

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ERGENLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞIYLA
İLETİŞİM BECERİLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Lale ALKIŞ

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Serhat ERGÜN

İSTANBUL- 2020

TEZ TANITIM FORMU

- YAZAR ADI SOYADI** : Lale ALKIŞ
- TEZİN DİLİ** : Türkçe
- TEZİN ADI** : Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığıyla İletişim Becerilerinin Karşılaştırılması
- ENSTİTÜ** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- ANABİLİM DALI** : Psikoloji Anabilim Dalı
- TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans
- TEZİN TARİHİ** : 22/07/2020
- SAYFA SAYISI** : 92
- TEZ DANIŞMANLARI** : Dr. Öğr. Üyesi Serhat ERGÜN
- DİZİN TERİMLERİ** : Bağımlılık, internet, sosyal medya, iletişim becerileri
- TÜRKÇE ÖZET** : Bu araştırmanın amacı ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerilerini çeşitli değişkenler açısından incelemektir. Çalışma grubu 12-16 yaş arasındaki 333 öğrenciden oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak; Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve İletişim Becerileri Envanteri kullanılmıştır. Araştırmanın verileri SPSS 24. Paket Programı ile analiz edilmiştir. Kız öğrencilerin İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeğinden ve Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğinden aldıkları puanlar erkek öğrencilerin aldıkları puanlardan istatistiksel açıdan daha yüksek bulunmuştur. Araştırma bulgularına göre; iletişim becerileri yükseldikçe sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkma olasılığı azalmaktadır.
- DAĞITIM LİSTESİ** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Lale ALKIŞ

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ERGENLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞIYLA
İLETİŞİM BECERİLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Lale ALKIŞ

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Serhat ERGÜN

İSTANBUL-2020

BEYAN

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

Lale ALKIŞ

.././2020



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Lale ALKIŞ'ın “**Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığıyla İletişim Becerilerinin Karşılaştırılması**” adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan _____
Dr. Öğr. Üyesi Serhat ERGÜN
(Danışman)

Üye _____
Dr. Öğr. Üyesi Hasan SEZEROĞLU

Üye _____
Dr. Öğr. Üyesi İshak SAYĞILI

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.. / .. / 2020

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Günümüzde sosyal medya kullanım sıklığının artmasının ergen bireyler üzerinde nasıl bir etki yaratacağı merak konusu olmaktadır. Bu çalışmada ergenlik dönemindeki sosyal medya bağımlılığının iletişim becerilerini olumsuz yönde etkileyip etkilemediği araştırılmaktadır. Bu araştırmanın amacı ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerilerini çeşitli değişkenler açısından incelemektir.

Yapılan çalışmada ilk olarak bağımlılık kavramı ele alınmış, bağımlılığın nedenleri çeşitli kuramlar çerçevesinde açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra internet ve sosyal medyanın ortaya çıkışı, hayatımızdaki etkileri ve bağımlılık belirtileri hakkında bilgiler ortaya konmuştur. Son olarak iletişim kavramı teorik boyutlarıyla ele alınmıştır.

Çalışma grubu İstanbul'un Bağcılar ilçesinde yaşayan 12-16 yaş ergenlerden oluşmaktadır. Çalışmaya 333 öğrenci katılmıştır. Veri toplama aracı olarak; Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve İletişim Becerileri Envanteri kullanılmıştır.

Araştırmanın verileri SPSS 24. Paket Programı ile analiz edilmiştir. Kız öğrencilerin İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeğinden ve Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğinden aldıkları puanlar erkek öğrencilerin aldıkları puanlardan istatistiksel açıdan daha yüksek bulunmuştur.

Araştırma bulgularının ışığında; iletişim becerileri yükseldikçe sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkma olasılığının azaldığını söyleyebiliriz. Diğer bir deyişle; iletişim becerilerinin düşüklüğünün de sosyal medya bağımlılığının görülme olasılığını artırdığını söyleyebiliriz. Araştırma bulgularından yola çıkılarak ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleriyle iletişim becerileri bilimsel bir çerçevede oluşturularak tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, internet, sosyal medya, iletişim becerileri.

SUMMARY

Today, it is a matter of curiosity how the increase in the frequency of social media use will have an impact on adolescent individuals. In this study, it is investigated whether social media addiction in adolescence negatively affects communication skills. The aim of this study is to examine social media addiction and communication skills in adolescents in terms of various variables.

In this study, firstly, the concept of addiction has been handled and the causes of addiction have been tried to be explained with in the framework of various theories. Later, information about the emergence of the internet and social media, its effects on our life and symptoms of addiction was revealed. Finally, the concept of communication is discussed with its theoretical dimensions.

There search covers 12-16 years old adolescents living in Bağcılar district of Istanbul. 340 students participated in the study. As a data collection tool; Personal Information Form, Social Media Addiction Scale and Communication Skills Inventory were used.

The data of there search were analyzed with SPSS 24th Package Program. The scores of the female students from the Communication Skills Evaluation Scale and the Social Media Addiction Scale were found statistically higher than the scores obtained by the male students.

According to the research findings; As communication skills increase, the probability of being social media addict decreases. This can be stated in the opposite way. In otherwords, as communication skills decrease, the probability of being social media addict increases.

Based on there search findings, communication skills of adolescents with their social media addiction levels are discussed by creating a scientific framework.

Key Words: Addiction, internet, socialmedia, communication skills.

İÇİNDEKİLER

	SAYFA
ÖZET.....	I
SUMMARY.....	II
İÇİNDEKİLER.....	III
KISALTMALAR LİSTESİ	VI
TABLolar LİSTESİ.....	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ	VIII
EKLER LİSTESİ.....	IX
ÖNSÖZ.....	X
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
ARAŞTIRMANIN ÖZELLİKLERİ	3
1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ	3
1.1.1. Alt Problemler	3
1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI	3
1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	4
1.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI	4
1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	4
1.6. TANIMLAR.....	5
İKİNCİ BÖLÜM.....	6
KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	6
2.1. BAĞIMLILIK	6
2.1.1. Bağımlılık Kavramı.....	6
2.1.2. Bağımlılığın Nedenleri	8
2.1.3. Bağımlılığın Nedenlerini Açıklayan Yaklaşımlar.....	8
2.1.3.1. Psikolojik Yaklaşım.....	8
2.1.3.2. Davranışçı Yaklaşım.....	9
2.1.3.3. İnsancı-Varoluşçu Yaklaşım.....	10
2.1.3.4. Biyolojik Yaklaşım.....	10
2.1.3.5. Toplumsal ve Kültürel Yaklaşım.....	11

2.1.4. Bağımlılık Türleri	11
2.2. İNTERNET	12
2.2.1. Dünyada ve Türkiye'de İnternetin Doğuşu	12
2.2.2. İnternet Bağımlılığı	13
2.2.3. İnternet Bağımlılığının Belirtileri	14
2.2.4. İnternet ve Ergenlik	15
2.3. SOSYAL MEDYA.....	17
2.3.1. Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı	17
2.3.2.Sosyal Medya Araçları	18
2.3.2.1. Bloglar.....	19
2.3.2.2. Mikrobloglar.....	20
2.3.2.3. Sosyal Ağ Siteleri.....	20
2.3.2.4. Medya Paylaşım Siteleri.....	21
2.3.2.5. Lokasyon Bazlı Servisler.....	21
2.3.2.6. Forumlar ve Haber Grupları.....	21
2.3.2.7. Wikiler.....	22
2.3.2.Dünyada ve Ülkemizde Sosyal Medya Kullanımı.....	22
2.3.3.Sosyal Medya Bağımlılığı.....	25
2.3.4. Sosyal Medya Bağımlılığıyla İlgili Yapılan Araştırmalar.....	26
2.4. İLETİŞİM	31
2.4.1. İletişim Kavramı.....	31
2.4.2. İletişimin Öğeleri	32
2.4.3. İletişimin Türleri	34
2.4.3.1.Sözlü iletişim.....	35
2.4.3.2.Sözsüz iletişim.....	35
2.4.4. İletişim Stilleri	37
2.4.5. Etkili İletişim Becerileri	39
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	41
YÖNTEMVE TEKNİKLER.....	41
3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ	41
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ.....	42

3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....	42
3.3.1. Bilgi Toplama Formu	42
3.3.2.Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....	42
3.3.3. İletişim Becerilerini Değerlendirme Envanteri.....	44
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	45
ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	45
4.1.ÖRNEKLEME İLİŞKİN TANIMLAYICI BULGULAR.....	46
4.2.DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER VE ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERE YÖNELİK BULGULAR.....	51
4.2.1. Araştırma Değişkenlerinin Cinsiyetle Olan İlişkilerine Yönelik Bulgular	51
4.2.2.Araştırma Değişkenleri ve Yaş Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular.....	52
4.2.3.Araştırma Değişkenleri ve Eğitim Seviyesi Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular.....	53
4.3. ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERE YÖNELİK BULGULAR.....	54
4.4.SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ KESME NOKTASINA GÖRE GRUPLARIN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BULGULAR.....	55
4.5.İLETİŞİM BECERİLERİNİ DEĞERLENDİRME ÖLÇEĞİ PUANININ SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI GRUPLARI AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASINA YÖNELİK BULGULAR	56
4.6.SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞINI YORDAYAN DEĞİŞKENLERE YÖNELİK BULGULAR.....	57
BEŞİNCİBÖLÜM.....	61
TARTIŞMA VE YORUM	61
5.1.DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERLE İLGİLİ VERİLERİN YORUMLANMASI	62
5.2. ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERLE İLGİLİ VERİLERİN YORUMLANMASI.....	64
5.3. ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DURUMLARIYLA İLGİLİ VERİLERİN YORUMLANMASI.....	65
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	67
KAYNAKÇA.....	69
EKLER.....	-

KISALTMALAR LİSTESİ

AMKB	:	ALKOL-MADDE KULLANIM BOZUKLUĞU
ARPA	:	ADVANCED RESEARCH PROJECT AGENCY
BITNET	:	BECAUSELT'S TIME NETWORK
DARPA	:	DEFENSE ADVANCED RESEARCH PROJECT AGENCY
DSM-IV	:	DIAGNOSTICAND STATİSTİCAL MANUAL OF MENTAL DISORDERS-IV
EARN	:	EUROPEAN ACADEMİCAN RESEARCH NETWORK
ODTÜ	:	ORTA DOĞU TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
TÜBİTAK	:	TÜRKİYE BİLİMSEL VE TEKNOLOJİK ARAŞTIRMA KURUMU
TÜVEKA	:	TÜRKİYE ÜNİVERSİTELER VE ARAŞTIRMA KURUMLARI AĞI
SMBÖ	:	SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ
İBDE	:	İLETİŞİM BECERİLERİNİ DEĞERLENDİRME ENVANTERİ

TABLolar LİSTESİ

	SAYFA
Tablo-1 Örneklemin Cinsiyetlere Göre Dağılımı.....	46
Tablo-2 Örneklemin Yaşlara Göre Dağılımı.....	46
Tablo-3 Katılımcıların Devam Ettikleri Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı	47
Tablo-4 Katılımcıların Anne Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı.....	47
Tablo-5 Katılımcıların Baba Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı.....	48
Tablo-6 Katılımcıların Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Dağılımı	48
Tablo-7 Katılımcıların Evinde İnternet Bağlantısının Olup Olmamasına Göre Dağılımı.....	49
Tablo-8 Katılımcıların Hangi Ortamdan İnternete Girdiğiyle İlgili Verilerin Dağılımı	49
Tablo-9 Katılımcıların İnternette Günde Ortalama Kaç Saat Geçirdikleriyle İlgili Verilerin Dağılımı	50
Tablo-10 Katılımcıların İnterneti En Çok Hangi Amaç İçin Kullandıklarıyla İlgili Verilerin Dağılımı	50
Tablo-11 Araştırmanın Değişkenlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....	51
Tablo-12 Araştırmanın Değişkenleri Ve Katılımcıların Yaşları Arasındaki İlişkiler.....	52
Tablo-13 Araştırma Değişkenlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması.....	53
Tablo-14 Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkiler.....	54
Tablo-15 Kesme Noktasına Göre Oluşturulan Sosyal Medya Bağımlılığı Grupları.....	55
Tablo-16 İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği Puanının Sosyal Medya Bağımlılığı Grupları Açısından Karşılaştırılması	57
Tablo-17 Scheffe Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları.....	57
Tablo-18 Sosyal Medya Bağımlılığını Yordayan Değişkenleri Belirlemeye Yönelik Yapılan Regresyon Analizi Sonuçları.....	58

ŞEKİLLER LİSTESİ

	SAYFA
Şekil-1 Başlıca Sosyal Ağ Sitelerinin Piyasaya Sürülme Tarihleri	18
Şekil-2 Ontario Tarafından Yapılan Sınıflandırma	19
Şekil-3 İnternetin Küresel Kullanımı Rakamları Kaynak: Dijital Dünya Raporu, 2020	22
Şekil-4 Türkiye’de İnternet, Mobil Telefon Ve Sosyal Medya Kullanımı	23
Şekil-5 Ocak 2020 İtibariyle Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	24
Şekil-6 Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Regresyon Modeli ..	60

EKLER LİSTESİ

- EK-A** KİŞİSEL BİLGİ FORMU
- EK-B** SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ
- EK-C** İLETİŞİM BECERİLERİNİ DEĞERLENDİRME ENVANTERİ
- EK-D** AYDINLATILMIŞ ONAM FORMU
- EK-E** ETİK KURUL ONAYI



ÖNSÖZ

Bu araştırmada ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerilerinin karşılaştırılması amaçlanmıştır. Bu çalışmada pek çok insanın emeği vardır. Öncelikle, araştırmanın gerçekleştirilmesinde öneri ve yapıcı eleştirileriyle çalışmaya bilimsel katkıda bulunan kıymetli hocalarım, tez danışmanlarım; Sayın Dr. Serhat ERGÜN'e ve Sayın Dr. Atiye BÖRTLÜOĞLU GÖÇMEN'e, vermiş oldukları destek ve gösterdikleri anlayış için teşekkürlerim sonsuzdur.

Uygulamaya katılıp ölçekleri içtenlikle cevaplayan bütün öğrencilerime ve katkıda bulunan değerli öğretmen arkadaşlarıma çok teşekkür ederim.

Başta, yüksek lisans dönemimde beni herkesten fazla teşvik eden kızım Asya'ya ve her zaman yanımda olan, sevgilerini ve desteklerini esirgemeyen anneme, kardeşim Erol'a teşekkür ederim.

Son olarak bana profesör olana kadar okumamı vasiyet eden, 2019 yazında kaybettiğim babam Hüseyin Alkış'ı rahmetle anarım.

GİRİŞ

Her büyük değişim büyük kolaylıkları insan hayatına kattığı gibi, büyük uyum sorunlarını da beraberinde getirir. Enformasyon devrimi de kendine özgü kolaylıkları ve uyum sorunlarını birlikte var etmiştir. Enformasyon çağının en büyük keşfi olan internet hızla bütün dünyayı kuşatmıştır. İnternet bugün dünyanın en büyük çok yönlü bilgi kaynağıdır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte insan hayatının kolaylaştığını ve geliştiğini görmekteyiz. İnternetin en büyük katkısı şüphesiz ki iletişimi kolaylaştırması ve hızlandırmasıdır.

İnternet hem faydalı hem de zararlı olabilir. Günümüzde insanlar işlerini bulmak için çoğunlukla interneti kullanmakta, öğrenciler internet üzerinden dersler almakta, isterlerse dışarı çıkmak zorunda kalmadan evde oturup alışveriş yapabilmekteler. Ama bu rahatlığın getirdiği dezavantajları da yavaş yavaş görmekteyiz. Çocuklar tüm günlerini oyun oynayarak ve video izleyerek internette geçirebiliyor, açık hava oyunlarını oynamak için dışarı çıkmadıklarından obezite ve göz problemleri artabiliyor ve ayrıca çalışmalarına da odaklanamıyorlar.

Günümüz teknolojisi sayesinde istediğimiz kişi ya da kuruluşlara ulaşmanın kolaylaşması teknolojinin hayatımıza olumlu katkılarından biridir. Bununla birlikte aktif kullanıcılar fiziksel, sosyal ve psikolojik yönlerden olumsuzluklarla karşılaşmaya başlamışlardır. Aynı zamanda herkesin internete kolayca erişebilir olması internet üzerinden gerçek olmayan bilgiler sağlamalarına ya da yine internet üzerinden kandırılmalarına da yol açmaktadır.¹

Sosyal medya kullanım sıklığının artmasının ergenlik dönemindeki bireyler üzerinde nasıl bir etki yaratacağı merak konusu olmaktadır. Bu çalışmada 12-16 yaş arası gençlerde sosyal medya bağımlılığıyla iletişim becerilerinin karşılaştırılması hedeflenmiştir. İletişim becerilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyiyle ilişkisi yönünden literatürde yeterli çalışma bulunmamaktadır. Ergenlik dönemindeki bireylerde sosyal medya kullanımı ile iletişim becerileri ilişkisi yönünden yapılacak olan bu çalışmanın Türk örnekleminde yapılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

¹ Ece Yücelten, Üniversite Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Bağlanma Stilleri İle İlişkisinin İncelenmesi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.7. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi).

Sosyal medya kullanım sıklığının sosyo-demografik özellikler açısından ilişkisinin incelenmesinin de farklılıkları ortaya çıkarması açısından önemli veriler sağlayacağı düşünülmektedir.

Ülkemizde son 25 yılda internetteki sosyal ağ kullanımları öncelikli olarak ergenler ve gençlerde olmak üzere toplumdaki her kesimde hızlı bir biçimde yaygınlaşmıştır. İnternetin ucuz ve kolay erişilebilir olması, her sosyo-ekonomik seviyeden insanın internete erişmesini sağlamıştır. Yeni medya ortamının bu kadar yaygınlaşmasının sonucu olarak insanlarda ortaya çıkan yeni davranış biçimleri incelenmeye açık bir alan olarak karşımıza çıkmıştır. İnternetle ilgili son zamanlarda yapılmış olan araştırmaların bir kısmı internet bağımlılığı ve bu araştırmada olduğu gibi sosyal medya bağımlılığı ile ilgili olarak yapılmıştır.

Sosyal medyanın çekiciliği zaman içerisinde bağımlılık halini almaktadır. Bu tez çalışmasında tezin sorunsalını gelecek yılların en güçlü iletişim platformunu oluşturacak sosyal medyanın çekiciliği ve ergen kullanıcılarıdaki bağımlılık düzeyi oluşturmaktadır. Sosyal medyayı çekici kılan uygulamaların neler olduğu, ergen kullanıcıları hangi noktalarda kendi büyüdü dünyası içerisine çektiği yapılan araştırma sonuçları ile değerlendirilmektedir. Ayrıca sosyal medya kullanımının ergenlerin diğer sorumluluklarının önüne geçip geçmediği incelenmektedir. İnternette interaktif, hızlı, güncel ve bireysel katılımların sosyal ağlar çerçevesinde sosyal medyayı doğurması sonucunda; sosyal medyada çeşitli uygulamalar aracılığıyla ergenleri etkileyen unsurların iletişimsel boyutu üzerinde durulmaktadır. Ergen kullanıcıların hangi uygulamaları daha çok kullandıkları araştırılmaktadır. Gerek ergenlerin iletişim uygulamalarına yön verme şekilleri ve bunun arkasında yatan nedenler, gerekse sosyal medyanın iletişim becerilerinin değişimine zemin hazırlaması ve bu değişimleri hangi ölçülerde nasıl gerçekleştirdiği, yapılacak değerlendirmelerle tespit edilip analiz edilmektedir.

Gençlerimizin doğru sosyalleşebilmesi toplumumuzun geleceği bakımından oldukça önemlidir. Sosyal medya çok yeni bir kavram olduğundan gerçek hayata etkileri henüz tam olarak ortaya konmamışken gençlerin dünyasında nasıl etkiler oluşturabileceğini yordamaya çalışmak ilham kaynağımız olmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM:

ARAŞTIRMANIN ÖZELLİKLERİ

1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Araştırmada “Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?” sorusu problem cümlesi olarak belirlenmiştir.

1.1.1. Alt Problemler

Araştırmada şu alt problemlere yer verilmiştir:

1. Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyi nedir?
2. Ergenlerin iletişim becerileri düzeyi nedir?
3. Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyi cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
4. Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyi yaşlarına göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
5. Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyi buldukları eğitim seviyesine göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
6. Ergenlerin iletişim becerileri cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
7. Ergenlerin iletişim becerileri yaşlarına göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
8. Ergenlerin iletişim becerileri düzeyi buldukları eğitim seviyesine göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı; ergenlerin sosyal medya bağımlılığının iletişim becerileri ile ilişkisini çeşitli değişkenler açısından incelemektir. Ergenlerin sosyal medya bağımlılıklarını ve iletişim becerilerini belirleyebilmek amaçlanmıştır.

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığının iletişim becerileri ile ilişkisi açısından farklılaşma durumları tespit edilmeye çalışılacaktır.

1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Bu çalışmada ergenlik dönemindeki sosyal medya bağımlılığının ergenlerin iletişim becerilerini ne derece etkilediği araştırılacaktır. Toplumun geleceği olan gençlerin sosyal medyanın olumsuz etkilerinden korunması, toplumun devamlılığı açısından büyük önem arz etmektedir.

Ergenlik döneminde sosyal medya bağımlılığının ergenin psikolojik sağlığı, akademik başarısı ve sosyal ilişkileri gibi pek çok alanı etkilediğini gösteren çalışmalar giderek artmakla beraber hala sosyal medya bağımlılık düzeyi ile iletişim becerileri ilişkisi yönünden literatürde yeterli çalışma bulunmamaktadır. Yapacağımız çalışmanın bu açığı kapatması, bireysel ve toplumsal farkındalık geliştirmesi ve çözüm önerileri sunması açısından literatüre katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

1.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırmaya katılan ergenler uygulanan ölçme aracını içtenlikle cevaplamışlardır.

1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu çalışma aşağıda belirtilen bazı sınırlıklar çerçevesinde yürütülmüştür:

1. Bu araştırmanın örneklemini 2019-2020 eğitim-öğretim yılı içerisinde İstanbul ilinin Bağcılar ilçesinde öğrenim görmekte olan ortaokul öğrencileri oluşturmaktadır.
2. Çalışma, araştırmaya katılan öğrenciler ve ölçekte yer alan maddeler ile sınırlıdır.
3. Araştırmada elde edilen bilgiler öğrencilerin ölçeğe verdikleri cevaplarla sınırlıdır.

1.6. TANIMLAR

İnternet: Dünya üzerindeki bütün bilgisayar ağlarının ortak protokollerle etkileşim içinde olması ve kaynaklarının paylaşımına imkan veren ağlar arası bir ağıdır.

