

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANA BİLİM DALI

ERGENLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÇEŞİTLİ
DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

TEZİ YAZAN
Mehmet ÖZTUĞ

I.Tez Danışmanı: Prof. Dr. Nurgül ÖZPOYRAZ

II.Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KALE

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Binnaz KIRAN (Mersin Üniversitesi)

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Ayşe AVCI

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Soner ÇAKMAK (Çukurova Üniversitesi)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERSİN /HAZİRAN 2022

ONAY SAYFASI

T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

2020011014 numaralı öğrencimiz olan **Mehmet ÖZTUĞ** tarafından hazırlanan “**Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi**” başlıklı bu tez çalışması jüri üyelerimiz tarafından **oy birliği** ile **Psikoloji** Ana Bilim Dalında **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

(Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır)

Üniv. İçi – Jüri Başkanı: Prof. Dr. Nurgül ÖZPOYRAZ

(Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır)

Üniv. İçi- Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KALE

(Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır)

Üniv. Dışı- Jüri Üyesi: Prof. Dr. Binnaz KIRAN

(Mersin Üniversitesi)

(Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır)

Üniv. İçi- Jüri Üyesi: Prof. Dr. Ayşe AVCI

(Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır)

Üniv. Dışı- Jüri Üyesi: Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Soner ÇAKMAK

(Çukurova Üniversitesi)

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

(Enstitü Müdürlüğünde Kalan Asıl Sureti İmzalıdır)

14/ 06/ 2022

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.

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 çalışmasında 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.

Mehmet ÖZTUĞ

İTHAF



Sevgili Aileme..

TEŞEKKÜR

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KALE, bu tezin mimarı olan ve tez yazım sürecinin her aşamasında engin bilgi ve tecrübesiyle yanımda olan saygıdeğer hocam size en içten şükranlarımı takdim ediyorum.

Prof. Dr. Şükrü UĞUZ ve Prof. Dr. Nurgül ÖZPOYRAZ, sizin öğrenciniz olmak benim için büyük bir onurdu. Bana kazandırdıklarınız için size çok teşekkür ederim.

Tez çalışmam boyunca her zaman yanımda olan sevgili eşim Gülsüm ÖZTUĞ'a, değerli arkadaşlarım Şerif BAKIŞ ve Yazgan ÖZDEMİR'e en içten duygularıyla teşekkür ederim.



ÖZ**ERGENLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÇEŞİTLİ
DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ****Mehmet ÖZTUĞ****Yüksek Lisans Tezi, Psikoloji Ana Bilim Dalı****I.Tez Danışmanı: Prof. Dr. Nurgül ÖZPOYRAZ****II.Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KALE****Haziran 2022, 81 sayfa**

Bebeklik döneminden başlayarak teknoloji ile birlikte büyüyen ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ortaya çıkma durumu daha yüksektir. Bu durum ruhsal ve bedensel gelişimini tamamlamamış ergenler için olumsuz etki oluşturur. Bu araştırma Adana ili Seyhan ilçesinde özel öğretim kurumlarında öğrenim gören ortaöğretim grubu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının sosyodemografik değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma Adana ili Seyhan ilçesinde 2021-2022 yılında bir özel öğretim kurumunda öğrenim görmekte olan 238 kız,173 erkek olmak üzere 411 öğrenciyle çalışılmıştır. Evrenin temsili için basit seçkisiz örnekleme yöntemi kullanılmış olup; bu örnekleme yönteminde evrendeki her birimin örnekleme girme olasılığı eşittir. Verileri elde etme amacıyla gönüllü katılımcı formu, sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Araştırmada betimleyici istatistikler değişkenler arasında anlamlı bir fark olup olmadığını saptamak için Mann Whitney U testi ve Kruskal Wallis H testi uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları, gelir düzeyi iyi olan öğrencilerin diğer gelir seviyesinde ki öğrencilere göre daha yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. 7 yıldan fazla sosyal medya kullanan öğrencilerin diğer gruplara göre daha yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Bu araştırmada elde edilen veriler literatüre göre tartışılarak önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı, Ergenler

ABSTRACT**ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA ADDICTION IN TERMS OF VARIOUS
VARIABLES****Mehmet ÖZTUĞ****Master Thesis, Department of Psychology****I.Thesis Advisor: Prof. Dr. Nurgül ÖZPOYRAZ****II.Thesis Advisor: Dr. Mustafa KALE****June 2022, 81 pages**

Social media addiction is more likely to occur in adolescents who grow up with technology starting from infancy. This situation creates a negative effect for adolescents who have not completed their mental and physical development. This research aims to examine the social media addiction of secondary school students studying in private education institutions in Adana province Seyhan district in terms of sociodemographic variables. The research was conducted with 411 students, 238 girls and 173 boys, studying in a private education institution in the Seyhan district of Adana province in 2021-2022. Simple random sampling method was used for the representation of the universe; In this sampling method, every unit in the universe has an equal probability of entering the sampling. Volunteer participant form, social media addiction scale and personal information form were used to obtain the data. In the study, Mann Whitney U test and Kruskal Wallis H test were applied to determine whether there is a significant difference between descriptive statistics variables. According to the results of the study, when the total and sub-dimension averages of the social media addiction scale are examined, it is seen that female students have higher average scores than male students, and students with a good income level have higher average scores than students from other income levels. It has been observed that students who use social media for more than 7 years have higher average scores than other groups. The data obtained in this study were discussed according to the literature and suggestions were made.

Keywords: Social Media, Social Media Addiction, Adolescents

ÖN SÖZ

Çalışmamızın hedefi ergenlerin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen değişkenlerin bulunmasıdır. Sosyal medya platformlarının son yıllarda yaygınlığının artması bu platformların kullanıcı üzerinde ne gibi etkilerinin olduğunun tespit edilmesi açısından önemlidir. Ergenlerin sosyal çevrelerinden çok fazla etkilenmeleri sosyal medyanın ergenler üzerindeki etkilerini araştırılması gerekmektedir. Mobil cihazlara ulaşmanın kolaylaşması sosyal medyayı günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası yapmıştır. Ergenler günlük hayatlarında sosyalleşme ihtiyaçlarını azımsanmayacak düzeyde sosyal medya platformları kullanarak gidermektedir. Bunun sonucu olarak da ergenlerin sosyal medya bağımlılıkları düzeyinin arttığı belirtilmektedir. Alanyazında sosyal medya bağımlılığına dair çok sayıda gerçekleştirilen araştırma bulunmaktadır.

Ergenler sosyal medya platformlarında vakit harcarken akademik ve sosyal sorumluluklarını ertelemektedirler. Sosyal medya platformlarını çok fazla kullanan ergenlerin akademik ve sosyal alanlarda problemler yaşadığı görülmektedir. Bundan dolayı ergenlerin sosyal medya bağımlılıkları üzerinde etkisi bulunan faktörlerin tespit edilmesi ve buna önlem alınması gereklidir. Yaptığımız çalışmada ergenlerin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen değişkenlerin tespit edilmesi açısından önemlidir. Bu çalışmadan ulaşılan sonuçlar ebeveynlere, eğitimcilere ve sosyal medyayla ilgili çalışma yapacak kişilere yardımcı olma niteliğine sahiptir.

Haziran, 2022

İÇİNDEKİLER

KAPAK.....	i
ONAY SAYFASI	ii
ETİK BEYANI	iii
İTHAF	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZ	vi
ABSTRACT.....	vii
ÖN SÖZ	viii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR.....	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
EKLER LİSTESİ	xiv
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Önemi	2
1.2. Problemler	2
1.3. Araştırmanın Hipotezleri.....	3
1.4. Araştırmanın Amacı	4
1.5. Araştırmanın Sayıltıları	4
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	4
1.7. Tanımlar	4
1.7.1. Sosyal Medyanın Tanımı	4
1.7.2. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi.....	5
1.7.3. Sosyal Medya Araçları.....	7
1.7.3.1. Sosyal Ağlar	7
1.7.3.2. Bloglar	7
1.7.3.3. Podcast.....	7
1.7.3.4. Forumlar	7
1.7.3.5. Wikiler.....	7
1.7.3.6. Microbloglar	8
1.7.3.7. İçerik Toplulukları.....	8
1.7.4. Sosyal Medyanın Özellikleri.....	8
1.7.5. Sosyal Medyanın Etkileri.....	9

1.7.6. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	10
1.7.7. Sosyal Medya Bağımlılığın Tanımlanması.....	10
1.7.8. Sosyal Medya Bağımlılığının Bireyler Üzerindeki Etkileri.....	12
2. YÖNTEM VE TEKNİKLERİ	15
2.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	15
2.2. Etik İzinler.....	15
2.3. Veri Toplama Araçları.....	15
2.3.1. Kişisel Bilgi Formu.....	15
2.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....	16
2.4. Verilerin Analizi.....	16
3.BULGULAR.....	18
4. TARTIŞMA VE SONUÇ	42
KAYNAKÇA.....	46
EKLER.....	53

KISALTMALAR

ANOVA	: Analysis of Variance (Varyans Analizi)
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
DSM	: The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı)
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
vd.	: ve diğerleri
vb	: ve benzeri
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
SMBÖ	: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği
SMB	: Sosyal Medya Bağımlılığı
VKİ	: Vücut Kitle İndeksi

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.	<i>Sosyal medyanın tarihsel süreç içerisindeki gelişimi</i>	5
Tablo 2.	<i>Ergenlerin Sosyodemografik Verilerinin Dağılımı.....</i>	18
Tablo 3.	<i>Sosyal Medya Ölçeğine ait tanımlayıcı İstatistikler ve Cronbach's Alpha Güvenirlik Katsayısı</i>	20
Tablo 4.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....</i>	22
Tablo 5.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Sınıfa Göre Karşılaştırılması</i>	23
Tablo 6.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puanları ile Yaş, Boy, Kilo ve Kardeş Sayısı arasındaki Korelasyonlar</i>	24
Tablo 7.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının VKI Gruplarına Göre Karşılaştırılması.....</i>	25
Tablo 8.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Ekonomik Duruma Göre Karşılaştırılması</i>	26
Tablo 9.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Evde İnternet Bağlantısı Bulunup Bulunmaması Duruma Göre Karşılaştırılması.....</i>	27
Tablo 10.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Karşılaştırılması</i>	28
Tablo 11.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Akademik Başarı Durumlarına Göre Karşılaştırılması</i>	29
Tablo 12.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısına Göre Karşılaştırılması</i>	30
Tablo 13.	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Aile Tipine Göre Karşılaştırılması.....</i>	31
Tablo 14.	<i>Sosyal Medya Ölçeği Bağımlılık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması</i>	32

- Tablo 15.** *Meşguliyet Bağımlık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması.....* 34
- Tablo 16.** *Duygu Durum Düzenleme Bağımlık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması* 36
- Tablo 17.** *Tekrarlama Bağımlık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması.....* 38
- Tablo 18.** *Tekrarlama Bağımlık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması.....* 40

EKLER LİSTESİ

EK.A. Etik Kurul Onay Belgesi.....	53
EK.B. Bilgilendirilmiş Onam Formu	55
EK.C. Ölçek İzinleri	56
EK.D. Araştırma Amaçlı Çalışma İçin Ebeveyn Rıza Formu	57
EK.E. Kişisel Bilgi Formu	58
EK.F. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	59
EK.G. Tez Etik Kurulu İzin İstek Yazısı.....	60
EK.H. Çağ Üniversitesi Etik Kurul İzin Yazısı.....	61
EK.I. Çağ Üniversitesi Tez Anket İzin İstek Yazısı.....	62
EK.İ. Adana Valiliği Tez Anket İzin Yazısı.....	63
EK.J. Seyhan Özel Boğaziçi Pİ Özel Öğretim Kursu İzin Belgesi	67

1.GİRİŞ

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte insan yaşamını etkileyen birçok değişiklik gerçekleşmiştir. İnsanların yaşamlarının teknolojiyle birlikte değişimi, internet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasını da sağlamıştır. Teknolojinin son yıllarda bazı alanlarda kullanımının zorunlu olması sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasını pekiştirmiştir. Bu yaygın kullanım özellikle ergenlik döneminde ki bireyler arasındadır. Ergenlik döneminde ki bireyler sosyal medya kullanımında kontrollü olamayıp aşırıya kaçabilirler. Bu nedenleri olarak da aileden bağımsız olma istekleri, arkadaşlara verilen önemin artması ve kendilerini daha rahat ifade etme istekleri ön plana çıkmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin son yıllarda hızlanmasıyla birlikte insanlar da hızlı bir şekilde bu sürece adapte olmaya çalışmışlardır. Bireylerin duygu, düşünce ve alışkanlıkları sosyal medya platformlarının da etkisiyle değişim geçirmiştir. Neti (2011) sosyal medyayı ‘‘ bireylerin sosyal medya yoluyla fikirlerini, görüşlerini ve duygularını paylaşabilmelerinin yanında başka insanlarla etkileşim kurmalarını sağlayan’’ platformlar nitelendirmektedir. Dünya genelinde akıllı telefonlar, bilgisayarlar ve tabletlerin kullanımının artması da sosyal medya kullanımını arttırmıştır. Sosyal medya platformlarına erişimin zor olmaması ve içeriğine dair kurallarında esnek olması sosyal medya platformlarının kullanımlarını arttırmaktadır (Çolak, 2020). Sosyal medya platformlarında güncel bilgilere ulaşmanın hızlı olması, kolay iletişime imkân vermesi, belli bir zaman ve mekâna bağlı kalınmaması da sosyal medyanın kullanımını arttırmaktadır (Akar, 2010).

Sosyal medya platformlarının ilk ortaya çıkma gerekçesi şirket içindeki bireylerin birbirleriyle iletişimini sağlamak olsa da zamanla dünya genelinde bütün insanların arasında etkileşimi ve iletişimi sağlamıştır. Bu durumun yaygınlaşmasıyla bireylerde bağımlılık olarak nitelendirilebilecek bir sürece evrilmiştir. Bunun sonucunda gelişimsel olarak dış etkiye açık olan ergenlerde diğer gelişim dönemlerine göre bağımlılıktan daha çok söz edilebilir.

Ergenlik döneminde bireylerin benmerkezci bir yapıda oldukları bilinmektedir. Sosyal medya platformları da bireyleri merkeze yerleştiren özelliğinden dolayı ergenlerin sosyal medya kullanımının da artışa neden olmuştur. Bu nedenden dolayı ergenlerin sosyal medya kullanımı bağımlılıkla ilişkilendirilebilir (Taş, 2017).

1.1. Araştırmanın Önemi

İnternet kullanımının dünya genelinde artmasıyla birlikte sosyal medya platformlarının da kullanımı artmıştır. Bununla birlikte sosyal medya uygulamaları kişiler arası etkileşimi mümkün hale getirdiği için insanların zamanla bu platformları kullanım sıklığı bağımlılık olarak nitelendirilebilmektedir. Son yıllarda insanların günlük hayatlarında sosyal medya kavramı önemli bir yer edinmiştir. Tüm yaş gruplarında olduğu gibi ergenlik dönemindeki bireyler içinde duygularını ve düşüncelerini ifade etmelerine olanak sağlamıştır. Sosyal medyayla ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında ergenlerin bu platformlarda kendilerini daha rahat ifade edebildikleri görülmüştür. Ergenlerin kendilerini ifade etme ve sosyal medya kullanım sıklığı düşünüldüğünde bu konuda çalışmalar yapma ihtiyacı doğmuştur.

1.2 Problemler

Ergen bireylerin cinsiyet, yaş, kardeş sayısı, gelir düzeyi ve aile tipine göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri farklılaşmakta mıdır?

Alt Problemler

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri cinsiyet değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı yaş değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri eğitim seviyeleri değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri vücut kitle indeksi değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri kardeş sayısı değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri gelir düzeyi değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri aile tipine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri internet bağlantısı bulunma değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri akademik başarı değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri kullanılan sosyal medya sayısı değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

1.3. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri cinsiyet değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H2: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri yaş değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H3: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri eğitim seviyeleri değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H4: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri vücut kitle indeksi değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H5: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri kardeş sayısı değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H6: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri gelir düzeyi değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H7: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri aile tipi değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H8: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri internet bağlantısı bulunma değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H9: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H10: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri akademik başarı değişkenine göre farklılaşmaktadır.

H11: Ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri kullanılan sosyal medya sayısı değişkenine göre farklılaşmaktadır.

1.4. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada ortaöğretim düzeyinde eğitim gören bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından farklılaşma bulunup bulunmadığının tespit edilmesi ve daha önce gerçekleştirilen araştırmalara ilave yapılması ve de gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalara destek olması açısından önem atfedilmektedir.

Bu çalışmada 2021-2022 eğitim öğretim yılında Adana ilinde eğitim gören ergenlik çağındaki öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin sosyodemografik değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmaktadır.

1.5. Araştırmanın Sayıtları

Araştırmanın örnekleminin evreni temsil ettiğı varsayılmıştır. Araştırmaya katılan öğrenciler veri toplama araçlarındaki sorulara samimi ve nesnel cevap vermişlerdir.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Bu araştırma, 2021-2022 yılında Adana ili Seyhan ilçesindeki Boğaziçi Pi Özel Öğretim Kursu'nda öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır.

2. Bu araştırmada incelenen değişkenler Kişisel Bilgi Formu ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğı 'nin ölçtüğü özelliklerle sınırlıdır.

3. Araştırma; cinsiyet, eğitim seviyesi, yaş, kardeş sayısı, aile tipi, ailenin ekonomik durumu, boy, kilo, vücut kitle indeksi, derslerdeki başarı durumu, kullandığı sosyal medya platform sayısı, ne zamandır sosyal medya kullandığı ve evinde internet bulunma durumu gibi değişkenler ile sınırlı tutulmaktadır. Bu bilgiler demografik bilgi formundan elde edilen verilerle sınırlıdır.

