meyilli (Glass vd., 2013), haz odaklı ihmalkar, kayıtsız ve dürtüsel hareket eden kişilerdir. Tüm kültürlerde bir kişinin eş, arkadaş, meslektaş ve çalışan olarak sorumluluk sahibi, dikkatli ve gayretli olması oldukça önem taşımaktadır (Widiger ve Costa, 2012).

Sorumluluk sahibi ergenlerin (kişilerin) özkontrol sahibi oldukları dolayısıyla da daha duyarlı, bir hedef doğrultusunda çalışan, başarıma motivasyonu güçlü olan, sorumluluklarını zamanında yerine getiren kişiler olduğu söylenebilir. Bu özellikler sebebiyle sorumluluk sahibi ergenin oyun bağımlısı olma ihtimalinin düşük olduğu söylenebilir. Başka bir açıdan bakacak olursak düşük sorumluluk sahibi ergenlerin çok çaba harcamadan başarı duygusunu tatmin edecek, ihtiyaçlarını hızlı ve kolay yoldan karşılayabileceği oyun türlerine ilgi duyma ihtimallerinin yüksek olduğu söylenebilir (Keum vd., 2022).

2.12.1.5.Uyumluluk

Uyumluluk her şeyden önce insanlarla iletişimimizin yönünü belirleyen davranışlarımızın bir boyutudur. Uyumlu kişilik özelliklerine sahip olan kişiler, diğer kişiler ile kıyaslandığında daha fazla prososyal davranışlarda bulunan, iş birliğine daha yatkın, insanlarla ilişkilerinde daha kibar, katı ve sabit fikirleri olmayan, arkadaş canlısı kişilerdir. Uyumlu kişilik özelliğine sahip olan insanlar daha güvenilir, anlayışlı ve iş birliğine yatkınlardır. Tam aksi kişilik özelliğine sahip olanlar ise toplum değerlerini küçümseyen, duygusal olarak daha katı ve antagonistik, kişilerarası ilişkilerinde oldukça şüpheli olup, ortak amaç gerektiren işlerde karşısındakini rakip olarak gören kıyasıya rekabet eden, kendi emelleri için tartışmaya girmekten çekinmeyen kişilerdir. Uyumluluk boyutu yüksek olan bireyler ise güven veren, prososyal davranışlarda bulunan ve merhametli bireylerdir. Bu kişiler kişilerarası ilişkilerde rekabettense anlaşmaya varmayı, olumlu iletişim kurarak ortak anlayışa sahip olmayı tercih ederler (Burger, 2006).

Uyumluluk, bireylerin kişilerarası ilişkilerinde iş birliğine ne ölçüde dahil olduğunu yansıtır. Uyumlu bireyler ilişkilerinde dost canlısı, sosyal olmaya daha meyilli ve ılımlı yaklaşıma sahiptirler. Ayrıca uyumluluk boyutunda yüksek puan alan kişiler bir ilişkiyi başlatmaya daha yatkındırlar. Uyumsuz kişiler ise diğer insanlarla ilişkilerinde çok az tatminkarlardır, eleştirici, iş birliği yapmayan ve sert kişilerdir (Glass vd., 2013). Uyumluluğun, kişilerin hayatında kendini toparlama gücü vasıtası ile hayatlarında karşılaştıkları güçlük yaratan durumlar karşısında dengeye ulaşabilmesi için önemli bir unsur olduğu söylenebilir (Ceyhan ve Çakmak, 2022).

2.13. Kişiliği Şekillendiren İstek ve Arzular

Garrison'a göre bireyin kişilik gelişimini şekillendirecek belli arzuları vardır. Bu istek ve arzularını şu şekilde ifade etmektedir (Bozgeyikli, 2001):

- Sevgi ihtiyacı: İnsanın sevgi ihtiyacı erken yaşlarda ortaya çıkar, ergenlik döneminde artar ve sürekli bir ihtiyaç olarak görülür Aidiyet, insan doğasının temel bir özelliğidir.

- Bağımsızlık ihtiyacı: Bağımsızlık ihtiyacı küçük yaşlardan itibaren belirgindir. Bunun nedeni ise kişinin hayatta birçok karar vermesidir.

•Başarma ihtiyacı: Bireyin başarmaya yönelik istek ve beklentileri arttıkça bu ihtiyacı daha yoğun hisseder.

• Takdir edilme ihtiyacı: Takdir edilme ihtiyacı insanlar için çok önemli bir ihtiyaçtır İnsanlar, başarılarının kabul edilmesini ve benimsenmesini beklerler.

• Kendini değerli hissetme ihtiyacı: Kişinin değerleri olduğunu ve davranışlarının bu değerlere uygun olduğunu hissetme ihtiyacıdır

•Yaşam felsefesi ihtiyacı: İnsanlar yaşlandıkça hayata bakış açılarına ve değerlerine uygun bir yaşam felsefesi edinme ihtiyacı hissederler.

2.14.Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Kaygı İle İlişkisi

İnternetin yaygın kullanımı insanların iletişim biçimlerinde önemli bir dönüşüme yol açmıştır. Sosyal kaygısı olan bireyler bunu özellikle önemli buluyor çünkü sosyal medya uygulamalarının aşırı kullanımı yüz yüze iletişimi azaltmaktadır. Hatta araştırmalar sosyal kaygı tanısı alan bireylerin sosyal medyayı daha sık kullanma eğiliminde olduklarını göstermektedir (Shiri, 2016). Sonuç olarak, birisi sosyal medya uygulamalarını ne kadar çok kullanırsa, sosyal kaygı bozukluğu geliştirme şansı da o kadar yüksek olmaktadır. Sosyal medya platformlarını kullanan bireylerin çoğu zaman çevrimiçi olduklarında kendilerini daha tedirgin, kaygılı ve endişeli hissettikleri kaydedildi. Sosyal izolasyon bireylerde sosyal kaygıyı tetikleyen durumlara yol açabilmektedir. Bazı araştırmalar, sosyal kaygısı olan bireylerin alan kısıtlaması olmaması, kullanıcıların anonim olması ve etkileşim ve bağlantı kurma şansının sınırlı olması nedeniyle sosyal medya platformlarına başvurduğunu ileri sürmektedir. Özetle, sosyal kaygısı olan bireylerin, sosyal medya platformlarının kendine özgü özelliklerinden dolayı bu kaygıyı daha düşük yoğunlukta yaşadıkları ve bu platformlar aracılığıyla iletişimi tercih etmelerine yol açtığı vurgulanmaktadır. Sosyal kaygısı olan kişiler, günlük yaşamlarında yüz yüze iletişim kurmaktan ziyade çevrimiçi iletişim kurarken daha az kaygılı hissetme eğilimindedir. Bu nedenle bireylerin sosyal medyada geçirdikleri süre artmakta ve bu durum hayatlarını olumsuz etkilemektedir. (Zorbaz, 2013).

2.15.Sosyal Medya Kullanımının Kişilerarası İlişki Kurma İle İlişkisi

Bilgi ve iletişim teknolojisinin ilerlemesiyle birlikte sosyal medya uygulamaları bireyler için vazgeçilmez araçlar haline gelmiştir. Bu noktada

kişilerarası iletişimin, kişiler arası etkileşimlerden ziyade öncelikle sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleştiği görülmektedir. Sonuç olarak iletişimin doğrudan, yüz yüze bir etkileşimden, sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleşen bir eyleme dönüştüğü ileri sürülebilmektedir (Çalışır, 2010).

Sosyal. medya platformları kullanıcılara fiziksel temasa ihtiyaç duymama kolaylığı sunuyor ve bu da daha saldırgan davranışlara yol açabilmektedir. Bazen bu durum olumlu sonuçlara yol açabilir. Sosyal ortamlarda karşılıklı iletişimde olduğu gibi anında yanıt verme zorunluluğu yoktur. Bu durum tarafların mesajlara bilinçli bir şekilde yanıt vermelerini ve düşüncelerini mantıksal akıl yürütme yoluyla değerlendirmelerini sağlamaktadır. Sonuç olarak bu durumun kişilerarası iletişimde çatışmaların önlenmesi açısından önem taşıdığı ileri sürülebilmektedir (Kamışoğlu, 2013). Bazı araştırmalarda sosyal medya, bireylerin aileleri ve arkadaşlarıyla anlamlı bağlantılar kurmasının önünde bir engel olarak görülmekte ve sosyal medyanın yüz yüze etkileşimi azalttığı vurgulanmaktadır. Bireyler sanal ortamlardaki faaliyetlerine özgün ve yenilikçi yaklaşımlar oluşturmakta, bu durum bazen gerçek hayatlarında da olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir. Farklı bir bağlamda, örneğin depresyon yaşayan bireyler sosyal ortamlarda kendilerini daha rahat hissetmek için bu alanlarda teselli aramazlar ve bu durum gerçek hayatla olan bağlantılarının bozulmasına neden olmaktadır. Bu durum bu bireylerin internet bağımlılığı geliştirme olasılığını arttırmakta ve sosyal bağlantılarını olumsuz yönde etkilemektedir. (Hazar, 2011).

2.16.Sosyal Medya Bağımlılığının Kişi Üzerinde Etkileri

Sosyal medya, bireylerin iletişim ve sosyalleşme süreçleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (İnce ve Koçak, 2017). Bireyler bu maddenin etkisi altına girdiğinde bağımlılık hissi ön plana çıkmaktadır. Bu bağımlılık bireylerin yaşamlarını olumsuz yönde etkilemekte ve onların tüm yaşamlarını sosyal medya ile iç içe geçirmelerine yol açmaktadır (Yusufoğlu, 2017). Temelde teknolojinin amacı dışında kullanılması bağımlılıkla sonuçlanabilmektedir (Çakır, 2013). Gençlerin ve gençlerin sosyal medya kullanımlarının yakından takip edilmesi, bağımlılık belirtilerinin dikkate alınması büyük önem taşımaktadır. Özellikle gençler arasında yaygın olan problemli internet kullanımının onların psikolojik ve fiziksel sağlıkları ile günlük rutinlerini olumsuz etkilemesi nedeniyle, bu olumsuz etki akademik uğraşlarında da kendini göstermektedir (Döner, 2011). Sosyal medya bağımlılığı, saldırgan davranışlar

sergileme, kişilik bozuklukları, ilgisizlik, öğrenme güçlüğü, erken ergenlik, göz bozuklukları, sırt ve bel problemleri, kilo kontrolünün kaybı ve obezite, asosyallik, içe dönüklük, depresyon, çevreyle çatışma gibi sağlık sorunları, akademik zorluklar, iletişim güçlükleri, kaygı bozuklukları, yanlış anlaşılma duygusu ve içe kapanma gibi olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir (Alper vd., 2015) Güneş. vd. (2018) sosyal medya bağımlılığı ve uyku kalitesi üzerine yaptıkları araştırmada, sosyal medya bağımlısı bireylerin uyku kalitesinin düşük olma eğiliminde olduğunu keşfetmiştir. Bu sonuca dayanarak sosyal medya kullanımının bireyin uyku düzenini ve genel uyku kalitesini olumsuz yönde etkilediği sonucuna varılabilir. Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan ayrı bir çalışmada araştırmacılar, 251 üniversite öğrencisinin sosyal medya bağımlılığı ile yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bulgular, sosyal medyanın aşırı kullanımının bireyin genel yaşam memnuniyeti üzerinde zararlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Aktan (2018) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılıklarına etkisini değişkenleri analiz ederek araştırmış ve sosyal medya kullanım süresi ile bağımlılığın gelişimi arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Cihazı kullanarak geçirilen süreyi yönetmenin önemini vurgulamıştır. Sosyal medya bağımlılığının gelişmesinde en önemli faktörün gün içinde sosyal medyada geçirilen süre olduğu sonucuna göre, kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığının da artmasına neden olacaktır. Tutgun ve Deniz (2016) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde sosyal medya bağımlılığını ölçmek amacıyla yapılan araştırmaya göre, kullanım düzeylerinde cinsiyete göre farklılıklar olduğu, kadınların erkeklere göre daha fazla sosyal medya tercihi gösterdiği ortaya çıkmıştır. Kadınlar sosyal medyayı duygusal destek kaynağı olarak algılamakta, araştırmalar erkeklerin sosyal medya kullanımından olumsuz etkiler yaşadığını göstermektedir. Whang vd., (2003) yalnızlık ve depresyonun bağımlılıkla bağlantılı olduğunu vurgulamış ancak ayrı bir çalışmada bağımlılıkla mücadele eden bireylerde depresyona rastlanmıştır. Araştırma depresyon, anksiyete bozukluğu ve internet bağımlılığı arasındaki güçlü bağlantıyı vurgulamaktadır. (Balci ve Baloglu, 2018).