İnternet Bağımlılığı: Kullanıcının çevrimiçi kullanımını kontrol yeteneğini kaybetmesine neden olan, mesleki ve sosyal problemlere sebep olacak derecede etkileyebilen, yeni ve genellikle tanınmamış klinik bir rahatsızlıktır.²

Sosyal Medya: Sosyal medya, kullanıcıların ağ teknolojileri kullanarak etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların tümünü temsil eden internet platformlarıdır.³

Sosyal Medya Bağımlılığı: Bilişsel, duygusal ve davranışsal süreçlerle gelişen ve bireyin hayatının birçok alanında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi sorunlara sebep olan ruhsal bir problemdir.⁴

İletişim:“İletişim, bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin, vb. simgeler kullanılarak iletilmesidir”.⁵

İletişim Becerileri: Bireyin gönderdiği mesajları doğru şekilde kodlaması, iletmesi ve aldığı mesajları da doğru şekilde anlamlandırmasına yarayan etkili bir dinleme ve tepki verme becerisidir.⁶

² Kimberly Young, “Cognitive Behavior therapy with internet addicts: Treatment outcomes and implications”, *Cyber Psychology&Behavior*, 2007, 10(5), s. 671-679.

³Danah M. Boyd, *American Teen Sociality in Networked Publics*. Berkeley Üniversitesi, California. 2008, s. 92.(**Yayımlanmış Doktora Tezi**).

⁴ Aylin Tutgun-Ünal, *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015, s. 93, (**Yayımlanmış Doktora Tezi**).

⁵Berelson ve Steiner, *Human Behavior an Inventory of Scientific Findings*,1964'ten aktaran Erol Mutlu, *Televizyon ve Toplum*, TRT Kurumu Yayınları, Ankara, 1999, s. 168.

⁶ İbrahim Deniz, *İletişim Becerileri Eğitiminin İlköğretim 8. Sınıf Öğrencilerinin İletişim Becerisi Düzeylerine Etkisi*, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2003, s.8, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

İKİNCİ BÖLÜM: KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. BAĞIMLILIK

2.1. 1. Bağımlılık Kavramı

Bağımlılıkla ilgili tanımlar incelendiğinde genellikle “yabancı maddenin vücuda alınması”nın ön plana çıktığı görülmektedir. Bağımlılık, “bir nesne, kişi veya varlık için kaçınılmaz bir arzu veya başka bir kişinin egemenliği altında olma durumu” olarak tanımlanır.⁷

Yeşilay’a göre bağımlılık; bireyin madde ya da davranışın üstündeki kontrolünü kaybederek söz konusu maddeyi kullanmadan ya da davranışı gerçekleştirmeden hayatını sürdüremeyeceğine inanması olarak tanımlanır.⁸

Bağımlılık denildiğinde ilk akla gelenler çoğunlukla eski adıyla alkol ve madde bağımlılıkları, yeni adıyla alkol ve madde kullanım bozuklarıdır. Bununla beraber, günümüzde “alışveriş bağımlılığı”, “internet bağımlılığı”, kumar bağımlılığı”, seks bağımlılığı” ve “yeme-içme bağımlılığı” gibi tıbbi yardım gerektiren başka bağımlılık türleri de vardır.⁹ Fiziksel bir maddeye dayanmayan internet gibi bireyin yaşam kalitesinin ve psikolojisinin bozulmasına yol açan davranış temelli bağımlılıklar da dikkate alınmalıdır. Olumsuz sonuçlarına rağmen davranışların ve eylemlerin kaçınılmazlığı ve sürekliliği hem madde temelli hem de davranış temelli bağımlılıkların ortak özellikleri arasındadır.¹⁰

Öncelikle bağımlılık insan ile bir nesne veya durum arasında kurulan bir çeşit ilişkidir. Bağımlı birey, belli bir ürün, hizmet ya da maddeyi kullanarak geçici bir süreliğine kendisini iyi hissetmektedir. Ürün ya da hizmet çekildiğinde de yoksunluk ve kötü hissetmeyle birlikte yeniden kullanma isteği ortaya çıkar. Böylece bu ilişki bağımlılık paternine benzer bir durum ortaya çıkarmaktadır.

⁷ Benjamin Alewu ve Chidi Nosiri, *Drug Abuse, Addiction and Dependence, Digital Book* (Pharmacology and Therapeutics), Intech Open, 02 July 2014’ten aktaran <https://en.wikipedia.org/wiki/Bağımlılık> (Erişim tarihi: 14.01.2020).

⁸<https://yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/bagimlilik-nedir> (Erişim Tarihi: 14.01.2020).

⁹ Tayfun Uzbay, “Madde Bağımlılığı”, *Silahlı Kuvvetler Dergisi*, Cilt, (399), 99-115, 2009, s5.

¹⁰Errol A. Henderson, Understanding Addiction, *USA: University Press of Mississippi*, p4-153, 2001’den aktaran Murat Akin, “A Research on the Impacts of the Young People’s Internet Addiction Levels and their Social Media Preferences”, *International Review of Management and Marketing*, 2017, 7(2), s 258.

Bağımlılık, negatif anlamda ele alındığında yok edilmesi veya azaltılması gereken bir durum gibi değerlendirilebilir. Griffiths'e göre bağımlı davranış ölçütleri; dikkat çekme, duygu-durum değişikliği, tolerans, yoksunluk, çatışma ve nüksetme olmak üzere 6 kategoriye ayrılmaktadır:

Dikkat çekme: Belirli bir faaliyet unsuru, bireyin yaşamında ya da zihninde en can alıcı durum haline geldiğinde ilgi odağı hali meydana gelmektedir. Bir örnekle ifade edecek olursak, internet bağımlılığına sahip bir birey internete bağlı olmadığı zaman tavır ve tutumları farklılaşarak sosyal, bilişsel ve zihinsel durumlarda gösterdiği hal ve hareketlerle dikkat çekmekte olduğu ifade edilmektedir.

Duygu-durum değişikliği: Belirli bir olgu ya da durum ile karşılaştığında kişinin gösterdiği davranış ve kişisel deneyimlerini ifade etmektedir. Karşılaşılan bir problem karşısında kişinin bunu aşma çabasında gösterdiği tutum ve davranış olarak da ifade edilebilmektedir. Bir örnek ile destekleyecek olursak; internet bağımlılığı olan bir bireyin internete bağlanamadığı durumdaki tavır ve tutumu ile bağlandıktan sonraki davranışı farklı olmaktadır.

Tolerans: Bireyin doyumuna ulaşmasındaki etken faktörü sağlayabilmesi için kendini uyumlandırma süreci olarak belirtilmektedir. Örneğin, bireyin internet kullanımını gerçekleştirirken ilk başta kısa sürede sağlamış olduğu doyum daha sonraları internette kalmış olduğu süreyi artırarak ulaşması toleransı yakalamış olduğunu ifade etmektedir.

Yoksunluk: Bireyin bir süreç içinde devam eden bir faaliyetin aniden durması ya da kesintiye uğramasındaki yokluktaki tavır ve davranışlarını ifade etmektedir. İnternet kullanan birinin, çeşitli durumlarla karşılaşip internete girmesi engellendiğinde psikolojik olarak ellerinin titreyip kaygılı ya da sinirli olarak davranış sergilemesi örnek olarak verilmektedir.

Çatışma: Bağımlı olan bireylerin iş yaşam dengesinde sosyal hayatlarında karşılaştığı durumlarda anlaşmazlık yaşama hali olarak ifade edilmektedir.

Nüksetme: Bireylerin yaşamında kaçınılan ya sonlandırılan bir olgunun belirli bir zaman dilimi geçmiş olmasına rağmen tekrar aynı şekilde yaşamlarında tekrarlanması olayına nüksetme denilmektedir.¹¹

¹¹ Hasan Bozkurt, Serkan Şahin, ve Süleyman Salih Zoroğlu, "İnternet Bağımlılığı: Güncel Bir Gözden Geçirme", *Journal Of Contemporary Medicine*, 2016, 6(3), s. 247.

Sürekli gelişmekte ve değişmekte olan dünyamızda her geçen gün yeni bağımlılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu da bağımlılıkla ilgili daha fazla çalışma yapılması ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır.

2.1.2. Bağımlılığın Nedenleri

Bugün, halen bağımlılığa temel teşkil ettiği kabul edilen özel bir kişilik yapısı ya da bozukluğu bilinmemektedir. AMKB (Alkol-Madde Kullanım Bozukluğu) olan kişilerde bağımlı kişilik özellikleri olduğu, ancak bunun olasılıkla madde kullanımına ikincil olduğu ileri sürülmüştür. Bağımlılık için özel bir kişiliğin varlığı reddedilse de AMKB olan bireyler dürtüsellik ve yenilik arayışı gibi bazı mizaç özellikleri açısından kontrollerden farklılık göstermektedir.¹²

1930'lu yıllarda bağımlıların düşük ahlaklı ve iradesiz olduklarının düşünülmesine rağmen bağımlılıkla ilgili bilimsel tetkiklerin başladığı zamanlardır. Bağımlılık, geçmişte bir sağlık probleminden ziyade ahlaki bir zayıflık olarak görüldüğünden dolayı bağımlı kişilerin cezalandırıldığı da oluyordu. Günümüzde ise bağımlılık bir beyin hastalığı olarak görüldüğünden dolayı bu düşünceler kökünden değişmiştir.¹³ Ögel (2018) bağımlılığa yol açan etkenleri ise genel olarak şu başlıklar altında sınıflandırmıştır:

1. Psikolojik Etkenler
2. Biyolojik Etkenler
3. Sosyo-kültürel Etkenler
4. Kalıtımsal Özellikler
5. Kişisel Özellikler
6. Ruhsal Sorunlar¹⁴

2.1.3. Bağımlılığın Nedenlerini Açıklayan Yaklaşımlar

2.1.3.1. Psikolojik Yaklaşım

Klasik Psikodinamik literatürde bağımlıların psikoseksüel gelişiminin pregenital, oral ya da arkaik dönemlerine gerilediği belirtilmiştir. Ego işlevlerindeki bozukluk temel olarak değerlendirilmiştir. Ego güçsüzlüğü bağımlılık davranışını

¹²Andrew Conway ve ark., Working memory capacity and its relation to general intelligence, *Trends in Cognitive Sciences*, 7(12):547-52, 2003'ten aktaran Ömer Saatçioğlu ve Duran Çakmak, *Bağımlılık ve Komorbidite*, Özgül Matbaacılık, İstanbul, 2005, s. 153.

¹³ Tarhan ve Nurmedov, a.g.e.s. 18.

¹⁴Kültekin Ögel, *Bağımlılık ve Tedavisi Temel Kitabı*, IQ Kültür Yayıncılık, İstanbul, 2018, s. 13-55.

belirleyen en önemli etmenlerdendir. Birey çevresindeki kişi ve nesnelere geçerli, gerçekçi, sağlıklı ilişkiler kuramaz. Gerçeği anlamaktan, tanımaktan ve yaşamaktan kaçınarak doğru savunma mekanizmalarını kullanamaz.¹⁵

Freud bağımlılığın nedeninin oral dönemdeki sorunlar olduğunu iddia etmiştir. Kişi büyüdükçe oral dönemde ona haz veren su ve süt gibi maddeler ilerleyen yaşlarda alkol ve sigara gibi zararlı maddelere dönüşebilmekte ve böylece kişi bağımlı olmaktadır. Freud çocukluktan kalan güçlü oral dönem saplantılarının alkolizme neden olduğu ve alkolün oral doyum sağladığını vurgulamaktadır.¹⁶

Adler insan davranışını aşağılık duygusunun belirlediğini belirtmiştir. Güçlü olmak, yeterlilik, üstünlük duyguları insan gelişiminde ve davranışlarında önemli belirleyici roller üstlenmektedir. Katı bir eğitim, doğuştan sakatlıklar, sosyal ve iş yaşamında başarısızlıklar, karşı cins ile olan ilişkilerde yaşanan hayal kırıklıkları insanda büyük karmaşa yaratmaktadır. Bu karmaşayı çözemeyen ve bu duygular ile baş etmeyi başaramayanlar; alkol, madde gibi uyuşturucu maddeler ile bu eksikliklerini kapatmaya çalışmaktadır.¹⁷

İnsanın, yaşamı boyunca annesinin rahmindeki rahatı, güveni ve huzuru aradığını temel alan görüşün yaratıcısı Otto Rank, anneden kopma ve ayrılma duygusunu büyük bir kaygı olarak yaşayan insanların bu duyguyu bastırmak ve tekrar anne içindeki dönemlerine dönerek rahatı ve huzuru yakalamak amacı ile uyuşturucu maddelere yöneldiğini ileri sürmüştür.¹⁸

Özetle gelişme dönemlerindeki doyurulamayan sevgi, ilgi ve güven duygularının eksikliğinden dolayı sonraki yaşlarda yaşanabilecek kaygı duygusunun tolere edilebilmesi için bireyler bağımlılık davranışı geliştirebilirler.

2.1.3.2. Davranışçı Yaklaşım

Davranışçı yaklaşım bağımlılığın gelişmesinde öğrenmenin ve koşullanmanın önemine dikkat çeker. Bireyler olaylarla ve olay hakkındaki bilgilerle klasik ve edimsel şartlanmayla bağlantı kurarak davranışı pekiştirir. Örneğin alkol kullanan bireyler alkolün fizyolojik etkileri ile kaygılarının azaldığını deneyimler ve rahatlık hissedebilir, böylelikle negatif pekiştirici ile alkol alma davranışı pekişir.

¹⁵Kültegin Ögel, <http://www.ogelk.net/Dosyadepo/etyoloji.pdf> (Erişim tarihi: 14.06.2020).

¹⁶Mine Mangır vd., "*Yurtlarda Kalan Üniversite öğrencilerinin Sigara ve Alkol Kullanımlarının İncelenmesi*", Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, Ankara, 1992, s.26.

¹⁷Salih Güney, *Davranış Bilimleri*, Nobel Yayınları, İstanbul, 2009, s. 202.

¹⁸Kültekin Ögel, *Uyuşturucu Madde ve Bağımlılık*, İletişim Yayınları, İstanbul, 1997, s.54.

Benzer şekilde davranışı artıran etmenler arasında içmenin kültürel olarak norm kabul edildiği bir ortamda yaşamak sayılabilir.¹⁹

2.1.3.3. İnsancı-Varoluşçu Yaklaşım:

Varoluş felsefesine göre insan kendinden sorumludur ve kendi varlığını hisseder. Varoluşun getirdiği kaygı ve huzursuzluğun çözümü, insanın kendi varlığının anlamına varması ile mümkündür. Bu sıkıntıyı tek başına gideremediği takdirde, insanlar bunu dışarıdan bir madde ile gidermeye çalışacaktır. Bu yaklaşımda; dışlanmış, hiçbir yere getirilememiş, kendi kimliklerini bulamamış kişilerin alkole yönedikleri belirtilmektedir. Bu yaklaşıma göre alkoliklerin alkol aldıkları zaman oynadıkları rolün kendi beğenmedikleri gerçek benliği dışında farklı bir rol olduğu sayıtlıdır.²⁰

2.1.3.4. Biyolojik Yaklaşım

Bağımlılığın gelişmesinde etkisi olan biyolojik etmenler genetik, beynin ödül mekanizması ve aşermedir. Genetik faktörler; ailenin genetik yapısıyla ilgili gen yapısı, kromozomlar ve tek yumurta çift yumurta ikizleri şeklindedir. Aşermeys; bir şeye karşı hissedilen kuvvetli istek ya da arzu olarak tanımlanır. İnsanlar maddeye aşerebilirler. Beynimizde yaşamın sürdürülmesi için uygun davranışların gösterilmesine yardımcı mekanizmalar vardır.²¹ Bunlardan biri de ödül mekanizmasıdır. Beynimizde bulunan limbik sistem zevk aldığımız dürtülerimizi düzene sokar ve bu dürtülerin gerçekleşmesi sırasında çalışır. Diğer bir görevi de duygularımızı anlayıp anlamlandırmak olan limbik sistem, haz duygularını harekete geçirdiği için kişiyi olumsuz duygu ve düşüncelerinden sıyrılması amacıyla haz aldığı davranışa yöneltebilir.

Batı ülkelerinde yapılan araştırmalara göre alkolik ana babaların çocuklarının alkolizme yönelme olasılığı çok yüksektir. Böyle evlerde büyüyen çocukların yarısı

¹⁹ Ahmet Yıldız, Alkolizmde Sosyal Faktörler, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Fakültesi, Psikiyatri Ana Bilim Dalı, İstanbul, 1984, s. 26, (**Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi**).

²⁰ Mangır, a.g.e., s.28.

²¹ Hülya Yeltepe Ercan, **Bağımlılık Tedavisinde Egzersiz Terapisi**, Nobel Yayınları, Ankara, 2013, s.25.

alkolik olmakta, yarısı da davranış bozukluğu göstermektedir. Bu gençler karşılaştıkları sorunları anne ve babaları gibi alkol ile çözmeye çalışabilmektedirler.²²

Çocukların daha çok “model alarak” öğrendikleri düşünüldüğünde, sürekli alkol alınan veya ebeveynlerin sigara içtiği bir evde büyüyen çocukların ilerde bağımlı olmaları ihtimalinin yüksek olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz.

2.1.3.5. Toplumsal ve Kültürel Yaklaşım

Bu yaklaşım, toplumsal yapıda var olan bazı ritüellerin alkol tüketimini teşvik ettiğini veya alkol almaya sebebiyet verdiğini ifade etmektedir. Orta sosyo-ekonomik seviyedeki alkolizm oranının diğer toplum kesimlerine göre daha düşük olduğu görülmüştür. İşleri gereği alkolle temasta olan kişiler; garsonlar, meyhaneciler, alkol üretim fabrikasında çalışanlar, bira yapanlar vb. arasında alkolizm oranı daha yüksektir. Örneğin İskoçya’da alkolizm seviyesinin yüksek oluşu içki sanayinin gelişmesi ile ilişkilendirilmiştir.²³

2.1.4. Bağımlılık Türleri

Bağımlılık bir davranışa ve bir maddeye bağımlılık olarak ikiye ayrılabilir. Bağımlılık yapan maddeler arasında başta alkol, sigara ve uyuşturucu gibi zararlı maddeler olabileceği gibi çay, kahve ve çikolata gibi besin maddeleri de olabilir. Bunun dışında normal bir davranış, normal olmayan sıklıkta ve fazlaca tekrarlandığında da bağımlılıktan bahsedilir. Örneğin biriktirmek, istiflemek, alışveriş, seks, oyun, kumar, yemek yeme gibi davranışlar normalin üstünde yapıldığında, bireyin iş ve sosyal yaşamını bozduğunda da bağımlılık söz konusu olabilir. Walker 1990 yılında bağımlılık kavramını içerik olarak genişletip kumar ve video oyunları oynamak, yemek yemek, aşk ve duygusal bağımlılık, televizyon izlemek gibi durumların da bağımlılıkla ilişkili olduğunu açıklamıştır.²⁴

²² Atalay Yörükoğlu, **Gençlik Çağı**, Özgür Yayınları, İstanbul, 1996, s.294.

²³ Gökhan Buğdaycı, *Üniversite öğrencilerinin sigara alkol ve madde kullanımı ve madde kullanımını etkileyen sosyal kültürel ve ekonomik süreçler*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 2008, s. 33, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

²⁴ İbrahim Akkaş, **Teknoloji Bağımlılığı**, Eğitim Yayınevi, Konya, 2019, s.26.

2.2. İNTERNET

2.2.1. Dünyada ve Türkiye’de İnternetin Doğuşu

Günümüzde internet hayatımızın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. J.C.R. Licklider,1962’de "Galaktik Ağ kavramı"nı ortaya atarak internetin tohumunu atmıştır. Bilim insanı bu kavramla, global olarak bağlanmış bir sistemde isteyen herkesin istediği herhangi bir yerden veri ve programlara erişebilmesini ifade etmiştir. Bush, Amerikan ordusu ve üniversiteler arasında bağ kurulmasını sağlamıştır. Harvard ve Berkeley Üniversiteleri ile işbirliği yapmış ve sonuçta İleri Araştırma Projeleri Ajansı (ARPA-Advanced Research Projects Agency) kurulmuştur. ARPA araştırma grubu, belli bir merkezi bulunmayan bir ağ sistemi ile bilginin akış hızını artırmak, gelişmiş teknolojisini korumak ve bu teknolojinin orduya en iyi şekilde uygulanabilmesini sağlamak amacıyla İleri Savunma Araştırma Projeleri Ajansı (DARPA-Defence Advanced Research Projects Agency) adı verilen yeni bir proje oluşturmuştur.²⁵

MIT’ de araştırmacı olarak çalışan Lawrence Roberts ile Thomas Merrill, bilgisayarların ilk kez birbirleri ile 'konuşmasını' 1965 yılında gerçekleştirmiştir.²⁶ 1966 yılı sonunda Roberts DARPA' da çalışmaya başlamış ve "ARPANET" isimli proje önerisini yapmıştır. İlk bağlantı 1969 yılında Los Angeles'taki California Üniversitesi, Stanford Araştırma Enstitüsü, Utah Üniversitesi ve Santa Barbara'daki California Üniversitesi olmak üzere ARPANET'i oluşturan dört merkezin ana bilgisayarları arasında yapıldı ve internet teknolojisinin ilk sürümü ortaya çıkmış oldu.²⁷

Türkiye’de 1986 yılında EARN (European Academic Research Network) adında ilk geniş internet ağının kurulmasıyla internetle ilgili ilk çalışmalar başlatılmış oldu.1990’larda Tübitak’ın ve Orta Doğu Teknik Üniversitesinin konuyla ilgili proje çalışmaları oldu. 1992 yılında deneme amaçlı ilk internet bağlantısı Hollanda ile gerçekleştirilmiştir.²⁸

İlk başlarda basit siteler varken daha sonraları üniversite, gazeteler, birtakım şirketler internette faaliyete geçmeye başladılar. 2004 yılında ortaya çıkan, Web 2.0

²⁵Melek Kalkan ve Canani Kaygusuz, *İnternet Bağımlılığı Sorunlar ve Çözümler*, Anı Yayıncılık, Ankara, 2013, s. 1-2.

²⁶<https://www.mediatick.com.tr/blog/internetn-tarihcesi-ve-kullanim-alanlari>. (Erişim Tarihi:14.02.2020).

²⁷ Ayhan Akbal ve Hasan H. Balık, *TCP/IP'nin Dünü, Bugünü, Yarını. Akademik Bilişim 2006 Konferansı*, Pamukkale Üniversitesi, Denizli, 9-11 Şubat 2006.

Online: <http://ab.org.tr/ab06/bildiri/78.pdf> (Erişim Tarihi: 01.02.2020).

