

T.C  
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
PSİKOLOJİ ANA BİLİMDALI

LİSE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÇEŞİTLİ  
DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

TEZİ YAZAN

Muhammet Ali YILMAN

1.Tez Danışmanı: Prof.Dr. Şükrü UĞUZ

2.Tez Danışmanı: Prof. Dr.Mahmut Hamil NAZİK (Gazi Üniversitesi)

Jüri Üyesi: Prof.Dr. Gülşah SEYDAOĞLU (Çukurova Üniversitesi)

Jüri Üyesi: Dr.Öğr.Üyesi Seyda MAVRUK ÖZBİÇER

Jüri Üyesi:Doç.Dr. Murat KOÇ

YÜKSEK LİSANSTEZİ

MERSİN / MAYIS2020

## ONAY

**T.C.**  
**ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

2017100133 numaralı öğrencimiz olan **Muhammet Ali YILMAN** tarafından hazırlanan **“LİSE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ”** başlıklı bu tez çalışması jürilerimiz tarafından **oy birliği** ile **Psikoloji** Anabilim Dalında **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

(Enstitü müdürlüğünde kalan asıl sureti imzalıdır.)

Üniv. İçi Asıl Üye- 1.Tez Danışmanı – Jüri Başkanı: Prof. Dr. Şükrü UĞUZ

(Enstitü müdürlüğünde kalan asıl sureti imzalıdır.)

Üniv.Dışı –2.Tez Danışmanı- Jüri Üyesi: Prof.Dr.Mahmut Hamil NAZİK  
(Gazi Üniversitesi)

(Enstitü müdürlüğünde kalan asıl sureti imzalıdır.)

Üniv. Dışı – Jüri Üyesi: Prof. Dr. Gülşah SEYDAOĞLU  
(Çukurova Üniversitesi)

(Enstitü müdürlüğünde kalan asıl sureti imzalıdır.)

Üniv. İçi – Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Seyda MAVRUK ÖZBİÇER

(Enstitü müdürlüğünde kalan asıl sureti imzalıdır.)

Üniv. İçi – Jüri Üyesi: Doç. Dr. Murat KOÇ

**Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.**

(Enstitü müdürlüğünde kalan asıl sureti imzalıdır.)

27/05/2020

Doç. Dr. Murat KOÇ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

**Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’ndaki hükümlere tabidir.**

# İTHAF

*Anneme ithafen...*



## ETİK BEYANI

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
  - Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
  - Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
  - Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
  - Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,
- bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

27 / 05 / 2020

Muhammet Ali YILMAN

## TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, benimle engin bilgilerini her zaman paylaşmaya açık olan, saat,gün fark etmeksizin ne zaman danışmam gerekse aradığımda veya yanına gittiğimde her zaman güler yüzle beni karşılayıp o kadar ki yoğun çalışma hayatları olmasına rağmen benimle ilgilenen ve çalışmamla ilgili sormam gereken bir durum olduğunda her zaman yardımcı olan tez danışmanlarım Prof.Dr. Şükrü UĞUZ ve Prof.Dr. Mahmut Hamil NAZİK hocalarıma teşekkürlerimi en içten dileklerim ile sunmayı bir borç bilirim.

Gerçekleştirmiş olduğum bu çalışmaya başladığım günden bu yana bana her anımda inanan, güvenen ve benden hiçbir desteğini esirgemeyen sevgili Betül UYSAL arkadaşşıma da en içten duygularım ile teşekkürü bir borç bilirim.

Teşekkürlerimin az kalacağı, her zaman yanımda olan , bana güvendiklerini ve bu yolda her zaman yanımda olduklarını hem manevi hem maddi yönden hissettiren Babam İbrahim YILMAN a, annem Hayriye YILMAN a ve ablam Dilek Bal a da sonsuz teşekkürlerimi en içten dileklerim ile sunarım.

## ÖZET

### LİSE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

**Muhammet Ali YILMAN**

**Yüksek Lisans Tezi, Psikoloji Ana Bilim Dalı**

**1.Tez Danışmanı:Prof. Dr. Şükrü UĞUZ**

**2.Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mahmut Hamil NAZİK**

**Mayıs 2020, 80 sayfa**

Araştırmanın amacı lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen değişkenlerin tespit edilmesidir. Araştırma tanımlayıcı türde bir saha araştırması olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın evrenini Osmaniye'nin Kadırlı İlçesi'nde bulunan Anadolu Lisesi, Meslek Lisesi, Fen Lisesi ve Özel Okul Lisesi 9. 10. 11. ve 12 sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Analizler 432 anket üzerinden yürütülmüştür. Araştırmada demografik özelliklere yönelik sorulardan, internet ve sosyal medya kullanım durumuna yönelik sorulardan oluşan anket formu hazırlanmış ve Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ) kullanılmıştır. Araştırma sonucunda lise öğrencilerinin neredeyse tamamının akıllı telefona sahip olduğu ve %82,4'ünün en az bir tane sosyal medya hesabının olduğu tespit edilmiştir. Sınıf düzeyi, cinsiyet, ekonomik durum, anne-baba eğitim durumu ve internet kullanım durumu gibi değişkenlerin öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını etkilediği saptanmıştır. Erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları kız öğrencilere göre daha yüksek olduğu ve internet kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılık durumu da arttığı tespit edilmiştir.

Sonuç olarak lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları yüksek olarak tespit edilmiştir. Lise öğrencileri tarafından özellikle duygu durumun iyileştirilmesine yönelik olarak sosyal medya araçlarının tercih edildiği tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Sosyal medya bağımlılığı, lise öğrencileri, etkileyen değişkenler

**ABSTRACT****INVESTIGATION OF SOCIAL MEDIA ADDICTION AMONG HIGH SCHOOL STUDENTS IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES****Muhammet Ali YILMAN****Master Thesis, Department of Psychology****1.Supervisor:Prof.Dr. Şükrü UĞUZ****2.Supervisor: Prof. Dr. Mahmut Hamil NAZİK****May 2020, 80 pages**

The aim of the research is to determine the variables that affect the social media addiction of high school students. The research is designed as a descriptive type of field research. The universe of the study is the Anatolian High School, Vocational High School, Science High School and Private High School 9th, 10th, 11th and 12th grade students in Kadirli District of Osmaniye. The analyzes were carried out on 432 questionnaires. In the research, a questionnaire form consisting of questions regarding demographic features, questions regarding internet and social media usage status was prepared and Social Media Addiction Scale (SMDS) was used. As a result of the research, it was determined that almost all high school students have smartphones and 82.4% of them have at least one social media account. It has been determined that variables such as grade level, gender, economic status, education level of parents and internet use affect students' social media addiction. It was determined that social media addiction of male students is higher than female students, and social media addiction status increases as the internet usage time increases.

As a result, social media addictions of high school students were determined to be high. It was determined by high school students that social media tools were preferred especially for improving the mood.

**Keywords:** Social media addiction, high school students, influencing variables.

## ÖNSÖZ

Araştırmanın amacı lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen değişkenler tespit edilmesidir. Sosyal medya kullanımının giderek yaygınlaşması, sosyal medyanın kullanıcı üzerinde etkilerini daha önemli hale getirmektedir. Özellikle genç yaşlardaki bireylerin sosyal çevrelerinden çok çabuk ve yoğun şekilde etkilenmeleri, sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisini önemli kılmaktadır. Günümüzde mobil cihazların yaygınlaşması, sosyal medya kullanımını günlük yaşantının bir parçası haline getirmiştir. Gençler için günlük yaşamda sosyalleşme ihtiyacının önemli bir kısmı sosyal medya araçları üzerinden giderilmektedir. Bu durum gençlerin sosyal medya bağımlılıklarını arttırmaktadır. Literatürde sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan çalışma sayısı oldukça fazladır.

Öğrenciler sosyal medya ortamlarında zaman geçirirken, hem akademik hem de sosyal anlamda görevlerini ertelemektedirler. Sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanan öğrencilerin hem akademik hem de sosyal anlamda sıkıntılar yaşamaları mümkündür. Bu nedenle öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlere yönelik önlemlerin alınması önemlidir. Bu araştırma öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının ve etkileyen faktörlerin incelenmesi açısından önemlidir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar hem eğitimcilere hem de ailelere yol gösterici nitelikte olacaktır.

## İÇİNDEKİLER

<b>KAPAK</b> .....	i
<b>ONAY</b> .....	ii
<b>İTHAF</b> .....	iii
<b>ETİK BEYANI</b> .....	iv
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	v
<b>ÖZET</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>ÖNSÖZ</b> .....	viii
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	ix
<b>KISALTMALAR</b> .....	xii
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	xiii
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	xiv
<b>EKLER LİSTESİ</b> .....	xv

## BÖLÜM I

### 1. GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Arka Planı .....	1
1.2. Araştırmanın Amacı.....	1
1.3. Araştırmanın Problemi.....	1
1.4. Araştırmanın Önemi.....	2
1.5. Araştırmanın Varsayımları (Sayılıtlar) .....	3
1.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları .....	3
1.7. Tanımlar .....	3

## BÖLÜM II

### 2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. İnternet Bağımlılığı .....	4
2.2. Sosyal Medya Kavramı .....	7

2.3. Sosyal Medya Türleri.....	9
2.3.1. Sosyal Ağlar.....	10
2.3.2. Bloglar .....	11
2.3.3. Wikiler .....	12
2.3.4. Forum.....	13
2.3.5. Podcast.....	13
2.3.6. İçerik Toplulukları .....	13
2.3.6.1. Instagram.....	14
2.3.6.2. Youtube.....	14
2.3.6.3. Flickr .....	14
2.3.6.4. Foursquare.....	15
2.3.7. Microbloglar .....	15
2.3.7.1. Twitter.....	15
2.3.7.2. Tumblr.....	16
2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	16
2.5. Sosyal Medya Bağımlılığının Kişiler Üzerindeki Etkileri.....	18
2.6. Sosyal Medya Bağımlılığı İle İlgili Yapılan Çalışmalar.....	21

### BÖLÜM III

#### 3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı.....	27
3.2. Araştırmanın Modeli .....	27
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi .....	27
3.4. Araştırmanın Yapılışı.....	28
3.5. Veri Toplama Araçları .....	28
3.6. Verilerin Analizi .....	30

### BÖLÜM IV

#### 4. BULGULAR

4.1. Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular.....	31
4.2. İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Durumuna Yönelik Bulgular.....	32
4.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Algısına Yönelik Bulgular .....	33

4.4. Demografik Özelliklere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Algısı.....	34
4.5. Sosyal Medya Kullanım Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Algısı.....	37

## BÖLÜM V

<b>5. TARTIŞMA VE YORUM.....</b>	<b>42</b>
5.1. Tartışma .....	42
5.2. Yorum .....	43

## BÖLÜM VI

<b>6. SONUÇ VE ÖNERİLER</b>	
6.1. Sonuçlar .....	44
6.2. Öneriler .....	45
<b>7. KAYNAKÇA.....</b>	<b>46</b>
<b>8. EKLER .....</b>	<b>53</b>
<b>9. ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>65</b>

**KISALTMALAR**

<b>FOMO</b>	: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu
<b>SMBÖ</b>	: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği
<b>SMS</b>	: Kısa Mesaj Hizmeti
<b>SPSS</b>	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı



## TABLOLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b>	Faktör Analizi Sonuçları .....	29
<b>Tablo 2.</b>	SMBÖ İç Tutarlılık Güvenilirlik Katsayıları .....	30
<b>Tablo 3.</b>	Sınıf Düzeyi .....	31
<b>Tablo 4.</b>	Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular .....	31
<b>Tablo 5.</b>	İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Durumuna Yönelik Bulgular .....	32
<b>Tablo 6.</b>	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler .....	34
<b>Tablo 7.</b>	Sınıf Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	34
<b>Tablo 8.</b>	Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	35
<b>Tablo 9.</b>	Ekonomik Duruma Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	35
<b>Tablo 10.</b>	Anne Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	36
<b>Tablo 11.</b>	Baba Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	37
<b>Tablo 12.</b>	Yaşanılan Yerde İnternet Olması Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	37
<b>Tablo 13.</b>	Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısına Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	38
<b>Tablo 14.</b>	Günde İnternet Kullanım Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	39
<b>Tablo 15.</b>	Günde Sosyal Medya Hesabını Kullanma Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	40
<b>Tablo 16.</b>	İhtiyaçlar Dışında Hiç Ara Vermeden İnternet Kullanım Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu .....	41

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.</b> Dünya genelinde bölgelere göre internet kullanıcısı sayısı (Temmuz-2019).....	7
<b>Şekil 2.</b> Sosyal medya türlerinden bazılarının aktif kullanıcı sayıları (Haziran 2019) (Milyon kişi) .....	9
<b>Şekil 3.</b> Blog türleri .....	11
<b>Şekil 4.</b> Araştırma Modeli .....	27



## EKLER LİSTESİ

<b>8.1.</b> Etik Kurul İzin Formu.....	53
<b>8.2.</b> Anket Formu .....	55
<b>8.3.</b> SMBÖ - Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği .....	57
<b>8.4.</b> Tez Etik Kurul Formu E-Posta İzin Onayları.....	59
<b>8.5.</b> Çağ Üniversitesi Tez Anket İzin İstek Yazısı.....	62
<b>8.6.</b> Osmaniye İl Milli Eğitim Müdürlüğü Tez Anket İzin Yazıları.....	63



## BÖLÜM I

### 1. GİRİŞ

#### 1.1. Araştırmanın Arka Planı

Bilgisayar ve internet teknolojilerindeki gelişmeler ile beraber internet kullanımı günlük yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Bununla beraber özellikle günümüzde kişiler arasındaki iletişimde sosyal medya araçları sıklıkla kullanılmaktadır (Vural ve Bat, 2010). Sosyal medya araçlarının yoğun bir şekilde kullanılması diğer yaş gruplarının yanında özellikle ergenlik çağında bulunan kişilerin sosyal etkileşimleri gereği sosyal medya araçlarını sıklıkla kullanmaları bağımlılık yaratabilmektedir. (Kuss ve Griffiths, 2011; Tutgun Ünal, 2015). Sosyal medya araçlarının günlük yaşamın bir parçası haline gelmesi nedeniyle literatürde birçok araştırmacı tarafından sosyal medya araçlarının kullanımı ve sosyal medya bağımlılığına yönelik araştırmalar yapılmıştır. (Yermolayeva ve Calvert, 2009; Seferoğlu ve Yıldız, 2013; Çetinkaya, 2013; Akdemir, 2013; Tanrıverdi ve Sağır, 2014). Türkiye'de internet ve sosyal medya kullanımı her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Lise çağında olan gençler için sosyal medya araçlarının kullanımı ve sosyal medya bağımlılığına yönelik tespitlerin yapılması literatürde önemle üzerinde durulan konular arasında yer almaktadır (Duman, 2008; Akdemir, 2013; Tanrıverdi ve Sağır, 2014).

#### 1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen değişkenler tespit edilmesidir.

#### 1.3. Araştırmanın Problemi

Kişinin günlük yaşamında etrafındaki kişilerle doğrudan iletişim kurarak bilgi edinmek yerine giderek sosyal medyaya daha da bağımlı hale geldiği gözlemlenmektedir (Taşçı ve Ekiz, 2018). Aile, arkadaşlarla zaman geçirmek, sosyal aktivitelere katılmak, spor yapmak yerine sosyal medyada vakit harcanmaktadır. Bu yönüyle kişiler sosyal medyayı ön plana koymuş olmaktadır. Bu bireyler açısından popüler olan sosyal medyadır (Taydaş, 2012). Bazı zamanlar bireyler diğer kişilerden uzaklaşarak kendini dinleme isteği içinde olabilir ancak bu istek, diğer bireylerle

iletişim ve etkileşim kurmada bir sorun ve gerginlik yaratıyorsa toplumsal hayattan kopma söz konusu olacaktır (Aktaş, 2017; Çiftçi, 2018). Kişilerin sosyal bir sorumluluk gibi bu akıma bağlı kalmaya çalıştıkları gözlemlenmektedir. Kişilerin kendi girişimleri ile kendilerini daha huzurlu, daha mutlu ve sağlıklı hissedebilmek adına adımlar attıkları görülmektedir (Özbolet, 2011). Sosyal medyanın bir akım olarak kullanılması, bağımlılık nedeni olmaktadır.

Sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığına yönelik olarak literatürde birçok araştırma mevcuttur (Yermolayeva ve Calvert, 2009; Seferoğlu ve Yıldız, 2013; Çetinkaya, 2013; Akdemir, 2013; Tanrıverdi ve Sağır, 2014). Sosyal medya kullanımının sürekli olarak artması ve günlük yaşamın önemli bir parçası haline gelmesi, sosyal medya bağımlılığına yönelik araştırmaları önemli hale getirmektedir. Özellikle ergenlik döneminde olan lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının tespit edilmesi, hem ailelere hem de eğitimciler için önemli kaynak sağlayacaktır.

Araştırmanın problem cümlesi şu şekildedir:

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen değişkenler olduğu düşünülmektedir.

#### **1.4. Araştırmanın Önemi**

Sosyal medya kullanımının giderek yaygınlaşması, sosyal medyanın kullanıcı üzerinde etkilerini daha önemli hale getirmektedir. Özellikle genç yaşlardaki bireylerin sosyal çevrelerinden çok çabuk ve yoğun şekilde etkilenmeleri, sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisini önemli kılmaktadır. Günümüzde mobil cihazların yaygınlaşması, sosyal medya kullanımını günlük yaşamın bir parçası haline getirmiştir. Gençler için günlük yaşamda sosyalleşme ihtiyacının önemli bir kısmı sosyal medya araçları üzerinden giderilmektedir. Bu durum gençlerin sosyal medya bağımlılıklarını arttırmaktadır. Literatürde sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan çalışma sayısı oldukça fazladır.

Öğrenciler sosyal medya ortamlarında zaman geçirirken, hem akademik hem de sosyal anlamda görevlerini ertelemektedirler. Sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanan öğrencilerin hem akademik hem de sosyal anlamda sıkıntılar yaşamaları mümkündür. Bu nedenle öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlere yönelik önlemlerin alınmasının önemli olduğu düşünülmüştür. Bu araştırma öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının ve etkileyen

faktörlerin incelenmesi açısından önemlidir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar hem eğitimciler hem de ailelere yol gösterici nitelikte olacağı öngörülmektedir.

### 1.5. Araştırmanın Varsayımları (Sayıtlar)

Araştırmanın varsayımları şu şekildedir:

- Araştırmaya katılacak lise öğrencilerinin anket sorularına içtenlikle cevap verecekleri varsayılmıştır.

### 1.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırmanın sınırlılıkları şu şekildedir:

- Araştırma Osmaniye'nin Kadirli İlçesi'ndeki lise öğrencileri ile sınırlıdır.

### 1.7. Tanımlar

**İnternet bağımlılığı:** İnternet bağımlılığı, kişilerin olması gereken düzeyin çok üstünde internet kullanımı isteği içinde olması ve bu bireylerin internet kullanmadığı zamanları vakit kaybı olarak değerlendirmesi ve söz konusu etkenlere bağlı olarak kişinin son derece öfkeli, gergin bir halde olması ve buna bağlı olarak saldırgan tutum ve davranışlarda bulunma eğiliminde olmasıdır (Çam ve İşbulan, 2012)

**Sosyal medya:** Yapısal açıdan bireylere sosyal bir ortamda ağ kurabilme, kendilerini tanıtabilme, farklı kullanıcılarla etkileşim kurabilme ve bunları sürdürebilme, oluşturulan içerik ve bilgileri paylaşabilme, tanımayan insanlarla ilişki kurabilme, yeni arkadaşlar kurabilme ve video ve fotoğraf içeren profil sayfası meydana getirme gibi imkanlar sağlayan platformları ifade etmektedir (Ünal, 2015).