Ho vd. (2017) tarafından yapılan bir çalışmada Singapur'da iki grubu gözlemleyerek bağımlılığı etkileyen faktörleri belirlemeye çalıştıkları çalışmada, gençlerin bağımlılık davranışları sergileme olasılığının daha yüksek olduğu ve sosyal ağları kullanan bireylerin benlik algılarının farklılaştığı sonucuna varmışlardır.

2.17.Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kişilik Üzerine Bir Değerlendirme

Bağımlılık genellikle bireyin kişisel kararı olarak görülmektedir. Kişi bağımlılık geliştirmeyi seçse de, zamanla bu kararın sonucunda iradesi dışında yeni tutum ve davranışlar ortaya çıkmaktadır (Coşkun, 2019). Soykut (2008) kişiliğin ve bağımlılığın gelişimindeki ortak faktörün çevrenin etkisi olduğunu savunmaktadır. Kişilik gelişimi gibi bağımlılık da çevresel faktörlerin ve bireyin kişisel özelliklerinin birleşiminden kaynaklanmaktadır. Obsesif kişilik yapısına sahip bireyler için internet ve sosyal medya bağımlılığı gibi davranışsal bağımlılıklar, kimyasal bağımlılıklara benzer psikolojik ve fizyolojik zorluklar yaratan bir bağımlılık türü olarak değerlendirilmektedir. Landers ve Lounsbury'ye (2006) göre kişilik yapıları internet bağımlılığıyla yakından bağlantılıdır. Gün içinde iletişim amacıyla interneti önemli oranda kullanmak, ekonomik durumunun yüksek olması, erkek olmak, gelecek beklentisi içinde olmak, depresyon yaşamak, yalnızlık ve yüksek tatminsizlik internet bağımlılığına katkıda bulunan kişilikle ilgili faktörlerdir. Kaygı, takıntı, içe dönüklük, sosyal geri çekilme ve öz kontrol eksikliği ile karakterize edilen kişilik yapısına sahip bireylerin internet bağımlılığı geliştirme ihtimalinin daha yüksek olduğu belirtiliyor.

Kim ve ark. (2009), başkalarıyla etkili bir şekilde iletişim kurmakta zorlanan yalnız bireylerin sorunlu internet kullanımına yönelme eğiliminde olduklarını bulmuşlardır. Bu aşırı kullanım nedeniyle temel faaliyetlerde bulunamadıklarını ve sağlıklı bir yaşam tarzı sürdüremediklerini belirtmiştir. 1998 yılında Carnegie Mellon Üniversitesi tarafından yapılan bir araştırma, internette önemli miktarda zaman geçiren bireylerin, harcamayanlara kıyasla daha yüksek düzeyde yalnızlık ve depresyon yaşama eğiliminde olduklarını ortaya çıkarmıştır.

Odacı ve Kalkan (2010) bir grup üniversite öğrencisiyle yaptıkları araştırmaya göre, önceki araştırma bulgularıyla paralel olarak, öğrenciler arasında yalnızlık düzeyi arttıkça problemleri internet kullanımının da artma eğiliminde olduğunu bulmuşlardır. İnternet bağımlılığı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki incelendiğinde, bir kişilik özelliği olan depresyon pozitif bir ilişki gösterirken, sorumluluk negatif sonuç vermektedir (Çınar ve Mutlu, 2019) Batıgün ve Kılıç (2011) tarafından öğrenciler üzerinde internet bağımlılığı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla yapılan çalışmada, nevrotik özellikler,

uyumluluk ve sorumluluk ile internet bağımlılığı arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Psikolojik bozukluklar ve sosyal desteğin ele alındığı bu çalışmada kişilik özelliklerinden dolayı sosyalleşme sorunu yaşayan bireylerin toplumdan alamadıkları desteği internet ortamında algıladıkları ve dolayısıyla interneti daha fazla kullanma eğiliminde oldukları düşünülmektedir. Tüm bu sorunların yanı sıra kişi kendisini sosyal etkileşimlerden soyutlayıp internet üzerinden sanal bir dünyaya kapılarak kendini köle hissetmeye başlar. İnternetin bu kişilik yapısına sahip bireyler için gerçek kimliklerini gizleyerek farklı bir kişilik oluşturmalarına olanak sağlaması nedeniyle cazip bir platform olduğu düşünülmektedir.

Araştırmaların çoğunluğu internet bağımlılığı ile yalnızlık arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Tüm bu olumsuz etkilerin yanı sıra internet bağımlılığı, sosyal izolasyon, uygunsuz içeriklere maruz kalma gibi kişilik gelişimini çeşitli yönlerden olumsuz etkileyen faktörleri de içermektedir. İnternet bağımlılığı ve kişilik özellikleri ile ilgili literatürde içe dönüklük ve dışadönüklük ayrımı bulunmaktadır. Dışa dönük bireyler yüz yüze sosyal etkileşimleri tercih etme eğilimindeyken, içe dönük bireyler genellikle güvenilir bir iletişim aracı olarak internete daha çok güvenirlir. İnsanların sosyal medya platformlarına katılmayı tercih etmelerinin çeşitli nedenleri vardır. Birey bu ortamlarda sosyalleşirken yeni ilişkiler kurar, sohbet eder, gelişmelerden haberdar olur ve yeni bir kimlik oluşturur (Cabral, 2011). Birey yeni bir kimlik geliştirebilir, yeni ilişkiler kurabilir Bireyler. gerçek hayattaki bağlantılarını sosyal medya platformlarına kaydırarak internette alternatif bir gerçeklik inşa ederek hayatlarını sanal olarak yaşamalarına yol açmaktadır. Bu durumun sosyal medya platformlarını sık sık kontrol etmek, internete erişemediğinizde kaygı yaşamak, başkalarının paylaştığı çevrimiçi içerikleri takip edemediğinizde dışlanmış hissetmek gibi birçok sonucu vardır. Tüm bu eylemler, bağımlılık veya sosyal izolasyon gibi hem zihni hem de bedeni etkileyen olumsuz sonuçlarla sonuçlanabilmektedir.(Oyman, 2016).

Sosyal medyanın olumsuz sonuçlarından biri de sosyal bir hastalık olan fomo'nun (kaçırma korkusu) ortaya çıkmasıdır (Çınar ve Mutlu, 2018). Bireyin gelişmeleri kaçırma korkusu, gündemden haberdar olamama, internetten uzak kaldığında öfke ve boşluk duygusu, internete erişemediğinde ise dışlanmışlık hissi bu kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur (Hayran vd., 2016). Bu bireyler her zaman başkalarının nerede olduğunu ve yaptıklarını merak eder ve başkalarının

yaptıklarının dışında kalmaktan korkarlar. Sosyal olay ve deneyimleri kaçırmaktan korkan bireyler, yalnızlık duygularını hafifletmek için sıklıkla sosyal medyaya yönelmektedir (Gökler vd., 2016). Bu kişiler sosyal medyada paylaşım yaptıklarında yalnızlık duygularının ortadan kalktığını, daha fazla sevgi ve ilgi gördüklerini iddia etmektedir. Sosyal medya bağımlılığı ve kişilik üzerine yapılan araştırmalar, bir kişinin sosyal medyayı ne kadar sık kullandığını, psikolojik sorunların gelişme olasılığının o kadar yüksek olduğunu göstermiştir. Psikiyatrik bozukluklar arasında sosyal medya bağımlılığı ile en olumlu ilişkisi olan sorunların sırasıyla şizofreni, kişilik bozukluğu, kaygı bozukluğu, öfke ve düşmanlık duyguları olduğu belirlenmiştir (Bilgin, 2018). Sosyal medya kullanımına ilişkin farklı bir bakış açısına göre Bektaş (2018), sosyal medya kullanımının kişinin stres düzeyine ve ruhsal sağlığına olumlu etkisi olduğunu ileri sürmektedir.

Sosyal medya, genç kullanıcıların sanal ortamda kimlik oluşumunda önemli bir etkiye sahipken, insanlar hâlâ bu ortamın desteklediği uygulamaları kullanarak sosyal faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu bireyler video, müzik ve oyun gibi farklı medya türleri aracılığıyla çevrimiçi platformlara yönlendirilmektedir (Armağan, 2013). Wang vd diğerleri (2011), sosyal ağ sitelerinin ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal becerilerini geliştirmelerine yardımcı olarak kimlik oluşumunda rol oynadığını ileri sürmektedir. Narsisizmin yayılmasında sosyal medya ortamının da önemli bir etkisi vardır. Bazı araştırmacılar aşırı sosyal medya kullanımını kullanıcının narsistik eğilimlerine bağlamaktadır. Bergman vd. (2011)'e göre sosyal medya platformları bireylerin narsistik kişilik özellikleri sergilemeleri için ideal bir ortam sağlamaktadır. Sosyal ağ platformu kullanan bireylere odaklanan bir araştırma, narsisizmin çevrimiçi gruplara katılımın artmasına yol açtığını ve insanların bu sanal alanlarda kendilerini farklı şekilde sunduklarını keşfetmiştir. Narsisizm ile internet kullanımını arasındaki ilişkiyi araştırmak için, özellikle sosyal paylaşım sitelerinin etkisine vurgu yapan çok sayıda çalışma yapılmıştır (Şafak ve Kahraman, 2019).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1.Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada, yetişkin bireylerin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik belirti düzeyleri arasındaki ilişkinin etkisini inceleyen ilişkisel modelde betimsel bir araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde bağımlı değişkenle ilişkili olan iki ya da daha fazla bağımsız değişkene (yordayıcı değişkenlere) dayalı olarak bağımlı değişkenin tahmin edilmesine yönelik bir analiz türüdür (Büyüköztürk vd., 2016)

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde sosyal medya kullanıcısı olan yetişkinler oluşturmaktadır. Doğru sonuçların elde edilmesi ve bir ölçeğin psikometrik yapısını ortaya çıkarmak için Nunally (1978) madde sayısının 10 katını önerirken, Gorush, (1983) 15 katını, Kass ve Tinsley (1979) ile Bryman ve Cramer, (2001) ise örneklem sayısı 300'ün altında ise madde sayısının 5-10 katı olması gerektiği, örneklem sayısı 300'ü geçtiğinde kararlı sonuçlara ulaşılabileceği üzerinde durmaktadır. Aynı şekilde Tabachnick ve Fidell (2001) faktör analizi için en az 300 örnekleme önerirken, Comrey ve Lee (1992) bir sınıflamaya giderek, 100 örnekleme “zayıf”, 300 örnekleme “iyi”, 1000 örnekleme “mükemmel” olarak nitelendirmiştir. Araştırmada literatür doğrultusunda hareket edilerek madde sayısının (70 madde) 5 katına ($70 \times 5 = 350$) ulaşılması hedeflenmiştir. Veri toplama süreci sonunda toplam 400 kişiye ulaşılmıştır.

Araştırmaya Dâhil Edilme Kriterleri

- ☐ Sosyal medya kullanıcısı olmak
- ☐ Türkçe okuma yazması olan, 18-40 yaş aralığında Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşı olmak

Araştırmaya Dışlanma Kriterleri

- ☐ Anket formunu eksik doldurmak

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmanın verileri, iki ayrı ölçek methodologyyla toplanacaktır. Bu süreçte, Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu ve Kısa

semptom Envanteri kullanılmıştır. Veriler Google Forms aracılığıyla kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Bu form araştırmacı tarafından geliştirilmiş ve yetişkin bireylerin demografik verilerini toplayabilmek için hazırlanmıştır. Araştırmaya katılacak yetişkin bireylerin cinsiyeti, yaş grubu, medeni durumu, eğitim düzeyi, gelir durumu, sosyal medya hesabının olup olmadığı, sosyal medya kullanım sıklığı ve sosyo demografik özelliklerine yönelik bazı değişkenleri içeren sorulardan oluşmaktadır.

3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu

Gerçekleştirilen açıklayıcı ve doğrulayıcı analizler sonucunda SMBÖ-YF'nun beşli Likert tipi, 2 alt boyut (sanal tolerans ve sanal iletişim) ve 20 betimlemeden oluşan bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Sanal tolerans alt boyutu 1-11'inci maddeler, sanal iletişim ise 12-20'inci maddelerden oluşmaktadır. 5. ve 11. maddeler ters puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 100, en düşük puan ise 20'dir. Puanın yüksek olması bireyin kendisini "sosyal medya bağımlısı" olarak algıladığı biçiminde değerlendirilmektedir (Şahin ve Yağcı, 2017).

