

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN BİLİNÇLİ FARKINDALIK
DÜZEYLERİ İLE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK
DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Canan CAN

İstanbul
Ağustos-2023

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK ve PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN BİLİNÇLİ FARKINDALIK
DÜZEYLERİ İLE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Canan CAN

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Ekmel GEÇER

İstanbul

Ağustos-2023

TEZ ONAY SAYFASI

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Doç. Dr. Ekmel GEÇER

Üye Dr. Öğr. Üyesi

Üye Dr. Öğr. Üyesi

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Erhan İÇENER

Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “**Lise Öğrencilerinin Bilinçli Farkındalık Düzeyleri İle Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Canan CAN

ÖN SÖZ

Araştırmamdaki süreçte bana yardımcı olan tez danışmanım Doç. Dr. Ekmel GEÇER'e, tez yazım sürecinde bana vizyon katan hocamız Doç. Dr. Yusuf ALPAYDIN ile Dr.Öğr. Üyesi Erşahin Ahmet Ayhün'e jürimde bulunan bölüm başkanımız Doç.Dr. Bilal YILDIRIM'a ve eğitim hayatım boyunca benden desteklerini esirgemeyen anneme rahmetli babama teşekkürlerimi sunarım.

Canan CAN
İstanbul- 2023



ÖZET

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN BİLİNÇLİ FARKINDALIK
DÜZEYLERİ İLE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Canan CAN

Yüksek Lisans, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ekmel GEÇER

Ağustos-2023, 141 Sayfa

Bu araştırmada ergenlerde sosyal medya bağımlılığıyla bilinçli farkındalık arasındaki ilişki incelenmektedir. Aynı zamanda çalışmada ergenlerdeki bilinçli farkındalık düzeyinin, sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı bir biçimde yordayıp yordamadığının anlaşılması hedeflenmektedir. Bu amaç doğrultusunda, İstanbul İlinin Üsküdar İlçesinde bulunan liselerde öğrenim gören 500 lise öğrencisine, “*Kişisel Bilgi Formu*”, “*Ergenler için Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Envanteri*” ve *Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği*” uygulanmıştır. Çalışmada ergenlerdeki sosyal medya bağımlılığı ile bilinçli farkındalık arasındaki ilişkinin anlaşılabilmesi için nicel araştırma türlerinden ilişkisel tarama modelinin kullanılması uygun görülmüştür. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin erkek ve kız katılımcılar arasında sosyal medya bağımlılık düzeyi açısından anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek üzere bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Buna ek olarak, katılımcıların sosyal medya bağımlılık seviyeleri ve bilinçli farkındalığın ebeveynlerinin çalışma durumu ile sosyal medya aracı kullanma ları halinde anlamlı düzeyde fark olup olmadığını belirlemek adına bağımsız gruplar T-testi yapılmıştır. Sosyal Medya bağımlılık düzeyleri ile bilinçli farkındalığın yaş, gelir durumu, sınıf seviyesi, annenin ile babanın öğrenim durumu, sosyal medyaya erişim aracı, sosyal medya iletişim ortamını kullanım saatleri, sosyal medyayı kullanma yılları, sosyal medya kullanım amaçları değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için Tek Yönlü ANOVA ve Post Hoc Çoklu Karşılaştırma Testleri (Games Howell) uygulanmıştır. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı bir biçimde yordayıp yordamadığını incelemek üzere basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma sonunda elde edilen bulgulara göre; cinsiyet, yaş, sınıflararası farklar, kardeş sayısı, sosyal medya

kullanım saatleri ve amaçlarına göre, verilerde anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Diğer değişkenlerde ise anlamlı sonuçlar elde edilememiştir. Regresyon analizi neticesinde, ergenlerde bilinçli farkındalığın, sosyal medya bağımlılık düzeyini yordayan önemli bir değişken olduğu görülmüştür. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, lise öğrencilerinin kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyinin, dışsal deneyimin farkındalığı, farkındalıkla davranma düzeyi, merkezileşmek ve tepkisizleşmek, deneyime açık olma ve içgörülü kavrayış düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı bir biçimde yordadığı görülmüştür. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, ergenlerde bilinçli farkındalığı artıracak, bağımlılığı önleyecek psikoeğitim uygulamalarının geliştirilmesinin önemli olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Bağımlılığı, Bilinçli Farkındalık, Ergenlik.

ABSTRACT

ANALYSING THE RELATIONSHIP BETWEEN HIGH SCHOOL STUDENTS' MINDFULNESS LEVELS AND SOCIAL MEDIA ADDICTION LEVELS

Canan CAN

Master, Psychological Counseling and Guidance

Thesis Advisor: Ass. Doç.Dr. Ekmel GEÇER

July-2023, 141 Pages

This study examined the relationship between social media addiction and mindfulness in adolescents. Therefore this study aims to understand whether the level of mindfulness in adolescents predicts social media addiction levels in a meaningful way. Thus, the "Personal Information Form", Social Media Addiction Scale for Adolescents" and "Mindfulness Scale for Adolescents" were applied to 500 high school students studying in high schools in Üsküdar District of Istanbul Province.

In the study, to understand the relationship between social media addiction and mindfulness in adolescents, a simple linear regression analysis was conducted to examine whether the comprehensive mindfulness level of the students predicted the social media addiction level. Additionally, an independent sample T-test was applied to examine whether there is a significant difference in terms of social media addiction levels between male and female participants in the sample group. However, to determine if Social Media addiction levels and Comprehensive Mindfulness differ according to age; income status, class level, education level of mother and father, Social Media Access Tool, Social Media Usage Hours, Years of Social Media Use, Social Media Purposes One Way ANOVA and Post Hoc Multiple Comparison Tests (Games Howell) were applied. Finally, Independent Groups T-test was applied to determine the levels of social media addiction and Comprehensive Mindfulness differ pursuant to, Mothers' Working Status, Father's Working Status, and holding a Social Media account.

Findings suggest that there was a significant difference in the data according to gender, age, inter-class differences, number of siblings, hours of social media use and purposes. Yet evident results were not obtained in other variables. Results also

demonstrate that there is a generally positive and significant relationship between social media addiction and mindfulness among adolescents. According to the results obtained in the study, it was seen that high school students' comprehensive mindfulness level, awareness of external experience, level of acting with awareness, being centralized and unresponsive, being open to experience and insightful comprehension significantly predicted the level of social media addiction. Based on the research outcomes, it is important to develop psychoeducational practices that will increase conscious awareness and prevent addiction in adolescents.

Keywords: Social Media Addiction, Mindfulness, Adolescence.



İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ.....	ii
ÖN SÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR	xv

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Problem Cümlesi.....	3
1.2.1. Alt Problemler.....	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	4
1.4. Sayıtlar	4
1.5. Sınırlılıklar	4
1.6. Araştırmada Kullanılan Tanımlar	5

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	6
2.1. Bilinçli Farkındalık	6
2.1.1. Bilinçli Farkındalık Kavramının Tanımı ve Özellikleri.....	6
2.1.2. Bilinçli Farkındalığın Tarihsel Gelişimi	8
2.1.3. Bilinçli Farkındalık İle İlgili Çalışmalar	10
2.2. Sosyal Medya	11
2.2.1. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi.....	12
2.2.2. Sosyal Medya Araçları.....	15
2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	19
2.3.1. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Araştırmalar.....	23

2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Ergenlere Olan Etkileri.....	27
2.4.1.Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bilinçli Farkındalık Bağlamında Ergenler Üzerindeki Etkileri	31

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	34
3.1.Araştırmanın Modeli	34
3.2.Evren ve Örneklem	34
3.3. Veri Toplanması ve Veri Toplama Araçları.....	39
3.3.1.Kişisel Bilgi Formu	40
3.3.2.Ergenler İçin Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Deneyimleri Envanteri	40
3.3.3.Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	40
3.4. Verilerin Analizi.....	42

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI	44
4.1. Lise Öğrencilerinin Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Düzeylerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerini Yordaması	44
4.2. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Cinsiyet Grupları Arasındaki Farkları	45
4.3. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Yaş Grupları Arasındaki Farkları	48
4.4. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Bilinçli Farkındalık Seviyeleri ve KBFE Alt Boyutlarının Ailenin Gelir Durumu Arasındaki Farkları.....	51
4.5. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Seviyeleri ve KBFE Alt Boyutlarının Annenin Çalışma Durumu Arasındaki Farkları..	54
4.6. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Seviyeleri ve KBFE Alt Boyutlarının Babanın Çalışma Durumu Arasındaki Farkları..	56
4.7. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sınıf Düzeyleri Arasındaki Farkları	57

4.8. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Kardeş Sayısı Durumları Arasındaki Farkları	63
4.9. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Anne Eğitim Durumları Arasındaki Farkları	68
4.10. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Baba Eğitim Durumları Arasındaki Farkları	75
4.11. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Gruplarının Sosyal Medya Sitesine Üye olma Durumları Arasındaki Farklar.....	79
4.12. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Gruplarının Seviyelerinin Sosyal Medyaya Erişim Aracı Arasındaki Farklar.....	81
4.13. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Gruplarının Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sıklığı Arasındaki Farklar.....	84
4.14. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medyayı Yıllık Kullanma Sıklığı Arasındaki Farklar.....	90

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER 96

5.1. Sonuç ve Tartışma.....	96
5.2. Öneriler	101
5.2.1. Araştırmacılara Yönelik Öneriler	101
5.2.2. Uygulayıcılara Yönelik Öneriler	101

KAYNAKÇA 103

EKLER..... 119

EK-1: Kişisel Bilgi Formu	119
EK-2: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	121

EK-3: Ergenler İçin Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Deneyimleri Envanteri	122
EK-4: İzinler	124
ÖZGEÇMİŞ.....	125



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Sosyal Medyanın Tarihsel Süreç İçerisindeki Gelişimi	13
Tablo 2.2: Dünyada Kullanılan Sosyal Medya Platformlarının Kullanıcı Sayıları ...	16
Tablo 3.1: Öğrencilerin Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bilgiler.....	34
Tablo 3.2: Öğrencilerin Yaş Değişkenine İlişkin Bilgiler	35
Tablo 3.3: Öğrencilerin Ailelerinin Gelir Durumu Değişkenine İlişkin Bilgiler	35
Tablo 3.4: Öğrencilerin Çalışma Durumu Değişkenine İlişkin Bilgiler.....	35
Tablo 3.5: Öğrencilerin Babalarının Çalışma Durumu Değişkenine İlişkin Bilgiler .	36
Tablo 3.6: Öğrencilerin Sınıf Düzeyi Değişkenine İlişkin Bilgiler.....	36
Tablo 3.7: Öğrencilerin Kardeş Sayısı Değişkenine İlişkin Bilgiler	36
Tablo 3.8: Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin Bilgiler...	37
Tablo 3.9: Öğrencilerin Babalarının Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin Bilgiler ...	37
Tablo 3.10: Öğrencilerin Sosyal Medya Hesabı Kullanma Durumu.....	37
Tablo 3.11: Öğrencilerin Sosyal Medyaya En Çok Erişim Sağladığı Cihaz.....	38
Tablo 3.12: Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Harcadığı Süre	38
Tablo 3.13: Sosyal Medya Kullanmaya Başlanan Zaman.....	38
Tablo 3.14: Sosyal Medyayı En Çok Kullanma Amacı	39
Tablo 3.15: Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Envanteri Betimsel İstatistik ve Güvenirlik Değerleri.....	41
Tablo 3.16: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Betimsel İstatistik ve Güvenirlik Değerleri.....	42
Tablo 4.1: Lise Öğrencilerinin Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyini Yordamasına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Tablosu	44

Tablo 4.2: Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ve Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Cinsiyet Grupları Arasındaki Farkı Bağımsız Gruplar T Testi	46
Tablo 4.3: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Yaş Grupları arasındaki Farkları ANOVA Testi	48
Tablo 4.4: Tamamlayıcı Games-Howell Post Hoc Testi	50
Tablo 4.5: Tamamlayıcı Games-Howell Post Hoc Testi	51
Tablo 4.6: Sosyal Medya Kullanımının ve Kapsamlı Bilinçli Farkındalık ve KBFE Alt Boyutlarının Ailenin Gelir Durumu arasındaki Farkları için Tek Yönlü ANOVA Testi	52
Tablo 4.7: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	54
Tablo 4.8: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Annenin Çalışma Durumu arasındaki Farkları için	55
Tablo 4.9: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Babanın Çalışma Durumu arasındaki Farkı için Bağımsız gruplar T-test Testi.....	56
Tablo 4.10: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sınıf Düzeyleri arasındaki Farkı için ANOVA Testi	57
Tablo 4.11: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	60
Tablo 4.12: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	61
Tablo 4.13: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	61
Tablo 4.14: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	62
Tablo 4.15: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Kardeş Sayısı Durumu arasındaki Fark için ANOVA Testi	63
Tablo 4.16: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	66
Tablo 4.17: Tamamlayıcı LSD Post Hoc Testi.....	67
Tablo 4.18: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Anne Eğitim Durumu arasındaki Fark için ANOVA Testi.....	68
Tablo 4.19: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	72

Tablo 4.20: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	72
Tablo 4.21: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	73
Tablo 4.22: Tamamlayıcı LSD Post Hoc Testi.....	74
Tablo 4.23: Tamamlayıcı LSD Post Hoc Testi.....	74
Tablo 4.24: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Baba Eğitim Düzeyleri arasındaki Farkı için ANOVA Testi ..	75
Tablo 4.25: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	79
Tablo 4.26: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medya Sitelerine Üye Olma Durumları arasındaki Farklar için Bağımsız Gruplar T Testi	80
Tablo 4.27: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medyaya Erişim Aracı arasındaki Farklar için ANOVA Testi	81
Tablo 4.28: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	83
Tablo 4.29: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Gruplarının Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sıklığı arasındaki Farklar için ANOVA Testi.	84
Tablo 4.30: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	87
Tablo 4.31: Tamamlayıcı LSD Post Hoc Testi.....	88
Tablo 4.32: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	89
Tablo 4.33: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	90
Tablo 4.34: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medyayı Kullanım Yılı Arasındaki Farklar için ANOVA Testi.....	91
Tablo 4.35: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	94
Tablo 4.36: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc Testi	94

KISALTMALAR

A.g.e.: Adı Geçen Eser

N: Birey Sayısı

SS: Standart Sapma

LSD: Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Tekniği

ANOVA: Tek Yönlü Varyans Analizi

SMBDÖ: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği

KBFE: Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Envanteri

İDF: İçsel Deneyimin Farkındalığı

DDF: Dışsal Deneyimin Farkındalığı

FD: Farkındalıkla Davranma

KYY: Kabul ve Yargılamaksızın Yönelim

MT: Merkezleşme ve Tepkisizlik

DAO: Deneyime Açık Olma

DG: Düşüncelerin Göreceliliği

İK: İçgörülü Kavrayış

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Bu bölümde; liselerde öğrenim görmekte olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık düzeyine yönelik araştırmanın problem durumuna, amaç ve alt amaçlarına, önemine, sayıltılarına, sınırlılıklarına ve araştırmada yer verilecek tanımlamalara yer verilecektir.

1.1. Problem Durumu

Günümüz dünyasında sosyal medya; kültürel, toplumsal, politik ve ekonomik değişimleri kolayca etkileyebilme gücüne sahiptir. Bunun yanı sıra kişilerin günlük yaşam tarzları üzerinde de büyük bir etkisi vardır. Sosyal medya dünyasında kişiler zaman ve mekândan bağımsız olarak gündelik hayatta iletişim kurma faaliyetlerini yürütebilmektedir. Bahsedilen bu durumların aksine kişisel mahremiyetin tehlikeye girmesi ve bilgi kirliliği içerisinde doğru bilgiye ulaşabilme gibi zorlukları da söz konusudur. Aynı zamanda sosyal medyaya olan bağımlılıkla birlikte toplumsal hayattan kopmuş yaşam tarzları da hızla artmaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019: 174).

Bağımlılık, alışkanlıklardan ve madde bağımlılığından yola çıkılarak, 1964 yılında ilk kez Dünya Sağlık Örgütü vasıtasıyla tanımlanmıştır. Bireyin belli aralıklarla normal olmayan bir biçimde göstermiş olduğu herhangi bir davranışının daimî olarak yinelediği durumlarda bağımlılık vardır. Bu tarz zamanlarda söz konusu davranış ve ruh halinin sürmesi halinde kişi zaman içinde çevresine uyum, psikolojik ve bedensel açıdan denge ve işlevini kaybetme sorunu yaşayabilmektedir. Davranışsal bağımlılık ise bu durumlara verilen isimdir (Pektaş ve Mayda, 2018). Sosyal medya bağımlılığının davranışsal bağımlılıklar arasında bulunduğu söylenebilir.

“Sosyal” kavramı; bireyin yaşamını sürdürebilmesi için devamlı olarak başka bir kişiyle etkileşim ve diyalog sağlayabilmesi amacıyla iletişim kurma gereksinimiyle içgüdüsunü ortaya koymak için kullanılmaktadır. “Medya” sözcüğüyse, geçmiş dönemlerden bugüne dek geçen zaman içerisinde kişilerin birbirleri ile etkileşimde bulunabilmek maksadıyla kullanmayı tercih ettiği bütün araçları içerisine almaktadır (Kanoğlu, 2018). Sağlanan bu iletişim, eski zamanlarda çan, duman, davul ve güvercin gibi çeşitli yöntemler kullanılarak yapılmaktayken, zaman içerisinde yazı ve telgraf ile yapılır hale gelmiştir. Teknolojinin gelişimiyle internet ortaya çıkmış ve elektronik posta diğer adıyla e-posta kullanımı yaygın hale gelmiştir. Cep telefonu kullanımının

artışından sonra da “kısa mesaj sistemi (SMS) kullanımı iletişim kurmak için tercih edilmeye başlanmıştır (Komito ve Bates, 2009). İletişim alanındaki teknolojik ilerlemeler ile bilgisayar teknolojilerinde de gelişmeler olmuş ve her iki teknoloji birbirlerinin gelişimine katkı sağlamıştır. Bir başka deyişle bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin bir araya gelmesi iletişimle ilgili alanlarda ortaya çıkan gelişmelerdeki hızın daha da fazla artmasına yol açmıştır (Özdemir, 2005).

Sosyal medya bağımlılığı, ergenlerin bilinçli farkındalığı arttıracak faaliyetlerde bulunmasının arından, eskisi kadar bir sorun olarak görülmemektedir. Fakat yine de özellikle lise düzeyindeki öğrencilerin sosyal medyayı gereğinden fazla ve kontrol dışı kullanmaları birtakım sorunları beraberinde getirmektedir. Yaşları gereği liseli öğrenciler için cezbedici olması sebebi ile internete ayırdıkları süre artmakta bu da sosyal medyada daha çok vakit geçirmelerine ve sosyal medyayı aşırı aktif kullanmalarına sebep olmaktadır (Ceyhan, 2011). Lise çağında bulunan ergenlerin sosyal medya kullanırken düşünmeden hareket ettikleri söylenebilir. Düşünmeden hareket etmeleri, kişinin içerisinde bulunduğu anda duygusal algısını bilinçsizce hareket ettirmesi ya da hedefsiz bir biçimde sosyal medyada vakit geçirmesi gibi durumları ifade etmektedir (Kınay, 2013: 9).

Ergen kelimesinin İngilizce karşılığına bakıldığında “adolescent” olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kavram da Latince büyümek (adolescere) anlamına gelen kelimeden türetilmiştir. Büyümek ise biyolojik, ruhsal ve sosyal evrilmenin süratli ve bu çeşitli safhaların bir arada ilerleme kaydettiği kompleks bir hayat sürecidir (Hamburg ve Takanishi, 2000). Ergenlik döneminin belirgin özelliği çocukluk ve yetişkinlik dönemleri arasında bir köprü konumunda olmasıdır (Cooke, Divall ve Radovick, 2008). Ergenlerin bu dönemi dengeli bir şekilde atlatabilmeleri için biyolojik, sosyal, kültürel ve psikolojik açıdan gelişmiş olmaları gerekmektedir. Sorunlarının içeriklerinin farklılıkları ve teknolojik gelişmeler, geliştirilecek olan bu özellikleri etkileyebilmektedir.

Gelişen sosyal medya ağı içerisinde internet kullanımının henüz ergenlik döneminde olan lise dönemindeki öğrenciler arasında bir hayli yaygın olmasından daha önce bahsedilmişti. Son yıllarda özellikle teknolojik gelişmeler ile problemli internet kullanımı da bir kaygı faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır (Çağır ve Gürkan, 2010: 75). Henüz lise öğreniminde olan öğrencilerin bu kaygı ile baş edebilmek için kaygıyla başa çıkma becerilerini kullanabilmeleri, kendilerini ayarlamaları, içsel güç

mekanizmalarını fark etmeleri önem düzeyinde haizdir. Bu durum da yine ancak bilinçli farkındalık ile mümkün görünmektedir. Kişi eğer ki kaygı düzeyini kontrol edemez halde bulunursa bu durum beraberinde depresyonu da getirecektir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) araştırmaları neticesinde dünyada 300 milyondan fazla kişi şu anda depresyonla yaşama devam etmektedir. 2005-2015 yılları arasında ruh sağlığı ile ilgili tanılarda %18 artış görülmüştür. Dünya Sağlık Örgütü 2020 yılında depresyonun kardiyovasküler rahatsızlıklardan sonra ikinci sıradaki klinik tanı olacağını, 2030 yılında ise birinci sırada geleceğini ön görmektedir (Atalay, 2020: 10).

Bu gibi durumların önlenmesi için bilinçli farkındalık düzeyinde hareket etmek oldukça önemlidir. Bilinçli farkındalık; sürekli ve kasten, geçmiş olayların ve gelecek planlarının etkisi olmadan, hüküm vermeden, dikkatlice geliştirilen bir farkındalık halidir (Kabat- Zinn, 2013). Bununla birlikte bilinçli farkındalık, “yargısız farkındalık” şeklinde Türkçe’ye çevrilen (Atalay, 2015; Sungur, 2017) mindfulness kavramı ile ifade edilen farkındalığın, Arapça fark etmek diye adlandırılan “f-r-k” kökünden gelen “ayırışma, ayırt etme” manasındadır. Bireyin şimdi ve buraya odaklanarak anlık yaşantıları yargılamadan kabul ettiği deneyim” olarak ifade edilmektedir. Bilinçli farkındalık tatbikatlarının fertler için olumlu yansımalarının olduğu birçok akademik çalışma neticesinde desteklenmiştir (Demir, 2014). Ergenlerde bilinçli farkındalık (Düşünceli ve Demirel, 2023; Alçay, 2019; Kısmetoğlu, 2019; Sevgi-Uygur, 2019; Kırca, 2017) ve sosyal medya bağımlılığı (Can, Hazar ve Kurt, 2021; Cuma, 2020; Güney ve Taştepe, 2020; Yayman, 2019; Bilgin, 2018; Uzun, Yıldırım ve Uzun, 2016) ile ilgili ayrı ayrı çalışmalar bulunmaktadır ancak bilinçli farkındalık ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmada da ergenlerin sosyal medya bağımlılıkları ve bilinçli farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

1.2. Problem Cümlesi

Çalışmanın problem cümlesi “Lise öğrencilerinin bilinçli farkındalık düzeyi, sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı bir biçimde yordamakta mıdır?” şeklinde sınırlandırılmıştır.

1.2.1. Alt Problemler

- Lise öğrencilerinin bilinçli farkındalık düzeyi, sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı bir biçimde yordamakta mıdır?

- Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ve bilinçli farkındalık düzeyi; cinsiyete, yaşa, ailenin gelir durumuna, annenin çalışma durumuna, babanın çalışma durumuna, sınıf düzeyine, kardeş sayısına, anne eğitim düzeyine, baba eğitim düzeyine, sosyal medya hesabı kullanma durumuna, sosyal medyaya erişim aracına, sosyal medyayı günlük kullanım sıklığına, sosyal medyayı kullanma yılına göre farklılaşmakta mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Eğitim bilimleri alanında yapılan araştırmalar incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ve ergenlik dönemi ile ilgili birçok araştırmanın var olduğu, ancak bilinçli farkındalık ile yeteri kadar araştırmanın olmadığı görülmektedir. Bu çalışmada ise lisede eğitim gören öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık düzeyleri çeşitli yönleriyle ele alınmış ve bu iki ilişkinin öğrenciler üzerinde sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi araştırılmıştır. Günümüzdeki lise öğrencilerinin *bilinçli farkındalık* düzeyleri ve sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişki gelecek nesillerin dünya algıları hakkında bize bilgi verecektir. Lise öğrencilerinin içerisinde bulunduğumuz zamandaki bilinçsiz internet ve bilinçsiz sosyal medya kullanım durumları öğrencilerin dikkat dağınıklığı, derslere yeteri kadar ilgi gösterememe, depresyon gibi davranışları göstermesine neden olmaktadır. Bu dönemdeki öğrenciler kişilik inşası gerçekleştirme döneminde olduklarından dolayı bahsedilen durumlar geri dönülemeyecek hasarlara neden olabilir. Bundan dolayıdır ki kişinin bilinçli farkındalık düzeyinde hareket etmesi oldukça önemli bir konudur. Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi bu sebepten oldukça önem arz etmektedir.

1.4. Sayıtlar

1. Çalışmaya katılım gösteren öğrencilerin uygulaması gerçekleştirilen anketlere samimiyetle yanıt verdikleri kabul edilmektedir.
2. Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının ölçülmek istenen kavramları güvenilir ve geçerli bir şekilde ölçtüğü varsayılmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

1. Bu çalışma 2020-2021 Eğitim Öğretim yılında İstanbul İli Anadolu Yakasında Üsküdar İlçesi devlet okulunda lise düzeyinde eğitim görmekte olan 500 lise öğrencisi ile sınırlı tutulmuştur.

2. Araştırma problemi, sadece Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı olan devlet okullarında incelenmiştir.
3. Ulaşılan veriler, yalnızca ölçme değerlendirme formunda yöneltilen sorularla ile sınırlandırılmıştır.
4. Araştırma, sadece istatistiksel analizlere odaklanarak sınırlı tutulmuştur.

1.6. Araştırmada Kullanılan Tanımlar

Sosyal medya: Sosyal medya bağımlılığının herkes tarafından kabul edilmiş belli bir tanımlaması olmamasına karşın haberleşmeyle iletişim için elzem olarak görülen söz konusu bu iki önemli sözcüğün birleşmesi neticesinde sosyal medya ifadesinin oluştuğuna yönelik pek çok görüş bulunmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı: Bireylerin sosyal medya araçlarını (Facebook, Twitter, Instagram vb.) orantısız ve kontrol edilemez şekilde kullanmasına sosyal medya bağımlılığı denilmektedir (Çiftçi, 2018).

Ergenlik kavramı: Biyolojik, ruhsal ve sosyal gelişimin hızlandığı ve bu farklı evrelerin birlikte ilerlediği kompleks bir yaşam süreci olan ergenlik, latince adolescere yani büyüme manasını da içermektedir (Hamburg ve Takanishi, 2000).

Bilinçli farkındalık: Bu kavram Türkçe'ye yargısız farkındalık olarak çevrilmiştir (Atalay, 2015; Sungur, 2017). Arapça kökenli "f-r-k" kökünden türetilen "ayırışma, ayırt etme" anlamına gelir. Yargısız farkındalık, bireyin anlık deneyimleri şimdi ve buraya odaklanarak, yargılamadan kabul ettiği bir deneyimdir. Bu farkındalık hali, sürekli ve bilinçli bir şekilde, geçmiş olaylar ve gelecek planlarından etkilenmeden, hüküm vermeden ve dikkatlice geliştirilir (Kabat-Zinn, 2013).

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Bilinçli Farkındalık

Bilinç kavramının tanımı tam olarak yapılamamış olsa bile TDK'ya göre bilinç; “İnsanın kendisini ve çevresini tanıma yeteneği, şuur” olarak tanımlanmaktadır. Farkındalık ise yine TDK'ya göre “Farkında olma durumu” şeklinde tanımlanır. Diğer bir ifadeyle içgörü, TDK'ya göre "Görülmesi veya bilinmesi gereken şeylerden haberdar olması, anlaşılması gereken bir şeye dikkat etmek" anlamını taşır. Bu durumda, bir bireyin kendisi ve çevresi hakkında derin bir anlayışa sahip olması vurgulanır (TDK, 2021). Bu bölüm bu iki kavramın birlikte kullanılmasından meydana gelen bilinçli farkındalık kavramı; bu kavramın tanımı ve özellikleri, tarihsel gelişimi ve bu alanda yapılmış olan araştırmalar çerçevesinde dört başlık altında ele alınacaktır.

2.1.1. Bilinçli Farkındalık Kavramının Tanımı ve Özellikleri

Bilinçli farkındalık (mindfulness) terimi, en kabul görmüş tanımıyla “dikkatin yargılayıcı olmadan, mümkün olduğunca açık bir şekilde kasıtlı olarak ana getirilmesi” olarak açıklanabilir (Kabat-Zinn, 2003). Daha önceden öğrenilmiş ve zihinde yer alan davranışlar ile alışkanlıklar günlük yaşamda farkındalığa gerek olmadan kullanılmaktadır. Buradan hareketle bilinçli farkındalık kişilere hareketlerinin bilincine varma ve farkında olma durumlarını kazandırır (Gunaratana, 2011). Bilinçli farkındalık halinde kişiler içerisinde bulundukları ana yargılamadan, tepkisiz bir biçimde ve açık yüreklilikle özel bir şekilde dikkatini vermektedir. Bu dikkat hâli, kendiliğinden ya da farkında olarak açığa çıkabilir. Başka bir ifadeyle farkında olduğunun farkında olmak olarak tanımlanabilir (Kabat-Zinn, 2003). Kişinin içinde bulunduğu anda yaşadığı deneyim sırasında sadece o anda kalarak ve sadece o anı yaşayarak, gelecek ya da geçmiş düşüncelerden bağımsız, düşüncelerin sadece zihne ait olmasına izin veren ve bundan dolayı da yargılayıcı olmayan salt farkındalık üzerine kurulu bir davranış biçimidir (Gaylord ve ark., 2009).

Bahsedilen bu tanımlamalar bir yana, alan yazında bilinçli farkındalık ile ilgili ortak bir fikir bulunmamaktadır. Çünkü bilinçli farkındalık kavramı kendi doğası gereği çok değişkenli bir kavramdır. Bundan dolayı kavramın tanımlanması zordur. Alan yazında bilinçli farkındalığı farklı yönleriyle ele alan tanımlar vardır (Çatak ve Ögel, 2010). Alan yazın incelendiğinde bilinçli farkındalık kavramının iki farklı ele alınış şekli

olduğu dikkat çekmektedir. İlk sırada bir kişilik özelliği olarak bilinçli farkındalık (trait mindfulness) ve ikinci sırada ise durum/hal olarak bilinçli farkındalık (state mindfulness) tanımlamaları dikkat çekmektedir (Brown ve Ryan, 2003). Bilinçli farkındalık durumu meditasyon sırasında ortaya çıkar. Günlük hayattaki bilinçli farkındalık ise kişilik özelliği olarak bilinçli farkındalık özelliği olarak karşımıza çıkar. Bu iki bilinçli farkındalık türünün birbirinden farklı olduğu aşıkardır. Fakat yine de temelde her ikisi de aynıdır. Meditasyon yoluyla ortaya çıkan bilinçli farkındalık durumu, kişinin kişilik özelliği olarak bilinçli farkındalığını geliştirir (Thompson ve Waltz, 2007).

Bilinçli farkındalık ile ilgili bir başka tanıma göre bilinçli farkındalık; andaki deneyimlerin varlığına dengeli bir şekilde yaklaşmaktır. İçinde bulunulan anın gerçekliğine açık olmak, tüm ihtimallerin deneyimlenebilmesi için alan bırakmak, tüm duygu ve düşüncelerin gelebilmesi için direnmeden varlıklarını kabul edebilme durumudur (Germer ve Neff, 2020). Bu durumun gerçekleşebilmesi için ise beş temel kabul aşamasının gerçekleşmesi gerekmektedir. Bunlardan ilki “direnc” aşamasıdır ve bu aşamada hissedilenlerle mücadele etmek ön plandadır. Daha sonra “keşfet” aşaması gelmektedir ve bu aşamada da rahatsız edici tüm hisler merak edilmeli ve meraklı gözlerle incelenmelidir. Üçüncü aşama ise “tolere” aşamasıdır. Bu aşamada hislerle birlikte kalabilmek önemlidir. Bir sonraki aşama olan “izin vermek” aşamasında ise hissedilen tüm duygu ve düşüncelerin varlığına yer açmak gereklidir. Son olarak “arkadaş olmak” aşamasında zorlu deneyimler ve zorlu anların önemi anlaşılmaktadır (Germer ve Neff, 2020).

Bilinçli farkındalık kavramının özünü daha iyi kavrayabilmek adına durumu tersten incelemeyi denendiğinde bedenimizin içerisinde bulunduğu anı yaşamasına rağmen zihninin genellikle gelecek ve geçmiş ile meşgul olduğunu ve bundan dolayı da zamanın çoğunun kayıp bir biçimde geçip gittiği fark edilir. Zihnimiz, araba kullanırken aynı anda bir arkadaşına alınacak olan hediyeyi, toplantıda değinilecek konuları, eve varmadan önce alınması gerekenleri düşünebilmektedir (Siegel ve ark., 2009). İşte bu durum zihninin otomatik pilot halidir. Zihin otomatik pilot halindeyken bilinçli bir farkındalıktan söz edilemez ve bu duruma da “mindlessness” yani dikkatsizlik/umursamazlık hali denmektedir. Bilinçli farkındalık ise hayatta mevcut olarak var olmak anlamına gelir yani dikkatin o anda var olmasıdır (Siegel ve ark., 2009).