²⁸ Cemre Anlayışlı ve Nergis Bulut Serin, *Ergenlerde İnternet Bağımlılığı ve Depresyon*, Dorlion Yayınevi, Ankara, 2019, s. 85.

insanları birer gazeteciye, editöre, yayıncıya, uzmana, kritik yapan kişilere ve daha fazlasına çevirdi. Web 2.0 sonrasında internet ortamı tek yönlü iletişimin yapıldığı bir ortam olmaktan çıkmış, insanlar arasında çok hızlı bir etkileşime imkan tanımıştır.²⁹

Günümüzde insanlar; eğlence (müzik, film, oyun), eğitim, alışveriş yapma, bilgi arama, sosyalleşme olmak üzere çok farklı amaçlarla interneti aktif olarak kullanmaktadır

2.2.2. İnternet Bağımlılığı

İnternet, genel yaşamın bir parçası haline geldiğinden, bazı ruh sağlığı uzmanları, interneti kullanan insanların bir kısmının bunu kompulsif ve kontrol dışı bir şekilde yaptığını belirtmiştir. Japonya'da 2010 Nisan'ında, internete bağımlı olan 30 yaşındaki bir kişinin, internet sözleşmesini feshetti diye babasını ve 1 yaşındaki yeğenini öldürdüğü bildirilmiştir. Bu saplantılı internet kullanımı olgusu, sigara içme, içki içme ve kumar oynama gibi yaygın bağımlılıklara benzerliği nedeniyle "İnternet Bağımlılığı" olarak adlandırılmıştır.³⁰

Griffiths 1996'da "Teknoloji Bağımlılığı" kavramını, Shotton 1991'de "Bilgisayar Bağımlılığı" kavramını, sonra da Young 1996'da "İnternet Bağımlılığı" kavramlarını geliştirmişlerdir. Çalışmalar sonucunda internet bağımlılığı bir davranış bozukluğu olarak kabul edilmeye başlanmış ve bu alan ile ilgili araştırmalar yaygınlaşmıştır.³¹

İnternet ve bilgisayar bağımlılığının farklı tiplerini aşağıdaki gibi sınıflayabiliriz:

1. Pornografi: Genelde seks bağımlılığı ile beraber seyreder.
2. Oyunlar: Grup veya tek oyunlar şeklinde olabilir.
3. Kumar: Sanal kumar oynama veya bahis sitelerinin müdavimi olma şeklinde.
4. Sosyal medya: Twitter, Facebook, İnstagram vb.
5. Mesajlaşma: Whatsapp vb³²

²⁹ Erol Göka ve Baise Tıkır, "İnternet Bağımlılığı Gerçek mi, Efsane mi?", *Eğitime Bakış*, 8(24) 2012, s. 35.

³⁰ Essay on Internet addiction among teenagers in 1000 words, <https://brainly.in/question/7283002> (Erişim Tarihi: 14.02.2020).

³¹ Jerald Block, "Issues for DSM-V: Internet Addiction", *American Journal Psychiatry*, 2008, 165:306-307.

³² Ögel, a.g.e., s. 327.

Aşırı internet kullanımına rağmen, mağdurların birçoğu başlarda okulu, meslek eğitimini, yaptıkları işi sürdürmeye çalışırlar. Ama bir süre sonra artık bunu başarmak mümkün olmaz.

2.2.3. İnternet Bağımlılığının Belirtileri:

Young 1999 yılında internet bağımlılığını belirlemek için aşağıdaki sekiz kriteri belirlemiştir. Young'ın bu ölçütlerinden dört tanesinden fazlasına “evet” cevabını verenlerin internet bağımlısı olma riski taşıdığı düşünülmüştür. Bu ölçütler:

1. İnternette meşgul olma
2. Daha fazla çevrimiçi zaman ihtiyacı
3. Tekrarlanan, internet kullanımını azaltma denemeleri
4. İnternet kullanımını azaltmaya çalışırken vazgeçememe
5. Zaman yönetimi konuları
6. Çevresel endişe
7. Çevrimiçi harcanan zaman aldatmacası
8. İnternet kullanımı yoluyla ruh hali değişimi

Problemlerli internet kullanımının özellikleri şöyle sıralanabilir:

1. Bireyin interneti kullanmayı bırakmayı istediği halde kullanmaya devam etmesi,
2. İnterneti kullanmanın bireyin davranış ve düşüncelerini yönetmesi,
3. İnternete erişemediği durumlarda olumsuz duygular hissetmesi,
4. Olumsuz duyguları gidermek için internet kullanması,
5. Başkalarıyla veya kendisiyle çatışmasına yol açacak ölçüde internetin kullanılması.³³

Hem günlük internet kullanımı hem de sorunlu internet kullanımı kişilerin sosyal bağlarıyla ilişkilidir. Yani aile ve arkadaşlardan sosyal destek görememe ve/veya arkadaşları tarafından sosyal açıdan tecrit edilme kişinin günlük kullanımdan sorunlu internet kullanımına geçmesine yol açar, çünkü internette bulunan sosyal ilişkiler ve pekiştirme kişinin sanal sosyal yaşamında kalma ihtiyacının artmasına neden olur.³⁴

³³ İtir Tarı Cömert, *Diğer Bağımlılıklar: Bilgisayar ve internet bağımlılığı*. Ed: Kültekin Ögel Sigara, Alkol ve Madde Kullanım bozuklukları: Tanı, Tedavi ve Önleme, Yeniden Yayınları, İstanbul, 2010, s.15-27.

³⁴ Ögel, a.g.e., s.328.

2.2.4. İnternet ve Ergenlik

Son yıllarda internet bağımlılığı gençler arasında dünya çapında bir sorun haline gelmiştir. Birçok genç online oyun oynamak için saatlerce bilgisayarın önünde oturabilmekte, dinlenmeksizin tüm gün boyunca sosyal medyada başkalarıyla sohbet edebilmektedirler.

Dünyanın hemen her yerinde, internetle ilişkisinde bireyler, benzer tutum, alışkanlık, düşünce ve davranışlar göstermeye başlamıştır. İnternet sayesinde neredeyse hiç yerinden kalkmadan hayatını idame etme olanağı bulmuşlardır. İnternetin, özellikle çocukların ve ergenlerin üzerindeki yıkıcı etkileri nedeniyle birçok ailenin güçlük çektiği bilinmektedir. Dünyamızın değişmesi ve gelişmesiyle birlikte yeni bağımlılıklar ortaya çıkmıştır.³⁵

Doğru amaçlarla kullanıldığı zaman internetin bireylere bilgi sahibi olmak, problemlerini çözmek, eleştirel düşünmek gibi birçok konuda yardımcı olduğu görülmektedir. Fakat internet, amacı dışında kontrolsüz ve bilinçsiz kullanıldığında kaygı ve korkuya neden olmakla birlikte kişisel gelişimi olumsuz şekilde etkileyebilmektedir.³⁶

Ebeveynlerin çocuklarının yoğun internet kullanımı karşısındaki tutumlarını araştıran Kırık (2014), anne babaların çok azının çocuklarının internet kullanım sürecini takip ettiğini ayrıca ebeveynlerin çoğunun çocuklarının internet kullandığı süreyi kendilerine zaman ayırmak için bir fırsat olarak gördüğünü belirtmiştir.³⁷

Benzer şekilde, internet bağımlılığı ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunlukla ergenler veya gençler ile ilgili olduğu ve 12-18 yaş arası çocuklar için bağımlılığın hızla arttığı görülmektedir. Her dönemin insan hayatında ayırt edici bir özelliği olmasına rağmen, biyolojik, psikolojik ve sosyal gelişim açısından hızlı ve önemli değişiklikler süreci şüphesiz ergenlik döneminde olmaktadır. Ergenlik kritik bir dönem olarak kabul edilir, çünkü ergenler fiziksel, duygusal ve sosyal alanlarda büyük değişiklikler yaşarlar. Ergenler bu dönemde sosyal çevreyle tanışmaya başlarlar ve aile ile birlikte arkadaşlar da ergenin gelişimi için önem kazanırlar. Zihinsel sağlıkla yakından ilişkili olduğu vurgulanan sosyal desteğin, hızlı duygusal

³⁵ Kalkan ve Kaygusuz, a.g.e., s.1.

³⁶Ilene R. Berson ve Michael J. Berson, Digital Literacy for effective citizenship. *Social Education*, 67(3), 2003, 164-167.

³⁷ Ali Murat Kırık, "Aile ve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri: Nitel Bir Araştırma", *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 2014, s. 337-347.

değişikliklerin yaşandığı ergenlik döneminde daha da önemli hale geldiği düşünülmektedir. Sosyal destek ergenler için, sosyal ilişkilerini istenen düzeyde sürdürmeleri, yalnızlıklarının üstesinden gelmeleri, çevrelerine uyum sağlamaları ve psikolojik refahlarını korumaları için temel bir gerekliliktir. İnternet bağımlılığı, normal yaşama müdahale eden ve ilişkileri etkileyebilecek zorunlu çevrimiçi kalma ihtiyacını ifade eder. İnternet bağımlılığı, kişisel ilişkilerinizi olumsuz yönde etkileyebileceği gibi, yaşam üzerinde de olumsuz etkilere neden olabilir. İnternette saatler geçirmek, sosyal becerilerin gelişimini olumsuz yönde etkileyebilir.³⁸

Aynı teknolojik imkanlar yanlış kullanıldığında ortaya çıkabilecek zararları şu şekilde listeleyebiliriz:

- İnternette oynanan oyunlar bir süre sonra çocuğun arkadaşının yerini almakta böylece çocuk sosyal olarak izole olmaktadır.
- Sanal ortamda çok vakit harcayan bireyler yalnızlaşmakta ve yüzyüze ilişkilerde zorluklar yaşamaya başlamaktadırlar.
- Yemek yeme ve uyku düzeninin bozulabilmektedir.
- Davranış sorunları (depresyon, yalnızlık, saldırganlaşma gibi) görülebilmektedir.
- Kullanma pozisyonuna bağlı kas ağrıları ortaya çıkabilmektedir.
- Fiziksel etkinlikler kısıtlanmış olacaktır.
- Göz kuruması ve göz yorulması ortaya çıkabilmektedir.
- Baş ağrıları görülebilmektedir.
- Şahsi hijyende bozulma görülebilmektedir.³⁹

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin önemli olumsuz sonuçlarından biri de ergenler tarafından bu kadar sık ve kimi zaman yetişkin denetiminden uzak kalınmasıyla sanal ortamın ergenler için zorba davranışlar açısından yeni bir riskli çevre haline gelmesidir.⁴⁰

Gelişen teknolojiler genel olarak kablosuz çalışmaktadır. Bu durumda elektro manyetik alanların zararlarını aklı getirmektedir. Günümüzde kablosuz teknolojilerin insan sağlığına zararları tartışmaları hala devam etmektedir.

³⁸“*Essay On Internet Addiction*”<http://www.thewisdompost.com/essay/internet-addiction/essay-internet-addiction/2452>(Erişim Tarihi: 09.02.2020).

³⁹ Türkiye Yeşilay Cemiyeti, “İnternetin Bilinçli Kullanımı ve Teknoloji Bağımlılığı Çalıştayı Raporu”, Gülmat Matbaacılık, İstanbul, 2015, s.12.

⁴⁰ Türkiye Yeşilay Cemiyeti, a.g.e., s.13.

2.3. Sosyal Medya

İnternet kullananların müzik, video, fotoğraf ve yazılı metinleri birbirleriyle paylaşabildikleri web sitelerine sosyal medya siteleri adı verilmektedir.

Dawley (2009) sosyal ağ sitesini, bir kullanıcının bir profil oluşturabileceği ve onu çeşitli profesyonel veya kişisel nedenlerle diğer kullanıcılara bağlanmasını sağlayan şahsi bir ağ oluşturulabilen çevrimiçi site olarak tanımlamıştır.⁴¹

Sosyal medya kullanımı sırasında kişiler gerçek hayattakinden tamamen farklı olarak abartılı ve gerçekdışı bir kimliğe bürünebilmektedirler. Bu da onlara gerçek kimlikleri ortaya çıkmadan duygu ve düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilme özgürlüğü getirmektedir. Sosyal medya kullanımı, ister istemez bir iletişim için katlanılan sıkıntıları (kalkmak, hazırlanmak, makyaj yapmak, arabaya veya otobüse binmek, biri ile buluşmaya gitmek, bir şeyler içip para harcamak, ayrılarak tekrar araba veya otobüs ile eve gelmek, vb.) bertaraf ederek ilişki kurmayı kolaylaştırmaktadır. Fakat herhangi bir bedel ödenmeden elde edilen şeyleri de sıradanlaştırmakta, iletişimi ve karşdakini önemsizleştirmektedir.

2.3.1. Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı

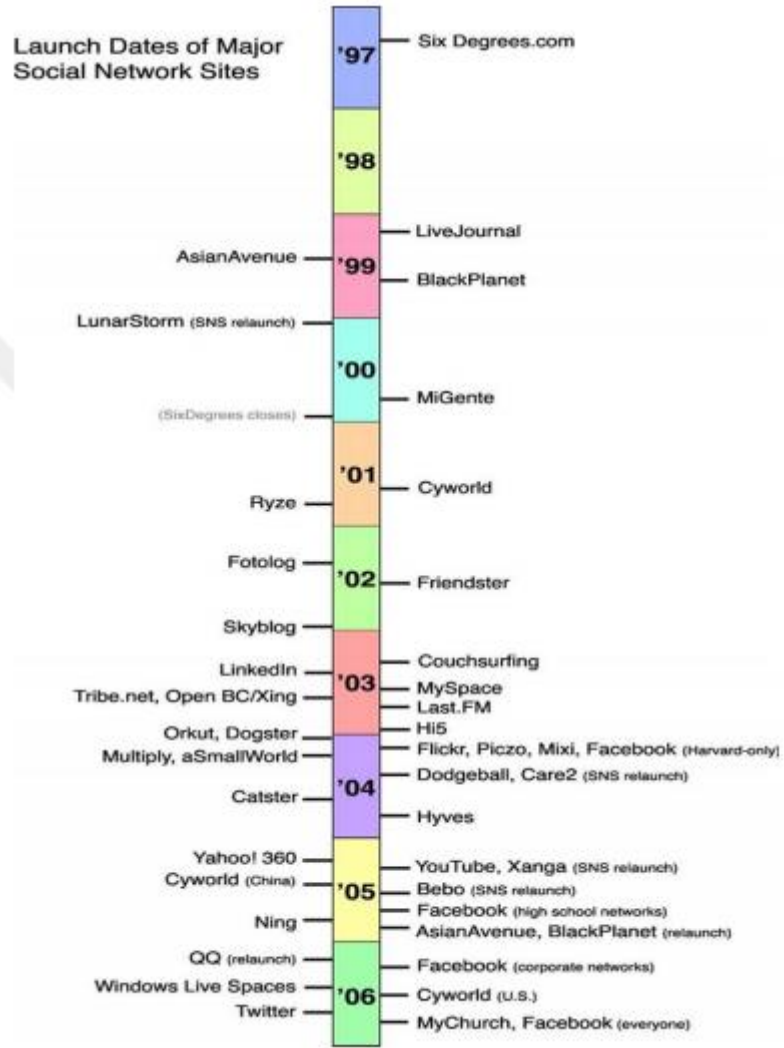
W. Christensen ve R. Suess'in 1978 yılında arkadaşlarıyla iletişim kurmak için geliştirdikleri BBS adı verilen yazılım, sosyal medyanın başlangıcı olarak kabul edilmektedir. 1989 yılından sonra İsviçre'de arkadaş gruplarının bir araya toplanmasını sağlayan MIRC ve ICQ kullanılmaya başlandı. Web2.0 teknolojilerinin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte 1995 yılında "Classmates.com" sitesi ve 1997 yılında kurulan "SixDegrees.com" sitesi oluşturulmuş ancak benzerleriyle rekabete giremeyip 2001 yılında kapanmıştır.⁴²

Boyd ve Ellison, ilk sosyal medya sitesinin, 1997'de kurulan SixDegrees.com olduğunu ifade etmektedirler. Bu site sayesinde insanlar kendi profillerini

⁴¹ L. Dawley, Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy. On the Horizon, 17(2), 2009, s. 111; **aktaran** Yağmur Mutlu, Sosyal medya, kimlik ve mahremiyet: gençlerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının Elazığ örneğinde incelenmesi, Fırat Üniversitesi, Elazığ, 2019, s. 76, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

⁴² Ercan Gürültü, Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları Ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.16, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

oluşturmakta, arkadaşlarını listeleyebilmekte ve sitenin içinde gezinebilmekteydiler. Kullanıcıların birbirleriyle bağlantı kurabildiği ve mesajlaşabildiği site 2000 yılında kapanmıştır.⁴³



Şekil-1 Başlıca Sosyal Ağ Sitelerinin Piyasaya Sürülme Tarihleri⁴⁴

2.3.2. Sosyal Medya Araçları

Günümüzde sosyal medya araçlarına ilişkin farklı sınıflandırmalar bulunmaktadır. Ontario tarafından yapılan dokuzlu sınıflandırma da bunlardan biridir.

⁴³ Danah M Boyd ve Nicole B Ellison, Social Network Sites: Definition, History California-Berkeley and Michigan, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, s. 214'ten aktaran, Yağmur Mutlu, a.g.e., s. 75.

⁴⁴ Danah M. Boyd, Nicole B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 2007, s.210-230.



Şekil-2 Ontario Tarafından Yapılan Sınıflandırma⁴⁵

2.3.2.1. Bloglar

İlk zamanlar genellikle kısa yazılar ve makaleler içeren bloglarda daha sonra sadece resim ve videolar paylaşılmaya başlandı. Web sitelerine de benzeyen bloglar onlardan daha çok güncelleniyor olmasıyla farklılık göstermektedir. Bunun yanında önceden yapılmış paylaşımlara ve diğer sitelere bağlanmayı sağlayan linkleri de içermektedir. En güncel paylaşımın sayfanın en üstünde yer aldığı bloglarda kullanıcıların gönderileri yeni tarihten eski tarihe göre sıralanır. Bloglarda yorum yapabilme olanağı da vardır.

⁴⁵ Erkan Akar, *Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Web'te Pazarlama Stratejileri*, Efil Yayınevi, Ankara, 2011, s.23-25.

2.3.2.2. Mikrobloglar

Mikrobloglarda kullanıcılar yazdıkları kısa mesajlarla birbirlerine anlık duygu ve düşüncelerini iletme imkanı bulabilmişlerdir. Aynı zamanda durum bildirim ve güncel haberler de paylaşılabilir. Burada önemli olan kısa ve öz bir biçimde mesaj iletmektir. Dünyada en ünlü mikroblog Twitter'dir. Twitter 2006 yılında hizmete giren, 140 harflik bir söz edimi olanağı tanıyan, bu söz edimlerinin "tweet" olarak tanımlandığı bir yazılımdır.⁴⁶ Twitterin haricinde yine sınırlı sayıda kelimeyle tek yönlü iletişim kurulabilen Tumblr ve insanlara sosyal yardımlaşma amacıyla birlikte hareket etme imkanı veren Plurk da bilinen mikrobloglar arasındadır.

2.3.2.3. Sosyal Ağ Siteleri

Sosyal ağ siteleri; kullanıcılarının bireysel profiller oluşturabileceği, gerçek hayatta olan arkadaşlarıyla etkileşime girebilecekleri ve ortak ilgi alanlarına dayalı olarak arkadaş edinebilecekleri sanal ortamlardır. Sosyal ağ siteleri bireylerin;

1. Umuma tam veya yarı açık sınırlı bir sistem içerisinde bir profil oluşturma,
2. Bağlantı paylaştığı kişilerin listesini diğer kullanıcılar için açık şekilde listeleme,
3. Başkaları tarafından sistem içerisinde yapılan ilişkileri görüntüleme ve incelemelerini sağlayan web tabanlı sistemlerdir.

Günümüzde bilhassa gençlerin sıklıkla kullandığı sosyal ağ siteleri, insanların şahsi bilgilerinin de bulunduğu, resim, video ve mesaj paylaşabildikleri, yorum yapabildikleri, diğer kişilere davet gönderebildikleri önemli bir sosyalleşme alanıdır. Bu siteler sayesinde insanlar kendilerine ait bir sayfa kurabilme imkanına sahip oldukları gibi hem gerçek hayatta tanıdıkları insanlarla ilişkilerini sürdürebilmekte hem de yeni arkadaşlar edinebilmektedirler. En popüler olan sosyal paylaşım siteleri; Facebook ve Instagramdır. Bu siteler gelirlerini reklam ve sponsorlarla sağlayarak insanlara ücretsiz olarak sosyalleşme imkanı sunmaktadır.

⁴⁶ Günseli Bayraktutan v.d., "Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi", *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (3), 15-16. 2012, s. 15.

2.3.2.4. Medya Paylaşım Siteleri

İnsanların birbirleriyle medya yani resim ve video paylaşımı yaptıkları sitelerin en yaygın olanları Youtube, Flickr ve Pinteresttir. İnsanlar kendilerine ait bir resim ya da videoyu istedikleri gibi düzenleyip yayınlayabilmekte böylece birçok insana ürettikleri eseri ulaştırabilmektedirler.2005 yılında kurulmuş olan Youtube ülkemizde en yaygın olarak ziyaret edilen siteler arasındadır. Youtube aracılığıyla kullanıcılar hem video izleme hem de video ekleme olanağına sahiptirler. Flickr uygulamasıyla insanlar istedikleri fotoğrafı anında diğer insanlarla paylaşabilmektedirler. 2010 yılında faaliyet göstermeye başlayan Pinterest ise insanlara hoşlandıkları şeyleri keşfetme ve gerçekleştirmeyi planlama aşamasında yardımcı olmaya çalışan bir sitedir. Kullanıcılar beğendikleri ve sonradan görmeyi ya da paylaşmayı istedikleri fotoğrafları, videoları iğnelenilerek panolarda toplama imkanına sahiptirler.

2.3.2.5. Lokasyon Bazlı Servisler

Bilgisayarlarda kullanılan çoğu uygulamanın artık cep telefonlarında da kullanılmaya başlanmasıyla birlikte lokasyon bazlı uygulamalar ortaya çıktı. Telefonların uydularca görülmesi sayesinde nerede olduğumuzu görebilmekte ve bunu internette paylaşabilmekteyiz. Bu araçlardan en meşhuru 2009 yılında kurulan Foursquare'dir. Artık insanlar bu uygulamalarla gittikleri yerlerde "Check in – Ben burdayım" yapabilmekte ve bu yerlerle ilgili görselleri diğer insanlarla paylaşabilmektedirler. Aynı zamanda yorum da yapılabilen bu uygulama sayesinde kişiler daha önce gitmedikleri yerlerle ve mekanlarla ilgili bilgi sahibi olmakta ve başkalarının tecrübelerinden faydalanabilmektedirler.