Graham ve arkadaşlarına (17) göre ise genel olarak güvenirlik genellemesi çalışmaları, gözlemlenen çeşitli faktörlerden kaynaklanan varyansların yüzdesini ifade eder. Güvenirlik genellemesinde en yaygın kullanılan güvenirlik ölçüsü Cronbach alfa değeridir. Cronbach alfa, iç tutarlılık güvenirliğinin bir ölçüsüdür ve bir ölçümdeki madde uyumunun derecesini ortaya koyar. Bu çalışma da aynı şekilde SMBÖ-YF ölçeğini kullanan ve aynı zamanda güvenirlik değeri raporlayan çalışmaların Cronbach alfa değerleri üzerinden yürütülmüştür.

3.3.3. Kısa Semptom Envanteri (KSE)

Kısa Semptom Envanteri (KSE), 53 maddeden oluşan Likert tipi bir ölçektir. Maddeler "hiç" ve "çok fazla" ifadelerine karşılık gelen 0- 4 değerleri arasında derecelendirilmiştir. Dokuz alt ölçek, üç global indeks ve ek maddelerden oluşmaktadır. Ölçeğin orijinalinde yer alan alt ölçekler, "somatizasyon", "obsesif-kompulsif bozukluk", "kişilerarası duyarlılık", "depresyon", "anksiyete", "hostilite", "fobik anksiyete", "paranoid düşünceler" ve "psikotizm"dir. Global indeksler ise

“rahatsızlık ciddiyeti indeksi”, “belirti toplamı” ve “semptom rahatsızlık indeksi” olarak adlandırılmaktadır (Şahin vd.,2002).

KSE de SCL-90 gibi, 9 alt ölçekten ve global rahatsızlık belirleyicisi 3 ölçekten oluşmuştur. Ölçek oluşturulurken, SCL-90'nın 9 faktörüne dağılmış olan 90 madde arasından, her faktörde en yüksek yükü almış toplam 53 madde seçilmiş ve 5-10 dakikada uygulanabilen benzer yapıda kısa bir ölçek elde edilmiştir. KSE' deki maddeler de "Hiç" ve "çok fazla" ifadelerine eşlik eden 0-4 değerleri arası derecelendirilmiş Likert tipi bir ölçek üzerinden puan almaktadır. Ölçeği dolduracak kişilere, her maddeyi ayrı ayrı okumaları ve o gün dahil olmak üzere son hafta içinde bu belirtilerden herbirinin, kendilerini ne kadar rahatsız ettiğini işaretlemeleri söylenmektedir. Her altölçek için belirlenen toplam, o ait ölçekteki madde sayısına bölündüğünde o boyut için bir puan elde edilmektedir. Alt ölçekler "Somatizasyon", "Obsesif-Kompulsif", "Kişilerarası Alınganlık", "Depresyon", "Anksiyete", "Hostilité", "Fobik-Anksiyete", "Paranoid Düşünceler", "Psikotizizm" olarak isimlendirilmişlerdir. Global Rahatsızlık belirleyici üç ölçek ise farklı puanlama yöntemleri olan ve puanlama türüne bağlı olarak “Rahatsızlık Ciddiyeti İndeksi”(RCI)-(Global Severity Index), “Belirti Toplamı”(BT)-(Positive Symptom Total) ve "Semptom Rahatsızlık İndeksi"(SRI)- (Positive Symptom Distress Index) olarak isimlendirilmiştir (Şahin vd.,2002).

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma sürecinde toplanan veriler SPSS 28.0.1 paket programı ile analiz edilecektir. Toplanan verilerin analizinde katılımcıların özelliklerine ilişkin puan ortalamalarının hesaplanmasında betimleyici istatistikler kullanılacaktır. Değişkenlere ilişkin analizlerde normal dağılım durumu incelenecek ve normallik varsayımının karşılanma durumuna göre istatistiksel testler seçilecektir. Normallik varsayımının karşılanması halinde grupların puan ortalamalarının karşılaştırılmasında iki kategorisi olan değişkenlere bağımsız gruplar için t-TESTİ kullanılacak, üç ve daha çok kategorili gruplarda yapılacak karşılaştırmalarda ise Varyans Analizi ANOVA uygulanacaktır. Normallik varsayımının karşılanmaması halinde ise grupların puan ortalamalarının karşılaştırılmasında iki kategorisi olan değişkenlerde Mann Whitney U Testi kullanılacak, üç ve daha çok kategorili gruplarda yapılacak karşılaştırmalarda ise Kruskal Wallis Testi kullanılacaktır.

Değişkenler arasındaki korelasyon ise normallik varsayımı karşılanmış ise Pearson Momentler Çarpım Katsayısı ile karşılanmamış ise Spearman Korelasyon katsayısı ile incelenecektir. Anlamli veriler için etki düzeyini belirlemede regresyon analizi yapılacaktır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1.Katılımcıların İlişkin Demografik Özellikler

Bu bölümde çalışma kapsamında elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Tablo 1.'de araştırmaya katılan katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin frekans ve yüzdelik dağılımları gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgilerinin Frekans ve Yüzdelik Dağılımları

		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	232	66,1
	Erkek	119	33,9
	Toplam	351	100
Yaş	18-24	120	34,2
	25-31	151	43,0
	32-40	80	22,8
	Toplam	351	100
Medeni Durum	Evli	145	41,3
	Bekar	202	57,5
	Diğer	4	1,1
	Toplam	351	100
Eğitim Durumu	İlköğretim	6	1,7
	Lise	48	13,7
	Ön Lisans	67	19,1
	Lisans	186	53,0
	Yüksek Lisans	42	12,0
	Doktora	2	0,6
	Toplam	351	100

Çocuk	Var	111	31,6
	Yok	240	68,4
	Toplam	351	100
Düzenli İş	Var	243	69,2
	Yok	108	30,8
	Toplam	351	100
Çalışma Süresi	1 yıldan az	117	33,3
	1-5 yıl arası	146	41,6
	5-10 yıl arası	50	14,2
	11 yıl ve üzeri	38	10,8
	Toplam	351	100
Sosyal Medya Varlığı	Var	347	98,9
	Yok	4	1,1
	Toplam	351	100
Sosyal Medya Sayısı	1	31	8,8
	2	135	38,5
	3	148	42,2
	Daha fazla	37	10,5
	Toplam	351	100
Kullanılan Sosyal Medyalar	Instagram	327	34,2
	WhatsApp	340	35,6
	YouTube	152	15,9
	Facebook	82	8,6
	Tik Tok	55	5,8
	Toplam	956	100

Tablo 1.'e göre, katılımcıların 232'si (%66,1) kadın, 119'u (%33,9) erkek bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların 120'si (%34,2) 18-24 yaş arasında, 151'i (%43) 25-31 yaş arasındayken 80 kişi (%22,8) 32-40 yaş arasındadır. Katılımcıların

145'i (%41,3) evli, 202 kişi (%57,5) bekarken 4 kişi (%1,1) ne evli ne de bekardır. Katılımcıların 6'sı (%1,7) ilköğretim mezunu, 48'i (%13,7) lise mezunu, 67'si (%19,1) ön lisans mezunu, 186'sı (%53,0) lisans mezunu, 42'si (%12,0) yüksek lisans mezunu ve 2 kişi (%0,6) doktora mezunudur. Katılımcıların 111'inin (%31,6) çocuğu varken 240'ının (%68,4) çocuğu yoktur.

Katılımcıların 243'ü (%69,2) düzenli bir işte çalışırken 108'i (%30,8) düzenli bir işte çalışmamaktadır. Katılımcıların çalışma süresine bakıldığında 117 kişi (%33,3) 1 yıldan az süre, 146 kişi (%41,6) 1-5 yıl arası, 50 kişi (%14,2) 5-10 yıl arası ve 38 kişi (%10,8) 11 yıl ve üzeri süre çalışmaktadır. Katılımcılardan 4 kişinin (%1,1) sosyal medya hesabı yokken 347 kişinin (%98,9) sosyal medyası vardır. 31 katılımcının (%8,8) 1 sosyal medya hesabı, 135 katılımcının (%38,5) 2 sosyal medya hesabı, 148 katılımcının (%42,2) 3 sosyal medya hesabı ve 37 katılımcının (%10,5) 3'ten daha fazla sosyal medya hesabı vardır. Instagram kullanan katılımcı sayısı 327 (%34,2), WhatsApp kullanan katılımcı sayısı 340 (%35,6), Youtube kullanan katılımcı sayısı 152 (%15,9), Facebook kullanan katılımcı sayısı 82 (%8,6) ve Tik Tok kullanan katılımcı sayısı 55 (%5,8)'tir.

4.2. Ölçeklerin ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin ve alt boyutlarının güvenilirlik analizleri Tablo 2.'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Ölçeklerin ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Analizi

	Cronbach's Alpha	N	Ortalama	Varyans	Standart Sapma
SM Toplam	0,887	20	41,908	160,077	12,652
SM Sanal Tolerans	0,769	11	25,948	47,717	6,907
SM Sanal İletişim	0,870	9	15,960	48,141	6,938
KS Toplam	0,961	53	82,914	670,313	25,890
KS S	0,835	7	9,601	12,463	3,530
KS OKB	0,814	6	10,669	16,605	4,074

KS KD	0,758	4	5,891	6,611	2,571
KS D	0,760	6	10,339	15,213	3,900
KS AB	0,836	6	8,851	12,898	3,591
KS H	0,788	5	7,726	8,714	2,951
KS FA	0,770	5	6,646	4,921	2,218
KS PD	0,700	5	9,071	11,598	3,405
KS P	0,717	5	7,199	6,692	2,586

SM: Sosyal Medya Bağımlılığı, KS: Kısa Semptom Envanteri, S: Somatizasyon, OKB: Obsesif-Kompulsif Bozukluk, KD: Kişiler Arası Duyarlılık, D: Depresyon, AB: Anksiyete Bozukluğu, H: Hostilite, FA: Fobik Anksiyete, PD: Paranoid, P:Psikotizm

Tablo 2. İncelendiğinde, 20 maddelik SM'nin Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,887 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 41,908; varyansının 160,077; standart sapmasının 12,652 olduğu görülmektedir. 11 maddelik sanal toleransın Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,769 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 25,948; varyansının 47,717; standart sapmasının 6,907 olduğu görülmektedir. 9 maddelik sanal iletişimin Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,870 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 15,960; varyansının 48,141; standart sapmasının 6,938 olduğu görülmektedir. 53 maddelik KS'nin Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,961 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 82,914; varyansının 670,313; standart sapmasının 25,890 olduğu görülmektedir. 7 maddelik KS S'in Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,835 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 9,601; varyansının 12,463; standart sapmasının 3,530 olduğu görülmektedir. 6 maddelik KS OKB'nin Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,814 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 10,669; varyansının 16,605; standart sapmasının 4,074 olduğu görülmektedir. 4 maddelik KS KD'nin Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,758 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 5,891; varyansının 6,611; standart sapmasının 2,571 olduğu görülmektedir. 6 maddelik KS D'nin Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,760 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 10,339; varyansının 15,213; standart sapmasının 3,900 olduğu görülmektedir. 6 maddelik KS AB'nin Cronbach-Alpha iç tutarlılık

katsayısı 0,836 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 8,851; varyansının 12,898; standart sapmasının 3,591 olduğu görülmektedir. 5 maddelik KS H'nin Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,788 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 7,726; varyansının 8,714; standart sapmasının 2,951 olduğu görülmektedir. 5 maddelik KS FA'nın Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,770 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 6,646; varyansının 4,921; standart sapmasının 2,218 olduğu görülmektedir. 5 maddelik KS PD'nin Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,700 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 9,071; varyansının 11,598; standart sapmasının 3,405 olduğu görülmektedir. 5 maddelik KS P'nin Cronbach-Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,717 olarak bulundu. Tabloya bakıldığında ölçeğin ortalamasının 7,199; varyansının 6,692; standart sapmasının 2,586 olduğu görülmektedir.