## BÖLÜM II

### 2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

#### 2.1. İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığı, kişilerin olması gereken düzeyin çok üstünde internet kullanımı isteği içinde olması ve bu bireylerin internet kullanmadığı zamanları vakit kaybı olarak değerlendirmesi ve söz konusu etkenlere bağlı olarak kişinin son derece öfkeli, gergin bir halde olması ve buna bağlı olarak saldırgan tutum ve davranışlarda bulunma eğiliminde olmasıdır. Bu doğrultuda kişinin sosyal yaşamı, iş hayatı ve aile yaşamı negatif yönde etkilenmektedir (Çam ve İşbulan, 2012). Yapılan incelemelerle birlikte madde bağımlılığı ile örtüşen niteliklerinin olduğunu ifade edebilmek mümkündür.

Young tarafından internet bağımlılığının tanımlanabilmesi açısından ortaya konulan bazı ölçütler bulunmaktadır. Bu ölçütlerle beraber bireyin internet bağımlısı olduğu ifade edilebilir. Bu ölçütler şu şekilde sıralanabilir (Arısoy, 2009):

1. Bireyin internetle ilgili son derece fazla düzeydeki uğraşı (devamlı olarak internetteki aktivitelerle ilgili hayal kurma, sürekli interneti düşünme, internet üzerinden yapılacak bir etkinliği düşünme gibi)
2. Arzu edilen bir keyfi sağlamak için giderek daha çok düzeyde internet kullanma gereksinim hissetme
3. İnternet kullanımını denetim altına alma, tamamen bırakmaya veya azaltmaya yönelik başarılı olmayan girişimlerin bulunması
4. İnternet kullanımının azaltılması veya tamamen kesilmesi halinde çökkünlük, huzursuzluk veya kızgınlık hissedilmesi
5. Planlanan sürenin üzerinde internette kalma
6. Fazla internet kullanımı sebebiyle arkadaş, iş çevresi ve aile ile sorunlar yaşama kariyer ya da eğitimle ilgili bir şansını yitirme veya bir şansını tehlikeye düşürme
7. Diğer insanlara (terapist, arkadaş ve aile, vb) internet geçirilen süre ile ilgili olarak yalan söyleme
8. İnterneti negatif duygulardan (kaygı, çökkünlük, suçluluk, çaresizlik gibi) uzaklaşmak ya da sorunlardan kaçmak adına kullanma

Young, internet bağımlılığının tespit edilebilmesi adına patolojik kumar oynama ölçütlerini internet kullanmaya uyarlamıştır. Young tarafından internet bağımlılığını tespit etmek adına kullanılan 8 ölçütün 5'inin beraber bulunması tanı konuşabilmesi açısından yeterli olmaktadır. Bununla beraber internet bağımlılığının alt türlerinin olduğu da belirtilmektedir. Bu alt tipler şu şekilde açıklanabilir (Şenormancı, Konkan ve Sungur, 2010):

- **Özgül Türde İnternet Bağımlılığı:** Kumar, oyun, alışveriş, borsa takibi gibi özel amaçlar kapsamında ortaya çıkan bağımlılıktır. Burada hedef direkt olarak internet kullanımı değil, bir amacın gerçekleştirilmesi adına internetin kullanılmasıdır.
- **Yaygın patolojik internet Bağımlılığı:** Bu internet bağımlılığı türünde hedef doğrudan internet kullanımı olmaktadır. Burada internet kullanımının belli bir amacı olmayacağı gibi olması halinde ise çok çeşitli amaçlar olmaktadır. Çoğunlukla her an internete ulaşabilme ve ulaşılır olma ihtiyacı bulunmaktadır. Birey online olduğunda hissettiği destek ve sosyal bağ, bireyi online olarak kalmaya yönlendirmektedir. Burada internet bireyin dış dünyayla olan bağlantısı haline gelmektedir.

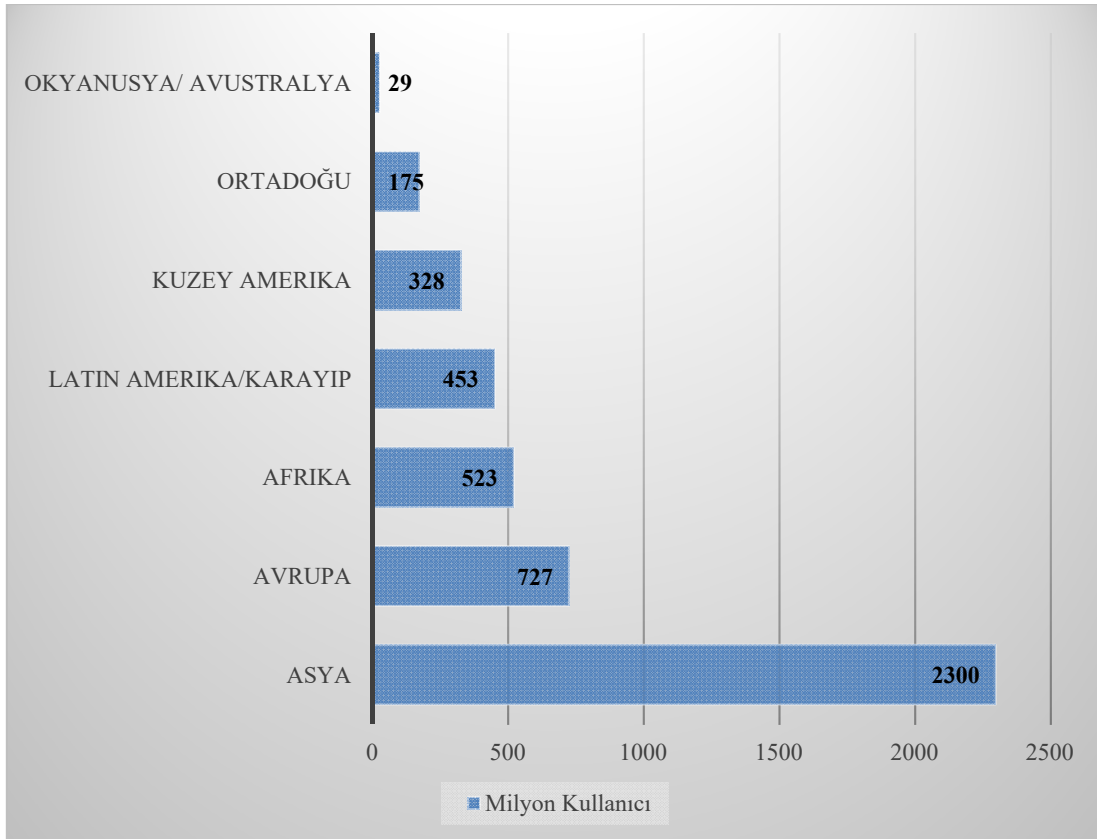
İnternet bağımlılığını ise beş grup altında ele alınmıştır. Bu gruplar şu şekilde ifade edilebilir (Soule ve ark., 2003):

1. **Sanal seks bağımlılığı:** Sanal seks sohbet odalarına yönelik bağımlılığı ifade etmektedir.
2. **Sanal ilişki/ arkadaşlık bağımlılığı:** Arkadaşlık sitelerinde kapsamında ortaya bağımlılığı açıklamaktadır.
3. **İnternet kumar bağımlılığı:** Aşırı internetten alış-veriş yapma, kumar oynama, bahis ve açık artırma sitelerinde çok vakit geçirme
4. **İhtiyaç dışı bilgi arama bağımlılığı:** Olağandan fazla veri ya da web bankalarında tarama yapmayı ifade etmektedir.
5. **Bilgisayar bağımlılığı:** Aşırı düzeyde oyun oynama ve program yazma bağımlılığını anlatmaktadır.

İnternet bağımlılığı günümüzde önemli bir sorun olarak ele alınmaya başlamıştır. Bu bağımlılıkla ilgili herkes tarafından kabul gören ortak bir tanım olmamakla birlikte bu sorunun tedavi edilebileceği görüşü bulunmaktadır. Burada bireylerin gerçek dünya ile sanal dünyayı birbirlerinden ayırt edebilmeleri son derece önemli olmaktadır. İnternet bağımlılığına tedavi protokolü şu şekilde izlenmektedir (Davis, 2001):

1. Bireyin internetten uzak kalıp kalamadığının belirlenmesi
2. Bilgisayarının konumunun değiştirilmesi ile bireylerin bulunduğu yere götürülmesi
3. Bağımlı bireyin diğer bireylerle birlikte internete bağlanması,
4. İnternet girme zamanının değiştirilmesi
5. İnternet defterinin oluşturulması
6. Bireysel kullanıma son verilmesi
7. Yakınlarından ve arkadaşlarından internetle ilgili sorunlarının olduğunun saklı tutulmaması
8. Fiziksel aktivitelere dahil olunması
9. İnternet tatillerinin verilmesi
10. Otomatik düşüncelerin değerlendirilmesi
11. Gevşeme egzersizlerinden yararlanılması
12. İnternete girme esnasında hissedilenlerin not olarak alınması
13. Farklı becerilerin kazanılması

İnternet bağımlılığının ortaya koyulabilmesi açısından internet kullanıcı istatistiklerinin değerlendirilmesi yerinde olacaktır. Bu açıdan Şekil 1’de 2019 yılı ortası itibariyle çeşitli bölgelere göre internet kullanıcı sayısı ele alınmıştır.



Şekil 1. Dünyageneralinde bölgelere göre internet kullanıcısı sayısı (Temmuz-2019)

Kaynak: İnternet World Stats, İnternet Usage Statistics, <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, erişim tarihi: 01.12.2019.

Şekil 1 incelendiğinde yalnızca Asya’da 2,3 milyar internet kullanıcı bulunmaktadır. Bu rakam dünya genelinde değerlendirildiğinde ise neredeyse 4,5 milyar kullanıcı olduğu gözlemlenmektedir. Dünya nüfusunun yaklaşık 7 milyar olduğu düşünüldüğünde bu rakamın oldukça yüksek olduğunu ifade edebilmek mümkündür. Dünya genelinde düzgün imkanları olmayan ve açlık sınırda olan bölgelerin varlığında bile bu kadar çok internet kullanıcısının varlığı internet bağımlılığı potansiyelinin oldukça fazla olduğunu göstermektedir.

## 2.2. Sosyal Medya Kavramı

Haberleşme sürecinde en önemli gelişmelerden birinin internet olduğunu ifade edebilmek mümkündür. Dünya genelinde ilk olarak 1970’li yıllarda kullanılmaya başlayan internetin 1990’lı yıllarla birlikte kullanımının hız kazanması portalların ve web sitelerinin yaygınlaşmasını sağlayarak, her geçen internete bağlanan kullanıcı sayısının artmasını sağlamıştır. Özellikle bu sürece 2000’li yıllarla birlikte sosyal medya

dahil olmuş ve her kesimden insanın buluşması mümkün hale gelmiştir (Vural ve Bat, 2010).

Sosyal medya temelde web 3.0 teknoloji bağlamında karşımıza çıkmaktadır. Bu teknolojiden yararlanan fertlerin, diğer kullanıcılarla ilgili bilgi edinmek, onlarla etkileşimde bulunabilmek adına bunları kullandıkları bilinmektedir. Yapısal açıdan sosyal medya araçları pek çok bireyin gereksinimlerini karşılamaya yönelik hizmet verme isteği içindedir. Bu sayede kişilerin gereksinimleri bu uygulamalarla beraber farklı gereksinimler haline gelebilmektedir (Gürsakal, 2009; Hazar, 2011).

Sosyal medya yapısal açıdan bireylere sosyal bir ortamda ağ kurabilme, kendilerini tanıtabilme, farklı kullanıcılarla etkileşim kurabilme ve bunları sürdürebilme, oluşturulan içerik ve bilgileri paylaşabilme, tanımayan insanlarla ilişki kurabilme, yeni arkadaşlar kurabilme ve video ve fotoğraf içeren profil sayfası meydana getirme gibi imkanlar sağlayan platformları ifade etmektedir (Ünal, 2015). Söz konusu niteliklere bağlı olarak günümüzde insanların sosyal medyayı oldukça tercih ettikleri gözlemlenmektedir. Bireylerin sosyal medyayı kullanmak istemelerinde şu özelliklerin etkili olduğunu ifade edebilmek mümkündür (Gürsakal, 2009):

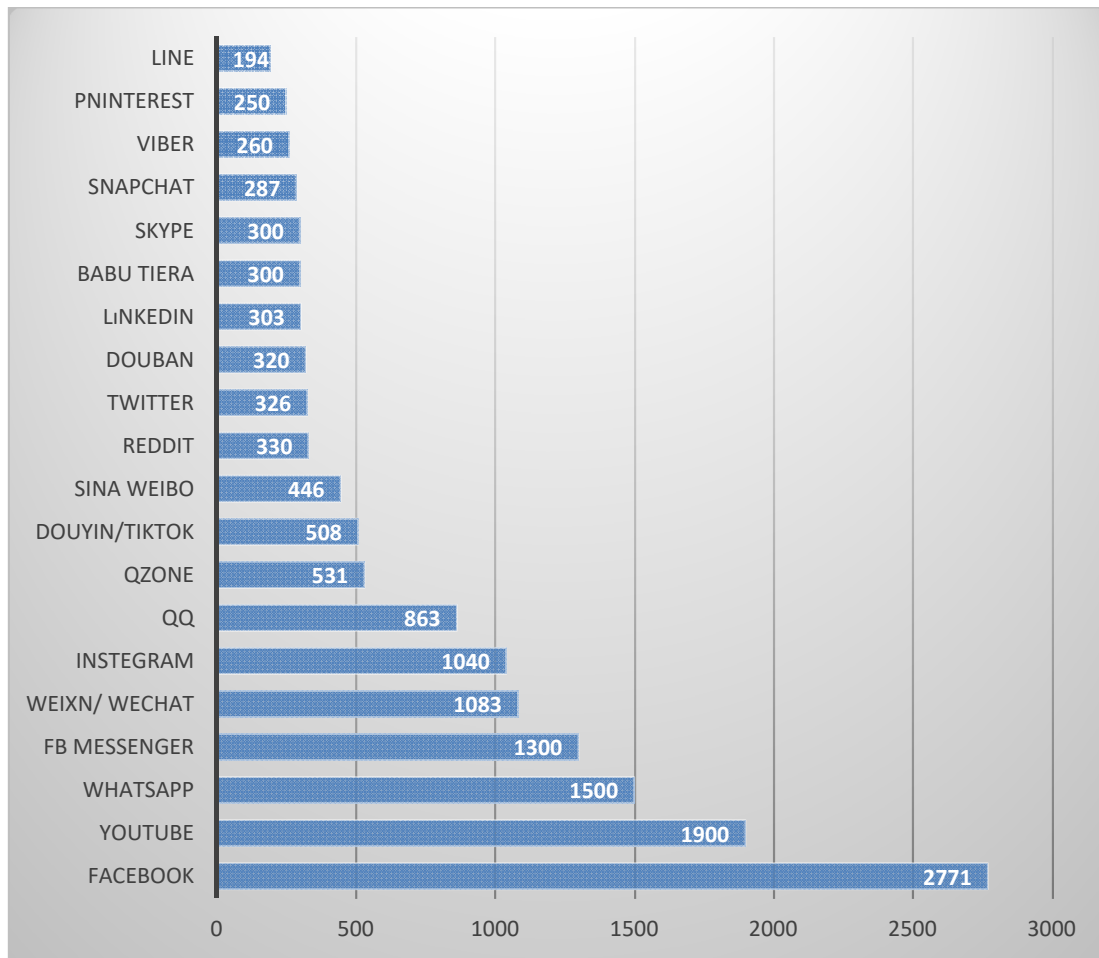
- Açıklık: Sosyal medyadaki programların çok kolay bir biçimde kullanılıyor olması, neredeyse her yaştan üyenin bu alanlara yönelmesine sebep olmaktadır. Bununla birlikte üyelerin profillerine arzu edildiği takdirde yorumda bulunulabilmektedir.
- Karşılıklı Konuşma: Geleneksel medyada tek yönlü olan iletişim kendini sosyal medyada karşılıklı iletişime bırakmış durumdadır. Sosyal medyada bireyler arzu ettikleri her karşılıklı iletişime geçebilme imkanına sahip olmaktadır.
- Topluluk: Üyeler yeteneklerine ve ilgi alanlarına göre belli topluluklar oluşturabilir, bununla birlikte herhangi bir topluluğa dahil olabilirler. Bu sayede üyeler arasında kolayca iletişim kurulabilmesi de mümkün olmaktadır.
- Bağlantısallık: Sosyal medya araçları, üyelerin farklı program ve sitelere kolay bir biçimde erişebilmesi açısından onlara bağlantılar sunabilmektedir.

Sosyal medya ile ilgili olarak global sosyal medya ajansı 2018 yılı sosyal medya ve medya kullanımıyla ilgili bazı önemli bilgiler vermiştir. “Hootsuite” ve “We Are Social” ın beraber yayınlamış oldukları rapora göre dünyada 3.19 milyar aktif sosyal

medya kullanıcı bulunmaktadır. Bu dünyadaki nüfusun yaklaşık %42'sine denk gelmektedir. Bununla birlikte mobil üzerinden sosyal medyaya bağlanan kullanıcı sayısının ise 2,9 milyar olduğu belirtilmektedir.

### 2.3. Sosyal Medya Türleri

Sosyal medya türleri yapısal açıdan sosyal ağlar, bloglar, wikiler, forumlar, podcastlar, microbloglar olarak ele alınabilecektir. Şekil 2'de sosyal medya türlerinden bazılarının aktif kullanıcı sayılarına yer verilmiştir.



Şekil 2. Sosyal medya türlerinden bazılarının aktif kullanıcı sayıları (Haziran 2019) (Milyonkişi)

Kaynak: 2019 İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri, <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>

Görüldüğü gibi dünya genelinde en fazla aktif kullanıcı sayısına 2,7 milyar ile Facebook sahiptir. Bunu 1,9 milyar ile Youtube takip etmektedir. Üçüncü sırada ise 1,5 milyar ile Whatsapp izlemektedir. Ele alınan 20 sosyal medya platformunda ise 20. Sırada Line bulunmaktadır. Line'ın ise aktif toplamda 194 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. Bu sosyal medya platformlarına dahil olan kişi sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu yönüyle bu rakamların ilerleyen yıllarda giderek artış göstereceği düşünülmektedir.

### 2.3.1. Sosyal Ağlar

Sosyal ağ, kullanıcı bireylere içerik değişiminde bulunabilme ve farklı kullanıcılarla kişisel web sayfası meydana getirebilme, diğer kullanıcılarla etkileşim kurabilme olanakları sağlayan bir yapıyı ifade etmektedir. Yapısal olarak sosyal çevrelere katılabilme olanağı sağlayan sosyal ağlar, bireyler arası iletişimi olası hale getirmektedir (Kara ve Coşkun, 2012). Bu yapılar sayesinde bireyler paylaşımlarda bulunabilmekte, tanışabilmekte, gruplar kurabilmekte ve çeşitli tartışmalara katılabilmektedir. Facebook, Twitter gibi sosyal ağ siteleri bireylerin kendi aralarında iletişim kurabilmesi, kişilerin ilgi alanları ile ilgili çeşitli takipler yapabilmesi gibi önemli imkanlar sağlamaktadır. Sosyal ağlar kapsamında bireyler, belli görüşler çerçevesinde bir araya gelerek yeni bağlar kurabilmektedirler (Richardson, 2009).

Myspace: Myspace, genel olarak video ve müzik paylaşımında bulunma imkanı sağlayan bir sosyal ağ sitesi niteliği taşımaktadır. Kullanıcı sayışı hızla artış gösteren ve "a place for friends (arkadaşlık yeri)" sloganıyla hizmet veren sosyal medya ortamlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Bat, 2012; Sönmez, 2012). Myspace, 2007 yılında Facebook'un çıkmasıyla birlikte popülerliğini yitirmeye başlamıştır.