1.7. Tanımlar

1.7.1. Sosyal Medyanın Tanımı

20.yy sonlarında internetin keşfiyle yaşamımızda birçok yenilik olmuştur. Günümüzde ise internet kullanımının en fazla olduğu alanlardan biri sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya platformları, ergenler tarafından en sık kullanım alanlarından biridir (Akar, 2017).

Ergenlerin sosyal medya kullanım amaçlarına baktığımızda bireylerin yakın ilişkiye sahip olsa bile yan yana gelmeden iletişim kurabilmesi ve bunun yanında hiç tanımadığı insanlarla bile iletişime geçebilmesidir (Uluç ve Yarci, 2017). Sosyal medyanın kullanım sıklığının artması bu konuda yapılan araştırmaları da artmıştır (Boyd, 2008). Sosyal medyada belirli bir sistem dahilinde bir bağlantıyı paylaşmak, başka kullanıcılarla iletişime geçmek, bu kullanıcıların bağlantılarını beğenmek için kullanılan web tabanlı servislerdir (Hazar,2011)'a ise kişilerin sınırları ardındaki insanlarla iletişime geçebileceği, eğlenebileceği, bilgi edinebileceği ve yeni insanlarla tanışabileceği iletişim araçları olarak sosyal medyayı tanımlar.

1.7.2. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi

Tablo 1.

Sosyal medyanın tarihsel süreç içerisindeki gelişimi

Yıl	Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi
1971	İsviçre’de internet üzerine çalışmalar gerçekleştiren uzmanlar, yan yana bulunan iki bilgisayardan birbirlerine e-posta göndermişlerdir.
1979	Truscot ve Ellis’in geliştirdiği USENET tabanlı internet kullanan bireylere ileti gönderildi.
1990	Berners, internet üzerinden etkileşimi kolaylaştırmak amacıyla World Wide Web (www) geliştirdi.
1994	Hall, internet üzerinden kişinin kendine özel paylaşımlar yapabildiği blog sayfasını yayımladı.
1995	Eğitim dönemindeki arkadaşlarıyla iletişim kurulabilmesi için Classmates.com geliştirildi.
1995	Kullanıcıların internet üzerinden sohbet edebilmesi için MIRC geliştirildi.
1996	Kullanıcıların birbirlerine sorular sorabilmesi için ASK.com geliştirildi.
1998	Abelson çifti, Open Diary Web sitesini insanların günlük oluşturabilmesi için geliştirdiler.
1999	Open Diary uygulamasının geliştirilmesiyle bloglar kuruldu. Google’ın satın aldığı bu bloglar aynı zamanda Google’ın yazılım tabanını oluşturuyordu.
2001	Wales online ansiklopedi olarak bilinen kullanıcılarının da değişiklikler yapabildiği Wikipedia uygulamasını geliştirdi.
2002	Blog ve fotoğraf eklenmesini de sağlayan Friendster.com geliştirildi.

2003	Kişilerin internet üzerinden fotoğraf, yazı ve ses kaydı paylaşımında kullanabileceği ve arkadaş edinebildiği Myspace.com geliştirildi.
2003	Kişilerin internet üzerinden iş bulabildiği LinkedIn geliştirildi.
2004	Mark Zuckerberg dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformu olan Facebook’u kurdu.
2005	Bloglara göre daha çok temaya sahip olan ve kullanışı kolay olan Wordpress.com geliştirildi.
2005	Dünyanın en yaygın video paylaşım sitesi Youtube geliştirildi.
2006	Kişinin kendi düşüncelerini paylaşabildiği, alıntılama yapabildiği Twitter uygulaması geliştirildi.
2009	Kullanıcıların konumlarını paylaşabilmelerini sağlayan Foursquare geliştirildi.
2010	Dünya genelinde en çok kullanılan mesaj uygulaması Whatsapp geliştirildi.
2010	Kullanıcıların fotoğraf, hikâye ve video paylaşımlarını sağlayan Instagram geliştirildi.
2010	Kullanıcılar için fotoğraf ve video içeriği sağlayan ve bunun paylaşılabilmesine de imkân veren Pinterest uygulaması geliştirildi.
2011	Google’ın Facebook ile rekabet edebilmek için geliştirdiği Google Plus kullanıcıların hizmetine sunuldu.
2011	Kullanıcıların belirli bir zaman içerisinde fotoğraf ve video yayınlayarak başka kullanıcılarla etkileşime geçmesini sağlayan Snapchat geliştirildi.
2015	Bireylere canlı yayın olanağı veren Periscope uygulaması geliştirildi.
2016	Bireylerin canlı yayın ya da video içeriği yayınlatabilmelerini sağlayan Tiktok uygulaması geliştirildi.

Not: (A. Y. Terzi, 2019)’nin Üsküdar Üniversitesi’nde yapılan “Doğu Marmara Bölgesinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kişisel İyi Oluş İlişkisinin İncelenmesi” tezinden uyarlanmıştır.

Tablo incelendiğinde kişilerin sosyal medyayı kullanım amaçlarına göre platformların farklılaştığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle sosyal medya platformlarının da bilinmesi önemlidir.

1.7.3. Sosyal Medya Araçları

(Parker, Saundage ve Lee, 2011) sosyal medya araçlarını sosyal ağlar, bloglar, microbloglar, sosyal imleme siteleri, multimedyaalar, forumlar ve wikiler olarak sıralamıştır. (Mayfield, 2008) ise yedi temel çatı olarak gruplamıştır. Bunlar: sosyal ağlar, bloglar, podcast, forumlar, wikiler, microbloglar ve içerik topluluklarıdır. Bu sosyal medya araçlarını da şu şekilde tanımlamıştır.

1.7.3.1. Sosyal Ağlar

Kullanıcılarına eğlendirici veya sosyalleştirici servisler sunan ve kullanıcıların ilgilerinin devamlılığını sağlayan platformlardır (Mayfield, 2008). Facebook, instagram ve myspace bu ağlara örnektir (Parker, vd. 2011)'ne göre ise sosyal ağlar; kullanıcılarının sohbet etme, fotoğraf, uygulama ve video paylaşımı yapılan ağlar olduğu için en çok kullandığı sosyal medya araçlarıdır.

1.7.3.2. Bloglar

Hazır şablon üzerinde bütün kullanıcılarının kendine özel paylaşım yapabildiği araçlardır (Akyol, vd. 2012). Bu araçlar çok sayıda paylaşım olanağı veren internet günlüğü olarak da bilinmektedir. Kullanıcılar hem blog yazarı olabilmekte hem de diğer kullanıcılarla iletişim kurabilmektedir (Mayfield, 2008).

1.7.3.3. Podcast

Apple tarafından 2004 yılında geliştirilen sesli veya görüntülü araçlardır (Karaman vd,2008).

1.7.3.4. Forumlar

Gündemde olan ya da geçmişte kalan konulara dair kişilerin yorum yapabilmesini, bu konuları desteklemesini veya tartışmasını sağlayan platformlardır.

1.7.3.5. Wikiler

Kullanıcılar tarafından da üzerinde değişiklik yapılabilen sanal ansiklopedilerdir. Wikipedia bunun en bilenen örneğidir.

1.7.3.6. Microbloglar

Belirli sayıda karakterle sınırlandırılan anlık paylaşım yapılabilen platformlardır. Twitter en yaygın olarak kullanılan microblogdur.

1.7.3.7. İçerik Toplulukları

İçeriğinde video ve fotoğrafların bulunduğu, yorum yapılabilen sosyal medya araçlarıdır. Yaygın olarak kullanılan içerik topluluğu platformu youtubedir.

1.7.4.Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya kişilerin diğer insanlarla iletişim sağlayabilmesini, çeşitli konularda bilgi sahibi olmalarını, düşüncelerini paylaşabilmelerini, ortak zevklere sahip insanları tanımalarını ve eğlenebilmelerini sağlayan platformların ortak adıdır (Güney, 2015). Platformlar ne kadar farklılık gösterse de belli temel özellikleri vardır. (Biçer, 2012)'e göre bu özellikler şunlardır:

- Kullanıcılar içerikleri hem üretir hem de tüketir ve bunun yanında başka bireylerle etkileşim kurmasını sağlar.
- Benzer zevk ve değerlere sahip kullanıcıların buluşmasını sağlar.
- Kullanıcıların bireysel fikirlerini ve duygularını paylaşabileceği bir ortam sağlar.
- Kullanıcılara ücretsiz erişim fırsatı sağlar.
- Kullanıcılar platformlar hakkında geri bildirim vererek platformların revize edilmesini sağlar.
- Kullanıcıların hesaplarında gizlilik ayarlarını kişiselleştirmelerine olanak tanır. (Özkan ve Mckenzie, 2008)'ise sosyal medyayı şu şekilde açıklamaktadır:
- Sosyal medya uygulamalarının çoğu insanların birbirleriyle hızlı ve basit bir şekilde iletişim kurmaları için hizmet verirler.
- Sosyal medya uygulamaları; insanlara istedikleri arkadaşlara ulaşma, arkadaş grubu oluşturma veya benzer ilgi alanı olan kişilerle etkileşim sağlama imkânı vermektedir.
- Sosyal medya uygulamaları, kullanıcılara gizlilik ve erişilebilirlik ayarlarını kişiselleştirme olanağı vermektedir.

- Sosyal medya uygulamalarının neredeyse tamamı kullanıcılarına ücretsiz erişim hakkı sağlar.
- Sosyal medya uygulamaları kullanıcılarının talepleri ve isteklerine göre farklılık göstermektedir.
- Sosyal medya uygulamaları her ırka, cinsiyete, yaşa ve dile açıktır. Ancak bazı hükümetler sosyal medya uygulamalarından bazılarını kısıtlama getirmektedir.
- Sosyal medya uygulamalarının neredeyse tamamı kullanıcıların geri dönüt verebileceği altyapılara sahiptir. Bu altyapı sistemi kullanıcıların kendi sosyal medya uygulamalarını oluşturması hususunda fikir sahibi olmalarını sağlamaktadır.

1.7.5. Sosyal Medyanın Etkileri

İnternet ve teknoloji altyapısının gelişimiyle sosyal medya uygulamaları kişilerin belli bir zaman ve yer kısıtlaması olmaksızın iletişime geçebilme, bilgi paylaşabilme, benzer duygu ve düşünce sahibi bireylerle etkileşimde bulunma, haber takibi yapabilme ve eğlenebilmesine imkân sağlamaktadır (Şen, 2016). Sosyal medya platformlarına ulaşmanın kolay olmasından dolayı globalleşmeyi sağlayarak dünyanın her tarafında gerçekleşen olayları, sağlık ve eğitim durumları hakkındaki verileri ve insanları yan yana getirecek durumları hızlı bir şekilde paylaşılabilmesi ile sosyal faaliyetlere dinamizm katar (Gülçay, 2016). Aynı şekilde kullanıcıların güncel olayları hızlı bir şekilde öğrenmesine ve ertesi gün çıkacak gazeteyi ya da haber programlarını beklemek yerine dijital basından anında öğrenebilmesini sağlar (Güney, 2015). Sosyal medyanın insanların hayatına olumlu etkileri olması yanında olumsuz etkileri de vardır. Sosyal medyada yaş sınırı konulmadığı için küfürlü ve müstehcen paylaşımlara çocukların maruz kalması, nefret söylemleri paylaşımları, insanları gruplara ayrıştırması, siber zorbalıklara maruz kalınması ve insanların sanal çevresi nedeniyle gerçek yaşamdan uzaklaşması olumsuz etkiler olarak değerlendirilebilir (Sağbaş, 2016).

Bireyler sosyal medya uygulamalarında harcadıkları sürenin gittikçe artması bağımlılığa sebebiyet verebilmektedir. Öyle ki bireylerin sosyal medyada harcadıkları zamanı arttırmalarında güncel gelişmelerden habersiz kalma korkusu olan ‘fear of missing out’ (Fomo) un etkisi olduğu ve zaman içerisinde bu rahatsızlıktan dolayı kişilerin sosyal medya bağımlısı oldukları anlaşılmıştır. 2019 yılında Terzi sosyal medya uygulamalarında bireylerin paylaşımlarından ve gerçekleşen olaylardan habersiz

kalma korkusu diye adlandırılan Fomo'nun kişilerde sosyal medya bağımlılığına sebep olabilecek bir etmen olduğu belirtilmektedir. Bunun sonucunda kullanıcıların anlık gelişmeleri kaçıracığına dair endişelenmesi, çok sık akıllı telefon, tablet veya bilgisayar aracılığıyla sosyal medya platformlarına bağlanmaya çalışması psikolojik sağlıklarına negatif etkilerde bulunmaktadır. Bu sebeplerden sosyal medya uygulamalarının fazla kullanımının kişilerde sosyal medya bağımlılığına sebep olduğu belirtilmektedir.

1.7.6. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bağımlılık kavramı kullanıldığında bireylerin aklına sigara, alkol ya da madde bağımlılığı gelmekteydi. Zamanla bilinen bağımlılıkların haricinde davranışsal bağımlılıkların da var olduğu belirtilmiştir (Marks, 1990). İnternet ya da sosyal medya bağımlılığı da bunlardan bazılarıdır.

1995 yılında Griffiths teknoloji bağımlılığına değinirken daha sonrasında 1998 yılında Young internet bağımlılığına değinmiştir. Son olarak Kuss ve Griffiths (2011) tarafından da sosyal ağlar ve internet bağımlılığına da değinilmiştir.

Bağımlılık, bir şeyi çok sık yapma isteği ile yapıldığında rahatlama veya yapılmadığında huzursuzluk hissi, ileride başka doyumlara ulaşma dürtüsü ve artan eğilim davranışında bulunma, yapılmadığında yoksunluk, huzursuzluk veya eksik hissetme olarak açıklanabilir (Hazar, 2011). Griffiths (1995), davranışsal bağımlılıklar grubunda yer alan teknoloji bağımlılığını insan ve makinenin karşılıklı etkileşimini içeren kimyasal olmayan bir bağımlılık olarak tanımlamaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı, kişilerin sosyal medyayı kontrolsüz ve aşırı kullanması ve kişilerin günlük hayatlarını olumsuz etkilemesi olarak düşünülürken ilgili literatürde diğer bağımlılık türleriyle bireyler üzerinde benzer etkilere sahip olduğu belirlenmiştir (Beyler, 2019). Bu çizgide sosyal medya bağımlılığını öbür bağımlılık çeşitlerinden ayırmak için sosyal medya bağımlılığına yakın nitelikteki internet bağımlılığının, patolojik, negatif ve problemlili internet kullanımının çözülmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

1.7.7. Sosyal Medya Bağımlılığın Tanımlanması

İnternetin çok fazla ve dikkatsiz bir şekilde kullanılmasının kişilerin hayatlarında çeşitli sorunlara yol açabileceği düşünülmektedir. Öyle ki literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında internetin fazla kullanılması nedeniyle kullanıcıların günlük

hayatlarına zaman ayıramamalarından, aile, iş, okul ve özel hayatlarında sıkıntılar yaşadıklarından ve internet kullanım süresi ile ilgili etrafındaki insanlara doğru bilgiler vermemelerinden dolayı çeşitli psikolojik sıkıntılar yaşadıkları ve hayatlarından şikayetçi oldukları bilinmektedir (Young, 1996). Sosyal medya uygulamalarını fazla kullanan kişilerinde internet bağımlılığına yakın belirtiler gösterdikleri varsayılmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015).

Amerikan Psikiyatri Birliği'nin 2013 senesinde 'Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı' (DSM-5) kitabında sosyal medya bağımlılığının net bir şekilde kabul gören bir tanımlanmasının olmaması sebebiyle sosyal medya bağımlılığının net bir şekilde kabul gören bir davranışsal ve psikolojik bağımlılık çeşidi olması hususunda belirsizliğe yol açmaktadır. Bu nedenle de sosyal medya bağımlılığıyla alakalı araştırmaların, sosyal medya bağımlılığını tamamen açıklamasına engel olmaktadır (Özgenel, Canpolat ve Ekşi, 2019).

Sosyal medya uygulamalarının fazla ve dikkatsiz kullanımı kişileri günlük hayatlarına zarar vermesi ve günlük işlerinden alıkoyması sosyal medya bağımlılığı olarak nitelendirilmektedir. Ancak kişilerin sosyal medya bağımlısı diye tanımlanabilmesi için bazı tanı kriterlerine belli zaman aralıklarında sahip olması gerektiği düşünülmektedir. Sosyal medya bağımlılığının ölçülmesi için gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde, Goldberg (1999) tarafından tespit edilen internet bağımlılığı tanı kriterlerinin referans gösterildiği anlaşılmaktadır (Tutgun, 2009). Goldberg (1999) tarafından belirtilen kriterler şunlardır:

- Kişilerin internet kullanım süresinin giderek artması
- Kişilerin günlük yaşadıkları herhangi bir sorun olduğunda internet kullanımının artması
- İnternette geçirilen zamanı azaltma ve internet kullanımını kontrol etmeye yönelik uğraşların olumsuz olması
- İnternet kullanırken kişilerin gündelik hayattaki sorumluluklarını yerine getirememesi ve bu konuda bozulmalar yaşanması
- İnternet kullanırken yemek yeme ve uyuma gibi gerekliliklerin ertelenmesi
- İnternete ulaşamadığında yoğun kaygı oluşması ve güncel durumları takip edemediği için stres yaşamaları
- Kişilerin fazla ve sık bir şekilde internet kullanımı sebebiyle psikomotor ve gelişimsel durumlarında sorunların ortaya çıkması

Kişilerin internet ve sosyal medya bağımlısı diye nitelendirilebilmesi için Golberg (1999) tarafından oluşturulan internet bağımlılığı tanı kriterlerinden en az üç tanesinin altı ile on iki ay arasında görülmesi gerektiği ve bununla birlikte çeşitli davranışsal sıkıntıların da gözlenmesi gerektiği ifade edilmektedir (Tutgun, 2009).