2.3.2.6. Forumlar ve Haber Grupları

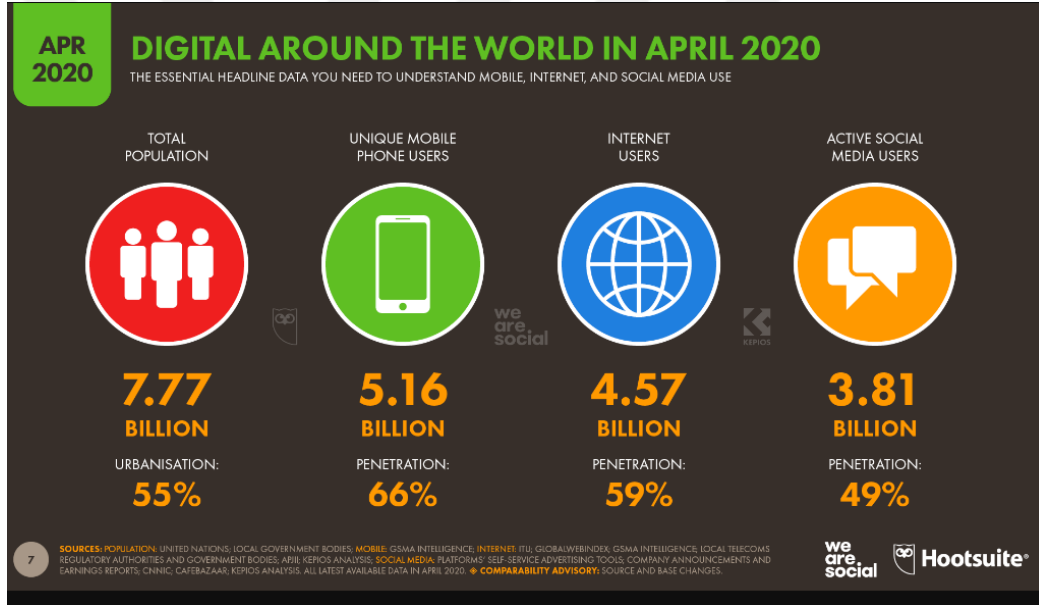
Haber gruplarında bir konuyla ilgili başlatılan tartışmaya insanlar daha sonra katılarak duygu ve düşüncelerini bildirebilirler. Admin adı da verilen sayfanın yöneticilerinin, kullanıcıların yaptığı yorumlar üzerinde denetleyici rolü vardır. Uygulama aynı zamanda kullanıcılara oylama yaparak düşüncelerini ifade etme imkanı da tanımaktadır.

2.3.2.7. Wikiler

Wikiler sayfa kullanıcılarının oluşturduğu ve kullanıcıların birbirlerinin sayfalarını değiştirebildikleri bir sitedir. Bir çeşit sanal kütüphane olan wikilerde insanlar önceki gönderileri değiştirebilmekte, ekleme ve çıkarma yapabilmektedirler. Dünyada en çok tanınan wiki 2001'de kurulmuş olan Wikipedia isimli sitedir. Wikilerin Türkiye'deki örneği yenilikçi bir düşünceyle ortaya çıkmış olan ve kullanıcılarının sürekli arttığı Ekşi Sözlüktür.

2.3.2. Dünyada ve Ülkemizde Sosyal Medya Kullanımı

2020 Nisan ayı itibariyle dünya çapında internet, mobil telefon ve sosyal medya kullanımıyla ilgili ana istatistiksel göstergeler Şekil 3'te yer almaktadır:



Şekil-3İnternetin Küresel Kullanımı Rakamları Kaynak: Dijital Dünya Raporu, 2020⁴⁷

Şekil 3'teki bilgilere göre;

- Dünyanın toplam nüfusu 7.770 milyar (kentleşme oranı %55)
- Toplam internet kullanıcısı 4.57 milyar (dünya nüfusunun %59'u)
- Aktif sosyal medya kullanıcısı 3.81 milyardır (dünya nüfusunun %49'u).

⁴⁷Digital Around the world in April 2020 <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/> Erişim Tarihi: 06.06.2020

- Kendine ait cep telefonu olan kullanıcılar toplam 5.16 milyar (dünya nüfusunun %66'sı)⁴⁸

Sosyal medyayı kullananlar 2019 Nisan'ından beri %8 artarak günümüzde 3,81 milyar kişi olmuştur. Bir sosyal medya kullanıcısı ortalama 8'den fazla değişik sosyal medya sitesine kayıtlıdır ve günlük ortalama sosyal medyada kalma süresi 2 saat 29 dakikadır.

Bunun yanında, rakamlar değişik kültürler göre farklılık göstermektedir. Örneğin Filipinler'de sosyal medyada geçirilen ortalama süre 4 saate yakınken, Japonya'da bu süre ortalama 45 dakikadır.⁴⁹

Ülkemiz genelinde internet, mobil telefon ve sosyal medya kullanımıyla ilgili ana istatistiksel göstergeler Şekil 4'te gösterilmiştir:



Şekil-4Türkiye'de İnternet, Mobil Telefon Ve Sosyal Medya Kullanımı⁵⁰

Türkiye'de Ocak 2020 itibariyle;

- Toplam nüfus 83.88 milyondur. (kentleşme oranı %75'tir.)
- Mobil bağlantı sayısı 77.39 milyon'dur. (toplam nüfusun %92'si)

⁴⁸Digital Around the world in April 2020 <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/> Erişim Tarihi: 06.06.2020

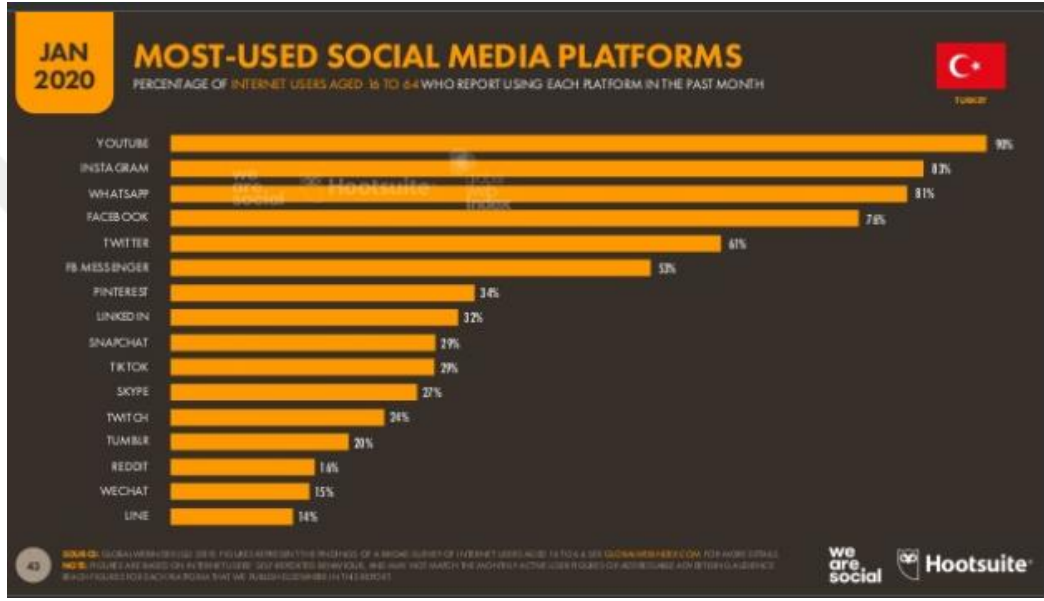
⁴⁹ Global Digital Report 2020, <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-turkey-january-2020> (Erişim Tarihi: 09.06.2020).

⁵⁰ Global Digital Report 2020, <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-turkey-january-2020> (Erişim Tarihi: 09.06.2020).

• İnternet kullanıcı sayısı geçen yıla göre 2,4 milyon (+ 4,0%) artarak 62,07 milyon olmuştur.(toplam nüfusun %74'ü)

• Aktif sosyal medya kullanıcıları 54.00 milyondur. (toplam nüfusun %64'ü)

Toplam nüfusun %90'nının mobil telefon sahibi olduğu ülkemizde, telefonların %89'u internete bağlanabilen akıllı telefonlardır. Sosyal medyada harcanan ortalama süre 2 saat 51 dakikadır.



Şekil-5 Ocak 2020 İtibariyle Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları⁵¹

Ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya platformları şunlardır: Youtube(%90), Instagram (%83), Whatsapp (%81), Facebook (%76), Twitter (%61) ve Facebook Messenger (%53).

2.3.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

Genel anlamda “sosyal medya” olarak adlandırılan birçok internet ortamı geleneksel ortamlardan farklı “sosyalleşme” imkanları sunmaktadır. İnternette ardi ardına gelen her yenilik ve değişim yeni bağımlılık ilişkilerine kaynaklık etmekte ve

⁵¹<https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey> (Erişim tarihi: 11.06.2020).

var olan bağımlılıkları beslemektedir. Bu bağlamda, diğer kitle iletişim araçlarıyla birlikte internetin bağımlılık ilişkileri de sürekli sorgulanması, araştırılması gereken gerçekler olarak karşımızda durmaktadır.⁵²

Sosyal medyadan edinilen arkadaşlara sahip olmak, internetten olumlu geribildirimler almak bireyin benlik saygısını geliştirebilir ve sosyalleşme yönünde isteklendirebilir veya tam tersi bir şekilde olumsuz geribildirimler özgüvenini sarsabilir ve sosyalleşme isteğini azaltabilir, bireyin içine kapanmasına neden olabilir.⁵³

Bağımlılığın oluşmasıyla ilgili değişik yaklaşımlar bulunmaktadır. Çoğu insan sosyal medya ve internet vasıtasıyla bilgiye daha kolay ulaşmaktadır. Bir süre sonra bu amaçla internetin devamlı kullanılması bilgiyi kontrol etmeye yönelik bir bağımlılığa yol açabilir. Öyle ki insanlar bilgileri olan konuları bile internette araştırmakta, alternatif bir bilgi olup olmadığını kontrol etme ihtiyacı duymaktadırlar. Bu durumda bağımlılığın oluşumundaki bilişsel yaklaşım ortaya çıkmaktadır.

Davranışsal yaklaşım, sosyal medya bağımlılığını araçsal bağımlılık ve eylemsel bağımlılık olarak incelemektedir. Araçsal bağımlılıkta önemli olan mesaj ya da içerik değil sosyal medya araçlarını kullanmaktır. Gerçek hayatta iletişimde buldukları bireylerle tekrar sosyal medya araçlarını kullanarak iletişime geçmesi bu durumun bir göstergesidir. Eylemsellikteyse mesaj içeriği önemlidir.⁵⁴

Sosyal medya bağımlılığı davranışsal bağımlılıklar arasında yer almaktadır. Kuss ve Griffiths'e (2011) göre sosyal medya bağımlılığının belirtileri şöyle sıralanmaktadır.

1. Dikkat Çekme
2. Yoksunluk (Kullanımın azaltılması halinde yaşanan ruhsal ve fiziksel problemler)
3. Çatışma (Psikolojik sorunlar ve kişilerarası problemlerin görülmesi)
4. Nüksetme (İstenmeyen davranışın bir müddet sonra yeniden başlaması)
5. Tolerans Geliştirme (Kullanımın giderek artıyor olması)

⁵² Kalkan ve Kaygusuz, a.g.e. s. 48.

⁵³ Anlayışlı ve Serin, a.g.e.s. 89.

⁵⁴ Murat Hazar, "Sosyal Medya Bağımlılığı- Bir Alan Araştırması" *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırmaları Dergisi*, Sayı:32, Bahar 2011, s.162.

6. Ruh Halindeki Değişimler.⁵⁵

2.3.4. Sosyal Medya Bağımlılığıyla İlgili Yapılan Araştırmalar

Yurtdışında yapılmış olan çalışmalara baktığımızda; Engelberg ve Sjöberg (2004) yaptıkları çalışmada, sosyal medya bağımlısı olan bireylerin yalnızlık düzeylerinin yüksek olduğunu, bunun yanında sosyal ve duygusal becerilerininse düşük olduğunu ifade etmişlerdir.⁵⁶

Buffardi ve Campbell (2008) sosyal medya ve narsistik kişilik arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, bireyin sosyal medyadaki arkadaş sayısı ve paylaştığı mesaj sayısı ile narsistik kişilik arasında pozitif bir ilişki olduğunu bulmuşlardır.⁵⁷

Kirschner ve Karpinski (2010), 219 üniversiteli öğrenciyle gerçekleştirdikleri çalışmada Facebook kullanımı fazla olan öğrencilerin akademik başarılarının, Facebook'u daha az kullanan öğrencilere nazaran düşük olduğunu ileri sürmüşlerdir.⁵⁸

Ryan ve Xenos(2011) da narsisizm ile Facebook kullanımı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda; narsistik özellik gösteren insanların Facebook'ta medya paylaşımı yapma ile durum güncellemesi işlevlerine oldukça önem verdiklerini bulmuşlardır.⁵⁹

Wei ve Wang (2011),Çin'de yaptıkları araştırmada sosyal medyayı erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha çok sosyalleşme aracı olarak gördüklerini ileri sürmüşlerdir.⁶⁰

⁵⁵ Daria J. Kuss, ve Mark D. Griffiths, "Online social networking and addiction—a review of the psychological literature", *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 8(9), 2011, s. 3528-3552.

⁵⁶ Elisabeth Engelberg ve Lennart Sjöberg, "Internet Use, Social Skills, and Adjustment", *CyberPsychology ve Behavior*, 7(1), 2004, p. 41- 47.

⁵⁷ Laura E. Buffardi and W. Keith Campbell, "Narcissism And Social Networking Web Sites", *Personality And Social Psychology Bulletin*, 34, 2008, s.1303-1314.

⁵⁸ Paul A. Kirschner, & Aryn C. Karpinski, "Facebook and Academic Performance", *Computers In Human Behavior*, 26, 2010, s. 1237-1245.

⁵⁹ Tracii Ryan, and Sophia Xenos, "Who Uses Facebook? An Investigation Into The Relationship Between The Big Five, Shyness, Narcissim, Loneliness And Facebook Usage", *Computer In Human Behavior*, 27, 2011, s. 1658-1664.

⁶⁰ Tongru Wei, & Cheng Wang, "The Characteristics Of Social Networks Of China's College Students", *Modern Management*, 1, 2011, s. 219-223.

Carpenter (2012),yaptığı çalışmada narsisistik ve teşhircilik özelliklerine sahip insanların diğer kullanıcılara göre daha fazla profil ve durum resmi yüklediğini ve kendilerini daha çok etiketlediklerini bulmuştur.⁶¹

Herrig ve Kapidsic(2015), ergenlerle yaptıkları çalışmada; erkek kullanıcıların sayfalarının genellikle herkesçe görülür şekilde ayarlanmasına rağmen, kız kullanıcıların sayfalarının sınırlı görünürlükte ayarlandığını gözlemlemişlerdir.⁶²

Kim ve Chock, (2015) da yaptıkları çalışmada narsisistik özellikleri olan bireylerin genellikle tek başına selfie çekme ve diğer arkadaşlarıyla olan selfieeleri düzenleme eğilimine sahip olduklarını bulmuşlardır.⁶³

Yurtiçinde yapılan çalışmalara bakacak olursak; 2000'li yıllardan sonra sosyal medyayla ilgili çalışmaların hızla arttığını görebiliyoruz.

Hazar (2011) çalışmasında, sosyal medya kullanımının bireylerin aile ve arkadaşlarıyla yüz yüze ilişki kurmasını engellediği sonucunu çıkarmıştır. Öğrenciler sosyal medyada geçirdikleri zamanı eğlenceli bulduklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanında kendilerini sanal ortamda daha rahat ve özgür hissettiklerini dile getirmişlerdir. Örneğin arkadaş seçimleri konusunda kararı sadece kendileri verebilmekteler.⁶⁴

Ekşi (2012) meslek lisesinde öğrenim gören öğrencilerle yaptığı çalışmada; narsistik kişilik yapısının alt boyutlarından "hak iddia etme"nin internet bağımlısı olan kişilerde yoksunluk ve kontrol gücünü etkilediği, "üstünlük" boyutunun ise internet bağımlısı kişilerde sosyal izolasyonu yordadığı sonucuna varılmıştır.⁶⁵

Solmaz, vd. (2013), sosyal medya kullanımıyla ilgili araştırmalarında; sosyal medya kullanımının iletişimi hızlandırıcı bir etkisinin olduğunu öne sürmüşlerdir. İletişime katılma konusunda pozitif bir etkisi olduğunu da tespit etmişlerdir.⁶⁶

⁶¹Christopher J. Carpenter, "Narcissism On Facebook: Self-Promotional And Anti Social Behavior", *Personality and Individual Differences*, 52(4), 2012, s. 482-486.

⁶²Suzan C. Herring ve Sanja Kapidzic, "Teens, Gender, And Self-Presentation İn Social Media" J. D. Wright (Ed.). *International Encyclopedia Of Social And Behavioral Sciences*, 2015, s. 1-16.

⁶³Ji Won Kim, T.Makana Chock, "Body image2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns"*Computers in Human Behavior*, 48, 2015, pp. 331-339.

⁶⁴Hazar, a.g.e., s. 158 – 159.

⁶⁵Fusun Ekşi, "Narsistik Kişilik Özelliklerinin İnternet Bağımlılığı Ve Siber Zorbalığı Yordama Düzeyinin Yol Analizi İle İncelenmesi", *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(3), 2012, 1683-1706.

⁶⁶Başak Solmaz, vd. (2013). "İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama.",*Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7 (4), 23-32.

Balcı ve Gölcü (2013) yaptıkları çalışmada çalışma grubunun %5.1'inin Facebook'a bağımlı oldukları sonucunu bulmuşlardır.⁶⁷

Ekşi ve Ümmet'e (2013) göre, içe kapanma ve sanal aleme yönelme iletişim problemlerine sahip olmanın bir sonucu olarak ortaya çıkabilmektedir.⁶⁸

Ekşi, Erden, Erdoğan ve Yılmaz (2013), ergenlerle gerçekleştirdikleri araştırmada Facebook'u öğrencilerin daha çok eğlenme ve bilgi edinme amaçlı kullandıkları, Facebook kullanmanın ergenlerin yalnızlıklarını azaltmadığı gibi sonuçlara ulaşmışlardır.⁶⁹

Çakmak'ın 2014'te 1139 öğrenciyle yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre; sosyal medyayı çok kullanan kişilerin iletişim kaygı düzeyleri düşüken sosyal medyayı sınırlı bir şekilde kullanan kişilerin iletişim kaygı düzeylerinin yüksek düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Yani sosyal medya kullanım düzeyi ile iletişim kaygısı arasında ters orantılı bir ilişki olduğu saptanmıştır.⁷⁰

Tanrıkulu, Öztürk ve Yeşil, (2015) yaptıkları araştırmada, ait olma ve güç ihtiyacının artmasıyla sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu ileri sürmüştür.⁷¹

Yelpaze ve Ceyhan (2015), araştırmalarında narsisistik kişilerin diğerlerine göre daha fazla paylaşım yaptıkları sonucunu çıkarmışlardır. Bu kullanıcıların diğerlerine göre daha çok durum güncellediği, daha fazla fotoğraf paylaştığı ve profillerini güncel tuttıkları, böylece diğerlerinin dikkatlerini çekmeye çalıştıklarını saptamışlardır. Narsisistik kişiler sosyal medya aracılığıyla beğenilmek, onaylanmak ve yeni çevre edinmek gibi ihtiyaçlarını giderebilmektedirler.⁷²

Tutgun-Ünal'a (2015) göre sosyal medya kullanımı bağımlılık seviyesinde ise kişide anksiyetenin, depresyonun ve iletişim problemlerinin görülme olasılığı

⁶⁷ Şükrü Balcı ve Abdulkadir Gölcü, "Facebook addiction among university students in Turkey: "Selçuk University Example". *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 2013, 255-278.

⁶⁸ Füsün Ekşi, ve Durmuş Ümmet, "Bir kişilerarası iletişim problemi olarak internet bağımlılığı ve siber zorbalık: psikolojik danışma açısından değerlendirilmesi", *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11 (25), 2013, s. 91-115.

⁶⁹ Halil Ekşi vd., "Ergenlerin Kimlik Oluşumunun Facebook Üzerinden İncelenmesi: Nitel Araştırma Örneği", *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 14(3), 2013, s. 295-313.

⁷⁰ Veysel Çakmak, İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi: üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2014, (Yayımlanmamış Doktora Tezi).

⁷¹ Taşkın Tanrıkulu vd., "Ergenlerde Sosyal Ağ Bağımlılığı Ve Temel İhtiyaçlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", *Psikolojik Danışma Ve Eğitim Dergisi*, 2015, 1(2), s. 22-30.

⁷² İsmail Yelpaze ve Esra Ceyhan, "Facebook Kullanıcılarının Kişilik Özellikleri İle Facebook Kullanım Örüntülerinin İlişkisi: Bir Gözden Geçirme Çalışması" *Anadolu Journal Of Educational Sciences International*, 5(2), 2015, s. 1-53.

fazladır. Aynı zamanda sosyal medyanın yakın sosyal ilişkileri de negatif yönde etkilediği öne sürülmüştür.⁷³

Doğan (2016) lise öğrencileri üzerinde yaptığı“Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Mutluluk, Psikolojik İyi-Oluş ve Yaşam Doyumlarına Etkisi: Facebook ve Twitter Örneği” isimli çalışmasında, sosyal ağ sitelerini kullanımının öğrencilerin kendilerini mutlu hissetmesinde, psikolojik olarak iyi hissetmesinde ve yaşam doyumunda etkili olduğunu sonucuna varmıştır.⁷⁴

Doğan ve Karakuş (2016), lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanımı ile yalnızlık konusunda yaptığı çalışmada ise romantik ilişkilerde ve aile içerisinde yalnız hisseden kişilerin daha fazla sosyal medyaya yöneldikleri, sosyal ilişkilerde yalnız hissedenlerin ise bu durumunun sosyal medya kullanımını etkilemediği sonucuna varmışlardır.⁷⁵

Oğuz (2016), Facebook kullanım alışkanlıkları ve narsisizm arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, narsistik kişilerin sosyal medya platformlarında daha uzun zaman geçirdiklerini ve arkadaş sayılarının fazla olduğunu saptamıştır.⁷⁶

Ertürk ve Eray'ın (2016) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmaya göre, kullanıcıların narsistik dışavurumları arttıkça sosyal medya üzerinde paylaşımda bulunma oranları ve diğer kullanıcılar hakkında bilgi alma istekleri artmaktadır. Bu kişiler, olmak istedikleri kişi gibi görünmek ve beğendiği yaşam biçimlerini başkalarına sunmak için sosyal medya kullanmaktadırlar.⁷⁷

E. A. Sağbaş, S. Ballı ve F. Şen (2016), yaptıkları araştırmada; sosyal medyanın gençlerin üzerinde hem pozitif hem de negatif etkilerinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Araştırma sonuçlarına göre; gençler sosyal medyayı yeni arkadaşlıklar kurmak, bilgi paylaşmak ve oyun oynamak gibi amaçlar için kullanmaktadırlar. Sosyal medya kullanımı bağımlılık haline geldiğindeyse günceli yakalayamama endişesi, gereğinden çok paylaşımda bulunmak gibi tutumların

⁷³Tutgun-Ünal, a.g.e. 2015.