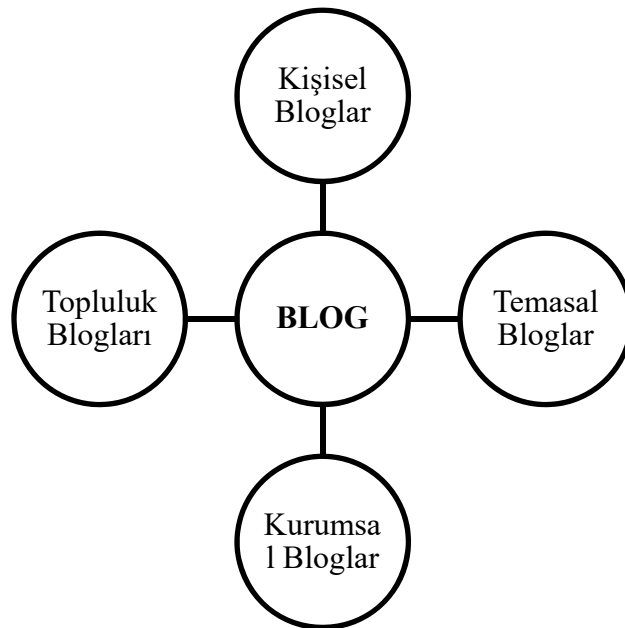
Facebook: Mark Zuckerberg'in 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi iken arkadaşları ile birlikte geliştirdiği Facebook, başta yalnızca üniversiteye üye olan öğrenciler tarafından kullanılırken giderek tüm dünyada kullanılmaya başlayan bir sosyal medya aracı haline gelmiştir. Kullanıcılarına bilgi alışverişinde bulunma ve iletişim kurma olanağı sağlayan Facebook'un yaklaşık olarak dünya genelinde 1,4 milyar kullanıcısı bulunmaktadır. Bireylerin iletişim kurmak istedikleri bireyler ile sanal şartlarda bir araya gelmelerine ve ilişkilerini sosyal ortamda sürdürmelerine olanak vermektedir (McLoughlin ve Lee, 2008; Socialbakers, 2015).

LinkedIn: Reid Hoffman tarafından “Dünyayı En Büyük Profesyonel Ağı” sloganı ile birlikte hayata geçirilmiştir (Bat, 2012). Dünya genelinde Likedin, 200 bölge ve ülke kapsamında 300 milyon civarında kullanıcısıyla en büyük profesyonel sosyal ağ olarak karşımıza çıkmaktadır (LinkedIn, 2015).

Türkiye’de ise yaklaşık olarak 600 bin kullanıcı olan LinkedIn, profesyonel niteliklerini sanal ortamda koordine etmenizi sağlamakta ve böylece daha iyi bir kariyer imkanı edinmenizi sağlamaktadır (Menteşe, 2012).

### 2.3.2. Bloglar

Sosyal medya mecrası içinde en fazla bilinen araçlar içerisinde bloglar yer almaktadır. Bloglar yapısal olarak en son meydana getirilen girişlerden başlayarak en eskilerine doğru izlenme imkanı veren çevrimiçin bültenler olarak ele alınmaktadır. Bloglarda teknik bilgi olma zorunluluğu bulunmamaktadır. Bu açıdan bireylerin kendi arzu ettikleri biçimde yazı yazabildikleri alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet bağlantısı ile yazarların anlık olarak yayın yapabilmelerine imkan veren, meydana getirilmeleri, geliştirilmeleri ve güncellenmeleri oldukça kolay olan internet siteleridir. Bu bakımdan herhangi bir bilgisayar kullanıcısının blog oluşturması mümkün olmaktadır (Karcioğlu ve Kurt, 2009; Bostancı, 2010; Dikme, 2013). Blogların genel anlamda kendi içinde dörde ayrıldığı görülmektedir. Bunlara Şekil 3’de yer verilmiştir.



Şekil 3. Blog türleri

Kaynak: Bostancı, 2010.

Görüldüğü gibi bloglar kendi içinde kişisel bloglar, temasal bloglar, kurumsal bloglar ve topluluk blogları olarak dörde ayrılmaktadır. Kişisel bloglar, bireylerin günlük yaşantılarında karşılaştıkları olayları ifade ettikleri bloglar olarak ifade edilmektedir. Temasal bloglar, belli bir konuyu veya temayı bilen bireylerin kendilerini ifade ettikleri bloglar olarak karşımıza çıkmaktadır. Tema herhangi bir konu olabilecektir. Topluluk blogları, yazıların üye olunarak paylaşılabilirdiği ve aktarılabilirdiği blogları açıklamaktadır. Kurumsal bloglar ise, çeşitli işletme ve kurumların topluma kendilerini tanıttığı blogları ifade etmektedir (Atalay, 2014; Bostancı, 2010).

### 2.3.3. Wikiler

Wiki sözcüğü Hawaii dilinde kullanılan bir kelime olmakla birlikte anlam olarak hızlı manasına gelmektedir. Ward Cunningham tarafından 1994 yılında ilk kez “WikiWikiWeb” ismiyle kullanıma sokulmuş ve ardından 1995 yılında hazır halde kullanılmaya başlamıştır (Akar, 2010). Türkçe olarak ise bildiğim kadarıyla anlamına gelen “What I know is” ın kısaltması biçiminde çevrilmiştir. Yapısal olarak wikiler oluşmasına her bireyin katkıda bulunabilirdiği sanal ansiklopedileri ifade etmektedir. Yararlanan bireylerin söz konusu sayfalarla dahil olarak herhangi bir konuyla ilgili bilgileri değiştirebilecekleri açık bir platform veya kaynak ortamını biçiminde değerlendirilmektedir. Wiki’ler içerik değiştirme veya içerik eklemeye izin vererek toplumla beraber yürütülen bir veritabanı görevini yüklenmiş olmaktadır. Wikiler bireyler yanlış ve hatalı gördükleri değiştirme yapma imkanı sağlamaktadır (Altun, 2008; Kahraman, 2010).

Çeşitli topluluklar veya gruplar wikiler sayesinde oldukça kapsamlı dokümanlar meydana getirebilir ve söz konusu dokümanlar kapsamında sürüm farklılıkları izlenebilir. Sayfaların biçimlendirilmeleri ve sayfalar kapsamındaki bağlantılar sistemin kendi tarafından yapılacağından dolayı bilgiyi belgeleme ve ona erişme wikiler sayesinde oldukça kolay olmaktadır (Kahraman, 2010).

Wikiler içerisinde en bilinenlerinden biri Wikipedia’dır. Wikipedia kelimesi ise “Wiki” ile “encyclopedia” kelimelerinden türetilmiştir. Wikipedia 2001 yılında hizmete girmiştir. Wikipedia’da kullanıcılar tarafından girilen bilgiler, uzmanlar tarafından onaylanmakta ve bu sayede güvenilir bilgi paylaşımı yapılması sağlanmaktadır. Özellikle kullanıcıların içerik üretmesi Wikipedia’yı diğer ansiklopedilerden ayıran

yegane özelliktir. İçeriklere metin editörleri müdahale edebilmekte ve kabul edilmeyecek bir içerik bireyleri rahatsız etmeyecek biçimde yeniden düzenlenebilmektedir (Caverly ve Ward, 2008).

#### **2.3.4. Forum**

Forumlar, ilgi konuları veya çeşitli konular üzerinden çevrimiçi tartışma olanağı sağlayan platformlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin belli konu ilgili gelişmelerden haberdar olabilmek, belli bir konuyla ilgili bilgi alabilmek, diğer bireylerin deneyimlerinden ve görüşlerinden yararlanabilmek maksadıyla dahil oldukları ortamları ifade etmektedir. Bireylerin bir foruma katılmaları durumunda önceden açıklanan bir konuyla ilgili yorum yazabilmeleri mümkün olabildiği gibi yeni bir konu da açabilmektedirler. Forumlar kapsamında idari ve teknik yöneticilerin dışında takip ve düzeni sağlayan yönetici olarak ifade edilen başkalar da yer alabilmektedir. Forumlar yapısal olarak etkin bir iletişim ortamı sağlamaktadır. Bireyler iletişimi yüz yüze kurmasalar da birbirlerine kolayca geribildirimde bulunabilmeleri iletişimin kuvvetlenmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte yapılan geribildirimlerde detaylı bilgilerin bireylere sunulabilme imkanının olması bireylerin bilgi düzeylerinin artma olasılığının da artmasını sağlamaktadır (Koçak, 2012).

#### **2.3.5. Podcast**

Apple firmasının 2001 yılında çıkarmış olduğu iPod dijital ses oynatıcısı teknolojiyle beraber Podcast gelişim göstermiştir. Bununla birlikte ilk kez 2004 yılında kullanılmaya başlayan ve 2005 yılına gelindiğinde Yeni Oxford Amerikan Sözlüğü'nde yer alan bu kavram iPod'da yer alan "pod" sözcüğü ile yayın manasına gelen "broadcast" kelimesindeki "cast" kısmını bir araya getirilmesi ile türetilmiştir. Bu açıdan Podcast hizmetleri seslerin ve videoların çevrimiçi olarak uyumlu cihazlar üzerinden paylaşılması üzerine kurulmuştur. Bireyler Podcast sayesinde video ya da ses kayıtlarını kolay bir biçimde kaydedip paylaşabilmekle birlikte bu alana abone olarak diğer bireylerin ses ya da videolarını izleyebilme imkanına sahip olabilmektedirler.

#### **2.3.6. İçerik Toplulukları**

Fotoğraf, video ve ses paylaşım siteleri ile sosyal yer imi işareti yapmayı ifade etmektedir. kişilerin favori sitelerini paylaşma, saklama ve koordine edebilme olanağı

veren bu sitelere sosyal işaretleme ya da sosyal imleme siteleri de denilmektedir. Söz konusu sitelerle birlikte meydana getirilen fotoğraflar ve videolar çok kısa süre içinde milyonlarca birey tarafından izlenebilmektedir. Bu özellikleri bu sitelerin oldukça fazla ziyaret edilebilmesine imkan vermektedir. Instagram, Youtube, Flickr ve Foursquare en bilinen örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Bayram, 2012; Ök, 2013).

### **2.3.6.1. Instagram**

Instagram, Mike Krieger ve Kevin Systrom tarafından 2010 yılında uygulamaya konulmuştur. Söz konusu uygulamanın ilgi görmesinin en büyük sebebi çekilmiş fotoğraflara etkileyici nitelik kazandıran filtre uygulamalarının kullanılabilmesi olmuştur. Söz konusu filtrelerle birlikte olağan yaşamda karşı karşıya kalınan normal bir obje bile bir sanatçının eseri gibi fotoğraflanabilmektedir. Bireyler çekmiş oldukları fotoğrafları arzu ederlerse Foursquare, Twitter, Tumblr ve Facebook gibi mecralarda paylaşabilme olanağına sahip olmaktadır. Yapısal olarak Instagram Twitter, Facebook gibi sosyal ağlara entegre olarak çalışmaktadır. Bununla birlikte Instagram'ın ücretsiz olması da ayrıca bu mecranın bireyler cazip bulunmasına neden olmaktadır(Sönmez, 2013).

### **2.3.6.2. Youtube**

Jawed Karim, San Mateo, Steve Chen ve Chad Hurley tarafından 2005 yılında geliştirilen bir video paylaşım sitesidir. Bu paylaşım sitesi başta, ev partilerinde çekilen komik videoların paylaşılması maksadıyla kullanılmış ve zaman içinde geliştirilerek günümüzdeki Youtube halini almıştır. Bu süreci Google'ın Youtube'u 1,5 milyar dolar ödeyerek satın alması izlemiştir. Günümüzde Youtube dünyanın en popüler sitelerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla Youtube gün içinde milyonlarca video izlenmesi yapılmaktadır. Youtube kendi içinde içeriğin puanlanması, paylaşılması, etiketlenmesi ile pek çok öğeyi barındırmaktadır (Burke ve Snyder, 2008).

### **2.3.6.3. Flickr**

Fotoğraf paylaşımı açısından kullanılan en bilindik web sayfalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Flickr sitesinde Yahoo mail üzerinden girilebilmektedir. Sitede fotoğrafların incelenmesi ve bunlarla ilgili yorumlarda bulunabilmesi mümkündür. Bununla birlikte fotoğraflara etiketleme yapılabilmektedir. Bazı ilgi konuları üzerinde

gruplar oluşturulabilmekte ve bu konu ile ilgili olan kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurabilmeleri sağlanabilmektedir. Flickr üzerinden pek çok uygulamaya da erişilebilmektedir (Satıl, 2011).

#### **2.3.6.4. Foursquare**

Naveen Selvadurai ve Dennis Crowley'in bir araya gelerek 2008 yılında meydana getirmeye başladıkları Foursquare, 2009 yılında hizmete sokulmuştur. Bu site bireyin arkadaşlarının ve kendinin bulunduğu yeri değerlendirmesine olanak sağlayan bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapısal olarak Foursquare kişinin gitti ve ziyaret ettiği yerleri kaydetmesi ve bu yerleri paylaşması adına kullanılan bir uygulamadır. Bununla birlikte bireyler ziyaret ettikleri yerlerle ilgili yorumlarda bulunarak bazı tavsiyelerde bulunmuş olmaktadır (Özdiç, 2014).

#### **2.3.7. Microbloglar**

Microbloglar yapısal olarak blogların farklı bir türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Niteliksel olarak anlık ve daha kısa olmaktadır. Bu yönüyle blogların daha anlık ve kısa bir türü olmaları sebebiyle çok kısa zaman dilimi içinde pek çok kullanıcıya ulaşabilme olanağı sağlamaktadır. Microbloglar ilk kez kendisini Twitter'la beraber duyurmuştur. Ardından ise Pownce, Jaiku ve FriendFeed ile daha da yaygın hale gelmiştir. Microblog siteleri kendilerini güncelleme olanağı sağlamaktadır (Phillips ve Young, 2009).

##### **2.3.7.1. Twitter**

Biz Stone, Jack Dorsey ve Evan Williams tarafından 2006 yılında geliştirilen Twitter, ilk kez internet üzerinde SMS uygulamasıyla ortaya çıkmıştır. Başlarda Twitter'ın 140 karakter ile sınırlandırıldığı görülmüştür. Söz konusu 140 karakter günümüzde mesaj sınırının ötesine geçmiş anlık, hızlı ve kısa paylaşımların ana ögesi haline gelmiştir. Bu microblog başlarda bireylerin anlık durumlarını paylaşması açısından geliştirilmiştir. Fakat üye sayısının giderek artması, kültürel ve ticari faaliyetler bağlamında Twitter'ın farklılaşmasına neden olmuştur.

Twitter içinde video ve fotoğraf yüklemeleri yapılabilirken, kullanıcılar kendi sayfalarını kendileri biçimlendirebilmektedirler. Bununla birlikte Twitter kullanıcılarının en fazla konuştukları konular ise "Trend Topics" listesi kapsamında yer

almaktadır. Türkiye’de Twitter’ın popülarlığını giderek artırdığı gözlemlenmektedir. Bu açıdan bireyler dışında çeşitli kurumların, sivil toplum kuruluşlarının, siyasi organizasyonların kendileri açıklayabilmek adına Twitter kullandıkları gözlemlenmektedir (Menteşe, 2013; Arık, 2013).

### **2.3.7.2. Tumblr**

David Karp’ın 2007 yılında kurduğu Tumblr, benzer hizmetlerle karşılaştırıldığında oldukça kolay, işlevsel ve hızlı paylaşımında bulunulmasına izin veren microblog olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapısal olarak Blogcu, Blogger, WordPress, Typepad ve Xanga gibi blog servislerinin temin ettiği hizmetlerin aynısını yerine getirmektedir. Fakat herkes tarafından kolayca kullanılabilmesi diğer microbloglardan ayrılmasını sağlamaktadır (Argın, 2013).

Buraya kadar ifade edilen farklı sosyal medya türleri kapsamında pek çok platform bulunmakta ve bu platformlardan yararlanan kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. Söz konusu artışla birlikte bireylerin sosyal medyayı daha fazla kullanmaya başladıkları gözlemlenmektedir. Ortaya çıkan bu durum ise sosyal medyaya yönelik bağımlılığın artma olasılığının yükseldiğinin ifade edilmesini mümkün kılmaktadır.

## **2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı**

Sosyal medya sahip olduğu gücü ve yaygınlığını Türkiye’de ve dünya genelinde her geçen günle beraber artırmaktadır. Söz konusu bu gelişim doğrultusunda bireyler de bu yapının bir parçası olabilmek adına çeşitli girişimlerde bulunmaktadırlar. Günümüzde mobil teknolojilerde ortaya çıkan gelişim de sosyal medyanın gelişimine katkı sağlamaktadır. Özellikle mobil teknolojiler üzerinden sosyal medyaya aktif olarak bağlanabilmesi, sosyal medya kullanımının artmasını sağlamaktadır. Günümüzde özellikle gençlerin yeni teknolojileri aktif olarak kullanması sosyal medya alışkanlığı kazanabilmelerine neden olabilmektedir. Ancak bu alışkanlık bir süre sonra bağımlılığa dönüşebilmektedir. Sosyal medya bağımlılığı ise bireylerde bazı ruhsal ve fiziksel hastalıkların oluşabilmesine neden olabilmektedir.

Her sosyal medya düşkünlüğün de sosyal medya bağımlılığı olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Bu bakımdan bireylerdeki sosyal medya düşkünlüğünün bağımlılık olarak nitelendirilmesi açısından şu bulguların olması gerektiğini ifade edebilmek mümkündür (Kuss, 2014):

1. Belirginlik: Bir faaliyetin kişinin hayatında ön planda olan edim haline dönüşerek duygularına, düşüncelerin ve fiillerine hakim olması anlamına gelmektedir.
2. Duygudurum düzenleme: Kişinin sosyal medya uygulamalarını kullanması neticesinde kişisel tecrübelerini ifade etmektedir. Kişinin yaşadığı tecrübenin değişik zamanlarda değişik hisler ortaya çıkarması manasına gelmektedir.
3. Tolerans: Kişinin psikolojik hali kapsamında eskiden yaşamış olduğu pozitif etkileri sağlamak için sosyal medya kullanımını süreçle artırması demektir.
4. Çekilme Belirtileri: Kişinin sosyal medya uygulamaları kapsamında bir paylaş yapmaması neticesinde açığa çıkan negatif hisleri ifade etmektedir.
5. Çatışma: Kişinin sosyal medya uygulamalarında çok fazla eforsergilemesi neticesinde kendisi ile çevresi ile yaşamak durumunda kaldığı sorunları açıklamaktadır.
6. Tekrarlama: Kişinin sosyal medya uygulamaları kullanımını sonlandırmak adına çabalaması ancak sosyal medyadan uzak kalmak adına verdiği araların oldukça az olması ya da belli bir süre sonra kişinin yeniden kullanmaya başlamasıdır.

Günümüz koşullarında yeni haberlerin ve olayların hızla sosyal medya içerisinde akması, bireyleri sosyal medyayı yakından takip etme zorunluluğunda bırakmaktadır. Burada bireylerin olaylardan uzak kalma korkusunun ön plana çıktığı ifade edilmektedir. Kişilerin olay ve durumlardan uzak kalmaya yönelik endişe ve korkularının ise sosyal medya bağımlılığına sebep olabilmesi üzerinde durulmaktadır (Yengin, 2014). Bunun dışında toplumsal ilişkilerde yalnız ve başarılı olmayan, olağan yaşamlarından bir tatmin sağlamayan bireylerin sosyal medyayı gerçek dünyadan uzaklaşma ve bir kaçış aracı görmesi, bu bireylerin sosyal medya bağımlısı olabilmesine sebep olabilmektedir (Arslan ve ark., 2015).