Sosyal medya da internetin başlıca bir ögesi olduğu için sosyal medya bağımlılığının da internet bağımlılığından farklı olduğu düşünülmemektedir. Bu nedenle sosyal medya bağımlısı kişilerin de hayatlarında çeşitli sorunlarla karşılaştıkları, sosyal medya uygulamalarını kullanamadıklarından yoksunluk hissettikleri, kullanımı azaltmaya çabaladıklarında başarılı olamadıkları ve hayatlarında mutsuzluk, gerginlik ve depresyon gibi durumların olabileceği düşünülmektedir (Terzi, 2019). Ancak sosyal medya bağımlılığının internet bağımlılığından farkları olduğu bilinmektedir. Cansız (2019)'a göre kişilerin interneti yalnızca sosyal medya uygulamalarına ulaşmak için kullanmasını internet bağımlılığı olarak değil de sosyal medya bağımlılığı olarak açıkladığı görülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı DSM-5'te net bir şekilde bağımlılık çeşidi olarak tanımlanmasa da kişilerin diğer bağımlılık çeşitlerine benzer davranışlar gösterdikleri bilinmektedir. Buna rağmen sosyal medya bağımlılığıyla alakalı net bir tanımlamanın olmaması sosyal medya bağımlılığıyla alakalı araştırmalarında detaylandırılmasını engellemektedir (Eijnden, Lemmens ve Valkenburg, 2016).

1.7.8 Sosyal Medya Bağımlılığının Bireyler Üzerindeki Etkileri

Bireylerin Günlük hayatlarında çevrelerindeki insanlarla doğrudan iletişim kurmak yerine giderek artan düzeyde sosyal medyada tanıştığı insanlarla daha çok iletişim kurmaktadır (Taşçı ve Ekiz, 2018). Sosyal medyayı incelediğimizde bireylerin sosyal yönlerini güçlendiren bir yapıya sahip olsa da zayıflatıcı etkileri de vardır. Belli bir zaman ve mekân koşulu olmadan iletişime geçilebilmesi, maliyetinin az olması, rahat erişim imkânı sunması bireylerin sosyal yönlerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Sosyal medya platformlarının iletişime geçme açısından bazı problemleri ve sınırları aşması kullanılabilirliğini arttırmaktadır fakat bu durumu artarak devam etmesi bireylerin sosyal ilişkilerinin de zayıflamasına sebep olabilmektedir. Bunların yanında bazı sosyal medya platformlarında video görüntülü iletişim imkanının bulunması bu olumsuz etkinin azda olsa ortadan kalkmasını sağlamaktadır.

Sosyal medyanın bireylerin üzerindeki etkilerini araştıran bir çalışmada içerik topluluğu Facebook'a bağımlı olduğu düşünülen kişilerin özellikleri belirlenmiştir. Bu kişilerin akademik başarılarında azalma olmasının yanında çevresindeki insanlarda bağımlı olan bireyin olumsuz davranışlarının arttığını dile getirmektedir. Bu bireyler sorumlu oldukları bir işi yerine getirmeden önce Facebook bildirimlerine baktıklarını söylemektedirler. Bu durum doğal olarak bağımlı kişilerin iş performanslarını azaltmaktadır. Facebook platformuna giriş yaptıklarında neler yaptıkları sorulduğunda ise genel olarak savunmacı bir tavır sergiledikleri belirlenmiştir. Bunun yanında Facebook'a erişim sağladıkları anda çevresindeki insanların onların dikkatini dağıtması halinde saldırgan tutum sergilediklerinden söz edilebilir. Bu kişiler Facebook'ta geçirdikleri zamanı azaltmaya çabalasalar bile genelde başarılı olamamaktadır. Belirtilen zamanı azaltma çabaları da genelde kısa süreli olmaktadır. Bu bireyler Facebook'ta geçirdikleri süreyi çoğu zaman gizlemekle beraber sosyal etkinliklere dahil olmak yerine Facebook'ta vakit geçirmeyi tercih etmektedirler (Çam ve İşbulan, 2012).

Sosyal medya platformlarının kullanımının artmasıyla birlikte araştırılan konulardan bir tanesi de yalnızlıktır. Teknolojinin gelişmesiyle yalnızlık kavramının kapsamı değişime uğramıştır. Bireyler ulaşmak istedikleri insanlara veya elde etmek istedikleri bilgiye kısa zaman içerisinde kolaylıkla erişebilmektedir. Ancak kişiler iletişimin kolaylaşmasına rağmen yalnızlık yaşayabilmektedir.

Sosyal medyada gönderileri takip etmek, paylaşımları beğenmek, videoları izlemek bireyler açısından sosyal faaliyetlere katılmaktan daha cazip haldedir. Bu durum kişilerin sosyal medyada uzun süreler geçirmesine neden olmaktadır. Arkadaşlar ve aile ile vakit geçirmek, spor yapmak, sosyal etkinliklere dahil olmaktansa sosyal medyada zaman geçirmektedir. Bu nedenle bireylerin sosyal medyayı daha fazla önemseydiği söylenebilir (Taydaş, 2012). Bu koşullarda kişiler sosyal medyada yaptıkları paylaşımlardan dolayı sosyalleştiğini düşünmektedir. Bu düşünme alanyazında sosyal bildirim bağımlılığı olarak tanımlanmaktadır. Bu kişiler paylaşımlarından dolayı sosyalleştiklerini düşünmelerine karşın sosyal alanlardan kendini soyutlamaktadır. Bu bireyler sosyal medya platformlarını da sosyal alan olarak düşünmektedir. Bundan dolayı bireyler gerçek hayattan kopmaya başlamaktadır (Güleç, 2018).

Sosyal medya platformlarında paylaşım yapan bireyler paylaşımlarının beğenilmesine önem atfetmektedir. Bu nedenle kişilerin hayat beklentileriyle standartları diğer bireylerin onaylaması ve takdir etmesine bağlı olarak şekillenmektedir. Buna örnekler olarak da diğer bireylerin sevdikleri sinema filmlerine gitmek, reklamı yapılan ürünleri

almak, yüksek beğeni puanı toplayan kafeleri tercih etmek, çok izlenen videoları takip etmek gibi davranışlar oluşmaktadır. Bireyin kişisel ilgi ve tercihleri gittikçe önemsiz bir hal almaktadır. Sosyal medya bu yanıla bireysel ve toplumsal ilişkileri etkiler hale gelmiştir. Zaman zaman kişiler diğer bireylerden uzaklaşarak kendine vakit ayırma ve zevk aldığı bireysel etkinlikler gerçekleştirmek isteyebilir fakat bu durum diğer insanlarla problem ve endişeye sebep oluyorsa toplumsal yaşamdan kopma gerçekleşebilir (Çiftçi, 2018).

Sosyal medya kişilerin beden algıları üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Günümüz şartlarının sosyolojik yorumuyla vücut tüketim nesnesi olarak da kullanılmaktadır. Bedene atfedilen değer bireyin fiziksel özelliklerinin şekillenmesinde etkilidir. Bu verilen değer imaj kültürünün oluşmasını da sağlamaktadır. Tv programları, magazin dergileri, sinema ve dizi sektörü sosyal medyada paylaşılan videolar imaj kültürünün oluşmasındaki önemli araçlardır. Bu imaj kültürüyle oluşturulan beden imajı bireylerin sosyal hayatında önemli bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir (Okumuş, 2009).

Bireylerin dış görünüşlerinin güzel veya güzel olmaması kişisel olmasına rağmen dönemin modasından etkilenmektedir. Buna örnek olarak da 1960 yıllarında bireylerin beden ölçülerinin geniş ve daha kilolu bir yapıya sahip olması nedeniyle düşük ücretli çalışan kişilerin rahatça satın alabilecekleri ve vücut hatlarını kapatan kıyafetleri tercih etmeleri söylenebilir. 1970'li yıllarda ise ışıltılı ve daha parlak kıyafetlerin tercih edildiği görülmüştür. Işıltılı ve daha parlak kıyafetlerin tercih edilmesinin nedeni ise kadınların iş hayatına daha çok dahil olmasıyla birlikte takıların, çantaların modada daha çok yer almasıdır. 1980'lerde ise lüks kıyafetlerin statü göstergesi olarak modada yer aldığı bilinmektedir. Bireyler bu yıllarda statünün yanında beğenilme arzusuyla hareket etmişlerdir. 1990'lara gelindiğinde sıfır beden olarak bilinen beden ölçüleri kabul görmüştür. Bu noktadan hareketle dar kot pantolonlar, taytlar, gösterişli kıyafetler gibi dikkat çekici tasarımlar piyasada yer almıştır (Şensoy, 2013). Bireyler modanın oluşturduğu ideal beden algısıyla kendi beden algılarıyla karşılaştırmalar yapmışlardır. Bu karşılaştırmalar kapsamında bireylerde olumsuz algılar oluşmuştur (Göksan, 2007).

Bireylerin vücutlarına dair algıları postmodern dönemde yaşamlarını olumsuz etkileme olasılığının arttığı gözlemlenmiştir (Özbolat, 2011). Bunun sebepleri arasında ise bireyin diğer kişiler tarafından dış görünüşüne dair yorumlarla ilgili kaygı yaşaması ve bu nedenle sosyal hayattan uzaklaşmasıdır (Güler, 2015). Sosyal medya bireyin ve diğer insanların kendilerinin görünüşlerini şekillendirebilmektedir. Sosyal medyada yer alan güzel ve ideal beden olarak iddia edilen imaj ile kendi bedenini karşılaştıran birey o imaja ulaşabilmek için çaba sarf etmektedir (Gaffney, 2017).

2. YÖNTEM VE TEKNİKLERİ

2.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini 2021-2022 eğitim yılında evrenini ergenlik döneminde bulunan ve öğrenim hayatına devam eden öğrenciler oluşturmaktadır. Evrenin temsili için basit seçkisiz örnekleme yöntemi kullanılmış olup; bu örnekleme yönteminde evrendeki her birimin örnekleme girme olasılığı eşittir ve birbirinden bağımsız niteliktedir. Araştırmacının örnekleme erişimi, araştırmanın amacı ve örneklemin evreni temsil nitelikleri göz önüne alınmış olup; araştırmanın örneklem grubunu Adana ilinin Seyhan ilçesindeki Boğaziçi Pi Özel Öğretim Kurumu'nda eğitim alan 411 öğrenci oluşturmaktadır.

2.2. Etik İzinler

Öncelikle Çağ Üniversitesi Etik Kurulu'ndan, Milli Eğitim Bakanlığı'nın ilgili birimlerinden, Adana İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden gerekli izinler alınmıştır. Araştırmada kullanılacak olan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Türkçeye uyarlayan, geçerlilik ve güvenirlik çalışmalarını yapan araştırmacılardan e-mail yoluyla izinler alınmıştır. İzinlerin alınmasından sonra ölçeklerin uygulanacağı öğretim kurumunun idaresiyle görüşülerek Veli İzin Belgelerinin doldurulup, imzalanması kararlaştırılmış, kişisel verilerin hiçbir yerde kullanılmayacağı taahhüt edilmiş ve uygulamanın ne zaman, nerede yapılacağı konusunda planlama yapılmıştır. Ölçek uygulamasının öğrencilerin sosyal etkinlik saatlerinde, toplantı salonunda yapılması planlanmıştır.

2.3. Veri Toplama Araçları

2.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi formunda katılımcılara ait, yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu, vücut kitle indeksi, kardeş sayısı, ailenin ekonomik durumu, evde internet bulunma durumu, ne zamandan beri sosyal medya kullandığı, dönem derslerindeki başarı durumu, kullandığı sosyal medya platform sayısı ve aile tipi gibi değişkenler bulunmaktadır.

2.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını test edebilmek üzere Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilmiştir. Tüm geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarından sonra ortaya çıkan, 41 maddeden oluşan ve “Her zaman”, “Sık sık”, “Bazen”, “Nadiren” ve “Hiçbir zaman” aralığındaki sıklık ifadeleri ile derecelendirilen 5’li likert tipindeki SMBÖ, dört faktörlü (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma) bir yapı sergilemiş olup, tüm faktörler toplam varyansın %59’unu açıklamıştır. Ayrıca, ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olan cronbach alpha değeri .967 bulunmuştur. SMBÖ’nden alınabilecek toplam en yüksek puan 205 en düşük puan ise 41’dir. Ölçekten alınan yüksek puan sosyal medya bağımlılığının da arttığını göstermektedir. SMBÖ’ni oluşturan faktörlerin kısaca tanımlanması ve bu faktörlerde yer alan maddeler şunlardır: Ölçme aracında yer alan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 numaralı maddeler “Meşguliyet” (Occupation) boyutu ile ilgili olup, sosyal medyanın kişiyi meşgul etme etkisini ölçmektedir. Ölçme aracında yer alan 13, 14, 15, 16, 17 numaralı maddeler “Duygu Durum Düzenleme” (Mood Modification) boyutu ile ilgili olup, sosyal medyanın kişinin duygularını etkilemesini ölçmektedir. Ölçme aracında yer alan 18, 19, 20, 21, 22 numaralı maddeler “Tekrarlama” (Relapse) boyutu ile ilgili olup, kişinin sosyal medya kullanımını denetim altına alamaması, aynı dozda kullanımının tekrarlamasını ölçmektedir. Ölçme aracında yer alan, 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 ilgili olup, sosyal medyanın kişinin hayatında olumsuz sonuçlara yol açmaya etkisini ölçmektedir.

2.4. Verilerin Analizi

Verilerin normal dağılıma uygunluğu Shapiro Wilk normallik testleri ile test edilmiştir Tanımlayıcı istatistikler kategorik türdeki değişkenler için (cinsiyet, sınıf, aile tipi, evinizde internet bağlantısı var mı? ...vb.) sayı (n) ve yüzde (%) olarak, sürekli türdeki değişkenler için (yaş, boy, kilo, kardeş sayısı, ölçeklerden alınan toplam ve alt boyut puanları) ise en küçük (min) değer, en büyük (maks) değer, ortalama (mean) ve standart sapma (sd) şeklinde verilmiştir. Ölçeklerden alınan toplam ve alt boyut puan ortalamalarının gruplar arasındaki farklılıkların belirlenmesi için yapılan karşılaştırmalarda, SMBÖ ve alt boyutları için ise parametrik olmayan Mann Whitneu U ve Kruskal- Wallis testleri kullanılmıştır. Varyans analizi sonucunda istatistiksel

olarak anlamlı fark çıkan gruplar arasındaki farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespiti için Post Hoc Tukey testi kullanılmıştır. Ölçek puanlarının arasındaki ilişkinin miktarını ve yönünü belirlemek için ise Spearman Korelasyon testi kullanılmıştır. Tüm testlerde istatistiksel önem düzeyi $p<0,05$ olarak kabul edilmiştir.



3.BULGULAR

Tablo 2.

Ergenlerin Sosyodemografik Verilerinin Dağılımı

	n	%	Min-Maks	Ort±Ss
Yaş			13-19	16,25±1,45
Cinsiyet				
Kız	238	57,9		
Erkek	173	42,1		
Sınıf				
8. sınıf	53	12,9		
9. sınıf	85	20,7		
10. sınıf	27	6,6		
11. sınıf	82	20,0		
12. sınıf	164	39,9		
Boy			146-202	169,38±9,81
Kilo			35-118	61,73±12,4
VKI				
Zayıf	67	16,3		
Normal	283	68,9		
Kilolu	56	13,6		
Obez	5	1,2		
Kardeş sayısı			0-9	2,28±1,39
Gelir Düzeyi				
Düşük	26	6,3		
Orta	249	60,6		
İyi	122	29,7		
Çok iyi	14	3,4		
İnternet Bağlantısı				
Evet	390	94,9		
Hayır	21	5,1		

Sosyal Medya Kullanım Süresi

1 yıldan az	39	9,5
1-3 yıl arası	123	29,9
4-6 yıl	177	43,1
7 yıldan fazla	72	17,5

Akademik Başarı

Çok başarısız	7	1,7
Başarısız	57	13,9
Orta	274	66,7
Başarılı	64	15,6
Çok başarılı	9	2,2

Sosyal Medya Platform Sayısı

Hiç	8	1,9
1-2	147	35,8
3-4	167	40,6
5 ve üzeri	89	21,7

Aile tipi

Çekirdek aile	344	83,7
Geniş Aile	50	12,2
Parçalanmış Aile	16	3,9
Diğer	1	0,2

Tablo 3.