Bilinçli farkındalık kavramı, birçok kişi tarafından çok farklı kavramlar kullanılarak tanımlanmaya çalışılmıştır. Bu durum da alan yazında birtakım karmaşıklıklar ortaya çıkarmıştır. Bahsedilen tanımlar bu alanda yapılmış olan en geniş ve en açıklayıcı tanımlardır. Bu tanımlamalarda dikkat çeken tutumlar birkaç madde şeklinde aşağıda ele alınmaktadır (Kabat-Zinn, 2003):

- Güven: Kişinin hayatındaki temel belirleyenin yine kişinin kendi duygu ve düşünceleri olduğu anlamında gelmektedir.
- Şükran: Bir şeye ya da bir kişiye yönelik olarak iyi niyetli olmak ya da minnet duymak anlamı taşımaktadır.
- Çabasızlık: Herhangi bir şeyi değiştirme gayretine girmeden o şeyi olduğu gibi kabul etmek ve kendi varlığını sürdürmek anlamı taşımaktadır.
- Cömertlik: Karşılığında herhangi bir şey beklemeksizin elindekini paylaşmak istemek anlamına gelmektedir.
- Yargılamama: Bilinçli farkındalık anlarında araya değerlendirme süreçlerinin girmemesi anlamına gelmektedir.
- Kabullenme: Yaşanılanları ve duyguları olduğu gibi kabul edebilme ve hoşla gitmese bile yaşanıyor olduğunun farkında olmaktır.
- Şefkat: Bir rahatlama hissetmek amacıyla anda kalmayı gerektirir.
- Sabır: olacak şeylerin kendi zamanında olmasını gerektiğini kabul etmek anlamına gelmektedir.
- Başlangıç Ruhu: Tek tek deneyimlerin özgün taraflarının değerli yanlarının farkında olmaktır.

Psikolojide bilinçli farkındalık temelinde yürütülen müdahaleler, üçüncü dalga bilişsel davranış terapileri olarak ifade edilmektedir. Burada davranışsal ve bilişsel terapilerin yeniden ele alınıp sentezlenmesi durumu söz konusudur. Üçüncü dalga müdahalelerini birinci ve ikinci dalga müdahalelerden ayıran bahsedilen özellikleri barındırmasıdır. Diğer bir fark ise birinci ve ikinci dalga tedaviler gibi sorunlu davranışı ortadan kaldırmaya değil, bu davranışları kabul ederek davranışların temelinde yatan etkenleri incelemeye ve anlamaya çalışır (Hayes, 2016: 658-659).

2.1.2. Bilinçli Farkındalığın Tarihsel Gelişimi

Bilinçli farkındalık teriminin kökeni Budist geleneklerine dayanmaktadır. Buddha derslerinde geçen Pali dilinde hafıza ile alakalı olan “Sati” kelimesi bilinçli farkındalık

fikrinin temelini oluşturmaktadır (Özyeşil ve ark, 2011), Fakat zamanla bu kavramın ötesine geçerek oldukça eksiksiz bir kavram halini almıştır ve eğitim, endüstri, sağlık gibi çeşitli alalarda da kullanılan bir kavram haline gelmiştir (Atalay, 2018).

Bilinçli farkındalık kavramı genel anlamıyla Budist geleneklerle özdeşleşse bile çok daha fazla dini inanç ve geleneklerle de öne çıktığı söylenebilir (Brown ve ark, 2007). Bu inanışlar ve bilinçli farkındalık teriminin kökeninde hep birbirleriyle alakalı varsayımlar bulunmaktadır:

1. İnsanlar anlık olarak deneyimledikleri durumlardan uzak bir biçimde ve “otomatik pilot” modunda çalışmaktadırlar.
2. Kişinin kendi düşüncelerinin ve iletişim süreçlerinin farkında olmama durumu kendini kandırmaya ve yanlış anlamalara zemin hazırlar.
3. Herkes zihinsel süreçlerini, anlık olarak yüksek düzeyde ayırt edecek farkındalığa sahip bir biçimde ve yargılayıcı olmayan tavırla yürütme ve geliştirme yetisine sahiptir.
4. Bu yeti ilerleyici ve kademeli bir şekildedir fakat planlı çalışma gerektirir.
5. Bilinçsiz bir tepkisellikten aktif bilinçli katılım, deneyimi daha canlı kılar ve bu deneyimden elde edilen anlık farkındalık daha zengin bir yaşam duygusuna neden olur.
6. Zihinde yargısız bir gözlemin süregelmesi zamanla algılanan durum ve olayların daha doğru olmasına neden olacaktır.
7. Kişi dışarıdan ve içeriden gelen uyarıcılara karşı kendi zihinsel tepkilerini daha doğru yönlendirebildikçe ek bilgiler de kazanacaktır. Bu da dünya üzerindeki etkili eylemiş arttıracak ve böylece de aktif bir kontrol duygusunu ortaya çıkaracaktır (Grossman,2010)

Farkındalık Temelli Stres Azaltma Terapileri, ilk olarak Jon Kabat-Zinn tarafından kronik ağrıları azaltmak amacı taşıyarak 1979 yılında Massachusetts Üniversitesi Tıp Merkezi’nde geliştirilmiştir. Burada farkındalıklı yemek, nazik ve şefkatli gözlem, duygu farkındalığı, dikkatin sırayla bedenin başkaca bölgelerine yönlendirilmesi gibi çeşitli meditasyon yöntemleri öğretilmiştir. Bu yöntemleri uygularken katılımcılardan; düşünce ve duygularının farkında olmaları, bu düşünceler ve duygular ortaya çıktığında yargısız bir biçimde gözlemlemeye çalışmaları, eğer yargıarlarsa bile bunun sadece bir düşünce olduğunu anımsayarak içinde bulundukları ana geri dönmelerini sağlamaları beklenmektedir (Baer, 2003). Bahsedilen bu becerilerin

öğretilmeye çalışılmasının amacı kişinin günlük hayatında stres yaratan faktörleri algılama biçimleri ve stresle nasıl yaşayabileceklerini göstermektir (Hoffman ve Gomez, 2017).

Türkiye’de bu alanda yapılmış olan çalışmalar son yıllarda artış göstermeye başlamıştır. Okul dışı ve okul içi ortamlarda gerçekleştirilen farkındalık müdahalesi çalışmalarının çoğunlukla üniversite öğrencileri üzerinde yürütüldüğü, lise öğrencileriyle yapılan çalışmaların daha sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin; 10 hafta sürecek olan bilinçli farkındalık temelli psikoeğitim programının üniversite öğrencileri üzerinde bedensel tepkileri kontrol edememe, kontrolsüz bir biçimde yemek yeme alışkanlığı gibi sorunlarda etkili olduğu gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra duygularla başa çıkma konusunda etkisizdir (Türk, 2018). Aydın ve Aydın (2020) tarafından yürütülen ve lise öğrencilerinin sınav kaygısına etkisinin, bilinçli farkındalık becerilerinin artırılmasının amaçlandığı bir modülün yer aldığı kararlılık ve kabul terapisi temelli psikoeğitim yöntemiyle araştırıldığı bir çalışma da yapılmıştır. Bu çalışma sonucunda psikoeğitim grubunda bulunan öğrencilerin sürecin sonunda sınav kaygısı düzeylerinin ve sınav kaygısı problemi tanımlarının farklılaştığı dikkat çekmektedir. Aşağıda bu alanda yapılmış yurt içi ve yurt dışı çalışmalar, daha geniş bir perspektiften ele alınmaya çalışılacaktır.

2.1.3. Bilinçli Farkındalık İle İlgili Çalışmalar

2014 yılında Şehidoğlu tarafından yapılmış olan bir araştırmaya göre; 15 ve 17 yaş arasındaki ergenlerin bilinçli farkındalık düzeyleri ile problemli internet kullanımı arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu araştırmanın bulguları ergenlerin problemli internet davranışları ve bilinçli farkındalık düzeyleri arasında negatif yönde bir ilişki saptanmıştır.

2015 yılında Demir tarafından kişilerin depresyon düzeyleri ve bilinçli farkındalık temelli bilişsel terapi programı arasındaki ilişki incelenmiştir. Bilinçli farkındalık temelli bilişsel terapi uygulaması sonrasında depresyon düzeyinin azaldığı sonucuna varılmıştır. Aynı terapi 18-41 yaş aralığındaki görme engelli katılımcılara uygulandığında da benzer şekilde depresyon puanlarının azaldığı sonucuna varılmıştır.

2016 yılında ergenlerde bilinçli farkındalık ve problemli internet kullanımı arasındaki ilişki Gamez-Guadix ve Calvete tarafından incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre bilinçli farkındalık düzeyinin artmasıyla birlikte çevrimiçi sosyal ilişki tercihinin

azaldığı ortaya çıkmıştır. Yani problemlili internet kullanımı ve bilinçli farkındalık arasında negatif yönde bir ilişki söz konusudur. Yetersiz öz denetim ve bilinçli farkındalık arasında ise müspet düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. 2017 yılında Vonderheyde tarafından yürütölmüş olan ve kolej öğrencilerinin bilinçli farkındalık ve stres düzeyleri arasındaki ilişkinin incelendiğı bir araştırmaya göre stres azaldıkça bilinçli farkındalık düzeyinin arttığı gözlemlenmiştir.

2017 yılında yine Demir tarafından gerçekleştirilen ve üniversite öğrencileri üzerine uygulanan bilinçli farkındalık temelli bilişsel terapi programının öğrenciler üzerindeki kaygı düzeylerini azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yine 2017 yılında Deniz, Erus ve Büyükcebeci tarafından yürütölen çalışmada bilinçli farkındalık ve iyi oluş arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu çalışmanın sonucunda öğrencilerin bilinçli farkındalık seviyeleri arttıkça duygusal zekalarının yükseldiğı gözlemlenmiştir.

2019 yılında Kısmetoğlu tarafından 15 ve 18 yaş arası ergenler üzerinde yapılan bilinçli farkındalık becerilerinin kaygı düzeyleri ve duygu düzenleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılan çalışmada aralarındaki ilişkinin negatif yönde olduğı sonucuna ulaşılmıştır. 2019 yılında ortaokulda okuyan ergen öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırmaya göre ise ergenlerin duygularını düzenleme yetileri ve bilinçli farkındalık seviyeleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda bilinçli farkındalık becerilerinin işlevsel duygu düzenlemeyle ilgili stratejilerle anlamlı yönde bir ilişkisi olduğı saptanmıştır. İşlevsel olmayan duygu düzenleme stratejilerinin ise bilinçli farkındalık becerileri arasındaki ilişki negatif yöndedir (Toprak ve Çetiner-Bacak, 2019).

2.2. Sosyal Medya

Sosyal medya, bireylerin internet üzerinden farklı uygulama ve platformları kullanarak etkileşimde bulunduğı bir kavram olarak tanımlanabilir. İlgili literatürde sosyal medyayla ilgili pek çok tanım yapılmaktadır. Bu bağlamda Boyd ve Ellison'un (2007) yapmış olduğı tanıma göre, sosyal medya teknolojik altyapı ihtiyacının sağlanması ile kişilerin mekân ve zaman sınırlaması olmaksızın karşılıklı etkileşim içinde olabilmesini mümkün kılan bir medya aracıdır. Bir diğeri tanıma göreyse, sosyal medyanın internet altyapısını geliştirilmesiyle beraber kişilerin sanal şekilde var olabilecekleri, farklı kullanıcılarla iletişim sağlayabilecekleri ve interaktif etkileşimde bulunabilecekleri hizmetlerin genel ismi kabul edildiğı öne sürölmektedir

(Büyükşener, 2009). Hazar (2011) tarafından yapılmış olan bir başka tanım da sosyal medyanın kişilerin global hale gelebileceği, sınırlarını genişletebileceği, zamanlarını sosyalleşerek, bilgi edinerek ve eğlenerek geçirebilecekleri yeni iletişim araçlarını ifade ettiği ortaya konmuştur. Sosyal medya kullanıcıların karşılıklı etkileşim içinde kalabilecekleri, düşüncelerini ve fikirlerini kolay ve hızlı bir şekilde paylaşabilecekleri internet tabanlı hizmetlerin genel ismi şeklinde de tanımlanmaktadır (Oğuz, 2012). Barutçu ve Tomaş (2013) tarafından da sosyal medya kullanıcılarının hiçbir yaş sınırına takılmaksızın dahil olabilecekleri, etkileşim içinde bulunabilecekleri, fikirlerini hızlıca diğerleriyle paylaşabilecekleri, bilgi edinip eğlenebilecekleri internet tabanlı hizmetlerin genel ismi şeklinde ifade edilmektedir. Sosyal medya; uygulayıcıların bir iletişim kanalı şeklinde kullanabilecekleri, yaşam alanı şeklinde görebilecekleri, düşüncelerini rahat bir şekilde aktarabilecekleri bir yayın kanalı şeklinde fizibilite edebilecekleri ve ufuk açıcı faaliyet alanı olarak içerik üretip maddi kazanca dönüştürebilecekleri pek çok hizmetin ismi anlamında da kullanılmaktadır (Çetinöz, 2013).

Genel olarak sosyal medyayla alakalı olarak yapılmış bütün tanımlar değerlendirildiği zaman, sosyal medya, kişilerin mekân ve zaman sınırlaması olmaksızın internete erişebilecekleri her yerde zaman geçirebilmelerine, fikirlerini paylaşabilmelerine, bilgi edinebilmelerine, sosyalleşerek diğer kişilerle iletişim kurabilmelerine imkân sağlayan internet tabanlı hizmetlerin genel ismi olarak görülebilmektedir. Sosyal medya kavramının doğru olarak anlaşılabilmesi ile sosyal medyanın sebep olduğu pozitif negatif pek çok unsuru anlayabilmek adına sosyal medyanın tarihsel süreç içindeki gelişiminin bilinmesi gereklidir.

2.2.1. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi

Sosyal medyanın, kullananların öteki kullananlarla hiçbir zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın internet erişimine sahip oldukları her yerde diğerleriyle etkileşim halinde olabilecekleri, düşüncelerini paylaşıp eğlenebilecekleri teknoloji platformlarının genel ismi olduğu bir önceki bölümde de ortaya konmuştur (Güney, 2015). Sosyal medya uygulamalarının ortaya çıkmasından önce, kişiler geleneksel iletişim araçları olan mektup, telefon ve telgraf gibi araçları kullanarak etkileşimde bulunuyordu. Bu durum, sosyal medya uygulamalarının diğer kitle iletişim araçlarından etkilendiği fikrini hatırlatmaktadır. Bu bağlamda Boy ve Ellison (2007) tarafından da sosyal medya araçlarının ortaya çıkış noktası olarak internetin icadı öne sürülmektedir. Sosyal

medya araçlarının tarihi süreç içindeki gelişiminin daha iyi anlaşılabilmesi için yıllar içerisindeki gelişimi aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 2.1: Sosyal Medyanın Tarihi Gelişimi

Yıl	“Sosyal Medyanın Tarihi Gelişimi”
1971	“İsviçre’de internet incelemelerinde bulunan iki sorumlu birbirine yakın iki bilgisayar ile karşılıklı mailleşti”.
1979	“Tom Truscot ile Jim Ellis aracılığı ile kurulan USENET sayesinde kullanıcıların tümüne ileti yollandı”.
1990	“Tim Berners’in bağlantıyı pratikleştirmek adına dünya çapında ağ buluşunun yapılması”.
1994	“Swarthmore Koleji’nde öğrenci olan Justin Hall, ilk blog sayfasını açarak bloglama deneyimine adım atmıştır.”.
1995	“Aktif kullananların ortaöğretim ya da fakülteedeki arkadaş çevresi ile iletişim sağlaması için Classmates.com’un oluşturulması”.
1995	“MIRC ile ICQ adlı bilgisayar programlarının oluşturulması ve bu programlama dillerinden kaynaklı olarak kullanıcıların başka kullananların bağlantılarına bahsedilen ağ üzerinden iletişim kurarak sohbet edebilmesi”.
1996	“ASK.com’un oluşturulması ve bu tatbik sayesinde kullanıcıların başka kullanıcılarla soru cevap yapabilmesi”.
1998	“Bruce ile Susan Abelson’in çalışmalarıyla weblog güncesi olarak Çevrimiçi günlük topluluğunun oluşturulması”.
1999	“Ağ güncesi tatbikatı üst düzey geliştirilerek ardından Google’un satın aldığı Blogger’ın oluşturması ve yine kendisi arkaplanının oluşumunu sağlayan bu yazılımı sonrasında üzerine almıştır”.
2001	“Jimmy Wales’in kullananların etkin katılım sağlaması için Wikipedia’nın oluşturulması”.
2002	“Classmates.net içeriği ile kullanıcılarının orijinal bağlantılar kurmasına olanak sağlayacak biçimde görsel paylaşımı ve weblog yazısı yazmasına fırsat veren Friendster.net’in oluşturulması”.
2003	“Net mecrasında kullananların video ya da müzik paylaşımları yaptığı,web yazıları yazdığı arkadaşlık bağları oluşturduğu Myspace.com’un oluşturulması”.
2003	“Meslek hayatındaki kişilerin öteki kişilerle grup veya iletişim kurmasına veyahut veri bağlantısında olmasına imkan sunan LinkedIn’adlı

uygulama, Allen Blue, Eric Ly, Konstantin Guericke, Reid Hoffman Jan-Luc Vaillant'in araştırmaları sonucunda kuruldu".

2004 "Evren içerisinde çok talep gören internet ağ olarak FB'un, Marc Zuckerberg'in çalışmalarıyla kuruldu".

2005 "WordPress.net'in oluşturulması ve Weblogger'e yarışçı olması için meydana getirilen bu yazılımın uygulama açısından elverişli olması ve içerik zenginliği yönünden de çokça tercih edilmesi günümüzde de hala faaliyet göstermesine neden olmuştur."

2005 "Youtube, dünyada geniş kabul gören bir video paylaşım platformudur ve kurucuları Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim'dir".

2006 "Twitter, 140 karakter limitine sahip iletileri gönderme konseptini kapsayan bir sosyal medya platformudur. Bu platformun oluşturulması, Biz Stone, Evan Williams, Noah Glass ve Jack Dorsey tarafından yapılan çalışmalar sonucunda gerçekleşmiştir. Twitter'da bu tür iletilere "tweet" denilmektedir".

2009 "Foursquare, konum bildirimi uygulamasını tüketicilere sunan ve lokasyon bildirimleri gönderen bir platformdur. Bu platformun oluşturulması, Dennis Crowley ve Naveen Selvadura tarafından gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda gerçekleşmiştir".

2010 "Uygulayıcıların ileti gönderme hususunda çok yeğlediği ağ kanalı olarak bilinen Whatsapp'ın, Biran Acton ile Jan Koum'un çabalarıyla oluşturması. Ardından kullanımı Facebook kendi üzerine almıştır".

2010 "Uygulayıcıların dikkat çekici öğeler ile süsleyip fotoğraf paylaşım uygulamasını kullandığı ve diğer uygulamalarla karşılıklı olarak fotoğraflarını gördükleri Instagram sosyal ağ kanalı'nın, Kevin Systorm ile Mike Krieger'in çalışmaları ile kurulması. Sonrasında bu ağ kanalını Facebook satın almıştır".

2010 "Video veya fotoğraf içeriği üretimine aracılık eden Pinterest web kanalı'nın Paul Sciarro, Evan Sharp ile Ben Silbermann'in çalışmalarıyla kurulması".

2011 "Google'un çalışmalarıyla facebook'a rekabet ortamı oluşturması için Google Plus'ın uygulayıcılara sunulması".

2011 "Uygulayıcıların kısa zamanda video gibi çeşitli içerikler paylaşarak başka uygulayıcılarla veri alışverişinde bulunmasını sağlayan bir kanal ağ olan Snapchat'in, Evan Spiegel, Bobby Murphy ile Reggie Brown'in çalışmalarıyla kurulması".

2015 "İçerik üreticilerine online program yapma hizmeti veren IOS ve Android platformların Kayvon Beykpour ile Joe Bernstein'in çalışmalarıyla geliştirilmiş olan Periscope'nin aracı kullanıcılara sunulması".

2016 “İçerik üretenlerin çektikleri videoları diğer kullanıcıların görmesine fırsat sunan ve online program bağlantısı kurmalarına olanak veren Tiktok veya Çin’de tanınmış adıyla Douyin’in, ByteDance şirketinin çalışmaları ile kurulması”

Kaynak: Terzi’den (2019) uyarlanmıştır.

Tarihi zaman içinde 1971 senesinde iki bilgisayar bağlantısı içerisinde paylaşılan mail ile ortaya çıktığı kabul edilen sosyal medya (Ref), gittikçe büyüyerek dünya üstünde herkesin içerisinde yer almak istediği teknolojik bir platform halini almıştır. Kişilerin eğlenmek, vakit geçirmek, arkadaşlarına ulaşmak, oyun oynamak gibi pek çok sebeple sosyal medya platformlarını tercih ettiği bilinmektedir. İlgili literatürde kişilerin kullanma amaçları bağlamında sosyal medya araçlarının çeşitli olduğu yer almaktadır. Bu nedenle, sosyal iletişim ortamı araçlarının hangi unsurları içerdiğinin bilinmesi önemlidir.

2.2.2. Sosyal Medya Araçları

Teknolojinin gelişmesiyle beraber kişilerin çevrimiçi ortamda yalnızca enformasyonu ya da içeriği tüketen konumdan ziyade üreten de olabilecekleri ortaya çıkmaktadır. Bilhassa mekân ve zaman sınırlaması olmaksızın çevrimiçi erişim olduğu her yerde kişilerin üretimde yer alabilmeleri sosyal medya araçlarının hızlıca gelişmesi ve zenginleşmesine imkân sağlamaktadır (Eminoğlu, 2016).

İçerik ile enformasyon ortaya koyabilecek sosyal medya iletişim platformu uygulayıcılarının medya platformları ve bloglar gibi pek çok kategoride aktif olabilecekleri pek çok sosyal medya iletişim aracı olarak tanınmaktadır (İşlek, 2012). Bu bağlamda uygulayıcıların yönelimlerine göre verilere erişmek, bilgiyi ulaştırmak, fotoğraf ve müzik paylaşımı yapabilmek, diğer kullanıcılarla iletişimde kalabilmek, güncel olayların takibini yapabilmek ile düşünce ve duyguların paylaşabileceği yazılar yazabilmek gibi amaçlarla sosyal medya araçları çeşitlenmektedir.

2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi olan Mark Zuckerberg'in çalışmalarıyla başlayan, "The Facebook" adıyla kurulan sosyal medya aracı, başlangıçta sadece Harvard Üniversitesi öğrencilerinin arasında iletişimi sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Ancak kısa sürede Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere dünyanın dikkate değer bir sosyal medya platformuna dönüşmüştür. Bu platformun adı da Facebook olarak değiştirilmiştir (Sönmez, 2016). “We Are Social” tarafından her yıl hazırlanan raporun en sonucusu olan 2020 istatistiksel araştırma raporuna göre;

Facebook kullanıcı sayıları bakımından dünya üstünde en çok kullanılan sosyal medya aracı olarak kaydedilmiştir (Kemp, 2020). Dünya üstünde 2,5 milyar kullanıcıya sahip olan Facebook'un pek çok dil seçeneğinin varlığı bir bakıma en çok tercih edilen sosyal medya aracı olmasının açıklaması niteliğindedir. "We Are Social" tarafından yayınlanmış olan 2020 yılı teknoloji tahkik raporuna göre, dünya üzerinde sosyal medya araçlarının "aktif kullanıcı sayıları" ile geçmiş yıllara kıyasla kullanıcı sayısındaki değişiklikler de ayrıntılı olarak aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2.2: Dünyada kullanılan sosyal medya platformlarının kullanıcı sayıları

Sıra No	Sosyal Medya Platformu	2018 Yılı Ocak Ayı Kullanıcı Sayısı	2019 Yılı Kullanıcı Sayısı	2020 Yılı Ocak Ayı Kullanıcı Sayısı
1	Facebook	2.167.000	2.270.000	2.449.000
2	Youtube	1.500.000	1.900.000	2.000.000
3	Whatsapp	1.300.000	1.500.000	1.600.000
4	Facebook Messenger	1.300.000	1.300.000	1.300.000
5	WeChat	980.000	1.083.000	1.151.000
6	Instagram	800.000	1.000.000	1.000.000
7	Tiktok/Douyin	-	500.000	800.000
8	QQ	843.000	803.000	731.000
9	QZone	568.000	538.000	517.000
10	Reddit	250.000	330.000	430.000
11	Snapchat	255.000	287.000	382.000
12	Twitter	330.000	326.000	340.000
13	Skype	300.000	300.000	-
14	Linkedin	260.000	303.000	-

Kaynak: We Are Social'dan (2020) alınmıştır.

Yukarıdaki tablo incelendiği zaman dünya üstünde sosyal medya araçları arasında en yaygın kullanılan aracın Facebook olduğu dikkati çekmektedir. Hatta sosyal medya araçlarının yıllar içerisinde çeşitlenmesine rağmen Facebook'un kullanıcılarının sayıları gittikçe artmıştır.

Bu durumun kullanıcıların ulaşmak ve takip etmek istedikleri kişiler, Facebook aracılığıyla bulabileceklerine olan düşüncelerinden ileri geldiği düşünülmektedir. Dünya üstünde 2,5 milyon kullanıcıya sahip olan Facebook, kullanıcılarına kullanım kolaylığı sunması, çok sayıda dil seçeneğini desteklemesi nedenleriyle kişilerin internete erişebildikleri her yerde hızlı ve kolayca etkileşim içinde olmalarını sağlamaktadır. Bununla beraber, kişilerin ilgi alanlarına yönelik çeşitli topluluklara ulaşabilmesini, gündelik haberleri ve olayları takipte kalabilmesini, pek çok markanın ya da kurumun indirim ve kampanyalarından haber alabilmesini ve eğlenebilmesini sağlayan bütün sosyal medya araçlarının özelliklerini bünyesinde barındırması yüzünden dünya üzerinde Facebook en çok kullanılan sosyal medya aracı olmuştur (Sönmez, 2016).

"We are Social" tarafından paylaşılmış olan 2020 yılı teknoloji tahkik raporu bağlamında, YouTube, Facebook'un sonrasında bir hayli fazla uygulayıcı sayısı olan sosyal medya platformudur (Kemp, 2020). YouTube kullanıcılarına video içerikleri üretip aynı zamanda üretilmiş olan içerikleri de seyretme imkânı sunmaktadır. YouTube'un kullanıcı sayısının fazla olmasının nedeni olarak her yaş grubuna hitap eden içerikleri bünyesinde barındırması olduğu düşünülmektedir. Bilhassa ortalama 2015 yılı itibariyle kullanıcılar yalnızca içerikleri izlemekten çok içerik üretmeye de önem verdikleri için, "youtuber" olarak adlandırılan bir çalışma sektörünün oluşmasıyla YouTube farklı bir boyuta sahip olmuştur (Terzi, 2019). Kullanıcılarının sayılarının artmasıyla beraber gittikçe popüler kültürün oluşumunda daha da büyük etkiye sahip olan YouTube platformuna önemli yapım şirketleri de yatırım yaptığı için bu araç gittikçe teknolojik ağ dünyasının uygulayıcı kanalı durumuna gelmesi dikkate değer bir sektör haline gelmiştir (Kuyucu, 2013).

Türkiye'deki sosyal medya iletişim uygulama aracı kullanıcılarının %92'si, "We Are Social" tarafından 2019 yılında yayınlanan teknoloji inceleme raporuna göre, en popüler sosyal medya platformu olan YouTube'u tercih etmektedir. (Kemp, 2020). Dünya genelinde sosyal medya araçları arasında en yaygın olan Facebook ise Türkiye'de kullanım sıralamasında dördüncü olmuştur. YouTube aracının Türkiye'de

Facebook'un önüne geçmesinin nedeni ise bireylerin fikirlerini paylaşarak bu platform aracılığıyla "youtuber" olarak para kazanmak istemeleridir (Kemp, 2020).

Yine aynı inceleme raporuna göre dünyada en fazla kullanılan 13. Sosyal medya uygulama aracı Twitter şeklinde görünmektedir (Kemp, 2020) Uygulayıcıların belli yazı karakterleriyle duygularını ve düşüncelerini video ya da görsel içerikler ekleyerek paylaşabilecekleri bir sosyal medya aracı olan Twitter "mikro blog" kategorisi içerisinde yer almaktadır (Sönmez, 2016). Mikro blog kategorisi içerisinde yer aldığı için Twitter'da bireyler duygu ve düşüncelerini "140 karakterle" sınırlandırmak durumundadır. Türkiye'de ise Twitter 5. olarak tercih edilen bir sosyal medya aracı olarak raporda görünmektedir (Kemp, 2020). Sosyal medya araçlarının yıllar içerisinde çeşitli hale gelmesine karşın Twitter'ın Türkiye'deki konumunun değişmeyerek tercih edilmesinin en önemli nedeninin Twitter'ın bir bakıma bir propaganda aracı olarak kullanılması olduğu düşünülmektedir (Kuyucu, 2013).

İlgili rapora göre dünya üzerinde en yaygın kullanılan altıncı sosyal medya aracıysa Instagram olarak belirlenmiştir (Kemp, 2020). Instagram bünyesinde yer alan fotoğraf ve video düzenleme programlarıyla kullanıcıların daha güzel görseller ve video paylaşımına imkân sağlayan bir sosyal medya aracıdır (Terzi, 2019). Instagram'da kullanıcılar paylaşacakları görsellerin gereken etiketlemelerini yaparak dünyadaki bütün kullanıcılara sunmaktadırlar. Türkiye'de YouTube sonrasında en çok kullanılan sosyal medya platformu %84'lük bir oranla Instagram'dır (Kemp, 2020).

Sosyal medya araçlarını kullanan kişilerin diğer kullanıcılarla etkileşim içinde olmasına, bilgi edinmesine, duygu ve düşüncelerini paylaşmasına olanak tanınması, bu araçları önemli hale getirmiştir. Bu bağlamda bu araçlar bütün bunları kişilere sağlayabildiği için çeşitli özellikleri de bünyelerinde barındırmaktadır (Güney, 2015). Biçer (2012: 33-36) tarafından sosyal medya araçlarının özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır;

- Pek çok kullanıcının içerikleri tüketmelerinin yanında sosyal medya yeni içerik üretilmesine ve diğer kullanıcılarla mesajlaşarak da etkileşim içerisinde bulunmaya olanak tanımaktadır.
- Bireylerin kendileriyle aynı değer ve ilgilere sahip diğer kişilerle buluşabilmesi sosyal medya tarafından sağlanan bir diğer imkandır.

- Kullanıcılar sosyal medya sayesinde fikir, duygu ve düşüncelerini paylaşabilecek bir ortama sahip olmaktadır.
- Sosyal medya araçları, bireylere ücretsiz katılma hakkı sağlamaktadır.
- Kişilerin geri bildirimleriyle kendileri yenileyen sosyal medya platformları sürekli gelişme gösteren yapılardır.
- Bireylerin kendi sosyal medya hesaplarında gizlilik durumlarını belirleyebilecekleri olanaklar söz konusu araçlarda bulunmaktadır.
- Bu özelliklerin yanı sıra Özkan ve McKenzie (2008) sosyal medya araçlarının özelliklerini aşağıdaki şekilde sıralamıştır.
- Sosyal medya araçlarının neredeyse hepsi kullanıcıların daha kolay ve hızlı iletişim kurabilmesi için birbirlerinden farklı ve çeşitli hizmetlere sahiptir.
- Sosyal medya araçları kişilere istedikleri kişilere erişebilme, arkadaş grubu oluşturabilme ya da arkadaş gruplarına eklenebilme ile ilgi alanları birbirine benzeyen kişilerin iletişim kurabilmesine imkân sağlamaktadır.
- Sosyal medya araçları kullanıcılara bireysel erişilebilirlik ile gizlilik olanağı sağlamaktadır.
- Sosyal medya araçlarının neredeyse hepsi hiçbir ücret almadan bireylere hizmet sağlamakla beraber bazılarıysa oldukça cüzi ücretler talep etmektedir.
- Sosyal medya araçları kişilerin beklenti ve istekleri bağlamında çeşitliliğe sahiptir.
- Sosyal medya dünya üzerindeki bütün herkese ırk, millet, dil, yaş ve cinsiyet fark etmeksizin açık platformlar sunmaktadır. Fakat devletlerin bazıları kendi bireysel politikaları yüzünden bazı sosyal medya araçlarının kullanımları süresiz ve/veya belirli süreli olarak kısıtlayabilmektedir.
- Sosyal medya araçlarının neredeyse hepsi bireylere dönüt verebilecek açık alt yapı hizmeti sunmaktadır. Bu sayede kişilerin kendi sosyal medya araçlarını yapabilmeleriyle ilgili görüş alabilmelerine imkân tanınmaktadır.

2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığı kişilerin sosyal medya uygulama araçlarını kontrol dışı ve aşırı biçimde kullanmalarıyla kendi günlük hayatlarına zarar vermeleri biçiminde tanımlanmasının yanı sıra literatürdeki diğer davranışlara yönelik bağımlılık çeşitleri gibi kişilerin üstünde belirli etkilere sebep olmaktadır (Beyler, 2019). Bu nedenle, sosyal medya bağımlılığının diğer bağımlılık türlerinden ayırt edilebilmesi için, benzer

bir şekilde internet bağımlılığı olarak adlandırılan, olumsuz ve sorunlu internet kullanımının da yeterli düzeyde fark edilmesi gerektiği önemli bir noktadır. İnternet araçlarının kontrol dışı ve aşırı biçimde kullanılmasının kişilerin hayatlarında pek çok soruna sebep olabileceği düşünülmektedir. Konuyla alakalı literatür incelendiğinde internet araçlarının aşırı bir biçimde kullanılmasıyla beraber bireylerin gündelik hayatlarına zaman ayıramadıkları gözlemlenmiştir. Ayrıca aile, okul, iş ve özel hayatlarında bozulma yaşadıkları ve bundan dolayı da internet kullanım sıklıklarıyla ilgili çevrelerine yalan söyleme durumları dikkat çeken davranışları arasındadır. Yine aynı sebepten pek çok psikolojik sorunla karşı karşıya kaldıkları da bilinmektedir (Young, 1996).