Sosyal medya bağımlılığı kapsamında karşı karşıya kalınan belirtilerin, internet bağımlılığı kapsamında karşılaşılan belirtilerle benzerlik gösterdiği üzerinde durulmaktadır. Bu konuyla ilgili olarak yapılan bir araştırmada alkol ve sigara bağımlılığına kıyasla sosyal medya bağımlılığının bireylere daha çok zararlı olduğu üzerinde durulmaktadır. Bununla birlikte bu araştırmaya dahil olan 18 ile 35 yaş aralığındaki Twitter ve Facebook üyelerinin sosyal medya bağımlılıklarının alkol ve sigara bağımlılıklarının ötesine geçtiği ifade edilmektedir (Tutgun ve Ünal, 2015).

Günümüzde bireyler sosyal medyadaki olayları kaçırmaya yönelik bir endişe ve bir korkuya sahip olmaktadır. Buna “gelişmeleri kaçıрма korkusu” (Fear of Missing Out- FOMO) adı verilmektedir. Yapısal olarak bu korku bir tip kaygı bozukluğu hastalığıdır. Bu konu ile ilgili olarak pek çok psikiyatr FOMO’nun sosyal medya kullanımıyla direkt olarak ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Gün içinde sürekli sosyal paylaşım ağlarındaki olayları kontrol etme isteğinde olma, sürekli olarak sosyal medyaya bağlı kalma söz konusu rahatsızlığın ortaya çıkmasına etkili olmaktadır. Bu hastalığı olan bireylerin bir uzmandan yardım almadıkça sosyal medyadan uzaklaşamadıkları ve bununla birlikte ruhsal bazı rahatsızlıklar yaşadıkları belirtilmektedir. Literatürde Z kuşağında değerlendirilen bireylerin buna yönelik bir riskle karşı karşıya kalabilecekleri belirtilmektedir. Bu yönleriyle FOMO günümüz koşullarının en önemli teknolojik hastalıklarından biri olarak değerlendirilmektedir (Arslan ve ark., 2015).

## **2.5. Sosyal Medya Bağımlılığının Kişiler Üzerindeki Etkileri**

Kişinin günlük yaşamında etrafındaki kişilerle doğrudan iletişim kurarak bilgi edinmek yerine giderek sosyal medyaya daha da bağımlı hale geldiği gözlemlenmektedir (Taşçı ve Ekiz, 2018). Sosyal medya yapısal olarak kişilerin sosyal yanlarını tamamlayan, geliştiren ve zayıflatan yönleri sahiptir. Mekan şartı olmaksızın iletişim kurulabilmesi, iletişim maliyetinin düşük olması, erişimin kolay olması kişinin toplumsal yönünün gelişim kaydetmesini sağlamaktadır. Karşılıklı iletişim kurma açısından bazı sorunları ve limitleri aşılmasını sağlamasıyla birlikte sosyal medya kullanılabilir bir hal almaktadır. Ancak bu durumun artış göstermesi gerçek toplumsal ilişkilerin giderek zayıflamasına neden olabilmektedir. Bununla birlikte bazı sosyal medya uygulamalarında görüntülü konuşma seçeceğinin bulunması bu negatif etkinin bir nebze ortadan kalkmasına sebep olabilmektedir.

Sosyal medyanın kişiler üzerindeki etkilerini değerlendiren bir çalışmada Facebook bağımlılığı olan bireylerin sahip olduğu özellikler açıklanmıştır. Bu bireylerin okul başarılarında düşüşler yaşanmakla beraber etraflarındaki bireylerin negatif söylemleri olduğu da gözlemlenmektedir. Yerine getirmeleri gereken bir iş varsa bu bireyler ilk başta Facebook mesajlarını kontrol etmektedir. Ortaya çıkan bu tablo ise bireylerin iş verimliliklerini ve performanslarını düşürmektedir. Bu kişilere Facebook’ta ne yapmış oldukları sorulduğunda ise bu kişilerin defansif tavır takındıkları

görülmüştür. Bununla birlikte Facebook kullandıkları esnada etrafındaki bireylerin onları rahatsız etmeleri halinde saldırgan bir tavır sergilemeleri söz konusu olabilmektedir. Ayrıca bu mecrada kullandıkları zamanı düşürmeye çalışsalar da pek başarılı olamamaktadırlar. Söz konusu girişimleri genel olarak kısa aralıklı olmaktadır. Bu açıdan genelde bu mecrada ne kadar zaman geçirdiklerini saklı tutmakla birlikte, toplumsal faaliyetlere katılmak yerine bu mecrada olmayı tercih etmektedirler (Çam ve İşbulan, 2012).

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili olarak üzerinde durulan bir diğer konu yalnızlıktır. Yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte yalnızlık farklı bir kapsam kazanmış durumdadır. Teknolojik gelişmelerle beraber bireyler istedikleri bilgi çok kısa sürede, rahatlıkla ulaşabilmektedir. Bu süreçte bireyler sosyal medya üzerinden pek çok insanla iletişim kurabilse de yalnızlık çekebilmektedir. Sosyal medyadaki kalabalık içinde kişiler özlerinde yalnız kalmaktadır. Gün geçtikçe yalnız kişi sayısı da artış göstermektedir.

Sosyal medya üzerinden paylaşımlar yapmak, gelişmeleri takip etmek, farklı paylaşımları izlemek günümüzde ön plana çıkmaktadır. Bu tablo bireylerin ise sosyal medyada oldukça zaman harcamasına sebep olmaktadır. Aile, arkadaşlarla zaman geçirmek, sosyal aktivitelere katılmak, spor yapmak yerine sosyal medyada vakit harcanmaktadır. Bu yönüyle kişiler sosyal medyayı ön plana koymuş olmaktadır. Bu bireyler açısından popüler olan sosyal medyadır (Taydaş, 2012). Bu şartlar içerisinde bireyler sosyal medyada paylaşımlarda bulunarak sosyalleştiğini düşünmeye başlamaktadır. Bu literatürde “Sosyal Bildirim Bağımlılığı” olarak ifade edilmektedir. Bu bireyler bildirimde bulunarak sosyalleştiklerini düşünmesine rağmen, toplumsal alanlardan uzak kalmaktadır. Sosyal medya süreçleri de bu bireyler toplumsal süreç olarak algılamaya başlamaktadır. Bu yönüyle bu bireyler giderek gerçeklikten kopmaya başlamaktadır. Sosyal medyada geçirilen vakit ve yapılan paylaşımlar giderek sosyal etkinlik olarak düşünölmeye başlamaktadır (Güleç, 2018).

Genel itibariyle sosyal medya uygulamaları paylaşım ve bu paylaşımların beğenilmesine odaklanmaktadır. Bu sayede bireylerin yaşam biçimleri ile standartları, diğer kişilerin beğenileri ve onaylarına bağlı olarak biçimlenmektedir. Diğer insanların beğendikleri filmlere gitmek, onların tercih ettikleri ürünleri almak, onların sevdiği mekanlara gitmek, onların izlediklerini izlemek ön plana çıkmaya başlamaktadır. Kişinin kendi ilgileri ve zevkleri daha önemsiz hale gelmeye başlamaktadır. Bu yönüyle sosyal medya toplumsal ilişkileri de biçimlendirir hale gelmiştir. Bazı zamanlar bireyler

diğer kişilerden uzaklaşarak kendini dinleme isteği içinde olabilir ancak bu istek, diğer bireylerle iletişim ve etkileşim kurmada bir sorun ve gerginlik yaratıyorsa toplumsal hayattan kopma söz konusu olacaktır (Aktaş, 2017; Çiftçi, 2018).

Sosyal medya bireylerin vücut algıları üzerinde de etkili olan bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut koşullarda beden bir tüketim alanı olarak dikkat çekmeye başlamıştır. İmaj ve bedene verilen değer, dış görünüş imaj kültürünü meydana getirmektedir. Televizyon programları, farklı dergiler, kültür-sanat programları, sinema sektörü, magazin programları bunlarla birlikte videolar ve müzikler bile imaj kültürünün gelişim kaydetmesinde önemli bir faktör olmaktadır. Olağan hayat ele alındığı zaman beden algısı toplumsal yaşamda son derece etkili ve onu biçimlendirebilen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Okumuş, 2009).

Kişilerin fiziksel görüntülerinin iyi veya iyi olmaması kişisel bir kavram olmakla birlikte kültürden kültüre ve zamana göre farklılık gösterebilen moda bazı kalıpsal görüşlerden meydana gelmektedir. Bununla ilgili olarak 1960 yıllarda kişilerin beden hatlarının geniş yapılı olması sebebiyle bütçesi az olan bireylerin kolayca temin edebilecekleri ve beden hatlarını kapatan giysiler kullanmaları örnek olarak gösterilebilecektir. Bununla birlikte 1970'li yıllara gelindiğinde gösterişli, parlıtlı kıyafetlerin kullanılmaya başladıkları görülmüştür. Burada kadınların iş yaşamında giderek daha çok yer almaya başlamasıyla beraber çantaların, mücevherlerin, lüks giysilerin kullanılmaya başladığı görülmüştür. 1980'li yıllarla birlikte lüks tüketim ürünlerinin güç gösterisi maksatlı kullanıldığı görülmüştür. Kişiler bu süreç kapsamında moda ürünlere ve bu ürünlere sahip olarak beğenilme akımına kapılmışlardır. 1990'lar fit beden algısının yerini sıfır beden algısına yönlendirdiği görülmüştür. Bu doğrultuda dar pantolonlar, dikkat çekici kıyafetler, taytlar gibi ürünlerin ön plana çıktığı gözlemlenmiştir (Şensoy, 2013; Uğurlu, 2015). Moda akımıyla karşı karşıya kalan bireyler onlara sunulan ideal vücut imgeleriyle kendi vücut imgelerinin kıyaslar hale gelmektedir. Söz konusu kıyaslama kapsamında bazı yanlış algılar meydana gelmektedir (Göksan, 2007).

Kişilerin bedenlerine yönelik algılarının post-modern süreçle birlikte hayatlarını negatif yönde etkileme ihtimalinin giderek artırdığına yönelik araştırmalar bulunmaktadır (Özbolat, 2011). Bunun temelinde ise kişinin diğer bireyler tarafından görüntüsünün ne biçimde yorumlandığı ile ilgili önemli düzeyde kaygı yaşaması ve bu sebeple sosyal yaşamdan uzak kalabilmesi olduğu ifade edilmektedir (Güler, 2015). Sosyal medya ise kişinin, diğer kişileri ve kendini ne biçimde gördüğünü

biçimlendirebilmektedir. Sosyal medyada bulunan ve mükemmel vücut olduğu ileri sürülen görüntü ile kendi vücudunu kıyaslayan birey o görüntüye erişebilmek için adeta savaş vermektedir (Gaffney, 2017).

Günümüz şartlarında dış görünüşe verilen değerin giderek artması sebebiyle kişilerin kendi bedenlerine yönelik kaygıları da giderek artmaktadır. Televizyon, dergiler ve sosyal medya bireyler arasındaki ilişkileri etkilemekte ve kişilerin dış görünüşleri ile ilgili olarak baskıda hissetmelerine neden olmaktadır. Bireyler arası kurulan ilişkilerde kişilerin bedenlerine yönelik algıları önemli hale gelmeye başlamaktadır (Eşiyok, Sönmez ve Özgen, 2016). Ayrıca dış görünüşle ilgili yaşanan kaygıların bireylerin bazı sağlık sorunları ile yeme bozuklukları yaşamalarına sebep olduğu bilinmektedir (Gaffney, 2017).

Günümüzde bireyler arasında önemsiz akımlardan biri formda kalmaktadır. Kişilerin sosyal bir sorumluluk gibi bu akıma bağlı kalmaya çalıştıkları gözlemlenmektedir. Kişilerin kendi girişimleri ile kendilerini daha huzurlu, daha mutlu ve sağlıklı hissedebilmek adına adımlar attıkları görülmektedir (Özbolet, 2011). Bireyler sosyal yaşamda var olmaya başladıkları andan itibaren görüntülerine önem vermeye başlamaktadır. Geçmişte bu; çeşitli boyalar, hayvan tüyleri kullanılarak sağlanmaya çalışılmış olmakla birlikte günümüzde estetik ve farklı teknolojik müdahalelerle sağlanmaya çalışılmaktadır (Haspolat, 2016). Genel olarak bu girişimlerin ise sosyal medya üzerinden toplum genelinde yayıldığı görülmektedir. Bu durum ise toplum genelinde bir vücut algısının oluşmasına sebep olduğu belirtilmektedir. Görsel medya ve sosyal medyada vücut algısının oldukça ön planda olduğu yapılan çalışmalar kapsamında belirlenmiştir (Fardouly ve ark., 2015). Kişiler sosyal medyada yer alan ideal vücut tipleriyle kendini özdeşleştirme yoluna başvurmaktadır. Bununla ilgili olarak bireyin beğendiği bir ünlü kişiye benzeyebilmek adına efor sarf etmesi bununla ilgili olarak bir örnek olarak gösterilebilecektir. Sosyal medyadan çocuklara ve gençlere aktarılan yargılar onlara oldukça zarar verebilmektedir (Aktaş ve ark., 2010).

## **2.6. Sosyal Medya Bağımlılığı İle İlgili Yapılan Çalışmalar**

Yang ve Tung (2007) yaptıkları çalışmada internet bağımlısı olan ile internet bağımlısı olmayan lise öğrencilerini karşılaştırmışlardır. Çalışmaya katılan öğrencilerin %13,8'inin internet bağımlısı oldukları gözlemlenmiştir. Yapılan tespitlere göre internet

bağımlısı olan çocukların internet bağımlısı olmayan çocuklara kıyasla 2 kat daha fazla internette aktif oldukları görülmüştür. Çalışma neticesinde sağlanan bir diğer sonuçta internet bağımlısı olan çocukların olmayan çocuklara kıyasla günlük faaliyetlerde, aile ilişkilerinde ve akademik başarıda daha negatif yaşantılarının olduğunun gözlemlenmesidir. Bunlar dışında iki grup açısından da internet kullanımının aralarındaki ilişkiyi geliştirdiği gösterilmiştir.

Lewis, Kaufman ve Christakis (2008) gerçekleştirdikleri çalışmada lisans öğrencilerinin sosyal ağ sitelerindeki gizlilik farkındalığını değerlendirmişlerdir. Yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, erkek öğrencilere kıyasla kız öğrenciler daha fazla bireysel profil meydana getirme eğiliminde olmaktadır. Öğrenciler okul ve mahalle arkadaşları sebebiyle kişisel profil oluşturma isteğinde olmaktadır. Bilgilerin gizliliği ile ilgili olarak değerlendirme yapıldığında kadınların, bilgi gizliliğini yitirme açısından daha fazla endişeye sahip oldukları ancak bilgi gizliliğine yönelik olması gereken hassasiyeti sergileme açısından erkek katılımcılardan endişeli tutum ve davranışlarda bulunmadıkları belirlenmiştir. Bu yönüyle kadın kullanıcıların endişeleri olmasına rağmen bu konuya yönelik herhangi bir girişimde bulunmadıklarını ifade edebilmek mümkündür.

Duman (2008) yaptığı çalışmada 86 lise öğrencinin internet kullanımının, onların okul başarıları ve sosyal ilişkileri üzerindeki etkileri değerlendirmiştir. Çalışma neticesinde öğrencilerin çevrelerine adapte olmada ve akademik başarılarında internet kullanımının önemli bir faktör olduğu belirlenmekle beraber internetin akademik çalışmalar dışında boş vaktin değerlendirilmesi açısından kullanıldığı ve bu sebepten dolayı ise sosyal ilişkiler ve akademik başarılarında problem yaşadıkları belirlenmiştir. İnternet kullanan öğrencilerin büyük bölümü derslerde etkin olmayan, bilimsel araştırmalara dahil olmayan, ders dışı etkinliklere katılmayan bir tablo çizmişlerdir.

Kurtaran (2008) yaptığı çalışmada lise öğrencilerindeki internet bağımlılığı ve yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkiyi irdelemiştir. Buna göre internet bağımlılığı ile yalnızlık arasında aynı yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğunu görmüştür. Buna göre lise öğrencilerinin yalnızlığını gidermek amaçlı bilgisayarda vakit harcadıklarını sonucuna ulaşmıştır.

Bostancı (2010) çalışmasında 380 iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını değerlendirmiştir. Çalışmaya dahil olan öğrencilerin %55,5'i interneti her gün kullanmakta %71'i ise gün içerisinde 1 saatin üzerinde internette vakit geçirmektedir. Bununla birlikte internette bir saatin üzerinde vakit geçiren öğrencilerin

sosyal medyayı daha fazla kullandığı görülmüş ve araştırmadaki öğrencilerin %22,2'sinin sosyal medya ortamlarını kullandığını belirlenmiştir. Cinsiyete göre sosyal medya kullanımları ise erkeklerin genel olarak arkadaş edinme amaçlı, kızların ise akademik amaçlı olarak kullandıkları görülmüştür. Öğrencilerin en fazla yararlandıkları sosyal medya aracının Facebook olduğu tespit edilmiştir. Facebook'u kullanmalarındaki en büyük sebep ise sosyal çevreden haberdar olmak ve iletişim kurmak amaçlı kullandıkları gözlemlenmiştir.

Lenhart ve ark. (2010) tarafından 12-17 ile 18 yaş üstü grupların Facebook kullanım oranları değerlendirilmiştir. 12-13 yaş arasındaki gençlerin %55'inin 14-17 yaş aralığındaki gençlerin %82'sinin 18-29 yaş arası kişilerinse %72'sinin sosyal ağları kullanmış oldukları görülmüştür.

O'Brien (2011) tarafından yapılan çalışmada 160 üniversite öğrencisinin Facebook kullanım sıklığı, yoğunluğu ve süresinin akademik performans üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışma sonucuna göre, öğrenciler günlük olarak 2,5 eğlenceye, 1,8 saat akademik çalışmalara ve 2 saat Facebook'a vakit ayırmaktadır. Bununla birlikte öğrenciler Facebook hesaplarını kontrol etmek için bekledikleri zamanları akademik çalışmalar ve okumalar yapmak amacıyla kullanmaktadır. Elde edilen bu bulgular yapılan önceki çalışmalarla ters düşmüş ve bu açıdan akademik çalışmaya ayrılan süre ile Facebook için kullanılan süre arasında aynı yönlü bir ilişkinin olduğu ortaya koyulmuştur.

Hazar (2011) üniversite öğrencilerin sosyal medya uygulamalarında günlük ne kadar süre harcadıklarını araştırmıştır. Yaptığı çalışmaya göre gençlerin %9,7'si 5 saat ve üzeri, %31,9'u en fazla bir saat, %50,4'ü 2 ile 4 saat arasında vakitlerini sosyal medyada geçirmektedir. Koç ve Karabatak (2011) tarafından yürütülen farklı bir çalışmada kullanıcıların sosyal medya uygulamalarından kaçını aktif bir biçimde kullanıldığını araştırılmıştır. Çalışma sonucunda kullanıcıların %1,53'ünün 5 ve üzeri, %16,03'ü 3 ile 5 arasında, %82,44'ünün ise 1 ya da 2 tane aktif olarak sosyal medya uygulamasını aktif olarak kullandığı gözlemlenmiştir.

Wei ve Wang (2011) yapmış oldukları çalışmada Çin'de öğrenim görmekte olan kolej öğrencilerinin sosyal ağ kullanım durumlarını incelenmiştir. Yapmış oldukları çalışma kapsamında cinsiyet açısından önemli düzeyde bir farklılık görülmüştür. Buna göre kadın öğrencilere kıyasla erkek öğrenciler sosyal ağları genel olarak sosyalleşebilmek adına daha çok kullanmaktadır. Çalışmalar oyunlara kıyasla sosyal ağların daha yaygın hale geldiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışmada öğrencilerin

sosyal ağlardan yararlanma niteliklerinin belirlenmesi durumunda, olası sosyal medya bağımlılığının önlenmesinin mümkün olabileceği üzerinde durulmaktadır.