⁷⁴ Uğur Doğan,“Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Mutluluk, Psikolojik İyi-Oluş ve Yaşam Doyumlarına Etkisi: Facebook ve Twitter Örneği”, *Eğitim ve Bilim*, 41 (183), 2016, s. 217-231.

⁷⁵ Uğur Doğan ve Yahya Karakuş, “Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Çok Boyutlu Yalnızlık”, *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 2016, s. 57-71.

⁷⁶ Tarkan Oğuz, “Çağdaş Narkisisos'lar: Facebook Kullanım Alışkanlıkları Ve Narsisizm”, *Selçuk İletişim*, 9 (2), 2016, s.51- 68.

⁷⁷ Yıldız Dilek Ertürk, ve Tuğçe Ertem Eray, “Fenomenolojik Bir Kavram Olarak Kendilik Ve Sosyal Ağlarda Kendilik Sunumu İle Narsistik Eğilimler İlişkisi: İletişim Fakültesi (İ.Ü.İ.F.) Öğrencileri Üzerine Bir Ön Çalışma”. *Intermedia International e Journal*, 3(1). 2016.

gözlenebildiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığının iletişim becerilerini negatif yönde etkileyeceğini belirtmişlerdir.⁷⁸

Kalender (2016), Fen ve Sosyal Bilimler liselerinde yaptığı araştırma sonuçlarına göre; gençlerin sosyal medya paylaşımlarının öğrenim gördükleri okulun türüne göre farklılaştığını öne sürmüştür.⁷⁹

Korkut (2016), lisede okuyan öğrencilerle yaptığı çalışmada ergenlerin tıpkı gerçek hayatta olduğu gibi sosyal medyada da beğenilmeyi ve yüceltilmeyi istedikleri sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca sosyal medyadaki uygulamaların ergenleri ailesinden ve arkadaşlarından ayırarak onları yalnızlığa ittiği sonucunu çıkarmıştır.

Demir'in(2016) lisede öğrenim gören öğrencilerle yaptığı çalışmaya göre; sosyal medya ne kadar fazla kullanılırsa aile içindeki iletişim ve etkileşimi o derece olumsuz yönde etkiler. Sosyal medya kullanımı yoğun olan gençlerin aile içi konulardan sıkıldıkları ve aile üyeleriyle vakit geçirmektense sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih etikleri gözlenmiştir. Demir, çalışmasında sonuç olarak sosyal medya bağımlılığının iletişim açısından olumsuz etkileri olduğunu öne sürmüştür.⁸⁰

Koç (2017) narsisizm özelliklerinin sosyal medyaya olan yansımalarını incelemiştir. Narsisizm özelliklerinden olan benliği merkeze almak, teşhircilik, onaylanma isteği, kendini yüceltme ve ünlü olma arzusu gibi özelliklerin sosyal medyada karşılıklarının bulunduğunu öne sürmüştür. Ayrıca sosyal medyanın izleyicileri barındırıyor olması, bireylerin kendi kişiliklerini sergileyebilme olanağı sağlaması gibi özelliklerine sahip olması narsisizm kültürünü tekrar inşa etmektedir.⁸¹

İliş ve Gülbahçe 2019'da yaptıkları çalışmada iletişim becerileri ve sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. İletişim becerileri azaldıkça sosyal medya bağımlılığı artmaktadır. Buna göre iletişim becerilerinin yüksekliği sosyal medya bağımlılığının az olmasını yordamaktadır.⁸²

⁷⁸ Ensar Arif Sağbaş vd., "Sosyal medya ve gençler üzerindeki etkileri. Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi", *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi*, 2016, s.153-163.

⁷⁹ Mehmet Emin Kalender, "Fen Lisesi Ve Sosyal Bilimler Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının İncelenmesi (Kütahya İli Örneği)" Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, 2016, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

⁸⁰ Ümit Demir, "Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale'deki lise öğrencileri üzerine bir araştırma", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 2016, s. 27-50.

⁸¹ Halil İbrahim Koç, Sosyal Medya Ve Narsisizm Kültürü, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 2017, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

⁸² Ali İliş ve Arzu Gülbahçe, "Sosyal Medya Bağımlılığı İle İletişim Becerileri Arasındaki Yordayıcı İlişkinin İncelenmesi", *Ekev Akademi Dergisi*, Sayı 78, 2019, s. 45-60.

2.4. İLETİŞİM

“İnsanlar aşkla ilgili yazılar okumasalardı, çok az insan aşık olurdu”

La Rochefoucauld

İletişim insanlığın tarihiyle başlayan bir olgu ve gereksinmedir. İletişim, çoğu açıklamalarda olduğu gibi sadece bilgi paylaşımı ve duyguların aktarımı değildir. İletişimin anlam yaratma, etkileme, değiştirme ve yönlendirme gibi birçok işlevi vardır. Ayrıca, iletişimin kendi içinde bir yapısı vardır ve bu yapıya temel oluşturan bir planlamaya sahiptir.

Çağımız, özellikle televizyonun yaygınlaşması ve bilgisayarın günlük yaşama girmesi sonrası iletişim çağı olarak anılmaktadır. Gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi iletişim araçlarının tümünü kapsayan medya terimi artık dillerden düşmemektedir. Kamuoyunu yönlendirmede iletişim araçlarının gücüne öylesine inanılıyor ki parti başkanlarını dolayısıyla başbakanları iletişim araçlarının belirlediğine kesin gözle bakılıyor.⁸³

2.4.1. İletişim Kavramı

İletişim sözcük olarak “iletmek” sözcüğünden türetilmiştir. Bundan 25-30 yıl öncesinde Arapça’dan dilimize geçen “haber” kelimesinden türetilmiş olan “haberleşme” sözcüğü kullanılıyordu. Haberleşme, “haber” niteliği taşıyan bilginin, tutumların ve davranışların iletilmesi anlamına gelmektedir. Ancak bu kelimenin giderek anlamının daralması, kitlelere haberleşme araçları ile daha dar anlamı ile olay niteliğinde mesajları kapsaması, bir kısım mesajları dışta bırakması gibi nedenler ile daha kapsamlı olan “iletişim” sözcüğü kullanılmaya başlandı.⁸⁴

Eflatun’un insan düşüncelerinin birtakım sembollere dönüştürülmesi, Aristo’nun ise söz söyleme sanatı ve ikna etmenin bütün uygun anlamları olarak tanımladığı iletişim kavramı, dilimizde Batı dillerindeki *communication* kelimesinin karşılığı olarak kullanılmaktadır. *Communication* kelimesi ise Latince’de “ortak” anlamına gelen *communis* ve “ortak kılmak” anlamına gelen *communicare* kelimelerinden türemiştir.⁸⁵

İletişime ilişkin tanımlar 200 dolayındadır. E. X. Dance ve Carl E. Larson, 1970’li yıllarda iletişim ile ilgili yapılan tüm tanımları tarayarak 126 değişik tanım

⁸³ Merih Zillioğlu, *İletişim Nedir?*, Cem Yayınevi, İstanbul, 2007, s. 7.

⁸⁴ Aysel Aziz, *İletişime Giriş*, Hiperlink Yayınları, İstanbul, 2010, s. 24.

⁸⁵ Fatma Geçikli, *Halkla İlişkiler ve İletişim*, Beta Yayınları, İstanbul, 2008, s. 253.

bulmuşlardır. Bu kadar fazla tanım geliştirilmesinin nedeni iletişim konusunun psikoloji, sosyoloji, işletme yönetimi, davranış bilimleri, sosyal psikoloji, felsefe, kültür antropolojisi gibi birçok alanda incelenmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Oskay'a göre yazılı kaynakların taranması yöntemiyle yapılan bir araştırmada iletişim kavramının 4650 tane kullanımı olduğu ortaya çıkarılmıştır.⁸⁶

Her alan kendi açısından bir açıklama getirdiği için, günümüze kadar iletişim kavramının anlamı oldukça genişlemiştir. Nitekim TDK sözlüğünde de iletişim:

“1. Duygu, düşünce ya da bilgilerin usa gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme (...)

2. Telefon, telgraf, televizyon, radyo gibi aygıtlardan yararlanarak yürütülen bilgi alışverişi, bildirişim, haberleşme ...” olarak tanımlanmaktadır.⁸⁷

2.4.2. İletişimin Öğeleri

İletişim değişken ve dinamik bir olgudur. İletişimin öğelerini; kaynak, ileti, kanal, araç, alıcı yani hedef şeklinde sıralayabiliriz.

Kaynak: Duygu ve düşüncelerini çeşitli iletişim biçimleriyle karşısındaki kişiye/kişilere aktarmak üzere harekete geçenler “*kaynak*” olarak adlandırılır.⁸⁸

İyi bir iletişim için kaynağın taşınması gereken özellikler vardır. Bu özellikleri kısaca şu şekilde belirtebiliriz;

- ✓ Kaynak bilgili olmalıdır.
- ✓ Kaynak kodlama özelliğine sahip olmalıdır.
- ✓ Kaynak bulunduğu konumdaki rolüne uygun davranmalıdır.
- ✓ Kaynak tanınmalıdır. Tanınmayan veya olumsuz tanınan kaynağın göndereceği mesajlar, alıcılar üzerinde gerekli etkiyi oluşturmaz.⁸⁹

İleti (Mesaj): İletinin yapı ve içerik olarak adlandırılan iki boyutu vardır. Yapı; simgelerden, göstergelerden ve kodlardan oluşmaktadır. Gösterge, duyularımızla kavrayabildiğimiz, kendileri dışında bir şeye atıfta bulunabilen dolayısıyla atıfta bulunabildiği/temsili ettiği şeyin yerini alabilecek nesne, biçim, olgu, vb. olarak

⁸⁶ Ünal Oskay, *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri*, A.Ü.S.B.F. Yayınları, Ankara, 1982, s.309.

⁸⁷ TDK, *Türkçe Sözlük I*, 7. Baskı, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1983, s. 578.

⁸⁸ Aysun Yüksel, *İletişim Bilgisi*, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri, Eskişehir, 2009, s.5.

⁸⁹ <https://studylibtr.com> (Erişim Tarihi: 15.02.2020).

tanımlanmaktadır.⁹⁰ Peirce, gösterge ve nesnesi arasındaki ilişkiyi temel alarak üç gösterge türü sınıflandırmıştır. İki bazı yönlerden nesnesi ile benzerlik taşımakta olan görüntüsel gösterge, diğeri nesnesi ile arasında doğrudan bağlantı olan belirtisel gösterge, son olarak nesnesi ile arasında benzerlik yahut bağlantı bulunmayan simgedir.⁹¹

Görüntüsel gösterge nesnesiyle benzerlik taşır. Bu benzeleş çoğu zaman şüpheye yer bırakmaz. Haritalar, heykeller, fotoğraflar, karikatürler, maketler görüntüsel göstergelerdir. **Belirtisel gösterge** nesnesi ile direkt varoluşsal bağlantıya sahiptir. Örneğin duman, ateşin belirtisel bir göstergesidir. Kapının ziline çalması, kapıda birinin olduğunu gösterdiği için belirtisel bir göstergedir.

Simge ise nesneyle bağlantısı yalnızca uzlaşma, anlaşma ya da kural sonucu oluşturulmuş bir göstergedir. Saussure bunu *nedensiz gösterge* olarak adlandırmıştır. Sözcükler birer simgedir. Sözcüğün yerine geçtiği nesneyle doğrudan, nedenli bir ilişkisi yoktur. Örneğin ağaç sözcüğünü ele alalım. Ağaç sözcüğünün doğrudan nesneyle bir bağlantısı yoktur. Ne görüntüsel göstergede olduğu gibi biçimsel bir benzerlik vardır ne de belirtisel göstergede olduğu gibi varoluşsal bir bağ vardır. Türkçe konuşan bir toplum olarak ağaç sözcüğünün hangi nesnenin yerine geçtiği toplumsal uzlaşmamızda vardır. Göstergeler ve simgelerin dışında bir de kod kavramı vardır. Kodlar bir kültürde üyelerin paylaştığı anlam sistemleridir, toplumsal boyutu ağır basmaktadır. Mutlu (2012), İletişim Sözlüğü'nde "Kod (code)" u şu şekilde tanımlamıştır: İnsanların anlamlı mesajları değiş tokuş etmeleri için sistemle aşına olmalarına olanak verecek şekilde düzenlenmiş bir göstergeler sistemi. Tanımdan anlaşılacağı üzere, kod bir anlam sistemidir ve belli bir kültürel uzlaşmaya dayanır. Tüm toplumsal ve kültürel etkinliklerimiz kodlanmıştır.⁹²

İletinin ikinci boyutunu "**içerik**" oluşturur. İletiyi meydana getiren içerik ise anlamla ilgilidir. Yarattığımız, toplumsal uzlaşımızda olan gösterge ve simgelere yine ortak olarak paylaştığımız anlamları yükleriz. Anlam kavramı düz anlam ve yan anlam olarak iki boyutta ele alınır. **Düz anlamda**, göstergeyle temsil edilen kavram ya da nesne arasında çoğunlukla toplum tarafında uzlaşmış bir ilişki vardır. Kavramlar kültür olgusundan kopuk değildir, belli bir kültür bağlamı içinde anlam ve değer kazanırlar. Örneğin "anne" dediğinde toplumu oluşturan bireylerin tamamı

⁹⁰ Mehmet Rifat, **Göstergebilimin ABC'si**, Say Yayınları, İstanbul, 2009, s.11-12.

⁹¹ Doğan Günay, Alev Fatoş Parsa (Ed.) **Görsel Göstergebilim: İmgenin Anlamlandırılması**, Es Yayınları, İstanbul, 2013, s. 15-16.

⁹² Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Sofos - Kita Basın Dağıtım Yayıncılık, Ankara, 2012, s. 194.

“çocuğu olan kadın” anlamında uzlaşır. **Yan anlam** herhangi bir simge/gösterge ile temsil ettiği şey ve kişi/grup/kültür arasındaki ilişkidir.

Kanal: İletişim süreci içinde **kanal**, kaynağın kodladığı iletinin fiziksel iletimiyle ilgili olan ögedir. Kaynağın, iletisinin alıcıya ulaşması için mutlaka bir oluğa gereksinimi vardır. Kısaca iletiyi aktaran fiziksel ortam olarak tanımlanabilecek olan kanala örnek olarak radyo dalgaları, ses telleri, sinir sistemi, telefon kabloları, ses dalgaları verilebilir.⁹³

2.4.3. İletişim Türleri

İletişim, özellikleri açısından birçok etkene göre sınıflandırılır:

- Toplumsal İlişkiler Açısından
 1. Kişiler arası iletişim
 2. Grup İletişimi
 3. Örgüt İletişimi
 4. Toplumsal İletişim
- Grup İlişkilerinin Yapısına Göre
 1. Biçimsel Olmayan (informel) /yatay iletişim
 2. Biçimsel (formel) /dikey iletişim
- Kullanılan Kanallara ve Araçlara Göre
 1. Görsel iletişim
 2. İşitsel iletişim
 3. Görsel-işitsel iletişim
 4. Dokunsal iletişim
 5. Telekomünikasyon
 6. Kitle iletişimi

Ya da

1. Doğal araçlarla iletişim
 2. Yapay araçlarla iletişim
- Kullanılan Kodlara Göre
 1. Sözlü iletişim
 2. Yazılı iletişim
 3. Sözsüz iletişim

⁹³ Yüksel, a.g.e., s. 8.

- Zaman ve Mekan Boyutlarında
 1. Yüzyüze iletişim
 2. Uzaktan iletişim olarak sınıflandırılabilir.⁹⁴

2.4.3.1.Sözlü İletişim

İnsanlar yaklaşık olarak günlerinin yarısını konuşarak ve dinleyerek geçirirler. Sıradan birinin iletişim faaliyetlerinin %45'i dinlemek, %30'u ise konuşmaktan oluşur. Sözel iletişim; iletişim türleri içinde en çok tercih edilen iletişim türüdür. Sözel iletişim ister radyo, televizyon gibi araçlarla olsun, ister doğrudan doğruya olsun "dil" aracılığıyla gerçekleşir.⁹⁵

Sözel iletişimin en önemli özelliği iletişimde olan tarafları karşılıklı konumda buluşturmasıdır. Sözel iletişimin başarılı olabilmesi için etkili konuşma ve etkili dinleme becerilerine sahip olmak önemlidir.

2.4.3.2. Sözsüz İletişim

En temel iletişim biçimi olan sözsüz iletişim; kelimeler kullanılmadan iletişim kurulmasını sağlayan jest, mimik, mekansal ilişkiler, ses tonu ve zamana yönelik tutumlar gibi ipuçlarını barındıran iletişim biçimidir. Sözsüz iletişimin özellikleri şöyle sıralanabilir:

1. Kelimeler olmaksızın yapılan bir iletişimdir.
2. Genellikle bilinçsiz bir şekilde oluşur ve çok az kural içerir.
3. Sözlü iletişimi destekler ve netleştirir
4. Gözler ve yüz ifadelerinin özel bir yeri vardır.
5. Kullanılan sinyaller sözlü iletişimi daha etkili hale getirir.
6. Kültürden kültüre farklılıklar görülebilir.⁹⁶

Yüz İfadeleri: İletişim esnasında duygu ve düşüncelerin aktarımında insanın en çok dikkat çeken yeri yüzü ve gözleridir. Yüz, duyguları ifade etmede temel alandır. Yüz hareketleriyle duygu ve düşüncelerin karşı tarafa aktarılmasına mimik

⁹⁴Zıllıoğlu, a.g.e.,s. 33.

⁹⁵ Koray Akman, Genel İletişim, İlya Yayınevi, İzmir, 2011, s. 41.

⁹⁶ H. Graham Gerald-Jeanne Unrue- Paul Jennings, TheImpact of Nonverbal Communication in Organizations, A Survey of Perceptions, Journal of Business Communication 28, 1991, s.45-62.

denir. Türk Dil Kurumu mimiği; “duyguları, düşünceleri belirtecek biçimde yüzde beliren kıvılcıklar, hareketler” olarak tanımlamıştır.⁹⁷

Yüz hareketlerimiz ile konuştuğumuz kişilere; ruhsal durumumuz hakkında bilgi verir, onlara iletişimi sürdürmek isteyip istemediğimizi, söyleneni anlayıp anlamadığımızı, destekleyip desteklemediğimizi iletebiliriz. Jestlerin anlamları toplumlara ve kültürlere göre değişebilir. Kültürler arasında yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçlara göre en az 6 temel duygu ifadesi tüm kültürlerde ortakır. Bunlar; mutluluk, korku, öfke, hayret, üzüntü ve tiksinti duygularıdır.⁹⁸

El, Kol Hareketleri ve Duruş: Duygu ve düşünceleri daha iyi aktarabilmek için insanların iletişim sırasında el, kol ve başlarıyla yaptıkları hareketlere “jest” denir.⁹⁹ Bedenimizi hareket ettirerek isteyerek ya da istem-dışı birçok mesaj iletebiliriz. Jestler kullandıkları bağlama bağlı olarak olumlu ya da olumsuz anlama da gelebilirler.

Giyim Kuşam: İletişim sürecinde dış görünüşün her zaman temiz ve düzenli olması önemlidir. Burada hem vücut hem de kıyafetlerin temizliği söz konusudur. Örneğin ter kokan, dağınık saçlı ya da tırnakları kirli insanlarla kimse iletişim kurmak istemez. Traş olmak ve makyaj yapmak da bu kapsamda değerlendirilebilecek etkinliklerdendir.

Alan (Uzaklık):İletişimde bulunurken, kaynak ile hedef arasındaki fiziksel mesafe de iletişimi etkileyen unsurlardan biridir. Beden dilinde dört tür iletişim mesafesi bulunmaktadır:

-Mahrem alanlar: 0-25 cm

-Kişisel alanlar: 25-80 cm

-Sosyal alanlar: 80-200 cm

-Genel alanlar: Sosyal alan dışında kalan mesafe¹⁰⁰

⁹⁷<http://sozluk.tdk.gov.tr/> (Erişim tarihi:18.06.2020).

⁹⁸ Akman, a.g.e., s. 114.

⁹⁹ Akman, a.g.e. s. 113.

¹⁰⁰ Akman, a.g.e., s. 122.

Göz İfadeleri: Vücudumuzun dikkatleri en çok toplayan bölgesi yüzümüzdür. Yüzümüzde ise gözlerimiz en çok dikkati toplayan organımızdır. İki insan arasında gerçek iletişimin göz göze gelmekle başladığı ve gözlerin çok büyük anlamı olduğu düşünülür. Etkili iletişimde karşımızdakinin gözlerine dengeli bir şekilde ve uygun süreyle bakabilmek önem arz eder. Bakışları tamamen kaçırmak da iyi bir etki bırakmaz.¹⁰¹ Gözlerini, bakışlarını göremediğimiz kişiyle kurduğumuz iletişim de zayıf olur.

Bedensel Temas: Bedensel temas denince iletişimde ilk akla gelen şey tokalaşmadır. Normal tokalaşma; kollar dirsekten yere paralel olarak ve iki bireyin ellerinin yere 90 derece olduğu, iki kişinin arasında iki dirseklik bir mesafenin bulunduğu tokalaşma şeklindedir. Eller bütünüyle birbirini kavramalı ve tokalaşan kişiler yüz yüze bakmalıdır. Sıkma işlemi 2-3 saniyeyi geçmemelidir.¹⁰² Yanlış tokalaşma ile karşı tarafa olumsuz mesajlar verilmesi olasıdır. Tokalaşmanın dışında arkadaşların omzuna ya da sırtına dokunmakla da olumlu mesajlar verilebilir.

Baş Hareketleri: Başımızı yukarıya, aşağıya ya da yanlara doğru hareket ettirerek iletişim kurduğumuz kişiye mesaj göndermiş oluruz. Örneğin dinleme esnasında başın arada bir öne doğru sallanması dinlenen konuya olan ilgiyi ve konunun anlaşılması olduğunu ifade etmektedir. İletişim esnasında başın mesaj veren kişiden farklı bir tarafa çevrilmesi iletişime olan isteksizliği ifade eder.

2.4.4. İletişim Stilleri:

İletişim stilleri ile ilgili araştırmalarda, bireylerin iletişim kurma tarzında bir istikrar derecesi olduğu düşüncesi vardır. İletişim kurma şeklinin durumdan duruma değiştiği kabul edilir. Ancak herkesin iletişim kurma tarzında yansıttığı, süreklilik arz eden kişilik özellikleri vardır. Norton, iletişimci stilini “insanın iç etkileşiminin bireyle ilgili nispeten dayanıklı modeli” olarak görmüştür ve kalıcı olarak yorumlanabilecek dokuz temel iletişimci stil değişkeni tanımlamıştır:

1. Baskın (Dominant): Bir tarafta ilginin merkezi olmayı ve etkileşimi kontrol etmeyi seven, yüksek sesle konuşan, araya giren ve uzun süreli göz teması kuran bireyler varken, diğer tarafta gölgede kalan, sessiz olan ve genellikle teslimiyetçi bir stil takınan bireyler vardır.

¹⁰¹ Akman, a.g.e., s. 118.