Sosyal Medya Ölçeğine ait tanımlayıcı İstatistikler ve Cronbach's Alpha Güvenirlilik Katsayısı

		N	%	Min-Maks	Ort±Ss	Cronbach's Alpha (α)
Sosyal medya bağımlılığı ölçeği	SMBÖ toplam puanı	411		41-188	93,06±29,74	0,959
	Meşguliyet	411		12-60	32,70±10,65	0,924
	Duygu Durum	411		5-25	12,43±5,31	0,873
	Düzenleme					
	Tekrarlama	411		5-25	11,53±5,24	0,882
	Çatışma	411		19-82	36,41±13,4	0,920
SMBÖ Bağımlılık Seviyesi	Bağımlılık yok	117	28,5			
	Az bağımlı	168	40,9			
	Orta bağımlı	90	21,9			
	Yüksek bağımlı	33	8,0			
	Çok yüksek bağımlı	3	0,7			
	Bağımlılık yok	57	13,9			
Meşguliyet Bağımlılık Seviyesi	Az bağımlı	141	34,3			
	Orta bağımlı	125	30,4			
	Yüksek bağımlı	68	16,5			
	Çok yüksek bağımlı	20	4,9			

	Bağımlılık	106	25,8
Duygu Durum	yok		
Düzenleme	Az bağımlı	125	30,4
Bağımlılık Seviyesi	Orta bağımlı	85	20,7
	Yüksek	48	11,7
	bağımlı		
	Çok yüksek	47	11,4
	bağımlı		
	Bağımlılık	142	34,5
Tekrarlama	yok		
Bağımlılık Seviyesi	Az bağımlı	120	29,2
	Orta bağımlı	75	18,2
	Yüksek	46	11,2
	bağımlı		
	Çok yüksek	28	6,8
	bağımlı		
	Bağımlılık	205	49,9
	yok		
	Az bağımlı	129	31,4
Çatışma	Orta bağımlı	61	14,8
Bağımlılık Seviyesi	Yüksek	14	3,4
	bağımlı		
	Çok yüksek	2	0,5
	bağımlı		

Tablo 4.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

		N	Min-Maks	Ort±Ss	P*
SMBÖ toplam puanı	Kız	238	41-188	97±32,47	0,006
	Erkek	173	42-183	87,64±24,59	
Meşguliyet	Kız	238	12-60	33,51±11,38	0,112
	Erkek	173	12-56	31,58±9,48	
Duygu Durum	Kız	238	5-25	13,15±5,44	0,002
	Erkek	173	5-25	11,43±4,97	
Tekrarlama	Kız	238	5-25	12,17±5,6	0,014
	Erkek	173	5-25	10,64±4,58	
Çatışma	Kız	238	19-82	38,16±14,32	0,007
	Erkek	173	19-81	33,99±11,62	

*:Mann Whitney U testi

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Kız ve erkek öğrenciler arasında SMBÖ toplam, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyut ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. P değerleri sırasıyla; p=0,006, p=0,002, p=0,014 ve p=0,007.

Tablo 5.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Sınıfa Göre Karşılaştırılması

		N	Min-Maks	Ort±Ss	P**
SMBÖ toplam puanı	8. sınıf	53	43-188	92,19±32,88	0,083
	9. sınıf	85	44-169	85,74±25,92	
	10. sınıf	27	43-163	93,48±32,31	
	11.sınıf	82	42-173	97,18±26,94	
	12. sınıf	164	41-183	95±31,08	
Meşguliyet	8. sınıf	53	12-60	31,60±10,96	0,140
	9. sınıf	85	12-58	30,61±9,25	
	10. sınıf	27	12-55	32,04±12,27	
	11.sınıf	82	12-58	33,88±10,61	
	12. sınıf	164	12-59	33,65±10,9	
Duygu Durum Düzenleme	8. sınıf	53	5-24	12±5,75	0,111
	9. sınıf	85	5-25	11,33±5,06	
	10. sınıf	27	5-23	12,56±5,62	
	11.sınıf	82	5-25	13,35±5,24	
	12. sınıf	164	5-25	12,65±5,24	
Tekrarlama	8. sınıf	53	5-25	11,57±5,34	0,140
	9. sınıf	85	5-23	10,14±4,45	
	10. sınıf	27	5-22	11,78±4,59	
	11.sınıf	82	5-25	11,91±5,23	
	12. sınıf	164	5-25	12±5,62	
Çatışma	8. sınıf	53	19-82	37,02±15,17	0,140
	9. sınıf	85	19-72	33,66±12,05	
	10. sınıf	27	19-75	37,11±15,65	
	11.sınıf	82	19-71	38,04±11,59	
	12. sınıf	164	19-81	36,7±13,84	

** :Kruskal-Wallis testi

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında 11. sınıf öğrencilerinin diğer sınıflardaki öğrencilere göre yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Sınıf düzeyine göre smbö toplam ve alt boyut puan ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur ($p>0,05$).

Tablo 6.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puanları ile Yaş, Boy, Kilo ve Kardeş Sayısı arasındaki Korelasyonlar

		Yaş	Boy	Kilo	Kardeş sayısı
SMBÖ toplam puanı	r	0,050	-0,090	-0,090	-0,130
	p	0,362	0,076	0,057	0,008
Meşguliyet	r	0,070	-0,030	-0,040	-0,160
	p	0,154	0,551	0,376	0,001
Duygu Durum Düzenleme	r	0,080	-0,100	-0,050	-0,125
	p	0,124	0,052	0,289	0,011
Tekrarlama	r	0,020	-0,111	-0,101	-0,109
	p	0,703	0,024	0,041	0,027
Çatışma	r	0,020	-0,090	-0,106	-0,060
	p	0,698	0,070	0,032	0,234

Spearman korelasyon testi

SMBÖ toplam puanı ile yaş, boy, kilo değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon yokken, kardeş sayısı ile smbö toplam puanı arasında negatif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=-0,130$ ve $p=0,008$).

Meşguliyet alt boyut puan ortalaması ile yaş, boy, kilo değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon yokken, kardeş sayısı ile meşguliyet alt boyut puan ortalaması arasında negatif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=-0,160$ ve $p=0,001$).

Duygu durum düzenleme alt boyut puan ortalaması ile yaş, boy, kilo değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon yokken, kardeş sayısı ile duygu

durum düzenleme alt boyut puan ortalaması arasında negatif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=-0,125$ ve $p=0,011$).

Tekrarlama alt boyut puan ortalaması ile boy, kilo ve kardeş sayısı arasında negatif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=-0,111$, $p=0,024$; $r=-0,101$, $p=0,041$; $r=-0,109$, $p=0,027$).

Çatışma alt boyut puan ortalaması ile kilo arasında negatif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=-0,106$ ve $p=0,032$).

Tablo 7.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının VKI Gruplarına Göre Karşılaştırılması

	VKI	N	Min-Maks	Ort±Ss	P**
SMBÖ	Zayıf	67	41-169	94,43±32,76	0,510
	Normal	283	42-188	92,25±29,12	
	Kilolu	61	45-183	95,31±29,45	
Meşguliyet	Zayıf	67	12-59	33,19±11,80	0,967
	Normal	283	12-60	32,53±10,5	
	Kilolu	61	12-58	32,93±10,19	
Duygu Durum Düzenleme	Zayıf	67	5-25	12,40±5,62	0,404
	Normal	283	5-25	12,34±5,29	
	Kilolu	61	5-23	12,87±5,16	
Tekrarlama	Zayıf	67	5-25	12,03±5,72	0,230
	Normal	283	5-25	11,28±5,10	
	Kilolu	61	5-25	12,15±5,35	
Çatışma	Zayıf	67	19-72	36,81±13,71	0,598
	Normal	283	19-82	36,11±13,14	
	Kilolu	61	19-81	37,36±14,37	

** :Kruskal-Wallis testi

VKI sınıfları arasında SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur ($p>0,05$).

Tablo 8.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Ekonomik Duruma Göre Karşılaştırılması

		N	Min-Maks	Ort±Ss	P**
SMBÖ	Düşük	26	45-188	80,31±33,98	0,012
	Orta	249	42-173	93,16±29,11	
	İyi	136	41-183	95,32±29,66	
Meşguliyet	Düşük	26	12-60	26,23±11,59	0,001
	Orta	249	12-59	32,78±10,63	
	İyi	136	12-56	33,79±10,16	
Duygu Durum Düzenleme	Düşük	26	5-23	10,77±5,02	0,115
	Orta	249	5-25	12,28±5,22	
	İyi	136	5-25	13,01±5,48	
Tekrarlama	Düşük	26	5-25	9,15±4,33	0,033
	Orta	249	5-25	11,59±5,19	
	İyi	136	5-25	11,88±5,42	
Çatışma	Düşük	26	19-82	34,15±17,28	0,203
	Orta	249	19-72	36,51±12,89	
	İyi	136	19-81	36,65±13,54	

** :Kruskal-Wallis testi

Gelir düzeyine göre SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında gelir düzeyi iyi olan öğrencilerin diğer gelir seviyesindeki öğrencilere göre yüksek puan ortalamasına sahip oldukları görülmüştür. Gelir düzeyine göre SMBÖ toplam, meşguliyet, tekrarlama alt boyut ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. P değerleri sırasıyla; $p=0,012$, $p=0,001$, $p=0,033$. Bu farklılıkların hangi gelir düzeyi gruplarından kaynaklandığının tespiti için yapılan Post Hoc Tukey testi sonuçlarına göre SBMÖ toplam, meşguliyet ve tekrarlama alt boyut puanları için gelir düzeyi düşük ve iyi olan gruplardan kaynaklandığı görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 9.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Evde İnternet Bağlantısı Bulunup Bulunmaması Duruma Göre Karşılaştırılması

		N	Min-Maks	Ort±Ss	P*
SMBÖ toplam puanı	Evet	390	41-183	93,37±29,41	0,209
	Hayır	21	49-188	87,29±35,67	
Meşguliyet	Evet	390	12-59	32,94±10,5	0,024
	Hayır	21	12-60	28,19±12,68	
Duygu Durum	Evet	390	5-25	12,43±5,31	0,876
Düzenleme	Hayır	21			
Tekrarlama			5-21	12,38±5,43	0,416
	Evet	390	5-25	11,56±5,23	
	Hayır	21	5-25	10,86±5,62	
Çatışma	Evet	390	19-81	36,44±13,29	0,608
	Hayır	21	20-82	35,86±15,59	

*:Mann Whitney U testi

Evinde internet bağlantısı olan ve olmayan öğrencilerin SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında evinde internet bağlantısı olan öğrencilerin yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Evinde internet bağlantısı olan ve olmayan öğrencilerin meşguliyet puan ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür (p=0,024).

Tablo 10.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Karşılaştırılması

		N	Min-Maks	Ort±Ss	P**
SMBÖ	3 yıldır	162	42-188	86,83±29,42	0,001
	4-6 yıl	177	41-183	95,88±30	
	7 yıldan fazla	72	44-169	100,15±27,48	
Meşguliyet	3 yıldır	162	12-60	29,67±10,35	<0,001
	4-6 yıl	177	12-59	34,15±10,63	
	7 yıldan fazla	72	12-59	35,93±9,81	
Duygu Durum Düzenleme	3 yıldır	162	5-24	11,54±5,15	0,010
	4-6 yıl	177	5-25	12,81±5,49	
	7 yıldan fazla	72	5-25	13,49±4,98	
Tekrarlama	3 yıldır	162	5-25	11±5,01	0,297
	4-6 yıl	177	5-25	11,89±5,43	
	7 yıldan fazla	72	5-25	11,82±5,26	
Çatışma	3 yıldır	162	19-82	34,62±13,15	0,030
	4-6 yıl	177	19-81	37,02±13,51	
	7 yıldan fazla	72	19-72	38,92±13,31	

** :Kruskal-Wallis testi

Ne zamandan beri sosyal medya kullanıyorsunuz sorusuna verilen cevaplara göre SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında 7 yıldan fazla sosyal medya kullanan öğrencilerin yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Sosyal medya kullanım süresi ile SMBÖ toplam, meşguliyeti duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyut puan ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. P değerleri sırasıyla; p=0,001, p<0,001, p=0,010 ve p=0,030. Bu farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığının tespiti için yapılan Post Hoc Tukey

testi sonucuna göre, SMBÖ toplam puanı için 3 yıldır kullananlar ile diğer gruplar, meşguliyet alt boyutu için 3 yıldır kullananlar ile diğer gruplar, duygu durum düzenleme alt boyutu için 3 yıldır kullananlar ile 7 yıldan fazladır kullananlar, çatışma alt boyutu için 3 yıldır kullananlar ile 7 yıldan fazladır kullananlar arasındaki farktan kaynaklandığı görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 11.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Akademik Başarı Durumlarına Göre Karşılaştırılması

		N	Min-Maks	Ort±Ss	P**
SMBÖ	Başarısız	64	44-183	96,31±35,77	0,037
	Orta	274	41-188	94,61±28,98	
	Başarılı	73	43-152	84,4±25,26	
Meşguliyet	Başarısız	64	12-58	32,7±11,63	0,083
	Orta	274	12-60	33,41±10,51	
	Başarılı	73	12-53	30,03±9,99	
Duygu Durum Düzenleme	Başarısız	64	5-24	12,88±5,83	0,258
	Orta	274	5-25	12,58±5,31	
	Başarılı	73	5-22	11,44±4,78	
Tekrarlama	Başarısız	64	5-25	11,66±5,77	0,136
	Orta	274	5-25	11,81±5,26	
	Başarılı	73	5-25	10,37±4,58	
Çatışma	Başarısız	64	19-81	39,08±16,17	0,035
	Orta	274	19-82	36,81±13,09	
	Başarılı	73	19-70	32,56±11,01	

** :Kruskal-Wallis testi

Akademik başarıya göre SMBÖ toplam ve çatışma alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,037$ ve $p=0,035$). Bu farklılığın hangi başarı gruplarından kaynaklandığının tespiti için yapılan post hoc tukey testi sonucuna göre SMBÖ toplam boyutu için başarısız olanlar ile orta ve başarılı, çatışma alt boyutu için de başarısız olanlar ile orta ve başarılı olan gruplardan kaynaklandığı görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 12.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısına Göre Karşılaştırılması

		N	Min-Maks	Ort±Ss	P**
SMBÖ	2 den az	155	41-188	82,45±28,39	
	3-4	167	45-183	94,76±27,77	<0,001
	5 ve üzeri	89	44-173	108,34±28,58	
Meşguliyet	2 den az	155	12-60	28,28±10,29	
	3-4	167	14-59	33,43±9,66	<0,001
	5 ve üzeri	89	12-59	39,02±9,57	
Duygu Durum	2 den az	155	5-24	10,95±4,7	
Düzenleme	3-4	167	5-24	12,61±5,18	<0,001
	5 ve üzeri	89			
Tekrarlama			5-25	14,64±5,77	
	2 den az	155	5-25	10,61±5,36	
	3-4	167	5-25	11,77±5,05	0,001
	5 ve üzeri	89	5-25	12,67±5,18	
Çatışma	2 den az	155	19-82	32,61±12,64	
	3-4	167	19-81	36,95±12,43	<0,001
	5 ve üzeri	89	20-72	42±14,4	

** :Kruskal-Wallis testi

Kullanılan sosyal medya platform sayısına göre SMBÖ toplam ve altboyut puan ortalamalarına bakıldığında 5 ve üzeri sayıda sosyal medya platformu kullanan öğrencilerin yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Kullanılan sosyal medya platformu sayısına göre SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. P değerleri sırasıyla; $p<0,001$, $p<0,001$, $p<0,001$, $p=0,001$ ve $p<0,001$. Bu farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığının tespiti için yapılan Post Hoc Tukey testi sonuçlarına göre SMBÖ toplam, meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt boyutları için tüm ikili gruplar, tekrarlama alt boyutu için 5 ve üzeri sayıda kullananların 2 den az kullananlar , çatışma alt boyutu için de tüm ikili gruplar arasındaki farktan kaynaklandığı görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 13.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam ve Alt Boyut Puan Ortalamalarının Aile Tipine Göre Karşılaştırılması

		N	Min-Maks	Ort±Ss	P**
SMBÖ toplam puanı	Çekirdek aile	344	41-188	92,46±29,09	0,708
	Geniş Aile	50	50-163	95±34,39	
	Parçalanmış	17			
	Aile		60-144	99,41±29,07	
Meşguliyet	Çekirdek aile	344	12-60	32,63±10,62	0,692
	Geniş Aile	50	13-59	32,6±11,55	
	Parçalanmış	17			
	Aile		19-47	34,41±8,93	
Duygu Durum Düzenleme	Çekirdek aile	344	5-25	12,25±5,17	0,065
	Geniş Aile	50	5-25	12,54±5,75	
	Parçalanmış	17			
	Aile		5-24	15,65±6,08	
Tekrarlama	Çekirdek aile	344	5-25	11,59±5,15	0,423
	Geniş Aile	50	5-25	10,96±5,77	
	Parçalanmış	17			
	Aile		5-24	12±5,66	
Çatışma	Çekirdek aile	344	19-82	36±13,03	0,622
	Geniş Aile	50	19-75	38,9±15,48	
	Parçalanmış	17			
	Aile		19-70	37,35±14,15	

** :Kruskal-Wallis testi

Aile tipleri arasında SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur ($p>0,05$).

Tablo 14.