4.3.Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kısa Semptom Envanteri Arasındaki İlişki

Tablo 3.Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kısa Semptom Envanteri Arasındaki İlişki

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1) SM_TOPLAM	R	1	0,913	0,914	0,614	0,408	0,589	0,614	0,560	0,512	0,514	0,379	0,559	0,505
	P		0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
2) SM_SANAL_TOLERANS	R	1		0,670	,500	0,325	0,475	0,482	0,459	0,413	0,421	0,302	0,456	0,407
	P			0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
3) SM_SANAL_İLETİŞİM	R	1			0,622	0,420	0,601	0,640	0,564	0,523	0,519	0,391	0,560	0,516
	P				0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
4) KS_TOPLAM	R	1				0,785	0,874	0,855	0,862	0,915	0,843	0,763	0,800	0,833
	P					0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
5) KS_S	R	1					0,729	0,577	0,541	0,743	0,659	0,604	0,510	0,544
	P						0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
6) KS_OKB	R	1						0,741	0,680	0,772	0,672	0,669	0,633	0,706
	P							0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
7) KS_KD	R	1							0,752	0,737	0,680	0,565	0,721	0,717
	P								0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
8) KS_D	R	1								0,763	0,680	0,579	0,693	0,742
	P									0,001*	0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
9) KS_AB	R									1	0,808	0,709	0,648	0,722

	P		0,001*	0,001*	0,001*	0,001*
10) KS_H	R		1	0,580	0,640	0,656
	P			0,001*	0,001*	0,001*
11) KS_FA	R			1	0,573	0,607
	P				0,001*	0,001*
12) KS_PD	R				1	0,636
	P					0,001*
13) KS_P	R					1
	P					

SM: Sosyal Medya Bağımlılığı, KS: Kısa Semptom Envanteri, S: Somatizasyon, OKB: Obsesif-Kompulsif Bozukluk, KD: Kişiler Arası Duyarlılık, D: Depresyon, AB: Anksiyete Bozukluğu, H: Hostilite, FA: Fobik Anksiyete, PD: Paranoid, P:Psikotizm *p<0.01

Araştırmada elde edilen bulgular arasında yer alan sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri arasındaki ilişki Tablo 3.'de gösterilmiştir. Buna göre, sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=614$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça kısa semptom envanteri artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin alt ölçeği olan somatizasyon arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=408$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça somatizasyon artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin alt ölçeği olan obsesif-kompulsif bozukluk arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=589$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça obsesif-kompulsif bozukluk artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin alt ölçeği olan kişiler arası duyarlılık arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=614$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça kişiler arası duyarlılık artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin alt ölçeği olan depresyon arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=560$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça depresyon artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin alt ölçeği olan anksiyete bozukluğu arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=512$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça anksiyete bozukluğu artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin alt ölçeği olan hostilite arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=514$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça hostilite artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin alt ölçeği olan fobik anksiyete arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=379$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça fobik anksiyete artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin alt ölçeği olan paranoid arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=559$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça paranoid artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile kısa semptom envanteri ölçeğinin alt ölçeği olan psikotizm arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=505$, $p<0.01$). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça psikotizm artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri ölçeğinin arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=500$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça kısa semptom envanteri artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan somatizasyon arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=325$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça somatizasyon artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan obsesif-kompulsif bozukluk arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=475$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça obsesif-kompulsif bozukluk artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan kişiler arası duyarlılık arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=482$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça kişiler arası duyarlılık artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan depresyon arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=459$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça depresyon artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan anksiyete bozukluğu arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=413$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça anksiyete bozukluğu artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan hostilite arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=421$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça hostilite artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan fobik anksiyete arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=302$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça fobik anksiyete artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan paranoid arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=456$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça paranoid artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal tolerans ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan psikotizm arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=407$, $p<0.01$). Sanal tolerans arttıkça psikotizm artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=622$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça kısa semptom envanteri artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan somatizasyon arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=420$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça somatizasyon artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan obsesif-kompulsif bozukluk arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=601$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça obsesif-kompulsif bozukluk artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan kişiler arası duyarlılık arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=640$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça kişiler arası duyarlılık artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan depresyon arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=564$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça depresyon artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan anksiyete bozukluğu arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=523$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça anksiyete bozukluğu artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan hostilite arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=519$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça hostilite artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan fobik anksiyete arasında zayıf kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=391$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça fobik anksiyete artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan paranoid arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=560$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça paranoid artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı alt ölçeği olan sanal iletişim ile kısa semptom envanteri alt ölçeği olan psikotizm arasında orta kuvvetli pozitif ilişki bulunmuştur ($r=516$, $p<0.01$). Sanal iletişim arttıkça psikotizm artmaktadır.

4.4. Sosyal Medya Bağımlılığının Kısa Semptom Envanterine Etkisi

Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu olan Sosyal Medya Bağımlılığının Kısa Semptom Envanterine Etkisi Tablo 4.'de gösterilmiştir.

Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılığının Kısa Semptom Envanterine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	T	p	F	p
Sanal Tolerans	S	0,757	7,623	0,001	41,111	0,001
	OKB	0,567	4,556	0,001	101,651	0,001
	KD	0,310	2,645	0,009	105,409	0,001
	D	0,602	5,013	0,001	93,135	0,001
	AB	0,548	4,827	0,001	71,591	0,001
	H	0,612	5,496	0,001	75,029	0,001
	FA	0,827	9,393	0,001	34,929	0,001
	PD	0,646	5,126	0,001	91,851	0,001

Sanal İletişim	P	0,649	6,597	0,001	69,364	0,001
	S	0,884	14,392	0,001	74,833	0,001
	OKB	0,840	11,522	0,001	197,141	0,001
	KD	0,527	7,942	0,001	242,190	0,001
	D	0,880	12,210	0,001	162,764	0,001
	AB	0,755	11,023	0,001	131,692	0,001
	H	0,841	12,413	0,001	128,357	0,001
	FA	0,930	16,970	0,001	63,112	0,001
	PD	0,929	12,315	0,001	163,688	0,001
	P	0,826	13,885	0,001	126,466	0,001

SM: Sosyal Medya Bağımlılığı, KS: Kısa Semptom Envanteri, S: Somatizasyon, OKB: Obsesif-Kompulsif Bozukluk, KD: Kişiler Arası Duyarlılık, D: Depresyon, AB: Anksiyete Bozukluğu, H: Hostilite, FA: Fobik Anksiyete, PD: Paranoid, P:Psikotizm

Tablo 4.'e göre, sanal toleransın somatizasyon üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal toleransın somatizasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=41,111$; $p<0.01$). Somatizasyondaki değişim %10,5 oranında sanal tolerans tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,105$).

Sanal toleransın obsesif-kompulsif bozukluk üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal toleransın obsesif-kompulsif bozukluk üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=101,651$; $p<0.01$). Obsesif-kompulsif bozukluktaki değişim %22,6 oranında sanal tolerans tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,226$).

Sanal toleransın kişiler arası duyarlılık üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal toleransın kişiler arası duyarlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=105,409$; $p<0.01$). Kişiler arası

duyarlılıktaki değişim %23,2 oranında sanal tolerans tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,232$).

Sanal toleransın depresyon üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal toleransın depresyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=93,135$; $p<0.01$). Depresyondaki değişim %21,1 oranında sanal tolerans tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,211$).

Sanal toleransın anksiyete bozukluğu üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal toleransın anksiyete bozukluğu üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=71,591$; $p<0.01$). Anksiyete bozukluğundaki değişim %17,0 oranında sanal tolerans tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,170$).

Sanal toleransın hostilite üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal toleransın hostilite üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=75,029$; $p<0.01$). Hostilitedeki değişim %17,7 oranında sanal tolerans tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,177$).

Sanal toleransın fobik anksiyete üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal toleransın fobik anksiyete üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=34,929$; $p<0.01$). Fobik anksiyetede değişim %9,1 oranında sanal tolerans tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,091$).

Sanal toleransın paranoid üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal toleransın paranoid üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=91,851$; $p<0.01$). Paranoiddeki değişim %20,8 oranında sanal tolerans tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,208$).

Sanal toleransın psikotizm üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal toleransın psikotizm üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=69,364$; $p<0.01$). Psikotizmdeki değişim %16,6 oranında sanal tolerans tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,166$).

Sanal iletişimin somatizasyon üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal iletişimin somatizasyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=74,833$; $p<0.01$). Somatizasyondaki değişim %17,7 oranında sanal iletişim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,177$).

Sanal iletişimin obsesif-kompulsif bozukluk üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal iletişimin obsesif-kompulsif bozukluk üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=197,141$; $p<0.01$). Obsesif-kompulsif bozukluktaki değişim %36,1 oranında iletişim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,361$).

Sanal iletişimin kişiler arası duyarlılık üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal iletişimin kişiler arası duyarlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=242,190$; $p<0.01$). Kişiler arası duyarlılıktaki değişim %41,0 oranında iletişim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,410$).

Sanal iletişimin depresyon üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal iletişimin depresyon üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=162,764$; $p<0.01$). Depresyondaki değişim %31,8 oranında sanal iletişim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,318$).

Sanal iletişimin anksiyete bozukluğu üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal iletişimin anksiyete bozukluğu üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=131,692$; $p<0.01$). Anksiyete bozukluğundaki değişim %27,4 oranında sanal iletişim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,274$).

Sanal iletişimin hostilite üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal iletişimin hostilite üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=128,357$; $p<0.01$). Hostilitedeki değişim %26,9 oranında sanal iletişim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,269$).

Sanal iletişimin fobik anksiyete üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal iletişimin fobik anksiyete üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=63,112$; $p<0.01$). Fobik anksiyetedeği değişim %15,3 oranında sanal iletişim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,153$).

Sanal iletişimin paranoid üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal iletişimin paranoid üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=163,688$; $p<0.01$). Paranoiddeki değişim %31,9 oranında sanal iletişim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,319$).

Sanal iletişimin psikotizm üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda sanal iletişimin psikotizm üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğu bulunmuştur ($F=126,466$; $p<0.01$). Psikotizmdeki değişim %26,6 oranında sanal iletişim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,266$).



TARTIŞMA

Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik belirtileri arasındaki ilişki ve bireyin farkındalık düzeyinin bu ilişkideki rolü araştırılmıştır. Teknoloji kullanımının artmasıyla birlikte gelişen sosyal medya uygulamaları, bireyler için vazgeçilmez bir sanal dünya oluşturan platformlar haline gelmiştir.

Katılımcıların, demografik bilgilerinden; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim çocuğunun olup olmadığı, düzenli işinin bulunup bulunmadığı, Çalışma süresi, Soysa medya hesabının varlığı, Sosyal medya sayısı ve kullanmış olduğu sosyal medyalar incelendiğinde; katılımcıların çoğunluğu dikkate alındığında katılımcıların %66,1'nin kadın, % 43'nün 25-31 yaş aralığında, % 57,5'nin bekar, %53'nün Lisans, %68,4 çocuğunun olmadığı, %69, 2'sinin düzenli işi olduğu, % 41,6'sının 1-5 yıl arasında düzenli çalışma süresi, %98,9 'unun sosyal medya varlığı bulunduğu, %42,2 3 ayrı sosyal medya hesabının olduğu, %35,6'sının kullanılan sosyal medya olarak WhatsApp'ı tercih ettiği belirlenmiştir.

Sosyal ağların mesajlaşma işlevi sıklıkla kullanılmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları arasında en sık kullanılan sosyal medya hesabının whatsapp olduğu görülmektedir (n=340). Yetişkinler arasında en popüler mesajlaşma servisi olan whatsapp, araştırmamızda her 10 öğrenciden 8'i tarafından kullanılmıştır. Whatsapp, anlık mesajlaşmayı, resimli, videolu ve sesli aramaları kolaylaştırmakta olan bir uygulamadır. Özellikle trafikte yarattığı dikkat dağınıklığı ve kazaların artması dikkate alındığında bağımlılık potansiyelinin yüksek olduğu düşünülebilir. Masthi vd. (2018) yapmış oldukları çalışmada soysa medya uygulamaları içerisinde gençler arasında en çok kullanılmakta olan uygulama Whatsapp'tır ve çalışmamızla benzerlik göstermektedir.

Bu çalışmanın sonuçları ve literatür bilgisi, sosyal medyanın sık kullanımının psikoloji rahatsızlık belirtileri üzerinde olumsuz etkileri olduğunu göstermektedir. Ancak sosyal medya kullanımı yoluyla insanların yalnızca bağımlı hale gelmediği, bilinçli farkındalığın da bağımlılığa katkıda bulunduğu gösterilmiştir.