Junco ve ark. (2012) yaptığı çalışmada 2368 lise öğrencisinin Facebook aktivitelerine dahil olma ve kullanım sıklıkları ile derse katılımları arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Yapılan çalışmanın sonuçlarına göre derse katılım ile Facebook kullanım sıklığı arasında ters yönlü bir ilişki keşfedilmiştir. Paul, Baker ve Cochran'ın (2012) yaptıkları çalışmada öğrencilerin akademik başarıları ile Facebook'ta geçirdikleri zaman arasında ters yönlü bir ilişkinin olduğu ifade edilmiştir.

Leung ve Lee (2012) çalışmalarında 9 ile 19 yaş arasındaki çocukların sosyal ağ uygulamalarını kullanmak sıklıkları ve internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın sonucunda sosyal ağ uygulamalarından sık yararlanan bireylerin internet bağımlılığı geçirmeye yatkın olduklarını görmüşlerdir.

Balcı ve Gölcü (2013)'nün yaptığı ve 903 öğrencinin katıldığı bir çalışmada Facebook bağımlılığı incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre öğrencilerin %32,5'i Facebook'a her gün, %27,6'sının haftada 4-5 gün, %26,1'inin haftada 2-gün, %13,8'inin ise haftada 1 gün Facebook'a girdikleri belirlenmiştir. Balcı ve Tiryaki (2014)'nin 494 lise öğrencisi üzerinde yaptıkları benzer şekilde Facebook bağımlılıkları değerlendirilmiştir. Çalışma neticesinde öğrencilerin %44'ünün her gün, %29,9'unun haftada 4-5 gün, %19,1'inin haftada 2-3 gün, %6,9'unun ise haftada 1 gün Facebook'a girdikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte erkek öğrencilere kıyasla kız öğrencilerin sosyal medyaya ile daha fazla ilgilendikleri görülmüştür. Çalışmalarda öğrencilerin Facebook'da devamlı olarak çevrimiçi oldukları gözlemlenmiştir.

Çetinkaya (2013) 476 ilköğretim öğrencisi ile yapmış olduğu çalışmada, öğrencilerin internet bağımlılıkları incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre öğrencilerin algıladıkları akademik başarılarına, cinsiyetlerine, ailelerin ekonomik düzeylerine, sınıf seviyelerine ve evlerinde internet bağlantısı olup olmamasına göre internet bağımlılığı puan ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Çalışma sonuçlarına göre kız öğrencilerine kıyasla erkek öğrencilerin İnternet Bağımlılığı Ölçeği'nden almış oldukları puanlar daha yüksektir. Bununla birlikte öğrencilerin internet bağımlılığı ve akademik başarıları ölçeğinden aldıkları puanlar arasında ters yönlü bir ilişki belirlenmiştir. Bu açıdan internet bağımlılığı akademik başarıya ters yönlü etki etmektedir.

Özer (2014) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'den 200 Amerika'dan 226 farklı kültürlerden gelen öğrencilerin akademik performansları ve Facebook

bağımlılıkları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma sonucunda Türkiye’de öğretim gören öğrencilere kıyasla Amerika’da öğretim gören öğrencilerin günlük akademik çalışmalara ayrılan zaman ile not ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür. İki kültürden öğrencilerin %70’inden fazlasının akıllı telefona sahip oldukları ve uyandıkları ilk yarım saat içinde akıllı telefonlarından sosyal medyayı kontrol ettikleri görülmüştür. Amerikalı öğrencilere kıyasla Türk öğrencilerin Facebook bağımlılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Türk öğrencilerin Amerikalı öğrencilere kıyasla sosyal medyada daha fazla zaman harcadıkları gözlemlenmiştir. Sosyal medyayı kullanan Amerikalı öğrencilerin akademik performanslarının daha yüksek olduğu ve bununla birlikte Türk öğrencilerin sosyal medya kullanımından negatif yönde etkilendiği tespit edilmiştir.

Köksal (2015) yaptığı çalışmada ortaöğretim kurumlarındaki öğrencilerin dijital oyun bağımlılığı, bağlanma stilleri ve internet bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmaya bir devlet okulunda eğitim görmekte olan 179 gönüllü öğrenci katılmıştır. Çalışmanın sonucunda dijital oyun bağımlılık düzeyi ile internet bağımlılığı arasında aynı yönlü bir ilişki belirlenmiştir. Bağlanma stillerinden anne ve babaya bağlanma ile internet bağımlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Bununla birlikte anne ve babaya bağlanma ile dijital oyun bağımlılığı arasında herhangi anlamlı ilişki kurulamamıştır.

Tutgun ve Ünal (2015) yaptıkları çalışmada 1034 öğrenci üzerinde sosyal medya bağımlılığını araştırmışlardır. Yapmış oldukları çalışmanın sonuçlarına göre erkeklere kıyasla kadınların sosyal medyada daha fazla vakit geçirdikleri görülmüştür. Kadınların sosyal medyadan duygusal destek temin ettikleri belirtilmekle birlikte erkeklerin ise sosyal medyadan negatif yönde etkilenmektedir.

Mingle ve Adams (2015) yapmış oldukları çalışmada lisede öğrenim görmekte olan öğrencilerin sosyal medya araçları kullanma alışkanlıklarını ve en fazla tercih ettikleri sosyal medya araçlarını tespit etmek istemişlerdir. Yapmış oldukları çalışmanın sonuçlarına göre öğrencilerin en fazla Facebook ve WhatsApp’ı kullandıkları görülmüş ve öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının oldukça fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Uslu (2016) çalışmasında sosyal ağların, öğretmenlerin mesleki gelişimleri üzerindeki etkileri inlemeyi hedeflemiştir. Bu çalışmada öğretmenlerin mesleki gelişimlerine temin etmek amacıyla bir sosyal ağ sitesi geliştirilmiş ve bu site öğretmenleri hizmetine sokularak, öğretmenlerin mesleki gelişim düzeyleri değerlendirilmiştir. Bu sosyal ağ sitesi 27 öğretmenin faydalanması için 2014-2015

öğretim yılının 2. döneminde hizmete girmiştir. Çalışma neticesinde öğretmenlerin hizmetine sokulan bu sosyal ağ sitesinin öğretmenlerin mesleki gelişimleri üzerinde faydalı ve etkili oldukları görülmüştür. Bununla birlikte öğretmenler söz konusu sosyal ağı genel olarak kullanışlı olarak değerlendirmiştir.

Fariz (2017) yaptığı çalışmada lise öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin akademik başarı ve sosyal destek açısından incelenmesini yapmıştır. Çalışmada lise öğrencilerinde internet bağımlılığının anne ve baba öğrenim durumu, aile gelir düzeyi, cinsiyet ve akademik başarı üzerinde etkili olup olmadığını ve internet bağımlılık seviyesine göre algılanan sosyal desteği değişip değişmediğini değerlendirmek amacıyla çalışma yapmıştır. Bu çalışma 2015-2016 eğitim-öğretim yılındaki 358 öğrenci üzerinde yürütülmüştür. Yapılan çalışmanın sonucuna göre lise öğrencilerin internet bağımlılık düzeyine ailenin gelir seviyesi değişkeni ile öğretmen desteği ve aile desteği etki etmektedir.

Biliciler (2018) yaptığı çalışmada sosyal medya kullanımının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı üzerindeki etkileri incelemiştir. Çalışmaya yoğunlukla 19-25 yaş aralığında olan 250 kişi katılmıştır. Kişilerin sosyal medya uygulamalarını güncel olayları takip edebilmek amacıyla kullandıkları belirtilmiştir. Bunun dışında bireylerin sosyal çevre ile iletişim kurabilmek, diğer kişileri takip etmek ve paylaşımda bulunabilmek için sosyal medyada yer aldıkları belirlenmiştir. Bunlar dışında video izlemek ya da indirmek, müzik dinlemek, film izlemek, blog yazmak çeşitli sayfaları takip etmek, iş aramak ve program indirmek faaliyetlerin yapılması açısından da sosyal medyanın kullanıldığı ifade edilmektedir.

Adhikari ve Panda (2018) yapmış oldukları çalışmada bireylerin sosyal ağlarda gizliliklerini koruma davranışları kapsamında bilgi gizliliği endişelerinin öncüllerini incelemiştir. Çalışma deneysel sonuçlar özyeterlilik ve algılanan şiddet düzeyi önemli seviyede bilgi gizliliği endişesine etki etmektedir. Ayrıca cevap etkinliği ve ödülleri de kullanıcıların bilgi gizliliğinin korunması endişelerine katkı sağlamamıştır. Gizliliği koruma davranışı ve bilgi gizliliği endişesi arasında anlamlı düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Çalışmada sosyal ağ kullanıcılarının bilgilerinin korunmasını sağlamak için gizliliği temin etmeye yönelik bazı stratejiler de sunulmuştur.

## BÖLÜM III

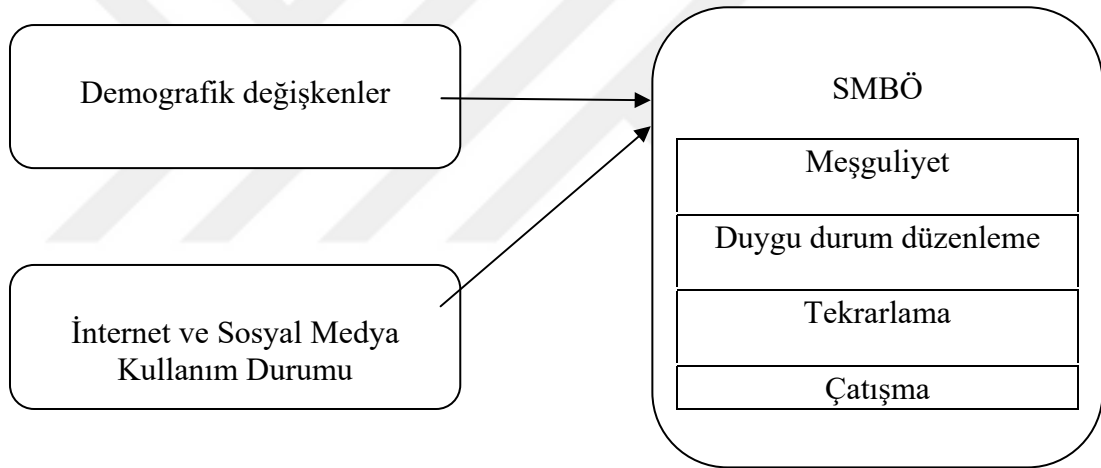
### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen değişkenler tespit edilmesidir.

#### 3.2. Araştırmanın Modeli

Araştırma tanımlayıcı türdedir. Demografik değişkenler ve internet ve sosyal medya kullanım durumu olan ilişkilere bakılmış, dolayısıyla ilişkisel tarama modelinde tasarlanmıştır.



Şekil 4. Araştırma Modeli

#### 3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Osmaniye'nin Kadırlı İlçesi'nde bulunan Anadolu Lisesi, Meslek Lisesi, Fen Lisesi ve Özel Okul Lisesi 9. 10. 11. ve 12 sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem hesaplamasında Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) çalışmasından faydalanılmıştır. %5 örneklem hatasında 1000 üzerindeki öğrenci için 384 öğrenciye ulaşılmasının güvenilir sonuçlar vereceği belirlenmiş ve %20 yanıtlanmama olasılığı da eklenerek toplamda 460 anket dağıtılmış ve uygun yanıt veren 432 öğrencinin verileri analiz edilmiştir.

### 3.4. Araştırmanın Yapılışı

Anket formu kapsamında izinler alınmış ve anket formları dağıtılmıştır. Anket formları öğrencilere dağıtılmış istatistiksel analize tabi tutulmuştur. Eksik veya hatalı formlar analize dahil edilmemiştir.

### 3.5. Veri Toplama Araçları

Araştırmada verilerin toplanmasında 2 araç kullanılmıştır:

- 1- Demografik özelliklere yönelik sorular ve internet ve sosyal medya kullanım durumuna yönelik bilgilerin yer aldığı anket formu
- 2- Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ)

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ): Caplan (2010) tarafından geliştirilen ölçeğin geçerlilik güvenilirliği Tutgun Ünal ve Deniz (2015) tarafından yapılmıştır. Ölçek 41 sorudan oluşmakta ve 5'li likert formdadır. Alınan puan arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı şeklinde yorumlanmaktadır. Ölçek 4 alt boyuttan oluşmakla beraber toplam ölçek puanından da faydalanılmaktadır. Bu kapsamda 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 numaralı maddeler "Meşguliyet" (Occupation) boyutu; 13, 14, 15, 16, 17 numaralı maddeler "Duygu Durum Düzenleme" (Mood Modification) boyutu; 18, 19, 20, 21, 22 numaralı maddeler "Tekrarlama" (Relapse) boyutu ve 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 numaralı maddeler "Çatışma" (Conflict) boyutu ile ilgilidir. Ölçekteters kodlumadde bulunmamaktadır (Tutgun Ünal ve Deniz, 2015).Aşağıdaki tabloda faktör analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1.

*Faktör Analizi Sonuçları*

	Meşguliyet	Duygu durum düzenleme	Tekrarlama	Çatışma
s1	,661			
s2	,530			
s3	,631			
s4	,645			
s5	,790			
s6	,691			
s7	,786			
s8	,521			
s9	,704			
s10	,746			
s11	,605			
s12	,687			
s13		,754		
s14		,888		
s15		,808		
s16		,671		
s17		,706		
s18			,639	
s19			,524	
s20			,717	
s21			,829	
s22			,522	
s23				,685
s24				,778
s25				,823
s26				,604
s27				,653
s28				,607
s29				,521
s30				,799
s31				,811
s32				,533
s33				,514
s34				,640
s35				,502
s36				,709
s37				,511
s38				,580
s39				,508
s40				,606
s41				,559
<b>KMO: 0,912</b>				
<b>Bartlett's Test p: 0,000</b>				

Faktör analizi sonuçlarına göre orijinal ölçeğe benzer şekilde 4 alt boyut elde edilmiştir. Aşağıdaki tabloda orijinal çalışmada ve bu çalışmada elde edilen iç tutarlılık katsayıları verilmiştir.

Tablo 2.

*SMBÖ İç Tutarlılık Güvenilirlik Katsayıları*

	<b>Tutgun Ünal ve Deniz (2015)</b>	<b>Mevcut Araştırma</b>
<b>Meşguliyet</b>	0,932	0,920
<b>Duygu durum düzenleme</b>	0,892	0,817
<b>Tekrarlama</b>	0,914	0,862
<b>Çatışma</b>	0,958	0,887
<b>SMBÖ</b>	0,967	0,942

SMBÖ iç tutarlılık güvenilirlik katsayıları incelendiğinde bu araştırma için ölçek ve alt boyutların güvenilir oldukları tespit edilmiştir.

### **3.6. Verilerin Analizi**

Uygun test seçimine karar verilmesi sürecinde normallik varsayımı incelenmiştir. Normal dağılım gösteren sürekli değişkenlerin karşılaştırılmasında t testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Veriler frekans, yüzde, ortalama, standart sapma olarak özetlenmiştir.  $P < 0,05$  değeri anlamlılık düzeyi olarak kabul edilmiştir. Araştırmada veri analizi SPSS 22.0 paket programında incelenmiştir.

## BÖLÜM IV

### 4. BULGULAR

#### 4.1. Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin %50,3'ü 9-10.sınıfta, %49,7'si 11-12.sınıftadır. (Tablo 3)

Tablo 3.

*Sınıf Düzeyi*

	Frekans	%
<b>9-10. sınıf</b>	217	50,3
<b>11-12.sınıf</b>	215	49,7
<b>Toplam</b>	432	100,0

Öğrencilerin demografik özellikleri incelendiğinde, %56,5'i kız ve %43,5'i erkektir. Öğrencilerin %79,4'ünün ekonomik durumu orta, %35'inin annesi lise mezunu ve %35,4'ünün babası lise mezunudur. (Tablo 4)

Tablo 4.

*Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular*

	Frekans	%
<b>Cinsiyet</b>		
<b>Kız</b>	244	56,5
<b>Erkek</b>	188	43,5
<b>Ekonomik Durum</b>		
<b>Düşük</b>	17	3,9
<b>Orta</b>	343	79,4
<b>Yüksek</b>	72	16,7
<b>Anne Eğitim Durumu</b>		
<b>İlk/Ortaokul</b>	154	35,7
<b>Lise</b>	151	35,0
<b>Lisans ve üzeri</b>	122	28,3
<b>Baba Eğitim Durumu</b>		
<b>İlk/Ortaokul</b>	123	28,4
<b>Lise</b>	153	35,4
<b>Lisans ve üzeri</b>	156	36,1
<b>Toplam</b>	432	100,0

#### 4.2. İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Durumuna Yönelik Bulgular

İnternet ve sosyal medya kullanım durumuna yönelik bulgular incelendiğinde, öğrencilerin %99,3'ünün akıllı telefonu, %87,7'sinin yaşadığı yerde internet bağlantısı ve %82,4'ünün en az bir tane sosyal medya hesabı bulunmaktadır. (Tablo 5)

Öğrencilerin %28,5'i günde 2-4 saat internet kullanmakta ve %40'ı günde 0-1 saat sosyal medya hesabını kullanmaktadır. En çok tercih edilen sosyal medya araçlarında %54,6'ı ile ilk sırada Instagram ve ikincisi sırada %37,5 ile Google yer almaktadır. (Tablo 5)

İnternet kullanım amacı incelendiğinde ise öğrencilerin %71,8'i müzik dinlemek, %57,4'ü ödev yapmak ve %47,7'si sosyal medya paylaşım sitelerinde bulunmak amacıyla internet kullandığını ifade etmiştir. Ayrıca öğrencilerin %31,7'si ihtiyaçları dışında hiç ara vermeden internet kullanım süresinin 2-4 saat olduğunu ifade etmiştir. (Tablo 5)

Tablo 5.

#### *İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Durumuna Yönelik Bulgular*

	Frekans	%
<b>Akıllı Telefon Olma Durumu</b>		
Evet	429	99,3
Hayır	3	0,7
<b>Yaşanılan Yerde İnternet Bağlantısı</b>		
Evet	379	87,7
Hayır	53	12,3
<b>Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısı</b>		
Hiç	76	17,6
1 veya 2	191	44,2
3 ve daha fazla	165	38,3
<b>Günde İnternet Kullanma Süresi</b>		
0-1 saat	100	23,1
1-2 saat	99	22,9
2-4 saat	123	28,5
4-6 saat	82	19,0
6 saatten fazla	28	6,5
<b>Günde Sosyal Medya Hesabını Kullanma Süresi</b>		

<b>0-1 saat</b>	173	40,0
<b>1-2 saat</b>	150	34,7
<b>2-4 saat</b>	82	19,0
<b>4-6 saat</b>	27	6,2
<b>En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Hesabı</b>		
<b>Facebook</b>	28	6,5
<b>Twitter</b>	82	19,0
<b>Instagram</b>	236	54,6
<b>Snachat</b>	42	9,7
<b>Google</b>	162	37,5
<b>Diğer (Whatsapp, Youtube vb.)</b>	41	9,5
<b>İnterneti Kullanma Amacı*</b>		
<b>Ödev yapma</b>	248	57,4
<b>Müzik dinleme</b>	310	71,8
<b>Sosyal paylaşım siteleri</b>	206	47,7
<b>Film izleme</b>	120	27,8
<b>Oyun oynama</b>	184	42,6
<b>Haber okuma</b>	52	12,0
<b>Diğer</b>	63	14,6
<b>Temel İhtiyaçlar Dışında Hiç Ara Vermeden İnternet Kullanım Süresi</b>		
<b>0-1 saat</b>	71	16,4
<b>1-2 saat</b>	75	17,4
<b>2-4 saat</b>	137	31,7
<b>4-6 saat</b>	67	15,5
<b>6 saatten fazla</b>	82	19,0

\*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

### 4.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Algısına Yönelik Bulgular

Sosyal medya bağımlılığı ölçeğine yönelik tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde, meşguliyet alt boyutunun ortalaması  $4,17 \pm 2,64$ , duygu durum düzenleme alt boyutunun ortalaması  $4,20 \pm 2,29$ , tekrarlama alt boyutunun ortalaması  $3,80 \pm 1,99$ , çatışma alt boyutunun ortalaması  $3,95 \pm 1,94$  olarak tespit edilmiştir. Ayrıca SMBÖ toplam ölçek ortalaması  $3,25 \pm 2,94$  olarak belirlenmiştir. En yüksek ortalamaya duygu durum düzenleme boyutu sahiptir. (Tablo 6)

Tablo 6.

*Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler*

	<b>Ortalama</b>	<b>SS</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maksimum</b>
<b>Meşguliyet</b>	2,64	0,94	1,00	4,17
<b>Duygu Durum Düzenleme</b>	2,29	0,98	1,00	4,20
<b>Tekrarlama</b>	1,99	0,88	1,00	3,80
<b>Çatışma</b>	1,94	0,66	1,00	3,95
<b>SMBÖ</b>	2,24	0,69	1,00	3,25

**4.4. Demografik Özelliklere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Algısı**

Sınıf düzeyine göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde, yalnızca çatışma alt boyutunun sınıflara göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Çatışma boyutunda 9-10.sınıf öğrencilerinin puan ortalamaları 11-12.sınıf öğrencilerinden daha yüksektir. (Tablo 7)

Tablo 7.

*Sınıf Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		<b>Ortalama</b>	<b>SS</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
<b>Meşguliyet</b>	<b>9-10.sınıf</b>	2,69	1,01	1,061	0,289
	<b>11-12.sınıf</b>	2,59	0,86		
<b>Duygu Durum Düzenleme</b>	<b>9-10.sınıf</b>	2,30	1,05	0,253	0,800
	<b>11-12.sınıf</b>	2,28	0,92		
<b>Tekrarlama</b>	<b>9-10.sınıf</b>	1,92	0,93	1,724	0,085
	<b>11-12.sınıf</b>	2,07	0,82		
<b>Çatışma</b>	<b>9-10.sınıf</b>	2,09	,072	4,674	0,0001
	<b>11-12.sınıf</b>	1,79	0,55		
<b>SMBÖ</b>	<b>9-10.sınıf</b>	2,25	0,76	0,165	0,869
	<b>11-12.sınıf</b>	2,24	0,59		

Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde, meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt boyutu hariç diğer boyutlarda istatistiksel olarak farklılık tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ). Tekrarlama, çatışma ve SMBÖ toplam ölçek puanında erkek öğrencilerin puan ortalamaları kıızlardan daha yüksektir. (Tablo 8)

Tablo 8.

*Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		Ortalama	SS	t	p
Meşguliyet	Kız	2,59	0,97	1,374	0,170
	Erkek	2,71	0,89		
Duygu Durum Düzenleme	Kız	2,22	1,15	1,703	0,089
	Erkek	2,38	0,70		
Tekrarlama	Kız	1,85	0,87	3,639	0,0001
	Erkek	2,17	0,87		
Çatışma	Kız	1,77	0,55	6,664	0,0001
	Erkek	2,19	0,72		
SMBÖ	Kız	2,14	0,71	3,532	0,0001
	Erkek	2,39	0,64		

Ekonomik duruma göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde, tüm alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık mevcuttur ( $p < 0,05$ ). Değişkenlerde farklılığın tespitine yönelik olarak Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre tüm alt boyutlarda düşük ekonomik gelire sahip olan öğrencilerin bağımlılık puanları daha düşük olarak tespit edilmiştir. (Tablo 9)

Tablo 9.

*Ekonomik Duruma Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		Ortalama	SS	F	p
Meşguliyet	Düşük	1,61	0,26	11,456	0,0001
	Orta	2,70	0,87		
	Yüksek	2,58	1,24		
Duygu Durum Düzenleme	Düşük	2,05	1,02	8,420	0,0001
	Orta	2,21	0,94		
	Yüksek	2,71	1,07		
Tekrarlama	Düşük	1,49	0,23	4,703	0,0101
	Orta	2,05	0,92		
	Yüksek	1,81	0,67		
Çatışma	Düşük	1,36	0,22	10,976	0,0001
	Orta	2,01	0,66		
	Yüksek	1,78	0,64		
SMBÖ	Düşük	1,63	0,31	7,779	0,0001
	Orta	2,26	0,68		
	Yüksek	2,38	0,77		

Anne eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde, çatışma boyutu hariç diğer alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık mevcuttur

( $p < 0,05$ ). Değişkenlerde farklılığın tespitine yönelik olarak Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre meşguliyet, duygu durum düzenleme ve SMBÖ toplam ölçek puanlarında annesi ilk/ortaokul mezunu olanların puanı daha yüksekken, tekrarlama boyutunda annesi lise mezunu olanların puan ortalamaları daha yüksektir. (Tablo 10)

Tablo 10.

*Anne Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		Ortalama	SS	F	p
Meşguliyet	İlk/Ortaokul	2,85	0,99	4,893	0,008
	Lise	2,84	0,91		
	Lisans ve üzeri	2,54	0,93		
Duygu Durum Düzenleme	İlk/Ortaokul	2,78	1,11	7,967	0,0001
	Lise	2,38	0,97		
	Lisans ve üzeri	2,18	0,94		
Tekrarlama	İlk/Ortaokul	1,97	0,61	13,691	0,0001
	Lise	2,36	0,95		
	Lisans ve üzeri	1,85	0,85		
Çatışma	İlk/Ortaokul	1,95	0,53	0,141	0,868
	Lise	1,97	0,57		
	Lisans ve üzeri	1,93	0,71		
SMBÖ	İlk/Ortaokul	2,39	0,65	4,029	0,019
	Lise	2,37	0,63		
	Lisans ve üzeri	2,17	0,71		

Baba eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde, duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık mevcuttur ( $p=0,011$ ). Değişkenlerde farklılığın tespitine yönelik olarak Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre duygu durum düzenleme boyutunda babası lise mezunu olanların; çatışma boyutunda babası ilk/ortaokul mezunu olanların puan ortalamaları daha yüksektir. (Tablo 11)

Tablo 11.

*Baba Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		Ortalama	SS	F	p
Meşguliyet	İlk/Ortaokul	2,43	0,99	2,334	0,098
	Lise	2,78	1,13		
	Lisans ve üzeri	2,66	0,88		
Duygu Durum Düzenleme	İlk/Ortaokul	2,03	0,71	3,395	0,034
	Lise	2,47	1,13		
	Lisans ve üzeri	2,32	1,00		
Tekrarlama	İlk/Ortaokul	2,01	0,99	1,239	0,291
	Lise	2,16	1,07		
	Lisans ve üzeri	1,96	0,82		
Çatışma	İlk/Ortaokul	2,13	1,11	4,530	0,011
	Lise	1,75	0,49		
	Lisans ve üzeri	1,94	0,57		
SMBÖ	İlk/Ortaokul	2,43	0,85	1,928	0,147
	Lise	2,29	0,72		
	Lisans ve üzeri	2,21	0,66		

**4.5. Sosyal Medya Kullanım Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Algısı**

Yaşanılan yerde internet olması durumuna göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir ( $p=0,0001$ ). Tüm boyutlarda ve ölçek toplam puanında yaşadığı yerde internet olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık durumları daha yüksek olarak tespit edilmiştir. (Tablo 12)

Tablo 12.

*Yaşanılan Yerde İnternet Olması Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		Ortalama	SS	t	p
Meşguliyet	Evet	3,55	0,93	8,017	0,0001
	Hayır	2,51	0,17		
Duygu Durum Düzenleme	Evet	2,84	0,97	4,442	0,0001
	Hayır	2,21	0,93		
Tekrarlama	Evet	2,57	0,89	5,210	0,0001
	Hayır	1,91	0,61		
Çatışma	Evet	2,35	0,68	4,932	0,0001
	Hayır	1,98	0,22		
SMBÖ	Evet	2,83	0,70	6,641	0,0001
	Hayır	2,15	0,13		

Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir ( $p=0,0001$ ). Değişkenlerde farklılığın tespitine yönelik olarak Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Tüm alt boyutlarda ve ölçek toplam puanında hiç sosyal medya aracı olmayan öğrencilerin bağımlılıkları diğerlerine göre daha düşük olarak tespit edilmiştir. Bu durum sosyal medya aracı kullanımının sosyal medya bağımlılığını arttırdığını göstermektedir. (Tablo 13)

Tablo 13.

*Sahip Olunan Sosyal Medya Hesap Sayısına Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		Ortalama	SS	F	p
Meşguliyet	Hiç	1,36	0,33	15,216	0,0001
	1 veya 2	2,86	0,81		
	3 ve daha fazla	3,52	0,18		
Duygu Durum Düzenleme	Hiç	1,32	0,66	13,212	0,0001
	1 veya 2	2,32	0,96		
	3 ve daha fazla	2,90	0,45		
Tekrarlama	Hiç	1,04	0,08	12,054	0,0001
	1 veya 2	2,52	0,72		
	3 ve daha fazla	2,91	0,36		
Çatışma	Hiç	1,27	0,29	13,135	0,0001
	1 veya 2	2,18	0,56		
	3 ve daha fazla	2,75	0,22		
SMBÖ	Hiç	1,23	0,29	14,064	0,0001
	1 veya 2	2,52	0,66		
	3 ve daha fazla	2,69	0,32		

Günde internet kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir ( $p=0,0001$ ). Değişkenlerde farklılığın tespitine yönelik olarak Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre günde internet kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı görülmektedir. (Tablo 14)

Tablo 14.

*Günde İnternet Kullanım Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		Ortalama	SS	F	p
<b>Meşguliyet</b>	<b>1 saat den az</b>	1,75	0,80	10,521	0,0001
	<b>1-2 saat</b>	2,55	0,86		
	<b>3-4 saat</b>	3,09	0,72		
	<b>5-6 saat</b>	3,88	0,70		
	<b>6 saatten fazla</b>	3,87	1,14		
<b>Duygu Durum Düzenleme</b>	<b>1 saat den az</b>	1,78	1,04	9,261	0,0001
	<b>1-2 saat</b>	2,59	0,74		
	<b>3-4 saat</b>	2,62	0,83		
	<b>5-6 saat</b>	2,80	1,01		
	<b>6 saatten fazla</b>	3,01	0,91		
<b>Tekrarlama</b>	<b>1 saat den az</b>	1,55	0,80	11,321	0,0001
	<b>1-2 saat</b>	2,13	0,58		
	<b>3-4 saat</b>	2,14	0,89		
	<b>5-6 saat</b>	2,43	1,00		
	<b>6 saatten fazla</b>	2,80	0,25		
<b>Çatışma</b>	<b>1 saat den az</b>	1,59	0,48	10,536	0,0001
	<b>1-2 saat</b>	1,85	0,41		
	<b>3-4 saat</b>	2,36	0,71		
	<b>5-6 saat</b>	2,45	0,72		
	<b>6 saatten fazla</b>	2,68	0,36		
<b>SMBÖ</b>	<b>1 saat den az</b>	1,58	0,61	9,813	0,0001
	<b>1-2 saat</b>	2,39	0,48		
	<b>3-4 saat</b>	2,54	0,55		
	<b>5-6 saat</b>	2,62	0,74		
	<b>6 saatten fazla</b>	2,68	0,51		

Günde sosyal medya hesabını kullanma süresine göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir ( $p=0,0001$ ). Değişkenlerde farklılığın tespitine yönelik olarak Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre günde sosyal medya hesabını kullanma süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı görülmektedir. (Tablo 15)

Tablo 15.

*Günde Sosyal Medya Hesabını Kullanma Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		Ortalama	SS	F	p
<b>Meşguliyet</b>	<b>1 saat den az</b>	2,12	0,89	10,213	0,000
	<b>1-2 saat</b>	2,82	0,83		
	<b>3-4 saat</b>	3,08	0,65		
	<b>5-6 saat</b>	3,76	0,42		
<b>Duygu Durum Düzenleme</b>	<b>1 saat den az</b>	1,97	0,89	11,461	0,000
	<b>1-2 saat</b>	2,45	1,10		
	<b>3-4 saat</b>	2,62	0,51		
	<b>5-6 saat</b>	3,62	0,61		
<b>Tekrarlama</b>	<b>1 saat den az</b>	1,77	0,85	9,246	0,000
	<b>1-2 saat</b>	1,86	0,70		
	<b>3-4 saat</b>	2,71	0,94		
	<b>5-6 saat</b>	3,21	0,71		
<b>Çatışma</b>	<b>1 saat den az</b>	1,74	0,58	10,439	0,000
	<b>1-2 saat</b>	2,03	0,55		
	<b>3-4 saat</b>	2,24	0,88		
	<b>5-6 saat</b>	2,77	0,48		
<b>SMBÖ</b>	<b>1 saat den az</b>	1,95	0,66	11,284	0,0001
	<b>1-2 saat</b>	2,27	0,70		
	<b>3-4 saat</b>	2,56	0,60		
	<b>5-6 saat</b>	2,75	0,03		

İhtiyaçları dışında hiç ara vermeden internet kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ). Değişkenlerde farklılığın tespitine yönelik olarak Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre ihtiyaçları dışında hiç ara vermeden internet kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı görülmektedir. (Tablo 16)

Tablo 16.

*İhtiyaçlar Dışında Hiç Ara Vermeden İnternet Kullanım Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Durumu*

		Ortalama	SS	F	p
<b>Meşguliyet</b>	<b>1 saat den az</b>	1,39	0,41	12,162	0,000
	<b>1-2 saat</b>	2,75	0,93		
	<b>3-4 saat</b>	2,76	0,83		
	<b>5-6 saat</b>	3,18	0,75		
	<b>6 saatten fazla</b>	3,20	0,51		
<b>Duygu Durum Düzenleme</b>	<b>1 saat den az</b>	1,86	1,16	10,524	0,000
	<b>1-2 saat</b>	2,04	0,65		
	<b>3-4 saat</b>	2,25	1,07		
	<b>5-6 saat</b>	2,74	0,96		
	<b>6 saatten fazla</b>	2,82	0,66		
<b>Tekrarlama</b>	<b>1 saat den az</b>	1,17	0,26	9,662	0,000
	<b>1-2 saat</b>	1,82	0,90		
	<b>3-4 saat</b>	1,92	0,73		
	<b>5-6 saat</b>	2,11	0,85		
	<b>6 saatten fazla</b>	2,95	0,48		
<b>Çatışma</b>	<b>1 saat den az</b>	1,33	0,34	11,320	0,000
	<b>1-2 saat</b>	1,78	0,47		
	<b>3-4 saat</b>	1,86	0,57		
	<b>5-6 saat</b>	2,07	0,46		
	<b>6 saatten fazla</b>	2,64	0,64		
<b>SMBÖ</b>	<b>1 saat den az</b>	1,45	0,52	12,423	0,000
	<b>1-2 saat</b>	2,09	0,54		
	<b>3-4 saat</b>	2,21	0,69		
	<b>5-6 saat</b>	2,52	0,52		
	<b>6 saatten fazla</b>	2,87	0,26		

## BÖLÜM V

### 5. TARTIŞMA VE YORUM

#### 5.1. Tartışma

Günümüzde sosyal medya kullanımı oldukça yaygın olmakla beraber gençlerin sosyal medyayı bilinçsiz olarak kullanmaları birçok problemi de beraberinde getirebilmektedir. Bu araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumları incelenmiştir.

Araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya algıları değerlendirildiğinde en yüksek ortalamaya duygu durum düzenleme boyutu sahiptir. Tutgun Ünal (2015) çalışmasında üniversite öğrencilerinin duygu durum bağlılık seviyelerinde azalma olduğunu ifade etmiştir. Lise seviyesindeki öğrencilerin ergenlik döneminde olmaları ve duygusal anlamda zor bir dönem geçirmeleri, duygu durum düzenlemesi için daha fazla sosyal medya araçlarına başvurmalarına neden olabilmektedir.

Sınıf düzeyine göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde, yalnızca çatışma alt boyutunun sınıflara göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Çatışma boyutunda 9-10.sınıf öğrencilerinin puan ortalamaları 11-12.sınıf öğrencilerinden daha yüksektir.

Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde, meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt boyutu hariç diğer boyutlarda istatistiksel olarak farklılık tespit edilmiştir. Tekrarlama, çatışma ve SMBÖ toplam ölçek puanında erkek öğrencilerin puan ortalamaları kızlardan daha yüksektir. Benzer şekilde erkek öğrencilerin kız öğrencilerden daha yüksek sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu tespit edilen çalışmalar mevcuttur (Paul ve Lee, 2012; Seferoğlu ve Yıldız, 2013). Farklı olarak çeşitli araştırmalarda kız öğrencilerin sosyal medya bağımlılık oranlarının erkeklerden daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Hazar, 2011; Balcı ve Gölcü, 2013; Tutgun Ünal, 2015).

Ekonomik duruma göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde, tüm alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık mevcuttur. Buna göre tüm alt boyutlarda düşük ekonomik gelire sahip olan öğrencilerin bağımlılık puanları daha düşük olarak tespit edilmiştir. Farklı şekilde Argın (2013) ve Çetinkaya (2013) çalışmalarında

öğrencilerin ekonomik durumlarına göre sosyal medya bağımlılıkları arasında farklılık olmadığını tespit etmişlerdir.

## 5.2. Yorum

Baba eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde, duygu durum düzenleme ve çatıma alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık mevcuttur. Akbulut ve Yılmazel (2012) araştırmasında baba eğitim durumuna göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı ilişki tespit etmemiştir.

Sahip olunan sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir. Tüm alt boyutlarda ve ölçek toplam puanında hiç sosyal medya aracı olmayan öğrencilerin bağımlılıkları diğerlerine göre daha düşük olarak tespit edilmiştir. Bu durum sosyal medya aracı kullanımının sosyal medya bağımlılığını arttırdığını göstermektedir. Koçak (2012) çalışmasında öğrencilerin önemli bir kısmının sosyal medya hesabının olduğunu ve sosyal medya hesabının olmasının öğrencilerin sosyal medyada daha fazla zaman harcamalarına neden olduğunu tespit etmiştir.

Günde internet kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir. Buna göre günde internet kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı görülmektedir. Wu (2013) ve Folaranmi (2013) çalışmalarında öğrencilerin internet kullanım süresinin artmasının sosyal medya bağımlılıklarını arttırdığını tespit etmiştir.

Günde sosyal medya hesabını kullanma süresine göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir. Buna göre günde sosyal medya hesabını kullanma süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı görülmektedir. Vural ve Bat (2010) ve Balcı ve Gölcü (2013) araştırmalarında öğrencilerin günde sosyal medya hesabını kullanma süresine göre sosyal medya bağımlılık durumlarının arttığını tespit etmişlerdir.

İhtiyaçları dışında hiç ara vermeden internet kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılık durumu incelendiğinde tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir. Buna göre ihtiyaçları dışında hiç ara vermeden internet kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı görülmektedir. Öğrencilerin gün içinde interneti ve sosyal medya araçlarını kullanım sürelerinin artması, normal hayattan izole olmalarına neden olurken, sosyal medya bağımlılıklarını yükseltmektedir (Çelik, 2012; Akdemir, 2013; Wu, 2013; Tutgun Ünal, 2015).