Amerikan Psikiyatri Derneği'nin 2013 yılında yayınladığı "Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı (DSM-5)"nda, sosyal medya bağımlılığını net bir şekilde onaylayan bir tanım bulunmaması, bu konuda psikolojik ve davranışsal bir bağımlılık türü olarak tamamen kabul edilip edilmediği konusunda belirsizlik oluşturmaktadır. Söz konusu durum da sosyal medya bağımlılığıyla ilgili araştırmaların sosyal medya bağımlılığını net bir şekilde açıklamasının önüne geçmektedir (Ekşi ve ark., 2019).

Genel olarak sosyal medya araçlarını aşırı şekilde kullanan kişilerin internet bağımlılığına benzeyen pek çok belirti gösterdiği düşünülmektedir (Tutgun, 2015). Sosyal medya araçlarının kontrol dışı ve fazla kullanımı nedeniyle kişilerin hayatlarında ortaya çıkan sorunların ilgili literatürde sosyal medya bağımlılığından kaynaklandığı sonucuna varılmaktadır. Fakat “sosyal medya bağımlısı” şeklinde isimlendirilen kişilerin ortaya serdiği belirtilerin diğer davranış temelli tabiiyet türlerine sahip kişilerle benzerlik göstermiş oldukları belirtilmektedir (Tutgun, 2009). Bu nedenle, sosyal medya bağımlılığı ile diğer bağımlılık türleri arasındaki farklılıkların tam anlamıyla anlaşılması büyük önem taşımaktadır.

Sosyal medya araçları kişilerin diğer kişilerle sosyalleşebilecekleri, duygu ve düşüncelerini rahatlıkla paylaşabilecekleri, vakitlerini aktif bir biçimde değerlendirebilecekleri ve aynı zamanda eğlenebilecekleri iletişim platformları şeklinde bilinmekle beraber bunların kontrol dışı ve gereğinden fazla kullanılmalarından ötürü sosyal medya bağımlılığı şeklinde isimlendirilmektedir (Aktan, 2018).

Alan yazında sosyal medya bağımlılığı hakkında pek çok tanım bulunmaktadır. İlk olarak Griffiths (2013) sosyal medya bağımlılığını, insanların sosyal medya iletişim platformlarında aşırı vakit harcaması, bağımlılık yaratıcı bir şekilde sürekli olarak internet uygulama platformlarında kalmak istemesi, yoğun kullanımının okul, iş ve kişisel yaşamdaki sorumluluklarına engel olması, uzaklaşma durumunda fiziksel ve ruhsal sorunlarla karşılaşması, sosyal etkileşimlerinde sorunlar yaşaması ve sosyal medya ile mücadele etmekte zorlanması nedeniyle ruhsal sıkıntılar yaşaması olarak tanımlamaktadır. Sosyal medya bağımlılığıyla ilgili yapılmış olan bir başka tanımlamaya göre de bahsedilen bağımlılık türünün kişilerin sosyal medya araçlarını temelde aşırı biçimde kullanmasının yanı sıra kullanmadığı ya da kullanım sürelerini azaltmaya çalıştıkları zamanlarda yoğun kaygı hissetmeleri, sosyal ilişkilerini çıkmaza sokması ve negatif duygular hissettiklerinde daha çok sosyal ağları kullanma eğiliminde olmaları şeklinde açıklanmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015).

Kişiler tarafından birtakım alışkanlıklar ve davranışların sürekli olarak tekrarlanması durumuna davranışsal bağımlılık adı verilmektedir. Davranışsal bağımlılık, sigara ya da alkol bağımlılığı gibi herhangi bir maddeye yönelik bir bağımlılık türünü ifade etmez. Daha çok karakter özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağımlılığın tedavi edilebilmesi için ise kişi bu bağımlılık türünü kabullenerek tedavi olmayı kabul etmelidir. Örneğin alışveriş bağımlılığı, davranışsal bağımlılık olarak değerlendirilebilir. Alışveriş bağımlılığına sahip olan kişi psikolojik olarak kendini rahatlatabilmek amacıyla ekonomik olarak bu imkana sahip olmasa bile sürekli olarak alışveriş yapmaya yönelmektedir (Polat, 2018). Tıpkı alışveriş bağımlılığı gibi sosyal medya bağımlılığı da davranışsal bağımlılık statüsünde değerlendirilebilir.

Davranımsal bağımlılık sadece bir nesneye yönelim değildir. Bağımlı bireyin hissiyatı bağlamında bir kediye, bir kişiye ya da canlı cansız fark etmeksizin bir varlığa da bağımlılık davranışı gösterilebilmektedir. Sosyal medya bağımlılığıyla ilgili literatürde yapılmış olan bu tanım da bu ifadeyi doğrular niteliktedir; davranış, zihinsel süreçler, duygusal durumlar ve iletişimde ortaya çıkan sorunlarla birlikte yayılan ve kişinin yaşamının tüm alanlarını etkileyen bir sorun olarak tanımlanabilir. Bu durum, duygusal bozukluklar, iletişim çatışmaları, çatışma durumları, davranış değişiklikleri, yalnızlık hissi, anti-sosyal davranışlar gibi psikolojik ve iletişimsel sorunlara yol açabilir (Ünlü, 2018). İnternet, bireyler tarafından doğru şekilde kullanıldığında çok fazla olumlu özelliği ile hayatı kolaylaştırmasına karşın bugün yanlış kullanıldığında

da çeşitli olumsuzlukları ortaya çıkarmaktadır. Yapılmış olan çeşitli araştırmalar bağlamında; sosyal medya bağımlılığıyla internet bağımlılığının belirtilerinin benzediği sonucuna ulaşılmıştır. Chicago Booth School of Business University tarafından yapılan bir araştırma, sosyal medya bağımlılığının sigara veya alkol bağımlılığına göre daha ciddi sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir. Bu çalışma, sosyal medya bağımlılığının diğer bağımlılık türlerinden daha fazla zararlı etkileri olduğunu belirtmektedir. Bu durumun nedeni de alkol veya sigara bağımlılığının tedavi sürecinde bireylerin bu maddelerden uzak durmaları mümkünken, sosyal medya bağımlılarının uzak durmaları mümkün olmamaktadır. Bununla beraber, birey sigara veya alkol gibi maddelere istemediğinde ya da satın almadığında ulaşamamasına karşın sosyal medya yaşamın her alanında yer aldığı için bireyin kendisini ondan soyutlaması veya kısıtlaması davranışsal geri bildirim bakımından oldukça zor ve çaba gerektirmektedir (Ünür, 2016).

Sosyal medya kullanımının günlük hayatı etkisi altına alan çeşitli sonuçları bulunmaktadır. Bu sonuçlar arasında kalitesiz ve/veya az uyku, zihin meşguliyeti, kullanımda herhangi bir sınırlama getirmeye uğraştıkça söz konusu uğraşların başarısızlıkla sonuçlanması ve her defasında daha çok zaman geçirmeyi sürdürme, online değilken dahi sosyal medya ortamında olmayı nedenli veya nedensiz bir şekilde istemek, aile iletişimde negatif etkiler, okul başarısında düşüş gibi durumlar bulunmaktadır (Turgun-Ünal, 2015).

Diğer yandan uzmanlar, sosyal medya araçlarını kullanmanın bağımlılık seviyesinde olduğu durumların anksiyete ya da kaygı bozukluğu gibi rahatsızlıklara da sebep olabileceğini ortaya koymuşlardır. Normal seviyelerde kullanmayanlardaysa gerçek sosyal ilişkilerde iletişim sorunları ile depresyona meyilli bir yapının oluşabileceği de belirtilen ifadeler arasındadır. Bilhassa ergenlerdeki yeterli düzeyde gelişmemiş olan iletişim yeteneklerinin üstüne fazla sürelerde kullanılan sosyal medya araçları da eklendiğinde durum daha da zorlaşmaktadır. Bu tarz sağlıklı sosyal medya kullanımı bireylerin çevrelerine de sağlıklı davranışlar göstermesine neden olabilmektedir (Buffardi ve Campbell, 2008).

Sosyal medya bağımlılığıyla kişilik özellikleri arasında var olan ilişkinin belirlenmesi için gerçekleştiren bir çalışmanın sonuçlarına göre narsist bireylerin sosyal medyayı daha çok kullandığı ortaya konmuştur. Narsist kişilikler teknoloji çağından önce var olmuş olsalar da teknolojinin yaygınlaşmasıyla onaylanma ve beğenilme arularını

paylaşım yaparak tatmin etme imkânı bulmuşlardır (Balcı ve Gargalık, 2020). Genel olarak sosyal medya araçları bütün kullanıcılarına açık bir platform sağlamaktadır. Bu durum da kullanıcıların kendilerini istedikleri şekilde sunup tanıtımalarına imkân tanımaktadır (Baripoğlu, 2012: 1303-1314). Bireyler reel yaşamda olmayı isteyip olamadıkları bir karakter özelliğine sosyal medya araçlarında yarattıkları profillerde bürünmektedirler. Bir diğer deyişle, sosyal medya ortamında, olmayı istedikleri kişiler olabilmektedirler. Gündelik hayatta sesleri dahi çıkmayan pasif yapıdaki kişiler, sosyal medya platformlarında herhangi bir konuda doğru veya yanlış açıkça yorum yapabilmekte ve aktif davranışlar sergileyebilmektedirler. Bu durumun tam tersi de bir şekilde gündelik hayatta aktif bir yapıya sahip olan bireyler sosyal medya ortamında reel kimliklerini ve karakterlerini gizlemek suretiyle pasif bir tutum içerisinde de bulunabilmektedirler. Söz konusu platformlar ergenler ve çocuklarda olduğu gibi yetişkinlerde dahi güvensizlik oluşturabilmektedir. Pek çok kullanıcı karşısında bulunan bireylere olduğundan daha çok bilgi verdiği için bu durum olması gereken iletişim yapısını yıpratarak güvensizliğe yol açabilmektedir. Bu tarz durumlarda bireyde yetersizlik duygusunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır (İşiten, 2012).

2.3.1. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Araştırmalar

Sosyal medya bağımlılığıyla ilgili gerçekleştirilmiş olan araştırmalar değerlendirildiği zaman, sosyal medya bağımlılığının kişilerin sosyal medya araçlarını fazlaca kullanması nedeniyle hayatlarında ortaya çıkan çok sayıda bozulma şeklinde düşünülmesi uygun olmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı konusunda yapılmış ilk araştırmaların temelinde internet bağımlılığı ve Facebook bağımlılığı bulunmaktadır (Aktan, 2018).

Konuyla alakalı gerek Türkiye’de gerekse yurt dışında gerçekleştirilmiş olan pek çok araştırma bulunmaktadır. Bu bağlamda Barker’ın (2009) yapmış olduğu araştırmada, kişilerin sosyal medya araçlarını kullanım zamanlarını artırmasının gündelik hayat etkinliklerinde bozulmaya neden olduğu ve güvensiz sosyal ilişkiler kurmalarına yol açtığı ortaya çıkmaktadır. Benzer doğrultuda Choi ve ark. (2009) tarafından yapılmış olan araştırmada kişilerin sosyal medya araçlarını kullanım süreleriyle gündelik hayat etkinlikleri ile uyku intizamları arasında “negatif yönde anlamı bir bağlantı” olduğu dikkati çekmektedir. Söz konusu araştırmada kişilerin sosyal medya araçlarını kullanım zamanlarını arttırmasının gündelik hayat etkinliklerine negatif etkide bulunup uyku süreleriyle uyku kalitesini azaltmış olduğu ortaya çıkmaktadır.

Luscombe (2009)'un yapmış olduğu araştırmada kişilerin Facebook kullanım süreleriyle evlilik ilişkilerinin arasında olumsuz yönlü anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda bu araştırmada kişilerin Facebook sosyal medya aracını kullanım zamanlarının artışının evliliklerinde başa çıkamayacakları sorunlara sebep olduğu ve boşanmayla sonuçlanan tartışmaların ortaya çıktığı bulgularına ulaşılmıştır.

Clayton, Nagurney ve Smith (2013) tarafından gerçekleştirilmiş olan bir diğer araştırmada evli çiftlerin Facebook sosyal medya aracını kullanma zamanları bağımlılık seviyesinde değerlendirilmesiyle evliliklerde pek çok sorun meydana gelmesi arasında pozitif manada bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Hatta evli çiftlerin bağımlılık seviyesi arttıkça evliliklerinde ortaya çıkan sorunların da artış gösterdiği saptanmıştır.

Kirschner ve Karpinski'nin (2010) gerçekleştirmiş olduğu araştırmada ise lisedeki öğrencilerin sosyal medya araçlarını kullanma süreleriyle akademik başarıları araştırıldığında “negatif doğrultuda anlamlı bir ilişki” bulgusuna erişilmiştir. Söz konusu araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya araçlarını kullanma sürelerinde artış oldukça akademik başarılarında da düşüş olduğu saptanmıştır. Benzer biçimde Rouis, Limayem ve Salehi-Sangari'nin (2011) yapmış olduğu araştırmada ise lise öğrencilerinin Facebook kullanma zamanlarında artış oldukça akademik başarılarında azalma olduğu saptanmıştır.

Andreassen'in (2012) yapmış olduğu araştırmada da lise öğrencilerinin sorumluluk ve görevlerini yerine getirme durumlarıyla Facebook bağımlılıkları arasındaki ilişki incelendiği zaman, öğrencilerin Facebook bağımlılık seviyelerinde artış oldukça sorumluluklarını yerinde getirmelerinde de azalma olduğu ortaya çıkmıştır.

Kuss ve Griffiths'in (2017) gerçekleştirmiş olduğu araştırmada ise sosyal medya bağımlılığıyla kişilerin sosyalleşebilme seviyeleri arasındaki ilişki incelendiği zaman kişilerin sosyal medya araçlarını kullanma zamanlarında artış oldukça gerçek hayattaki ilişkileri ihmal ettikleri için sosyalleşmelerinde azalma olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yine aynı doğrultuda Longstreet ve Brooks'un (2017) yapmış olduğu araştırmada kişilerin sosyal medya araçlarında geçirdikleri zaman arttıkça gündelik hayat pratiklerinde sorun yaşadıkları için yaşama dair doyumlarında azalma olduğu bulunmuştur.

Elhai, Hall ve Erwin (2018) yaptıkları araştırmada bireylerin sosyal medya uygulama araçlarında geçirdikleri süreyle duygu durum bozukluklarının pozitif yönlü manalı bir ilişkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Söz konusu tahkikte kişilerin sosyal medya uygulama araçlarında geçirdikleri süre arttıkça stres, kaygı, depresyon, negatif benlik algısı ve yoksunluk sorunlarının ortaya çıkması seviyesinde artış olduğu dikkati çekmektedir.

Sosyal medya bağımlılığıyla ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilmiş olan araştırmalar değerlendirildiği zaman kişilerin sosyal medya araçlarında geçirdiklerin sürelerin artışının günlük hayat pratiklerini, uyku kalitelerini, akademik başarılarını, sosyal ilişkilerini, duygu durum seviyelerini, hayat doyumlarını ve sorumluluklarını yerine getirme seviyelerini negatif şekilde etkilemiş olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal medya bağımlılığına yönelik Türkiye’de de pek çok araştırma gerçekleştirilmektedir.

Bu bağlamda Hazar'ın (2011) yapmış olduğu araştırmada ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık seviyeleriyle okul başarılarının arasında “negatif doğrultuda anlamlı bir ilişki” bulgusuna ulaşılmıştır. Bahsi geçen araştırmada öğrencilerin sosyal medyaya bağımlılıklarının artışıyla akademik başarı düzeylerinin azalması arasında ters orantı saptanmıştır. Benzer konuyu işleyen Çam ve İşbulan'ın (2012) yaptığı bir başka araştırmaya göre de ergen gençlerin sosyal medya bağımlılık seviyelerinin artışına karşılık akademik başarılarında düşüş olduğu ortaya çıkmıştır.

Balcı ve Gölcü'nün (2013) gerçekleştirmiş olduğu araştırmada ise, kişilerin bir sosyal medya aracı olan Facebook'ta geçirdikleri süreyle sosyal ilişki seviyelerinin incelenmesi sonucunda “negatif yönde anlamı bir ilişki” bulgusuna ulaşılmıştır. Söz konusu araştırmada kişilerin Facebook'ta geçirdikleri sürede artış oldukça sosyal ilişkilerinde sorunların ortaya çıkaran daha çok yalnız kaldıkları bulgusuna ulaşılmıştır.

Tutgun-Ünal (2015) tarafından gerçekleştirilen bir başka araştırmaya göre; sosyal medya araçlarını kullanma süreleriyle stres ve kaygı seviyelerinin arasında “pozitif yönlü anlamlı bir ilişki” ortaya konmuştur. Bu bağlamda, bu araştırmada kişilerin sosyal medya araçlarını kullanma süreleri artış gösterdikçe, stres ve kaygı seviyeleri de artmaktadır.

Karaçor'un (2018) yapmış olduğu araştırmada ise, sosyal medya ile internette geçirilen zamanla lisans düzeyi öğrencilerinin anksiyete seviyeleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Buna göre; lisans öğrencilerinin sosyal medya ile interneti kullanma

süreleriyle depresyon seviyeleri arasında “pozitif yönlü anlamlı bir ilişki” bulgusuna ulaşılmıştır. Bahsi geçen araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri vakit arttıkça depresyon seviyeleri de artış göstermiştir. Bu araştırmayla aynı doğrultuda Şeker'in (2018) gerçekleştirmiş olduğu araştırmada da kişilerin sosyal medya bağımlılık seviyelerinin artışı depresyon seviyesinin de artışına yol açmaktadır.

Yüksel-Şahin ve Öztoprak tarafından 2019 yılında yapılmış olan bir çalışmada ergenlerin sosyal medya bağımlılıkları ve benlik saygısı düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu çalışmanın sonucuna göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin onların cinsiyet, benlik saygısı ve annelerinin tutumlarına göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Babalarının çalışma durumu ya da ailelerin gelir seviyeleri ile sosyal medya kullanma alışkanlığı arasında ayırım bulunmadığı görülmektedir.

Konuk'un (2019) gerçekleştirmiş olduğu bir başka araştırmada ise kişilerin sosyal medya bağımlılık seviyeleriyle duygu-durum sorunları yaşama seviyeleri arasında olabilecek muhtemel ilişki incelendiği zaman ortaya “pozitif yönlü anlamlı bir ilişki” çıkmıştır. Bu bağlamda gerçekleştirilen araştırmada kişilerin sosyal medya bağımlılık seviyelerinde artış oldukça duygu-durum sorunlarını da yaşama seviyelerinin artış göstermiş olduğu araştırmanın sonunda saptanmıştır.

Terzi'nin (2019) gerçekleştirmiş olduğu araştırmada da kişilerin sosyal medya bağımlılık seviyeleriyle bireysel olarak kendilerini iyi hissetme seviyeleri arasında “negatif yönlü anlamlı bir ilişki” bulgusuna ulaşılmıştır. Söz konusu araştırmaya göre kişilerin sosyal medya bağımlılık seviyelerinde artış oldukça, bireysel olarak kendilerini iyi hissetme seviyelerinde azalma olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Sosyal medya bağımlılığı ile akademik başarının düşük olması arasında bir ilişkinin bulunabilmesi için yapılan araştırmalarda ise ergenlerin okula yönelik motivasyonlarının ve öz yeterlilik inançlarının sosyal medya bağımlılığı durumunda düştüğü bulgusuna erişilmiştir. Öz yeterlilik, lise çağındaki bireylerin akademik başarıya ulaşmaya yönelik güdülenmesini sağladığı görüşü yaygın olarak kabul edildiği için, sosyal medya bağımlılığı ile öz yeterlilik ilişkilendirmesi yapılarak pek çok araştırma yapılmıştır. Bu bağlamda lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığıyla öz yeterlilik arasında kurulmaya çalışılan bağlantı sonucunda ikisi arasında “negatif bir bağlantı” olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Tressel, 2014).

Amerika Birleşik Devletleri'nde lise öğrencilerine yönelik olarak gerçekleştirilmiş olan bir çalışmada, özellikle 14-17 yaş arasında yer alan lise öğrencilerinin sosyal medya araçlarını kullanım düzeyleri %82 oranında çıkmış olup, söz konusu araçların 12-13 yaş aralığındaki gençler arasında da oldukça popüler olduğu çünkü bu yaş grubunun yarısından fazlasının sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandığı bulgusuna erişilmiştir (Alexander, 2012). Sosyal medya ve internet aşırı derecede kullanılmasının sonucunda da okul başarısında düşüş olduğu, sosyal aktivitelerin çevrimiçi ortamda çok fazla vakit geçirildiği için negatif etkilendiği, eğlence için ayrılan vaktin her geçen gün azaldığı, aile içi ilişkilerin bu durumdan olumsuz etkilendiği pek çok araştırmayla ortaya konmuştur (Karacaoğlu, 2019).

13-19 yaş aralığına sahip 271 ergenlik çağındaki lise öğrencisinin sosyal medya bağımlılık seviyelerinin belirlenmesi ile Türkiye'deki sosyal medya bağımlılığının önlenmesi adına çeşitli önerilerin sunulmasıyla ilgili çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen araştırmaya göre; 14 yaşındaki ergenlerde sosyal medya bağımlılık seviyesinin düşük çıktığı saptanmış olmakla beraber, yaş seviyesi 17 yaşına ulaşana kadar söz konusu seviye en yüksek oranı bulmuştur. Sonraki aşamalarda 18 yaşın üzerinde oranın düşmeye başladığı saptanmıştır görülmüştür (Kırık ve ark., 2015: 108-122).

Sosyal medya bağımlılığına yönelik olarak gerçekleştirilen araştırmalar genel olarak değerlendirildiğinde, kişilerin sosyal medya kullanım sürelerinde artış olmasının akademik başarı düzeylerini, toplumsal bağlarını, ruhsal durum seviyeleri ile bireysel iyi oluş seviyelerini negatif olarak etkilemiş olduğu dikkati çekmektedir. Diğer yandan sosyal medya kullanım sürelerinde artış olmasının kişilerin kaygı seviyeleri ve depresyon düzeylerinde artışa yol açtığı bulgular arasındadır. Söz konusu literatürde lise öğrencilerinin medya uygulama araçlarının kullanma saatlerinin kontrolsüz veya aşırı olması sebebiyle akademik başarı seviyelerinin de negatif şekilde etki aldığı ortaya koyan çok fazla araştırma bulunmaktadır (Sağbaş ve ark., 2016, Sarı ve ark., 2011, Çam ve İşbulan, 2012, Tutgun-Ünal, 2015).

2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Ergenlere Olan Etkileri

Bütün bağımlılıklarda olduğu gibi sosyal medya bağımlılığının da ergenlerin yaşamı üstünde çeşitli negatif etkileri bulunmaktadır. Sosyal medyayı çok fazla kullanan ergenlerin artık bu hareketi sürekli tekrarlamaları bağımlılık yolunda ilerlediklerini

göstermektedir ve bu durum onlarla konuşulmaya çalışıldığında da durumu kabul etmeme ve reddetme gibi tavırlar sergilemektedirler. Ergenlerin bağımlılık yolunda ilerlediğini ilk farkedenden onlarla sürekli vakit geçiren ebeveynleri ya da yakın arkadaşlarıdır. Brenner (1997) tarafından yapılan araştırmada; çalışmada yer alan katılımcıların %58'lik bir kısmı çevrelerindeki kişilerin sosyal medyayı fazla kullanmasından şikayetçi olmuştur. Bağımlılıklarda en dikkate değer olgu bu tarz reddetme çatışmalarıdır (Griffiths, 2000). Bilhassa ergenlik dönemini geçiren sosyal medya kullanıcıları, kullanım sürelerini gizledikleri zaman, süre kısıtlamalarında uymadıklarında, kendilerini arkadaşlarından veya diğer ortamlardan soyutlayıp konuya ilişkin yalan söyleme eğiliminde olduklarında ortaya çatışma çıkmaktadır (Hagedorn ve Young, 2011). Halihazırda var olan problemin kabul etmeyen ergen kişinin alıngan ve savunmacı davranmasının bir sonucu olarak kullanıcıya karşı problemi ifade eden ailesi ya da bir arkadaşıyla da arasında gerginlik diğer bir ifadeyle çatışma olabilecektir. Bu durum da var olan ilişkilere zarar verebilmektedir.

Ergenlerin sosyal ağların negatif etkilerinden öteki yaş gruplarına kıyasla daha çok etkilenmelerinin en dikkate değer nedeni gelişme zamanlarını hali hazırda tamamlamadıkları içindir (Tsai ve Lin, 2001: 373-376; Yang ve Tung, 2007: 79-96). Pek çok araştırma, ergenlerin sosyal medya ağlarını kullanım nedenlerinin arasında iletişim ve eğlence olduğunu ortaya koymaktadır. Bir diğer kullanım nedenleriye bilgiye ulaşmaktır (Tsai ve Lin, 2003: 649-652; Bayraktar ve Gün, 2007: 191-197). Konuyla ilgili yapılmış olan bir diğer araştırma incelendiğinde, sosyal medya ve/veya internet bağımlılığıyla internet kullanım davranış biçimleri arasındaki ilişkinin incelenerek bahsi geçen iki davranışın arasında anlamlı bir ilişkiye ulaşıldığı dikkati çekmektedir. Bilhassa ergenlerin konuyla ilgili bağımlılık davranışı göstermelerinin en dikkate değer sebebi benzer bir başka çalışmanın bulgularında da ifade edildiği üzere eğlence ve iletişim maksatlı kullanımda ortaya çıkmaktadır (Chou, Condon ve Belland, 2005:363-388). Ergenler içinde yaşadıkları ergenlik dönemindeki düşük benlik saygısı ve uyum sorunlarıyla başa çıkabilmek için sağlıklı sosyal medya kullanım davranışı geliştirmektedirler (Lin ve Tsai, 2002: 411-426).

Sosyal ağlara müptela olan ergenleri nasıl etkilediği incelendiği zaman, aşağıda yer alan belirtilerin ortaya çıktığı görülmektedir:

- Bağımlılığın en önemli etkisi işlevsellikte ortaya çıkan bozulmalar olarak görülmektedir. “Sosyal iletişimde oluşan gerilemeler, akademik başarıda

düşüşlerin yaşanması ve aileye karşı sorumlulukların yerine getirilmemesi” işlevsel bozulmalara örnek teşkil etmektedir. Kişilerin sürekli olarak sosyal medya araçlarını düşünmesi ve sanal mecralara bağımlı hale gelmeleri, uzak kaldıklarında diğer işlere odaklanmada güçlük çekmelerine neden olabilir. Ayrıca, sosyal medya kullanımı kaynaklı huzursuzluk ve yalnızlık duyguları da belirgin şekilde ortaya çıkabilir (Kırık, Aslan, Çetinkaya ve Gül, 2015: 108-122).

- Bir şeyin müptelası olarak kabul edilen ergenlerde sağlıklarına ilişkin çeşitli konularda sorunların ortaya çıkması doğal kabul edilmektedir. Devamlı olarak sosyal medya araçlarında zaman geçirmeleri uyku problemleri yaşamlarına neden olabilmektedir. Bağımlı kişilerle olmayan kişiler kıyaslandığı zaman, bağımlı olanların aşırı uyku problemi veya kalitesi az bir uyku düzeyine sahip oldukları ortaya çıkmaktadır.
- Ergenler içerisinde bulundukları dönem itibari ile ellerinde buluna duygusal sorunlardan ya da stres gibi duygularda bir kaçış şeklinde sosyal medya araçlarında girip bir bakıma rahatlama ve arınma duygusu yaşamaktadırlar. Ortaya çıkan söz konusu rahatlamayla beraber bağımlılık gelişmeye başlayabilmektedir. Bağımlılığın oluşmasının ardından kendi duygularından kopuk bir şekilde yaşamalarının bir aracı şeklinde sosyal ağları kullanılmaktadır. Ağlardan uzak kaldıklarındaysa kaygı durumuyla karşı karşıya kalabilmektedirler.

Sosyal medya bağımlılık davranışı gösteren ergenler çevrimdışı olduklarında, yaşadıkları gerçek ilişkilerde ve anlarını yaşamayı sürdürürken bir devamlı olarak sosyal ağlarda çevrim içi olmayı istemektedirler. Bu tarz durumlarda bağımlı olan ergenin gerçek ilişkisinde karşısında bulunan arkadaşları veya aile bireyleri de bu durumu fark ettiklerinde rahatsız olmaktadır. Rahatsızlığın sonucunda ilişkiler zedelenip bitme tehlikesiyle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak arkadaş kayıpları yaşanmakta ve sonrasında ergende önemli seviyede depresyon ve endişe belirtileri ortaya çıkabilmektedir (Andreassen, 2015: 179-180).

Yapılmış olan çalışmalarda Instagram ve Facebook gibi sosyal medya kullanıcıları kendilerinin ideal oluşturdukları imajlarını bu ortamlarda ortaya koyduklarından dolayı, diğer kullanıcıların hayranlığını kazanmayı başarmaktadır (Chou ve Hsiao, 2000). Sosyal medya platformu, hemen her yaş grubundan kullanıcının kendisini

istediği şekilde göstermesini mümkün kılan bir ortam sunmaktadır. Bilhassa narsistik davranışlar sergileyen kullanıcılara olmayı hayal ettikleri ideal benlik alanı oluşturabilmek adına en uygun ortamı sunmakla beraber bu kişilerin olumsuz özelliklerini saklamasına da imkân tanımaktadır. Bu bağlamda narsistik özelliklerin artışı sosyal medya bağımlılık seviyesinin de aynı düzeyde artışını sağlamaktadır.

Özel yaşam ve mahremiyet algısının kalmadığı sosyal ağlarda, ergenler paylaşmak istediği her şeyi istediği saatte yapabilmektedir. Farklı hayatları sosyal medya platformlarında takip edebilmek ve görebilmek de mümkün olmaktadır. Bu durumun insanın psikolojisinin bozduğu da açık bir durum olarak kabul edilmektedir. Bilhassa henüz olgunlaşmamış ergenlik dönemini geçiren kişilerde çeşitli negatif durumlara neden olabilmektedir. İnsanlar birbirlerini devamlı takip edip görerek yaşamlarını sürdürürken ve kendi imajlarını belirlerken özendikleri kişilere benzemeye çalışmaktadırlar. Benzemek istedikleri kişiler gibi davranıp giyinmektedirler. Bu durumun bir sonucu olarak kişiler tüketime itilmektedir. Bilhassa ergenler sosyal ağlarda ben duygularını bu şekilde bastırmaya çalışmaktadırlar. Kendilerini bu şekilde tatmin eder ve mutlu hissederler, saygınlık kazanma ve kabul görme duygularını da bastırmaktadırlar. Tüketim toplumu içerisinde yaşamını sürdüren kişi, sosyal ağlara olan bağımlılığını da aralıksız olarak benzer davranış biçimleriyle sürdürmektedir (Polat, 2018: 137).

Sosyal medya araçlarının kullanımlarına basit sınırlamaların getirilmesi ortaya çıkan sosyal bağımlılığının çözülmesini için yeterli olmayacaktır. Pek çok araştırmacı sosyal ağ bağımlılığının derinliklerinde yer alan en dikkate değer faktörün toplumsallaşma gereksiniminin varlığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte ergenlerin temel sosyal bağımlılık nedenlerinin de başa çıkamadıkları ve hızlı bir şekilde kurtulmak istedikleri sorunlardan kaynaklandığı da pek çok araştırmanın bulguları arasında yer almaktadır. Sosyal ağ bağımlılığı yalnızca tutumsal bir müptela olma türü olmayıp tutumsal tarzda görünen böyle bir problem diğer yandan ergenlerin, ailelerinin ve öğretmenlerinin psikolojik sağlıkları konusunda dikkatli olmalarına yönelik belirtiler de göstermektedir (Hanyun, 2011: 203).

2.4.1 Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bilinçli Farkındalık Bağlamında Ergenler Üzerindeki Etkileri

Bilinçli farkındalık, şu an için iç ve dış olayların yargılamadan fark edilmesi, kabul edici bir tutum ve tam dikkatle deneyimlemeyi de kapsayan en temel kaynağını Budist öğretilerden alan bir ifadedir (Brown ve Ryan, 2003; Hollis-Walker ve Colosimo, 2011; İkiz ve Uygur, 2019; Jong, 2013; Kabat-Zinn, 2003). Tepki vermeme, farkındalık, dikkat ve yargılamama becerisiyle ilişkili olan bilinçli farkındalık çok yönlü bir yapıya sahiptir (Baer ve diğ., 2008).

Kişi bilinçli farkındalık durumunda anını deneyimlemekte ve yaşamakta ve bu durumların da farkında olmaktadır (Alidina, 2014). Doğası gereği yalnızca yaşamak suretiyle net bir şekilde algılanabilen bilinçli farkındalık kavramı, kişinin bilincini ve dikkatini derinlikli, yargısız ve kabullenici olarak anlık yaşanan deneyimlere yöneltmek suretiyle devam eden anla ilişki kurabilmesidir (Brown ve Ryan, 2003; Chambers, Gullone ve Allen, 2009; İkiz ve Uygur, 2019; Kabat-Zinn, 1994, 2000, 2003; Köroğlu, 2011). Bu bağlamda bilinçli farkındalığın geliştirilebilmesi için pek çok meditasyon türü ve dikkatli nefes alma tekniklerinin periyodik olarak uygulanması gerekmektedir (White ve diğ., 2013).

Genel olarak bilinçli farkındalığa ilişkin dört temel bileşenden bahsedilebilmekte olup bu bileşenler “farkındalık, sürdürülebilir dikkat, şimdiye odaklanma ve yargılayıcı olmayan kabul” olarak isimlendirilmektedir (Baer ve diğ., 2004; Feldman ve diğ., 2007; İkiz ve Uygur, 2019; Kabat-Zinn ve diğ., 1985; Teasdale ve diğ., 1995). Söz konusu bileşenler aşağıda detaylı bir şekilde ifade edilmektedir.

İlk bileşen olan “farkındalık”, bireyin bedensel duyumsama ve algıları, duyguları, düşünceleri, manzara ve ses gibi çevresinde bulunan dış olaylarla ilgili bilinçli bilgiye sahip olmasıdır (Brown ve Ryan, 2003). Bu yüzden farkındalık “otomatik zihinsel tepki vermeyle zıt bir noktada” bulunmaktadır (Kang ve diğ., 2013).