Sosyal Medya Ölçeği Bağımlılık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması

		SMBÖ Bağımlılık Seviyesi					Toplam n	p*
		Bağımlılık yok n %	Az bağımlı n %	Orta bağımlı n %	Yüksek bağımlı n %	Çok yüksek bağımlı n %		
Cinsiyet	Kız	67 _{a, b}	79 _b	59 _a	31 _c	2 _{a, b, c}	238	<0,001
		57,3	47	65,6	93,9	66,7	57,9	
	Erkek	50 _{a, b}	89 _b	31 _a	2 _c	1 _{a, b, c}	173	
		42,7	53	34,4	6,1	33,3	42,1	
VKI	Zayıf	19 _a	24 _a	16 _a	8 _a	0 _a	67	0,033
		16,2	14,3	17,8	24,2	0	16,3	
	Normal	85 _a	111 _a	67 _a	19 _a	1 _a	283	
		72,6	66,1	74,4	57,6	33,3	68,9	
	Kilolu	13 _{a, b}	33 _b	7 _a	6 _{a, b, c}	2 _c	61	
		11,1	19,6	7,8	18,2	66,7	14,8	
Kardeş sayısı	Yok	3 _a	5 _a	5 _a	3 _a	0 _a	16	0,268
		2,6	3	5,6	9,1	0	3,9	
	1-2	62 _a	108 _a	59 _a	17 _a	2 _a	248	
		53	64,3	65,6	51,5	66,7	60,3	
	3 ve üzeri	52 _a	55 _b	26 _b	13 _{a, b}	1 _{a, b}	147	
		44,4	32,7	28,9	39,4	33,3	35,8	
Ailenin ekonomik durumu	Düşük	15 _a	7 _b	1 _b	2 _{a, b}	1 _a	26	0,015
		12,8	4,2	1,1	6,1	33,3	6,3	
	Orta	71 _a	99 _a	60 _a	18 _a	1 _a	249	
		60,7	58,9	66,7	54,5	33,3	60,6	
	İyi	31 _a	62 _a	29 _a	13 _a	1 _a	136	
		26,5	36,9	32,2	39,4	33,3	33,1	

Evde internet bağlantısı	Evet	107 _{a, b}	161 _b	88 _b	32 _b	2 _a	390	0,042
		91,5	95,8	97,8	97	66,7	94,9	
	Hayır	10 _{a, b}	7 _b	2 _b	1 _b	1 _a	21	
		8,5	4,2	2,2	3	33,3	5,1	
Sosyal medya kullanım süresi	3 yıldır	63 _a	59 _b	29 _b	9 _b	2 _{a, b}	162	0,004
		53,8	35,1	32,2	27,3	66,7	39,4	
	4-6 yıl	44 _a	71 _a	45 _a	16 _a	1 _a	177	
		37,6	42,3	50	48,5	33,3	43,1	
	7 yıldan fazla	10 _a	38 _b	16 _b	8 _b	0 _{a, b}	72	
		8,5	22	17,8	24,2	0	17,5	
Akademik başarı durumu	Başarısız	23 _a	15 _b	17 _a	7 _{a, c}	2 _c	64	0,017
		19,7	8,9	18,9	21,2	66,7	15,6	
	Orta	68 _a	121 _b	61 _{a, b}	23 _{a, b}	1 _{a, b}	274	
		58,1	72	67,8	69,7	33,3	66,7	
	Başarılı	26 _a	32 _a	12 _a	3 _a	0 _a	73	
		22,2	19	13,3	9,1	0	17,8	
Sosyal Medya Platform Sayısı	2 den az	69 _a	57 _b	21 _b	7 _b	1 _{a, b}	155	<0,001
		59	33,9	23,3	21,2	33,3	37,7	
	3.Nis	38 _a	76 _b	41 _{a, b}	11 _{a, b}	1 _{a, b}	167	
		32,5	45,2	45,6	33,3	33,3	40,6	
	5 ve üzeri	10 _a	35 _b	28 _{b, c}	15 _c	1 _{a, b, c}	89	
		8,5	20,8	31,1	45,5	33,3	21,7	
Aile tipi	Çekirdek aile	94 _{a, b}	149 _b	74 _{a, b}	24 _a	3 _{a, b}	344	0,148
		80,3	88,7	82,2	72,7	100	83,7	
	Geniş Aile	18 _{a, b, c, d}	15 _{c, d}	9 _{b, d}	8 _a	0 _{a, b, c, d}	50	
		15,4	8,9	10	24,2	0	12,2	
	Parçalanmış Aile	5 _{a, b}	4 _b	7 _a	1 _{a, b}	0 _{a, b}	17	
		4,3	2,4	7,8	3	0	4,1	

*: Ki-Kare testi, a, b, c, d: Ortak harfe sahip olmayanlar arasında istatistiksel olarak anlamlılık vardır.

Sosyal medya bağımlılık seviyesi sınıfları arasında cinsiyet, VKI, ekonomik durum, evde internet bağlantısı olup olmama, sosyal medya kullanım süresi, akademik başarı ve kullanılan sosyal medya platform sayısı oranları dağılımı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. P değerleri sırasıyla; $p<0,001$, $p=0,033$, $p=0,015$, $p=0,042$, $p=0,004$, $p=0,017$ ve $p<0,001$.

Tablo 15.

Meşguliyet Bağımlılık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması

		Meşguliyet Bağımlılık Seviyesi					Toplam	P*
		Bağımlılık yok n %	Az bağımlı n %	Orta bağımlı n %	Yüksek bağımlı n %	Çok yüksek bağımlı n %		
Cinsiyet	Kız	36 _a	72 _a	69 _a	42 _a	19 _b	238	0,001
		63,2	51,1	55,2	61,8	95	57,9	
	Erkek	21 _a	69 _a	56 _a	26 _a	1 _b	173	
		36,8	48,9	44,8	38,2	5	42,1	
VKI	Zayıf	10 _{a, b}	23 _b	20 _b	7 _b	7 _a	67	0,072
		17,5	16,3	16	10,3	35	16,3	
	Normal	42 _{a, b}	92 _b	87 _{a, b}	54 _a	8 _c	283	
		73,7	65,2	69,6	79,4	40	68,9	
	Kilolu	5 _a	26 _a	18 _a	7 _a	5 _a	61	
		8,8	18,4	14,4	10,3	25	14,8	
Kardeş sayısı	Yok	1 _a	5 _a	4 _a	5 _a	1 _a	16	0,045
		1,8	3,5	3,2	7,4	5	3,9	
	1-2	36 _{a, b}	70 _b	84 _a	43 _{a, b}	15 _a	248	
		63,2	49,6	67,2	63,2	75	60,3	
	3 ve üzeri	20 _{a, b}	66 _b	37 _a	20 _a	4 _a	147	
		35,1	46,8	29,6	29,4	20	35,8	

Aile ekonomik durum	Düşük	9 _a	11 _{a, b}	4 _{b, c}	0 _c	2 _{a, b}	26	0,008
		15,8	7,8	3,2	0	10	6,3	
	Orta	35 _a	81 _a	80 _a	42 _a	11 _a	249	
		61,4	57,4	64	61,8	55	60,6	
	İyi	13 _a	49 _a	41 _a	26 _a	7 _a	136	
		22,8	34,8	32,8	38,2	35	33,1	
Evde internet bağlantısı	Evet	50 _a	133 _{a, b}	122 _b	67 _b	18 _{a, b}	390	0,038
		87,7	94,3	97,6	98,5	90	94,9	
	Hayır	7 _a	8 _{a, b}	3 _b	1 _b	2 _{a, b}	21	
		12,3	5,7	2,4	1,5	10	5,1	
Sosyal medya kullanım süresi	3 yıldır	34 _a	65 _{a, b}	41 _c	16 _c	6 _{b, c}	162	<0,001
		59,6	46,1	32,8	23,5	30	39,4	
	4-6 yıl	21 _{a, b}	52 _b	60 _{a, b}	35 _a	9 _{a, b}	177	
		36,8	36,9	48	51,5	45	43,1	
	7 yıldan fazla	2 _a	24 _b	24 _b	17 _b	5 _b	72	
		3,5	17	19,2	25	25	17,5	
Akademik başarı	Başarısız	10 _a	19 _a	19 _a	13 _a	3 _a	64	0,666
		17,5	13,5	15,2	19,1	15	15,6	
	Orta	33 _a	96 _a	83 _a	47 _a	15 _a	274	
		57,9	68,1	66,4	69,1	75	66,7	
	Başarılı	14 _a	26 _a	23 _a	8 _a	2 _a	73	
		24,6	18,4	18,4	11,8	10	17,8	
Sosyal medya platform sayısı	2 den az	39 _a	65 _b	31 _c	17 _c	3 _c	155	<0,001
		68,4	46,1	24,8	25	15	37,7	
	3-4	16 _a	58 _{a, b}	63 _b	21 _a	9 _{a, b}	167	
		28,1	41,1	50,4	30,9	45	40,6	
	5 ve üzeri	2 _a	18 _a	31 _b	30 _c	8 _{b, c}	89	
		3,5	12,8	24,8	44,1	40	21,7	
Aile tipi	Çekirdek aile	48 _{a, b}	116 _{a, b}	110 _b	52 _a	18 _{a, b}	344	0,312
		84,2	82,3	88	76,5	90	83,7	
	Geniş Aile	7 _{a, b}	21 _b	9 _a	11 _{a, b}	2 _{a, b}	50	
		12,3	14,9	7,2	16,2	10	12,2	
	Parçalanmış Aile	2 _a	4 _a	6 _a	5 _a	0 _a	17	
		3,5	2,8	4,8	7,4	0	4,1	

*: Ki-Kare testi, a, b, c, d: Ortak harfe sahip olmayanlar arasında istatistiksel olarak anlamlılık vardır.

Meşguliyet bağımlılık seviyesi sınıfları arasında cinsiyet, kardeş sayısı, ekonomik durum, evde internet bağlantısı olup olmama, sosyal medya kullanım süresi, akademik başarı ve kullanılan sosyal medya platform sayısı oranları dağılımı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. P değerleri sırasıyla; p=0,001, p=0,045, p=0,0008, p=0,038, p<0,001 ve p<0,001.

Tablo 16.

Duygu Durum Düzenleme Bağımlılık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması

		Duygu Durum Düzenleme Bağımlılık Seviyesi					Toplam n %	p*
		Bağımlılık yok n %	Az bağımlı n %	Orta bağımlı n %	Yüksek bağımlı n %	Çok yüksek bağımlı n %		
Cinsiyet	Kız	51 _a	73 _{a, b}	45 _{a, b}	36 _c	33 _{b, c}	238	0,007
		48,10	58,40	52,90	75	70,20	57,90	
	Erkek	55 _a	52 _{a, b}	40 _{a, b}	12 _c	14 _{b, c}	173	
		51,90	41,60	47,10	25	29,80	42,10	
VKI	Zayıf	17 _a	20 _a	15 _a	5 _a	10 _a	67	0,835
		160	160	17,60	10,40	21,30	16,30	
	Normal	75 _a	89 _a	54 _a	35 _a	30 _a	283	
		70,80	71,20	63,50	72,90	63,80	68,90	
	Kilolu	14 _a	16 _a	16 _a	8 _a	7 _a	61	
		13,20	12,80	18,80	16,70	14,90	14,80	
Kardeş sayısı	Yok	5 _a	4 _a	2 _a	3 _a	2 _a	16	0,461
		4,70	3,20	2,40	6,30	4,30	3,90	
	1-2	54 _a	79 _{a, b}	57 _b	31 _{a, b}	27 _{a, b}	248	
		50,90	63,20	67,10	64,60	57,40	60,30	
	3 ve üzeri	47 _a	42 _a	26 _a	14 _a	18 _a	147	
		44,30	33,60	30,60	29,20	38,30	35,80	
Aile ekonomik durum	Düşük	11 _a	6 _a	5 _a	2 _a	2 _a	26	0,356
		10,40	4,80	5,90	4,20	4,30	6,30	
	Orta	65 _a	79 _a	48 _a	33 _a	24 _a	249	
		61,30	63,20	56,50	68,80	51,10	60,60	
	İyi	30 _a	40 _{a, b}	32 _{a, b}	13 _{a, b}	21 _b	136	
		28,30	32	37,60	27,10	44,70	33,10	

Evde internet bağlantısı	Evet	102 _a	116 _a	83 _a	44 _a	45 _a	390	0,402
		96,20	92,80	97,60	91,70	95,70	94,90	
	Hayır	4 _a	9 _a	2 _a	4 _a	2 _a	21	
		3,80	7,20	2,40	8,30	4,30	5,10	
Sosyal medya kullanımı süresi	3 yıldır	51 _a	53 _{a, b}	29 _{a, b}	15 _{a, b}	14 _b	162	0,165
		48,10	42,40	34,10	31,30	29,80	39,40	
	4-6 yıl	44 _a	50 _a	36 _a	23 _a	24 _a	177	
		41,50	40	42,40	47,90	51,10	43,10	
	7 yıldan fazla	11 _a	22 _{a, b}	20 _b	10 _{a, b}	9 _{a, b}	72	
		10,40	17,60	23,50	20,80	19,10	17,50	
Akademik başarı	Başarısız	19 _a	15 _a	10 _a	11 _a	9 _a	64	0,408
		17,90	12	11,80	22,90	19,10	15,60	
	Orta	65 _a	85 _a	62 _a	29 _a	33 _a	274	
		61,30	68	72,90	60,40	70,20	66,70	
	Başarılı	22 _a	25 _a	13 _a	8 _a	5 _a	73	
		20,80	20	15,30	16,70	10,60	17,80	
Sosyal Medya Platform Sayısı	2 den az	53 _a	56 _a	25 _b	11 _b	10 _b	155	<0,001
		500	44,80	29,40	22,90	21,30	37,70	
	3-4	38 _a	50 _a	38 _a	22 _a	19 _a	167	
		35,80	40	44,70	45,80	40,40	40,60	
	5 ve üzeri	15 _a	19 _{a, b}	22 _{b, c}	15 _c	18 _c	89	
		14,20	15,20	25,90	31,30	38,30	21,70	
Aile tipi	Çekirdek aile	91 _a	106 _{a, b}	72 _{a, b}	41 _{a, b}	34 _b	344	0,240
		85,80	84,80	84,70	85,40	72,30	83,70	
	Geniş Aile	13 _a	16 _a	9 _a	3 _a	9 _a	50	
		12,30	12,80	10,60	6,30	19,10	12,20	
	Parçalanmış Aile	2 _a	3 _a	4 _a	4 _a	4 _a	17	
		1,90	2,40	4,70	8,30	8,50	4,10	

*: Ki-Kare testi, a, b, c, d: Ortak harfe sahip olmayanlar arasında istatistiksel olarak anlamlılık vardır.

Duygu Durum Düzenleme bağımlılık seviyesi sınıfları arasında kullanılan sosyal medya platform sayısı oranları dağılımı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,001$).

Tablo 17.

Tekrarlama Bağımlılık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması

		Tekrarlama Bağımlılık Seviyesi						P*
		Bağımlılık	Az	Orta	Yüksek	Çok	Toplam	
		yok	bağımlı	bağımlı	bağımlı	yüksek	n	
		n	n	n	n	bağımlı	%	
		%	%	%	%	n	%	
Cinsiyet	Kız	75 _a	64 _{a, b}	44 _{a, b}	32 _{b, c}	23 _c	238	0,013
		52,80	53,30	58,70	69,60	82,10	57,90	
	Erkek	67 _a	56 _{a, b}	31 _{a, b}	14 _{b, c}	5 _c	173	
		47,20	46,70	41,30	30,40	17,90	42,10	
VKI	Zayıf	25 _{a, b}	12 _b	15 _a	9 _{a, b}	6 _{a, b}	67	0,226
		17,60	10	20	19,60	21,40	16,30	
	Normal	102 _a	85 _a	48 _a	32 _a	16 _a	283	
		71,80	70,80	64	69,60	57,10	68,90	
	Kilolu	15 _a	23 _b	12 _{a, b}	5 _{a, b}	6 _{a, b}	61	
		10,60	19,20	16	10,90	21,40	14,80	
Kardeş sayısı	Yok	4 _a	4 _a	6 _a	1 _a	1 _a	16	0,590
		2,80	3,30	8	2,20	3,60	3,90	
	1-2	81 _a	71 _a	47 _a	31 _a	18 _a	248	
		57	59,20	62,70	67,40	64,30	60,30	
	3 ve üzeri	57 _a	45 _a	22 _a	14 _a	9 _a	147	
		40,10	37,50	29,30	30,40	32,10	35,80	
Aile ekonomik düzey	Düşük	13 _a	8 _{a, b}	4 _{a, b}	0 _b	1 _{a, b}	26	0,229
		9,20	6,70	5,30	0	3,60	6,30	
	Orta	83 _a	77 _a	42 _a	31 _a	16 _a	249	
		58,50	64,20	56	67,40	57,10	60,60	
	İyi	46 _a	35 _a	29 _a	15 _a	11 _a	136	
		32,40	29,20	38,70	32,60	39,30	33,10	

Ev internet bağlantısı	Evet	134 _a	113 _a	71 _a	46 _a	26 _a	390	0,263
		94,40	94,20	94,70	100	92,90	94,90	
	Hayır	8 _a	7 _a	4 _a	0 _a	2 _a	21	
		5,60	5,80	5,30	0	7,10	5,10	
Sosyal medya kullanım süresi	3 yıldır	61 _a	50 _a	30 _a	10 _b	11 _{a, b}	162	0,409
		43	41,70	40	21,70	39,30	39,40	
	4-6 yıl	57 _a	50 _a	33 _a	24 _a	13 _a	177	
		40,10	41,70	44	52,20	46,40	43,10	
	7 yıldan fazla	24 _a	20 _a	12 _a	12 _a	4 _a	72	
		16,90	16,70	16	26,10	14,30	17,50	
	Başarısız	23 _a	18 _a	12 _a	4 _a	7 _a	64	
		16,20	15	16	8,70	25	15,60	
Akademik başarı	Orta	85 _a	85 _{a, b}	49 _{a, b}	36 _b	19 _{a, b}	274	0,152
		59,90	70,80	65,30	78,30	67,90	66,70	
	Başarılı	34 _a	17 _b	14 _{a, b}	6 _{a, b}	2 _b	73	
		23,90	14,20	18,70	13	7,10	17,80	
Sosyal Medya Platform Sayısı	2 den az	67 _a	42 _b	26 _{a, b}	6 _c	14 _{a, b}	155	<0,001
		47,20	35	34,70	13	50	37,70	
	3-4	53 _a	57 _a	25 _a	23 _a	9 _a	167	
		37,30	47,50	33,30	50	32,10	40,60	
	5 ve üzeri	22 _a	21 _a	24 _b	17 _b	5 _{a, b}	89	
		15,50	17,50	32	37	17,90	21,70	
	Çekirdek aile	115 _a	104 _a	65 _a	38 _a	22 _a	344	
		81	86,70	86,70	82,60	78,60	83,70	
Aile tipi	Geniş Aile	21 _a	12 _a	7 _a	5 _a	5 _a	50	0,884
		14,80	10	9,30	10,90	17,90	12,20	
	Parçalanmış Aile	6 _a	4 _a	3 _a	3 _a	1 _a	17	
		4,20	3,30	4	6,50	3,60	4,10	

*: Ki-Kare testi, a, b, c, d: Ortak harfe sahip olmayanlar arasında istatistiksel olarak anlamlılık vardır.