## BÖLÜM VI

### 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

#### 6.1. Sonuçlar

Bu araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık durumları incelenmiştir. Araştırma sonucunda lise öğrencilerinin neredeyse tamamının akıllı telefona sahip olduğu ve çoğunluğunun en az bir tane sosyal medya aracı kullandığı tespit edilmiştir. Araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları birçok faktörün etkilediği tespit edilmiştir. Sınıf düzeyi, cinsiyet, ekonomik durum, anne-baba eğitim durumu ve internet kullanım durumu, öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını etkilemektedir. Erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları daha yüksek olarak tespit edilmişken, internet kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılık durumu da artmaktadır.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığına yönelik alt boyutlar değerlendirildiğinde, en yüksek ortalamaya duygu durum alt boyutunun sahip olduğu tespit edilmiştir. Lise öğrencileri tarafından özellikle duygu durumun iyileştirilmesine yönelik olarak sosyal medya araçları tercih edilmektedir. Öğrencilerin önemli bir kısmı, ergenlikten kaynaklı veya sosyal çevrelerinden kaynaklı problemler karşısında kendilerini duygusal olarak rahatlatmak adına sosyal medya araçlarına başvuruyor olabilirler.

Günümüzde lise öğrencilerinin internete erişimlerinin kolay ve mobil cihaz kullanımlarının yaygın olması, sosyal medya araçlarını daha sıklıkla kullanmalarına neden olmaktadır. Öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının artması, onların bağımlılıklarını arttırırken, sosyal ve duygusal olarak olumsuz etkiler yaratabilmektedir.

## 6.2. Öneriler

Araştırma kapsamında öneriler şu şekildedir:

- Sosyal medya bağımlılığının yaratacağı olumsuz etkilere yönelik olarak öğrencilere bilgilendirmeler yapılabilir.
- Öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının sınırlandırılmasına yönelik engelleyici çalışmaların yürütülmesi yerine sosyal medya araçlarının faydalı kullanımına yönelik olarak çalışmalar desteklenebilir.
- Öğrencilerin internet ve sosyal medya araçlarını kullanımını yönelik süresinin sınırlandırılmasına ilişkin farkındalık çalışmaları yapılabilir.

İleride yapılacak çalışmalara yönelik öneriler şu şekildedir:

- İleride yapılacak olan çalışmalarda ailelerle de görüşmeler yapılarak çift taraflı olarak görüşler alınabilir değerlendirmeler yapılabilir.
- İleride yapılacak olan çalışmalarda görüşme formu kullanılarak nitel veri analizi ile çalışma desteklenebilir.
- İleride yapılacak olan çalışmalarda kent ve kırsal alanda çalışmalar yapılarak karşılaştırmalar yapılabilir.

## 7. KAYNAKÇA

- Adhikari, K., ve Panda, R. K. (2018). Users' information privacy concerns and privacy protection behaviors in social networks. *Journal Of Global Marketing*, 31(2), 96-110.
- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması*. İstanbul: Elif Yayınevi.
- Akbulut, A. B. ve Yılmazel, G. (2012). *Ergen yaş grubunda internet bağımlılığı düzeyinin belirlenmesi*. 15. Ulusal Halk Sağlığı Kongresi (716). [http://halksagligiokulu.org/anasayfa/components/com\\_booklibrary/ebooks/15.UHSK%20K%C4%B0TAP\\_14\\_10\\_12.pdf](http://halksagligiokulu.org/anasayfa/components/com_booklibrary/ebooks/15.UHSK%20K%C4%B0TAP_14_10_12.pdf)
- Akdemir, T. N. (2013). *İlköğretim öğrencilerinin facebook tutumları ile akademik erteleme davranışları ve akademik başarıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Aktaş, A. S. (2017). *Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanım davranışları ile yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Üsküdar Üniversitesi İstanbul.
- Aktaş, A., Atabek Aştı, T., Bakanoğlu, E., ve Çelebioğlu, M. (2010). Bir hemşirelik yüksekokulu öğrencilerinin beden imgesi algısının belirlenmesi. *İ.Ü.F.N. Hem. Dergisi*, 18 (2).
- Altun, A. (2008). *Yapılandırmacı öğretim sürecinde viki kullanımı*. 8. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Konferansı (IETC), 6-9 Mayıs 2008, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Argın, S. F. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy örneği)*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Arık, E. (2013). Yurttaş gazeteciliğinin günümüzdeki görünümü: Twitter gazeteciliği örneği. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 273-287.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride güncel yaklaşımlar*, 1(1), 55-67.
- Arslan, A., Kırık, A. M., Karaman, M., ve Çetinkaya, A. (2015). Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Dijital Bağımlılık. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 8(8), 34-58.

- Atalay, R. (2014). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki (Bahçelievler ilçesi örneği)*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Balcı, Ş. ve Gölcü, A. (2013). Facebook addiction among university students in Turkey: Selçuk University example. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255-278.
- Balcı, Ş. ve Tiryaki, S. (2014). *Facebook addiction among high school students in Turkey*. IISES- The International Institute of Social and Economic Sciences: Vienna 10th Academic Conference, Vienna, Austria, June 3-6, 2014, pp.120-134.
- Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi*. Doktora tezi. Ege Üniversitesi, İzmir.
- Bayram, A. T. (2012). *Pazarlama veri tabanının güncel bir unsuru olan sosyal medyanın otel pazarlamasındaki yeri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Biliciler, G. (2018). *Sosyal medya kullanımını yönlendiren motivasyonel etkenler: kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinden sosyal medya kullanıcıları üzerine bir inceleme*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Burke, S.C. ve Snyder, S.L. (2008). Youtube: An innovative learning resource for college health education courses. *International Electronic Journal of Health Education*, 11, 39-46.
- Caplan, S.E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic internet use: A two step approach. *Computers in Human Behavior*, 26, 1089–1097.
- Caverly, D.C. ve Ward, A. (2008). Techtalk: Wikis and collaborative knowledge construction. *Journal of Developmental Education*, 32(2), s.36-37.
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social Networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 11 (3), 14-19.
- Çelik, S. (2012). İlköğretim öğrencilerinin internet kullanım biçimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1-20.

- Çetinkaya, M. (2013). *İlköğretim öğrencilerinde internet bağımlılığının incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Davis R.A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological internet use. *Computers in Human Behavior*, (17), 187-195.
- Dikme, G. (2013). *Üniversite öğrencilerinin iletişimde ve günlük hayatta sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.
- Duman, M. Z., (2008). İnternet kullanımının öğrencilerin sosyal ilişkileri ve okul başarıları üzerindeki etkisi. *Toplum ve Demokrasi*, 2 (3), 93-112.
- Eşiyok Sönmez,E. ve Özgen, Ö.(2016). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 79
- Fardouly, J., Diedrichsb P.C., Vartaniana .L.R. ve Halliwell, E. (2015). Socialcomparisons on social media: The impact of facebook on youngwomen's body.*ImageConcernsAndMood. Body Image*,13, 38– 45.
- Fariz, S. (2017). *Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeylerinin Sosyal Destek ve Akademik Başarı Açısından İncelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Folaranmi, A. O. (2013). A survey of facebook addiction level among selected nigerian university undergraduates. *New Media and Mass Communication*, 10, 70-80.
- Gaffney K. J. (2017). *Negative affect that social media causes on body imaging an honor scollege thesis* (Under graduatehonor scollage theses). Long Island University, Newyork.
- Göksan, B. (2007).*Ergenlerde beden imajı ve beden dismorfik bozukluğu*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. T. C Sağlık Bakanlığı Şişli Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Psikiyatri Kliniği, İstanbul.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*,2(2), 105-120.
- Güler, K. (2015).*Beden imajının üniversite öğrencilerinde yaşam doyumu ve umutsuzluk üzerine etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Gürsakal, N. (2009). *Sosyal ağ analizi*. Bursa: Dora Yayıncılık.

- Haspolat, N. K. (2016). *Üniversite öğrencilerinde beden imajı benlik saygısı ve sosyal fobinin incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32), 21.
- İnternet World Stats, Internet Usage Statistics, <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, erişim tarihi: 01.12.2019.
- Junco, R. (2012). The relationship between frequency of facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers ve Education*, 58,162-171.
- Kahraman, M. (2010). *Sosyal medya*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Kara, Y. ve Coşkun, A. (2012). Sosyal ağların pazarlama aracı olarak kullanımı: Türkiye'deki hazır giyim firmaları örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*. 14(2), 73-90.
- Karacıoğlu, F. ve Kurt, E. (2009). Örgütsel iletişimin etkinliği açısından kurumsal bloglar ve birkaç kurumsal blogun incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3, 1–17.
- Koçak, N., G. (2012). *Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir'de bir uygulama*. Yayınlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Köksal, B. (2015). *Ortaöğretim kurumlarında okuyan öğrencilerde dijital oyun bağımlılık düzeyleri, internet bağımlılık düzeyleri ile bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Kurtaran, G. (2008). *İnternet bağımlılığını yordayan değişkenlerin incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International journal of environmental research and public health*, 8(9), 3528-3552.
- Kuss, D.J., et al. (2014). Assessing internet addiction using the parsimonious internet addiction components model—a preliminary study. *International Journal of Mental Health and Addiction*. 12(3),351-366.

- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. ve Zickuhr, K.(2010). Social media and mobile internet use among teens and young adults. Pew Research Center, Pew Internet ve American Life Project Web site: <http://pewinternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults.aspx>
- Leung, L. ve Lee, P.S.N. (2012). Impact of internet literacy, internet addiction symptoms, and internet activities on academic performance. *Social Science Computer Review*,30(4), 403-418
- Lewis, K., Kaufman, J., ve Christakis, N. (2008). The taste for privacy: An analysis of college student privacy settings in an online social network. *Journal of computer-mediated communication*, 14(1), 79-100.
- LinkedIn, (2015). <http://www.linkedin.com/about-us>
- McLoughlin, C. ve Lee, M. J. W (2008). *Social software and participatory learning: Pedagogical choices with technology affordances in the web 2.0 era*. Paper Presented At The Ascilite, Singapore.
- Menteşe, M. (2013). *Sosyal medya ortam ve araçlarının eğitimde kullanımına ilişkin okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin görüşleri*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Mingle, J. ve Adams, M. (2015). Social media network participation and academic performance in senior high schools in Ghana. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. Paper 1286. Summer 7-21.
- O'Brien, J. T. (2011). *Facebook and other internet use and the academic performance of college students*. Unpublished doctoral dissertation. The Temple University Graduate School.
- Okumuş, E. (2009). Bedene müdahalenin sosyolojisi. *Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi*, 2, 1-15.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi, Elazığ
- Özbolat, A. (2011). Postmodern dönemde bedenin tüketim temelinde yeniden inşası. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 38, 317-334.
- Özdiñç, T. (2014). *Okul öncesi eğitimde aile katılımında sosyal medya kullanımı: Bir durum çalışması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Paul, J. A., Baker, H. M. ve Cochran, J. D. (2012). Effect of online social networking on student academic performance. *Computers in Human Behavior*, 28, 2117–2127.

- Paul, L. L., ve Lee, S. N. (2012). Impact of internet literacy, internet addiction symptoms, and internet activities on academic performance. *Social Science Computer Review*30(4), 403-418.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., ve Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of applied developmental psychology*, 30(3), 227-238.
- Phillips, D. ve Young, P. (2009). *Online public relations. Second edition*. London and Philadelphia: Kogan Page.
- Richardson, W. (2009). *Blogs, wikis, podcasts, and other powerful web tools for classrooms*. California: Corwin Press.
- Satıl, E. (2011). *Yeni medya ve sosyalleşme*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Seferoğlu, S. S. ve Yıldız, H. (2013). Dijital çağın çocukları: İlköğretim öğrencilerinin Facebook kullanımları ve internet bağımlılıkları üzerine bir araştırma. *İletişim ve Diplomasi*, 2, 31-48.
- Socialbakers, (2015). Facebook statistics by continent. <http://www.socialbakers.com/statistics/facebook>
- Soule L.C., Shell, L.W. ve Kleen,B.A. (2003). Exploring Internet Addiction: Demographic Characteristics and Stereotypes of Heavy Internet Users, *The Journal of Computer Information Systems* 44 (1), 64-73.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal medya ve ortaöğretim öğretmenlerinin Facebook kullanım alışkanlıkları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Şenormancı, Ö., Konkan, R., ve Sungur, M. Z. (2010). İnternet bağımlılığı ve bilişsel davranışçı terapisi. *Psychiatry*, 11, 261-268.
- Şensoy, B. (2013). *Medyada beden imajı: bazı televizyon programlarından örnekler*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7(18), 776-821.
- Taşçı, B., ve Ekiz, S. (2018). *Serbest zaman aktivitesi olarak sosyal medya bağımlılığı*, Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, Eğlence ve Ürün Yerleştirme.

- Taydaş, O. (2012).*Serbest zaman etkinliği olarak facebook kullanımının yalnızlıkla ilişkisi: Cumhuriyet Üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2015). Development of the social media addiction scale. *Online Academic Journal of Information Technology (AJIT-e)*,6(21), 51-70.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi.Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Uğurlu, Ö. (2015).Kadının benlik sunumunun güncel bir aracı olarak sosyal ağlarbir tasarım unsuru: kusursuzlaştırma. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,8(1).
- Uslu, E. (2016). *Öğretmenlerin mesleki gelişimini sağlamada sosyal ağların rolü*. Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Ünal Tutgun, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5), 3348-3382.
- Wei, T. ve Wang, C. (2011). The characteristics of social networks of China"s college students. *Modern Management*, 1, 219-223.
- Wu, Pi-Chu (2013). Addictive behavior in relation to the happy farm Facebook application. *Social Behavior and Personality*, 41(4), 539-554.
- Yang, S. C. veTung, C. J. (2007). Comparison of internet addictsandnon-addicts in taiwanese high school. *Computers in Human Behavior*, 23,79-96.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yengin, D. (2014). *Yeni medya ve dokunmatik toplum*.İstanbul, Derin Yayınları.
- 2019 İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri, <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>

## 8. EKLER

## 8.1. Etik Kurul İzin Formu

T.C	
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ	
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	
TEZ / ARAŞTIRMA / ANKET / ÇALIŞMA İZİNİ / ETİK KURULU İZİNİ TALEP FORMU VE ONAY TUTANAK FORMU	
ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
T.C. NOSU	22215772812
ADI VE SOYADI	Muhammet Ali YILMAN
ÖĞRENCİ NO	2017100133
TEL. NO.	0537 238 30 43
E - MAİL	<a href="mailto:pskdanaliyilman@gmail.com">pskdanaliyilman@gmail.com</a>
ANA BİLİM DALI	Psikoloji
HANGİ AŞAMADA OLDUĞU (DERS / TEZ)	TEZ
İSTEKDE BULUNDUĞU DÖNEME AİT DÖNEMLİK KAYDININ YAPILIP-YAPILMADIĞI	2019 / 2020 - GÜZ / BAHAR DÖNEMİ KAYDINI YENİLEDİM.
ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ BİLGİLER	
TEZİN KONUSU	Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi
TEZİN AMACI	Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen değişkenlerin tespit edilmesidir
TEZİN TÜRKÇE ÖZETİ	Araştırmanın amacı lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen değişkenlerin tespit edilmesidir. Araştırma tanımlayıcı türde bir saha araştırması olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın evrenini Osmaniye'nin Kadırlı İlçesi'nde bulunan Anadolu Lisesi, Meslek Lisesi, Fen Lisesi ve Özel Okul Lisesi 9. 10. 11. ve 12 sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. En az 400 öğrenciye uygulanması hedeflenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılacaktır. Anket formları kişisel bilgi formlarından ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden oluşmaktadır.
ARAŞTIRMA YAPILACAK OLAN SEKTÖRLER/ KURUMLARIN ADLARI	Osmaniye İl Milli Eğitim Müdürlüğü - Kadırlı İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü
İZİN ALINACAK OLAN KURUMA AİT BİLGİLER (KURUMUN ADI- ŞUBESİ/ MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ)	Osmaniye İl Milli Eğitim Müdürlüğü - Kadırlı İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü
YAPILMAK İSTENEN ÇALIŞMANIN İZİN ALINMAK İSTENEN KURUMUN HANGİ İLÇELERİNE/ HANGİ KURUMUNA/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ ALANINA/ HANGİ KONULARDA/ HANGİ GRUBA/ KİMLERE/ NE UYGULANACAĞI GİBİ AYRINTILI BİLGİLER	Kadırlı Fen Lisesi , Kadırlı Savrun Anadolu Lisesi , Kadırlı Teknik Ve Endüstri Meslek Lisesi , Kadırlı 80. Yıl Cumhuriyet Anadolu Lisesi , Kadırlı Anadolu Lisesi , Kadırlı İmam Hatip Lisesi , Özel Bahçeşehir Liselerinde eğitim gören 9. 10. 11. ve 12. Sınıf öğrencilerini kapsamak üzere.
UYGULANACAK OLAN ÇALIŞMAYA AİT ANKETLERİN/ ÖLÇEKLERİN BAŞLIKLARI/ HANGİ ANKETLERİN - ÖLÇEKLERİN UYGULANACAĞI	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Tutkun - ünal ve Deniz tarafından geliştirilmiştir.

EKLER (ANKETLER, ÖLÇEKLER, FORMLAR, .... V.B. GİBİ EVRAKLARIN İSİMLERİYLE BİRLİKTE KAÇ ADET/SAYFA OLDUKLARINA AİT BİLGİLER İLE AYRINTILI YAZILACAKTIR)	1)(2) Sayfa Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği. (SMBÖ) 2)(2) Sayfa Kişisel Bilgi Formu			
ÖĞRENCİNİN ADI - SOYADI: Muhammet Ali YILMAN		ÖĞRENCİNİN İMZASI: (Enstitüde kalan asıl sureti imzalıdır.) TARİH: 27 / 11 / 2019		
<b>TEZ/ ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRME SONUCU</b>				
1. Seçilen konu Bilim ve İş Dünyasına katkı sağlayabilecektir.				
2. Anılan konu Psikoloji faaliyet alanı içerisine girmektedir.				
<b>1. TEZ DANIŞMANININ ONAYI</b>	<b>2. TEZ DANIŞMANININ ONAYI (VARSA)</b>	<b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRÜNÜN ONAYI</b>	<b>A.B.D. BAŞKANININ ONAYI</b>	
Adı - Soyadı: Şükrü UĞUZ	Adı - Soyadı: Mahmut Hamil NAZİK	Adı -Soyadı: Murat KOÇ	Adı - Soyadı: Şükrü UĞUZ	
Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr	Unvanı: Doç. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	
İmzası: Evrak onayı e posta ile alınmıştır.	İmzası: Evrak onayı e posta ile alınmıştır.	İmzası: Evrak onayı e posta ile alınmıştır.	İmzası: Evrak onayı e posta ile alınmıştır.	
... / ... / 20....	... / ... / 20....	... / ... / 20....	... / ... / 20....	
<b>ETİK KURULU ASIL ÜYELERİNE AİT BİLGİLER</b>				
Adı - Soyadı: <b>Mustafa BAŞARAN</b>	Adı - Soyadı: <b>Yücel ERTEKİN</b>	Adı - Soyadı: <b>Deniz Aynur GÜLER</b>	Adı - Soyadı: <b>Ali Engin OBA</b>	Adı - Soyadı: <b>Mustafa Tevfik ODMAN</b>
Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.
İmzası : (Evrak onayı e posta ile alınmıştır.)	İmzası : (Evrak onayı e posta ile alınmıştır.)	İmzası : (Evrak onayı e posta ile alınmıştır.)	İmzası :	İmzası : (Evrak onayı e posta ile alınmıştır.)
... / ... / 20....	... / ... / 20....	... / ... / 20....	... / ... / 20....	... / ... / 20....
<b>Etik Kurulu Jüri Başkanı - Asıl Üye</b>	<b>Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi</b>	<b>Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi</b>	<b>Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi</b>	<b>Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi</b>
<b>OY BİRLİĞİ İLE</b>	<input type="radio"/>	<b>Çalışma yapılacak olan tez için uygulayacak olduğu Anketleri/Formları/Ölçekleri Çağ Üniversitesi Etik Kurulu Asıl Jüri Üyelerince İncelenmiş olup, 27 / 11 / 2019 - 10 / 01 / 2020 tarihleri arasında uygulanmak üzere gerekli iznin verilmesi taraflarımızca uygundur.</b>		
<b>OY ÇOKLUĞU İLE</b>	<input checked="" type="radio"/>			
<b>AÇIKLAMA: BU FORM ÖĞRENCİLER TARAFINDAN HAZIRLANDIKTAN SONRA ENSTİTÜ MÜDÜRÜNE ONAYLATILARAK ENSTİTÜ SEKRETERLİĞİNE TESLİM EDİLECEK TİR. AYRICA YAZININ PUNTOSU İSE 12 (ON İKİ) PUNTO OLACAK ŞEKİLDE YAZILARAK ÇIKTI ALINACAKTIR.</b>				

## 8.2.Anket Formu

Merhabalar, birazdan katılacağınız bu çalışmada size kişisel bilgileriniz ve internet kullanımı ile alakalı sorular sorulacaktır. Vereceğiniz tüm bilgiler bilimsel amaçla kullanılacaktır. Çalışmada isim ve soy isimleriniz sorulmamaktadır.