İkinci bileşen olan “sürekli dikkat” ise bireyin dikkatini devamlı olarak iç ve dışta bulunan uyaranlara vermesiyle ilgilidir. Kişinin bilinçli farkındalık durumu arttığında, dikkatini gözlem eylemine getirmektedir. Dikkat dağıldığı anda ya da zihin uzaklaştığında, dikkat nazik bir şekilde temel odak noktasına geri getirilmektedir. Devamlı olarak dikkatteki bu bileşen “ruminatif süreçlerde azalma ile kaygı”

(Chambers ve diğ., 2008) da dahil olmak kaydıyla olumlu ruh sağlığıyla ilişkili olarak düşünülmektedir (Wells, 2002).

Üçüncü bileşen olan “şimdiye odaklanma” ile ilgili Killingsworth ve Gilbert (2010) tarafından yapılmış olan araştırmaya bakıldığında oldukça şaşırtıcı bulgulara ulaşıkları dikkati çekmektedir. Araştırma kapsamında, 83 farklı ülkedeki 2250 kişiye telefon vasıtasıyla içinde bulundukları dakikada ne yaptıkları ve akıllarındaki düşünceler sorulmuştur. Bulgulara göre, uyku vakitlerinin haricinde, kişilerin vakitlerinin neredeyse yarısını geçmişleriyle ve gelecekleriyle alakalı düşüncelere dalarak geçirdikleri tespit edilmiştir.

Bradt (2010) çalışmasında vaktimizin %47’lik kısmını o anda yaptığımız şeylerin haricinde pek çok şeyi düşünerek geçirdiğimizi ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, şimdiye odaklanma bireyin dikkatini çabayla ya da çaba harcamaksızın farkındalığın bütün anlarında görülen iç ve dıştaki fenomenlere yönlendirebilmeyi ortaya koymaktadır (Baer, 2003). Bu durum zihnin planlar, fanteziler ya da anılar gibi geçmiş ya da gelecekle ilgili pek çok şu an dışında düşünceyle meşgul olmaması şimdiye odaklanmayla ilişkilidir (Nolen-Hoeksema, 1991).

Uygur (2017) tarafından konuyla ilgili yapılmış olan araştırmada, empati, duygusal düzenleme ve başa çıkma stratejileri değişkenlerinin ergenlerin bilinçli farkındalıklarını yordama güçleri incelenmiştir. Söz konusu araştırma 450 lise öğrencisiyle yürütülmüş olup, ergenlerin empati, duygusal düzenleme ve başa çıkma puanlarının bilinçli farkındalık durumlarını anlamlı olarak yordamış olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca regresyon modelinin ergenlerin bilinçli farkındalık seviyelerini %50 oranında açıklamış olduğu da bulgular arasında yer almaktadır.

Ergenlerle ilgili bilinçli farkındalık temelinde psiko-eğitim programlarının akademik başarı, karakter güçleri ile bilinçli farkındalığın gelişimlerine olan etkilerini inceleyen bir başka araştırmanın bulgularında deney grubunda buluna katılımcılara uygulanmış olan psiko-eğitim programının katılımcıların öğrenmeye açıklık, sebatkarlık ve bilinçli farkındalık seviyeleriyle genel not ortalamalarında anlamlı düzeyde artış olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında yapılmış olan izlem çalışmasına göre, artış düzeylerinin altı hafta sonrasına dek kalıcı olduğu gözlemlenmiştir (Güldal, 2019).

Alçay (2019) tarafından yapılmış olan bir başka araştırmada ise ergenlerin internet bağımlılığıyla bilinçli farkındalık ile öz düzenleme yeterlilikleri ilişkisi incelenmiş olup ergenlerin öz düzenleme ile bilinçli farkındalık puanlarının problemli internet kullanım puanlarını anlamlı olarak yordamış olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmanın diğer bulgularına göre; ergenlerin problemli internet kullanım puanlarının, internet kullanım saati, internetin hangi araç ile kullanıldığı, cinsiyet ve internet kullanım amacı değişkenler bağlamında anlamlı olarak farklılaşmaktadır. Bununla beraber, ergenlerin bilinçli farkındalık seviyelerinin internet kullanım amaçları, interneti kullanım saatleri ve internetin hangi araç ile kullanıldığına bağlı olarak anlamlı şekilde farklılaştığı da bulgular arasında saptanmıştır.

Konuyla ilgili gerçekleştirilmiş olan bir başka araştırmaya göre, internet sahasında bağımlılıkla ilgili araştırmalar ve araştırmalarında bilinçli farkındalığın aracı rolüyle ilgili bir model test edilmiştir (Peker ve diğ., 2019). Ortaokuldaki ergenlerin akıllı telefonu ile internet araçlarını problemli kullanımlarının, onların bilinçli farkındalıklarıyla olumsuz bir ilişkide oldukları fark edilmiştir. Çalışmada bilinçli farkındalığın akıllı telefonun problemli kullanımı ve internetin problemli kullanımının arasındaki ilişkilerde kısmi aracı şeklinde rol oynadığı saptanmıştır.

Kaymaz ve Şakiroğlu (2020) tarafından yapılmış olan bir araştırmaya göreyse, bilinçli farkındalık ile “bilişsel esneklik” değişkenlerinin gereğinden fazla bir diğer ifadeyle sorunlu akıllı telefon kullanımının üstündeki etkisini öz-kontrol değişkeninin aracı rolü bağlamında incelenmiştir. Öz-kontrolün problemli akıllı telefon kullanımıyla bilişsel esneklik değişkenlerinin arasında tam aracı rolüne sahip olduğu; problemli akıllı telefon kullanımıyla bilinçli farkındalık kullanımının arasındaysa kısmi aracı rol gösterdiği bulgularına ulaşılmıştır. Kişilerin bilinçli farkındalıklarının fazla olması öz kontrolleri üstünden direkt olmayan bir şekilde problemli akıllı telefon kullanımlarını en aza indirmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, nicel araştırma türlerinden nedensel karşılaştırma modeline uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Nedensel karşılaştırma araştırmaları, bir durumun veya olayın nedenlerini, bu nedenler üzerinde etkili olabileceği düşünülen değişkenleri veya bir etkinin sonuçlarını belirlemeye yönelik yürütülen bir araştırma türüdür. Bu tür araştırmalarda, belirli değişkenlerin etkileri kontrol edilerek, neden-sonuç ilişkileri araştırılır ve var olan durumların veya olayların nedenleri ve sonuçları anlaşılmasına çalışılır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2008: 185). Bu bağlamda çalışmada, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleriyle bilinçli farkındalık seviyeleri arasında nasıl bir ilişki olduğu araştırılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı İstanbul İli Üsküdar İlçesi'ndeki liselerde 2020-2021 Eğitim Öğretim yılında öğrenim gören 500 lise öğrencisini kapsamaktadır.

Örneklem grubuna, kolay uygulanır/ uygun örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılmıştır. Kolay ulaşılır örnekleme yöntemi “Zaman, para ve işgücü açısından var olan sınırlılıklar nedeniyle örneklemin kolay ulaşılabilir ve uygulama yapılabilir birimlerden seçilmesidir” (A.g.e: 114). Bu çalışma kapsamında, İstanbul İli Üsküdar İlçesi'nde öğrenim gören 500 öğrenciye yönelik bir örneklem seçilmiştir. Örnekleme ilişkin detaylı bilgiler aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 3.1: Öğrencilerin cinsiyet değişkenine ilişkin bilgiler

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Erkek	268	53.6	53.6	53.6
Kadın	232	46.4	46.4	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.1'de görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan bireylerin cinsiyet dağılımı şu şekildedir: 268 (%53,6) erkek ve 232 (%46,4) kadın.

Tablo 3.2: Öğrencilerin yaş değişkenine ilişkin bilgiler

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
14 yaş	80	16.0	16.0	16.0
15 yaş	135	27.0	27.0	43.0
16 yaş ve üzeri	285	57.0	57.0	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.2'de gösterildiği gibi, örneklem grubunu oluşturan bireylerin yaş dağılımı aşağıdaki gibidir: 80 (%16) kişi 14 yaşında, 135 (%27) kişi 15 yaşında ve 285 (%57,0) kişi ise 16 yaş ve üzerindedir.

Tablo 3.3: Öğrencilerin ailelerinin gelir durumu değişkenine ilişkin bilgiler

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Düşük	53	10.6	10.6	10.6
Orta	410	82.0	82.0	82.0
Yüksek	37	7.4	7.4	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.3 görüldüğü gibi araştırmamızı kapsayan kişilerin ailelerinin 53'ü (%10.6) düşük, 410'u (%82.0) orta ve 37'si (%7.4) yüksek gelir düzeyine sahiptir.

Tablo 3.4: Öğrencilerin annelerinin çalışma durumu değişkenine ilişkin bilgiler

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Çalışıyor	153	30.6	30.6	30.6
Çalışmıyor	347	69.4	69.4	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.4'de araştırma grubunu oluşturan bireylerin annelerinin çalışma durumlarının 153'ü (30.6) çalışmakta ve 347'si (%69.4) çalışmadıkları görülmüştür.

Tablo 3.5: Öğrencilerin babalarının çalışma durumu değişkenine ilişkin bilgiler

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Çalışıyor	432	86.4	86,4	86.4
Çalışmıyor	68	13.6	13.6	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.5’de örneklem grubundaki bireylerin babalarının çalışma durumlarının 432’si (%86.4) çalışmakta ve 68’i (13.6) çalışmadıkları görülmüştür.

Tablo 3.6: Öğrencilerin sınıf düzeyi değişkenine ilişkin bilgiler

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
9. sınıf	165	33.0	33.0	33.0
10. sınıf	124	24.8	24.8	57.8
11. sınıf	109	21.8	21.8	79.6
12. sınıf	102	20.4	20.4	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.6 incelendiğinde örneklem grubunu oluşturan bireylerin sınıf düzeylerinin 165’i (%33.0) 9. Sınıf, 124’ü (%24.8) 10. Sınıf, 109’unun (%21.8) 11. Sınıf ve 102’sinin (%20.4) 12. Sınıfta okudukları görülmüştür.

Tablo 3.7: Öğrencilerin kardeş sayısı değişkenine ilişkin bilgiler

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Tek çocuk	36	7.2	7.2	7.2
2-3 kardeş	374	74.8	74.8	82.0
4-5 kardeş	77	15.4	15.4	97.4
6 ve üzeri	13	2.6	2,6	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.7’de grup türünü oluşturan bireylerin kardeş sayılarının 36’sının (%7.2) tek çocuk, 374’ünün (%74.8) 2-3 kardeş ve 77’sinin (%15.4) 4-5 kardeş oldukları görülmüştür.

Tablo 3.8: Öğrencilerin annelerinin eğitim durumu değişkenine ilişkin bilgiler

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
İlkokul	214	42.8	42.8	42.8
Ortaokul	84	16.8	16.8	59.6
Lise	140	28.0	28.0	87.6
Üniversite	62	12.4	12.4	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.8’de araştırmanın grup türünü oluşturan bireylerin annelerinin eğitim durumunun 214’ü (%42.8) ilkokul, 84’ü (%16.8) ortaokul, 140’ının (%28.0) lise ve 62’sinin (%12.4) üniversite mezunu oldukları görülmüştür.

Tablo 3.9: Öğrencilerin babalarının eğitim durumu değişkenine ilişkin bilgiler

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
İlkokul	133	26.6	26.6	26.6
Ortaokul	110	22.0	22.0	48.6
Lise	162	32.4	32.4	81.0
Üniversite	95	19.0	19.0	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.9’da araştırılan gruptaki bireylerin babalarının eğitim durumunun 133’ünün (%26.6) ilkokul, 110’unun (%22.0) ortaokul, 162’sinin (%32.4) lise ve 95’inin (%19.0) üniversite mezunu oldukları görülmüştür.

Tablo 3.10: Öğrencilerin sosyal medya hesabı kullanma durumu

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Evet	380	76.0	76.0	76.0
Hayır	120	24.0	24.0	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.10’da analiz edildiği gibi, örneklem grubunu oluşturan bireylerin sosyal medya kullanma durumu aşağıdaki şekildedir: 380 kişi (%76.0) sosyal medya kullanırken, 120 kişi (%24.0) sosyal medya kullanmamaktadır.

Tablo 3.11: Öğrencilerin sosyal medyaya en çok erişim sağlanan cihaz

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
Akıllı telefon	449	89.8	89.8	89.8
Bilgisayar	40	8.0	8.0	97.8
Tablet	11	2.2	2.2	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.11’de araştırma grubunu oluşturan kişilerin sosyal medyaya en çok erişim sağladıkları cihazın 449’unun (%89.8) akıllı telefon, 40’ının (%8.0) bilgisayar ve 11’inin (%2.2) tablet kullandıkları görülmüştür.

Tablo 3.12: Öğrencilerin sosyal medyada günlük harcadığı süre

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
1 saatten az	69	13.8	13.8	13.8
1-3 saat arası	199	39.8	39.8	53.6
4-6 saat arası	178	35.6	35.6	89.2
7 saatten fazla	54	10.8	10.8	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.12’de araştırma grubundaki bireylerin sosyal medyada günlük harcadığı sürelerin 69’unun (%13.8) 1 saatten az, 199’unun (%39.8) 1-3 saat, 178’inin (%35.6) 4-6 saat ve 54’ünün (%10.8) 7 saatten fazla günlük sosyal medyada zaman geçirdikleri görülmüştür.

Tablo 3.13: Sosyal medya kullanmaya başlanan zaman

Gruplar	<i>f</i>	%	% _{gec}	% _{yig}
1 yıldan az	37	7.4	7.4	7.4
1-3 yıl arası	193	38.6	38.6	46.0
4-6 yıl arası	182	36.4	36,4	82.4
7 yıldan fazla	88	17.6	17.6	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.13’de görüldüğü üzere araştırma grubunu oluşturan kişilerin sosyal medya kullanmaya başladıkları zamanın 37’sinin (%7.4) 1 yıldan az, 193’ünün (%38.3) 1-3 yıl, 182’sinin (%36.4) 4-6 yıl ve 88’inin (%17.6) 7 yıldan fazla olduğu görülmüştür.

Tablo 3.14: Sosyal medyayı en çok kullanma amacı

Gruplar	f	%	% _{gec}	% _{yig}
Sohbet etmek	160	32.0	32.0	32.0
Yeni kişilerle tanışmak	16	3.2	3.2	35.2
Oyun oynamak	82	16.4	16.4	51.6
Bildirim/durum yazmak	18	3.6	3.6	55.2
Müzik dinlemek/paylaşmak	77	15.4	15.4	70.6
Bilgi/haber araştırmak	108	21.6	21.6	92.2
Eğitim amaçlı iletişim kurmak	27	5.4	5.4	97.6
Haber paylaşmak	12	2.4	2.4	100.0
Toplam	500	100.0	100.0	

Tablo 3.14’de incelendiği üzere araştırma grubunu meydana getiren kişilerin sosyal medyayı en çok kullanma amacının 160’ının (%32.0) sohbet, 16’sının (%3.2) yeni kişilerle tanışmak, 82’sinin (%16.4) oyun oynamak, 18’inin (%3.6) bildirim/ durum yazmak, 77’sinin (%15.4) müzik dinlemek/ paylaşmak, 108’inin (%21.6) bilgi/ haber araştırmak, 27’sinin (%5.4) eğitim amaçlı iletişim kurmak ve 12’sinin (%2.4) haber paylaşımı yaptığı anlaşılmıştır.

3.3. Veri Toplanması ve Veri Toplama Araçları

Yaptığım bu incelemede, lise öğrencilerinin bilinçli farkındalık düzeyleri ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla veri toplamak için anket ve ölçekler uygulanmıştır. Anket ve ölçek formlarının uygulanmasının öncesinde katılımcı bireylere çalışmanın önemi, eğitim alanına sağlayacağı katkı ile yanıtlama samimiyetinin çalışmanın sonuçlarına yapacağı etkiden bahsedilmiştir. Etik kuruldan ve resmi makamlardan uygulama için gerekli izinler alınmıştır. Anket formunda araştırma grubunu tanımlayıcı özelliklerin ortaya konması maksadıyla araştırmacının hazırlamış olduğu “Kişisel bilgi “formu”, Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Envanteri” ve Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği”

uygulanmıştır. Anket formunda yer alan kişisel bilgi formu ve ölçeklere ait bilgiler aşağıdaki konu başlıklarında verilmiştir.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel bilgi formunda, araştırmacının hazırlamış olduğu ve katılımcıları tanımlayıcı nitelikte olan cinsiyet, yaş, ailenin gelir seviyesi, ebeveyn çalışma durumu, sınıf düzeyi, kardeş sayısı, ebeveyn eğitim düzeyi, sosyal medya sitesine üye olma durumu, sosyal medyaya erişimin hangi araçla sağlandığı, sosyal medyayı günlük kullanım sıklığı, sosyal medyayı kullanma süresini belirlemek için toplam 13 soru yer almaktadır.

3.3.2. Ergenler için Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Deneyimleri Envanteri

Johnson ve arkadaşlarının (2016) araştırmaları kapsamında “Ergenler için Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Deneyimleri Envanteri” geliştirilmiştir. Kırca (2017) ise söz konusu envanterin Türk diline uyarlamasını yapmıştır. Envanterin içinde toplam 25 ifade bulunmaktadır. “İçsel Deneyimin Farkındalığı, Dışsal Deneyimin Farkındalığı, Farkındalıkla Davranma, Kabul ve Yargılamaksızın Yönelim, Merkezleşmek ve Tepkisizlik, Deneyime Açık Olma, Düşüncelerin Göreceliliği ve İçgörülü Kavrayış” olmak kaydıyla 8 alt boyuttan oluşan ölçek 5’li likert şeklinde yapılandırılmıştır.

Yukarıda belirtilen maddelerden 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24 ve 25. Maddelerin puanlanmasında ters kodlama yapılmaktadır. Ölçeğin toplam puanı olmayıp alt boyutlardan alınan puanlar bağımsız bir şekilde değerlendirilmektedir. Ölçeğin Türkçe geçerlilik çalışmasında benzer ölçek geçerliği için Ergenler İçin Beş Boyutlu İyi Oluş Modeli: EPOCH Ölçeği ile korelasyon değerlerine bakılmıştır. İki ölçek arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunduğunda dolayı geçerliği kabul edilebilir bir ölçek olduğu ortaya konmuştur. Güvenilirlik çalışmasında iç tutarlılık katsayısı “içsel deneyimin farkındalığı” .57; “dışsal deneyimin farkındalığı” .67; “farkındalıkla davranma” .66; “kabul ve yargılamaksızın yönelim” .48; “merkezleşmek ve tepkisizlik” .60; “deneyime açık olma” .64; “düşüncelerin göreceliliği” .54 ve “içgörülü kavrayış” .69 olarak hesaplanmıştır.

3.3.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Van den Eijnden ve arkadaşlarının (2016) geliştirdiği ve sonrasında Taş’ın (2017) “Sosyal medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)” adıyla Türkçe’ye uyarladığı ölçek, başta 27 maddeden oluşmaktayken daha sonra 9 maddeden oluşan kısa form haline

getirilmiştir. “Evet” ve “Hayır” biçimde puanlandırılacak şekilde tasarlanan ölçek 5 kesme puanına sahiptir. Ölçeğin puanlanmasıysa 0-9 puan biçimindedir. Bu bağlamda 9 madde arasında 5 ve daha fazla maddeye “Evet” diyen kişiler sosyal medya bağımlısı olarak kabul edilmektedir. Genel olarak ölçek için yapılmış olan doğrulayıcı faktör analizi uyum indekslerinden iyi sonuçlar alınmıştır “[$\chi^2(27, n=601)$ 54.129, $p=.002$, CFI: .989, RMSEA=.041(90% CI: .025-.057)”. 9 maddeden oluşan ölçeğin 27 maddeden oluşan sosyal medya bağımlılığıyla güçlü bir korelasyonu olduğu önemli bulgular arasındadır “($R=.94$, $p<.001$)”. Ölçeğin güvenirlik durumu Cronbach Alfa (.82) ile ölçülmüş olup iyi bir güvenirliği olduğu da tespit edilmiştir.

Katılımcıların Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Envanterinden aldıkları puanlara ilişkin betimsel değerler, ölçeklerin veri dağılımları ve güvenirlik analizlerine ilişkin sonuçlar Tablo 3.15’te verilmiştir:

Tablo 3.15: Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Envanteri Betimsel İstatistik ve Güvenirlik Değerleri

	Ort.	Medyan	Çar.	Bas.	Min.	Max.	Cronbach Alfa
İçsel Deneyim Farkındalığı	3,65	3,67	-,390	-,514	1,00	5,00	,612
Dışsal Deneyim Farkındalığı	3,81	4,00	-,530	-,587	1,00	5,00	,670
Farkındalıkla Davranma	2,39	2,33	,381	-,597	1,00	4,00	,462
Kabul ve Yargılamaksızın Yönelim	2,94	3,00	,224	-,001	1,00	5,00	,067
Merkezsizleşmek ve Tepkisizlik	3,03	3,00	,126	-,762	1,00	5,00	,713
Deneyime Açık Olma	2,91	2,75	,169	-,566	1,00	5,00	,714
Düşüncelerin Göreceliliği	3,02	3,00	,280	-,504	1,00	5,00	,533
İçgörülü Kavrayış	2,69	2,33	,524	-,423	1,00	5,00	,711
Ölçek Toplam	3,05	3,04	,159	,466	1,00	5,00	,766

Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Envanterine verilen yanıtlar incelendiğinde; içsel deneyim farkındalığı boyutunun aritmetik ortalaması 3,65 ve Cronbach alfa değeri ,612; dışsal deneyim farkındalığı boyutunun aritmetik ortalaması 3,81 ve Cronbach alfa değeri ,670; farkındalıkla davranma boyutunun aritmetik ortalaması 2,39 ve Cronbach alfa değeri ,462; kabul ve yargılamaksızın yönelim boyutunun aritmetik ortalaması 2,94 ve Cronbach alfa değeri ,670; merkezsizleşmek ve tepkisizlik boyutunun aritmetik ortalaması 3,03 ve Cronbach alfa değeri ,713; deneyime açık olma boyutunun aritmetik ortalaması 2,91 ve Cronbach alfa değeri ,714; düşüncelerin göreceliliği boyutunun aritmetik ortalaması 3,02 ve Cronbach alfa değeri ,533; içgörülü kavrayış boyutunun aritmetik ortalaması 2,69 ve Cronbach alfa değeri ,711 ve ölçek toplam puanının aritmetik ortalaması 3,05 ve Cronbach alfa değeri ,766 olarak bulunmuştur.

Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğinden aldıkları puanlara ilişkin betimsel değerler, ölçeklerin veri dağılımları ve güvenirlik analizlerine ilişkin sonuçlar Tablo 3.16’da verilmiştir:

Tablo 3.16: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Betimsel İstatistik ve Güvenirlik Değerleri

	Ort.	Medyan	Çar.	Bas.	Min.	Max.	Cronbach Alfa
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	1,73	1,78	-,893	,007	1,00	2,00	,738

Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğine verilen yanıtlar incelendiğinde; ölçeğin aritmetik ortalamasının 1,73 ve Cronbach alfa değerinin ,738 olduğu görülmektedir. Cronbach’s Alpha güvenirlik katsayısının .70’ten büyük olması ölçeğin güvenilir olduğunu ifade etmektedir (Büyüköztürk, 2019).

3.4. Verilerin Analizi

İstatistiklere başlamadan önce, demografik özellikler sınıflandırılmış sonrasında öğrencilere uygulanan anket (Sosyal Medya Bağımlılık ve Deneyimli Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Envanteri) numaralandırılmıştır.

Elde edilen verilerin analizleri bilgisayar ortamında yapılmıştır. Araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, ailenin gelir durumu, anne baba eğitim durumu, sınıf düzeyi, kardeş sayısı, sosyal medya araçlarına üyelik

durumu, sosyal medyaya erişimde en çok kullanılan araç, sosyal medya sitelerinin kullanım sıklığı, sosyal medya sitelerinin kullanım sıklığı, ne kadar süredir sosyal medya araçlarını kullanmakta olduğu, sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullandığı, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyini nasıl etkilediğine ilişkin değerlendirmesi) Betimsel frekans ve yüzde dağılımları hesaplandıktan sonra, ölçeğin toplam puanları için ortalama ($\bar{x}$), standart sapma (ss) ve Shapley (SHx) değerleri belirlendi. Ancak, bazı değişkenlerde yeterli dağılım olmadığı için karşılaştırma analizleri için anlamlı birleştirmelerle gruplar birleştirildi. Örneklem içinde normal dağılım göstermeyen gruplar için non-parametrik teknikler kullanılırken, normal dağılım gösteren dağılımlar için parametrik analiz teknikleri tercih edildi. Bu bağlamda:

1. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı bir biçimde yordayıp yordamadığını incelemek üzere basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.
2. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin erkek ve kız katılımcılar arasında sosyal medya bağımlılık düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın olup olmadığını incelemek üzere bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır.
3. Sosyal Medya bağımlılık düzeyleri ve kapsamlı bilinçli farkındalığın yaş, gelir durumu, annenin ve babanın eğitim durumu, sosyal medyaya erişim aracı, sosyal medya kullanım saatleri, sınıf düzeyi, sosyal medyayı kullanma yılları, sosyal medya kullanım amaçları değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için Tek Yönlü ANOVA ve Post Hoc Çoklu Karşılaştırma Testleri (Games Howell) uygulanmıştır.
4. Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve kapsamlı bilinçli farkındalığın annelerin çalışma durumu, babanın çalışma durumu, sosyal medya sitesine üye olma değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için Bağımsız gruplara T-testi kullanılmıştır.

Ulaşılan veriler, "IBM SPSS 23.0" programında bilgisayarda analiz edilmiştir. Anlamlılık düzeyleri minimum $p < .05$ seviyesinde test edilmiş ve diğer anlamlılık düzeyleri ilaveten belirtilmiştir. Araştırmanın amacına uygun olarak, elde edilen bulgular tablolar şeklinde belirtilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Bu kısımda saha araştırmasının sonucunda elde edilen bulguların analizine yer verilecektir. Araştırmanın temel sorusu olan konularla ilgili veriler üzerinde durulacaktır.

4.1. Lise Öğrencilerinin Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Düzeylerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerini Yordaması

Sosyal medya bağımlılık düzeyinin yordanmasına ilişkin tablo 4.1’de belirtilmiştir. Lise Öğrencilerinin Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarını ne düzeyde yordadığını tespit etmek için basit doğrusal regresyon analizi Tablo 4.1’de verilmiştir.

Tablo 4.1: Lise Öğrencilerinin Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyini Yordamasına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Tablosu

Ölçek	Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
KBFE	Sabit	1.854	.062		29.945	.000
	Yalnızlık	-.042	.020	-.093	-2.087	.037
İDF	Sabit	1.703	.047		36.083	.000
	Yalnızlık	.006	.013	.023	.511	.609
DDF	Sabit	1.609	.047		34.841	.000
	Yalnızlık	.026	.012	.096	2.156	.032
FD	Sabit	1.959	.035		56.614	.000
	Yalnızlık	-.097	.014	-.302	-7.074	.000
KYY	Sabit	1.698	.045		37.648	.000
	Yalnızlık	.010	.015	.030	.662	.508
MT	Sabit	1.569	.036		44.136	.000
	Yalnızlık	.052	.011	.205	4.682	.000
DAO	Sabit	1.952	.034		57.222	.000
	Yalnızlık	-.078	.011	-.298	-6.976	.000
DG	Sabit	1.780	.040		44.463	.000
	Yalnızlık	-.018	.013	-.062	-1.379	.169
İK	Sabit	1.788	.031		57.279	.000
	Yalnızlık	-.023	.011	-.094	-2.105	.036

**p<.01, *p<.05

Lise öğrencilerinin kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyinin, içsel deneyimin farkındalığı düzeyinin, dışsal deneyimin farkındalığı düzeyinin, farkındalıkla davranma düzeyinin, kabul ve yargılamaksızın yönelim düzeyinin, merkezsizleşmek ve tepkisizlik düzeyinin, deneyime açık olma düzeyinin, düşüncelerin göreceliliği düzeyinin ve içgörülü kavrayış düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı bir biçimde yordayıp yordamadığını incelemek üzere basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

Bu regresyon analizinin sonucunda kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyinin, dışsal deneyimin farkındalığı düzeyinin, farkındalıkla davranma düzeyinin, merkezsizleşmek ve tepkisizlik düzeyinin, deneyime açık olma düzeyinin ve içgörülü kavrayış düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı biçimde yordadığı sırasıyla $F(1, 498) = 4.354$, $p = .037$ ve $R^2 = .009$, $F(1, 498) = 4.648$, $p = .032$ ve $R^2 = .032$, $F(1, 498) = 50.038$, $p < .001$ ve $R^2 = .091$, $F(1, 498) = 21.922$, $p < .001$ ve $R^2 = .042$, $F(1, 498) = 48.665$, $p < .001$ ve $R^2 = .089$, $F(1, 498) = 4.431$, $p = .036$ ve $R^2 = .009$ görülmektedir. Buna bağlı olarak kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyinin, dışsal deneyimin farkındalığı düzeyinin, farkındalıkla davranma düzeyinin, merkezsizleşmek ve tepkisizlik düzeyinin, deneyime açık olma düzeyinin ve içgörülü kavrayış düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyini sırasıyla %1, %3, %9, %4, %9 ve %4 etkilediği ifade edilebilir. Yordanan sosyal medya bağımlılık düzeyi 1.873-0.48 birim kadardır. Dolayısıyla, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi her bir birim arttığında sosyal medya bağımlılık düzeyi .04 birim azalacaktır, dışsal deneyimin farkındalığı düzeyi her bir birim arttığında sosyal medya bağımlılık düzeyi yaklaşık .01 birim artacaktır, farkındalıkla davranma düzeyi her bir birim arttığında sosyal medya bağımlılık düzeyi yaklaşık .10 birim azalacaktır, merkezsizleşmek ve tepkisizlik düzeyi her bir birim arttığında sosyal medya bağımsızlık düzeyi .05 birim artacaktır, deneyime açık olma düzeyi her bir birim arttığında sosyal medya bağımlılık düzeyi .09 birim azalacaktır ve içgörülü kavrayış düzeyi her bir birim arttığında sosyal medya bağımlılık düzeyi .02 birim azalacaktır.

4.2. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBEF Alt Boyutlarının Cinsiyet Grupları Arasındaki Farkları

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile bilinçli farkındalık seviyelerinin cinsiyet grupları arasındaki farklara ilişkin tablo aşağıda verilmiştir.

Tablo 4.2: Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ve Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Cinsiyet Grupları Arasındaki Farkı Bağımsız Gruplar T Testi

Ölçek	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
SMBDÖ	Erkek	268	1.76	.253	.015	3.286	498	.001
	Kadın	232	1.69	.252	.017			
KBFE	Erkek	268	2.98	.590	.036	-2.768	498	.006
	Kadın	232	3.12	.537	.035			
İDF	Erkek	268	3.52	.972	.059	-3.539	498	.000
	Kadın	232	3.81	.812	.053			
DDF	Erkek	268	3.70	.958	.058	-2.761	498	.006
	Kadın	232	3.93	.938	.062			
FD	Erkek	268	2.33	.805	.049	-2.069	498	.039
	Kadın	232	2.47	.775	.051			
KYY	Erkek	268	2.99	.773	.047	1.519	498	.129
	Kadın	232	2.89	.765	.050			
MT	Erkek	268	3.13	.974	.059	2.365	498	.018
	Kadın	232	2.91	1.027	.067			
DAO	Erkek	268	2.78	.948	.058	-3.048	498	.002
	Kadın	232	3.05	.999	.066			
DG	Erkek	268	2.95	.932	.057	-2.010	498	.045
	Kadın	232	3.11	.852	.056			
İK	Erkek	268	2.54	1.005	.061	-3.304	498	.001
	Kadın	232	2.85	1.081	.071			

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.2’de erkek ve kadın katılımcılar arasında sosyal medya bağımlılık düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi, içsel deneyimin farkındalığı düzeyi, dışsal deneyimin farkındalığı düzeyi, farkındalıkla davranma düzeyi, kabul ve yargılamaksızın yönelim düzeyi, merkezsizleşmek ve tepkisizlik düzeyi, deneyime açık olma düzeyi, düşüncelerin göreceliliği düzeyi ve içgörülü kavrayış düzeyi açısından anlamlı bir farklılığın olup olmadığını incelemek üzere bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Bu analiz sonucunda erkekler ile kadınlar arasında sosyal medya bağımlılık düzeyi erkekler ($\bar{x} = 1.76$, $SS = .253$) ile kadınlar ($\bar{x} = 1.69$, $SS = .252$) $t(498) = 3.286$, $p = .001$, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi erkekler ($\bar{x} = 2.98$, $SS = .590$) ile kadınlar ($\bar{x} = 3.12$, $SS = .537$) $t(498) = -2.768$, $p = .006$, içsel deneyimin farkındalığı düzeyi erkekler ($\bar{x} = 3.52$, $SS = .972$) ile kadınlar ($\bar{x} = 3.81$, $SS = .812$) $t(498) = -3.539$, $p < .001$, dışsal deneyimin farkındalığı düzeyi erkekler ($\bar{x} = 3.70$, $SS = .958$) ile kadınlar ($\bar{x} = 3.93$, $SS = .938$) $t(498) = -2.761$, $p = .006$, farkındalıkla davranma düzeyi erkekler ($\bar{x} = 2.33$, $SS = .805$) ile kadınlar ($\bar{x} = 2.47$, $SS = .775$) $t(498) = -2.069$, $p = .039$, merkezsizleşmek ve tepkisizlik düzeyi erkekler ($\bar{x} = 3.13$, $SS = .974$) ile kadınlar ($\bar{x} = 2.91$, $SS = .1027$) $t(498) = 2.365$, $p = .018$, deneyime açık olma düzeyi erkekler ($\bar{x} = 2.78$, $SS = .948$) ile kadınlar ($\bar{x} = 3.05$, $SS = .999$) $t(498) = -3.048$, $p = .002$, düşüncelerin göreceliliği düzeyi erkekler ($\bar{x} = 2.95$, $SS = .932$) ile kadınlar ($\bar{x} = 3.11$, $SS = .852$) $t(498) = -2.010$, $p = .045$ ve içgörülü kavrayış düzeyi erkekler ($\bar{x} = 2.54$, $SS = .1005$) ile kadınlar ($\bar{x} = 2.85$, $SS = .1081$) $t(498) = -3.304$, $p = .001$ arasında anlamlı bir fark gözlemlenmiştir. Farkın hangi gruplar lehine olduğuna bakıldığında; sosyal medya bağımlılık düzeyi, merkezsizleşmek ve tepkisizlik düzeyi boyutlarında erkek öğrencilerin ortalama puanları daha yüksektir. Kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi, içsel deneyimin farkındalığı düzeyi, dışsal deneyimin farkındalığı düzeyi, farkındalıkla davranma düzeyi, deneyime açık olma düzeyi, düşüncelerin göreceliliği düzeyi ve içgörülü kavrayış düzeyi boyutlarının ortalama puanları bakımından ise kadınlar lehinedir. Kabul ve yargılamaksızın yönelim düzeyi açısından erkekler ile kadınlar arasında anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

4.3. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Yaş Grupları Arasındaki Farkları

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları, kapsamlı bilinçli farkındalık seviyeleri ve KBFE alt boyutları seviyelerinin yaş grupları arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir.