Tekrarlama bağımlılık seviyesi sınıfları arasında cinsiyet ve kullanılan sosyal medya platform sayısı oranları dağılımı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p=0,013$ ve $p<0,001$).

Tablo 18.

Tekrarlama Bağımlılık Seviyesi Sınıfları Arasında Cinsiyet, VKI, Kardeş Sayısı, Ekonomik Durum, Ev İnternet Bağlantısı, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Akademik Başarı, Kullanılan Sosyal Medya Platform Sayısı ve Aile Tipi Oran Dağılımlarının Karşılaştırılması

		Çatışma Bağımlılık Seviyesi						P*
		Bağımlılık yok n %	Az bağımlı n %	Orta bağımlı n %	Yüksek bağımlı n %	Çok yüksek bağımlı n %	Toplam n %	
Cinsiyet	Kız	107 _a	74 _{a, b}	44 _{b, c}	12 _c	1 _{a, b, c}	238	0,010
		52,20	57,40	72,10	85,70	50	57,90	
	Erkek	98 _a	55 _{a, b}	17 _{b, c}	2 _c	1 _{a, b, c}	173	
		47,80	42,60	27,90	14,30	50	42,10	
VKI	Zayıf	34 _a	18 _a	13 _a	2 _a	0 _a	67	0,576
		16,60	14	21,30	14,30	0	16,30	
	Normal	143 _a	89 _a	42 _a	8 _a	1 _a	283	
		69,80	69	68,90	57,10	50	68,90	
	Kilolu	28 _a	22 _a	6 _a	4 _a	1 _a	61	
		13,70	17,10	9,80	28,60	50	14,80	
Kardeş sayısı	Yok	6 _a	5 _{a, b}	3 _{a, b}	2 _b	0 _{a, b}	16	0,614
		2,90	3,90	4,90	14,30	0	3,90	
	1-2	120 _a	85 _a	34 _a	8 _a	1 _a	248	
		58,50	65,90	55,70	57,10	50	60,30	
	3 ve üzeri	79 _a	39 _a	24 _a	4 _a	1 _a	147	
		38,50	30,20	39,30	28,60	50	35,80	
Aile Ekonomik Durumu	Düşük	19 _a	3 _b	1 _b	2 _a	1 _a	26	0,013
		9,30	2,30	1,60	14,30	50	6,30	
	Orta	122 _{a, b}	78 _{a, b}	43 _b	6 _{a, b}	0 _a	249	
		59,50	60,50	70,50	42,90	0	60,60	
	İyi	64 _a	48 _a	17 _a	6 _a	1 _a	136	
		31,20	37,20	27,90	42,90	50	33,10	
Evde internet Bağlantısı	Evet	193 _a	125 _a	57 _a	14 _a	1 _b	390	0,031
		94,10	96,90	93,40	100	50	94,90	
	Hayır	12 _a	4 _a	4 _a	0 _a	1 _b	21	
		5,90	3,10	6,60	0	50	5,10	

Sosyal medya kullanımı süresi	3 yıldır	89 _a	51 _{a, b}	16 _b	5 _{a, b}	1 _{a, b}	162	0,484
		43,40	39,50	26,20	35,70	50	39,40	
	4-6 yıl	85 _a	54 _a	31 _a	6 _a	1 _a	177	
		41,50	41,90	50,80	42,90	50	43,10	
	7 yıldan fazla	31 _a	24 _a	14 _a	3 _a	0 _a	72	
Akademik başarı		15,10	18,60	23	21,40	0	17,50	0,015
	Başarısız	30 _a	13 _a	18 _b	2 _{a, b}	1 _{a, b}	64	
		14,60	10,10	29,50	14,30	50	15,60	
	Orta	131 _a	93 _a	39 _a	10 _a	1 _a	274	
		63,90	72,10	63,90	71,40	50	66,70	
Kullanılan sosyal medya platform sayısı	Başarılı	44 _a	23 _a	4 _b	2 _{a, b}	0 _{a, b}	73	<0,001
		21,50	17,80	6,60	14,30	0	17,80	
	2 den az	98 _a	38 _b	15 _b	3 _{a, b}	1 _{a, b}	155	
		47,80	29,50	24,60	21,40	50	37,70	
	3-4	74 _a	63 _b	26 _{a, b}	3 _{a, b}	1 _{a, b}	167	
Aile tipi		36,10	48,80	42,60	21,40	50	40,60	0,254
	5 ve üzeri	33 _a	28 _{a, b}	20 _{b, c}	8 _c	0 _{a, b, c}	89	
		16,10	21,70	32,80	57,10	0	21,70	
	Çekirdek aile	172 _{a, b}	115 _b	45 _a	10 _{a, b}	2 _{a, b}	344	
		83,90	89,10	73,80	71,40	100	83,70	
Aile tipi	Geniş Aile	25 _{a, b}	9 _b	13 _a	3 _{a, b}	0 _{a, b}	50	0,254
		12,20	7	21,30	21,40	0	12,20	
	Parçalanmış Aile	8 _a	5 _a	3 _a	1 _a	0 _a	17	
		3,90	3,90	4,90	7,10	0	4,10	

*: Ki-Kare testi, a, b, c, d: Ortak harfe sahip olmayanlar arasında istatistiksel olarak anlamlılık vardır.

Meşguliyet bağımlılık seviyesi sınıfları arasında cinsiyet, ekonomik durum, evde internet bağlantısı olup olmama, akademik başarı ve kullanılan sosyal medya platform sayısı oranları dağılımı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. P değerleri sırasıyla; p=0,010, p=0,013, p=0,031, p=0,015 ve p<0,001.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Kız ve erkek öğrenciler arasında SMBÖ toplam, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyut ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Tutgun-Ünal (2015) yaptığı çalışmada kadınlar erkeklere oranla sosyal medya ile daha çok vakit harcadıklarını görmüşlerdir. SMBÖ’de meşguliyetle dair maddeler düşünüldüğünde kadınların sosyal medyada olan bitene dair çok fazla düşündüğü, işi yapmadan önce sosyal medyayı sık sık kontrol ettiği, sosyal medyaya ulaşamadığı anlarda sosyal medyada olması gerektiği düşüncesinin sık sık aklına gelmesi ve sosyal medyada sürekli aktif olmak istedikleri sonucuna varılmıştır. Hazar (2011) yaptığı çalışmada sosyal medyaya kadınların daha fazla vakit ayırdıkları ve sosyal medyayı daha fazla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Buna karşılık erkeklerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin kadınlardan daha yüksek çıktığı çalışmalar da mevcuttur. Seferoğlu ve Yıldız (2013) internet bağımlılık ölçeğinin bulgularına göre erkeklerin ölçekten aldıkları puanlar, kadınların aldıkları puanlara kıyasla daha yüksektir. Puanlar cinsiyet değişkenine göre kıyaslandığında anlamlı bir farklılık vardır. Erkeklerin kadınlara oranla internet bağımlılığı puanlarının yüksek olmasının sebebi güvenli internet kullanmaması ve dikkatli davranmaması olarak söylenebilir. Yılman (2020) yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre SMBÖ puanlarının erkek öğrencilerde kız öğrencilere göre daha yüksek çıktığı ortaya çıkmıştır.

Gelir düzeyine göre SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında gelir düzeyi iyi olan öğrencilerin diğer gelir seviyesindeki öğrencilere göre yüksek puan ortalamasına sahip oldukları görülmüştür. Gelir düzeyine göre SMBÖ toplam, meşguliyet, tekrarlama alt boyut ortalamaları bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır. Bu farklılıkların hangi gelir düzeyi gruplarından kaynaklandığının tespiti için yapılan Post Hoc Tukey testi sonuçlarına göre SBMÖ toplam, meşguliyet ve tekrarlama alt boyut puanları için gelir düzeyi düşük ve iyi olan gruplardan kaynaklandığı görülmüştür. Yılman (2020) yaptığı çalışmada gelir düzeyi ve SMB düzeyi araştırıldığında alt boyutların tamamında istatistiksel yönden anlamlı bir farklılık vardır. Alt boyutların tamamında düşük gelir düzeyinde olan öğrencilerin bağımlılık puanları daha aşağı düzeyde bulunmuştur. Buna karşılık Öner (2015) yaptığı çalışmada ortaöğretim öğrencilerine aylık ekonomik geliri ile SMB düzeyinin farklılaşmadığını

tespit etmiştir. Erdem (2019) yaptığı araştırmada ortaöğretim öğrencilerinin aylık ekonomik geliri ile SMB düzeyinin farklılaşmadığını tespit etmiştir.

Evinde internet bağlantısı olan ve olmayan öğrencilerin SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında evinde internet bağlantısı olan öğrencilerin yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Evinde internet bağlantısı olan ve olmayan öğrencilerin meşguliyet puan ortalamaları bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Kaplan (2016) yaptığı araştırmada evinde internet bağlantısı bulunan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının bulunmayanlara göre daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Öner (2015)'de yaptığı araştırmada evinde internet bağlantısı bulunan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin evinde internet bulunmayanlara göre daha yüksek olduğunu bulmuştur. Bunun yanında literatür incelendiğinde karışık bulgular da saptanmıştır. Bekar (2018) yaptığı araştırmada evde internet bulunup bulunmama durumu ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında bir farklılık bulmamıştır. Çelik (2018) yaptığı araştırmada sosyal medya bağımlılık düzeyi ile evde internet bağlantısı olup olmama durumu arasında farklılık bulamamıştır.

Ne zamandan beri sosyal medya kullanıyorsunuz sorusuna verilen cevaplara göre SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında 7 yıldan fazla sosyal medya kullanan öğrencilerin yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Sosyal medya kullanım süresi ile SMBÖ toplam, meşguliyeti duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyut puan ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Naycı (2021)'nin yaptığı çalışmada sosyal medya kullanım yılı toplam 4 kategoriden oluşmaktadır (1 yıldan az, 1-3 yıl arası, 4-6 yıl arası ve 7 yıldan fazla). Sosyal medya bağımlılığı ölçek ortalama puanları ile sosyal medya kullanım yılı arasındaki farkın 1 yıldan az ve 1-3 yıl arası ile 4-6 yıl arası ve 7 yıldan fazla arasında kaynaklandığı bulunmuştur. Yine araştırma sonucuna göre, ergenlerin çoğunun 4-6 yıl arası sosyal medya kullandıkları bulunmuştur. Dolayısıyla 4 yıl ve üzeri sosyal medya kullanan ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyinin de arttığı bulunmuştur. Bu bulgu daha önceden yapılan diğer çalışmalarla (Atalay, 2014; Deniz ve Gürültü, 2018) paralellik göstermekte olup farklı bir sonuca rastlanmamıştır.

Akademik başarıya göre SMBÖ toplam ve çatışma alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. Bu farklılığın hangi başarı gruplarından kaynaklandığının tespiti için yapılan post hoc tukey testi sonucuna göre SMBÖ toplam boyutu için başarısız olanlar ile orta ve başarılı, çatışma alt boyutu için

de başarısız olanlar ile orta ve başarılı olan gruplardan kaynaklandığı görülmüştür. Naycı (2021) yapılan bu araştırmada sosyal medya bağımlılığının akademik başarıya göre farklılaştığını bulmuştur. Bu araştırmada sosyal medya bağımlılığı ortalama puanları arttıkça akademik başarının azaldığı yani akademik başarının düştüğü gözlenmiştir. Bu sonucun alanyazında birçok araştırma sonucuyla paralel olduğu görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığının, Facebook bağımlılığının ve internetin aşırı ve bağımlılık düzeyinde kullanımının akademik başarı ile negatif yönlü ilişkisi olduğuna dair birçok araştırma bulunmaktadır. Esen ve Siyez (2011) yaptığı çalışmada internet bağımlılığının akademik başarı değişkenine göre farklılaştığı, akademik başarısı düşük olan öğrencilerin internet bağımlılığı düzeylerinin, akademik başarısı yüksek olan öğrencilerden anlamlı derecede yüksek olduğunu bulmuşlardır.

Kullanılan sosyal medya platform sayısına göre SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamalarına bakıldığında 5 ve üzeri sayıda sosyal medya platformu kullanan öğrencilerin yüksek puan ortalamalarına sahip oldukları görülmüştür. Kullanılan sosyal medya platformu sayısına göre SMBÖ toplam ve alt boyut puan ortalamaları bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Bu farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığının tespiti için yapılan Post Hoc Tukey testi sonuçlarına göre SMBÖ toplam puanı için, 5 ve üzeri sayıda sosyal medya platformu kullanan öğrenciler ile hiç, 1-2 ve 3-4 grupları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmüştür. Meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt boyut puan ortalamaları için de 5 ve üzeri sayıda sosyal medya platformu kullanan öğrenciler ile hiç, 1-2 ve 3-4 grupları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmüştür. Tekrarlama alt boyutu için 5 ve üzeri sayıda sosyal medya platformu kullanan öğrenciler ile hiç ve 1-2 grupları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmüştür. Çatışma alt boyutu için 5 ve üzeri sayıda sosyal medya platformu kullanan öğrenciler ile hiç, 1-2 ve 3-4 grupları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmüştür. Bayrakçı (2021) yaptığı çalışmada aktif olunan sosyal medya platform sayısı arttıkça ortaöğretimde eğitim alan bireylerinde sosyal medya bağımlılık seviyeleri de artar sonucuna ulaşmıştır. Demir Türkdoğan (2019) kullanılan sosyal medya sayısı yükseldikçe sosyal medya bağımlılık seviyelerinin de yükseldiği sonucuna ulaşmıştır.

Öneriler

- Sosyal medyanın zararlı yönleri ve risk faktörleri hakkında ergenlerin ve ebeveynlerin bilgilendirilmesi.
- Gelişen teknoloji ve artan internet kullanımıyla birlikte sosyal medyanın ergenler üzerine etkisinin daha fazla araştırılması.
- Bu araştırma 13-19 yaş aralığındaki ergen 411 öğrenciyi kapsamaktadır. Farklı yaş aralığındaki gruplarla da araştırmalar yapılması önerilmektedir.
- Bu araştırma sadece Adana ilinde yapılmıştır. Farklı illerde de incelemeler yapılabilir.



KAYNAKÇA

- Akar, E. (2010). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri-Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi.
- Akar, F. (2017). Ergenlerin İnternet Kullanım Amaçları Ve Kullanım Özellikleri. Pegem Eğitim Ve Öğretim Dergisi, 7(2). 257-286. Doi: 10.14527/Pegagog.2017.010
- Akyol, C., Ünal, E., Aydın, F., Debbag, G., Öztürk, S., Karademir, T. Ve Kemeriz, Z. (2012). Sosyal Ağlar. Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- Allgood-Merten, B., Lewinsohn, PM Ve Hops, H. (1990). Cinsiyet Farklılıkları Ve Ergen Depresyonu. Anormal Psikoloji Dergisi, 99 (1), 55.
- Anlı, G., Akın, A., Eker, H. Ve Özçelik, B. (2015). Bedeni Beğenme Ölçeği: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. The Journal Of Academic Social Science Studies, 36, 505-511.
- Ata, RN, Ludden, AB Ve Lally, MM (2007). Cinsiyet Ve Aile, Arkadaş Ve Medyanın Ergenlik Döneminde Yeme Davranışları Ve Beden İmajı Üzerindeki Etkileri. Gençlik Ve Ergenlik Dergisi, 36 (8), 1024-1037.
- Atalay, R. (2014). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları İle Algıladıkları Sosyal Destek Düzeyleri Arasındaki İlişki (Bahçelievler İlçesi Örneği). Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Aygün, H. (2021). Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Benlik Saygısı Ve Beden İmajı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Bakalım, O., & Taşdelen-Karçkay, A. (2016). Beden Memnuniyeti Ölçeği: Türk Kadın Ve Erkek Üniversite Öğrencilerinde Faktör Yapısı Ve Psikometrik Özelliklerinin Değerlendirilmesi. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12(1), 410-422.
- Bayrakçı, Ç. (2021). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Affetme Ve Mükemmeliyetçilik İle İlişkisinin İncelenmesi (Doctoral Dissertation, Bursa Uludag University (Turkey)).
- Bedford, JL Ve Johnson, CS (2006). Genç Ve Yaşlı Kadınlarda Beden İmajı Memnuniyetsizliği Üzerinde Toplumsal Etkiler. Kadın Ve Yaşlanma Dergisi, 18 (1), 41-55.

- Bekar, T. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Teknolojik İle İlgili Bağımlılıklar Ve İlişkili Faktörler. Tıpta Uzmanlık Tezi. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Beyler, B. (2019). Akdeniz Bölgesinde Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Bağlanma İlişkisinin İncelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Biçer, E. M. (2012). Sosyal Medya Pazarlaması Ve Marka İmajı (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Boyd, D. (2008). Neden Gençlik (Kalp) Sosyal Ağ Siteleri: Ağa Bağlı Halkların Gençlerin Sosyal Yaşamındaki Rolü. GENÇLİK, KİMLİK VE DİJİTAL MEDYA, David Buckingham, Ed., The John D. And Catherine T. Macarthur Foundation Series On Digital Media And Learning, The MIT Press, Cambridge, MA , 2007-16.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K. E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2010). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Yayınları.
- Cansız, S. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Duygusal Yeme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. İstanbul. Üsküdar Üniversitesi.
- Carlson Jones, D. (2004). Body İmage Among Adolescent Girls And Boys: A Longitudinal Study. Developmental Psychology, 40(5), 823.
- Çam, E. Ve İşbulan, O. (2012). A New Addiction For Teacher Candidates: Social Networks Turkish Online Journal Of Educational Technology, 11(3), 14-18.
- Çelik, E. (2018). Öğretmenlerin İnternet, Sosyal Medya Bağımlılıkları İle Evlilikte Uyum Ve Aile İşlevleri Arasındaki İlişki. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı . MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (4), 0-0. Retrieved From <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Mjss/İssue/43010/520789>
- Çolak, Ç. H. (2020). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Duygu Düzenleme Becerilerinin Kişilik Özelliklerine Ve Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi [Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi].
- Deeks, A. A., & McCabe, M. P. (2001). Menopausal Stage And Age And Perceptions Of Body İmage. Psychology And Health, 16(3), 367-379.
- Demir Türkdogan, R. (2019). Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı (Doctoral Dissertation, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri: Erciyes Üniversitesi).