### Cinsiyetiniz

Kız  Erkek

### Sınıfınız

9.sınıf  10.sınıf  11.sınıf  12.sınıf

### Ailenizin ekonomik durumu

Düşük  Orta  Yüksek

### Annelerinizin eğitim durumu

Okul mezunu değil  
 İlkokul  
 Ortaokul  
 Lise  
 Üniversite  
 Lisansüstü

### Babanızın eğitim durumu

Okul mezunu değil  
 İlkokul  
 Ortaokul  
 Lise  
 Üniversite  
 Lisansüstü

### Akıllı telefonunuz var mı?

Evet  Hayır

### Yaşadığınız yerde (ev-yurt) internet bağlantınız var mı?

Evet  Hayır

### Sahip olduğunuz sosyal medya hesaplarınız kaç tanedir?

Hiç  1  2  3  4  5 ve daha fazla

### Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?

0-1 saat  1-2 saat  2-4 saat  4-6 saat  6 saatten fazla

**Günde kaç saat sosyal medya hesabınızı kullanıyorsunuz?**

- 0-1 saat     1-2 saat     2-4 saat     4-6 saat     6 saatten fazla

**Ben daha çok ..... kullanmayı tercih ediyorum. (Birden fazla seçenek işaretlenebilir.)**

- Facebook                       Twitter                       Instagram  
 Snapchat                       Google                       Diğer(.....)

**İnterneti hangi amaçlarla kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir.)**

- Ödev yapmak                       Oyun Oynamak  
 Müzik Dinlemek                       Haber Okumak  
 Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanmak  
 Film İzlemek                       Diğer (.....)

**Temel ihtiyaçlarınızı gidereceğiniz vakitler hariç (uyku, yemek gibi) hiç ara vermeden internet kullandığınız en uzun süre kaç saattir?**

- 0-1 saat     1-2 saat     2-4 saat     4-6 saat     6 saatten fazla

### 8.3. SMBÖ - Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Bu ölçekte sosyal medya kullanımınıza yönelik cümleler yer almaktadır. Her bir maddeyi okuyarak o madde için size uygun gelen seçeneği (X) ile işaretleyiniz.

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
1. Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.					
2. Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.					
3. Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.					
4. Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.					
5. İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.					
6. Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.					
7. Sosyal medyada düşündüğümde daha fazla zaman geçirdiğim olur.					
8. Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime “birkaç dakika daha” derim.					
9. Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.					
10. Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur.					
11. Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.					
12. Sosyal medya ile ilgili eylemlere (oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs) uzun süreler ayırırım.					
13. Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.					
14. Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.					
15. Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyada gezinmeyi tercih ederim.					
16. Problemlerimden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.					
17. Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.					
18. Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.					
19. Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.					
20. Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç					



vermeyen çabalar gösteririm.					
21. Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
22. Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.					
23. Mesleğime/çalışmalarına olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.					
24. Sosyal medyadan dolayı hobilerime, boş zaman ve dinlenme faaliyetlerime daha az öncelik veririm.					
25. Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
26. Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
27. Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.					
28. Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmalarını ihmal ederim.					
29. Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.					
30. Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.					
31. Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.					
32. Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.					
33. İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.					
34. Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezdiğimi saklamaya çalışırken bulurum.					
35. Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.					
36. Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığım olur.					
37. Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur.					
38. Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrıları, vb) yaşadığım olur.					
39. Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle olan ilişkilerimde problem yaşamama neden olur.					
40. Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur.					
41. Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.					

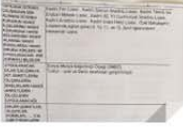




## 8.4. Tez Etik Kurul Formu E-Posta İzin Onayları

181 ileti dizisinden 1. < >

**Ali YILMAN** <pskdanaliyilman@gmail.com> 27 Temmuz Pzt 14:51 (1 gün önce) ☆ ↶ ⋮  
 Alıcı: terapi, suguz ▾

Sayın hocam merhabalar İsmim Muhammet Ali YILMAN (2017100133) Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans Tez Öğrencinizim. Tez evrak işlemlerim için Etik kurul izin formunu onayınıza sunuyorum. Tarafınızca uygun mudur. Cevabınız için şimdiden teşekkür eder saygılarımı sunarım.

**5 Ek**  

**suguz suguz** 19:17 (8 dakika önce) ☆ ↶ ⋮  
 Alıcı: AYCAN, ben ▾



Uygundur






27 Tem 2020 Pzt, saat 14:52 tarihinde Ali YILMAN <pskdanaliyilman@gmail.com> şunu yazdı:  
 \*\*\*  
 ---  
 Prof. Dr. Şükrü Uğuz

181 ileti dizisinden 2. < >

**Ali YILMAN** <pskdanaliyilman@gmail.com> 27 Temmuz Pzt 14:50 (1 gün önce) ☆ ↶ ⋮  
 Alıcı: Hamil ▾

Sayın hocam merhabalar , Tez evrak işlemlerim için Etik kurul izin formunu onayınıza sunuyorum. Tarafınızca uygun mudur. Cevabınız için şimdiden teşekkür eder saygılarımı sunarım.

**5 Ek**  

**"M. Hamil NAZİK"** 27 Temmuz Pzt 15:02 (1 gün önce) ☆ ↶ ⋮  
 Alıcı: ben ▾

Uygundur



iPhone'umdan gönderildi

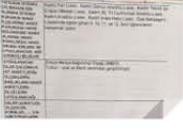




> Ali YILMAN <pskdanaliyilman@gmail.com> şunları yazdı (27 Tem 2020 14:50):  
 >

181 ileti dizisinden 1. < >

**Ali YILMAN** <pskdanaliyilman@gmail.com> 27 Temmuz Pzt 14:51 (1 gün önce) ☆ ↶ ⋮  
 Alıcı: terapi, suguz ▾

Sayın hocam merhabalar İsmim Muhammet Ali YILMAN (2017100133) Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans Tez Öğrencinizim. Tez evrak işlemlerim için Etik kurul izin formunu onayınıza sunuyorum. Tarafınızca uygun mudur. Cevabınız için şimdiden teşekkür eder saygılarımı sunarım.

**5 Ek**  

**suguz suguz** 19:17 (8 dakika önce) ☆ ↶ ⋮  
 Alıcı: AYCAN, ben ▾

Uygundur

27 Tem 2020 Pzt, saat 14:52 tarihinde Ali YILMAN <pskdanaliyilman@gmail.com> şunu yazdı:  
 \*\*\*  
 ---  
 Prof. Dr. Şükrü Uğuz

Postalarda arayın

181 ileti dizisinden 8.

**Ali YILMAN** 22 Tem 2020 15:15 (6 gün önce) ☆

Ekte sunuyorum hocam. Özür dilerim. <muratkoc@cag.edu.tr> adresine sahip kullanıcı 22 Tem 2020 Çar, 14:32 tarihinde şunu yazdı:

**muratkoc@cag.edu.tr** 22 Temmuz Çar 15:22 (6 gün önce) ☆ ↶ ⋮

Alıcı: senay, aycan, ben

+ aycankol@.senaydemir@

Uygundur.

Diğer etik kurul üyelerine de gönderiniz.

22.07.2020, 15:15, "Ali YILMAN" <pskdanaliyman@gmail.com>:

\*\*\*

Doç. Dr. Murat KOC  
Sıyıl Bilimler Enstitüsü Müdürü  
muratkoc@cag.edu.tr

Çağ Üniversitesi 24. Yılı  
Çağ Üniversitesi Yürütme Kurulu  
Adana Merkez Kampüsü Zemin Katı  
Binası/MEDSİN

444 1 111  
www.cag.edu.tr

Postalarda arayın

181 ileti dizisinden 8.

**Ali YILMAN** <pskdanaliyman@gmail.com> 22 Temmuz Çar 14:05 (6 gün önce) ☆ ↶ ⋮

Alıcı: suguz, Hamil, murat, basaran, yuceiertekin, adguler, alienginoba, mustafatevfikodman

Saygıdeğer hocalarım öncelikle merhabalar. İsmim Muhammet Ali YILMAN(2017100133) Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans Tez öğrencisiyim. Aşağıdaki ekte etik kurul izin isteği formunu olurlarınıza almak üzere göndermekteyim. Cevabınız için şimdiden çok teşekkür eder saygılarımı sunarım.

3 Ek

3

**Mail Delivery Subsystem** 22 Temmuz Çar 14:06 (6 gün önce) ☆

Adres bulunamadı mustafatevfikodman@cag.edu.tr e-posta adresi bulunamadığından veya e-posta alamadığından iletiniz teslim edilemedi. Uzak sunucunun yanıtı şuy...

**basaran@cag.edu.tr** 22 Temmuz Çar 14:07 (6 gün önce) ☆ ↶ ⋮

Alıcı: ben

Tez uygulamasında etik açıdan bir sakınca yoktur.  
Prof. Dr. Mustafa Başaran

22.07.2020, 14:06, "Ali YILMAN" <pskdanaliyman@gmail.com>:

Gmail

Postalarda arayın

189 ileti dizisinden 1.

**Muhammet Ali YILMAN Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans Tez Öğrencisi** Gelen Kutusu x

**Ali YILMAN** 29 Temmuz Çar 19:46 (2 gün önce) ☆

Saygıdeğer hocalarım öncelikle merhabalar. İsmim Muhammet Ali YILMAN(2017100133) Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans Tez öğrencisiyim. Aşağıdaki ekte etik

**Çağ Üniversitesi Hukuk Fakültesi** -hukukfakultesi@cag.edu.tr> 30 Temmuz Per 20:49 (18 saat önce) ☆ ↶ ⋮

Alıcı: senaydemir, ben

Onaylıyorum.

Prof. Dr. Yücel ERTEKİN  
Hukuk Fakültesi Dekanı

**ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ 24. YIL**  
ÇAĞ UNIVERSITY

Yanıtla Tümüünü yanıtla Yönlendir

188 ileti dizisinden 1. < >

**Muhammet Ali YILMAN** Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans Tez Öğrencisi Gelen Kutusu x

**Ali YILMAN**  
Saygıdeğer hocalarım öncelikle merhabalar. İsmim Muhammet Ali YILMAN(2017100133) Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans Tez öğrencisiyim. Aşağıdaki ekte etik

**adguler26@gmail.com**  
Alici: ben

*Anketin uygulanmasında etik açıdan herhangi bir sakınca yoktur.*

Prof. Dr. Deniz A. GÜLER  
FEF Dekan

Windows 10 için [Posta](#) ile gönderildi

**Kimden:** [Ali YILMAN](#)  
**Gönderilme:** 30 Temmuz 2020 Perşembe 17:00  
**Kime:** [adguler@anadolu.edu.tr](mailto:adguler@anadolu.edu.tr); [adguler26@gmail.com](mailto:adguler26@gmail.com); [adguler@cağ.edu.tr](mailto:adguler@cağ.edu.tr); [yucelertekin@cağ.edu.tr](mailto:yucelertekin@cağ.edu.tr); [senolkandemir@cağ.edu.tr](mailto:senolkandemir@cağ.edu.tr); [alienginoba@cağ.edu.tr](mailto:alienginoba@cağ.edu.tr); [enginoba@hotmail.com](mailto:enginoba@hotmail.com); [senolkandemir@hotmail.com](mailto:senolkandemir@hotmail.com)  
**Konu:** Muhammet Ali YILMAN Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans Tez Öğrencisi

17:00 (2 saat önce) ☆

18:33 (43 dakika önce) ☆ ↶ ⋮

Postalarda arayın

**FW:** Gelen Kutusu x

**aycan kol**  
Alici: ben

**From:** mustafa tevfik Odman [mailto:[mustafatevfikodman@gmail.com](mailto:mustafatevfikodman@gmail.com)]  
**Sent:** Wednesday, July 29, 2020 10:08 AM  
**To:** AYCAN KOL  
**Subject:**


Ali Yılman'ın etik kurul izni onaylanmıştır.

10:52 (7 saat önce) ☆ ↶ ⋮

↶ Yanıtla

➡ Yönlendir

## 8.5. Çağ Üniversitesi Tez Anket İzin İstek Yazısı



**T.C.**  
**ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**ÇAĞ UNIVERSITY**

SAYI : 23867972/ *1237-845* 27.11.2019  
KONU: Tez Anket İzni Hakkında

**OSMANIYE İL MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜNE**

Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi olan (2017100133 numaralı) **Muhammet Ali YILMAN** “Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi” konulu tez çalışmasını Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi öğretim elemanı Prof. Dr. Mahmut Hamil NAZİK danışmanlığında yürütmektedir. Adı geçen öğrencinin tez çalışması kapsamında **Osmaniye İl Milli Eğitim Müdürlüğüne** bağlı Kadirli İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü bünyesindeki **Özel BİLTEPE Anadolu Lisesi, Özel BİLTEPE Anadolu Sağlık Meslek Lisesi, Kadirli Fen Lisesi, Kadirli Savrun Anadolu Lisesi, Kadirli Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi, Kadirli 80. Yıl Cumhuriyet Anadolu Lisesi, Kadirli Anadolu Lisesi, Kadirli İmam Hatip Lisesi, Kadirli Özel Bahçeşehir Liselerinde 9. sınıf, 10. sınıf, 11. sınıf ile 12. sınıflarda eğitim gören öğrencileri kapsamak üzere** kopyası Ek’lerde sunulan bir anket uygulaması yapmayı planlamaktadır. Tez çalışması kapsamında yukarıda belirtilen anketin uygulayabilmesi için gerekli iznin verilmesi hususunu bilgilerinize sunarım.

(Enstitüde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır.)  
Doç. Dr. Murat KOÇ  
Sos. Bil. Ents. Müdürü

**EKLERİ:** İki sayfa tez anket formları ile Üç sayfa tez etik kurul izin formunun fotokopileri.

A. Yaşar Bayboğan Kampüsü, Adana-Mersin Karayolu 33800 Yenice-Mersin / TÜRKİYE T. +90 (0324) 651 48 00 F. +90 (0324) 651 48 11  
[www.cag.edu.tr](http://www.cag.edu.tr)

## 8.6. Osmaniye İl Milli Eğitim Müdürlüğü Tez Anket İzin Yazıları



T.C.  
OSMANİYE VALİLİĞİ  
İl Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 33217192-605.01-E.24429421  
Konu : Araştırma İzni

09/12/2019

VALİLİK MAKAMINA

İlgi:Çağ Üniversitesinin 27/11/2019 tarih ve 845 sayılı yazısı.

İlgi yazı ve ekleri İlimiz Eğitimi Araştırma ve Değerlendirme komisyonu tarafından incelenmiş olup, Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans Öğrencisi Muhammet Ali YILMAN'ın İlimiz Kadırlı İlçesinde faaliyet gösteren resmi ve özel liselerde öğrenim gören 9.,10.,11. ve 12. sınıf öğrencilere gönüllülük esasına dayalı olarak ders saatlerini aksatmamak kaydı ile Okul Müdürlüğünün sorumluluğunda "Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi" konulu tez çalışmasını yapması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde olurlarınıza arz ederim.

Aydın ALBAK  
Milli Eğitim Müdürü

OLUR  
09/12/2019

Adem YILMAZ  
Vali a.  
Vali Yardımcısı

*2012-2019*

10 Aralık 2019  
Ahmet YILDIRIM  
Milli Eğitim Müdürlüğü  
Memur

*Doç. Dr. Murat KOÇ*

Adres: ADNAN MENDERES MAH. YENİ VILAYET KON.L-M BLOK 80010 OSMANİYE

Elektronik Ağ: www.osmaniyezeb.gov.tr  
e-posta: temelegitim80@meb.gov.tr

Bilgi için: Sümeyye OKUR GELEGEN  
Tel: 0 (328) 826 17 83

Faks: 0 (328) 825 03 30


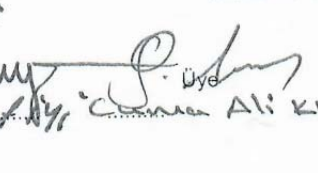
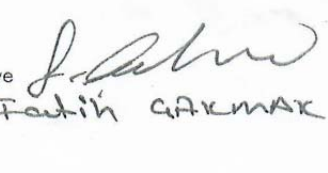
Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden b151-c71e-3bf8-86c3-292e kodu ile teyit edilebilir.

**FORM: 2**

**T.C.**  
**MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI**  
**Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı**  
**ARAŞTIRMA DEĞERLENDİRME FORMU**

ARAŞTIRMA SAHİBİNİN	
Adı Soyadı	Muhammed Ali YILMAN
Kurumu / Üniversitesi	Çağ Üniversitesi
Araştırma yapılacak iller	Osmaniyenin Kadirli ilçesi
Araştırma yapılacak eğitim kurumu ve kademesi	Lise kademesi Özel Birtepe Anadolu Lisesi - Özel Birtepe Anadolu Sağlık Meslek Lisesi - Kadirli Fen Lisesi - Savaş Anadolu Lisesi - Kadirli Teknik E. Meslek L. - Şişli Cum. Lis. - Kadirli Anz. - Kadirli İmamhatup L. Özel Bahadır
Araştırmanın konusu	Kişisel öğrenimlerinde sosyal medya bağımlılığının sesli değişkenler açısından incelenmesi (lise 1-2)
Üniversite / Kurum onayı	(Var) / Yok
Araştırma/proje/ödev/tez önerisi	Tez
Veri toplama araçları	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) Tuzgat Anal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilmiştir. Kişisel Bilgi Formu
Görüş istenilecek Birim/Birimler	
KOMİSYON GÖRÜŞÜ	
uygundur.	
Komisyon kararı	Oybirliği / Oyçokluğu ile alınmıştır.
Muhalif üyenin Adı ve Soyadı:	Gerekçesi;.....
.....	.....
.....	.....

**KOMİSYON**

...../2001  
Komisyon Başkanı  Üye  Üye   
Ali KILIÇ Fatih GAKMAK

## 9. ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Muhammet Ali YILMAN

Doğum Yeri Ve Tarihi: Adana/Seyhan 29.11.1992

### Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi: (2011-2015)Yakın Doğu Üniversitesi Rehberlik Ve Psikolojik  
Danışmanlık

Yüksek Lisans: Çağ Üniversitesi Psikoloji (Tez Aşamasında)

Bildiği Yabancı Diller: İngilizce

### İş Deneyimi

Stajlar : (2015-2015) Sedat Simavi Endüstri Meslek Lisesi Kıbrıs/Lefkoşa

Çalıştığı kurumlar:2016-Devam Ediyor) Özel BİLTEPE Okulları Psikolojik Danışman Ve  
Rehber Öğretmen

Osmaniye/Kadirli

### İletişim

Adres: Osmaniye/Kadirli

E-Posta Adresi : pskdanaliyilman@gmail.com

Tel: 0537 238 30 43