Tablo 4.3: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Yaş Grupları arasındaki Farkları ANOVA Testi

$f, \bar{x}$ ve ss Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Ölçek	Yaş	N	$\bar{x}$	ss	Var K.	KT	sd	KO	F	p
SMBDÖ	14	80	1.72	.252	G.ar	.452	2	.226	3.508	.031
	15	135	1.68	.284	G.içi	31.995	497	.064		
	≥ 16	285	1.75	.239	Top.	32.447	499			
	Top.	500	1.73	.255						
KBFE	14	80	2.93	.606	G.ar	1.568	2	.784	2.426	.089
	15	135	3.03	.560	G.içi	160.618	497	.323		
	≥ 16	285	3.09	.561	Top.	162.186	499			
	Top.	500	3.05	.570						
İDF	14	80	3.54	.998	G.ar	1.387	2	.693	.834	.435
	15	135	3.65	.944	G.içi	413.208	497	.831		
	≥ 16	285	3.69	.870	Top.	414.595	499			
	Top.	500	3.65	.912						
DDF	14	80	3.55	1.014	G.ar	12.398	2	6.199	6.959	.001
	15	135	3.69	1.037	G.içi	442.725	497	.891		
	≥ 16	285	3.94	.875	Top.	455.124	499			
	Top.	500	3.81	.955						
FD	14	80	2.31	.814	G.ar	1.340	2	.670	1.063	.346

	15	135	2.47	.778	G.içi	313.154	497	.630		
	≥ 16	285	2.38	.795	Top.	314.493	499			
	Top.	500	2.39	.794						
KYY	14	80	2.79	.798	G.ar	2.447	2	1.223	2.070	.127
	15	135	3.00	.755	G.içi	293.688	497	.591		
	≥ 16	285	2.96	.767	Top.	296.134	499			
	Top.	500	2.94	.770						
MT	14	80	3.00	1.083	G.ar	.967	2	.484	.479	.620
	15	135	2.97	.960	G.içi	501.437	497	1.009		
	≥ 16	285	3.06	1.002	Top.	502.404	499			
	Top.	500	3.03	1.003						
DAO	14	80	2.79	.975	G.ar	1.185	2	.593	.616	.540
	15	135	2.92	.915	G.içi	478.052	497	.962		
	≥ 16	285	2.93	1.012	Top.	479.238	499			
	Top.	500	2.91	.980						
DG	14	80	2.91	.922	G.ar	1.250	2	.625	.773	.462
	15	135	3.04	.920	G.içi	401.604	497	.808		
	≥ 16	285	3.05	.882	Top.	402.854	499			
	Top.	500	3.02	.899						
İK	14	80	2.62	1.152	G.ar	3.346	2	1.673	1.517	.220
	15	135	2.58	1.064	G.içi	548.232	497	1.103		
	≥ 16	285	2.76	1.014	Top.	551.578	499			
	Top.	500	2.69	1.051						

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.3'te yaş grupları arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir.

SMBDÖ ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir [$f(2-497)=3.50$ $p<.05$].

Katılımcıların yaş düzeyine göre KBFE ölçeğinden alınan puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır [$f(2-497)=2.42$ $p>.05$].

İDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.83$ $p>.05$].

DDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir [$f(2-497)=6.95$ $p<.05$].

FD ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır [$f(2-497)=1.06$ $p>.05$].

KYY ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=2.07$ $p>.05$].

MT ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.479$ $p>.05$].

DAO ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.616$ $p>.05$].

DG ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.77$ $p>.05$].

İK ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=1.51$ $p>.05$].

Tablo 4.4: Tamamlayıcı Games-Howell Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
14 yaş	15 yaş	.039	.037	.552
	16 yaş ve üzeri	-.031	.032	.588
15 yaş	14 yaş	-.039	.037	.552
	16 yaş ve üzeri	-.070*	.028	.037
16 yaş ve üzeri	14 yaş	.031	.032	.588
	15 yaş	.070*	.028	.037

** $p<.01$, * $p<.05$

Tablo 4.4'e göre, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri yaş değişkenine göre incelenmiş ve anlamlı farklılıkların olup olmadığını belirlemek için Tamamlayıcı Games-Howell Post Hoc testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, lise öğrencilerinin

sosyal medya kullanım düzeyi açısından yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu istatistiksel olarak anlamlıdır ($F(2, 497) = 3.508, p = .031$). Games-Howell Post Hoc testi ile yapılan analizde, 15 yaş grubunun ($M = 1.68, SS = .28$) 16 yaş ve üzeri gruptan ($M = 1.75, SS = .24$) anlamlı şekilde farklı olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, puanların 16 yaş ve üzeri grubu lehine olduğu söylenebilir.

Tablo 4.5: Tamamlayıcı Games-Howell Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
14 yaş	15 yaş	-.141	.144	.594
	16 yaş ve üzeri	-.393*	.125	.006
15 yaş	14 yaş	.141	.144	.594
	16 yaş ve üzeri	-.253*	.103	.040
16 yaş ve üzeri	14 yaş	.393*	.125	.006
	15 yaş	.253*	.103	.040

** $p < .01$, * $p < .05$

Tablo 4.5'te, lise öğrencilerinin demografik özelliklerinden yaş değişkenine göre dışsal deneyim farkındalık düzeylerinde hangi yaş grupları arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Tamamlayıcı Games-Howell Post Hoc testi kullanılmıştır. Dışsal deneyimin farkındalığı açısından yaş grupları arasında da anlamlı bir fark olduğu görülmektedir $F(2, 497) = 6.959, p = .001$. Games-Howell Post Hoc testi kullanılarak yapılan analizde, hangi gruplar arasında farklılık olduğunu belirlemek için, 16 yaş ve üzeri grubun ($M = 3.94, SS = .88$), 15 yaş grubundan ($M = 3.69, SS = 1.04$) ve 14 yaş grubundan ($M = 3.55, SS = 1.01$) istatistiksel olarak anlamlı ve önemli ölçüde yüksek olduğu tespit edilmiştir. Her iki durumda da puanların 16 yaş ve üzeri yaş grubu lehine olduğu sonucuna varılmıştır.

4.4. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Bilinçli Farkındalık Seviyeleri ve KBFE Alt Boyutlarının Ailenin Gelir Durumu Arasındaki Farkları

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları, bilinçli farkındalık seviyeleri ve KBFE alt boyutlarının ailenin gelir durumu arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir.

Tablo 4.6: Sosyal Medya Kullanımının ve Kapsamlı Bilinçli Farkındalık ve KBFE Alt Boyutlarının Ailenin Gelir Durumu arasındaki Farkları için Tek Yönlü ANOVA Testi

<i>f</i> , $\bar{x}$ ve ss Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Ölçek	Gelir	N	$\bar{x}$	ss	Var K.	KT	sd	KO	F	p
SMBDÖ	D	53	1.73	.255	G.ar	.001	2	.001	.011	.989
	O	410	1.73	.256	G.içi	32.445	497	.65		
	Y	37	1.73	.259	Top.	32.447	499			
	Top.	500	1.73	.255						
KBFE	D	53	3.06	.533	G.ar	.741	2	.371	1.141	.320
	O	410	3.04	.578	G.içi	161.444	497	.325		
	Y	37	3.18	.529	Top.	162.186	499			
	Top.	500	3.05	.570						
İDF	D	53	3.69	.868	G.ar	7.208	2	3.604	4.397	.013
	O	410	3.61	.924	G.içi	407.386	497	.820		
	Y	37	4.07	.729	Top.	414.595	499			
	Top.	500	3.65	.912						
DDF	D	53	3.88	.952	G.ar	.484	2	.242	.265	.767
	O	410	3.79	.958	G.içi	454.639	497	.915		
	Y	37	3.86	.948	Top.	455.124	499			
	Top.	500	3.81	.955						
FD	D	53	2.58	.812	G.ar	2.044	2	1.022	1.626	.198
	O	410	2.37	.799	G.içi	312.449	497	.629		
	Y	37	2.40	.693	Top.	314.493	499			
	Top.	500	2.39	.794						
KYY	D	53	2.99	.822	G.ar	.756	2	.378	.636	.530
	O	410	2.93	.759	G.içi	295.378	497	.594		
	Y	37	3.06	.831	Top.	296.134	499			
	Top.	500	2.94	.770						
MT	D	53	3.00	1.080	G.ar	.067	2	.033	.033	.968
	O	410	3.03	1.001	G.içi	502.338	497	1.011		
	Y	37	3.05	.935	Top.	502.404	499			
	Top.	500	3.03	1.003						

DAO	D	53	3.01	.913	G.ar	3.362	2	1.681	1.756	.174
	O	410	2.87	.993	G.içi	475.875	497	.957		
	Y	37	3.15	.896	Top.	479.237	499			
	Top.	500	2.91	.980						
DG	D	53	2.84	.895	G.ar	2.878	2	1.439	1.788	.168
	O	410	3.03	.896	G.içi	399.976	497	.805		
	Y	37	3.20	.911	Top.	402.854	499			
	Top.	500	3.02	.899						
İK	D	53	2.47	.988	G.ar	2.934	2	1.467	1.329	.266
	O	410	2.72	1.067	G.içi	548.643	497	1.104		
	Y	37	2.68	.952	Top.	551.578	499			
	Top.	500	2.69	1.051						

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.6’da görüldüğü üzere, gelir düzeyleri arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir.

SMBDÖ ölçeğinden alınan puanların katılımcıların gelir düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=0.11$ $p>.05$].

KBFE ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır [$f(2-497)=1.14$ $p>.05$].

İDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(2-497)=4.39$ $p<.05$].

DDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.26$ $p>.05$].

FD ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır [$f(2-497)=1.62$ $p>.05$].

KYY ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.63$ $p>.05$].

MT ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.03$ $p>.05$].

DAO ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=1.75$ $p>.05$].

DG ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=1.78$ $p>.05$].

İK ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=1.32$ $p>.05$].

Lise öğrencilerinin ailelerinin hangi gelir düzeylerine göre içsel deneyim farkındalık düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.7’de verilmiştir.

Tablo 4.7: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Düşük	Orta	.039	.037	.552
	Yüksek	.036	.032	.588
Orta	Düşük	.039	.037	.552
	Yüksek	.047	.028	.139
Yüksek	Düşük	.036	.032	.588
	Orta	.047	.028	.139

** $p<.01$, * $p<.05$

Lise öğrencilerinin içsel deneyim farkındalık düzeyleri, aile gelir durumu değişkenine göre incelenmiş ve anlamlı farklılıkların olup olmadığını belirlemek için Tablo 4.7’de Tamamlayıcı Games-Howell Post Hoc testi kullanılmıştır. Ailenin gelir durumu grupları arasındaki içsel deneyimin farkındalığı düzeyinde gruplar arasında anlamlı bir fark görülmektedir $F(2, 497) = 4.397$, $p = .013$. Hangi gruplar arasında anlamlılık olduğunu bulmak için Gabriel Post Hoc testi kullanılarak yapılan analizde, anlamlılığın grupların hangisi arasında olduğunu belirlemek için yüksek gelir grubunun ($M = 4.07$, $SS = .73$), orta gelir grubundan ($M = 3.61$, $SS = .92$) anlamlı bir şekilde farklı olduğu tespit edilmiştir.

4.5. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Seviyeleri ve KBFE Alt Boyutlarının Annenin Çalışma Durumu Arasındaki Farkları

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile bilinçli farkındalık seviyelerinin annenin çalışma durumu arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir. Lise öğrencilerinin annelerinin çalışma durumlarına göre Sosyal Medya Kullanımı Düzeyi ve Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.8’de verilmiştir.

Tablo 4.8: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Annenin Çalışma Durumu arasındaki Farkları için

Ölçek	Çalışma Durumu	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
SMBDÖ	Çalışıyor	153	1.73	.255	.021	.143	498	.887
	Çalışmıyor	347	1.73	.255	.014			
KBFE	Çalışıyor	153	3.09	.513	.041	1.131	498	.258
	Çalışmıyor	347	3.03	.593	.032			
İDF	Çalışıyor	153	3.76	.951	.077	1.689	498	.092
	Çalışmıyor	347	3.61	.891	.048			
DDF	Çalışıyor	153	3.74	.937	.076	-1.080	498	.281
	Çalışmıyor	347	3.84	.963	.052			
FD	Çalışıyor	153	2.45	.767	.062	.984	498	.326
	Çalışmıyor	347	2.37	.806	.043			
KYY	Çalışıyor	153	3.00	.757	.061	1.147	498	.252
	Çalışmıyor	347	2.92	.776	.042			
MT	Çalışıyor	153	3.05	.987	.080	.272	498	.786
	Çalışmıyor	347	3.02	1.012	.054			
DAO	Çalışıyor	153	3.06	.944	.076	2.391	498	.017
	Çalışmıyor	347	2.84	.989	.053			
DG	Çalışıyor	153	3.03	.908	.073	.093	498	.926
	Çalışmıyor	347	3.02	.896	.048			
İK	Çalışıyor	153	2.67	1.039	.084	-.251	498	.802
	Çalışmıyor	347	2.69	1.058	.057			

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.8’de, annelerin çalışma grupları arasında katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri açısından fark olup olmadığını bulmak için bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Bu analiz sonucunda deneyime açık olma alt boyutu açısından anneleri çalışan grup ile ($\bar{x} = 3.06$, $SS = .944$) çalışmayan grup arasında ($\bar{x} = 2.84$, $SS = .989$) $t(498) = 2.391$, $p = .017$ arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Ortalama puanlara bakıldığında deneyime açık olma alt boyutunda farkın anneleri çalışan grup lehine olduğu anlaşılmaktadır. Diğer tüm alt boyutlarda anneleri çalışan grup ile çalışmayan grup ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür.

4.6. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Seviyeleri ve KBFE Alt Boyutlarının Babanın Çalışma Durumu Arasındaki Farkları

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları, kapsamlı bilinçli farkındalık seviyelerinin ve KBFE alt boyutlarının babanın çalışma durumu arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir. Lise öğrencilerinin babalarının çalışma durumlarına göre Sosyal Medya Kullanımı Düzeyi ve Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.9’da verilmiştir.

Tablo 4.9: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Babanın Çalışma Durumu arasındaki Farkı için Bağımsız gruplar T-test Testi

Ölçek	Çalışma Durumu	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\frac{ss}{N}$	t Testi		
						t	Sd	p
SMBDÖ	Çalışıyor	432	1.73	.257	.012	.268	498	.789
	Çalışmıyor	68	1.72	.245	.030			
KBFE	Çalışıyor	432	3.07	.582	.028	1.618	498	.106
	Çalışmıyor	68	2.95	.481	.058			
İDF	Çalışıyor	432	3.67	.919	.044	.885	498	.377
	Çalışmıyor	68	3.56	.862	.105			
DDF	Çalışıyor	432	3.82	.955	.046	.812	498	.417
	Çalışmıyor	68	3.72	.956	.116			
FD	Çalışıyor	432	2.39	.790	.038	-.636	498	.525
	Çalışmıyor	68	2.45	.820	.099			
KYY	Çalışıyor	432	2.96	.771	.037	1.487	498	.138
	Çalışmıyor	68	2.81	.756	.092			
MT	Çalışıyor	432	3.06	1.011	.049	1.981	498	.048
	Çalışmıyor	68	2.80	.929	.113			

DAO	Çalışıyor	432	2.92	.995	.048	.844	96.184	.401
	Çalışmıyor	68	2.82	.879	.107			
DG	Çalışıyor	432	3.03	.908	.044	.175	498	.861
	Çalışmıyor	68	3.00	.841	.102			
İK	Çalışıyor	432	2.73	1.048	.050	2.204	498	.028
	Çalışmıyor	68	2.43	1.041	.126			

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.9’da, babaların çalışma grupları arasında katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri açısından fark olup olmadığını bulmak için bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Bu analiz sonucunda merkezsizleşmek ve tepkisizlik ve içgörülü kavrayış alt boyutu açısından babaları çalışan grup ile sırasıyla ($\bar{X} = 3.06$, $SS = .1.011$) ve ($\bar{X} = 2.73$, $SS = .1.048$) çalışmayan grup arasında sırasıyla ($\bar{X} = 2.80$, $SS = .999$) ve ($\bar{X} = 2.43$, $SS = 1.041$) sırasıyla $t(498) = 1.981$, $p = .048$ ve $t(498) = 2.204$, $p = .028$ arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Farkların babaları çalışan grup lehine olduğu görülmektedir. Diğer boyutlar açısından babaları çalışan grup ile çalışmayan grup içerisinde istatistiksel açıdan anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

4.7. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sınıf Düzeyleri Arasındaki Farkları

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile bilinçli farkındalık seviyelerinin sınıf düzeyleri arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir. Lise öğrencilerinin hangi sınıf düzeylerine göre Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutları arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.10’da verilmiştir.

Tablo 4.10: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sınıf Düzeyleri arasındaki Farkı için ANOVA Testi

$f, \bar{X}$ ve ss Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Ölçek	Sınıf	N	$\bar{X}$	ss	Var K.	KT	sd	KO	F	p
SMBDÖ	9	165	1.69	.275	G.ar	.376	3	.125	1.938	.122

	10	124	1.75	.252	G.içi	32.071	496	.065		
	11	109	1.76	.253	Top.	32.447	499			
	12	102	1.73	.222						
	Top.	500	1.73	.255						
KBFE	9	165	2.95	.555	G.ar	2.975	3	.992	3.089	.027
	10	124	3.14	.582	G.içi	159.211	496	.321		
	11	109	3.09	.642	Top.	162.186	499			
	12	102	3.06	.474						
	Top.	500	3.05	.570						
İDF	9	165	3.56	.971	G.ar	2.600	3	.867	1.043	.373
	10	124	3.73	.936	G.içi	411.995	496	.831		
	11	109	3.71	.925	Top.	414.595	499			
	12	102	3.67	.753						
	Top.	500	3.65	.912						
DDF	9	165	3.60	1.051	G.ar	12.045	3	4.015	4.494	.004
	10	124	3.87	.895	G.içi	443.079	496	.893		
	11	109	4.00	.935	Top.	455.124	499			
	12	102	3.87	.827						
	Top.	500	3.81	.955						
FD	9	165	2.36	.786	G.ar	.611	3	.204	.322	.810
	10	124	2.44	.782	G.içi	313.882	496	.633		
	11	109	2.36	.832	Top.	314.493	499			
	12	102	2.42	.787						
	Top.	500	2.39	.794						
KYY	9	165	2.89	.775	G.ar	1.609	3	.536	.903	.439
	10	124	2.99	.789	G.içi	294.525	496	.594		
	11	109	3.01	.806	Top.	296.134	499			
	12	102	2.88	.698						
	Top.	500	2.94	.770						
MT	9	165	2.97	1.016	G.ar	1.164	3	.388	.384	.765
	10	124	3.06	.987	G.içi	501.240	496	1.011		
	11	109	3.01	1.054	Top.	502.404	499			
	12	102	3.09	.956						
	Top.	500	3.03	1.003						

DAO	9	165	2.82	.941	G.ar	3.773	3	1.258	1.312	.270
	10	124	3.04	.981	G.içi	475.464	496	.959		
	11	109	2.93	1.092	Top.	479.237	499			
	12	102	2.86	.907						
	Top.	500	2.91	.980						
DG	9	165	2.93	.870	G.ar	7.039	3	2.346	2.940	.033
	10	124	3.20	.980	G.içi	395.816	496	.798		
	11	109	3.07	.920	Top.	402.854	499			
	12	102	2.91	.785						
	Top.	500	3.02	.899						
İK	9	165	2.49	1.049	G.ar	10.313	3	3.438	3.150	.025
	10	124	2.82	1.067	G.içi	541.265	496	1.091		
	11	109	2.71	1.051	Top.	551.578	499			
	12	102	2.82	1.002						
	Top.	500	2.69	1.051						

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.10’da görüldüğü üzere, sınıf düzeyleri arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir.

SMBDÖ ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sınıf düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.93$ $p>.05$].

KBFE ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=3.08$ $p<.05$].

İDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.04$ $p<.05$].

DDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=4.49$ $p<.05$].

FD ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.32$ $p>.05$].

KYY ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.90$ $p>.05$].

MT ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.38$ $p>.05$].

DAO ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.31$ $p>.05$].

DG ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=2.94$ $p<.05$].

İK ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=3.15$ $p<.05$].

Tablo 4.11: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Lise öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.11’de verilmiştir.

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
9. sınıf	10. sınıf	-.203*	.069	.019
	11. sınıf	-.156	.071	.160
	12. sınıf	-.111	.073	.549
10. sınıf	9. sınıf	.203*	.069	.019
	11. sınıf	.047	.076	.990
	12. sınıf	.092	.077	.800
11. sınıf	9. sınıf	.156	.071	.160
	10. sınıf	-.047	.076	.990
	12. sınıf	.044	.080	.994
12. sınıf	9. sınıf	.111	.073	.549
	10. sınıf	-.092	.077	.800
	11. sınıf	-.044	.080	.994

** $p<.01$, * $p<.05$

Sınıf grupları arasında kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyinde anlamlı bir farklılık olduğu istatistiksel olarak doğrulanmıştır ($F(3, 496) = 3.089$, $p = .027$). Gabriel Post Hoc testi ile yapılan analiz, 9. sınıfın ($M = 2.95$, $SS = .55$) ve 10. sınıfın ($M = 3.14$, $SS = .58$) arasında anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Puanlar, 10. sınıf grubunun lehine olarak değerlendirilmiştir. Lise öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre dışsal deneyim farkındalık düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.12’de verilmiştir.

Tablo 4.12: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
9. sınıf	10. sınıf	-.270	.112	.093
	11. sınıf	-.399*	.117	.004
	12. sınıf	-.275	.119	.117
10. sınıf	9. sınıf	.270	.112	.093
	11. sınıf	-.129	.124	.882
	12. sınıf	-.004	.126	1.000
11. sınıf	9. sınıf	.399*	.117	.004
	10. sınıf	.129	.124	.882
	12. sınıf	.124	.130	.917
12. sınıf	9. sınıf	.275	.119	.117
	10. sınıf	.004	.126	1.000
	11. sınıf	-.124	.130	.917

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.12'deki verilere göre, lise öğrencilerinin sınıf düzeyleri arasında dışsal deneyim farkındalığı düzeyinde anlamlı bir farklılık olduğunu belirlemek için Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, sınıf grupları arasında dışsal deneyim farkındalığı düzeyinde anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir; $F(3, 496) = 4.494$, $p = .004$. Gabriel Post Hoc testi ile yapılan analiz, 9. sınıfın ($M = 2.95$, $SS = .55$) 11. sınıftan ($M = 4.00$, $SS = .93$) anlamlı bir şekilde farklı olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, puanların 11. sınıflar lehine olduğunu göstermektedir. Lise öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre düşüncelerin göreceliliği düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.13'te verilmiştir.

Tablo 4.13: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
9. sınıf	10. sınıf	-.276	.106	.055
	11. sınıf	-.145	.110	.709
	12. sınıf	.013	.113	1.000
10. sınıf	9. sınıf	.276	.106	.055
	11. sınıf	.131	.117	.839
	12. sınıf	.290	.119	.089
11. sınıf	9. sınıf	.145	.110	.709
	10. sınıf	-.131	.117	.839
	12. sınıf	.159	.123	.733
12. sınıf	9. sınıf	-.013	.113	1.000
	10. sınıf	-.290	.119	.089
	11. sınıf	-.159	.123	.733

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.13'e göre, lise öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre düşüncelerin göreceliliği düzeylerinde hangi sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Sınıf grupları arasındaki düşüncelerin göreceliliği düzeyinde gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır $F(3, 496) = 2.940, p = .033$. Ancak bu farklılığın kaynağını belirlemek için yapılan Gabriel Post Hoc testinde anlamlı fark bulunmadığı görülmektedir.

Lise öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre içgörülü kavrayış düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.14'te verilmiştir.

Tablo 4.14: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
9. sınıf	10. sınıf	-.329*	.124	.048
	11. sınıf	-.219	.129	.427
	12. sınıf	-.326	.132	.075
10. sınıf	9. sınıf	.329*	.124	.048
	11. sınıf	.110	.137	.962
	12. sınıf	.003	.140	1.000
11. sınıf	9. sınıf	.219	.129	.427
	10. sınıf	-.110	.137	.962
	12. sınıf	-.108	.144	.974
12. sınıf	9. sınıf	.326	.132	.075
	10. sınıf	-.003	.140	1.000
	11. sınıf	.108	.144	.974

** $p < .01$, * $p < .05$

Tablo 4.14'e göre, lise öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre içgörülü kavrayış düzeylerinde hangi sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Sınıf grupları arasındaki içgörülü kavrayış düzeyinde gruplar arasında anlamlı bir fark görülmektedir $F(3, 496) = 3.150, p = .025$. Gabriel Post Hoc testi kullanılarak yapılan analizde, 9. sınıfın ($M = 2.49, SS = 1.04$) ile 10. sınıfın ($M = 2.82, SS = 1.06$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bu bulgular, puanların 10. sınıflar lehine olduğunu göstermektedir.

4.8. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Kardeş Sayısı Durumları Arasındaki Farkları

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile bilinçli farkındalık seviyelerinin ve kbfe alt boyutlarının kardeş sayısı durumu arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir. Lise öğrencilerinin kardeş sayılarına göre Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutları arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.15'te verilmiştir.

Tablo 4.15: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Kardeş Sayısı Durumu arasındaki Fark için ANOVA Testi

<i>f</i> , $\bar{x}$ ve ss Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Ölçek	Kardeş Sayısı	N	$\bar{x}$	ss	Var K.	KT	sd	KO	F	p
SMBD Ö	1	36	2.76	.842	G.ar	.097	3	.032	.498	.684
	2-3	374	3.01	.891	G.iç i	32.350	496	.065		
	4-5	77	3.17	.941	Top.	32.447	499			
	>6	13	3.28	.901						
	Top.	500	3.02	.899						
KBFE	1	36	1.73	.246	G.ar	2.916	3	.972	3.027	.029
	2-3	374	1.73	.251	G.iç i	159.269	496	.321		
	4-5	77	1.69	.288	Top.	162.186	499			
	>6	13	1.74	.206						
	Top.	500	1.73	.255						
İDF	1	36	2.95	.481	G.ar	2.684	3	.895	1.077	.358

	2-3	37 4	3.0 2	.556	G.iç i	411.91 0	49 6	.830		
	4-5	77	3.2 0	.650	Top.	414.59 5	49 9			
	>6	13	3.2 5	.560						
	Top.	50 0	3.0 5	.570						
	1	36	3.5 6	1.03 3	G.ar	8.510	3	2.83 7	3.15 0	.02 5
	2-3	37 4	3.6 4	.904	G.iç i	446.61 4	49 6	.900		
DDF	4-5	77	3.8 0	.881	Top.	455.12 4	49 9			
	>6	13	3.4 4	.956						
	Top.	50 0	3.6 5	.912						
	1	36	3.5 8	1.01 8	G.ar	4.712	3	1.57 1	2.51 5	.05 8
	2-3	37 4	3.7 7	.967	G.iç i	309.78 1	49 6	.625		
FD	4-5	77	4.0 3	.857	Top.	314.49 3	49 9			
	>6	13	4.2 3	.672						
	Top.	50 0	3.8 1	.955						
	1	36	2.5 5	.769	G.ar	2.722	3	.907	1.53 4	.20 5
	2-3	37 4	2.3 4	.786	G.iç i	293.41 2	49 6	.592		
KYY	4-5	77	2.5 7	.827	Top.	296.13 4	49 9			
	>6	13	2.5 4	.740						
	Top.	50 0	2.3 9	.794						
MT	1	36	2.8 2	.635	G.ar	1.301	3	.434	.429	.73 2

	2-3	37 4	2.9 2	.764	G.iç i	501.10 3	49 6	1.01 0		
	4-5	77	3.0 3	.862	Top.	502.40 4	49 9			
	>6	13	3.2 8	.650						
	Top.	50 0	2.9 4	.770						
	1	36	3.1 4	.920	G.ar	4.100	3	1.36 7	1.42 7	.23 4
	2-3	37 4	3.0 0	.993	G.iç i	475.13 7	49 6	.958		
DAO	4-5	77	3.1 1	1.05 6	Top.	479.23 8	49 9			
	>6	13	3.0 8	1.24 8						
	Top.	50 0	3.0 3	1.00 3						
	1	36	2.8 1	.993	G.ar	5.088	3	1.69 6	2.11 5	.09 7
	2-3	37 4	2.8 7	.966	G.iç i	397.76 6	49 6	.802		
DG	4-5	77	3.0 4	1.03 9	Top.	402.85 4	49 9			
	>6	13	3.2 9	.951						
	Top.	50 0	2.9 1	.980						
	1	36	2.4 4	.932	G.ar	6.209	3	2.07 0	1.88 2	.13 2
	2-3	37 4	2.6 6	1.04 1	G.iç i	545.36 9	49 6	1.10 0		
İK	4-5	77	2.9 0	1.13 2	Top.	551.57 8	49 9			
	>6	13	2.8 5	1.05 9						
	Top.	50 0	2.6 9	1.05 1						

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.15'te, kardeş sayıları arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir.

SMBDÖ ölçeğinden alınan puanların katılımcıların kardeş sayılarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.49$ $p>.05$].

KBFE ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=3.02$ $p<.05$].

İDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.07$ $p<.05$].

DDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=3.15$ $p<.05$].

FD ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=2.51$ $p>.05$].

KYY ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.53$ $p>.05$].

MT ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.42$ $p>.05$].

DAO ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.42$ $p>.05$].

DG ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=2.11$ $p>.05$].

İK ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.88$ $p>.05$].

Lise öğrencilerinin kardeş sayılarına göre kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.16'da verilmiştir.

Tablo 4.16: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Tek çocuk	2-3 kardeş	-.074	.101	.957
	4-5 kardeş	-.271	.117	.105
	6 ve üzeri	-.317	.187	.399
	Tek çocuk	.074	.101	.957

2-3 kardeş	4-5 kardeş	-.198*	.072	.022
	6 ve üzeri	-.243	.163	.359
4-5 kardeş	Tek çocuk	.271	.117	.105
	2-3 kardeş	.198*	.072	.022
	6 ve üzeri	-.045	.173	1.000
6 ve üzeri	Tek çocuk	.317	.187	.399
	2-3 kardeş	.243	.163	.359
	4-5 kardeş	.045	.173	1.000

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.16’da, lise öğrencilerinin demografik özelliklerinden kardeş sayılarına göre kapsamlı bilinçli farkındalık düzeylerinde hangi kardeş sayıları arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Tek yönlü ANOVA testi kullanılarak kardeş sayısı grupları arasındaki kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi incelendiğinde gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir; $F(3, 496) = 3.207$, $p = .029$. Gabriel Post Hoc analizi ile yapılan analizde, 2-3 kardeş grubunun ($M = 1.73$, $SS = .25$) 4-5 kardeş grubundan ($M = 1.69$, $SS = .28$) anlamlı bir şekilde farklı olduğu görülmüştür. Bu bulgular, puanların 2-3 kardeş grubu lehine olduğunu göstermektedir. Lise öğrencilerinin kardeş sayılarına göre dışsal deneyim farkındalık düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.17’de verilmiştir.

Tablo 4.17: Tamamlayıcı LSD Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Tek çocuk	2-3 kardeş	-.186	.166	.262
	4-5 kardeş	-.447*	.192	.020
	6 ve üzeri	-.647*	.307	.035
2-3 kardeş	Tek çocuk	.186	.166	.262
	4-5 kardeş	-.261*	.119	.028
	6 ve üzeri	-.462	.268	.085
4-5 kardeş	Tek çocuk	.447*	.192	.020
	2-3 kardeş	.261*	.119	.028
	6 ve üzeri	-.200	.285	.481
6 ve üzeri	Tek çocuk	.647*	.307	.035
	2-3 kardeş	.462	.268	.085
	4-5 kardeş	.200	.285	.481

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.17’e göre, lise öğrencilerinin kardeş sayılarına göre dışsal deneyim farkındalık düzeylerinde hangi kardeş sayıları arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için LSD Post Hoc testi kullanılmıştır. Tek yönlü ANOVA testi kullanılarak kardeş sayısı grupları arasındaki dışsal deneyimin farkındalık düzeyi incelendiğinde

gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir; $F(3, 496) = 3.150, p = .025$. LSD Post Hoc analizi ile yapılan analizde, tek kardeş grubunun ($M = 3.56, SS = 1.03$) 4-5 kardeş grubundan ($M = 3.80, SS = .88$) ve 6 ve üzeri kardeş grubundan ($M = 3.44, SS = .95$) anlamlı bir şekilde farklı olduğu, ayrıca 2-3 kardeş grubunun ($M = 3.64, SS = .90$) 4-5 kardeş grubundan ($M = 3.80, SS = .88$) anlamlı bir şekilde farklı olduğu gözlemlenmiştir.