¹⁰² İrfan Mısırlı, **Genel ve Teknik İletişim**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007. S. 59

2. Dramatik (Dramatic): Dramatik iletişimci aşırı beyan ve abartılara yatkındır ve vazgeçmemeyi sever. Diğer tarafta olayları hafife alan, başkasının kanatları altına giren ve genellikle sesi çıkmayan, çekingen stil vardır.
3. Münakaşacı (Contentious): Kavgacı ve münakaşacı birey provakatif ve tartışmacıdır, diğer tarafta ise uyumlu ve çatışmadan kaçınan birleştirici (affiliative) stilde iletişimci bir birey vardır.
4. Canlandırıcı, Animatör (Animated): Animatör kişiler anlamlı jestler, el hareketleri, yüz ifadeleri ve vücut hareketleri kullanıp ilgi çeken ve coşku taşıyan stildedir. Diğer tarafta pasif, sıkıcı, anlatımsız ve ifadesiz bireyler vardır.
5. İz Bırakanlar (Impression-leaving): Renkli stilleri nedeniyle her zaman iz bırakmayı bilen veya unutulmayan stilde iletişimde bulunanlar, diğer tarafta aksesuar gibi duran nispeten önemsiz görünenler vardır.
6. Rahat (Relaxed): Bazı insanlar kontrollüdür ve asla telaşa kapılmazlar. Diğer tarafta gergin, aşırı heyecanlı ve genellikle endişeli (anxious) stil iletişimci vardır.
7. Dikkatli (Attentive): Dikkatlice dinleyen göz teması, duruş ve vücut hareketleri sergileyen stile karşılık kendi dünyasına çekilmiş kötü dinleyiciler ve dikkatsiz stildekiler vardır.
8. Şeffaf-açık (Open): Kendilerinden açıkça ve samimi bir şekilde bahseden, girişken ve topluluğu seven stildekilere karşılık kendini kendine saklayan çekingen ve kapalı stil olarak tanımlanabilecek stildekiler vardır.
9. Candan (Friendly): Karşılıklı etkileşimi teşvik eden ve konuşma ortamı yaratan stildekilerin yanı sıra saldırgan tutumu olan düşmanca stildekiler vardır.

İletişim tarzı, ortama ve sosyal gruba göre değişebilir. Astların yanında baskın olan bir kişi üstlerin olduğu grupta çekingen olabilir. Her ne kadar bu tür ortamsal değişikliklere uğrasa da bireylerin yine de baskın olan bir stili vardır. Norton'a göre bireyin tek bir stili yoktur ama birçok stilin cepheleri vardır. Bir birey aynı anda candan, dikkatli, rahat ve ciddi bir stilde iletişimde bulunabilir, ama sadece birkaç kombinasyon yapabilir.¹⁰³

¹⁰³Geçikli, a.g.e. s. 261.

2.4.4. Etkili İletişim Becerileri

Beceri, yapılan etkinliklerde yetkinliğe ve uzmanlığa sahip olma anlamına gelmektedir. Omololu (1984), İletişim becerilerini; dinleme, anlaşılır konuşma, göz teması kurma, konuşmayı özendirme, methiye ve sözel olmayan davranışları uygun şekilde kullanma olarak tanımlanmaktadır.¹⁰⁴

İletişim becerilerini; alınan mesajlara duyarlı olma, etkili konuşma ve etkili dinleme ile doğru tepkiler vermek şeklinde özetleyebiliriz. İletişim becerileri doğuştan getirilen becerilerdendir diye düşünenler vardır fakat birçok çalışmada iletişim tekniklerinin birçok ögesinin öğrenilebileceği ve öğretilebileceği gösterilmiştir.¹⁰⁵

Etkili bir iletişim için bireylerin gerekli iletişim becerilerine sahip olması önemlidir. Etkili iletişim becerilerine sahip olabilmek için bireyin hem kendi hem de karşısındaki bireyin duygu ve düşüncelerini anlamlandırabilmesi, bu duygu ve düşüncelerin kaynağını ve sebeplerini değerlendirebilmesi gerekir. Bu noktada insanın öncelikle kendini tanıyıp anlamlandırabilmesi gerekmektedir.¹⁰⁶

Farklı açılardan incelendiğinde iletişimin daha sağlıklı olmasını sağlayan beceriler olarak iletişim becerilerini, etkili dinlemek, etkili tepki vermek, uygun sorular sormak, kişinin karşısındakinin söz, duygu ve davranışlarını tanımlamak, anlaşılmadığında başka sözcüklerle tekrar etmek ve etkili bir şekilde geri bildirim yapmak olarak özetlemek mümkündür.¹⁰⁷

Etkili Bir Dinleme Gerçekleştirmek İçin Yapılması Gerekenler:

1. Dikkatinizi toplamayı öğrenin.
2. Mesajı anlamaya çalışın.
3. Mesajları değerlendirin.

¹⁰⁴C.B. Omololu, "Communication Behaviours of Undergraduate Medical Students Before and After Training", *British Journal of Medical Psychology*, 1984, 57: 97-100'den aktaran Zeynep Cihangir, *Kişilerarası İletişimde Dinleme Becerisi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2004, s. 8.

¹⁰⁵ Fidan Korkut, "Yetişkinlere yönelik iletişim becerileri eğitimi", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 2005, s. 143.

¹⁰⁶ İlker Bıçakçı, *İletişim ve Halkla İlişkiler*, Mediacat Kitapları, İstanbul, 2006, s. 69.

¹⁰⁷ Fidan Korkut, "İletişim Becerilerinin Değerlendirilme Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlik Çalışmaları", *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(7), 18-23. 1996, s. 19.

Etkili Dinlemeyi Engelleyen Durumlar:

1. Konunun dinleyen açısından ilginç bulunmaması,
2. Dinleyicinin konuşan kişinin yanlılığını bulup onu güç durumda bırakma isteği,
3. Konuşmadaki bazı konularla ilgili aşırı duyarlılık,
4. Konuşmayı dinler gibi gözükmek, başka şeylerle meşgul olmak.
5. Ortamda dinleyicinin dikkatini dağıtacak başka unsurların varlığı, (dışarıdan gelen gürültü vb.)
6. Düşünce hızının konuşma hızına göre yavaş kalması.¹⁰⁸

İletişim becerisi "İletişim sürecinde başkalarını anlamada onların duygu ve düşüncelerini onlarla özdeşleşerek görme duyarlılığı kazanmaktır." İletişim becerisini geliştirebilmek için empati önemli bir yaklaşımdır. Empati; bireyin iletişimde bulunduğu kişinin duygu ve düşüncelerini anlayabilme yeteneğidir. Empati becerisi yüksek olan bireyler kişilerarası iletişim konusunda daha başarılı olurlar. Çünkü bir iletişim sürecinde kaynağın tutum ve davranışları, bilgi ve deneyimleri onun iletişim becerilerini doğrudan etkileyen değişkenlerdir.¹⁰⁹ Empatik dinleme becerisi, kişinin davranış, duygu ve düşünceleri yargılamadan onu dinleyip anlamaya çalışmaktır.

¹⁰⁸Mısırlı, a.g.e., 2007, s. 52.

¹⁰⁹ Uğur Demiray, *Genel İletişim*, Pegem A Yayıncılık, Ankara, 2006, s. 58.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE TEKNİKLER

Bu bölümde araştırmanın yapıldığı örneklem, veri toplama araçları, verilerin uygulanışı ve verilerin nasıl değerlendirildiği anlatılmıştır.

3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Bu çalışmanın amacı; ergenlerin sosyal medya bağımlılığının iletişim becerileri ile ilişkisini çeşitli değişkenler açısından incelemektir. Bu araştırma, şu anda ya da geçmişte var olan bir durumu, olduğu gibi tasvir ederek, mevcut durum ve şartları olduğu gibi ortaya koyan, tarama modeli kapsamında hazırlanmış olup bu araştırmada iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkinin araştırıldığı “ilişkisel tarama modeli” kullanılmıştır. “Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez”.¹¹⁰

İlişkisel tarama modelinde değişkenler arasındaki ilişkiler korelasyon türü ve karşılaştırma türü olarak iki farklı şekilde incelenmektedir. Korelasyon türü olan ilişkisel tarama modelinde değişkenlerin birlikte değişip değişmedikleri, eğer birlikte değişiyorlarsa bunun nasıl olduğu belirlenmeye çalışılırken; karşılaştırma türü olan ilişkisel tarama modelinde ise mevcut olan en az iki değişkenin birine göre (bağımsız değişken) gruplar oluşturularak diğer değişkene göre aralarında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığı incelenir.¹¹¹

Bu araştırmada 12-16 yaş arası öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile iletişim becerileri arasındaki ilişkiyi tespit etmek ve bir mevcut değişken var iken diğer değişkeni tahmin etmeyi sağlayacak ipuçları edinmek amaçlandığı için ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır.

¹¹⁰ Niyazi Karasar, *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2009, s.77.

¹¹¹Karasar, a.g.e., s.52.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın genel evrenini ülkemizde sosyal medyayı kullanan 12-16 yaş arası bütün ergenler, çalışma evrenini ise İstanbul Bağcılardaki ortaokullarda 2019-2020 eğitim-öğretim yılının ikinci yarısında eğitimine devam etmekte olan ergenler oluşturmaktadır. Örneklemimizde her iki cinsiyetten toplam 340 öğrenci bulunmaktadır.

3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmada kullanılacak veri toplama araçlarının uygulanabilmesi için öncelikle İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na başvurulmuş ve gerekli olan etik kurul izni (Ek-E) alınmıştır. Araştırma 2019-2020 eğitim öğretim yılında İstanbul ilinin Bağcılar ilçesinde öğrenim görmekte olan ortaokul ve lise öğrencilerine yönelik gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara ve velilere çalışmadan önce aydınlatılmış onam formu (Ek-D) verilerek onamları alınmıştır. Öğrencilere doldurmaları için 3 adet anket online olarak gönderilmiştir. Uygulama öncesinde araştırmacı tarafından araştırmayla ilgili açıklamalar yapılmıştır. Verileri toplama Haziran 2020 tarihlerinde gerçekleşmiştir.

Bu çalışmada; araştırmacı tarafından hazırlanan 10 maddelik Kişisel Bilgi Formu, Tutgun-Ünal'ın (2015) geliştirdiği 41 maddelik Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile Korkut'un (1996) geliştirdiği ve 25 maddelik İletişim Becerileri Değerlendirme Envanteri kullanılmıştır.

3.3.1. Bilgi Toplama Formu

Öğrencilerin sosyo-demografik verilerini ve günlük internet ve sosyal medya kullanım tercihlerini belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan 10 maddelik kısa bir ankettir.

3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

41 maddeden oluşan "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği" (SMBÖ) Tutgun-Ünal (2015) tarafından geliştirilmiştir. 5'li likert tipinde geliştirilen bu ölçek, "Her zaman", "Sık sık", "Bazen", "Nadiren" ve "Hiçbir zaman" aralığındaki sıklık ifadeleri

ile derecelendirilmekte ve 4 faktörlü bir yapı sergilemektedir. Ölçekten alınabilecek puan 205-41 aralığındadır.

Öğrencilerin ölçekten alacağı puanlar;

41-73 arası: “Bağımlılık yok”,

74-106 arası: “Az bağımlı”,

107-139 arası: “Orta Seviyede bağımlı”,

140-172 arası: “Yüksek bağımlı”,

173-205 arası: “Çok yüksek bağımlı” seviyesindedir.

İlk faktör olan “meşguliyet” tek başına varyansın %17’sini, “duygu durum düzenleme” olarak adlandırılan ikinci faktör tek başına varyansın %9,8’ini karşılamaktadır. “Tekrarlama” olarak adlandırılan üçüncü faktör tek başına varyansın %8,8’ini, “çatışma” olarak adlandırılan dördüncü faktör ise tek başına varyansın %23,5 ve tüm faktörler ise toplam varyansın %59’unu açıklamaktadır. Araştırmada bulunan %59’luk oranın, sosyal bilimlerde oldukça iyi bir orandır.

Ölçeğin alt boyutlarında; meşguliyet, kişinin sosyal medya faaliyetlerini ya da aktivitelerini yoğun bir şekilde düşünmesi ve bu aktivitelerle uğraşması diğer bir ifade ile meşgul olması anlamındadır. Duygu durum düzenleme, sosyal medya aktivitelerinin kişinin ruh halini değiştirmesi anlamında olup, aktiviteler esnasında kişinin duygu durumunda değişimler meydana gelmektedir.

Tekrarlama, sosyal medyadan uzak durma veya kontrol davranışından sonra aktivitenin önceki kalıplarına geri dönülmesine karşı bir eğilim anlamında olup, kişi sosyal medyadan bir süre uzak kaldığında veya sosyal medya kullanımına sınırlama getirmeye çalıştığında her seferinde önceki kullanım alışkanlıkları nüksetmektedir. Çatışma, sosyal medya aktivitelerinin kişinin ilişkilerinde, iş/egitim ve diğer aktivitelerinde tezatlığa neden olması, sosyal medyanın kişinin yaşamını olumsuz etkilemesi anlamında olduğu ifade edilmiştir.¹¹²

Tutgun-Ünal (2015)’a göre, ölçeğin toplam puanının yüksek çıkması ise sosyal medya bağımlılığının yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçeğin ve alt ölçeklerin puanları ilgili maddelerin toplamı ile yapılmaktadır. Bu kapsamda;1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 numaralı maddeler “Meşguliyet” (Occupation) boyutu; 13,

¹¹²Tutgun-Ünal, a.g.e., s. 151.

14, 15, 16, 17 numaralı maddeler “Duygu Durum Düzenleme” (MoodModification) boyutu; 18, 19, 20, 21, 22 numaralı maddeler “Tekrarlama” (Relapse) boyutu ve 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 numaralı maddeler “Çatışma” (Conflict) boyutu ile ilgilidir.

Ölçekte tersine dönmüş madde bulunmamaktadır. SMBÖ ve alt boyutları için hesaplanan iç tutarlılık Cronbach α katsayıları 0.892'nin üzerinde ve tüm iç tutarlılık katsayısı ise 0.967'dir. Test tekrar test güvenilirlik katsayısının her bir alt boyut için 0.892 - 0.958; $p < .001$ ile anlamlı olduğu ve tüm ölçek için korelasyon katsayısının 0.967; $p < .001$ ile manidar olduğu, ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu saptanmıştır.¹¹³

3.3.3. İletişim Becerilerini Değerlendirme Envanteri (İBDE)

Bu envanter, bireylerin iletişim becerilerini değerlendirmek amacıyla Korkut (1996) tarafından geliştirilmiştir. 25 maddeden oluşan ve maddeleri beşli dereceleme şeklinde hazırlanmış bir envanteredir.

Derecelemesi şu şekildedir: “hiçbir zaman”, “nadiren”, “bazen”, “sıklıkla”, “her zaman”. Ölçüm yapılırken “hiçbir zaman” seçeneği “1” ve “her zaman” seçeneği “5” puanla tanımlanmaktadır. Envanterden alınan yüksek puan iletişim becerilerinin yüksekliğine işaret etmektedir. En yüksek puan 125, en düşük puan ise 0'dır.

Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları aynı kişi tarafından yapılmıştır. Lise öğrencilerinden elde edilen veriler ile yapılan faktör analizi çalışmasında envanterin tek boyutlu olduğu görülmüş ve geçerlik katsayısının .58 olduğu hesaplanmıştır.

Envanterden kız öğrencilerin erkek öğrencilerden anlamlı olarak yüksek puan almaları aracın geçerliliğinin bir ölçütü olarak değerlendirilmiştir. Bu araştırma kapsamında envanterin iç tutarlılık katsayısı, (cronbachalpha) 0.80, üç hafta ara ile testin tekrarı ile elde edilen güvenilirlik katsayısı ise 0.76 olarak bulunmuştur. Envanterde ters çevrilecek madde bulunmamaktadır.¹¹⁴

¹¹³Tutgun-Ünal, a.g.e., s. 217.

¹¹⁴ Korkut, a.g.e., s. 18-23.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde araştırma sorularına yanıt aramak için gerçekleştirilen istatistiksel analizlerin sonuçları aktarılacaktır. Analizlere geçilmeden önce veri girişinin doğruluğunun kontrolü için frekans analizi yapılmış, veriler internet üzerinden toplandığı için kayıp veriye rastlanmamıştır. Daha sonra İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği için toplam puan, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği için ise önce alt ölçek puanları daha sonra da toplam puanı hesaplanmış ve ölçeğin yönergesi doğrultusunda, katılımcılar, sosyal medya bağımlılığı açısından yeniden gruplanmıştır.

Analizlerde parametrik yöntemlerin mi yoksa parametrik olmayan yöntemlerin mi kullanılacağına karar vermek için elde edilen araştırma değişkenlerinin çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmış, bu katsayılar ± 2 aralığında olduğundan analizlerde parametrik analiz yöntemleri tercih edilmiştir.¹¹⁵

Bulgular altı adımda verilecektir. İlk önce örnekleme ilişkin tanımlayıcı bilgiler sunulacak, ikinci adımda araştırma değişkenleri ile demografik değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik yapılan testlerin sonuçları aktarılacaktır. Daha sonra araştırma değişkenleri arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik yapılan korelasyon analizinin sonuçları verilecektir.

Dördüncü adımda kesme puanına göre oluşturulan sosyal medya bağımlılığı grupları belirtilecektir. İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanının sosyal medya bağımlılığı grupları açısından farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yönelik olarak tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları ve bunun doğrultusunda yapılan Scheffe çoklu karşılaştırma testi sonuçları verilecektir. En son sosyal medya bağımlılığını yordayan değişkenleri belirlemek için yapılan regresyon analizinin sonuçları verilecektir.

¹¹⁵Darren George, & Paul Mallery, SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17. Oupdate (10a ed.) Boston, Pearson, (2010), <https://lib.ugent.be/en/catalog/rug01:001424067>.

4.1. ÖRNEKLEME İLİŞKİN TANIMLAYICI BULGULAR

Örneklemin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla Kişisel Bilgi Formu yardımıyla toplanmış verilere frekans analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir.

Tablo-1 Örneklemin Cinsiyetlere Göre Dağılımı

Cinsiyet	Sıklık (N)	Yüzde
Erkek	110	33,0
Kadın	223	67,0

Katılımcıların 110'u erkek (%33,0), 223'ü kadındır (%67,0). Yani katılımcıların 1/3'ü erkek, 2/3'ü kadındır.

Tablo-2 Örneklemin Yaşlara Göre Dağılımı

Yaş	Sıklık (N)	Yüzde
12	34	10,2
13	45	13,5
14	34	10,2
15	23	6,9
16	197	59,2

Katılımcıların %60'a yakını 16 yaşında olduklarını ifade etmişlerdir. 197 katılımcı 16 yaşında (%59,2), 45 katılımcı 13 yaşında (%13,5), 34 katılımcı 12 yaşında (%10,2), yine 34 katılımcı 14 yaşında (%10,2), 23 katılımcı ise 15 yaşındadır (%6,9).

Tablo-3 Katılımcıların Devam Ettikleri Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı

Devam Edilen Eğitim Seviyesi	Sıklık (N)	Yüzde
Ortaokul	111	33,3
Lise	222	66,4

Araştırmaya katılanların 111'i ortaokul (%33,3), 222'si lise (%66,7) öğrencisidir.

Tablo-4 Katılımcıların Anne Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Anne Eğitim Düzeyi	Sıklık (N)	Yüzde
Okur yazar değil	9	2,7
Okur yazar /İlkokul	122	36,7
Ortaokul	64	19,2
Lise	90	27,0
Üniversite / Lisansüstü	48	14,4

Katılımcıların 9'unun annesi okur-yazar değil (%2,7),122 katılımcının annesi okur-yazar/ilkokul mezunu (%36,7),64 katılımcının annesi ortaokul mezunu (%19,2),90 katılımcının annesi lise mezunu (%27,0),ve son olarak 48 katılımcının annesi üniversite / yüksek lisans mezunudur (%14,4).

Tablo-5 Katılımcıların Baba Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Baba Eğitim Düzeyi	Sıklık (N)	Yüzde
Okur yazar değil	1	0,3
Okur yazar /İlkokul	76	22,8
Ortaokul	59	17,7
Lise	132	39,7
Üniversite / Lisansüstü	65	19,5

1 katılımcının babası okur-yazar değil (%0,3); 76 katılımcının babası okur yazar/ilkokul mezunu (%22,8); 59 katılımcının babası ortaokul mezunu (%17,7); 132 katılımcının babası lise mezunu (%39,7) ve son olarak 65 katılımcının babası üniversite/yüksek lisans mezunudur (%19,5).

Tablo-6 Katılımcıların Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Dağılımı

Gelir Düzeyi	Sıklık (N)	Yüzde
1000-1500 TL	11	3,4
1501-3000 TL	105	31,5
3001-4500 TL	98	29,4
4500 TL üzeri	119	35,7

Katılımcılara ailelerinin gelir durumları sorulduğunda, 11 katılımcı 1000-1500 TL aralığında (%3,4), 105 katılımcı 1501-3000 TL aralığında (%31,5), 98 katılımcı 3001-4500 TL aralığında (%29,4) ve 119 katılımcı 4500 TL üzerinde (%35,7) gelir düzeyine sahip olduğunu beyan etmiştir.

Tablo-7 Katılımcıların Evinde İnternet Bağlantısının Olup Olmamasına Göre Dağılımı

Evde İnternet Bağlantısı Var Mı?	Sıklık (N)	Yüzde
Var	314	94,3
Yok	19	5,7

314 kişinin evinde internet bağlantısı bulunurken (%94,3), 19 kişinin evinde internet bağlantısı bulunmamaktadır (%5,7).

Tablo-8 Katılımcıların Hangi Ortamdan İnternete Girdiğiyle İlgili Verilerin Dağılımı

Hangi Ortamdan İnternete Giriyor?*	Sıklık (N)	Yüzde
Evden	303	59,7
İnternet kafeden	2	0,4
Okuldan	11	2,2
Cep telefonundan	178	35,1
Diğer	13	2,6

* Katılımcılara, bu soruya, birden fazla yanıt verme imkânı sağlanmıştır.

Katılımcılara hangi ortamdan internete girdikleri sorulduğunda (birden fazla cevap işaretleyebilmişlerdir), evden seçeneğinin 303 kere (%59,7), internet kafeden seçeneğinin 2 kere (%0,4), okuldan seçeneğinin 11 kere (%2,2), cep telefonundan seçeneğinin 178 kere (%35,1) ve diğer seçeneğinin 13 kere (%2,6) işaretlendiği tespit edilmiştir.