- Deniz, L., & Gürültü, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367.
- Erdem, G. (2019). Lise Düzeyindeki Öğrencilerde Sosyal Medya Kullanımı, Akran İlişkileri Ve Duygu Düzenleme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Yakındoğu Üniversitesi, Lefkoşa.
- Esen, E., & Siyez, D. M. (2011). Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Degiskenlerin İncelenmesi. *Turkish Psychological Counseling And Guidance Journal*, 4(36), 127-138.
- Fardouly, J., Pinkus, RT Ve Vartanian, LR (2017). Sosyal Medya, Geleneksel Medya Ve Yüz Yüze Yapılan Görünüm Karşılaştırmalarının Kadınların Günlük Yaşamlarına Etkisi. *Beden İmajı*, 20, 31-39.
- Fardouly, J. Ve Vartanian, LR (2015). Facebook Kullanımı İle Beden İmajı Kaygıları Arasındaki İlişkide, Kişinin Dış Görünüşüyle İlgili Olumsuz Karşılaştırmalar Aracılık Etmektedir. *Beden İmajı*, 12 , 82-88.
- Fardouly, J., Diedrichs, PC, Vartanian, LR Ve Halliwell, E. (2015). Sosyal Medyada Sosyal Karşılaştırmalar: Facebook'un Genç Kadınların Beden İmajı Endişeleri Ve Ruh Hali Üzerindeki Etkisi. *Beden İmajı*, 13 , 38-45.
- Fraenkel, R. J., Wallen, E. N. & Hyun, H. H. (2012). *How To Design And Evaluate Research İn Education*. New York: Mcgraw-Hill.
- Freud, S (1989). Ego Ve İd (1923). *TACD Dergisi*, 17 (1), 5-22.
- Gaffney K. J. (2017). Negative Affect Sthat Social Media Causes On Body İmaging AnHonor Scollege Thesis (Under Graduatehonor Scollage Theses). Long Island University, Newyork.
- Gagne, DA, Von Holle, A., Brownley, KA, Runfol, CD, Hofmeier, S., Branch, KE Ve Bulik, CM (2012). 50 Yaş Ve Üstü Kadınlardan Oluşan Büyük Bir Web Tabanlı Kolaylık Örneğinde Yeme Bozukluğu Semptomları Ve Ağırlık Ve Şekil Endişeleri: Cinsiyet Ve Beden İmajı (GABI) Çalışmasının Sonuçları. *Uluslararası Yeme Bozuklukları Dergisi*, 45 (7), 832-844.
- Griffiths, M. D. (1995). Technological Addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14 – 19. Erişim Adresi: <File:///C:/Users/Hp/Downloads/Cpftchadds1995.Pdf>
- Goldberg M.(1999), World. Wide. Weed. Metro July 22nd. Available At: <Http://Www.Metroactive.Com/Papers/Metro/07.22.99/Cover/Marijuana-9929.Html>

- Göksan, B. (2007). Ergenlerde Beden İmajı Ve Beden Dismorfik Bozukluğu. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. İstanbul: Şişli Etfal Eğitim Ve Araştırma Hastanesi Psikiyatri Kliniği.
- Güleç, V. (2018). Aile İlişkilerinin Sosyal Medya ile Birlikte Çöküşü. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2(2), 105-120.
- Güler, K. (2015). Beden İmajının Üniversite Öğrencilerinde Yaşam Doyumu Ve Umutsuzluk Üzerine Etkisi (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Gülçay, H. (2016). Sosyal Medyanın İletişim Alanlarındaki Etkileri, 7. Hukukun Gençleri Sempozyum Dizisi: Sosyal Medya Ve Gündelik Hayata Etkisi, 1(7), 1-10.
- Güliz, ULU Ç., & YARCI, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (52), 88-102.
- Güney, S. (2015). Sosyal Medyada Yer Alan Pazarlama Faaliyetlerinin Toplum Üzerindeki Etkileri (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Güvenen, G. (2017). Sosyal Medya Ve Kitle İletişim Araçlarının Lise Öğrencilerinin Beden Algısı Ve Sosyal Görünüş Kaygısı Üzerine Etkisinin Belirlenmesi (Master's Thesis, Sağlık Bilimleri Enstitüsü).
- Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi, (32), 151-175.
- Jackson, L. A. (2004). Physical Attractiveness: A Sociocultural Perspective. Teoksessa Cash, TF & Pruzinsky, T.(Toim.) Body Image: A Handbook Of Theory, Research And Clinical Practice. A Division Of Guilford Publications.
- Kale, M., Hurşidi, S. Ve Karaboğa, A. B. (2021). Okul Öncesi Dönemde Beden Algısı. OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 17(34), 1408-1435. DOI: 10.26466/Opus.829749
- Kaplan, N. (2016). Ortaokul Öğrencilerinde İnternet Bağımlılık Düzeylerinin Sağlık Üzerine Etkilerinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir.
- Karaman, S., Yıldırım, S. Ve Kaban, A. (2008, Aralık). Öğrenme 2.0 Yaygınlaşıyor: Web 2.0 Uygulamalarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Araştırmalar Ve Sonuçları. XIII.
- Türkiye’de İnternet Konferansında Sunulan Bildiri (S. 35-40), Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara. Erişim Adresi: http://icqh.Net/Publication_Folder/İcqh/İcqh2013.Pdf

- Karasar, N. (2020). Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Keery, H., Van Den Berg, P. Ve Thompson, JK (2004). Ergen Kızlarda Beden Memnuniyetsizliği Ve Yeme Bozukluğunun Üçlü Etki Modelinin Değerlendirilmesi. Vücut Görüntüsü, 1 (3), 237-251.
- Kıloğlu, N. T. (2021). Sosyal Medya Kullanan Genç Yetişkinlerde Beden Algısı Ve Özgüven Arasındaki İlişki (Master's Thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Kim, JW Ve Chock, TM (2015). Beden İmajı 2.0: Facebook'ta Sosyal Bakım Ve Beden İmajı Endişeleri Arasındaki İlişkiler. İnsan Davranışında Bilgisayarlar , 48 , 331-339.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Excessive Online Social Networking: Can Adolescents Become Addicted To Facebook?. Education And Health, 29(4), 63-66.
- Manago AM, Ward LM, Lemm KM, Reed L, Seabrook R. (2015). Facebook Involvement, Objectified Body Consciousness, Body Shame, And Sexual Assertiveness İn College Women And Men. Sex Roles. 72:1-14
- Marks, İ. (1990). Kimyasal Olmayan (Davranışsal) Bağımlılıklar. İngiliz Bağımlılık Dergisi, 85 (11), 1389-1394.
- Mayfield, A. (2008). What Is Social Media. E-Book, Erişim Tarihi, 19, 2020.
- Naycı, N. (2021). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Üstbiliş, Kişiler Arası Yeterlik Ve Duygu Düzenleme Açısından İncelenmesi (Master's Thesis, Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Neti, S. (2011). Social Media And Its Role İn Marketing. International Journal Of Enterprise Computing And Business Systems. 1(2), 1-15.
- Okumuş, E. (2009). Bedene Müdahalenin Sosyolojisi. Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi, 2, 1-15.
- Özbolat, A. (2011). Postmodern Dönemde Bedenin Tüketim Temelinde Yeniden İnşası. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 10(38), 317-334.
- Özgenel, M., Canpolat, Ö., & Ekşi, H. (2019). Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ): Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. Addicta: The Turkish Journal On Addictions.

- Özkan, B., & Mckenzie, B. (2008). Öğretmen Eğitimi İçin Sosyal Ağ Araçları. Bilgi Teknolojileri Ve Öğretmen Eğitimi Uluslararası Konferansı Derneği, 2772-2776.
- Parker, C., Saundage, D. Ve Lee, C. Y. (2011, January). Can Qualitative Content Analysis Be Adapted For Use By Social Informaticians To Study Social Media Discourse? A Position Paper. In ACIS 2011: Proceedings Of The 22nd Australasian Conference On Information Systems: Identifying The Information Systems Discipline. 1-7. Erişim Adresi: <https://aisel.aisnet.org/acis2011/90/>
- Rudiger, JA, Cash, TF, Roehrig, M., & Thompson, JK (2007). Günden Güne Vücut İmajı Durumları: Birey İçeri Seviye Ve Değişkenliğin Olası Tahmin Edicileri. *Beden İmgesi*, 4(1),1-9.
- Sabancı, İ. G., Erensoy, H., & Luş, MG (2021). Türk Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Olumsuz Beden Algısı Arasındaki İlişkiler. *Uluslararası J Acad Med Eczaanesi* , 3 (3), 239-244.
- Sağbaş, E. A., Ballı, S., & Şen, F. (2016). Sosyal Medya Ve Gençler Üzerindeki Etkileri. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, 153, 163.
- Seferoğlu, SS Ve Yıldız, H. (2013). Dijital Çağın Çocukları: İlköğretim Okullarının Facebook Kullanımları Ve İnternet Değerlendirmeleri İçin Bir Araştırma. *İletişim Ve Diplomasi* , 2 , 31-48.
- Şen, F., Sağbaş, E. A., & Ballı, S. (2016). Sosyal Medya Ve Gençler Üzerindeki Etkileri. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, 153, 163.
- Şensoy, B. (2013). Medyada Beden İmajı: Bazı Televizyon Programı Örnekler (Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Taş, İ. (2017). Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Online Journal Of Technology Addiction And Cyberbullying*, 4 (1), 27-40. Retrieved From <https://dergipark.org.tr/en/pub/ojtac/issue/30133/300029>
- Taşçı, B., & Ekiz, S. (2018). Serbest Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı.
- Taydaş, O. (2012). Serbest Zaman Etkinliği Olarak Facebook Kullanımının Yalnızlıkla İlişkisi: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği (Master's Thesis, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

- Terzi, A. Y. (2019). Doğu Marmara Bölgesinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Kişisel İyi Oluş İlişkisinin İncelenmesi (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Terzi, Ş. (2019). Sosyal Medyada Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Yalnızlık Ve Kişilerarası İlişkiler Açısından İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.jsp>
- Translation, Ç. Sosyal Ağ Siteleri: Tanım, Tarih Ve Araştırmalar*(Danah M. Boyd Ve Nicole B. Ellison.
- Truby, H., & Paxton, S. J. (2008). The Children's Body Image Scale: Reliability And Use With International Standards For Body Mass Index. *British Journal Of Clinical Psychology*, 47(1), 119-124.
- Tutgun, A. (2009). Öğretmen Adaylarının Problemlı İnternet Kullanımı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tutgun, A. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneğı. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (2), 49-80.
- Tutgun-Ünal, A. Ve Deniz, L. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğının Geliştirilmesi. *AJIT-E: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi* , 6 (21), 51-70.
- Uluç, G., & Yarcı, A. (2017). Culture Of Social Media. *The Journal Of Dumlupınar University Social Sciences Institute*, 52, 88-102.
- Van Den Eijnden, RJ, Lemmens, JS Ve Valkenburg, PM (2016). Sosyal Medya Bozukluğı Ölçeğı. *İnsan Davranışında Bilgisayarlar* , 61 , 478-487.
- Webster, J. Ve Tiggemann, M. (2003). Kadınların Beden Memnuniyeti İle Yaşam Boyu Kendilik İmajı Arasındaki İlişki: Bilişsel Kontrolün Rolü. *Genetik Psikoloji Dergisi*, 164 (2), 241-252.
- World Health Organization. (2007). Global İnitiatıve For The Elimination Of Avoidable Blindness: Action Plan 2006-2011.
- Yılman, M. A. (2020). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Çeşitli Değışkenler Açısından İncelenmesi (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Young, KS (1996). Bilgisayar Kullanımı Psikolojisi: XL. İnternetin Bağımlılık Yapıcı Kullanımı: Stereotipi Kıran Bir Vaka. *Psikolojik Raporlar*, 79 (3), 899-902.

EKLER

EK.A. Etik Kurul Onay Belgesi

T.C			
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ			
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ			
TEZ / ARAŞTIRMA / ANKET / ÇALIŞMA İZNİ / ETİK KURULU İZİNİ TALEP FORMU VE ONAY TUTANAK FORMU			
ÖĞRENCİ BİLGİLERİ			
T.C. NOSU			
ADI VE SOYADI	Mehmet ÖZTUĞ		
ÖĞRENCİ NO	201810051		
TEL. NO.			
E - MAİL ADRESLERİ			
ANA BİLİM DALI	Psikoloji		
HANGİ AŞAMADA OLDUĞU (DERS / TEZ)	Tez		
İSTEKDE BULUNDUĞU DÖNEME AİT DÖNEMLİK KAYDININ YAPILIP-YAPILMADIĞI	2021 / 2022 - GÜZ / BAHAR DÖNEMİ KAYDINI YENİLEDİM.		
ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ BİLGİLER			
TEZİN KONUSU	Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile beden algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi		
TEZİN AMACI	Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin beden algıları üzerine etkisini araştırmak		
TEZİN TÜRKÇE ÖZETİ	Son yıllarda dünya genelinde telefon kullanımının artması ve telefonda yer alan sosyal medya uygulamalarının popülerliğinin artmasıyla birlikte ergen bireylerin bu uygulamaları çok sık kullandığını gözlemlemekteyiz. Bu tezde ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığı ile beden imajı arasındaki ilişki incelenecektir.		
ARAŞTIRMA YAPILACAK OLAN SEKTÖRLER/ KURUMLARIN ADLARI	Özel Boğaziçi Pi Özel Öğretim Kursu		
İZİN ALINACAK OLAN KURUMA AİT BİLGİLER (KURUMUN ADI- ŞUBESİ/ MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ)	Özel Boğaziçi Pi Özel Öğretim Kursu-Adana-Seyhan		
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	Özel Boğaziçi Pi Özel Öğretim Kursunun 8-9-10-11-12 sınıf öğrencilerine sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve beden imajı ölçeği uygulanacaktır.		
UYGULANACAK OLAN ÇALIŞMAYA AİT ANKETLERİN/ ÖLÇEKLERİN BAŞLIKLARI/ HANGİ ANKETLERİN - ÖLÇEKLERİN UYGULANACAĞI	Kişisel Bilgi Formu,Sosyal Medya bağımlılığı Ölçeği ve Beden İmajı Ölçeği		
EKLER (ANKETLER, ÖLÇEKLER, FORMLAR, V.B. GİBİ EVRAKLARIN İSİMLERİYLE BİRLİKTE KAÇ ADET/SAYFA OLDUKLARINA	1) Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği(41 madde,1 sayfa) 2) Beden İmajı Ölçeği(34 madde, 1 sayfa) 3) Kişisel Bilgi Formu(11 madde,1 sayfa)		
ÖĞRENCİNİN ADI - SOYADI: Mehmet ÖZTUĞ	ÖĞRENCİNİN İMZASI: Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. TARİH: 11 / 04/ 2022		
TEZ/ ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRME SONUCU			
1. Seçilen konu Bilim ve İş Dünyasına katkı sağlayabilecektir.			
2. Anılan konu Psikoloji faaliyet alanı içerisine girmektedir.			
1.TEZ DANIŞMANININ ONAYI	2.TEZ DANIŞMANININ ONAYI (VARSA)	ANA BİLİM DALI BAŞKANININ ONAYI	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRÜNÜN ONAYI

Adı - Soyadı: Nurgül Özpoyraz	Adı - Soyadı: Mustafa Kale	Adı - Soyadı: Şükrü Uğuz	Adı - Soyadı: Murat Koç			
Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı: Doç. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı: Doç. Dr.			
Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası:	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası:	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası:	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası:			
12.04.2022	12.04.2022	 / / 20.....	 / / 20...			
ETİK KURULU ASIL ÜYELERİNE AİT BİLGİLER						
Adı - Soyadı: Şehnaz ŞAHİNKARAKAŞ	Adı - Soyadı: Yücel ERTEKİN	Adı - Soyadı: Deniz Aynur GÜLER	Adı - Soyadı: Mustafa BAŞARAN	Adı - Soyadı: Mustafa Tevfik ODMAN	Adı - Soyadı: Hüseyin Mahir FİSUNOĞLU	Adı - Soyadı: Jülide İNÖZÜ
Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.
Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası :	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası :	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası :	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası :	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası :	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası :	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır. İmzası :
..... / / 20.....	 / / 20.....	... / / 20.....	 / / 20.....	... / / 20.....	 / / 20.....	 / / 20.....
Etik Kurulu Jüri Başkanı Asıl Üye	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi
OY BİRLİĞİ İLE	☒	Çalışma yapılacak olan tez için uygulayacak olduğu Anketleri/Formları/Ölçekleri Çağ Üniversitesi Etik Kurulu Asıl Jüri Üyelerince İncelenmiş olup, / / 20..... - / / 20..... tarihleri arasında uygulanmak üzere gerekli iznin verilmesi tarafımızca uygundur.				
OY ÇOKLUĞU İLE	☐					
AÇIKLAMA: BU FORM ÖĞRENCİLER TARAFINDAN HAZIRLANDIKTAN SONRA ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ SEKRETERLİĞİNE ONAYLAR ALINMAK ÜZERE TESLİM EDİLECEKTİR. AYRICA FORMDAKİ YAZI ON İKİ PUNTO OLACAK ŞEKİLDE YAZILACAKTIR.						