4.9. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Anne Eğitim Durumları Arasındaki Farkları

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile bilinçli farkındalık seviyelerinin ve KBFE alt boyutlarının anne eğitim durumu arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir. Lise öğrencilerinin eğitim durumlarına göre Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutları arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.18’de verilmiştir.

Tablo 4.18: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Anne Eğitim Durumu arasındaki Fark için ANOVA Testi

$f, \bar{x}$ ve ss Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Ölçek	Eğitim	N	$\bar{x}$	ss	Var K.	KT	sd	KO	F	p
SMBD Ö	İ.Okul	21 4	1.7 1	.260	G.ar	.163	3	.054	.837	.47 4
	O.Okul	84 1	1.7 5	.232	G.iç i	32.283	49 6	.065		
	Lise	14 0	1.7 4	.269	Top.	32.447	49 9			
	Ünv.	62	1.7 3	.236						
	Top.	50 0	1.7 3	.255						
KBFE	İ.Okul	21 4	3.0 9	.617	G.ar	3.280	3	1.09 3	3.41 3	.01 7
	O.Okul	84 1	3.0 3	.540	G.iç i	158.90 5	49 6	.320		
	Lise	14 0	2.9 4	.537	Top.	162.18 6	49 9			

	Ünv.	62	3.1 9	.471						
	Top.	50 0	3.0 5	.570						
İDF	İ.Okul	21 4	3.6 0	.935	G.ar	9.359	3	3.12 0	3.81 8	.01 0
	O.Okul	84	3.5 8	.907	G.iç i	405.23 6	49 6	.817		
	Lise	14 0	3.6 2	.933	Top.	414.59 5	49 9			
	Ünv.	62	4.0 2	.700						
	Top.	50 0	3.6 5	.912						
DDF	İ.Okul	21 4	3.8 8	.924	G.ar	6.438	3	2.14 6	2.37 2	.07 0
	O.Okul	84	3.9 2	.972	G.iç i	448.68 5	49 6	.905		
	Lise	14 0	3.6 4	.985	Top.	455.12 4	49 9			
	Ünv.	62	3.7 7	.935						
	Top.	50 0	3.8 1	.955						
FD	İ.Okul	21 4	2.4 4	.850	G.ar	5.728	3	1.90 9	3.06 7	.02 8
	O.Okul	84	2.2 3	.696	G.iç i	308.76 5	49 6	.623		
	Lise	14 0	2.3 3	.725	Top.	314.49 3	49 9			
	Ünv.	62	2.6 0	.827						
	Top.	50 0	2.3 9	.794						
KYY	İ.Okul	21 4	2.9 8	.791	G.ar	3.493	3	1.16 4	1.97 3	.11 7
	O.Okul	84	3.0 7	.704	G.iç i	292.64 2	49 6	.590		
	Lise	14 0	2.8 3	.791	Top.	296.13 4	49 9			

	Ünv.	62	2.8 9	.716						
	Top.	50 0	2.9 4	.770						
MT	İ.Okul	21 4	3.0 3	1.03 3	G.ar	3.028	3	1.00 9	1.00 3	.39 1
	O.Okul	84	3.0 7	.995	G.iç i	499.37 6	49 6	1.00 7		
	Lise	14 0	2.9 3	1.00 7	Top.	502.40 4	49 9			
	Ünv.	62	3.1 8	.895						
	Top.	50 0	3.0 3	1.00 3						
DAO	İ.Okul	21 4	3.0 0	1.01 9	G.ar	7.900	3	2.63 3	2.77 1	.04 1
	O.Okul	84	2.7 2	1.00 0	G.iç i	471.33 8	49 6	.950		
	Lise	14 0	2.8 0	.918	Top.	479.23 8	49 9			
	Ünv.	62	3.0 5	.906						
	Top.	50 0	2.9 1	.980						
DG	İ.Okul	21 4	3.0 3	.935	G.ar	3.558	3	1.18 6	1.47 3	.22 1
	O.Okul	84	3.1 0	.851	G.iç i	399.29 6	49 6	.805		
	Lise	14 0	2.9 1	.856	Top.	402.85 4	49 9			
	Ünv.	62	3.1 6	.915						
	Top.	50 0	3.0 2	.899						
İK	İ.Okul	21 4	2.7 7	1.05 0	G.ar	8.844	3	2.94 8	2.69 4	.04 5
	O.Okul	84	2.6 1	1.10 1	G.iç i	542.73 4	49 6	1.09 4		
	Lise	14 0	2.5 2	.950	Top.	551.57 8	49 9			

Ünv.	62	2.9 0	1.15 7
Top.	50	2.6 9	1.05 1

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.18’de eğitim durumları arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir.

SMBDÖ ölçeğinden alınan puanların katılımcıların okul düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.83$ $p>.05$].

KBFE ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=3.41$ $p<.05$].

İDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=3.81$ $p<.05$].

DDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=2.37$ $p>.05$].

FD ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=3.06$ $p<.05$].

KYY ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.97$ $p>.05$].

MT ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.00$ $p>.05$].

DAO ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir [$f(3-496)=2.77$ $p<.05$].

DG ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.47$ $p>.05$].

İK ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=2.69$ $p<.05$].

Lise öğrencilerinin eğitim düzeylerine göre kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.19’da verilmiştir.

Tablo 4.19: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j) Eğitim	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
İ.Okul	O.Okul	.063	.073	.942
	Lise	.147	.062	.096
	Ünv.	-.104	.082	.700
O.Okul	İ.Okul	-.063	.073	.942
	Lise	.084	.078	.856
	Ünv.	-.167	.095	.384
Lise	İ.Okul	-.147	.062	.096
	O.Okul	-.084	.078	.856
	Ünv.	-.251*	.086	.019
Ünv.	İ.Okul	.104	.082	.700
	O.Okul	.167	.095	.384
	Lise	.251*	.086	.019

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.19’da, lise öğrencilerinin demografik özelliklerinden kardeş sayılarına göre kapsamlı bilinçli farkındalık düzeylerinde hangi hangi sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Tek yönlü ANOVA testi kullanılarak anne eğitim düzeyi grupları arasındaki kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi incelendiğinde gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir; $F(3, 496) = 3.413$, $p = .017$. Gabriel Post Hoc analizi ile yapılan analizde, lise grubunun ($M = 2.94$, $SS = .53$) üniversite grubundan ($M = 3.19$, $SS = .47$) anlamlı bir şekilde farklı olduğu görülmüştür. Bu bulgular, puanların üniversite grubu lehine olduğunu göstermektedir.

Lise öğrencilerinin eğitim düzeylerine göre içsel deneyim farkındalık düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.20’de verilmiştir.

Tablo 4.20: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
İ.Okul	O.Okul	.027	.116	1.000
	Lise	-.019	.098	1.000
	Ünv.	-.413*	.130	.006
O.Okul	İ.Okul	-.027	.116	1.000
	Lise	-.046	.125	.999
	Ünv.	-.441*	.151	.022
Lise	İ.Okul	.019	.098	1.000
	O.Okul	.046	.125	.999
	Ünv.	-.395*	.138	.022
Ünv.	İ.Okul	.413*	.130	.006
	O.Okul	.441*	.151	.022

Lise	.395*	.138	.022
------	-------	------	------

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.20'e göre, lise öğrencilerinin eğitim durumlarının içsel deneyim farkındalık düzeylerinde hangi hangi eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. İçsel deneyim farkındalık düzeyi grupları arasında yapılan tek yönlü ANOVA testinde, gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($F(3, 496) = 3.413, p = .017$). Gabriel Post Hoc analizi sonucunda, üniversite grubunun ($M = 4.02, SS = .70$) ilkököl grubundan ($M = 3.60, SS = .93$), ortaokul grubundan ($M = 3.58, SS = .90$) ve lise grubundan ($M = 3.62, SS = .93$) anlamlı bir şekilde ayrıştığı gözlemlenmiştir. Bu bulgular, puanların üniversite grubu lehine olduğunu göstermektedir. Lise öğrencilerinin eğitim düzeylerine göre farkındalıkla davranma düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.21'de verilmiştir.

Tablo 4.21: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
İ.Okul	O.Okul	.202	.102	.226
	Lise	.103	.086	.788
	Ünv.	-.166	.114	.560
O.Okul	İ.Okul	-.202	.102	.226
	Lise	-.099	.109	.930
	Ünv.	-.368*	.132	.032
Lise	İ.Okul	-.103	.086	.788
	O.Okul	.099	.109	.930
	Ünv.	-.269	.120	.131
Ünv.	İ.Okul	.166	.114	.560
	O.Okul	.368*	.132	.032
	Lise	.269	.120	.131

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.21'de, lise öğrencilerinin demografik özelliklerinden eğitim durumlarına göre farkındalıkla davranma düzeylerinde hangi eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Anne eğitim düzeyi grupları arasındaki farkındalıkla davranma düzeyi incelenmiş ve yapılan tek yönlü ANOVA testi sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F(3, 496) = 3.067, p = .028$). Gabriel Post Hoc analizi sonucunda, ortaokul grubunun ($M = 2.23, SS = .69$) üniversite grubundan ($M = 2.33, SS = .72$) anlamlı bir şekilde ayrıldığı belirlenmiştir. Bu analiz sonuçları, puanların üniversite grubu lehine

olduğunu göstermektedir. Lise öğrencilerinin eğitim düzeylerine göre deneyime açık olma düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.22’de verilmiştir.

Tablo 4.22: Tamamlayıcı LSD Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
İ.Okul	O.Okul	.281*	.126	.025
	Lise	.208*	.106	.050
	Ünv.	-.048	.141	.734
O.Okul	İ.Okul	-.281*	.126	.025
	Lise	-.073	.135	.587
	Ünv.	-.329*	.163	.044
Lise	İ.Okul	-.208*	.106	.050
	O.Okul	.073	.135	.587
	Ünv.	-.256	.149	.086
Ünv.	İ.Okul	.048	.141	.734
	O.Okul	.329*	.163	.044
	Lise	.256	.149	.086

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.22’de, lise öğrencilerinin eğitim durumlarına göre deneyime açık olma düzeylerinde hangi hangi eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Anne eğitim düzeyi grupları arasındaki deneyime açık olma düzeyi incelenmiş ve yapılan tek yönlü ANOVA testi sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($F(3, 496) = 2.771, p = .041$). LSD analizi kullanılarak yapılan incelemede, ilkokul grubunun ($M = 3.00, SS = 1.01$) ortaokul grubundan ($M = 2.72, SS = 1.00$) ve ortaokul grubunun ($M = 2.72, SS = 1.00$) üniversite grubundan ($M = 3.05, SS = .90$) anlamlı şekilde ayrıldığı tespit edilmiştir. İlkokul ve ortaokul grupları arasında puanların ilkokul grubu lehine; ortaokul ve üniversite grupları arasında ise puanların üniversite grubu lehine olduğu görülmüştür.

Lise öğrencilerinin eğitim düzeylerine göre içgörülü kavrayış düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.23’te verilmiştir.

Tablo 4.23: Tamamlayıcı LSD Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j) Eğitim	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
İ.Okul	O.Okul	.159	.135	.238
	Lise	.250*	.114	.029
	Ünv.	-.137	.151	.365
O.Okul	İ.Okul	-.159	.135	.238
	Lise	.090	.144	.531

	Ünv.	-.296	.175	.092
	İ.Okul	-.250*	.114	.029
Lise	O.Okul	-.090	.144	.531
	Ünv.	-.387*	.160	.016
	İ.Okul	.137	.151	.365
Ünv.	O.Okul	.296	.175	.092
	Lise	.387*	.160	.016

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.23'te, lise öğrencilerinin demografik özelliklerinden eğitim durumlarına göre içgörülü kavrayış düzeylerinde hangi hangi eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için LSD Post Hoc testi kullanılmıştır. Anne eğitim düzeyi grupları arasındaki içgörülü kavrayış düzeyi incelendiğinde, yapılan tek yönlü ANOVA testi sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur ($F(3, 496) = 2.694, p = .045$). LSD analizi kullanılarak yapılan incelemede, lise grubunun ($M = 2.52, SS = .95$) ilkokul grubundan ($M = 2.77, SS = 1.05$) ve üniversite grubundan ($M = 2.90, SS = 1.15$) anlamlı şekilde ayrıldığı görülmüştür. Bu analiz sonuçlarına göre, puanların lise grubu lehine olduğu gözlemlenmiştir.

4.10. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Baba Eğitim Durumları Arasındaki Farkları

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile bilinçli farkındalık seviyelerinin ve KBFE alt boyutlarının baba eğitim düzeyleri arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir. Lise öğrencilerinin baba eğitim durumlarına göre Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutları arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.24' verilmiştir.

Tablo 4.24: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Baba Eğitim Düzeyleri arasındaki Farkı için ANOVA Testi

<i>f, $\bar{x}$ ve ss Değerleri</i>					ANOVA Sonuçları					
Ölçek	Eğitim	N	$\bar{x}$	ss	Var K.	KT	sd	KO	F	p
SMBD Ö	İ.Okul	13	1.7	.279	G.ar	.222	3	.074	1.14	.33
	O.Oku	11	1.7	.235	G.iç	32.225	49	.065	1	2
		0	5		i		6			

	Lise	16 2	1.7 3	.237	Top.	32.447	49 9			
	Ünv.	95	1.7 3	.271						
	Top.	50 0	1.7 3	.255						
KBFE	İ.Okul	13 3	3.0 5	.609	G.ar	.848	3	.283	.869	.45 7
	O.Okul	11 0	3.0 0	.564	G.iç i	161.33 7	49 6	.325		
	Lise	16 2	3.1 0	.580	Top.	162.18 6	49 9			
	Ünv.	95	3.0 2	.501						
	Top.	50 0	3.0 5	.570						
İDF	İ.Okul	13 3	3.5 3	.972	G.ar	6.352	3	2.11 7	2.57 3	.05 3
	O.Okul	11 0	3.5 5	.924	G.iç i	408.24 2	49 6	.823		
	Lise	16 2	3.7 6	.897	Top.	414.59 5	49 9			
	Ünv.	95	3.7 8	.805						
	Top.	50 0	3.6 5	.912						
DDF	İ.Okul	13 3	3.8 4	.949	G.ar	1.532	3	.511	.558	.64 3
	O.Okul	11 0	3.8 8	.904	G.iç i	453.59 1	49 6	.914		
	Lise	16 2	3.7 8	.989	Top.	455.12 4	49 9			
	Ünv.	95	3.7 2	.968						
	Top.	50 0	3.8 1	.955						
FD	İ.Okul	13 3	2.3 4	.846	G.ar	.790	3	.263	.416	.74 1
	O.Okul	11 0	2.3 8	.771	G.iç i	313.70 3	49 6	.632		
	Lise	16 2	2.4 3	.773	Top.	314.49 3	49 9			
	Ünv.	95	2.4 2	.786						
	Top.	50 0	2.3 9	.794						
KYY	İ.Okul	13 3	3.0 3	.822	G.ar	1.781	3	.594	1.00 1	.39 2

	O.Okul	11	2.9	.762	G.iç	294.35	49	.593		
	l	0	1		i	3	6			
	Lise	16	2.9	.767	Top.	296.13	49			
		2	5			4	9			
	Ünv.	95	2.8	.707						
			5							
	Top.	50	2.9	.770						
		0	4							
MT	İ.Okul	13	3.0	1.07	G.ar	2.484	3	.828	.821	.48
		3	4	5						2
	O.Okul	11	2.9	1.03	G.iç	499.92	49	1.00		
	l	0	7	2	i	0	6	8		
	Lise	16	3.1	1.00	Top.	502.40	49			
		2	1	5		4	9			
DAO	Ünv.	95	2.9	.855						
			3							
	Top.	50	3.0	1.00						
		0	3	3						
	İ.Okul	13	2.9	.942	G.ar	3.869	3	1.29	1.34	.25
DAO		3	4					0	5	9
	O.Okul	11	2.7	1.01	G.iç	475.36	49	.958		
	l	0	5	3	i	9	6			
	Lise	16	2.9	1.01	Top.	479.23	49			
		2	8	3		8	9			
DG	Ünv.	95	2.9	.929						
			1							
	Top.	50	2.9	.980						
		0	1							
	İ.Okul	13	3.0	.945	G.ar	1.031	3	.344	.424	.73
DG		3	1							6
	O.Okul	11	3.1	.856	G.iç	401.82	49	.810		
	l	0	0		i	3	6			
	Lise	16	2.9	.896	Top.	402.85	49			
		2	7			4	9			
İK	Ünv.	95	3.0	.892						
			4							
	Top.	50	3.0	.899						
		0	2							
	İ.Okul	13	2.6	1.03	G.ar	10.823	3	3.60	3.30	.02
İK		3	9	9				8	9	0
	O.Okul	11	2.5	1.02	G.iç	540.75	49	1.09		
	l	0	5	2	i	4	6	0		
	Lise	16	2.8	1.07	Top.	551.57	49			
		2	8	5		8	9			
İK	Ünv.	95	2.5	1.02						
			2	3						
	Top.	50	2.6	1.05						
		0	9	1						

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.24'te, baba eğitim durumları arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir.

SMBDÖ ölçeğinden alınan puanların katılımcıların okul düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.14$ $p>.05$].

KBFE ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.86$ $p>.05$].

İDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=2.57$ $p<.05$].

DDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.55$ $p>.05$].

FD ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.41$ $p>.05$].

KYY ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.00$ $p>.05$].

MT ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.82$ $p>.05$].

DAO ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.34$ $p>.05$].

DG ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.42$ $p>.05$].

İK ölçeğinden alınan puanların katılımcıların yaş düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=3.30$ $p<.05$].

Lise öğrencilerinin baba eğitim düzeylerine göre içgörülü kavrayış düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.25'e verilmiştir.

Tablo 4.25: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
İ.Okul	O.Okul	.144	.135	.866
	Lise	-.189	.122	.539
	Ünv.	.170	.140	.782
O.Okul	İ.Okul	-.144	.135	.866
	Lise	-.333	.129	.057
	Ünv.	.026	.146	1.000
Lise	İ.Okul	.189	.122	.539
	O.Okul	.333	.129	.057
	Ünv.	.359*	.135	.044
Ünv.	İ.Okul	-.170	.140	.782
	O.Okul	-.026	.146	1.000
	Lise	-.359*	.135	.044

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.25'e göre, lise öğrencilerinin baba eğitim durumlarına göre içgörülü kavrayış düzeylerinde hangi eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Baba eğitim düzeyi grupları arasında içgörülü kavrayış farkındalığı düzeyi alt boyutunda fark tespit edilmiştir $F(3, 496) = 2.573$, $p = .053$. Hangi gruplar arasında anlamlılık olduğunu bulmak için yapılan Gabriel Post Hoc analizde lise grubunun ($M = 2.88$, $SS = 1.08$) üniversite grubundan ($M = 2.52$, $SS = 1.02$) anlamlı olarak farklı olduğu görülmektedir. Puanların lise grubu lehine farklılaştığı tespit edilmiştir.

4.11. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Gruplarının Sosyal Medya Sitesine Üye Olma Durumları Arasındaki Farklar

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile bilinçli farkındalık seviyelerinin ve KBFE alt gruplarının sosyal medya sitesine üye olma durumları arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir.

Lise öğrencilerinin sosyal medyaya üye olma durumlarına göre Sosyal Medya Kullanımı Düzeyi ve Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.26'da verilmiştir.

Tablo 4.26: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medya Sitelerine Üye Olma Durumları arasındaki Farklar için Bağımsız Gruplar T Testi

Ölçek	Üyelik Durumu	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
SMBDÖ	Üye	380	1.73	.241	.012	.321	172.311	.749
	Üye	120	1.72	.295	.027			
	Değil							
KBFE	Üye	380	3.08	.548	.028	1.866	498	.063
	Üye	120	2.96	.629	.057			
	Değil							
İDF	Üye	380	3.69	.884	.045	1.637	498	.102
	Üye	120	3.54	.989	.090			
	Değil							
DDF	Üye	380	3.83	.938	.048	1.092	498	.275
	Üye	120	3.73	1.008	.092			
	Değil							
FD	Üye	380	2.43	.783	.040	1.800	498	.073
	Üye	120	2.28	.821	.075			
	Değil							
KYY	Üye	380	2.95	.736	.038	.512	175.448	.609
	Üye	120	2.91	.874	.080			
	Değil							
MT	Üye	380	3.03	.990	.051	.272	498	.785
	Üye	120	3.01	1.048	.096			
	Değil							
DAO	Üye	380	2.92	.965	.050	.438	498	.662
	Üye	120	2.87	1.028	.094			
	Değil							
DG	Üye	380	3.07	.900	.046	2.111	498	.035
	Üye	120	2.87	.881	.080			
	Değil							
İK	Üye	380	2.73	1.055	.054	1.636	498	.102
	Üye	120	2.55	1.032	.094			
	Değil							

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.26’da, sosyal medyaya üye olmaları arasında katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri açısından fark olup olmadığını bulmak için bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Erkek ve kadın katılımcılar arasında sosyal medya bağımsızlık düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi, içsel deneyimin farkındalığı düzeyi, dışsal deneyimin farkındalığı düzeyi, farkındalıkla davranma düzeyi, kabul ve yargılamaksızın yönelim düzeyi, merkezleşmek ve tepkisizlik düzeyi, deneyime açık olma düzeyi, düşüncelerin göreceliliği düzeyi ve içgörülü kavrayış düzeyi açısından anlamlı bir

farklılığın olup olmadığını incelemek üzere bağımsız örneklem T-testi uygulanmıştır. Bu analiz sonucunda düşüncelerin göreceliliği düzeyi açısından üye olan grup ($\bar{x} = 3.07$, $SS = .90$) ile üye olmayan grup ($\bar{x} = 2.87$, $SS = .88$) arasında anlamlı bir fark olduğu $t(498) = 2.111$, $p = .035$ görülmektedir. Farkın ortalama puanı daha yüksek hesaplanan üye olan grup lehine olduğu tespit edilmiştir. Diğer gruplar açısından sosyal medya sitesine üye olanlar ile üye olmayanlar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

4.12. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Gruplarının Sosyal Medyaya Erişim Aracı Arasındaki Farklar

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile bilinçli farkındalık seviyelerinin ve KBFE alt gruplarının sosyal medyaya erişim aracı arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir.

Lise öğrencilerinin sosyal medya erişim araçları durumlarına göre Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutları arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.27’de verilmiştir.

Tablo 4.27: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medyaya Erişim Aracı arasındaki Farklar için ANOVA Testi

<i>f</i> , $\bar{x}$ ve ss Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Ölçek	Araç	N	$\bar{x}$	ss	Var K.	KT	sd	KO	F	p
SMBDÖ	A.t.fon	449	1.73	.253	G.ar	.223	2	.112	1.721	.180
	B.sayar/İ.Kafe	40	1.73	.260	G.içi	32.224	497	.065		
	Tablet	11	1.59	.315	Top.	32.447	499			
	Top.	500	1.73	.255						
KBFE	A.t.fon	449	3.06	.572	G.ar	1.372	2	.686	2.121	.121
	B.sayar/İ.Kafe	40	3.04	.513	G.içi	160.813	497	.324		
	Tablet	11	2.70	.649	Top.	162.186	499			
	Top.	500	3.05	.570						
İDF	A.t.fon	449	3.67	.912	G.ar	2.618	2	1.309	1.579	.207
	B.sayar/İ.Kafe	40	3.62	.856	G.içi	411.977	497	.829		
	Tablet	11	3.18	1.026	Top.	414.595	499			
	Top.	500	3.65	.912						
DDF	A.t.fon	449	3.84	.946	G.ar	5.962	2	2.981	3.299	.038
	B.sayar/İ.Kafe	40	3.63	.987	G.içi	449.161	497	.904		
	Tablet	11	3.18	1.026	Top.	455.124	499			
	Top.	500	3.81	.955						

FD	A.t.fon	449	2.39	.792	G.ar	.269	2	.134	.212	.809
	B.sayar/İ.Kafe	40	2.38	.770	G.içi	314.225	497	.632		
	Tablet	11	2.55	.992	Top.	314.493	499			
	Top.	500	2.39	.794						
KYY	A.t.fon	449	2.96	.769	G.ar	3.482	2	1.741	2.956	.053
	B.sayar/İ.Kafe	40	2.91	.747	G.içi	292.653	497	.589		
	Tablet	11	2.39	.772	Top.	296.134	499			
	Top.	500	2.94	.770						
MT	A.t.fon	449	3.05	.998	G.ar	5.203	2	2.602	2.601	.075
	B.sayar/İ.Kafe	40	2.97	.992	G.içi	497.201	497	1.000		
	Tablet	11	2.36	1.120	Top.	502.404	499			
	Top.	500	3.03	1.003						
DAO	A.t.fon	449	2.89	.981	G.ar	.571	2	.286	.297	.743
	B.sayar/İ.Kafe	40	3.00	.944	G.içi	478.666	497	.963		
	Tablet	11	3.02	1.126	Top.	479.238	499			
	Top.	500	2.91	.980						
DG	A.t.fon	449	3.02	.901	G.ar	1.407	2	.703	.871	.419
	B.sayar/İ.Kafe	40	3.10	.865	G.içi	401.448	497	.808		
	Tablet	11	2.70	.912	Top.	402.854	499			
	Top.	500	3.02	.899						
İK	A.t.fon	449	2.70	1.046	G.ar	3.609	2	1.805	1.637	.196
	B.sayar/İ.Kafe	40	2.72	1.113	G.içi	547.969	497	1.103		
	Tablet	11	2.12	.981	Top.	551.578	499			
	Top.	500	2.69	1.051						

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.27’te, sosyal medya erişim araçları arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir.

SMBDÖ ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır [$f(2-497)=1.72$ $p>.05$].

KBFE ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarına göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık bulunmamıştır [$f(2-497)=2.12$ $p>.05$].

İDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır [$f(2-497)=1.57$ $p>.05$].

DDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(2-497)=3.29$ $p<.05$].

FD ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.21$ $p>.05$].

KYY ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=2.95$ $p>.05$].

MT ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=2.60$ $p>.05$].

DAO ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.29$ $p>.05$].

DG ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=.87$ $p>.05$].

İK ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya erişim araçlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(2-497)=1.63$ $p>.05$].

Lise öğrencilerinin sosyal medya erişim araçlarına göre içgörülü kavrayış düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.28’de verilmiştir.

Tablo 4.28: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j) Araçlar	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
A.t.fon	B.sayar/İ.Kafe	.206	.157	.357
	Tablet	.657*	.290	.016
B.sayar/İ.Kafe	A.t.fon	-.206	.157	.357
	Tablet	.452	.324	.374
Tablet	A.t.fon	-.657*	.290	.016
	15 yaş	-.452	.324	.374

** $p<.01$, * $p<.05$

Tablo 4.28’de, lise öğrencilerinin demografik özelliklerinden sosyal medya erişim araçlarına göre dışsal deneyim farkındalık düzeylerinde hangi sosyal medya aracını kullandıkları arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Sosyal medyaya erişim aracı grupları arasındaki dışsal deneyim farkındalığı düzeyi incelendiğinde, gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F(2, 497) = 3.299$, $p = .038$). Gabriel Post Hoc analizi sonuçlarına göre, akıllı telefon kullanan grubun ($M = 3.84$, $SS = .94$) tablet kullanan gruptan ($M = 3.18$, $SS = 1.02$) anlamlı şekilde ayrıştığı belirlenmiştir. Telefon kullanan grubun ortalama puanının daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Diğer gruplar arasında ise sosyal medyaya erişim aracı grupları açısından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

4.13. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ile Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Gruplarının Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sıklığı Arasındaki Farklar

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile bilinçli farkındalık seviyelerinin ve KBFE alt gruplarının sosyal medyayı günlük kullanım sıklığı arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir.

Lise öğrencilerinin sosyal medya günlük kullanım durumlarına göre Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutları arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.29'da verilmiştir.

Tablo 4.29: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Gruplarının Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sıklığı arasındaki Farklar için ANOVA Testi.

$f, \bar{x}$ ve ss Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Ölçek	Günlük Kullanım (Saat)	N	$\bar{x}$	ss	Var K.	KT	sd	KO	F	p
SMBD Ö	<1	69	1.88	.198	G.ar	7.048	3	2.349	45.883	.000
	1-3	199	1.80	.200	G.iç i	25.398	496	.051		
	4-6	178	1.67	.244	Top .	32.447	499			
	>7	54	1.46	.283						
	Top.	500	1.73	.255						
KBFE	<1	69	3.02	.589	G.ar	2.421	3	.807	2.506	.058
	1-3	199	2.98	.512	G.iç i	159.764	496	.322		
	4-6	178	3.09	.584	Top .	162.186	499			
	>7	54	3.20	.671						
	Top.	500	3.05	.570						
İDF	<1	69	3.46	.967	G.ar	4.500	3	1.500	1.814	.144
	1-3	199	3.64	.880	G.iç i	410.094	496	.827		
	4-6	178	3.70	.893	Top .	414.595	499			

	>7	54	3.8 3	.990						
	Top.	50 0	3.6 5	.912						
DDF	<1	69	3.7 4	.911	G.ar	1.475	3	.492	.538	.65 7
	1-3	19 9	3.8 3	.913	G.iç i	453.64 8	49 6	.915		
	4-6	17 8	3.7 7	1.00 6	Top .	455.12 4	49 9			
	>7	54	3.9 4	1.00 1						
	Top.	50 0	3.8 1	.955						
FD	<1	69	2.2 5	.878	G.ar	5.031	3	1.67 7	2.688	.04 6
	1-3	19 9	2.3 4	.735	G.iç i	309.46 2	49 6	.624		
	4-6	17 8	2.4 6	.807	Top .	314.49 3	49 9			
	>7	54	2.5 9	.810						
	Top.	50 0	2.3 9	.794	G.ar	1.058	3	.353	.593	.62 0
KYY	<1	69	3.0 2	.767	G.iç i	295.07 6	49 6	.595		
	1-3	19 9	2.9 1	.746	Top .	296.13 4	49 9			
	4-6	17 8	2.9 7	.779						
	>7	54	2.8 7	.840						
	Top.	50 0	2.9 4	.770						
MT	<1	69	3.2 5	.857	G.ar	5.641	3	1.88 0	1.877	.13 2
	1-3	19 9	2.9 8	.993	G.iç i	496.76 3	49 6	1.00 2		
	4-6	17 8	3.0 5	.982	Top .	502.40 4	49 9			
	>7	54	2.8 4	1.23 5						
	Top.	50 0	3.0 3	1.00 3						
DAO	<1	69	2.8 2	1.00 5	G.ar	13.258	3	4.41 9	4.704	.00 3
	1-3	19 9	2.7 5	.942	G.iç i	465.97 9	49 6	.939		

	4-6	17 8	3.0 1	.965	Top .	479.23 8	49 9			
	>7	54	3.2 4	1.03 5						
	Top.	50 0	2.9 1	.980						
	<1	69	2.9 2	.906	G.ar	4.021	3	1.34 0	1.667	.17 3
	1-3	19 9	2.9 5	.887	G.iç i	398.83 3	49 6	.804		
DG	4-6	17 8	3.0 9	.886	Top .	402.85 4	49 9			
	>7	54	3.2 0	.955						
	Top.	50 0	3.0 2	.899						
	<1	69	2.7 5	1.11 1	G.ar	12.508	3	4.16 9	3.836	.01 0
	1-3	19 9	2.5 5	.957	G.iç i	539.07 0	49 6	1.08 7		
İK	4-6	17 8	2.6 9	1.06 5	Top .	551.57 8	49 9			
	>7	54	3.0 9	1.17 7						
	Top.	50 0	2.6 9	1.05 1						

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.29’da görüldüğü üzere, sosyal medya günlük kullanım sıklığı arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir.

SMBDÖ ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir [f(3-496)=45.88 p>.05].

KBFE ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [f(3-496)=2.50 p>.05].

İDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [f(3-496)=1.81 p>.05].

DDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [f(3-496)=.53 p>.05].

FD ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullarımlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=2.68$ $p<.05$].

KYY ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullarımlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.59$ $p>.05$].

MT ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullarımlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.87$ $p>.05$].

DAO ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullarımlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=4.70$ $p<.05$].

DG ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullarımlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.66$ $p>.05$].

İK ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullarımlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=3.83$ $p>.05$].

Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerine göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.30'da verilmiştir.

Tablo 4.30: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j) Saat	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
1 saatten az	1-3 saat arası	.082*	.032	.045
	4-6 saat arası	.209*	.032	.000
	7 +	.420*	.041	.000
1-3 saat arası	1 saatten az	-.082*	.032	.045
	4-6 saat arası	.128*	.023	.000
	7 +	.338*	.035	.000
4-6 saat arası	1 saatten az	-.209*	.032	.000
	1-3 saat arası	-.128*	.023	.000
	7 +	.211*	.035	.000
7 saatten fazla	1 saatten az	-.420*	.041	.000
	1-3 saat arası	-.338*	.035	.000
	4-6 saat arası	-.211*	.035	.000

** $p<.01$, * $p<.05$

Gruplar arasında sosyal medya bağımlılık düzeyini belirlemek için tek yönlü ANOVA testi kullanılarak sosyal medya kullanım saatleri grupları arasındaki fark incelendiğinde, anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir $F(3, 496) = 45.883$ $p < .01$. Gabriel Post Hoc testi kullanılarak yapılan analizde, sosyal medya kullanım saatleri grupları arasında anlamlılığı belirlemek için incelenmiştir. Buna göre, 1 saatten az süreyle sosyal medya kullanan grubun ($M = 1.88$, $SS = .19$), 1-3 saat

arasında kullanan gruptan ($M = 1.80$, $SS = .20$), 4-6 saat arasında kullanan gruptan ($M = 1.67$, $SS = .24$) ve 7 saatten fazla kullanan gruptan ($M = 1.46$, $SS = .28$) anlamlı şekilde farklı olduğu tespit edilmiştir. 1 saatten az süreyle kullanan grubun ortalaması 1-3, 4-6 ve 7 saatten fazla süreyle kullanan öğrencilere nazaran daha yüksektir. Bununla beraber, sosyal medyayı 1-3 saat arasında kullanan grubun ($M = 1.80$, $SS = .20$) 4-6 saat arasında kullanan gruptan ($M = 1.67$, $SS = .24$) ve 7 saatten fazla kullanan gruptan ($M = 1.46$, $SS = .28$) anlamlı olarak farklı olduğu görülmektedir. Son olarak sosyal medyayı 4-6 saat arasında kullanan grubun ($M = 1.67$, $SS = .24$) 7 saatten fazla kullanan gruptan ($M = 1.46$, $SS = .28$) anlamlı olarak farklı olduğu görülmektedir. 1-3 saat arasında kullanan grubun puanlarının ortalaması, 4-6 arası ve 7 saatten fazla kullanan grubun puanlarının ortalamasından yüksektir.

Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerine göre farkındalıkla davranma düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.31’de verilmiştir.

Tablo 4.31: Tamamlayıcı LSD Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j) Saat	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
1 saatten az	1-3 saat arası	-.089	.110	.422
	4-6 saat arası	-.211	.112	.061
	7 +	-.346*	.144	.016
1-3 saat arası	1 saatten az	.089	.110	.422
	4-6 saat arası	-.122	.081	.135
	7 +	-.258*	.121	.034
4-6 saat arası	1 saatten az	.211	.112	.061
	1-3 saat arası	.122	.081	.135
	7 +	-.136	.123	.269
7 saatten fazla	1 saatten az	.346*	.144	.016
	1-3 saat arası	.258*	.121	.034
	4-6 saat arası	.136	.123	.269

** $p < .01$, * $p < .05$

Tablo 4.31 incelendiğinde, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerine göre farkındalıkla davranma düzeylerinde anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım saatleri altboyutları arasındaki farkındalıkla davranma düzeyi incelendiğinde, yapılan tek yönlü ANOVA testi sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($F(3, 496) = 2.688$, $p = .046$). LSD Post Hoc testi kullanılarak yapılan analizde, sosyal medyayı 7 saatten fazla kullanan grup ($M = 2.59$, $SS = .81$) ile 1 saatten az kullanan grup ($M = 2.25$, $SS = .87$) ve 1-3 saat arasında kullanan grup ($M = 2.34$, $SS = .73$) arasında anlamlı bir fark olduğu gözlemlenmiştir. 7 saatten fazla kullanan grup, puan

ortalamaları açısından 1 saatten az kullanan ve 1-3 saat arasında kullanan gruplardan daha yüksek bir skora sahiptir. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerine göre deneyime açık olma düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.32’de verilmiştir.

Tablo 4.32: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j) Saat	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
1 saatten az	1-3 saat arası	.074	.135	.994
	4-6 saat arası	-.189	.137	.645
	7 +	-.414	.176	.109
1-3 saat arası	1 saatten az	-.074	.135	.994
	4-6 saat arası	-.262	.100	.052
	7 +	-.487*	.149	.004
4-6 saat arası	1 saatten az	.189	.137	.645
	1-3 saat arası	.262	.100	.052
	7 +	-.225	.151	.536
7 saat +	1 saatten az	.414	.176	.109
	1-3 saat arası	.487*	.149	.004
	4-6 saat arası	.225	.151	.536

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.32’de, lise öğrencilerinin demografik özelliklerinden sosyal medya kullanım sürelerine göre deneyime açık olma düzeylerinde anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım saatleri grupları arasındaki deneyime açık olma düzeyi incelendiğinde, yapılan tek yönlü ANOVA testi sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F(3, 496) = 4.704, p = .003$). Gabriel Post Hoc testi kullanılarak yapılan analizde, sosyal medyayı 1-3 saat arasında kullanan grup ($M = 2.55, SS = .95$) ile 7 saatten fazla kullanan grup ($M = 3.09, SS = 1.17$) arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir. 7 saatten fazla kullanan grubun puan ortalaması, 1-3 saat arasında kullanan gruptan daha yüksektir. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerine göre içgörülü kavrayış düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.33’te verilmiştir.

Tablo 4.33. Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j) Saat	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
1 saatten az	1-3 saat arası	.201	.146	.634
	4-6 saat arası	.064	.148	.998
	7 +	-.333	.189	.389
1-3 saat arası	1 saatten az	-.201	.146	.634
	4-6 saat arası	-.136	.108	.747
	7 +	-.534*	.160	.003
4-6 saat arası	1 saatten az	-.064	.148	.998
	1-3 saat arası	.136	.108	.747
	7 +	-.397	.162	.064
7 saatten fazla	1 saatten az	.333	.189	.389
	1-3 saat arası	.534*	.160	.003
	4-6 saat arası	.397	.162	.064

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.33’te, lise öğrencilerinin demografik özelliklerinden sosyal medya kullanım sürelerine göre içgörülü kavrayış düzeylerinde anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım saatleri grupları arasındaki içgörülü kavrayış düzeyi tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelendiğinde gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur ($F(3, 496) = 2.688, p = .046$). Gabriel Post Hoc testi ile yapılan analizde, sosyal medyayı 1-3 saat arasında kullanan grup ile 7 saatten fazla kullanan grup arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, 7 saatten fazla kullanan grubun içgörülü kavrayış düzeyinin, 1-3 saat arasında kullanan gruptan daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, sosyal medya kullanım süresinin içgörülü kavrayış üzerinde etkili olabileceğini düşündürmektedir.

4.14. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Bilinçli Farkındalık Seviyelerinin ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medyayı Yıllık Kullanma Sıklığı Arasındaki Farklar

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları, bilinçli farkındalık seviyelerinin ve KBFE boyutlarının sosyal medya kullanım yılı arasındaki farklarına ilişkin tablo aşağıda verilmiştir.

Lise öğrencilerinin sosyal medya yıllık kullanım durumlarına göre Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutları arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.34’te verilmiştir.

Tablo 4.34: Sosyal Medya Kullanımının, Kapsamlı Bilinçli Farkındalığın ve KBFE Alt Boyutlarının Sosyal Medyayı Kullanım Yılı Arasındaki Farklar için ANOVA Testi

$f, \bar{x}$ ve ss Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Ölçek	Yıllık Kullanım	N	$\bar{x}$	ss	Var K.	KT	sd	KO	F	p
SMBD Ö	<1	37	1.81	.210	G.ar	.460	3	.153	2.380	.069
	1-3	193	1.74	.261	G.iç i	31.987	496	.064		
	4-6	182	1.70	.247	Top .	32.447	499			
	>7	88	1.72	.268						
	Top.	500	1.73	.255						
KBFE	<1	37	2.97	.531	G.ar	1.089	3	.363	1.117	.342
	1-3	193	3.01	.576	G.iç i	161.097	496	.325		
	4-6	182	3.07	.558	Top .	162.186	499			
	>7	88	3.12	.595						
	Top.	500	3.05	.570						
İDF	<1	37	3.33	.949	G.ar	6.924	3	2.308	2.808	.039
	1-3	193	3.60	.933	G.iç i	407.671	496	.822		
	4-6	182	3.70	.884	Top .	414.595	499			
	>7	88	3.81	.875						
	Top.	500	3.65	.912						
DDF	<1	37	3.74	.956	G.ar	2.513	3	.838	.918	.432
	1-3	193	3.75	1.008	G.iç i	452.611	496	.913		
	4-6	182	3.82	.902	Top .	455.124	499			
	>7	88	3.94	.943						
	Top.	500	3.81	.955						

FD	<1	37	2.1 2	.775	G.ar	5.524	3	1.84 1	2.95 6	.03 2
	1-3	19 3	2.3 3	.775	G.iç i	308.96 9	49 6	.623		
	4-6	18 2	2.4 6	.765	Top .	314.49 3	49 9			
	>7	88	2.5 0	.871						
	Top.	50 0	2.3 9	.794						
KYY	<1	37	2.8 3	.646	G.ar	2.537	3	.846	1.42 9	.23 4
	1-3	19 3	2.9 4	.756	G.iç i	293.59 7	49 6	.592		
	4-6	18 2	2.9 0	.807	Top .	296.13 4	49 9			
	>7	88	3.0 8	.765						
	Top.	50 0	2.9 4	.770						
MT	<1	37	3.2 4	.891	G.ar	4.858	3	1.61 9	1.61 4	.18 5
	1-3	19 3	2.9 6	1.03 1	G.iç i	497.54 6	49 6	1.00 3		
	4-6	18 2	2.9 9	.949	Top .	502.40 4	49 9			
	>7	88	3.1 7	1.08 3						
	Top.	50 0	3.0 3	1.00 3						
DAO	<1	37	2.9 4	.849	G.ar	.626	3	.209	.216	.88 5
	1-3	19 3	2.9 0	.996	G.iç i	478.61 1	49 6	.965		
	4-6	18 2	2.9 3	.953	Top .	479.23 8	49 9			
	>7	88	2.8 4	1.06 0						
	Top.	50 0	2.9 1	.980						
DG	<1	37	2.9 5	.977	G.ar	.388	3	.129	.159	.92 4
	1-3	19 3	3.0 2	.860	G.iç i	402.46 6	49 6	.811		
	4-6	18 2	3.0 5	.931	Top .	402.85 4	49 9			
	>7	88	3.0 1	.892						

	Top.	50 0	3.0 2	.899						
	<1	37	2.5 9	.951	G.ar	3.468	3	1.15 6	1.04 6	.37 2
	1-3	19 3	2.6 1	1.07 8	G.iç i	548.11 0	49 6	1.10 5		
İK	4-6	18 2	2.7 9	1.03 4	Top .	551.57 8	49 9			
	>7	88	2.6 7	1.06 6						
	Top.	50 0	2.6 9	1.05 1						

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.34'te, sosyal medya yıllık kullanım sıklığı arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir.

SMBDÖ ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=2.38>.05$].

KBFE ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.11 p>.05$].

İDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=2.80 p<.05$].

DDF ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.91 p>.05$].

FD ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermiştir [$f(3-496)=2.95 p<.05$].

KYY ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.42 p>.05$].

MT ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.61 p>.05$].

DAO ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.21 p>.05$].

DG ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=.15 p>.05$].

İK ölçeğinden alınan puanların katılımcıların sosyal medya günlük kullanımına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermemiştir [$f(3-496)=1.04$ $p>.05$].

Tablo 4.35: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j) Yıl	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
1 yıldan az	1-3 yıl arası	.201	.146	.634
	4-6 yıl arası	.064	.148	.998
	7 +	-.333	.189	.389
1-3 yıl arası	1 yıldan az	-.201	.146	.634
	4-6 yıl arası	-.136	.108	.747
	7 +	-.534*	.160	.003
4-6 yıl arası	1 yıldan az	-.064	.148	.998
	1-3 saat arası	.136	.108	.747
	7 +	-.397	.162	.064
7 yıldan fazla	1 yıldan az	.333	.189	.389
	1-3 yıl arası	.534*	.160	.003
	4-6 yıl arası	.397	.162	.064

** $p<.01$, * $p<.05$

Tablo 4.35'e göre, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerine göre içsel deneyim farkındalık düzeylerinde anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım yılları grupları arasındaki içsel deneyimin farkındalığı düzeyi tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelendiğinde gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($F(3, 496) = 2.808$, $p = .039$). Gabriel Post Hoc testi kullanılarak yapılan analizde, sosyal medyayı 1 yıldan az kullanan grup ile 7 yıldan fazla kullanan grup arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre, 7 yıldan fazla sosyal medya kullanan gruptaki katılımcıların içsel deneyim farkındalığı düzeyi, 1 yıldan az kullanan gruptakilere göre istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksektir. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerine göre farkındalıkla davranma düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu Tablo 4.36'da verilmiştir.

Tablo 4.36: Tamamlayıcı Gabriel Post Hoc testi

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
1 yıldan az	1-3 yıl arası	-.214	.142	.131
	4-6 yıl arası	-.346*	.142	.015
	7 yıldan fazla	-.387*	.155	.013
1-3 yıl arası	1 yıldan az	.214	.142	.131
	4-6 yıl arası	-.132	.082	.107
	7 yıldan fazla	-.172	.102	.091

4-6 yıl arası	1 yıldan az	.346*	.142	.015
	1-3 saat arası	.132	.082	.107
	7 yıldan fazla	-.040	.102	.693
7 yıldan çok	1 yıldan az	.387*	.155	.013
	1-3 yıl arası	.172	.102	.091
	4-6 yıl arası	.040	.102	.693

**p<.01, *p<.05

Tablo 4.36’da, lise öğrencilerinin demografik özelliklerinden sosyal medya kullanım sürelerine göre farkındalıkla davranma düzeylerinde anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını anlamak için Gabriel Post Hoc testi kullanılmıştır. Sosyal medya kullanım yılları grupları arasındaki farkındalıkla davranma düzeyi tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelendiğinde gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F(3, 496) = 2.956, p = .032$). LSD Post Hoc testi kullanılarak yapılan analizde, sosyal medyayı 1 yıldan az kullanan grup ile 4-6 yıl arasında kullanan grup ve 7 yıldan fazla kullanan grup arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir. Bu bulgulara göre, 7 yıldan fazla sosyal medya kullanan gruptaki katılımcıların farkındalıkla davranma düzeyi, 1 yıldan az kullanan grup ve 4-6 yıl arasında kullanan grup ortalamalarından anlamlı derecede daha yüksektir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç ve Tartışma

İnternet kullanımının artışının sonucunda sosyal medya bağımlılığı gençler için dikkate değer bir sorun halini almaktadır. Gençlerin okul başarılarının yanında çevre ve aileleriyle olan ilişkilerinde negatif olarak etkilendiği sosyal medya bağımlılığı sosyal medya kullanımının da artışıyla pek çok araştırmacının ilgi odağı haline gelmiştir. Bu bağlamda, araştırma çerçevesinde incelenmiş olan her bir alt problem çalışmanın sonucunda erişilen bulgular temelinde alan yazındaki ilgili araştırmalarla karşılaştırılarak ele alınmıştır.

Araştırma kapsamında bilinçli farkındalık düzeylerinin sosyal medya bağımlılık düzeyini yordayıp yordamamasına ilişkin regresyon analizinin sonucunda kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyinin, sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı biçimde yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Şehidoğlu (2014) ise araştırmasında ergenlerin bilinçli farkındalık seviyeleriyle internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın bulgularına göre; ergenlerin internet bağımlılığıyla bilinçli farkındalıkları arasında negatif yönlü bir ilişkiye ulaşılmıştır. Alçay (2019) tarafından yapılmış olan bir başka araştırmada ise ergenlerin internet bağımlılığıyla bilinçli farkındalık ile öz düzenleme yeterlilikleri ilişkisi incelenmiş olup ergenlerin öz düzenleme ile bilinçli farkındalık puanlarının problemlili internet kullanım puanlarını anlamlı olarak yordamış olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Konuyla ilgili gerçekleştirilmiş olan bir başka araştırmaya göre, internet sahasında bağımlılıkla ilgili araştırmalar ve araştırmalarında bilinçli farkındalığın aracı rolüyle ilgili bir model test edilmiştir (Peker ve diğ., 2019). Ortaokuldaki ergenlerin akıllı telefonu ile internet araçlarını problemlili kullanımlarının, onların bilinçli farkındalıklarıyla olumsuz bir ilişkide oldukları fark edilmiştir. Görüldüğü üzere bu çalışmanın bulgusu daha önce yapılmış olan (Alçay, 2019; Peker vd., 2019; Şehidoğlu, 2014) araştırmalar tarafından da desteklenmektedir. Bu durumda bilinçli farkındalık ile sosyal medya bağımlılığı arasında olan ilişki belirgin bir şekilde fark edilmektedir.

Araştırma kapsamında sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalığın cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiş olup yapılmış olan analizlerin sonucunda araştırmaya katılım sağlayan kadınların sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli

farkındalık düzeylerinin cinsiyete göre erkeklere kıyasla anlamlı olarak daha yüksek olduğu ortaya konmuştur. Söz konusu bulgu istatistiki açıdan anlamlı görünmektedir. Konuyla ilgili araştırmalar incelendiği zaman, Şehidoğlu (2014) tarafından gerçekleştirilen araştırmada; ergenlerin internet bağımlılığıyla bilinçli farkındalıkları arasında negatif yönlü bir ilişkiye ulaşılmıştır. Cinsiyet bağlamında ise kadın ergenlerin bilinçli farkındalık düzeylerinin onların internet bağımlılıklarıyla yüksek seviyede ilişkisi olduğu buna karşılık erkek ergenlerde bu ilişkinin orta seviyede seyrettiği ortaya konmuştur. Alçay (2019) tarafından yapılmış olan bir başka araştırmada ise ergenlerin internet bağımlılığıyla bilinçli farkındalık ile öz düzenleme yeterlilikleri ilişkisi incelenmiş olup ergenlerin öz düzenleme ile bilinçli farkındalık puanlarının problemli internet kullanım puanlarını anlamlı olarak yordamış olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmanın diğer bulguları arasında dikkat çeken bir nokta, cinsiyet bağlamında ergenlerin problemli internet kullanım puanlarının anlamlı şekilde farklılaştığıdır. Bu bulgular, kadın kullanıcıların internetle olan ilişkilerinin daha belirgin bir şekilde sorunlu olduğunu göstermektedir.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık düzeylerinin yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiştir. Bu bağlamda gerçekleştirilen analizlerin sonucunda yaşa göre anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Hangi gruplar arasında anlamlı ilişki olduğunu bulmak için uygulanan Games-Howell Post Hoc testi analizinde 15 yaş grubunun 16 yaş ve üzeri gruptan anlamlı olarak farklı olduğu görülmektedir. Buna karşılık, Yaş grupları arasındaki kapsamlı bilinçli farkındalık seviyesi tek yönlü ANOVA testi uygulanarak analiz edildiğinde gruplar arasında anlamlı bir ilişki ortaya konulmamaktadır.

Konuyla ilgili olarak yapılan araştırmalar incelendiğinde, Amerika Birleşik Devletleri'nde lise öğrencilerine yönelik olarak gerçekleştirilmiş olan bir çalışmada, özellikle 14-17 yaş arasında yer alan lise öğrencilerinin sosyal medya araçlarını kullanım düzeyleri %82 oranında çıkmış olup, söz konusu araçların 12-13 yaş aralığındaki gençler arasında da oldukça popüler olduğu çünkü bu yaş grubunun yarısından fazlasının sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandığı bulgusuna erişilmiştir (Alexander, 2012: 35). Burada çıkan sonuç yapılan araştırmayı destekler niteliktedir.

Diğer yandan, 13-19 yaş aralığına sahip 271 ergenlik çağındaki lise öğrencisinin sosyal medya bağımlılık seviyelerinin belirlenmesi ile Türkiye'deki sosyal medya bağımlılığının önlenmesi adına çeşitli önerilerin sunulmasıyla ilgili çalışmalar

gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen araştırmaya göre; 14 yaşındaki ergenlerde sosyal medya bağımlılık seviyesinin düşük çıktığı saptanmış olmakla beraber, yaş seviyesi 17 yaşına ulaşana kadar söz konusu seviye en yüksek oranı bulmuştur. Sonraki aşamalarda 18 yaşın üzerinde oranın düşmeye başladığı saptanmıştır görülmüştür (Kırık ve ark., 2015: 108-122). Bu araştırmada genel olarak yine bu tez çalışmasını destekler niteliktedir.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık düzeylerinin ailenin gelir durumuna göre değişiklik gösterip göstermediği incelenmiştir. Yapılan analizlerin sonuçlarına göre, Ailenin gelir durumu grupları arasındaki içsel deneyimin farkındalığı düzeyinde gruplar arasında anlamlı bir fark görülmektedir. Yüksek gelir grubunun orta gelir gruptan anlamlı olarak farklı olduğu görülmektedir. Konuyla ilgili literatürde birebir ilgili bir araştırma bulunamamasına karşın verilerin anlamlı çıkması literatür açısından önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Yine de Yüksel-Şahin ve Öztoprak (2019) tarafından yürütülen çalışmada da benzer sonuçlar görülmektedir. Bu çalışmada da ailenin gelir düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı ile anlamlı bir biçimde ilişkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık düzeylerinin sınıf düzeylerine göre farklılıkları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, 9. sınıf grubunun 10. sınıf grubundan anlamlı olarak farklı olduğu görülmektedir. Konuyla ilgili literatürde ilgili bir araştırma bulunamamasına karşın verilerin anlamlı çıkması literatür açısından önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık düzeylerinin bireylerin anne ve babalarının eğitim durumları bağlamında incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre annenin eğitim durumunda lise grubunun üniversite grubundan anlamlı olarak farklı olduğu görülmektedir. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, Katılımcıların üniversite mezunu olan annelerinin puan ortalamaları lise mezunu olan annelerinin puan ortalamalarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık babalar için yapılan analizlerin sonucunda anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Konuyla direkt olarak ilişkili literatürde herhangi bir araştırmaya rastlanmamış olmasına rağmen, anneler için elde edilen verilen anlamlı çıkması ve buna karşılık babalardan elde edilen verilerde anlamlı bir farklılığa rastlanmaması literatür açısından önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Bunun nedeni çocukların yetişmesinde

önemli bir rol üstlenen annenin, çocukları daha kolay etkileyebilen bir yapıda olmasından kaynaklı olabilir. Babalar ise çocukların yetişmesinde genellikle aktif rol almadıklarından dolayı farklılığa rastlanmaması beklenen bir sonuçtur. Nitekim Yüksel-Şahin ve Öztoprak (2019) tarafından yapılan çalışma sonucuna göre de babaların çalışma durumu ve sosyal medya bağımlılığı arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamışken annelerin tutumlarına göre farklılaştığı tespit edilmiştir.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık düzeylerinin sosyal medya sitelerine üye olma durumuyla ilişkilendirilerek incelenmiştir. Yapılan analizlerin sonucunda, anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Ayrıca literatürde konuyla ilgili yapılmış olan bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık düzeylerinin KBFE Alt Gruplarının Seviyelerinin Sosyal Medyaya Erişim Aracına ilişkin farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Yapılan analizlerin sonuçlarına göre, Sosyal medyaya erişim aracı grupları arasındaki sosyal medya kullanım düzeyi, kapsamlı bilinçli farkındalık düzeyi ve KBFE alt boyutları düzeyleri tek yönlü ANOVA testi kullanılarak incelenmiştir. Sosyal medyaya erişim aracı grupları arasındaki dışsal deneyimin farkındalığı tek yönlü ANOVA testi uygulanarak incelendiğinde gruplar içerisinde anlamlı bir ayrım olduğu tespit edilmiştir. Gruplar arasında anlamlılık için yapılan Gabriel Post Hoc analizde akıllı telefon kullanan grubunun tablet kullanan gruptan anlamlı olarak farklı olduğu görülmektedir. Sosyal medyaya erişim aracı grupları arasındaki kabul ve yargılamaksızın yönelim seviyesi tek yönlü ANOVA testi kullanılarak değerlendirildiğinde, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Hangi gruplar arasında anlamlılık olduğunu bulmak için yapılan Gabriel Post Hoc analizde akıllı telefon kullanan grubunun tablet kullanan gruptan anlamlı olarak farklı olduğu görülmektedir. Diğer gruplar açısından sosyal medyaya erişim aracı grupları arasında anlamlı bir fark görülmemiştir. . Yılmazsoy ve Kahraman (2017)'ın yaptıkları çalışmada sosyal medyaya giriş yapma durumunun akıllı telefonlar ve kişisel bilgisayar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı çalışmanın bulgularını desteklerken Çiftçi (2018), Öncel ve Tekin (2016), Akyazı ve Tutgun Ünal (2013) yapmış olduğu çalışmalarda araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu sosyal medyaya cep telefonu/akıllı telefon ile giriş yaptıkları sonucuna ulaşmıştır. Konuyla ilgili direkt literatürde ilgili bir araştırma bulunamamasına karşın verilerin anlamlı çıkması literatür açısından önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Kaymaz ve

Şakiroğlu (2020) tarafından yapılmış olan bir araştırmaya göreyse, kişilerin bilinçli farkındalıklarının fazla olması öz kontrolleri üstünden direkt olmayan bir şekilde problemli akıllı telefon kullanımlarını en aza indirmektedir.

Konuyla ilgili çok fazla bir araştırmaya rastlanmamış olsa bile Alçay (2019) tarafından yapılmış olan bir araştırmada ergenlerin internet bağımlılığıyla bilinçli farkındalık ile öz düzenleme yeterlilikleri ilişkisi incelenmiş olup ergenlerin öz düzenleme ile bilinçli farkındalık puanlarının problemli internet kullanım puanlarını anlamlı olarak yordamış olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmanın diğer bulgularına göre; ergenlerin problemli internet kullanım puanları, internet kullanım saati, bağlamında anlamlı olarak farklılaşmaktadır. Bununla beraber, ergenlerin bilinçli farkındalık seviyelerinin interneti kullanım saatlerine bağlı olarak anlamlı şekilde farklılaştığı da bulgular arasında saptanmıştır. İnternet kullanım saatleri bağlamında literatürde öne çıkan ergenlerle ilgili farklı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Fakat ergenler dışında yapılmış olan bir başka araştırma da yine bu bulguları doğrular niteliktedir. Longstreet ve Brooks'un (2017) yapmış olduğu araştırmada kişilerin sosyal medya araçlarında geçirdikleri zaman arttıkça gündelik hayat pratiklerinde sorun yaşadıkları için yaşama dair doyumlarında azalma olduğu bulunmuştur. Bu durum da bizim araştırmamızla doğru orantılıdır.

Sosyal medyayı pratik etme yılları grupların içerisindeki içsel deneyimin farkındalığı seviyesi tek yönlü ANOVA testi uygulanarak tahkik edildiğinde gruplar arasında belirgin bir ayrımın olduğu tespit edilmektedir. Gruplar içerisinde anlamlılık olduğunu bulmak için Gabriel Post Hoc testi kullanılarak yapılan incelemede sosyal medyayı 1 yıldan daha az uygulayıcı grup ile 7 yıldan daha çok uygulayan grup içerisinde gözle görülür boyutta farklılaştığı görülmektedir. Sosyal medya kullanım yılları grupları arasındaki farkındalıkla davranma düzeyi tek yönlü ANOVA testi sonucuna göre, gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmiştir. Hangi gruplar arasında anlamlılık olduğunu bulmak için LSD Post Hoc testi kullanılarak yapılan analizde sosyal medyayı 1 yıldan az kullanan grup, 4-6 yıl arası ve 7 yıldan fazla kullanan grup arasında anlamlı bir ayrım tespit edilmektedir. Konuyla ilgili literatürde ilgili bir araştırma bulunamamasına karşın verilerin anlamlı çıkması literatür açısından önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Ergenlerin bağımlılık yolunda ilerlediğini ilk fark edenler onlarla sürekli vakit geçiren ebeveynleri ya da yakın arkadaşlardır. Brenner (1997) tarafından yapılan araştırmada; çalışmada yer alan katılımcıların %58'lik bir

kısmı çevrelerindeki kişilerin sosyal medyayı fazla kullanmasından şikayetçi olmuştur. Bağımlılıklarda en dikkate değer olgu bu tarz reddetme çatışmalarıdır (Griffiths, 2000).

5.2. Öneriler

Bu başlık altında araştırmanın neticeleri doğrultusunda araştırmacılara ve uygulayanlara öneriler sunulmuştur.

5.2.1. Araştırmacılara Yönelik Öneriler

- Bu araştırmanın örnekleme İstanbul ilinin Üsküdar ilçesinde bulunan liselerde okuyan öğrenciler dahil edilmiştir. Daha geniş örneklemelerde, farklı sosyoekonomik gruplarla ve lise türlerinde sonuçların sınanması önemlidir.
- Bu araştırma nicel yöntemle kurgulanmıştır. Sonraki araştırmalarda nitel ve karma yöntemlerin kullanılması daha derin anlayış imkânı ve dolayısıyla daha isabetli yorumların yapılmasına olanak sağlayacaktır.
- Bu çalışmada ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve bilinçli farkındalık arasındaki ilişki incelenmiştir. Her iki değişkenin farklı değişkenlerle ilişkisinin de ele alındığı çalışmalar ile konunun çok boyutlu anlaşılması mümkün olacaktır. Dolayısıyla ileriki çalışmalar ile alana katkı sağlanabilir.
- Bu çalışmada ergenlerde sosyal medya bağımlılığıyla bilinçli farkındalık içerisinde genel olarak olumlu doğrultuda anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak farkındalık artışının bağımlılığı azaltacağı düşünüldüğünden, araştırma sonuçlarının yeni çalışmalar ile sınanması önemlidir.
- Bu çalışmada kapsamlı bilinçli farkındalığın sınıf grupları arasında anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir. Bu farkın nereden kaynaklandığına yönelik çıkarım yapabilmek adına bilinçli farkındalığı odağa alan ve farklı yaş gruplarıyla örneklem/çalışma grubu belirleyen yeni çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

5.2.2. Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

- Araştırma sonuçlarından hareketle lise düzeyinde veya ergenlerde bilinçli farkındalığı artıracak, her türlü bağımlılığı önleyecek uygulamaların geliştirilmesinin önemini koruduğu söylenebilir. Bilinçli farkındalık düzeylerinin

çeşitli şekillerde arttırılması, ergenlerin bağımlılık ve kötü alışkanlıklardan korunmasına katkı sağlayacaktır.

- Sosyal medya bağımlılığı ile mücadele için ergenlerde yüz yüze iletişimin önemini ortaya koyan çalışmaların özellikle okullarda daha görünür hale getirilmesi önemlidir.
- Liselerde önleyici psikolojik danışma ve rehberlik etkinliklerinde bilinçli farkındalık temelinde çalışmalar yapılması faydalı olacaktır. Bilinçli farkındalık alanında uzman kişiler getirilip okulda öğrencilere uygulamalar yaptırılabilir.
- Ailelerin desteği sağlanmak suretiyle lise öğrencilerinin karşı kaşıya kaldığı sorunlar azaltılabilir ya da sorun çözüm süreçleri kolaylaştırılabilir. Bununla beraber sosyal medya araçlarının bilinçli kullanımı, ergenlik dönemi ve anne baba tutumları konusunda aile eğitimleri düzenlenebilir.
- Bağımlılıkla mücadele eden kurum ve kuruluşlar ile işbirliği yapılarak çeşitli eğitim programları düzenlenebilir.
- Ergenlerin sosyal medya araçlarını sorun çözen bir platform şeklinde görmelerinin önlenmesi maksadıyla bilinçli ve yararlı sosyal medya kullanımıyla ilgili bilgilendirme çalışmaları yapılabilir.
- Araştırmamızın sonucunda sohbet amaçlı kullananların oranı fazla çıktığı için okullarda alternatif medya dersleri müfredata eklenerek (podcast, anchor) gibi dijital mecralarda öğrenciler kendi yayınlarını yaparken aynı zamanda yazınsal olarak düşüncelerini daha rahat ifade etmeyi öğrenirler.
- Okul psikolojik danışmanları, sosyal medya bağımlılığı olan öğrencilerin tespitinde aktif rol almalı. Bireysel veya grupta psikolojik danışma oturumları gerçekleştirerek öğrencilerin iyi hal durumlarını gözetmelidirler. Ayrıca bilinçli farkındalık yönlerini destekleyecek oturumlar da düzenleyebilirler.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4): 405-421.
- Akyıldız, Y. (2019). *Üniversite Öğrencilerinde Bilinçli Farkındalık Düzeyi ile Dindarlık Düzeyi Arasındaki İlişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alçay, E.S. (2019). *Ergenlerde Problemlili İnternet Kullanımı ile Bilinçli Farkındalık ve Öz Düzenleme Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Alexander, C. M. (2012). Facebook Usage and Academic Achievement of High School Students: A Quantitative Analysis. *Pepperdine University*, 8(1): 29-41.
- Alidina, S. (2014). *Mindfulness at Work For Dummies*. John Wiley & Sons.
- Allen, K. B., Baer, R. A. & Smith, G. T. (2004). Assessment of Mindfulness by Self-Report: The Kentucky Inventory of Mindfulness Skills. *Assessment*, 11(3): 191-206.
- Alpaslan, A. H. (2012). Ergen Ruh Sağlığı ve Spor. *Kocatepe Tıp Dergisi*, 1(1): 181-185.
- Andreassen, C.S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110(2): 501-517.
- (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2(2): 175-184.
- Atalay, Z. (2015). *Mindfulness Nedir?* İstanbul: Sabah.
- (2018). *Mindfulness: Şimdi ve Burada Bilinçli Farkındalık*. İstanbul. Psikonet Yayınları.

----- (2020). *Mindfulness Bilinçli Farkındalıkla Anda Kalabilme Sanatı*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Aydın, Y. and Aydın, G. (2020). Acceptance and Commitment Therapy Based Psychoeducation Group for Test Anxiety: A case study of senior high school students. *Pamukkale University Journal of Education*, 1-21. doi: 10.9779/pauefd.584565

Baer, R.A. (2003). Mindfulness Training as a Clinical Intervention: A Conceptual and Empirical Review. *Clinical psychology: Science and practice*, 10(2): 125-143.

Baer, R.A., ve ark.. (2008). Construct Validity of the Five Facet Mindfulness Questionnaire in Meditating and Nonmeditating Samples. *Assessment*, 15(3): 329-342.

Balcı, Ş. ve Gargalık, E. (2020). Narsisistik Kişilik Özellikleri ile Sosyal Medya Kullanımı Arasında Bir Bağlantı Var Mı?. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 44: 125-140.

Balcı, Ş. ve Gölcü, A. (2013). Facebook Addiction Among University Students in Turkey: Selcuk University Example, *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34: 255-278.

Baripoğlu, S. (2012). Facebook ve Twitter Davranış Bozukluğu Yapıyor mu? e-Psikiyatri. <http://www.e-psikiyatri.com/facebook-ve-twitter-davranis-bozuklugu-yapiyor-mu-33945> [15 Şubat].