Tablo-9 Katılımcıların İnternette Günde Ortalama Kaç Saat Geçirdikleriyle İlgili Verilerin Dağılımı

İnternette Günde Ortalama Kaç Saat Geçiriyor?	Sıklık (N)	Yüzde
1 saatten az	8	2,4
1-2 saat	87	26,1
3-5 saat	181	54,4
6 saatten fazla	57	17,1

Katılımcıların 8'i günde 1 saatten az (%2,4), 87'si 1-2 saat (%26,1), 181'i 3-5 saat (%54,4) ve 57'si 6 saatten fazla (%17,1) internette zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Tablo-10 Katılımcıların İnterneti En Çok Hangi Amaç İçin Kullandıklarıyla İlgili Verilerin Dağılımı

İnterneti en çok hangi amaç için kullanıyor?*	Sıklık (N)	Yüzde
Ödev hazırlama	152	15,6
Film izleme ve müzik dinleme	163	16,7
İnternette gezinti yapma	140	14,4
Sohbet etme	156	16,0
Oyun oynama	131	13,6
Sosyal paylaşım ağlarına bağlanma (Facebook/Twitter gibi)	177	18,2
Diğer	54	5,5

* Katılımcılara, bu soruya, birden fazla yanıt verme imkânı sağlanmıştır.

Katılımcılar en çok sosyal paylaşım ağlarına katılmak için interneti kullandıklarını belirtmişlerdir (177 öğrenci, %18,2). Diğer yanıtlar ise sırasıyla; müzik dinlemek için (163 öğrenci, %16,7), sohbet etmek için (156 öğrenci, %16,0), ödev hazırlamak için

(152 öğrenci, %15,6),film izlemek ve internette gezinti yapmak için 140 öğrenci, (%14,4),oyun oynamak için (131 öğrenci, %13,6)ve diğer seçeneği için (54 öğrenci, %5,5) adet yanıt alınmıştır.

4.2. DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER VE ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİ GÖSTEREN BULGULAR

4.2.1.Araştırma Değişkenlerinin Cinsiyetle Olan İlişkilerine Yönelik Bulgular

Araştırma değişkenlerinin cinsiyetle olan ilişkisini ortaya çıkarmak için yapılan t testinin sonuçları Tablo 11’de görülmektedir.

Tablo-11 Araştırmanın Değişkenlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Değişkenler	Erkek Ort ± Ss (N= 110)	Kadın Ort ± Ss (N= 223)	t	p
1. İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği	98,23 ± 8,60	101,81 ± 9,62	-3,309	0,001
2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	78,43 ± 26,62	89,44 ± 28,54	-3,348	0,001
2.1. Meşguliyet	27,01 ± 9,88	32,88 ± 10,38	-4,932	0,001
2.2. Duygu durum düzenleme	10,34 ± 4,86	11,56 ± 5,10	-2,099	0,037
2.3. Tekrarlama	9,06 ± 4,32	10,72 ± 5,04	-3,104	0,002
2.4. Çatışma	32,02 ± 12,35	34,28 ± 12,43	-1,576	0,118

Ort: Ortalama; Ss: Standart sapma,

Analiz sonucuna göre, kadınların İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği’nden aldıkları puanlar ($X= 101,81 \pm 9,62$), erkeklerin aldıkları puanlardan ($X= 98,23 \pm 8,60$) istatistiksel açıdan daha yüksektir ($t=-3,309$, $p= 0,001$).

Benzer şekilde kadınların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği’nden aldığı toplam puanlar ($X= 89,44 \pm 28,54$), erkeklerin aldığı toplam puanlardan ($X= 78,43 \pm 26,62$) anlamlı olarak daha yüksektir ($t= -3,348$, $p= 0,001$).

Kız öğrencilerin SMBÖ'nin alt ölçeklerinden olan meşguliyet ($X= 32,88 \pm 10,38$), duygu durum düzenleme ($X= 11,56 \pm 5,10$) ve tekrarlama puanları ($X= 10,72 \pm 5,04$), erkeklerin meşguliyet ($X= 27,01 \pm 9,88$), duygu durum düzenleme ($X= 10,34 \pm 4,86$) ve tekrarlama puanlarından ($X=9,06 \pm 4,32$) anlamlı bir şekilde yüksek bulunmuştur. (Sırasıyla, $t= -4,932$, $p= 0,001$; $t= -2,099$, $p= 0,037$ ve $t= -3,104$, $p= 0,002$).

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin çatışma alt ölçeğinin ise cinsiyet açısından farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($t= -1,576$, $p > 0,05$).

4.2.2.Araştırma Değişkenleri ve Yaş Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanı ile alt ölçeklerinin puanlarının yaş ile olan ilişkisini incelemek amacıyla yapılan korelasyon analizinin sonuçları Tablo 12'de gösterilmiştir.

Tablo–12 Araştırmanın Değişkenleri ve Katılımcıların Yaşları Arasındaki İlişkiler

Değişken	Yaş
1. İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği	$r= 0,023$; $p= 0,680$
2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	$r= 0,159$; $p= 0,004$
2.1. Meşguliyet	$r= 0,214$; $p<0,001$
2.2. Duygu durum düzenleme	$r= 0,132$; $p= 0,016$
2.3. Tekrarlama	$r= 0,064$; $p= 0,244$
2.4. Çatışma	$r= 0,106$; $p= 0,054$

Analiz sonucuna göre İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği'nin yaş ile ilişkisi bulunmamıştır ($p> 0,05$). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin toplam puanının ($r= 0,159$; $p= 0,004$), bu ölçeğin alt ölçeklerinden meşguliyetin ($r= 0,214$; $p= 0,000$) ve duygu durum düzenlemenin ($r= 0,132$; $p= 0,016$) yaş ile pozitif yönde anlamlı ilişkiler gösterdiği tespit edilmiştir. Yani yaş arttıkça Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nden alınan toplam puan, meşguliyet alt ölçeğinden alınan toplam puan ve duygu durum düzenleme alt ölçeğinden alınan toplam puanın arttığı söylenebilir.

4.2.3. Araştırma Değişkenleri ve Eğitim Seviyesi Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

Araştırma değişkenlerinin ilköğretimde ya da lisede okuyor oluşa göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yönelik olan bağımsız gruplar için t testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 13'te gösterilmiştir.

Tablo-13 Araştırma Değişkenlerinin Eğitim Seviyesine Göre Karşılaştırılması

Değişkenler	Ortaokul Ort ± Ss (N= 111)	Lise Ort ± Ss (N= 222)	t	p
1. İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği	100,22 ± 10,07	100,83 ± 9,12	-0,562	0,574
2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	79,68 ± 31,11	88,87 ± 26,92	-2,786	0,006
2.1. Meşguliyet	27,80 ± 11,30	32,51 ± 9,84	-3,737	<0,001
2.2. Duygu durum düzenleme	10,20 ± 5,22	11,64 ± 4,90	-2,475	0,014
2.3. Tekrarlama	9,78 ± 5,21	10,37 ± 4,69	-1,051	0,294
2.4. Çatışma	31,90 ± 13,08	34,35 ± 12,04	-1,700	0,090

Ort: Ortalama; Ss: Standart sapma.

Analiz sonucuna göre İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği'nin eğitim seviyesine göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$). Öğrenimine lisede devam eden öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanının ($X = 88,87 \pm 26,92$), öğrenimine ilköğretimde devam eden öğrencilerden ($X = 79,68 \pm 31,11$) anlamlı şekilde daha yüksek olduğu ($t = -2,786$, $p = 0,006$) görülmüştür.

Benzer şekilde, öğrenimine lisede devam eden öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği alt ölçeklerinden meşguliyet puanlarının ($X = 32,51 \pm 9,84$), öğrenimine ilköğretimde devam eden öğrencilerden ($X = 27,80 \pm 11,30$) anlamlı şekilde daha yüksek olduğu ($t = -3,737$, $p < 0,001$) görülmektedir.

Son olarak öğrenimine lisede devam eden öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği alt ölçeklerinden duygu durum düzenleme puanlarının ($X = 11,64 \pm$

4,90), öğrenimine ilköğretimde devam eden öğrencilerden ($X= 10,20 \pm 5,22$) anlamlı şekilde daha yüksek olduğu ($t= -2,475$, $p= 0,014$) tespit edilmiştir.

4.3.ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERE YÖNELİK BULGULAR

İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla Pearson momentler çarpımı korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo-14 Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkiler

	1	2	2,1	2,2	2,3	2,4
1. İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği	1					
2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	$r= -0,197$ $p< 0,001$	1				
2.1. Meşguliyet	$r= -0,245$ $p= 0,004$	$r= 0,900$ $p< 0,001$	1			
2.2. Duygu durum düzenleme	$r= -0,206$ $p< 0,001$	$r= 0,785$ $p< 0,001$	$r= 0,663$ $p< 0,001$	1		
2.3. Tekrarlama	$r= -0,113$ $p= 0,040$	$r= 0,771$ $p< 0,001$	$r= 0,643$ $p< 0,001$	$r= 0,462$ $p< 0,001$	1	
2.4. Çatışma	$r= -0,288$ $p< 0,001$	$r= 0,920$ $p< 0,001$	$r= 0,704$ $p< 0,001$	$r= 0,661$ $p< 0,001$	$r= 0,652$ $p< 0,001$	1

Korelasyon analizi sonucuna göre İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanı arasında ($r= -0,197$, $p< 0,001$) negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

İBDÖ toplam puanı ile SMBÖ alt ölçekleri arasındaki ilişkilere bakıldığında; İBDÖ toplam puanının, meşguliyet ile ($r= -0,245$, $p= 0,004$) duygu durum düzenleme ile ($r= -0,206$, $p< 0,001$), tekrarlama ile ($r= -0,113$, $p= 0,040$) ve çatışma ile ($r= -0,288$, $p< 0,001$) negatif yönlü anlamlı ilişkiler içerisinde olduğu bulunmuştur.

4.4.SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ KESME NOKTASINA GÖRE GRUPLARIN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BULGULAR

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin geliştiricisi Tutgun-Ünal (2015), ölçekten alınan puanlara göre katılımcıların 'bağımlılık yok', 'az bağımlı', 'orta bağımlı', 'yüksek bağımlı' ve 'çok yüksek bağımlı' olarak sınıflanabileceğini ileri sürmüştür. Bu bağlamda, veri toplanan 333 kişiye ait sosyal medya bağımlılığı grupları oluşturulup, bağımlılığın düzeyinin ne olduğuna yönelik olarak frekans analizi yapılarak betimleyici bir istatistik tablosu çıkarılmıştır (Tablo 15).

Tablo-15 Kesme Noktasına Göre Oluşturulan Sosyal Medya Bağımlılığı Grupları

Değişken	Sıklık (N)	Yüzde
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam Puan		
Bağımlılık yok	132	39,6
Az bağımlı	116	34,8
Orta bağımlı	70	21,0
Yüksek bağımlı	15	4,6
Çok yüksek bağımlı	0	0
Meşguliyet		
Bağımlılık yok	78	23,5
Az bağımlı	89	26,7
Orta bağımlı	104	31,2
Yüksek bağımlı	56	16,8
Çok yüksek bağımlı	6	1,8
Duygu durum düzenleme		
Bağımlılık yok	127	38,1
Az bağımlı	78	23,4
Orta bağımlı	73	21,9
Yüksek bağımlı	37	11,1
Çok yüksek bağımlı	18	5,5
Tekrarlama		
Bağımlılık yok	151	45,3
Az bağımlı	86	25,8
Orta bağımlı	54	16,2
Yüksek bağımlı	28	8,4
Çok yüksek bağımlı	14	4,3
Çatışma		
Bağımlılık yok	192	57,7
Az bağımlı	93	27,9
Orta bağımlı	41	12,3
Yüksek bağımlı	7	2,1
Çok yüksek bağımlı	0	0

Frekans analizi sonucu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanı üzerinden yapılan gruplama işleminde katılımcıların 132'si bağımlılık yok (%39,6), 116'sı az bağımlı (%34,8), 70'i orta bağımlı (%21,0), 15'i yüksek bağımlı (%4,6) gruplarına girerken hiçbir katılımcı çok yüksek bağımlı grubuna dahil olmamıştır.

Alt ölçeklerden meşguliyet için gruplama yapıldığında, katılımcıların 78'i bağımlılık yok (%23,5), 89'u az bağımlı (%26,7), 104'ü orta bağımlı (%31,2), 56'sı yüksek bağımlı (%16,8) ve 6'sı çok yüksek bağımlı (%1,8) grubuna girmiştir.

Alt ölçeklerden duygu durum düzenleme için gruplama yapıldığında, 127 katılımcı bağımlılık yok (%38,1), 78 katılımcı az bağımlı (%23,4), 73 katılımcı orta bağımlı (%21,9), 37 katılımcı yüksek bağımlı (%11,1) ve 18 katılımcı çok yüksek bağımlı (%5,5) grubuna dahil olmuştur.

Alt ölçeklerden tekrarlama için gruplama yapıldığında, 151 katılımcı bağımlılık yok (%45,3), 86 katılımcı az bağımlı (%25,8), 54 katılımcı orta bağımlı (%16,2), 28 katılımcı yüksek bağımlı (%8,4) ve 14 katılımcı çok yüksek bağımlı (%4,3) grubunda sınıflanmıştır.

Son olarak alt ölçeklerden çatışma için gruplama yapıldığında ise, 192 katılımcı bağımlılık yok (%57,7), 93 katılımcı az bağımlı (%27,9), 41 katılımcı orta bağımlı (%12,3), 7 katılımcı yüksek bağımlı (%2,1) gruplarına dahil olurken, hiçbir katılımcı çok yüksek bağımlılık grubuna girmemiştir.

4.5.İLETİŞİM BECERİLERİNİ DEĞERLENDİRME ÖLÇEĞİ PUANININ SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI GRUPLARI AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASINA YÖNELİK BULGULAR

İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanının sosyal medya bağımlılığı grupları açısından farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yönelik olarak tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 16'da gösterilmektedir.

Tablo-16 İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği Puanının Sosyal Medya Bağımlılığı Grupları Açısından Karşılaştırılması

Alt boyut	Bağımlılık grupları	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	df	F	p
İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği puanı	Bağımlılık yok	Grup içi Gruplar arası Toplam	1670,53	3	6,569	< 0,001
	Az bağımlı		27889,30	329		
	Orta bağımlı Yüksek bağımlı		29559,83	332		

Analiz sonucunda İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanının sosyal medya bağımlılığı grupları açısından farklılaştığı tespit edilmiştir ($F(3,332)=6,569$; $p < 0,001$). Bu farklılığın hangi bağımlılık grupları açısından olduğunu tespit etmeye yönelik ise Scheffe çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Scheffe post hoc testi sonucuna göre bağımlılığı olmayan grubun İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanının orta bağımlılığı olan gruptan ($p=0,006$) ve az bağımlılık grubunun İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanının orta bağımlılık grubundan ($p=0,002$) anlamlı olarak daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 17).

Tablo-17 Scheffe Çoklu Karşılaştırma Testinin Sonuçları

Gruplar (I)	Gruplar (J)	Ortalama Fark (I-J)	p
Bağımlılık yok (N= 132)	Az bağımlı	-0,55	0,974
	Orta bağımlı	4,87*	0,006
	Yüksek bağımlı	4,74	0,313
Az bağımlı (N= 116)	Bağımlılık yok	0,55	0,974
	Orta bağımlı	5,42*	0,002
	Yüksek bağımlı	5,29	0,225
Orta bağımlı (N= 70)	Bağımlılık yok	-4,87	0,006
	Az bağımlı	-5,42	0,002
	Yüksek bağımlı	-0,13	1,000
Yüksek bağımlı (N=15)	Bağımlılık yok	-4,74	0,313
	Az bağımlı	-5,29	0,225
	Orta bağımlı	0,13	1,000

4.6.SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞINI YORDAYAN DEĞİŞKENLERE YÖNELİK BULGULAR

Demografik değişkenlerin ve İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği'nin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'ni ne düzeyde yordadığını belirlemeye yönelik olarak hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Bu amaçla, regresyon modelinin ilk

aşamasına cinsiyet, yaş ve eğitim seviyesi kontrol değişkenleri olarak, modelin ikinci aşamasına ise İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı yordayan değişken olarak eklenerek regresyon denklemi oluşturulmuştur. Analiz sonuçları Tablo 18'de gösterilmektedir.

Tablo-18 Sosyal Medya Bağımlılığını Yordayan Değişkenleri Belirlemeye Yönelik Yapılan Regresyon Analizi Sonuçları

	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği			Meşguliyet			Duygu durum düzenleme			Tekrarlama			Çatışma			
	β	t	p	β	t	p	β	t	p	β	t	p	β	t	p	
Model 1																
Cinsiyet	0,17	3,14	0,00	0,25	4,69	0,00	0,11	2,98	0,04	0,16	2,86	0,00	0,08	1,43	0,16	
Yaş	0,13	0,92	0,36	0,13	0,99	0,33	0,05	0,38	0,71	0,07	0,51	0,61	0,13	0,94	0,35	
Eğitim seviyesi	0,02	0,13	0,90	0,07	0,48	0,63	0,08	0,54	0,59	-0,02	-0,16	0,87	-0,04	-0,26	0,79	
	R=0,23; R ² =0,05; Dzt. R ² = 0,05; F(3,332)= 6,24 p< 0,001			R=0,33; R ² =0,11; Dzt. R ² = 0,10; F(3,332)= 10,09 p< 0,001			R=0,17; R ² =0,03; Dzt. R ² = 0,02; F(3,332)= 3,31 p= 0,020			R=0,17; R ² =0,03; Dzt. R ² = 0,02; F(3,332)= 3,20 p= 0,024			R=0,13; R ² =0,02; Dzt. R ² = 0,01; F(3,332)= 1,94 p= 0,122			
Model 2																
Cinsiyet	0,21	3,98	0,00	0,26	4,96	0,00	0,15	2,70	0,01	0,18	3,31	0,00	0,13	2,53	0,01	
Yaş	0,12	0,88	0,38	0,13	0,96	0,34	0,04	0,32	0,75	0,07	0,47	0,64	0,12	0,90	0,37	
Eğitim seviyesi	0,03	0,22	0,82	0,07	0,52	0,60	0,09	0,65	0,52	-0,02	-0,11	0,92	-0,02	-0,15	0,88	
İBDÖ*	-0,24	-4,50	0,00	-0,10	-3,84	0,04	-0,24	-4,38	0,00	-0,15	-2,67	0,01	-0,31	-5,94	0,00	
	R=0,33; R ² =0,11; Dzt. R ² = 0,10; F(4,332)= 10,02 p< 0,001			R=0,34; R ² =0,12; Dzt. R ² = 0,11; F(4,332)= 13,74 p< 0,001			R=0,29; R ² =0,09; Dzt. R ² = 0,07; F(4,332)= 7,42 p< 0,001			R=0,22; R ² =0,05; Dzt. R ² = 0,04; F(4,332)= 4,22 p= 0,002			R=0,34; R ² =0,11; Dzt. R ² = 0,10; F(4,332)= 10,45 p< 0,001			

*İBDÖ: İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği; Dzt. R²: Düzeltilmiş R²

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin toplamdaki puanını yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan regresyon analizinin sonucuna göre Model 1'deki kontrol değişkenlerinden cinsiyetin etkisi anlamlıdır. Kadın olmanın Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanını arttırdığı ve toplam varyansın %5'ini açıkladığı görülmektedir (R=0,23; R²=0,05; Dzt. R²= 0,05; F(3,332)= 6,24; p< 0,001). Model 2'ye İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı eklendikten sonra açıklanan varyansın %10'a çıktığı, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanını negatif yönde etkilediği ve tüm modelin anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır (R=0,33; R²=0,11; Dzt. R²= 0,10; F(4,332)= 10,02; p< 0,001).

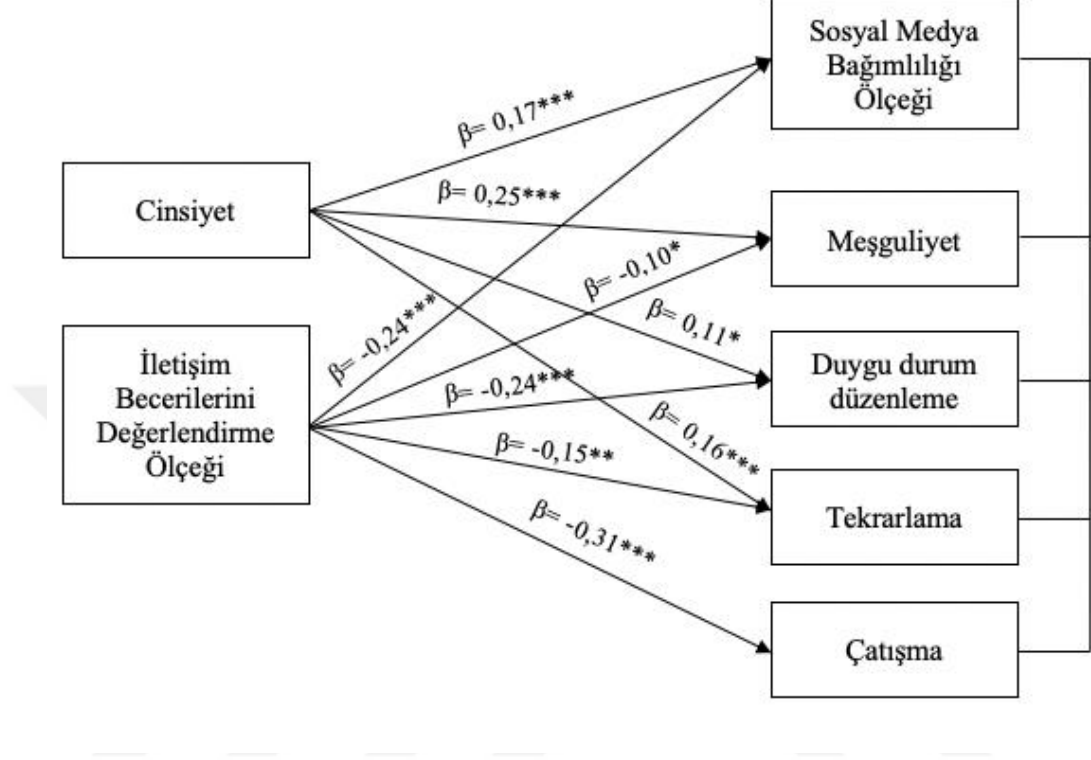
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin alt ölçeklerinden meşguliyeti yordayan değişkenleri belirlenmesi için yapılan regresyon analizinin sonucuna göre Model 1'deki kontrol değişkenlerinden cinsiyetin etkisi anlamlıdır. Kadın olmanın meşguliyet puanlarını arttırdığı ve toplam varyansın %10'unu açıkladığı görülmektedir ($R=0,33$; $R^2=0,11$; Dzt. $R^2= 0,10$; $F(3,332)= 10,09$; $p< 0,001$). Model 2'ye İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı eklendikten sonra açıklanan varyansın %11'e çıktığı, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanını negatif yönde etkilediği ve tüm modelin anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($R=0,34$; $R^2=0,12$; Dzt. $R^2= 0,11$; $F(4,332)= 13,74$; $p< 0,001$).