Depresyon ve Obsesif Kompulsif Bozukluğun, sosyal medyayı sık kullanan kişilerde diğer kullanıcılara göre daha yaygın olduğu tespit edilmiştir. Bilgin (2018)

ve Şentürk (2017) yapmış oldukları çalışmada sosyal medyayı bir destek aracı olarak görenlerin depresyon, somatizasyon ve obsesif kompulsif bozukluk oranlarının, sosyal medyayı bir destek aracı olarak görmeyenlere göre daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Bu sonuçlar çalışmamız ile benzerlik göstermektedir. Araştırmalar, insanların olumsuz bir duygusal durumdayken sosyal medyayı rahatlamaya çalışmak için kullandıklarını desteklemektedir. Bilgin (2018) ve Şentürk (2017) çalışmasında ayrıca sosyal medya kullanımı sırasındaki çeşitli etkileşimler nedeniyle ortaya çıkan psikotik belirtilerin arasında, sosyal medya bağımlılığı döngüsüne giren ve psikotik belirtiler sergileyen bireyler de yer almaktadır. Bu durumda çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Aşırı sosyal medya kullanımı ile psikolojik belirtiler arasındaki bağlantı önceki araştırmalarla uyumludur (Bilgin,2018; Çayırılı, 2017; Şentürk, 2017; Przybylski vd.,2013 ve Ülev, 2014). Ancak kişilerin bilinçli farkındalık düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik belirtilerle olumsuz ilişkisi vardır (Özdoğan, 2018; Ünal, 2015). Araştırmamız, sosyal medya bağımlılığının psikolojik belirtiler ile bireylerin bilinçli farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkiye aracılık etmede önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu durum bilinçli farkındalık düzeyi arttıkça psikolojik belirtilerin ve sosyal medya bağımlılığının önemli ölçüde azaldığını göstermektedir. Bu araştırma, bireylerin şu ana odaklanıp kendi duygu ve düşüncelerinin farkına vardıklarında olumsuz sorunların etkisini azaltabildiklerini göstermiştir.

Bulgular arasında, günlük sosyal medya kullanım süresi ne olursa olsun, sosyal medya bağımlılığı üzerinde önemli etkisi olan psikolojik belirtilerin somatizasyon, obsesif-kompulsif bozukluk, Kişiler Arası Duyarlılık, depresyon, Anksiyete bozukluğu, Hostilite, Fobik Anksiyete, Paranoid ve Psikotizm üzerinde etkisinin olduğu olduğu gözlemlenmektedir. Bu belirtilerin kullanılmakta olan sosyal medya sayısına bakılmaksızın sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu bulunmuştur. Çeşitli çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Appel vd., 2016; Feinstein vd., 2013; Park ve Baek, 2017; Li, Li Wang ve Zhang, 2008).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma bulguları incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik bozukluklar arasında bir ilişki olduğu ortaya çıkmaktadır. Çeşitli psikolojik bozukluklar arasında sosyal medya bağımlılığı ile sırasıyla somatizasyon, obsesif-kompulsif bozukluk, Kişiler Arası Duyarlılık, depresyon, Anksiyete bozukluğu, Hostilite, Fobik Anksiyete, Paranoid ve Psikotizm arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Toplanan verilere göre sosyal medya bağımlılığı üzerinde en büyük etkiye sahip olan değişken, her gün sosyal medyada geçirilen süre miktarıdır sürenin varlığını ise sosyal medya varlığının kullanıcılarda çok sayıda olduğuna göre yorumlanmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile her gün sosyal medyada geçirilen zaman arasında güçlü ve pozitif bir ilişki vardır. Günlük olarak sosyal medyada geçirilen süre arttıkça sosyal medya bağımlılığının düzeyi de artmaktadır. Bu bulgu, McIntyre vd., belirttiği gibi önceki araştırmalarla uyumludur. Pantic vd. (2012) uzun süreli sosyal medya kullanımı çeşitli psikososyal ihtiyaçları karşılayabildiğini ve dolayısıyla bu platformlara bağımlılık olasılığını artırdığını tespit edilmiştir.

Bu çalışma, sosyal medya kullanımı ile psikolojik belirtiler arasındaki ilişkiyi incelemiş ve değişkenlerinin psikolojik belirtiler üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu sonuç, sosyal medya kullanımı ile paranoid düşünce ve psikopatoloji değişkenleri arasında daha yakın bir ilişkiye işaret ettiği düşünülmektedir. Gençlerde sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arttıkça paranoyak düşünce ve psikopatoloji düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir.

Öneriler

Bu çalışma, erken yetişkinlik dönemindeki bireylerin yanı sıra orta ve ileri yaş grubundaki bireylere odaklanmaktadır. Yetişkinlik döneminde araştırma yapılması tavsiye edilmektedir.

- Sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve yaşam doyumu çeşitli değişkenler kullanılarak değerlendirilmektedir. Analiz edilebilir ve birbirleriyle karşılaştırılabilir.
- Sosyal medya bağımlılığı sadece yetişkinlikte değil çocuklukta da ortaya çıkar ve Ayrıca gençlik yıllarında giderek daha yaygın hale gelmiştir. Bundan sonra. Gelecekteki çalışmalar genç yaş gruplarındaki sürdürülebilir uygulamalara odaklanmalıdır.

- Sosyal medya bağımlılığını önlemek için teknolojinin doğru ve etkili kullanımı ile ilgili eğitim faaliyetleri (seminer, konferans, panel vb) gerçekleştirilerek, bilinçli kullanım yaygınlaştırılabilir.

- Sosyal medya bağımlılığı yaşayan bireylere yönelik yapılandırılmış psikoeğitim programları oluşturularak, bu programlar aracılığı ile bireylerde bilinçli kullanıma ilişkin iç görüş geliştirilmesi sağlanarak, farkındalık oluşturmaları gerçekleştirilebilir.



KAYNAKÇA

- Acılar, A., ve Mersin, S. (2015). Üniversite öğrencilerinin facebook kullanımı ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 103-114. DOI:10.17755/esosder.71918
- Adler, A. (2008). *İnsanı Tanıma Sanatı*. İstanbul: Say Yayınları.
- Agosto, D.E., Abbas, J., & Naughton, R. (2012). Relationships and social rules: Teens' social network and other ICT selection practices. *Journal of the American Society for Information Science And Technology*, 63(6), 1108-1124.
- Ahlgren, M. (2023). Instagram İstatistikleri. Websiterating. [https://www.websiterating.com/tr/research/instagram-statistics/\(05.11.2024\)](https://www.websiterating.com/tr/research/instagram-statistics/(05.11.2024))
- Ahn, J. (2011). Digital divides and social network sites: Which students participate in social media. *Journal of Educational Computing Research*, 45(2), 47-163. DOI:10.2190/EC.45.2.b
- Akar, F. (2016). Ergenlerin internet ve sosyal medya kullanım özellikleri ile internet kullanım amaçlarının çeşitli değişkenlerce incelenmesi (Yozgat İli Örneği). *Bozok Üniversitesi Uluslararası Bozok Sempozyumu*, 05-06 Mayıs 2016, Yozgat, Türkiye.
- Akbaş, S., Kesebir, S., Böke, Ö., Karabekiroğlu, K., Sarısoy, G., ve Pazvantoğlu, O. (2010). Hastaneye Başvurusu Özkıyım Girişimiyle Olan Ve Olmayan Majör Depresif Bozukluklu Ergenlerin Ve Annelerinin Mizaç Özellikleri. *Anadolu Psikiyatr Dergisi*, 11, 9-17.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Alabed, A. & Duwairi, R. (2023). Shooter video games for personality prediction using five factor model traits and machine learning. *Simulation Modelling Practice and Theory*, 122, 102665.
- Alper, A. (2012). *Sosyal Ağlar*. Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- Andreassen CS, Torsheim T, Brunborg GS, Pallesen S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychol Rep.*, 110(2):501-17
- Apel, H., Gerlach, A.L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44-49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>.
- Argın, F. S. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy Örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Arkar, H.(2008). Cloninger'in Mizaç ve Karakter Boyutları ile Kişilik Bozuklukları Arasındaki İlişki. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 77(3), 115-124.
- Arıcıoğlu, A. Ve Çivitci, N. (2012). Helping styles and personality traits based on the five-factor theory of counselor candidates. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(23), 78-96.
- Arısoy Ö. (2009).İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*; 1:55-67.
- Armağan, A. (2013). Gençlerin sanal alanı kullanım tercihleri ve kendilerini sunum taktikleri: bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(27), 78-92. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.475515>
- Aslan, B. (2007). *Web 2.0 Teknikleri ve Uygulamaları*. XII. “Türkiye’de İnternet” Konferansı Bildirileri, 8-10.
- Aslan, E., Yazıcı, A.(2016). Internet Addiction Among University Students and Related Sociodemographic Factors. *Journal of Clinical Psychiatry*, 19(3):109-17.
- Aslan, A. & Gül Ünlü, D. (2016). İstagram Fenomenleri ve Reklam İlişkisi: İstagram Fenomenlerinin Gözünden Bir Değerlendirme, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 41-65.
- Ayas, T., ve Horzum, M.B. (2012). İlköğretim öğrencilerinin sanal zorba ve mağdur olma durumu. *İlköğretim Online*, 11(2), 369-380. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ilkonline/issue/8589/106740Society>, 15(2), 125-144.
- Aybey, S. (2015). Karakterin Değişmesinde Din Eğitiminin Rolü. *Electronic Turkish Studies*, 70(11). 201-214.
- Bahar, A. (2018). Bilişim suçları, iletişim ve sosyal medya. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 10(3), 1- 36.
- Balcı, Ş. ve Baloğlu, E . (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 209-234.
- Batıgün, A. ve Kılıç, N. (2011). İnternet Bağımlılığı ile Kişilik Özellikleri, Sosyal Destek, Psikolojik Belirtiler ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler. *Türk Psikoloji Dergisi*, 2011, 26(67), 1-10.
- Bayzan, Ş. (2013). *İnternetin bilinçli ve güvenli kullanımı*. Melek Kalkan, Canani Kaygusuz (Ed.) içinde, İnternet bağımlılığı sorunlar ve çözümler. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Bektaş, N. (2018). *Çalışan kadınların internet ve sosyal medya bağımlılığının sosyal kaygı ile ilişkisi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Haliç Üniversitesi, İstanbul.

- Bergman, M., Fearing, E., Davenport, S. ve Bergman, Z. (2011) Millennials, Narcissism And Social Networking: What Narcissists Do on Social Networking Sites And Why?. *Personality and Individual Differences*, 50, 706-711.
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237247.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship, *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 1-11.
- Buunk, B.P., & Ybema, J.F. (2003). Feeling bad, but satisfied: The effects of upward and downward comparison upon mood and marital satisfaction. *British Journal of Social Psychology*, 42 (4), 613-628. <https://doi.org/10.1348/014466603322595301>.
- Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. Çev: İ. D. Erguvansarioğlu, Kaktüs Yayınları, İstanbul.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., ve Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (22. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Bozgeyikli, H. (2001). Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Özellikleri İle Kişiler Arası İlişkilerde Farkında Olma Düzeyleri. (Yayınlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Cabral, J. (2011). Is Generation Y Addicted To Social Media. *The Elon Journal Of Undergraduate Research In Communications*, 2(1). 5-14.
- Calancie, O., Ewing, L., Narducci L.D., Horgan, S., & Khalid-Khan, S. (2017). Exploring how social networking sites impact youth with anxiety: A qualitative study of Facebook stressors among adolescents with an anxiety disorder diagnosis. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(4), article2 doi:10.5817/CP2017-4-2.
- Caplan, S. E., (2013). Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30, 625-648.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65. doi:10.1080/15456870.2015.972282
- Cengizhan, C. (2015). Öğrencilerin bilgisayar ve internet kullanımında yeni bir boyut: İnternet bağımlılığı. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22, 83-98.
- Cervone, D. ve Pervin, L. A. (2016). *Kişilik Psikolojisi Kuram ve Araştırma*. Çev: M. Baloğlu, Nobel Yayınları: Ankara.
- Chen, W., & Lee, K. H. (2013). Sharing, liking, commenting, and distressed? The

pathway between Facebook interaction and psychological distress. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 728-734. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0272>

Cerrah, İ. (2002). Bilişim teknolojileri ve etik: bilişim teknolojilerinin güvenlik hizmetlerinde kullanımın etik boyutu ve sosyal sonuçları. *Polis Bilimleri Dergisi*, 4(1-2), 137-155.

Ceyhan, A. A. (2011). İnternet kullanma temel nedenlerine göre üniversite öğrencilerinin problemleri internet kullanımı ve algıladıkları iletişim beceri düzeyleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11, 59-77.

Ceyhan, E. ve Çakmak, M. İ. (2022). Psychological resilience of high school senior students in the context of perceptions of the university entrance exam and five-factor personality traits. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 12(2), 322-358.