Barker, V. (2009). Older Adolescents' Motivations for Social Network Site Use: The Influence of Gender, Group Identity, and Collective Self-Esteem. *Cyber Psychology and Behavior*, 12(1): 209-213.

Barutçu, S. ve Tomaş, M. (2013). Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 4(1): 5-23.

- Bayraktar, F. ve Gün, Z. (2007). Incidence and Correlates of Internet Usage Among Adolescents in North Cyprus. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(1): 191-197.
- Beyler, B. (2019). *Akdeniz Bölgesi Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma İlişkisinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Biçer, E.E. (2012). *Sosyal Medya Pazarlaması ve Marka İmajı*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3): 237-247.
- Boyd, D.M. ve Ellison, N.B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- Bradt, S. (2010), Wandering Mind Not a Happy Mind. *Harvard Gazette*. <http://news.harvard.edu/gazette/story/2010/11/wandering-mind-not-a-happy-mind/> [11 Kasım]
- Brenner, V. (1997). Psychology of Computer Use: XLVII. Parameters of Internet Use, Abuse and Addiction: The First 90 Days of The Internet Usage Survey. *Psychological Reports*, 80(1): 879-892.
- Brown, K. W. ve Ryan, R. M. (2003). The Benefits of Being Present: Mindfulness and Its Role in Psychological Well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4): 822.
- Buffardi, E.L., & Campbell, W.K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(1): 1303-1314.
- Büyüköztürk, Ş. (2019). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., Demirel, F.(2008). Bilimsel Araştırma Yöntemler, Ankara: Pegem Akademi.
- Büyükşener, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. 14. *Türkiye’de İnternet Konferansı*, 1(1): 19-23.
- Can, B. , Hazar, Z. ve Kurt, S. (2021). Spor Yapan ve Yapmayan Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi (Karma Model Araştırması). *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(1): 15-39 .
- Caplan, S.E. (2015). Theory and Measurement of Generalized Problematic İnternet Use: A Two Step Approach. *Computers in Human Behavior*, 26(2010): 1089–1097.
- Ceyhan, A. (2011). Predictors of ‘Adolescents’ Problematic İnternet Use Levels. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 18(2): 85-94.
- Chambers, R., Lo, B.C.Y., & Allen, N.B. (2008). The İmpact of İntensive Mindfulness Training on Attentional Control, Cognitive Style, and Affect. *Cognitive Therapy and Research*, 32(3): 303-322.
- Choi, K., ve ark. (2009). İnternet Over Use and Excessive Daytime Sleepiness in Adolescents. *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 63(1): 455-462.
- Chou C. & Hsiao M.C. (2000). İnternet Addiction, Usage, Gratification, and Pleasure Experience: The Taiwan College Student’s Case. *Computers and Education*, 35(1): 65-80.
- Chou, C., Condron, L. & Belland, J.C. (2005). A Review of The Research on İnternet Addiction. *Educational Psychology Review*, 17(4): 363-388.
- Clayton, R.B., Nagurney, A. & Smith, J. (2013). Cheating, Breaking and Divorce: Is Facebook Use to Blame? *Cyberpsychology Behaviorsand Social Networking*, 16(10): 717-720.

- Cooke, D.W., Divall, S.A. & Radovick, S. (2011). Normal and Aberrant Growth. (In Melmed, S., Polonosky, K.S. Larsen, R.P. & Kronenberg, H.M.) *Williams Text-Book Of Endocrinology*, Philadelphia: Elsevier.
- Cuma, Y. (2020). *Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı, ruhsal sorunlar ve sosyal beceri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). A New Addiction for Teacher Candidates: Social Networks. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3): 14-18.
- Çatak, P. D., ve Ögel, K. (2010). Farkındalık Temelli Terapiler ve Terapötik Süreçler. *Klinik Psikiyatri*, 13, 85-91.
- Çetinöz, N. (2013). Sosyal Medya. *Yeni İletişim Teknolojileri (içinde)*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Yayınları.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4): 173-188.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Demir, V. (2015a). Bilinçli Farkındalık Temelli Kognitif Terapi Programının Bireylerin Depresif Belirti Düzeyleri Üzerine Etkisi. *Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 35(1): 15-26.
- Demir, V. (2015b). Görme Engellilerde Depresif Belirtilere Yönelik Bilinçli Farkındalık Temelli Bilişsel Terapi Programının Etkililiği. *Nesne*, 3(6): 77-93.
- Deniz, M. E., Erus, S. M., & Büyükcebeci, A. (2017). Bilinçli Farkındalık ile Psikolojik İyi Oluş İlişkisinde Duygusal Zekanın Aracılık Rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 7(47): 17-31.

- Düşünceli, B. ve Demirel, G. (2023). Ergenlerin Sosyal Medyaya Yönelik Tutumları ile Bilinçli Farkındalık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Trakya Eğitim Dergisi*, 13(1): 347-364 .
- Ekşi, H., Özgenel, M. ve Canpolat, Ö. (2019). Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ): Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Addicta: The Turkish Journal of Addiction*, 6(3): 629-662.
- Elhai, J. D., Hall, B. & Erwin, M. (2018). Emotion Regulation's Relationships With Depression, Anxiety and Stress due to Imagined Smartphone and Social Media Loss. *Psychiatry Research*, 261: 28-34
- Eminoğlu, K. (2016). *Sosyal Medyanın Özel Hastanelerin Rekabet Gücünü Arttırmadaki Önemi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eni, B. (2017). *Lise Öğrencilerinin Dijital Oyun Bağımlılığı ve Algıladıkları Ebeveyn Tutumlarının Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Feldman, G., ve ark. (2007). Mindfulness and Emotion Regulation: The Development and Initial Validation of the Cognitive and Affective Mindfulness Scale-Revised (CAMS-R). *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 29(3): 177.
- Folaranmi, A. O. (2013). A Survey of Facebook Addiction Level among Selected Nigerian University Undergraduates. *International Knowledge Sharing Platform*, 10(1): 21-44.
- Gámez-Guadix, M. ve Calvete, E. (2016). Assessing the Relationship Between Mindful Awareness and Problematic Internet Use Among Adolescents. *Mindfulness*, 7(6), 1281- 1288. <https://doi.org/10.1007/s12671-016-0566-0>
- Gaylord, S. A., ve ark. (2009). Mindfulness For Irritable Bowel Syndrome: Protocol Development For A Controlled Clinical Trial. *BMC Complementary and Alternative Medicine*, 9(1):1-11.

- Germer, C., ve Neff, K. (2020). *Özşefkatli Farkındalık Uygulama Rehberi*. (F. Tarımtay Altun, Çev.) İstanbul: Diyojen Yayıncılık.
- Griffiths, M. (2000). Does İnternet and Computer "Addiction" Exist? Some Case Study Evidence. *CyberPsychology & Behavior*, 3(2): 211-218
- Griffiths, M. D. (2013). Social Networking Addiction: Emerging Themns and İssues. *Journal of Addiction Research and Therapy*, 4(5): 118-119.
- Gunaratana, H. (2011). *Mindfulness in plain English*. Boston: Wisdom Publications.
- Güldal, Ş. T. (2019). *Bilinçli Farkındalık Temelli Ergenlere Yönelik Psikoeğitim Programının Karakter Güçleri, Bilinçli Farkındalık ve Akademik Başarı Gelişimine Etkisinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güney, S. (2015). *Sosyal Medyada Yer Alan Pazarlama Faaliyetlerinin Toplum Üzerindeki Etkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hafiner, K. & Matkhew, I. (2000). *İnternet Tarihi*, (S. Yazıcıoğlu, Çev.), İstanbul: Güncel Yayınları.
- Hagedorn, W. B. & Young, T. (2011). Identifying and Intervening with Students Exhibiting Signs of Gaming Addiction and Other Addictive Behaviors: Implications for Professional School Counselors. *Professional School Counseling*, 250-260. doi: doi.org/10.5330/PSC.n.2011-14.250.
- Hayes, S. C. (2016). Acceptance and Commitment Therapy, Relational Frame Theory, and The Third Wave of Behavioral and Cognitive Therapies-Republished Article. *Behavior Therapy*, 47(6): 639-665.
- Hamburg, D.A. & Takanishi, R. (2000). The critical Transition of Adolescence, *American Psychologist*, 44: 825-827.
- Hanyun, H. (2011). *Social Media Addiction Among Adolescents in Urban China: an Examination of Sociopsychological Traits, Uses and Gratifications*, Academic

Performance and Social Capital. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Chinese University of Hong Kong, Hong Kong.

Hayes, S. C. (2016). Acceptance and Commitment Therapy, Relational Frame Theory, and The Third Wave of Behavioral and Cognitive Therapies-Republished Article. *Behavior Therapy*, 47(6): 639-665.

Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32(1): 151-176.

Hofmann, S. G., ve Gomez, A. F. (2017). Mindfulness-based Interventions for Anxiety and Depression. *Psychiatric Clinics of North America*, 40(4): 739-749.

Hollis-Walker, L. & Colosimo, K. (2011). Mindfulness, Self-compassion, and Happiness in Non-meditators: A Theoretical and Empirical Examination. *Personality and Individual Differences*, 50(2): 222-227.

İkiz, F. E., ve Savi-Çakar, F. (2010). Perceived Social Support and Self-Esteem in Adolescence. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 5: 2338-2342.

İkiz, F. E. ve Uygur, S. (2019). The Effect of Mindfulness-Based Programs on Coping with Test Anxiety: A Systematic Review. *Journal of Human Sciences*, 16(1): 164-191.

İşiten, N. (2012). Facebook ve Twitter Davranış Bozukluğu Yapıyor mu? *e-Psikiyatri*. <http://www.e-psikiyatri.com/facebook-ve-twitter-davranis-bozuklugu-yapiyor-mu-33945> [15 Şubat]

İşlek, M. S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

Johnson, C., ve ark. (2016). Development and Validation of a Multifactor Mindfulness Scale in Youth: The Comprehensive Inventory of Mindfulness Experiences—Adolescents (CHIME-A), *Psychological Assessment*, 29(3): 264-281.

- Kabat- Zinn, Jon (2013). *Full Catastrophe Living: Using The Wisdom of Your Body to Face Stress, Pain and Illness*, New York: Bantam ebooks.
- Kabat-Zinn, J. (1994). *Wherever You Go. There you are: Mindfulness Meditation in Everyday Life*,
- Kabat-Zinn, J. (2000). *Indra's Net at Work: The mainstreaming of Dharma Practice in Society*,
- Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-Based Interventions in Context: Past, Present, and Future. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 10(2): 144-156.
- Kalkan, M. ve Canani, K. (2019). *İnternet Bağımlılığı Sorunlar ve Çözümler*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kang, Y., Gruber, J. & Gray, J. R. (2013). Mindfulness and De-automatization. *Emotion Review*, 5(2): 192-201.
- Kanoğlu, M. E. (2018). *Medya Nedir? Çikolata Yayınevi*. (1), 15-19.
- Karacaoğlu, D. (2019). *Çocuklarda Bilgisayar Oyun Bağımlılığı ile Aile İlişkileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karaçor, F. (2018). *Üniversite Öğrencilerinde İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kaymaz, E. ve Şakiroğlu, M. (2020). Bilinçli Farkındalık ve Bilişsel Esnekliğin Problemlili Akıllı Telefon Kullanımı Üzerindeki Etkisi: Öz-Kontrolün Aracı Rolü. *Social Sciences Review of the Faculty of Sciences & Letters University of Uludag/Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(38).
- Kemp, S. (2020). *Digital in 2020 Global Overview*. London: We Are Social.

- Kınay, F. (2013). *Beş Boyutlu Bilinçli Farkındalık Ölçeği'ni Türkçe'ye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Bilim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kırca, B. (2017). *Ergenler İçin Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Deneyimleri Envanterinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kırık, A. M. ve ark. (2015). A Quantitative Research on The Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey. *International Journal Of Science Culture And Sport (Intjcs)*, 3(3): 108-122.
- Kısmetoğlu, G. (2019). *15-18 Yaş Arası Ergenlerde Duygu Düzenleme ve Bilinçli Farkındalık Becerilerinin Kaygı Düzeyleri ile İlişkisinin İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Killingsworth, M. A. ve Gilbert, D. T. (2010). A Wandering Mind is an Unhappy Mind. *Science*, 330(6006): 932-932.
- Kirschner, P.A. & Karpinski, A.C. (2010). Facebook and Academic Performance. *Computers in Human Behavior*, 26(1): 1237-1245.
- Koçyiğit, F. (2019). *Teknoloji Bağımlılığının Psikolojik İyi Oluş ile İlişkisinde Bilinçli Farkındalık ve Belirsizliğe Tahammülsüzlük Değişkenlerinin Aracı Rolünün İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Komito, L. & Bates, J. (2009). Virtually Local: Social Media and Community Among Polish Nationals in Dublin, *Aslib Proceedings*, 61(3): 332-244.
- Konuk, B.N. (2019). *İstanbul'da sosyal medya bağımlılığı olan bireylerin pozitif ve negatif duygu durumlarının incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Köroğlu, E. (2011). *Bilişsel Davranışçı Psikoterapiler*. Ankara: HYB yayıncılık.

- Köroğlu, O. ve Tutgun Ünal, A. (2013). Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağları Benimseme Düzeyleri ile Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Yeni Medya Kongresi*, Kocaeli.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M.D. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3): 311-350
- Kuyucu, M. (2013). Yeni Medya ve Televizyon Endüstrisi: Televizyon Endüstrisine Meydan Okuyan Sosyal Medya Platformu Youtube. *Sakarya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 1. Uluslararası Sanat Sempozyumu Sempozyum Bildiri Kitabı*.
- Lohman, B.J. & Jarvis, A.P. (2000). Adolescent Stressors, Coping Strategies, and Psychological Health Studied in the Family Context, *Journal of Youth and Adolescence*, 29(1): 15-43.
- Longstreet, P. & Brooks, S. (2017). Life Satisfaction: A Key to Managing İnternet and Social Media Addiction, *Technology in Society*, 50, 73-77.
- Luscombe, B. (2009). Social Norms: Facebook and Divorce. *Time Journal*, 173(1): 93-94.
- Nolen-Hoeksema, S. (1991). Responses to Depression and Their Effects on the Duration of Depressive Episodes. *Journal of Abnormal Psychology*, 100(4): 569.
- Oğuz, B.B. (2012). Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu ve Bunun Dile Etkisi. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4): 1157-1664.
- Öncel, M. & Tekin, A. (2016). Ortaöğretim Öğrencilerinin Facebook Bağımlılık Düzeyleri ve Kullanım Amaçlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 179-197.

- Özdemir, Ö. (2005). İnternetin Ticarileştirilmesi ve Uluslararası Veri Akışları. F. Başaran ve H. Geray (Der), *İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet*, Ankara: Siyasal.
- Özkan, B. ve McKenzie, B. (2008). Social networking tools for teacher education. Las Vegas, Nevada: *Society for Information Technology and Teacher Education International Conference*.
- Özyeşil, Z. (2011). *Öz Anlayış ve Bilinçli Farkındalık*, Ankara: Maya Akademi Yayıncılık.
- Özyeşil, Z., Arslan, C., Kesici, Ş. ve Deniz, M. E. (2011). Bilinçli Farkındalık Ölçeği'ni Türkçeye uyarlama çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 36(160): 224-235.
- Peker, A., Nebioğlu, M. ve Ödemiş, M.H. (2019). Sanal ortamda bağımlılık: Bilinçli farkındalığın aracı rolüne ilişkin bir model sınaması. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(2).
- Pektaş, İ. ve Mayda, A. S. (2018). Tıp Fakültesi Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı Düzeyi ve Etkileyen Etmenler, *Sakarya Tıp Dergisi*, 8(1): 52-62.
- Polat, R. (2018). *Tüketim Toplumu Bağlamında Sosyal Medya Bağımlılığı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Rouis, S., Limayem, M. & Salehi-Sangari, E. (2011). Impact of Facebook Usage on Students Academic Achievement: Role of Self-Regulation and Trust. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 9(3): 961-994.
- Sağbaş, E.A., Ballı, S. ve Şen, F. (2016). Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri. *Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*.
- Sarı, İ., Yenigün, Ö., Altıncı, E. E. ve Öztürk, A. (2011). Temel Psikolojik İhtiyaçların Tatmininin Genel Öz Yeterlik ve Sürekli Kaygı Üzerine Etkisi (Sakarya

Üniversitesi spor yöneticiliği bölümü örneği), *Spormetre Beden Eğitim ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9(4): 149-156

Sevgi Uygur, S. (2019). Ergenlerin Bilinçli Farkındalığının Yordanmasında Başa Çıkma Stilleri, Empati ve Duygusal Düzenlemenin Rolü. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal* , 9(55): 1247-1279 .

Sönmez, F. (2016). *Sosyal medyanın, z kuşağı tüketicilerinin satın alma davranışları üzerindeki etkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.

Sungur, M.Z. (2017). *Zekâ ve Ruhsal Zeka Nedir? Deniz Bayramoğlu ile Gündem Özel Programı*, Bölüm: 4.11.2017. Cnn Türk.

Şehidoğlu, Z. (2014). *15-17 yaş grubu ergenlerde bilinçli farkındalık düzeyi ile problemli internet kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Şeker, V. T. (2018). *Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon ve anksiyete arasındaki ilişki*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Şehidoğlu, Z. (2014). *15-17 yaş grubu ergenlerde bilinçli farkındalık düzeyi ile problemli internet kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Taş, İ. (2017). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği kısa formunun (SMBÖ-KF) geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 4(1): 27-40.

Teasdale, J. D., Segal, Z. & Williams, J.M.G. (1995). How Does Cognitive Therapy Prevent Depressive Relapse and Why Should Attentional Control (Mindfulness) Training Help? *Behaviour Research and Therapy*, 33(1): 25-39.

- Terzi, A. Y. (2019). *Doğu Marmara Bölgesi'nde sosyal medya bağımlılığı ve kişisel iyi oluş ilişkisinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Thompson, B. L., ve Waltz, J. A. (2007). Mindfulness, self-esteem, and unconditional self- acceptance. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 26(2): 119-126.
- Toprak, Z. ve Çetiner Bacak, S. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Duygu Düzenleme Becerileri ile Bilinçli Farkındalık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Yaşadıkça Eğitim*, 33(2): 306-317.
- Tressel, T. (2014). *Using social media to increase teachers' self-efficacy and outcome expectations in incorporating technology into classrooms*. (Unpublished Master Thesis). McGill University, Canada.
- Tsai, C. & Lin, S. J. (2001). Analysis of Attitudes Toward Computer Networks and İnternet Addiction of Taiwanese Adolescents. *Cyberpsychology & Behavior*, 4(3): 373-376.
- Tsai, C. & Lin, S.J. (2003). İnternet Addiction of Adolescents in Taiwan: An Interview Study. *CyberPsychology & Behavior*, 6(6): 649- 652.
- Tsai, C. C. & Lin, S.S.J. (2002). Sensation Seeking and İnternet Dependence of Taiwanese High School Adolescents. *Computer in Human Behavior*, 18: 411-426.
- Tutgun, A. (2009). *Öğretmen adaylarının problemlı internet kullanımı*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Türk Dil Kurumu (2021). Güncel Türkçe Sözlük. Erişim: <https://sozluk.gov.tr/>.

- Türk, M. (2018). Farkındalık temelli psikoeğitim programının üniversite öğrencilerinin duygusal yeme, kontrolsüz yeme ve duyguları yönetme becerileri üzerindeki etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Uygur, S.S. (2017). *Ergenlerin bilinçli farkındalığının yordanmasında başa çıkma stilleri, empati ve duygusal düzenlemenin rolü*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Uzun Ö. , Yıldırım V. ve Uzun E. (2016). Dikkat Eksikliği Hiperaktivite Bozukluğu olan Ergenlerde Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Saygısı ve Algılanan Sosyal Destek İlişkisi. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(3): 142-147.
- Ünlü, Z.R. (2018). *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Dayanıklılık* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ünür, E. (2016). Geleneksel Medya'nın Sosyal Medyayı Nasıl Kullandığına İlişkin Bir İnceleme: Dizilerin Twitter Kullanımı. *Turkish Journal of Social Research/Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(1).
- Vonderheyde, E.M. (2017). The relationship between mindfulness and stress among college students. (Tez Çalışması). Erişim adresi: <https://rdw.rowan.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3432&context=etd>
- Wells, A. (2002). GAD, Meta-cognition, and Mindfulness: An Information Processing Analysis. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 9(1): 95-100.
- White, R. G., ve ark. (2013). Depression and Anxiety Following Psychosis: Associations with Mindfulness and Psychological Flexibility. *Behavioural and Cognitive Psychotherapy*, 41(1): 34.
- WHO, (2008). *The Global Burden of Disease: 2004 Update*. Switzerland: World Health Organization.
- Yang, S.C. & Tung, C.J. (2007). Comparison of Internet Addicts and Non-addicts in Taiwanese High School. *Computers in Human Behavior*, 23(1): 79-96.

- Yayman, E. (2019). *Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı, oyun bağımlılığı ve aile işlevleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Young, K. S. (1996). “Internet addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder”, *Cyber Psychology and Behavior*, 1(3): 237-244.
- Yüksel-Sahin, F. ve Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Benlik Saygısına Göre İncelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 363-377.



EKLER

EK-1: Kişisel Bilgi Formu

Değerli öğrenciler; aşağıda yer alan bu ölçek, yüksek lisans tez araştırmasında kullanılmak üzere oluşturulmuştur. Aşağıda tezin konusuna yönelik tutumlarınızı belirlemek için çeşitli ifadeler yer almaktadır. Ölçek sorularının cevaplanma süresi ortalama 20 dakikadır. İfadelerin hepsini okuduktan sonra, ifadeye ne derecede katıldığınızı ya da katılmadığınızı liste üstünde sizin için ayrılmış olan yere işaretleyiniz. Çalışmanın doğru ve kesin sonuçlara ulaşabilmesi için lütfen ifadelere samimi cevaplar veriniz. Vereceğiniz bilgiler yalnızca bilimsel araştırma maksadıyla kullanılacağı için adınızı yazmanıza gerek yoktur. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

- | | | |
|---------------------------------|---------------------------------------|---|
| 1) Cinsiyetiniz: | ☐ Kız | ☐ Erkek |
| 2) Yaşınız: | ☐ 11 ve altı | ☐ 12 |
| | ☐ 13 | ☐ 14 ve üzeri |
| 3) Ailenizin gelir durumu: | ☐ Düşük | ☐ Orta ☐ Yüksek |
| 4) Annenizin çalışma durumu: | ☐ Çalışıyor | ☐ Çalışmıyor |
| 5) Babanızın çalışma durumu: | ☐ Çalışıyor | ☐ Çalışmıyor |
| 6) Sınıf düzeyiniz: | ☐ 9 | ☐ 10 |
| | ☐ 11 | ☐ 12 |
| 7) Kaç kardeşsiniz (siz dahil)? | ☐ Tek çocuk | ☐ 2-3 kardeşiz |
| | ☐ 4-5 kardeşiz | ☐ 6 ve üzeri kardeşiz |
| 8) Annenizin eğitim durumu: | ☐ İlkokul | ☐ Ortaokul |
| | ☐ Lise | ☐ Üniversite mezunu |
| 9) Babanızın eğitim durumu: | ☐ İlkokul | ☐ Ortaokul |
| | ☐ Lise | ☐ Üniversite mezunu |

10) Sosyal medya araçlarından herhangi birine (Facebook, Twitter gibi) üye misiniz?

() Evet () Hayır

11) Sosyal medyaya **en çok** hangi araçla erişim sağlıyorsunuz?

() Akıllı telefon () Tablet

() Bilgisayar () İnternet kafe/diğer

12) Sosyal medya sitelerini günlük kullanım sıklığınız nedir?

() 1 saatten az () 1-3 saat arası

() 4-6 saat arası () 7 saatten fazla

13) Ne kadar süredir sosyal medya araçlarını kullanmaktasınız?

() 1 yıldan az () 1-3 yıl arası

() 4-6 yıl arası () 7 yıldan fazla

Ek-2: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Değerli öğrenciler, elinizde bulunan form sosyal medya araçlarını kullanma seviyenizi belirlemeyi hedeflemektedir. Aşağıda sıralanmış olan ifadelerle ilgili fikirlerinizi “Evet” ve “Hayır” olarak karşılarında yer alan parantezlere (X) işareti koyarak belirtiniz. Lütfen ifadelerin hepsini dikkatli bir şekilde okuyup bütün maddeleri cevapladığınızdan emin olunuz.

Katılımınız için teşekkür ederiz.

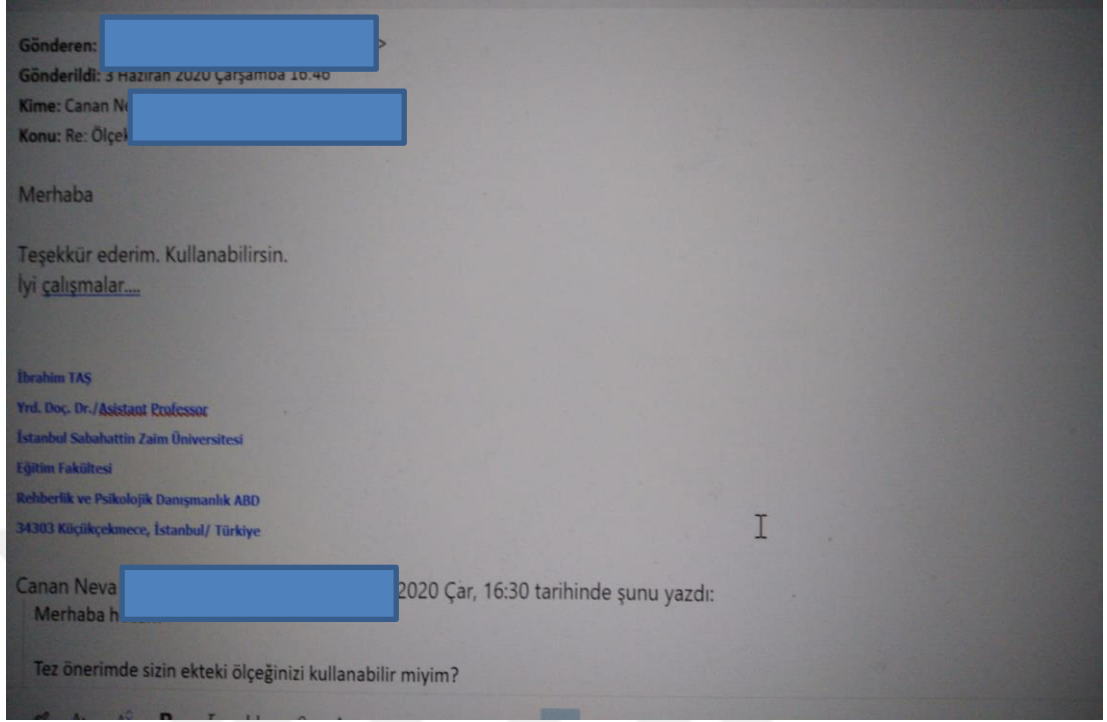
Son bir yılda,		Evet	Hayır
1.	Devamlı olarak, kendinizi sosyal medya araçlarına yeniden bağlanacağınız zamandan başka bir şeyi düşünemez halde hissettiniz mi?		
2.	Devamlı olarak, sosyal medya araçlarında daha çok vakit geçirmeyi istediğiniz için kendinizi mutsuz hissettiğiniz oldu mu?		
3.	Sosyal medya araçlarına bağlanamadığınız vakit çoğunlukla kendinizi kötü hissettiğiniz oldu mu?		
4.	Sosyal medya araçlarında daha az vakit harcamaya uğraştığınız fakat bu konuda başarıya ulaşamadığınız oldu mu?		
5.	Sosyal medya araçlarını kullanmayı istediğiniz için, spor, hobiler vb. Herhangi bir etkinliğinizi devamlı şekilde aksattığınız oldu mu?		
6.	Sosyal medya araçlarını kullanımınız yüzünde çevrenizdeki kişilerde devamlı şekilde tartışmalar yaşadınız mı?		
7.	Sosyal medya araçlarında harcadığınız zamanla ilgili ailenize (anne ve babanız) ya da arkadaşlarınıza devamlı şekilde yalan söylediğiniz oldu mu?		
8.	Negatif duygu durumlarından uzaklaşabilmek adına sıklıkla sosyal medya araçlarını kullandığınız oldu mu?		
9.	Sosyal medya araçlarında geçirdiğiniz vakit yüzünden kardeşleriniz ya da anne babanızla ciddi çatışmalar yaşadınız mı?		

EK-3. Ergenler İçin Kapsamlı Bilinçli Farkındalık Deneyimleri Envanteri

<u>Son iki haftanızı</u> düşünerek size en uygun ifadeyi işaretleyiniz. Lütfen olmasını istediğiniz şekilde değil, gerçekte yaşadıklarınıza göre seçim yapınız.		Hiçbir zaman	Bazen	Sıklıkla	Çoğu zaman	Her zaman
1.	Ruh halim değiştiğinde anında fark ediyorum.					
2.	Ağaçlar ve bulutların şekilleri, gökyüzünün rengi gibi doğada buluna pek çok ayrıntının farkındayım.					
3.	Kendime fazla yüklenmeden hatalarımın farkına varıyorum.					
4.	Kendimi beni rahatsız eden duygu ve düşüncelerle karşı karşıya bulduğum zaman bu durumun anında farkına varıp kendimi bir adım geri çekiyorum.					
5.	Düşüncelerimin her zaman gerçeği yansıtmadığının farkındayım.					
6.	Bazı şeyleri aslında olduğundan daha karmaşık hale getirdiğimi fark ettiğim zaman kendi halime gülüyorum.					
7.	Çevremdeki kişilerle konuştuğum zaman hissettiğim duyguların farkındayım. (Örneğin sinirli veya mutlu olduğumu)					
8.	Yüzüme vuran güneş ve saçlarıma değen rüzgâr gibi şeylerin hissettirdiği duyguların farkındayım.					
9.	Büyük bir hata yaptığım zamanda dahi kendime karşı sabırlı ve iyiyim.					
10.	Düşüncelerimin ve duygularımın içinden çıkılmaz hale gelmeden farkına varabiliyorum.					
11.	Bakış açımın her zaman gerçeklere dayalı olmadığının bilincindeyim.					
12.	Kendimi yok yere gerdiğim zaman bunun farkına varıp kendime gülebiliyorum.					

13	Hissettiğim duyguları, onlar gerçekleşirken fark ediyorum.					
14	Kuş cıvıltıları veya yanımdan geçen otomobillerin seslerini duyuyor ve onları fark edebiliyorum.					
15	Düşüncelerimin ve duygularımın farkındayım; diğer yandan bir adım geride durarak onları uzaktan izleyebiliyorum.					
16	Bakış açımın değişebileceğinin farkındayım.					
17	Küçük bir sorunu büyütüp bir problem haline getirdiğimin farkına vardığımda kendi kendime gülebiliyorum.					
18	Zihnim farklı şeylerle meşgul olduğundan bir şeyleri kırıp dökabiliyorum.					
19	Duygu ve düşüncelerimin bazılarından kurtulabilmek adına kendimi devamlı bir şeylerle meşgul etmeye çalışıyorum.					
20	Hatıralarım ve kurduğum hayaller dikkatimi dağıtıyor.					
21	Başa çıkma konusunda zorlandığım duygulara kapıldığımda onları zihnimden uzaklaştırabilmek adına bir şeylerle meşgul olmak için uğraşıyorum.					
22	Derslerimin arasında koridorda yürürken aklım devamlı farklı yerlerde oluyor.					
23	Korku hissetmekten veya öfkeli olmaktan hoşlanmıyorum, bu nedenle bu hislerimden kurtulmak için çalışıyorum.					
24	Zayıf taraflarım veya hatalarım yüzünden kendime kızıyorum.					
25	Duygusal acılardan mümkün olduğunca kaçınmaya çalışıyorum.					

EK-4. İzinler



ÖZGEÇMİŞ

CANAN CAN

EĞİTİM

2023 – devam ediyor İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi / Rpd/ Yüksek Lisans Programı

2022 – Mezun Sakarya Üniversitesi / Gazetecilik bölümü 4. Sınıf öğrencisi (mezun olmak üzereyim)

2012-2015 Atatürk Üniversitesi / İlahiyat Fakültesi

2008 - 2012 Avrupa İslam Üniversitesi / Arap Dili ve Edebiyatı

1997-2000 Üsküdar İmam Hatip Lisesi

TECRÜBELER

İş yaşamıma 2004-2012 Kadıköy Müftülüğü fahri Kur'an Kursu öğreticisi olarak başladım.

2015 yılında Milli Eğitim Bakanlığı İmam Hatip Ortaokulları ve ilkokulda ücretli din kültürü ve arapça öğretmeni olarak görev aldım.

2017 yılında AÇSHB' da BM mülteciler projesi kapsamında arapça tercüman olarak görev yaptım. Arapça pratiği konusunda tecrübeler edinerek 2018 yılında alan değiştirmek istediğim için görevimden ayrıldım.

2022 yılından itibaren iletişim eğitmeni olarak kısmi zamanlı görev yapmaktayım.

Hem alana olan ilgim hemde güncel yaşamıma özellikle annemin rahatsızlığına katkı oluşturacağından dolayı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Yüksek Lisans Programına başladım ve Bilimsel Hazırlığımla birlikte tez savunma sürecime gelmiş oldum.

Uzun yıllardır devam eden eğitim camiasındaki birikimim ve sosyal hizmetlerde görev aldığım süreçte mülteci vatandaşlarımızın birçok kez dışlandığına tanıklık etmem, Türk vatandaşlarımız içerisinde ise birçok şiddet mağduru kadının varlığı ve en önemlisi geleceğin mimarı çocuklarımızın ebevyenleri tarafından yeteri kadar korunamadığı için ailelerinden alınarak çocuk esirgemelere teslim etmek Pdr'de okurken bana disiplinlerarası bir vizyon oluşturmaya başladı.

Bu alandaki en büyük hedefim; akademik hizmet ve sosyal sorumluluk projelerine olan katkılarımıla korunmaya muhtaç tüm canlılar için bir değer olmak ve değerler oluşturmak.