EK.B. Bilgilendirilmiş Onam Formu

Tarih:11/04/2022

**ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ETİK KURULU**

BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Bu formun amacı araştırma ile ilgili olarak sizi bilgilendirmek ve katılmanız ile ilgili izin almaktır.

Bu kapsamda "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Beden Algısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" başlıklı araştırma 'Mehmet ÖZTUĞ' tarafından gönüllü katılımcılarla yürütülmektedir. Araştırma sırasında sizden alınacak bilgiler gizli tutulacak ve sadece araştırma amaçlı kullanılacaktır. Araştırma sürecinde konu ile ilgili her türlü soru ve görüşleriniz için aşağıda iletişim bilgisi bulunan araştırmacıyla görüşebilirsiniz. Bu araştırmaya katılmama hakkınız bulunmaktadır. Aynı zamanda çalışmaya katıldıktan sonra çalışmadan çıkabilirsiniz. Bu formu onaylamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz anlamına gelecektir.

Araştırmayla İlgili Bilgiler:

Araştırmanın Amacı: Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin beden algıları üzerine etkisini araştırmak

Araştırmanın Nedeni: Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ve beden imajı arasındaki ilişkiyi inceleyerek literatüre katkı sunmak

Araştırmanın Yürütüleceği Yer: Özel Boğaziçi Pi Özel Öğretim Kursu

Çalışmaya Katılım Onayı:

Araştırmanın amacını, nedenini, yürütüleceği yer ile ilgili bilgileri okudum ve gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları anladım. Araştırma ile ilgili ayrıntılı açıklamalar yazılı ve sözlü olarak tarafıma sunuldu. Bu araştırmaya ile ilgili faydalar ve riskler ile ilgili bilgilendirildim.

Bu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Katılımcının (Islak imzası ile***)

Adı-Soyadı:
İmzası**:

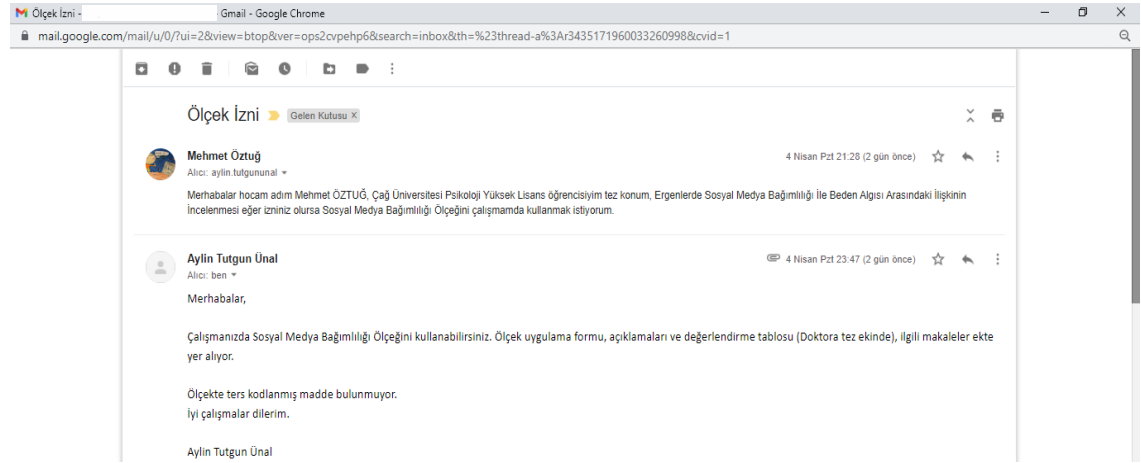
Araştırmacının

Adı-Soyadı: Mehmet ÖZTUĞ
e-posta:

İmzası:

***Online yapılacak uygulamalarda, ıslak imza yerine, bilgilendirilmiş onam formunun anketin ilk sayfasındaki en üst bölümüne yerleştirilerek katılımcıların kabul ediyorum onay kutusunu işaretlemesinin istenilmesi gerekmektedir.

EK.C. Ölçek İzinleri



EK.D. Araştırma Amaçlı Çalışma İçin Ebeveyn Rıza Formu

Sevgili Anne/Baba,

Bu çalışma Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü öğretim elemanları Prof. Dr. Nurgül ÖZPOYRAZ, Doç. Dr. Mustafa KALE Çağ ve üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans öğrencisi Mehmet ÖZTUĞ tarafından yürütülmektedir.

Bu araştırmada ülkemizdeki ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile beden algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi hedeflenmiştir. Bu konu ile ilgili yeterince çalışma olmayıp, dünyada da az sayıda olması nedeniyle yapılan araştırma aracılığıyla literatüre akademik anlamda katkı sunulması hedeflenmektedir.

Bu amaç doğrultusunda, çocuğunuzdan Kişisel Bilgi Formu ve 41 soruluk Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve 34 soruluk Vücut Algısı Ölçeğinden oluşan bir anket formunu yapmasını isteyeceğiz. Çocuğunuzun anketi uygulaması okulun ders saatinde sağlanacak ve yaklaşık 20 dakika sürecektir.

Çocuğunuzun vereceği cevaplar tamamen gizli tutulacaktır. Elde edilecek bilgiler sadece bilimsel amaçla kullanılacak, kimseyle paylaşılmayacaktır. Bu araştırma için Çağ Üniversitesi Etik Kurulu'ndan gerekli izinler alınmıştır.

Çocuğunuz ya da siz çalışmayı yarıda kesme özgürlüğüne sahipsiniz.

Bu çalışmaya katılımınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Yukarıdaki bilgileri okudum ve çocuğumun bu çalışmada yer almasını onaylıyorum. (Lütfen alttaki iki seçenektan birini işaretleyiniz.)

Evet, onaylıyorum ___ Hayır, onaylamıyorum ___

Katılımcı velisinin adı-soyadı: _____

Çocuğun adı soyadı: _____

(Formu doldurup imzaladıktan sonra araştırmacıya ulaştırınız).

Araştırmacı: Mehmet ÖZTUĞ

Çağ Üniversitesi

EK.E. Kişisel Bilgi Formu

1-Yaşınız:

2-Cinsiyetiniz:

3-Sınıfınız:

4-Boy/Kilo:...../.....

5-Kardeş Sayısı:

6-Ailenizin Ekonomik Durumunu Nasıl Değerlendiriyorsunuz?

A)Düşük B)Orta C)İyi D)Çok İyi

7-Evinizde İnternet Bağlantısı Var Mı?

A)Evet B)Hayır

8- Ne Zamandan Beri Sosyal Medyayı Kullanıyorsunuz?

A)1 Yıldan Az B)1-3 Yıl Arası C)4-6 Yıl Arası D)7 Yıldan Fazla

9-Bu Dönem Derslerdeki Başarınızı Nasıl Değerlendiriyorsunuz?

A)Çok Başarısız B)Başarısız C)Orta D)Başarılı E)Çok Başarılı

10-Kullandığınız Sosyal Medya Platform Sayısı?

A)Hiç B)1-2 C)3-4 D)5+

11-Aile Tipiniz Nedir:

A)Çekirdek Aile B)Geniş Aile C)Parçalanmış Aile D)Diğer

EK.F. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Maddeler No		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 düşündüğümden 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 ayırırm.					
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 miktar konusunda beni eleştirirler.					
34	Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezindiğimi 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.					

EK.G. Tez Etik Kurulu İzin İstek Yazısı



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sayı : E-23867972-050.01.04-2200002812
Konu : Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurulu Kararı Alınması Hk.

13.04.2022

REKTÖRLÜK MAKAMINA

İlgi: 09.03.2021 tarih ve E-81570533-050.01.01-2100001828 sayılı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu konulu yazınız.
İlgi tarihli yazınız kapsamında Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesindeki Lisansüstü Programlarda halen tez aşamasında kayıtlı olan **Mehmet Öztuğ** isimli öğrencimize ait tez evraklarının "Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Onayları" alınmak üzere Ek'te sunulmuş olduğunu arz ederim.

Doç. Dr. Murat KOÇ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Ek : 1 Adet öğrenciye ait tez evrakları listesi.

EK.H. Çağ Üniversitesi Etik Kurul İzin Yazısı



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Rektörlük

Sayı : E-81570533-044-2200003031
Konu : Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurul İzni Hk.

20.04.2022

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : a) 11.04.2022 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2200002702 sayılı yazınız.
b) 14.04.2022 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2200002862 sayılı yazınız.
c) 13.04.2022 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2200002812 sayılı yazınız.

İlgi yazılarda söz konusu edilen Mehmet Öztuğ, Sermin Kız ve Selin Şengül Kösemen isimli öğrencilerimizin tez evrakları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunda incelenerek uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Ünal AY
Rektör

EK.I. Çağ Üniversitesi Tez Anket İzin İstek Yazısı



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sayı : E-23867972-044-2200003068
Konu : Mehmet Öztuğ'un Tez Anket İzni
Hk.

21.04.2022

DAĞITIM YERLERİNE

Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programında kayıtlı **Mehmet Öztuğ** isimli öğrencimizin **“Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile beden algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi”** konulu tez çalışması Üniversitemiz öğretim üyelerinden **Prof. Dr. Nurgül Özpoyraz** 1.Tez danışmanı, **Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Kale** 2.Tez danışmanlığında halen yürütülmektedir. Adı geçen öğrenci tez çalışmasında **Adana İl Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı Seyhan Özel Boğaziçi Pi Özel Öğretim Kursunda** halen eğitim gören 8.,9.,10.,11.,12.Sınıf öğrencilerini kapsamak üzere kopyası Ek’lerde sunulan anket uygulamasını yapmayı planlamaktadır. Üniversitemiz Etik Kurulunda yer alan üyelerin onaydan alınmış olup, gerekli iznin verilmesini bilgilerinize sunarım.

Prof. Dr. Ünal AY
Rektör

Ek :

- 1 - 3 sayfa tez etik izin formu.
- 2 - 1 sayfa psikoloji ana bilim dalı başkanı tez etik anket izin istek formuna ait onayı maili.
- 3 - 1 sayfa gönüllülük onam formu.
- 4 - 19 sayfa tez önerisi.
- 5 - 1 sayfa MEB Taahhütnamesi.
- 6 - 2 sayfa MEB ön başvuru formu.
- 7 - 5 sayfa anketler, ölçekler, ölçek izin maileri.
- 8 - 1 sayfa tez etik izin istek yazısı.
- 9 - 1 sayfa tez etik izin yazısı.

Dağıtım:

Gereği:

Seyhan Özel Boğaziçi Pi Özel Öğretim
Kursuna/Adana

Bilgi:

Adana İl Milli Eğitim Müdürlüğüne
Adana Valiliğine

EK.İ. Adana Valiliği Tez Anket İzin Yazısı



T.C.
ADANA VALİLİĞİ
İl Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E-98258552-605.01-51094852
Konu : Mehmet ÖZTUĞ'un
Uygulama İzni

03/06/2022

VALİLİK MAKAMINA

İlgi : Çağ Üniversitesi'nin 21.04.2022 tarih ve E-23867972-044-2200003068 yazısı.

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji tezli yüksek lisans öğrencisi Mehmet ÖZTUĞ'un "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Beden Algısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" başlıklı tez çalışması kapsamında Adana ili Seyhan ilçesindeki Özel Bogaziçi Pi Özel Öğretim Kursunda uygulama yapmak isteği ile ilgili ilgi yazı ekte sunulmuştur.

Söz konusu uygulama çalışmasının, İlimiz İl Araştırma Değerlendirme Komisyonu'nun 01/06/2022 tarihli "Uygundur" raporu doğrultusunda, 2021-2022 Eğitim-Öğretim yılında, eğitim-öğretim faaliyetlerini aksatmayacak şekilde, okul içerisinde öğrencilerin yer aldığı herhangi bir görüntü kaydı yapılmadan, 2020/2 nolu Milli Eğitim Bakanlığı Araştırma Uygulama İzinleri Genelgesine göre uygulanması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görülmesi halinde olurlarınıza arz ederim.

Yaşar KOÇAK
Milli Eğitim Müdürü

OLUR
03/06/2022

Mustafa KAYA
Vali a.
Vali Yardımcısı



T.C.
ADANA VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E-98258552-605.01-52528288
Konu : Mehmet ÖZTUĞ' un
Uygulama İzni.

22.06.2022

SEYHAN İLÇE MİLLÎ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi: Valilik Makamı'nın 03.06.2022 tarih ve E-98258552-605.01- 51094852 sayılı Onayı.

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji tezli yüksek lisans öğrencisi Mehmet ÖZTUĞ' un "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Beden Algısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" başlıklı tez çalışması kapsamında Adana ili Seyhan ilçesindeki Özel Bogaziçi Pi Özel Öğretim Kursunda uygulama yapmak isteği ile ilgili ilgi Onay ekte gönderilmiştir.

Söz konusu uygulama çalışmasının okul/kurum müdürlerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda, 2021-2022 eğitim-öğretim yılında, eğitim ve öğretimi aksatmayacak şekilde, veli izin belgelerinin ve gönüllü katılım formunun toplatılarak okul müdürlükleri tarafından muhafazasından sonra , uygulamalarda sadece yazımız ekinde gönderilen mühürlü ölçek/anketlerin kullanılması ve elde edilen kişisel verilerin gizliliğine dikkat edilmesi hususunda;

Gereğini rica ederim.

Ahmet IŞIKLI
Müdür a.
Şube Müdürü

EK: İlgi olur ve Tez Çalışması.



T.C.
SEYHAN KAYMAKAMLIĞI
İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü



Sayı : E-71071857-605.01-52558361
Konu : Mehmet ÖZTUĞ' un
Uygulama İzni.

23.06.2022

ÖZEL BOĞAZIÇI Pİ ÖZEL ÖĞRETİM KURSU

İlgi : a)Valilik Makamı'nın 03.06.2022 tarih ve E-98258552-605.01- 51094852 sayılı Onayı.
b)İl Milli Eğitim Müdürlüğünün 22.06.2022 tarihli ve E-98258552-605.01-52528288 sayılı yazıları

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji tezli yüksek lisans öğrencisi Mehmet ÖZTUĞ' un "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Beden Algısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" başlıklı tez çalışmasını okulunuzda uygulamak istediğinin uygun görüldüğü ile ilgili Valilik Makamının ilgi (a) sayılı oluru ve ekleri, İl Milli Eğitim Müdürlüğünün ilgi (b) yazısı ekinde ekte gönderilmiştir.

Söz konusu uygulama çalışmasının okul/kurum müdürlerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda, 2021-2022 eğitim-öğretim yılında, eğitim ve öğretimi aksatmayacak şekilde, veli izin belgelerinin ve gönüllü katılım formunun toplatılarak okul müdürlükleri tarafından muhafazasından sonra uygulamalarda sadece yazımız ekinde gönderilen mühürlü ölçek/anketlerin kullanılması ve elde edilen kişisel verilerin gizliliğine dikkat edilmesi hususunda;

Bilgi ve gereğini rica ederim.

Özgür ÇELİK
Müdür a.
Şube Müdürü

Ek:
1-Yazı Örneği (2 sayfa)
2-Anket Formu (10 sayfa)

FORM: 2

**T.C.
ADANA VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü**

ARAŞTIRMA DEĞERLENDİRME FORMU

ARAŞTIRMA SAHİBİNİN	
Adı Soyadı	Mehmet ÖZTUĞ
Kurumu / Üniversitesi	Çağ Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü
Araştırma yapılacak iller	Adana
Araştırma yapılacak eğitim kurumu ve kademesi	Seyhan Özel Boğaziçi Pi Özel Öğretim Kursu
Araştırmanın konusu	"Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Beden Algısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi "
Üniversite / Kurum onayı	Var
Araştırma/proje/ödev/tez önerisi	Tez
Veri toplama araçları	1. Kişisel Bilgi Formu 2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği 3. Vücut Algısı Ölçeği 4. Araştırma Amaçlı Çalışma İçin Ebeveyn Rıza Formu
Görüş istenilecek Birim/Birimler	-
KOMİSYON GÖRÜŞÜ	
Yapılmak istenen çalışmanın konusu, amacı, yöntemi incelenmiş olup; onay verilen veri toplama araçları kullanılarak Okul içerisinde öğrencilerin yer aldığı herhangi bir görüntü kaydı yapılmadan Veli izin belgelerinin toplanarak okul müdürlüğü tarafından muhafazasından sonra, 2020/2 nolu Millî Eğitim Bakanlığı Araştırma Uygulama İzinleri Genelgesine göre uygulanmasında bir sakınca olmadığı tespit edilmiştir.	
Komisyon kararı	Araştırma önerisi uygulanmak üzere uygun bulunmuştur.
	Karar oybirliği ile alınmıştır.

KOMİSYON

EK.J. Seyhan Özel Boğaziçi Pİ Özel Öğretim Kursu İzin Belgesi

T.C.
SEYHAN KAYMAKAMLIĞI
ÖZEL BOĞAZIÇI Pİ ÖZEL ÖĞRETİM KURSU MÜDÜRLÜĞÜ

Sayı : 410.03/122
Konu : Tez Anket İzni

01/04/2022

İLGİLİ KURUMA

Özel Öğretim Kursumuza E-23867972-044-2200003068 sayılı göndermiş olduğunuz yazıya istinaden Çağ Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programına kayıtlı Mehmet ÖZTUĞ isimli öğrencinin kurumumuzda öğrenim gören öğrencilerimizle 'Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile beden algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi' konulu tez çalışması için Sosyal medya bağımlılığı ölçeği, Vücut algısı ölçeği ve Kişisel bilgi formunu uygulaması Müdürlüğümüzce uygun görülmüştür.

Kazım Oğuz İNCE
Kurum Müdürü