Chou, H.T.G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>.

Cihan, M. ve Yıldız, S. (2020). Sosyal medya aracılığı ile işlenen suçlar: Facebook, Twitter ve Instagram örnekleri. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 77(1), 135-150.

Chou, H.T.G. ve Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>.

Coşkun, Ş. (2019). *Kişilerarası İletişimde Benlik Sunumu: Instagram'daki Yeni Gelinler Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi

Çakır, M. (2013). Sosyal medya ve gösteri. *Sosyal Medya Araştırmaları*, 1, 11-68.

Çakmak, E. K., Çebi, A. ve Kan, A. (2014). E-öğrenme ortamlarına yönelik “sosyal bulunuşluk ölçeği” geliştirme çalışması. *Kuram ve uygulamada eğitim bilimleri*, 14(2), 755-768.

Çalışır, G. (2015). Kişilerarası iletişimde kullanılan bir araç olarak sosyal medya: Gümüşhane Üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 10(3), 115-144. DOI:10.12739/NWSA

Çav. F.G, (2023). *Yeni Medya Çağında Hipergerçeklik Olgusu: Instagram Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi.

Çayırılı E. (2017) *Sosyal medya kullanım özelliklerinin kişilik yapıları, yaşam doyumu ve depresyon açısından incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans

tezi). Işık Üniversitesi.

- Çetin, G. N. ve Beceren, E . (2007). Lider Kişilik: Gandhi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (5), 111-132.
- Çınar, Ç. Y. ve Mutlu, E. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusunun yordayıcıları. *Current Addiction Research*, 2(2), 47-53.
- Çınar, Ç. ve Mutlu, E. (2019). İnternet Bağımlılığının Benlik Saygısı, Dikkat, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Yaşam Doyumu ve Kişilik Özellikleri ile İlişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 133-142.
- Çömlekçi, M. F. & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188. doi: 10.18026/cbayarsos.525652
- Dal, N. E. & Dal, V. (2014). Kişilik Özellikleri ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 144-162.
- Demirci İ. (2019). The Adaptation of the Bergen Social Media Addiction Scale to Turkish and The Evaluation Its Relationships with Depression and Anxiety Symptoms. *Anatolian Journal of Psychiatry* ;15-23.
- Demirel, M., Yörük, M. ve Özkan, O. (2012). Çocuklar için güvenli internet: Güvenli internet hizmeti ve ebeveyn görüşleri üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 54-68.
- Derman, O. (2008j). Ergenlerde psikososyal gelişim. *Adölesan Sağlığı II Sempozyum Dizisi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Fakültesi,
- de Vries, D.A., Peter, J., de Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' social network site use, peer appearance related feedback, and body dissatisfaction: testing a mediation model. *Journal of youth and adolescence*, 45(1), 211-224. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0266-4>.
- Dikme, G. (2013). *Üniversite öğrencilerinin iletişimde ve günlük hayatta sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi örneği*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Kadir Has Üniversitesi.
- D Griffiths (2013). Social Networking Addiction: Emerging Themes and Issues. *J Addict Res Ther.* ;04(05).
- Doğan, U., ve Tosun, N.İ. (2016). Lise öğrencilerinde problemli akıllı telefon kullanımının sosyal kaygı ve sosyal ağların kullanımına aracılık etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(22), 100-128.
- Dou, D. ve Shek, D. T. (2021). Predictive effect of internet addiction and academic values on satisfaction with academic performance among high school students in mainland China. *Frontiers in Psychology*, 12, 797906.

- Döner, C. (2011). *İlköğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığının Farklı Değişkenlere Göre İncelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Dönmez, F.İ., Günüş, S., Mısırlı, Ö., Ersoy, M., Kuzu, A., ve Odabaşı, F. (2012). Elementary school students' views about social networks. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 7(4), 364-377.
- Durkut, K. A. (2021). *7. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler programında yer alan problem çözme becerisi ve sorumluluk değeri düzeyleri ile bunların aile içi iletişimlerine etkisi*. (Unpublished Doctoral dissertation). Uludag University, Bursa.
- Elhai JD, Yang H, Montag C.(2021). Fear of Missing Out (FOMO): Overview, Theoretical Underpinnings, and Literature Review on Relations with Severity of Negative Affectivity and Problematic Technology Use. *Brazilian Journal of Psychiatry*;43(2):203-9.
- Feinstein, B.A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(3), 161-170.<https://doi.org/10.1037/a0033111>.
- Fidan, Z. (2021). *Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile kişilik özellikleri ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Gafuroğulları, D. (2015). *Sosyalleşme Olgusu ve Tüketim Toplumunda Pinterest Kullanımı*. Der. D. Yengin, Sosyal Medya Araştırmaları, Paloma Yayınevi İstanbul
- Gerrig, R. J. ve Zimbardo, P.G. (2012). *Psikoloji ve Yaşam*. Çev: G. Sart, Nobel Yayınları: İstanbul.
- Gibbons, F.X., & Buunk, B.P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1),129-142. <https://doi.org/10.1037/00223514.76.1.129>.
- Goodwin, F.K. ve Jamison, K.R. (1990). *Manic Depressive Illness*. Oxford: Oxford University Press.
- Gonzales, A..L, & Hancock, J.T. (2010). Mirror, mirror on my Facebook Wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 79-83. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0411>.
- Göçoğlu, V. & Aydın, M. D. (2015). Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisinin Toplumsal Hareketler Bağlamında İncelenmesi. *Journal of International Social Research*, 8(37).

- Gökler, M., Aydın, R., Ünal, E. ve Metintaş, S. (2016). Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe Sürümünün Geçerlilik ve Güvenilirliğinin Değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17, 52-59.
- Güneş, N. A., Akbıyık, D. İ., Aypak, C., ve Görpelioğlu, S. (2018). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Uyku Kalitesi. *Turkish Journal Of Family Practice/Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 22(4), 185-192.
- Güney, S. (2009). *Davranış bilimleri*, 5. Baskı, Ankara; Nobel Yayın Dağıtım.
- Gülınar, B. ve Öztat, F. (2020). Aile içi yüz yüze iletişim, internet ve sosyal medya kullanım ilişkisi. *Kurgu*, 25(1), 28-39.
- Günlü, A. ve Ceyhan, A. A. (2017). Investigating adolescents' behaviors on the internet and problematic internet usage. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 4(1), 75-117.
- Gürsoy, E. A. (2019). *Kurumsal İletişimde Yeni Bir Platform Olarak Sosyal Medya Kullanımı: İBB örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güzel, V., Çabalar, M., Selçuk, Ö., Topçular, N. S., Bozkurt, D., Güveli, B., & Yayla, V. (2014). Nörolojik Özürlülüğün 16 Aralık 2010 Tarihli Özürlülük Ölçeğine Göre Değerlendirilmesi. *Istanbul Medical Journal*, 15(3), 178-182. https://cms.galenos.com.tr/Uploads/Article_21190/IMJ-15-178.pdf
- Hasdemir, M. (2018). *Anlık Mesajlaşma Uygulamalarının Telekom Operatörleri ile Kullanıcı Alışkanlıklarına Etkileri*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Hayran, C., Anık, L. ve Canlı, Z. (2016). "NA'da" kayıp hissetmek "(fomo)" nun öncüllerini ve tüketici davranışlarını keşfetmek - tüketici araştırmalarında gelişmeler. *Tüketici Araştırmaları Derneği*, 44, 468-468.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Ho, S., Lwin, M. ve Lee, E. (2017). Till Logout Do Us Part? Comparison Of Factors Predicting Excessive Social Network Sites Use And Addiction Between Singaporean Adolescents And Adults. *Computers in Human Behavior*, 75, 632642.
- Horzum, M. B. (2010). Öğretmenlerin Web 2.0 Araçlarından Haberdarlığı, Kullanım Sıklıkları ve Amaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), 603-634.
- Horzum, M. B., Ayas, T. ve Padır, M. A. (2017). Beş faktör kişilik ölçeğinin türk kültürüne uyarlanması. *Sakarya University Journal of Education*, 7(2): 398-408.
- İç, C. (2017). Video İçerik Üretimi Sağlayan Sosyal Ağ Sitelerinde Video Üretimi:

YouTube Türkiye'de Video Üretimi İçerik Analizi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi.

İnce, M. ve Koçak, M.C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.

Jelenchick, L.A., Eickhoff, J.C., & Moreno, M.A. (2013). "Facebook Depression?" socialnetworking site use and depression in older adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 52(1),128-130. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2012.05.008>.

Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık,

Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P. ve Babadağ, B. (2016). Sanal dünyanın kronolojik bağımlılığı. *Addicta*, 3, 223-269.

Karakuş, İ. ve Yelken, T. Y. (2020). Uzaktan eğitim alan üniversite öğrencilerinin sosyal bulunuşluk ile işlemsel uzaklıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 28(1), 186-201.

Kamışoğlu, İ.(2013). *Sosyal Medyada Kişilerarası İletişim Çatışmaları, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi.

Kent, M. L. (2010). Directions in social media for professionals and scholars. In R. L. Heath, (Ed.). *Handbook of public relations* (2nd ed.) (643-656). Thousand Oaks, CA: Sage.

Keum, C., Kim, D. & Nam J. (2022). Adolescent internet gaming addiction and personality characteristics by game genre. *Plos One*, 17(2).

Kırcaburun, K. (2017). *Üniversite öğrencilerinde Instagram bağımlılığı, kişilik özellikleri ve kendini sevmeye arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi.

Kırık AM, Arslan A, Çetinkaya A, Gül M. (2015). A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey, *International journal of Science Culture and Sport*;3(3):108-22

Kim, J., Larose, R., ve Peng, W. (2009). Loneliness As The Cause And The Effect Of Problematic Internet Use: The Relationship Between Internet Use And Psychological Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 12(4), 451-455.

Kirmanoglu, T. (2020). *Psikolojik sözleşme ihlali ile sosyal aylaklık arasındaki ilişkide beş faktör kişilik özelliklerinin ara değişken rolü*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi.

Klieber, P. (2009). Document Classification Through Data Mining Social Media Networks. Stetson University, 21, 2014.

- Kökcü, F. (2009). *İki Uçlu Olgular ve Çocuklarında Bağlanma Biçiminin Mizaç ve Klinik Özellikler İle İlişkisi: Kontrollü Bir Çalışma*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Adnan Menderes Üniversitesi.
- Köse, U. & Çal, Ö. (2012). *Web 2.0 Servislerinin Sosyolojik Değerlendirilmesi*. XIV. Akademik Bilişim Konferansı, 1(3), 1-8.
- Köseoğlu, Y. & Hamza, A. L. (2013). Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(3), 103-125.
- Kurt, D. ve Yıldız, E. (2017). *Kişilik kuramları*. Ankara: Pagem.
- Kwon, O., & Wen, Y. (2010) .An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 254-263. DOI:10.1016/j.chb.2009.04.011
- Labrague, L. (2014). Facebook use and adolescents' emotional states of depression, anxiety, and stress. *Health Science Journal*, 8(1), 80-89.
- Landers, R.N., & Lounsberry, J.W. (2006). An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22 (2), 283-293. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.06.001>
- Li, L., Li, G.Y., Wang, Y.Y., & Zhang, S. Y. (2008). The effects of residential hospital treatment on 48 internet addiction patients. *Journal of Psychiatry*, 21, 356-360.
- Lin, M.F., Hoffman, E.S., & Borengasser, C. (2013). Is social media to social for class: A case study of Twitter use. *Tech Trends*, 57(2), 39-45. DOI:10.1007/s11528-013-0644-2
- Magsamen-Conrad, K. ve Greene, K. (2014). Technology addiction's contribution to mental wellbeing: The positive effect of online social capital. *Computers in Human Behavior*, 40, 23-30.
- Mangır, M. (2021). *Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve aile yaşam doyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayımlanmış yüksek lisans tezi), Selçuk Üniversitesi.
- Marketplash (2023. Ekim). Youtube Pazarlamasına İlişkin Tam Kılavuz. [https://marketsplash.com/youtube-marketing/\(05.11.2024\)](https://marketsplash.com/youtube-marketing/(05.11.2024)).
- Masthi NR, Pruthvi S, Phaneendra MS.(2018) A comparative study on social media usage and health status among students studying in pre-university colleges of urban Bengaluru. *Indian J Community Med*;43(3):180
- Mason, M.J., Schmidt, C., Abraham, A., Walker..L, & Tercyak. K.(2009). Adolescents'socialenvironment and depression: Social networks, extracurricular activity, and family relationship Influences. *Journal of Clinical Psychology Med Settings*, 16(4), 346-354. DOI: 10.1007/s10880-009-9169-4

- Mayfield, T. D. (2010). *The impact of social media on the nature of conflict, and a commander's strategy for social media*. Texas A And M Univ College Station George Bush School Of Government And Public Service.
- McIntire, E., Wiener, K., & Saliba, A.J. (2015). Compulsive internet use and relations between social connectedness, and introversion. *Computer in Human Behavior*, 48(c), 569-574. <https://researchoutput.csu.edu.au/en/publications/compulsive-internet-use-and-relations-between-social-connectedness>
- Messias, E., Castro, J., Saini, A., Umsan, M., & Peebles, D. (2011) Sadness, suicide, and their association with video game and internet overuse among teens: Results from the Youth Risk Behavior Survey 2007 and 2009. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, 41(2), 1-9. DOI: 10.1111/j.1943-278X.2011.00030.x
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009). More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *Cyber Psychology and Behavior*, 12(4), 441-444. DOI: 10.1089/cpb.2008.0263
- Odabaşı, F. (2021). Kime/Neye, Niçin ve Nasıl İtaat Ediyorlar? Gençlerin İtaat Algısı ve Din Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma. *Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (9), 3381.
- Odacı, H. ve Kalkan, M. (2010). Problematic İnternet Use, Loneliness And Dating Anxiety Among Young Adult University Students. *Computer & Education*, 55, 1091-1097.
- Okumuş, V. (2018). *Çocukların sosyal medya kullanımları ile ebeveyn tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Osimo, D. (2008). Web 2.0 İn Government: Why And How. Institute For Prospective Technological Studies (IPTS), JRC, European Commission, EUR, 23358.
- Öncel, Ü. (2012, Ekim 22). *Sosyal Medyanın Kısa Tarihi*. Webrazzi. <https://webrazzi.com/2012/10/22/sosyal-medyanin-kisa-tarihi-infografik/>(05.11.2024)
- Otrar, M. ve Arın, F. S. (2014). Ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının çok boyutlu incelenmesi. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama*, 10, 322.
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, (28), 125-167.
- Özdoğan H. (2018). *Yetişkinlerin bilinçli farkındalık düzeylerinin iyimserlik ve yaşam doyumlarına etkisi, bilinçli farkındalık ve psikolojik dayanıklılık düzeylerinin karşılaştırılması*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi.

- Ozer, D. J., ve Benet-Martinez, V. (2006). Personality and the prediction of consequential outcomes. *Annual review of psychology*, 57, 401-421.
- Özsoy, O. (2010). İnternetin kararttığı hayatlar: internetin hayatımıza etkileri. Pozitif Yayınları.
- Pantic, I., Damjanovic, A., Todorovic, J., Topalovic, D., Bojovic-Jovic, D., Ristic, S., & Pantic, S. (2012). Association between online social networking and depression in high school students: Behavioral physiology viewpoint. *Psychiatra Danubina*, 24(1), 90-93. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22447092/>
- Park, S.Y., & Baek, Y.M. (2017). Two faces of social comparison on Facebook: The interplay between social comparison orientation, emotions, and psychological well-being. *Computers in Human Behavior*, 79(1),83-93. DOI:10.1016/j.chb.2017.10.028
- Park, C.H., & Kim, Y.J. (2013). Intensity of social network use by involvement: A study of young Chinese users. *International Journal of Business and Management*, 8(6), 22-33.
- Prior, M., Bavin, E., Cini, E., Eadie, P. ve Reilly, S. (2011). Relationships Between Language Impairment, Temperament, Behavioural Adjustment And Maternal Factors In A Community Sample Of Preschool Children. *International Journal Of Language & Communication Disorders*, 46(4), 489-494.
- Plomin, R. & Daniels, D. (2011). Why are children in the same family so different from one another? *International Journal of Epidemiology*, 40(3), 563-582.
- Przybylski A.K., Murayama K, DeHaan C.R., Gladwell V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Comput Hum Behav*; 29: 1841-1848.
- Reisoğlu, S. (2014). *Üniversite Öğrencilerinin Öznel İyi Oluşlarını Yordamada Beş Faktör Kişilik Özellikleri, Mizah Tarzları ve Duygusal Zekânın Rolü*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Roubal, M. (2013). *Team-Based Microblogging Service*. Brno University of Technology
- Rosen L.D., Whaling K., Rab S., Carrier L.M., Cheever N.A. (2013). Is Facebook Creating “Disorders” The Link Between Clinical Symptoms of Psychiatric Disorders and Technology Use, Attitudes and Anxiety. *Comput Human Behav*. 1;29(3):1243-54.
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies For Business Success*. New
- Sakallı, A. (2019). A Tipi ve B Tipi Kişilik Özelliğine Sahip Bireylerde İş Doyumu ve Kazanma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Ohs Academy*, 2(1), 11-31.

- Sarı, B. A. (2018). Mizaç Özellikleri Ve Gelişime Etkileri. *Türkiye Klinikleri J Child Psychiatry-Special Topics*, 4(1), 5-9.
- Sayar, K. ve Dinç, M. (2009). *Psikolojiye giriş*. İstanbul: Nesir Matbaacılık
- Senemoğlu, N. (2004). *Gelişim öğrenme ve öğretim kuramdan uygulamaya*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Shiri, P.P.(2016). Tomer Shechner ve Idan M. Aderka. "Social anxiety and internet use-A meta-analysis: What do we know? What are we missing?", *Computers in Human Behavior*,
- Shirky, C. (2011). The Political Power Of Social Media: Technology, The Public Sphere, And Political Change. *Foreign Affairs*, 28-41.
- Solmaz B, Tekin G, Herzem Z, Demir M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk İletişim*. 7(4):24-32
- Subrahmanyam, K. ve Greenfield, P. (2008). Online communication and adolescent relationships. *The Future of Children* 18(1): 119–146.
- Soykut, B. (2008). Bağımlılık Yapıcı Maddelerin Etkilerinin Toksikolojik Yönden Araştırılması. *Statewide Agricultural Land Use Baseline*, Gülhane Askeri Tıp Akademisi.
- Soyuçok, E. (2007). Unipolar ve Bipolar Depresif Atak Geçirmiş Hastaların Mizaç ve Karakter Yönünden Karşılaştırılması. (Yayınlanmamış uzmanlık tezi). Atatürk Üniversitesi.
- Şafak, B. ve Kahraman, S. (2019). Sosyal Medya Kullanımının Yalnızlık ve Narsistik Kişilik Özelliği Belirtileri İle İlgili İlişkinin İncelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 54-69.
- Şahin, Ö. U. (2017). Sosyal Medya ve Vatandaş Odaklı Kamu Hizmeti Yaklaşımı. *Journal of Life Economics*, 4(4), 51-76.
- Şahin, C., Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 14(1), 523-538.
- Şahin, N. H., Batıgün, A. D. ve Uğurtaş, S. (2002). Kısa Semptom Envanteri (KSE): Ergenler için kullanımının geçerlik, güvenirlik ve faktör yapısı. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 13(2), 125-135.
- Şavlı, A. K. ve Tekin, P. (2019). 12-14 yaş arası ergenlerde internet bağımlılığı ve öz bilinçlilik duygulanımları. *Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 2(1), 173-186.
- Şentürk, E. (2017). *Sosyal medya bağımlılığının, depresyon, anksiyete bozukluğu, karışık anksiyete ve depresif bozukluk hastaları ile kontrol grubu arasında karşılaştırılması ve kullanıcıların kişilik özellikleriyle ilişkisinin araştırılması*. (Yayınlanmamış uzmanlık tezi). Gazi Üniversitesi.

- Şimşek, M., Ş., Akgemci, T. ve Çelik, A. (2011). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*. 5.Basım, İstanbul: Adım Matbaacılık.
- Subrahmanyam, K. & Greenfield, P. (2008). Online communication and adolescent relationships. *The Future of Children* 18(1): 119-146. DOI: 10.1353/foc.0.0006
- Şimşek, M., Ş., Akgemci, T. ve Çelik, A. (2011). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*. 5.Basım, İstanbul: Adım Matbaacılık.
- Tahiroğlu, A.Y., Çelik, G.G., Fettahoğlu, Ç., Yıldırım, V., Toros, F., Avcı, A., Özatalay, E., ve Uzel, M. (2010). Psikiyatrik bozukluğu olan ve olmayan ergenlerde problemleri internet kullanımı. *Nöropsikiyatri Arşivi: İstanbul*, 47(3), 241-246. DOI:10.4274/npa.5452
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding social media*. Colorado: Ventus Publishing.
- Taylor DG. (2019). Social Media Usage, FOMO, and Conspicuous Consumption: An Exploratory Study: An abstract. In: Rossi P, Kreyder N, editors. Finding new ways to engage and satisfy global customers. 857-8.
- Tekke, Y. (2021). *Geleneksel Medyadan Sosyal Ağlara, İçeriğin Dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı Örneği*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Tikici, M. ve Deniz, M. (1991). *Örgütsel Davranış*. Malatya: Enstitü Yayınları.
- Toplu D, E. (2020). Kişilik ve kişiliğin temel kavramları. D. Gençtarım-Kurt ve E. Çetinkaya-Yıldız (Editörler), *Kişilik kuramları: Gerçek yaşamdan kişilik analizi örnekleriyle içinde* (ss.1-2). Pegem Akademi. <https://doi.org/10.14527/9786052410356.01>
- Tulum. A. B, (2021). *Sanal Sosyal Ağlar ve Aidiyetler: Dijital Yerlilerin Sanal Sosyal Ağ Aidiyetleri (Malatya İli Örneği)*. (Yayınlanmamış doktora tezi). İnönü Üniversitesi.
- Turel O, & Serenko A. (2012). The Benefits and Dangers of Enjoyment with Social Networking Websites. *European Journal of Information Systems*. 19;21(5):512-28.
- Tutgun Ü, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi.
- Tutgun Ü, A. ve Deniz, L. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155- 181.
- Türkiye istatistik kurumu. (2015). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2015, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660>, 06.05.2024

- Tüzün, Ü. (2002). Gelişen iletişim araçlarının çocuk ve gençlerin etkileşimi üzerine etkisi. *Düşünen Adam Dergisi*, 75(1), 46-50.
- Uçar, M. Z. (2020). *Ergenlik Dönemi Bireylerinin Kişilik Özellikleri ile Psikolojik Dayanıklılık Düzeyleri Arasındaki İlişki*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Ülev E. (2014). *Üniversite öğrencilerinde bilinçli farkındalık düzeyi ile stresle başa çıkma tarzının depresyon, kaygı ve stres belirtileriyle ilişkisi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi.
- Ünal, A.T. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Marmara Üniversitesi.
- Whang, L.S., M., Lee S. ve Chang, G. (2003). Internet Over-Users' psychological Profiles: A Behavior Sampling Analysis On Internet Addiction. *Cyberpsychology and Behavior*, 6(2), 143-150.
- Wang, Q., Chen, W. ve Liang, Y. (2011). The effects of social media on college students. *Research & Analysis*, 1-12.
- Widiger, T. A. ve Costa, P. T. Jr. (2012). Integrating normal and abnormal personality structure: The five-factor model. *Journal of Personality*, 80(6), 1471-1506. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2012.00776.x>
- Wigfield, A., Eccles, J. ve Rodriguez, D. (1998). The development of children's motivation in school contexts. *Review of Research in Education*, 23, 73-118. <https://doi.org/10.2307/1167288>
- Wolfart, U., & Doll, J. (2001). Motives of adolescents to use the internet as a function of personality traits, personal and social factors, *Journal of Educational Computing Research*, 24(1), 13-27. DOI:10.2190/ANPM-LN97-AUT2-D2EJ
- Yayla, H. M. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği. *Selçuk İletişim*, 11(1), 40-65. <https://doi.org/10.18094/josc.346756>
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası İletişimde Anlık Mesajlaşma Uygulamalarının Yeri: Whatsapp Uygulaması ile İlgili Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(4), 1334-1356.
- Yazgan, İ.B. ve Yerlikaya, E. E. (2012). *Kişilik kuramları*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Yeşilay, (2017). *Teknoloji bağımlılığı*. <http://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/teknoloji> bağımlılığı (05.11.2024).

- Yusufoğlu, Ö. Ş. (2017). Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2414-2434.
- Zembat, R., Koçyiğit, S., Akşin, E. ve Tunçeli, H. (2018). Çocukların Benlik Algısı, Mizaç Ve Sosyal Becerileri Arasındaki İlişkiler. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 7(1), 548-567.
- Zenelaj, B. (2014). Pazarlama stratejisi olarak sosyal medya iletişimi ile kurumsal itibarı oluşturmak: iletişim sektöründe bir araştırma. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Zeytinli, F. (2021). 5. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına Yönelik Bilişsel Yapıları: Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ile İlişkisi Örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi.
- Zhan, Z. ve Mei, H. (2013). Academic self-concept and social presence in face-to-face and online learning: perceptions and effects on students' learning achievement and satisfaction across environments. *Computers ve Education*, 69, 131-138.
- Zhang, C., Sun, J., Zhu, X., & Fang, Y. (2010). Privacy and security for online social networks. Challenges and Opportunities. *IEEE Network*, 24(4), 13-18. DOI:10.1109/MNET.2010.5510913
- Zinderen, İ. E. (2020). Yeni Medya Ekolojisi Ekseninde YouTube: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 215-232.
- Zorbaz, O. (2013). *Lise Öğrencilerinin Problemli İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi.

EKLER

EK-1.Kişisel Bilgi Formu

DEMOGRAFİK BİLGİLER:

1. Yaşınız?

() 18-24 () 25-34 () 45-44 () 65 ve üstü

2. Cinsiyetiniz?

() Kadın () Erkek () Diğer

3. Medeni Durumunuz?

() Bekar () Evli () Dul () Diğer

4. Eğitim Durumunuz?

() İlköğretim () Lise () Ön lisans () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora

5. Çocuğunuz var mı?

() Evet () Hayır

6. Evet ise kaç tane?

() Bir () İki () Üç () Daha fazla

7. Şu anda çalıştığınız düzenli bir işiniz var mı?

() Evet () Hayır

8. Kaç yıldır çalışmaktasınız?

() 1 yıldan az () 1-5 yıl arası () 5-10 yıl arası () 11 yıl ve üzeri

9. Şu anda bir sosyal medya hesabınız var mı?

() Evet () Hayır

10. Evet ise kaç tane?

☐ Bir ☐ İki ☐ Üç ☐ Daha fazla

11. Hangi sosyal medya hesaplarını kullanıyorsunuz?

☐ Instagram ☐ Whatsapp ☐ Facebook ☐ YouTube ☐ Tik Tok

12. Gün içinde sosyal medyada vakit geçirme sıklığınız nedir?

☐ 30 dakika ☐ 1 saat ☐ 2 saat ☐ 3 saat ☐ 4 saat ve daha fazla



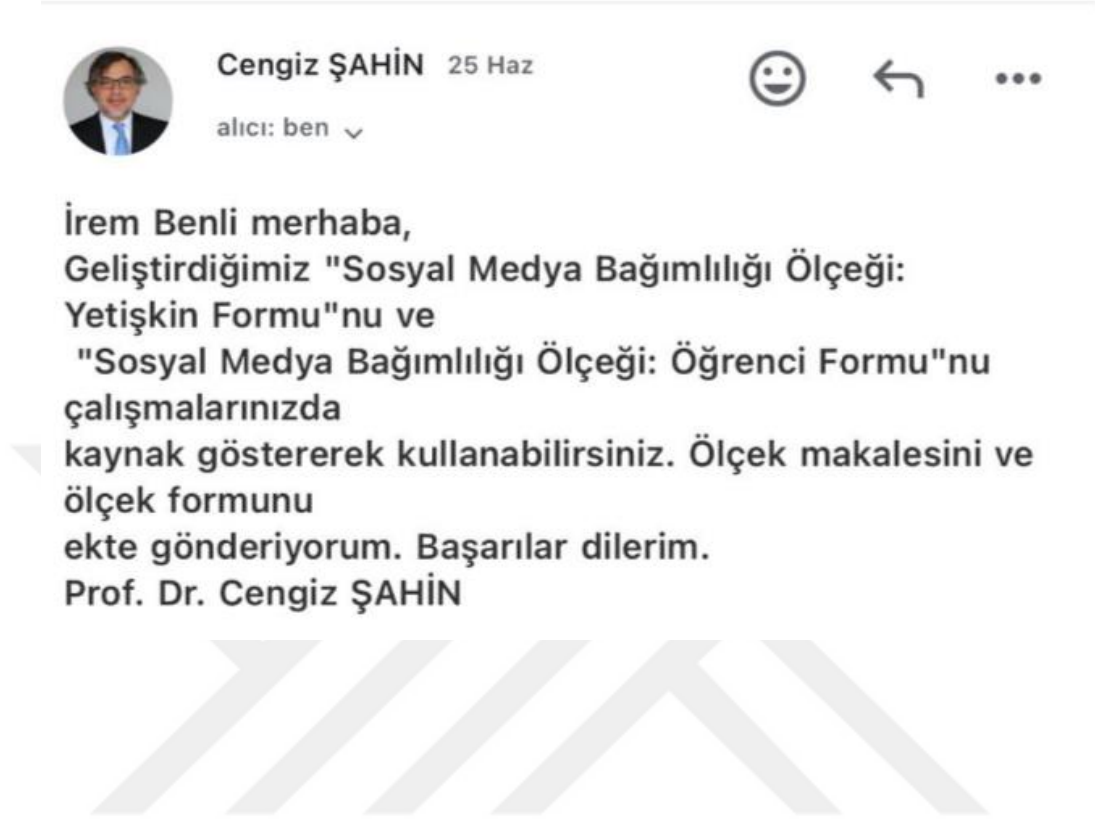
EK-2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

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. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) Kullanım İzni



EK-4. Kısa Semptom Envanteri Ölçeği.

KSE

Aşağıda insanların bazen yaşadıkları belirtiler ve yakınmaların bir listesi verilmiştir. Listedeki her maddeyi lütfen dikkatle okuyun. Daha sonra o belirtinin sizi bugün dahil, **son bir haftadır** ne kadar rahatsız ettiğini yandaki kutulardan uygun olanının içini ☒ işaretleyerek gösterin. Her belirti için sadece bir yeri işaretlemeye ve hiçbir maddeyi atlamamaya özen gösterin. Fikir değiştirirseniz ilk yanıtınızın üstünü karalayın.

	Hiç	Biraz	Orta Derecede	Oldukça fazla	Ciddi derecede
1. İçinizdeki sinirlilik ve titreme hali	☐	☐	☐	☐	☐
2. Baygınlık, baş dönmesi	☐	☐	☐	☐	☐
3. Bir başka kişinin sizin düşüncelerinizi kontrol edebileceği inancı	☐	☐	☐	☐	☐
4. Başınıza gelen sıkıntılardan dolayı başkalarının suçlu olduğu düşüncesi	☐	☐	☐	☐	☐
5. Olayları hatırlamada güçlük	☐	☐	☐	☐	☐
6. Çok kolayca kızıp öfkelenme	☐	☐	☐	☐	☐
7. Göğüs (kalp) bölgesinde ağrılar.	☐	☐	☐	☐	☐
8. Meydanlık (açık) alanlardan korkma duygusu	☐	☐	☐	☐	☐
9. Yaşamınıza son verme düşünceleri	☐	☐	☐	☐	☐
10. İnsanların çoğuna güvenilmeyeceği düşüncesi	☐	☐	☐	☐	☐
11. İştahta bozukluklar	☐	☐	☐	☐	☐
12. Hiç bir nedeni olmayan ani korkular	☐	☐	☐	☐	☐
13. Kontrol edemediğiniz duygu patlamaları	☐	☐	☐	☐	☐
14. Başka insanlarla beraberken bile yalnızlık hissetme	☐	☐	☐	☐	☐
15. İşleri bitirme konusunda kendini engellenmiş hissetme	☐	☐	☐	☐	☐
16. Yalnızlık hissetme	☐	☐	☐	☐	☐
17. Hüzünlü, kederli hissetme	☐	☐	☐	☐	☐
18. Hiçbir şeye ilgi duymama	☐	☐	☐	☐	☐
19. Ağlamaklı hissetme	☐	☐	☐	☐	☐
20. Kolayca incinebilme, kırılma	☐	☐	☐	☐	☐
21. İnsanların sizi sevmediğine kötü davrandığına inanmak	☐	☐	☐	☐	☐
22. Kendini diğerlerinden daha aşağı görme	☐	☐	☐	☐	☐
23. Mide bozukluğu, bulantı	☐	☐	☐	☐	☐
24. Diğerlerinin sizi gözlediği ya da hakkınızda konuştuğu inancı	☐	☐	☐	☐	☐
25. Uykuya dalmada güçlük	☐	☐	☐	☐	☐
26. Yaptığınız şeyleri tekrar tekrar doğru mu diye kontrol etme	☐	☐	☐	☐	☐
27. Karar vermede güçlükler	☐	☐	☐	☐	☐
28. Otobüs, tren, metro gibi umumi vasıtalarla seyahat etmekten korkma	☐	☐	☐	☐	☐
29. Nefes darlığı, nefessiz kalma	☐	☐	☐	☐	☐
30. Sıcak, soğuk basmaları	☐	☐	☐	☐	☐
31. Sizi korkuttuğu için bazı eşya, yer, etkinliklerden uzak kalmaya çalışma	☐	☐	☐	☐	☐
32. Kafanızın birden bomboş kalması	☐	☐	☐	☐	☐
33. Bedeninizin bazı bölgelerinde uyuşmalar, karıncalanmalar	☐	☐	☐	☐	☐
34. Günahlarınız için cezalandırılmanız gerektiği düşüncesi	☐	☐	☐	☐	☐
35. Gelecekle ilgili umutsuzluk duyguları içinde olmak	☐	☐	☐	☐	☐
36. Konsantrasyonda (dikkati bir şey üzerinde toplamada) güçlük/zorlanma	☐	☐	☐	☐	☐
37. Bedenin bazı bölgelerinde zayırlık, güçsüzlük hissi	☐	☐	☐	☐	☐
38. Kendini gergin ve tedirgin hissetme	☐	☐	☐	☐	☐
39. Ölüm ve ölmek üzerine düşünceler	☐	☐	☐	☐	☐
40. Birini dövme, ona zarar verme, yaralama isteği	☐	☐	☐	☐	☐
41. Bir şeyleri kırma/dökme isteği	☐	☐	☐	☐	☐
42. Diğerlerinin yanındayken kendini çok fazla gözlemek, yanlış bir şeyler yapmamaya çalışmak	☐	☐	☐	☐	☐
43. Kalabalıklarda rahatsızlık duymak	☐	☐	☐	☐	☐
44. Bir başka insana hiç yakınlık duymamak	☐	☐	☐	☐	☐
45. Dehşet ve panik nöbetleri	☐	☐	☐	☐	☐
46. Sık sık tartışmaya girme	☐	☐	☐	☐	☐
47. Yalnız bırakıldığında/kalındığında sinirlilik hissetme	☐	☐	☐	☐	☐
48. Başarılarınız için diğerlerinden yeterince takdir görmediğiniz düşüncesi	☐	☐	☐	☐	☐
49. Yerinde duramayacak kadar gergin ve tedirgin hissetme.	☐	☐	☐	☐	☐
50. Kendini değersiz görme, değersizlik hissi	☐	☐	☐	☐	☐
51. İzin verdiğiniz takdirde insanların sizi sömüreceği düşüncesi	☐	☐	☐	☐	☐
52. Suçluluk duyguları	☐	☐	☐	☐	☐
53. Aklınızda bir bozukluk olduğu düşünceleri	☐	☐	☐	☐	☐

EK-5. Kısa Semptom Envanteri Ölçeği İzin Belgesi



Gulsen T. 19 Haz

alıcı: ben ✓



Merhaba İrem,
Kısa Semptom Envanteri'ni çalışmanızda kullanmanızda benim açımdan bir sakınca bulunmamaktadır. Ancak, Ölçeğin orijinalinin Derogatis (1992) tarafından geliştirilmiş olduğuyla ilişkili gerekli referansı da çalışmanızda vermeniz gerektiğini de lütfen ihmal etmeyiniz. Ekte ölçeğin kullanılacak formunu ve ilgili literatürü gönderiyorum. Çalışmanızda başarılar dilerim.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : BENLİ İrem
Uyruğu : T.C.

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	İstanbul Gelişim Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/ Bağımlılık Psikolojisi (2024-Devam Halen)	
Lisans	İstanbul Arel Üniversitesi/Fen-Edebiyat Fakültesi/Psikoloji	2022
Lise	Büyükkçekmece Hayriye Duruk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	2018

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2021	Özel Uğurlu Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi (İstanbul- Büyükkçekmece)	Stajyer
2022	Giza Psikolojik Danışmanlık Merkezi (İstanbul- Beykent)	Stajyer

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

Hobiler