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin alt ölçeklerinden duygu durum düzenlemeyi yordayan değişkenleri belirlenmesi için yapılan regresyon analizinin sonucuna göre Model 1'deki kontrol değişkenlerinden cinsiyetin etkisi anlamlıdır. Kadın olmanın meşguliyet puanlarını arttırdığı ve toplam varyansın %2'sini açıkladığı görülmektedir ($R=0,17$; $R^2=0,03$; Dzt. $R^2= 0,02$; $F(3,332)= 3,31$; $p= 0,020$). Model 2'ye İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı eklendikten sonra açıklanan varyansın %7'ye çıktığı, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanını negatif yönde etkilediği ve tüm modelin anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($R=0,29$; $R^2=0,09$; Dzt. $R^2= 0,07$; $F(4,332)= 7,42$; $p< 0,001$).

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin alt ölçeklerinden tekrarlamayı yordayan değişkenleri belirleme amaçlı yapılan regresyon analizinin sonucuna göre Model 1'deki kontrol değişkenlerinden cinsiyetin etkisi anlamlıdır. Kadın olmanın meşguliyet puanlarını arttırdığı ve toplam varyansın %2'sini açıkladığı görülmektedir ($R=0,17$; $R^2=0,03$; Dzt. $R^2= 0,02$; $F(3,332)= 3,20$; $p= 0,024$). Model 2'ye İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı eklendikten sonra açıklanan varyansın %7'ye çıktığı, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanını negatif yönde etkilediği ve tüm modelin anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($R=0,22$; $R^2=0,05$; Dzt. $R^2= 0,04$; $F(4,332)= 4,22$; $p= 0,002$).

Son olarak, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği alt ölçeklerinden çatışmayı yordayan değişkenleri belirlemek amacıyla yapılan hiyerarşik regresyon analizinin sonucuna göre Model 1'deki kontrol değişkenlerinin etkisi anlamsızdır ($R=0,13$; $R^2=0,02$; Dzt. $R^2= 0,01$; $F(3,332)= 1,94$; $p= 0,122$). Model 2'ye İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı eklendikten sonra açıklanan varyansın %10'a

çıkıldığı, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanını negatif yönde etkilediği ve tüm modelin anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır ($R=0,34$; $R^2=0,11$; Dzt. $R^2= 0,10$; $F(4,332)= 10,45$; $p< 0,001$).



Şekil-6 Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Regresyon Modeli

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA VE YORUM

Çalışmanın bu bölümünde; veri analizleri sonucu elde edilen bulgulara göre ulaşılan sonuçlar literatürdeki benzer araştırma bulgularıyla birlikte tartışılarak verilecektir.

Araştırmaya yaşları 12 ile 16 arasında değişen 333 öğrenci katılmış olup katılımcıların 110'u erkek (%33,0), 223'ü kadındır (%67,0). Yani katılımcıların 1/3'ü erkek, 2/3'ü kız öğrencidir(Tablo 1).Katılımcıların %60'a yakını 16 yaşında olduklarını ifade etmişlerdir. Kalan %40'ı ise 12 ile 15 yaşları arasındadır (Tablo 2).Araştırmaya katılanların 1/3'ü ortaokul(111 öğrenci),3/2'si ise(232 öğrenci) lise öğrencisidir (Tablo 3).

Katılan öğrencilerin %56'sının annesi ilk ve ortaokul mezunu iken %41'i lise ve yüksek okul mezunudur(Tablo 4). Baba eğitim durumuna baktığımızda; yaklaşık %40'ı ilk ve ortaokul mezunuyken %60'ının lise ve üniversite mezunu olduğu görülmektedir(Tablo 5). Örneklemdaki ergenlerin baba eğitim seviyelerinin daha yüksek olduğunu görmekteyiz.

Çalışmaya katılan 333 öğrencinin %94'3'ünün evinde internet bağlantısı vardır(Tablo 7). Öğrencilerin %60'ı evden, %35'i ise cep telefonundan internete bağlandıklarını ifade etmişlerdir(Tablo 8).Katılımcıların yarısından fazlası (% 54.4) günde 3-5 saat, %17'si ise 6 saatten fazla internette zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir(Tablo 9).Bu sonuçlar da açıkça ortaya koyuyor ki; artık internet hayatımızın vazgeçilmez bir parçasıdır. Katılımcıların neredeyse tamamına yakını evlerinde interneti kullanmaktadır. Yine büyük çoğunluğu her gün internete girmekte ve vaktinin önemli bir kısmını internette geçirmektedir. Patwardhan ve Yang¹¹⁶ (2013) ile Akın¹¹⁷ (2017) da yaptıkları çalışmalarda gençlerde internet bağımlılığının yaygın olduğunu ortaya koymuşlardır.

Katılımcılar en çok sosyal paylaşım ağlarına katılmak için interneti kullandıklarını belirtmişlerdir (%18,2). Diğer yanıtlar ise sırasıyla; müzik dinlemek(%16,7), sohbet

¹¹⁶Padmini Patwardhan ve Jin Yang, "Internet Dependency Relations and Online Consumer Behavior". *Journal of Interactive Advertising*, 2017, 3(2), 57-69.

¹¹⁷ Murat Akın, a.g.e., 2017.

etmek (%16,0),ödev hazırlamak (%15,6),film izlemek (16,7), internette gezinti yapmak(%14,4) ve oyun oynamaktır(Tablo 10).

Bu sonuçlara göre öğrencilerin interneti; eğlenmek, rahatlamak, boş vakitlerini değerlendirmek, ödev yapmak, bilgiye erişmek kısaca birçok amaç için kullandığı söylenebilir. Aslında önceden de günlük hayatta yapılan pek çok aktivite artık günümüzde internet aracılığıyla yapılır hale gelmiştir. Günümüzde öğrenciler hem birbirleriyle hem yeni kişilerle iletişim kurmak ve etkileşimde bulunmak için sosyal medyayı kullanmaktadırlar.

5.1.DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERLE İLGİLİ VERİLERİN YORUMLANMASI

a.Cinsiyet

Yapılan t testi sonucuna göre, kız öğrencilerin İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği'nden aldıkları puanlar erkek öğrencilerin aldıkları puanlardan istatistiksel açıdan daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuç literatürdeki birçok araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir: Yurtdışında yapılmış çalışmalardan Mayses ve Wiseman (1998),¹¹⁸ yurtiçinde ise; Korkut (1996),¹¹⁹ Görür (2001),¹²⁰ Altıntaş (2006),¹²¹ Karcı(2011),¹²² Kartal(2013)¹²³ ve İliş(2018)¹²⁴ çalışmalarında kız öğrencilerin iletişim becerilerinin erkek öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğunu saptamışlardır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nden kız öğrencilerin aldığı toplam puanlar, erkeklerin aldığı toplam puanlardan anlamlı olarak daha yüksektir. Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucuna göre de kontrol değişkenlerinden cinsiyetin etkisi anlamlıdır. Kız öğrenci olmanın Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanını arttırdığı görülmektedir. Aynı zamanda kadın olmanın meşguliyet ve duygu durum düzenleme puanlarını da arttırdığı görülmektedir. Kız öğrencilerin, SMBÖ'nin alt

¹¹⁸Ofra Mayses, Hadas Wiseman, & Ilan Hai, Adolescents relationships with father, mother and same gender friend, journal of adolescent research, 1998, 13(1), 101-123.

¹¹⁹ Fidan Korkut, a.g.e., 1996.

¹²⁰ Durmuş Görür, "Lise öğrencilerinin iletişim becerilerini değerlendirmelerinin bazı değişkenler açısından, incelenmesi", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, 2001, **(Yayımlanmış Yüksek lisans tezi)**.

¹²¹ Gökhan Altıntaş, "Liseli Ergenlerin Kişiler Arası İletişim Becerileri İle Akılcı Olmayan İnançları Arasındaki İlişkinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi", Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara,2006, **(Yayımlanmış Yüksek lisans tezi)**.

¹²² Y. Karcı, İletişim Meslek Lisesi Öğrencilerinin Empatik İletişim Beceri Düzeylerinin İncelenmesi (Ankara İl Örneği), **Ankara: Selçuk İletişim**, 2011.

¹²³ Muhammed Ali Kartal, "Ortaöğretim Öğrencilerin Bazı Değişkenlere Göre Öznel İyi Oluş Ve İletişim Beceri Düzeyleri" Ondokuzmayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, 2013, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

¹²⁴ İliş, a.g.e., 2018.

ölçeklerinden olan meşguliyet, duygu durum düzenleme ve tekrarlama puanları erkeklerin meşguliyet, duygu durum düzenleme ve tekrarlama puanlarından anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin çatışma alt ölçeğinin ise cinsiyet açısından farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Literatürdeki çalışmalar bu sonucu desteklememektedir: Tutgun-Ünal (2015) çalışmasında erkeklerin çatışma alt boyutunda daha yüksek puanlar aldığı saptanmıştır. M. Çelik (2017) ve İliş (2018) ise benzer bir sonuca ulaşmış ve kadınların çatışma boyutundaki puanlarını daha düşük bulmuştur.

b. Yaş

Analiz sonucuna göre İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği'nin yaş ile ilişkisi bulunmamıştır. Erözkan' ın (2005) üniversitelerin farklı bölümlerinde öğrenim gören öğrencilere yönelik yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin iletişim becerilerini etkileyen faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma bulgularına göre; yaş, sınıf, cinsiyet gibi değişkenler iletişim becerilerini etkilememektedir.¹²⁵

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanının, bu ölçeğin alt ölçeklerinden meşguliyetin ve duygu durum düzenlemenin yaş ile pozitif yönde anlamlı ilişkiler gösterdiği tespit edilmiştir. Yani yaş arttıkça Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nden alınan toplam puan, meşguliyet alt ölçeğinden alınan toplam puan ve duygu durum düzenleme alt ölçeğinden alınan toplam puanın arttığı söylenebilir.

c. Eğitim Seviyesi

Analiz sonucuna göre İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği'nin eğitim seviyesine göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Öğrenimine lisede devam eden öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanının, öğrenimine ilköğretimde devam eden öğrencilerden anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmüştür. Benzer şekilde, öğrenimine lise öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği alt ölçeklerinden meşguliyet ve duygu durum düzenleme puanlarının, ilköğretim öğrencilerinin puanlarından anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmektedir.

¹²⁵ Atılğan Erözkan, "Üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerini etkileyen faktörler", *Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2005, s. 59.

5.2. ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERLE İLGİLİ VERİLERİN YORUMLANMASI

İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan Pearson momentler çarpımı Korelasyon analizi sonucuna göre İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanı arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği alt ölçekleri arasındaki ilişkilere bakıldığında; İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanının, meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma ile negatif yönlü anlamlı ilişkiler içerisinde olduğu bulunmuştur.

Araştırma bulgularına göre; iletişim becerileri yükseldikçe sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkma olasılığı azalmaktadır. Diğer bir deyişle; iletişim becerileri düşük olduğunda sosyal medya bağımlılığının görülme olasılığı da artmaktadır.

Literatüre baktığımızda sosyal medya bağımlılığının iletişim becerileriyle olan ilişkisini incelemiş birkaç çalışma olduğunu görmekteyiz. Bunlardan bir kısmı araştırmamızın bu bulgusunu destekleyen doğrultuda sonuçlar elde etmişlerdir: Örneğin Demir (2016) araştırmasında sosyal medya kullanımının aile içindeki iletişim ve etkileşimi negatif yönde etkilediğini ortaya koymuştur.¹²⁶Hazar (2011) da çalışmasında, sosyal medya kullanımının bireylerin aile ve arkadaşlarıyla yüz yüze ilişki kurmasını engellediği sonucu çıkarmıştır.¹²⁷ Tutgun-Ünal'a (2015) göre sosyal medya kullanımı fazla olan kişilerde iletişim problemlerinin görülme olasılığı fazladır. Tutgun-Ünal aynı zamanda sosyal medyanın yakın sosyal ilişkileri de negatif yönde etkilediğini öne sürmüştür.¹²⁸

Sosyal medya kullanımının iletişim becerilerini olumlu yönde etkilediğini gösteren araştırmalar da mevcuttur: H. Kaya vd., (2015) Hemşirelik Fakültesinde yaptıkları araştırmada sosyal ağ kullanımının iletişim becerilerini olumlu yönde

¹²⁶ Ümit Demir, Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale'deki lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2016, 9 (2), 27-50.

¹²⁷ Hazar, a.g.e., 2011.

¹²⁸Tutgun-Ünal, a.g.e., 2015.

etkilediğine ilişkin sonuçlara ulaşmışlardır.¹²⁹ Kale(2019), çalışmasında öğrencilerin sosyal medyayı kişiler arası etkileşim amacı ile kullanım sıklıkları arttıkça, iletişim becerilerinin de geliştiğini öne sürmüştür.¹³⁰ Solmaz, vd. (2013), sosyal medya kullanımıyla ilgili araştırmalarında; sosyal medya kullanımının iletişimi hızlandırıcı bir etkisinin olduğunu öne sürmüşlerdir.¹³¹

Yaptığımız araştırmada sosyal medyaya olan bağımlılığın iletişim becerilerinin negatif olarak etkilediği sonucu çıkmıştır. Sosyal medyaya ayrılan zamanın artması demek, kişinin hayatındaki diğer insanlarla olan etkileşimine daha az zaman ayırması anlamına gelmektedir. Birey, internette ne kadar çok zaman geçirirse gerçek hayattaki gerçek ilişkilerde örneğin ailede geçirdiği sağlıklı ve kaliteli zaman da o kadar azalacaktır. Bu da aile içi iletişimi zayıflatacağından araştırma bulgularımız doğru görünmektedir.

5.3. ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DURUMLARIYLA İLGİLİ VERİLERİN YORUMLANMASI

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin geliştiricisi Tutgun-Ünal (2015), ölçekten alınan puanlara göre katılımcıların 'bağımlılık yok', 'az bağımlı', 'orta bağımlı', 'yüksek bağımlı' ve 'çok yüksek bağımlı' olarak sınıflanabileceğini ifade etmiştir.¹³² Bu bağlamda, veri toplanan 333 kişiye ait sosyal medya bağımlılığı grupları oluşturulup, bağımlılığın düzeyinin ne olduğuna yönelik olarak frekans analizi yapılarak betimleyici bir istatistik tablosu çıkarılmıştır. Çalışmaya katılanların %40'ına yakınında "bağımlılık yok" iken, %56'ya yakını "az ve orta bağımlı" olarak çıkarken hiçbir katılımcı çok yüksek bağımlı grubuna dahil olmamıştır (Tablo 15). Bu çalışmada ölçekleri cevaplayan 12-16 yaş arası ergenlerin Sosyal Medya bağımlılık düzeylerinin orta seviyede çıktığını söyleyebiliriz.

Araştırma öğrencilerin özellikle Meşguliyet ve Tekrarlama boyutlarında daha yüksek bağımlılık gösterdiğini ortaya çıkarmıştır. Literatürde bu sonucu destekleyen çalışmalar mevcuttur. İliş (2018) de yaptığı çalışmada öğrencilerin sosyal medya bağımlılık seviyelerinin orta, Meşguliyet boyutunun da yüksek olduğunu

¹²⁹ Hatice Kaya, vd., (2015). Hemşirelik fakültesi öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanma amacı ile iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İletişim ve Kuram Araştırma Dergisi*, 40, 2012, s. 16-31. <https://www.academia.edu/24560706/> (Erişim tarihi: 18.06.2020).

¹³⁰ Hakan Kale, "Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanım Amacı İle Yalnızlık, Zaman Yönetimi, İletişim Becerisi Ve Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" Trabzon Üniversitesi, Rehberlik Ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı, Trabzon, 2019, (**Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi**).

¹³¹ Solmaz vd., a.g.e., 2013.

¹³² Tutgun-Ünal, a.g.e., s.151.

bulmuştur.¹³³ Tutgun-Ünal (2015) da çalışmasında üniversitede öğrenim gören gençlerin meşgul olmalarından dolayı sosyal medyaya olan bağımlılıklarının orta düzeyde çıktığını ifade etmiştir. Alt ölçeklerden meşgulliyet için gruplama yapıldığında; orta, yüksek ve çok yüksek bağımlı grubu toplamının %50'ye yaklaştığını görmekteyiz. Duygu durum düzenleme için bu değer %38,5, tekrarlama alt grubu için % 28,9 ve çatışma alt grubu için ise; % 14,4'tür.

İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanının sosyal medya bağımlılığı grupları açısından farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yönelik olarak tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği alt ölçeklerinden tekrarlamayı yordayan değişkenleri belirlemek amacıyla yapılan hiyerarşik regresyon analizinin sonucuna göre Model 1'deki kontrol değişkenlerinden cinsiyetin etkisi anlamlıdır. Kadın olmanın meşgulliyet puanlarını arttırdığı ve toplam varyansın %2'sini açıkladığı görülmektedir. Model 2'ye İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı eklendikten sonra açıklanan varyansın %7'ye çıktığı, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanını negatif yönde etkilediği ve tüm modelin anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır.

Son olarak, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği alt ölçeklerinden çatışmayı yordayan değişkenleri belirlemek amacıyla yapılan hiyerarşik regresyon analizinin sonucuna göre Model 1'deki kontrol değişkenlerinin etkisi anlamsızdır. Model 2'ye İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği toplam puanı eklendikten sonra açıklanan varyansın %10'a çıktığı, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puanını negatif yönde etkilediği ve tüm modelin anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır.

Literatürde sosyal medya kullanımının iletişim becerilerini pozitif yönde etkilediğini gösteren çalışmalar olsa da (Kale 2019,¹³⁴ Kaya vd., 2015,¹³⁵ Solmaz vd. 2013¹³⁶). Bu çalışmada iletişim becerileriyle sosyal medya arasında negatif yönde bir ilişki olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

¹³³ İliş, a.g.e., 2018, s.84.

¹³⁴ Kale, a.g.e., 2019.

¹³⁵ Kaya vd.,a.g.e., 2015.

¹³⁶ Solmaz vd.,a.g.e., 2013.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızda sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasında negatif bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Yani iletişim becerileri arttıkça sosyal medya bağımlılığı azalmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılığını azaltmanın bir yolunun da iletişim becerilerini güçlendirmek olduğunu söyleyebiliriz.

Etkili iletişim kurma becerisi anahtar bir beceridir ve bu konuda ne kadar iyi olursak yaşam kalitemiz o kadar iyi olur. Herhangi bir beceri gibi, iletişim becerileri de uygulama ile geliştirilebilir. Okuma, çocukların iletişim yeterliliğini artırmaya yardımcı olmak için harika bir etkinliktir; dil edinimlerini geliştirir ve onları kelime dağarcığıyla tanıştırır, kolay ve net bir şekilde iletişim kurmalarına yardımcı olur. O yüzden velilerin ve öğretmenlerin çocuk ve gençlere mutlaka okuma alışkanlığı kazandırmaları gereklidir.

Kardeşler ve arkadaşlarla etkileşim ve oyun yoluyla, bir çocuk iletişim becerilerinin yanında sosyal beceriler ve kişilerarası beceriler de geliştirecektir. Bu beceriler, akranlarıyla sohbet etmeyi ve yeni arkadaşlar edinmeyi kolaylaştıracakları sosyal durumlarda daha fazla rahat hissetmelerini sağlayacaktır. Bu ilişkiler yoluyla, dinleme becerilerini ve sözel olmayan iletişim ipuçlarını empati kurma ve yorumlama becerilerini de geliştireceklerdir. Bu bağlamda çocukların okul öncesinde evde bir bakıcıyla kalmasından ziyade kreş, anaokulu, oyun grupları gibi ortamlarda yaşlılarıyla vakit geçirmesi sağlanmalıdır.

Okuldaki öğrenme aktivitelerinde sunumlar, sınıf tartışmaları, dramatizasyonlar ve sözlü sınavlara yer verilmesi, çocukların sözlü iletişim becerilerini geliştirmede oldukça etkili olacaktır. Sözlü iletişim kurma konusunda iyi olan çocuklar yazılı iletişim kurmayı daha kolay bulacaklar ve bu nedenle okul sınavlarında ve yazılı ödevlerinde daha iyi performans göstereceklerdir. Bu da akademik başarıyı beraberinde getirecektir.

Hayatımızda önemli etkileri olan internet ve sosyal medyayı güvenli ve bilinçli bir şekilde kullanmak ve bu konuda çocuklarımıza örnek olmak çok önemlidir. Çünkü çocuklar daha çok model alarak öğrenmektedirler. Karan (2006), ebeveynlerin, çocukları internetin zararlı etkilerinden koruyabilmesi adına dikkat edilmesi gereken noktaları şu şekilde sıralamaktadır:

-Ebeveynler, çocuklara özgüven aşılmalı ve olumsuzluk teşkil edecek davranışların önüne geçilebilmesi adına çocuklarla paylaşımda bulunmalıdır.

-Çocuklarla sürekli diyalog kurulmalı ve internet ortamında neler yaptığı öğrenilmelidir.

-Çocuğa kişisel bilgilerin önemi anlatılmalı ve bu bilgilerin kimseyle paylaşılması gerektiği izah edilmelidir.¹³⁷

Hem çocuklara hem de yetişkinlere yönelik internet okuryazarlığı eğitimi verilmelidir. Okullarda ailelere ve öğrencilere eğitimler/seminerler düzenlenerek bu seminerlerde çocukların gelişim özellikleri, bilinçli bir şekilde bilgisayar ve internet ve sosyal medya gibi konulara yer verilebilir.Eğitimciler ve veliler interneti veya sosyal medyayı yasaklamakla sorunların çözülemeyeceği konusunda bilgilendirilmeli ve var olan sorunlar eğitimle çözülmelidir.Ayrıca liselerde ortaokullarda olduğu gibi Bilişim Teknolojileri dersi zorunlu hale getirilmelidir. Diğer derslerde de “Bilinçli İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı” konularına değinilerek gençler bilinçlendirilmelidir.

Bu araştırmanın sonucuna göre sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerilerinin negatif yönde ilişkisinin olduğu göz önüne alındığında; hem iletişim becerilerinin desteklenmesi ve geliştirilmesi için hem de sosyal medya kullanım alışkanlıklarının sağlıklı olması için çocukluk çağından itibaren çocukların ve gençlerin izlenmesi ve gerekli desteğin sağlanmasının çok önemli olduğu açıktır.

¹³⁷ Gökçen Karan, **Anne Babalar İçin İnternet Rehberi**, Epsilon Yayıncılık, İstanbul.2006, s. 36-38

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

AKAR Erkan, Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Web'te Pazarlama Stratejileri, Efil Yayınevi, Ankara, 2011.

AKKAŞ İbrahim, Teknoloji Bağımlılığı, Eğitim Yayınevi, Konya, 2019.

AKMAN Koray, Genel İletişim, İlya Yayınevi, İzmir, 2011.

ANLAYIŞLI Cemre ve BULUT SERİN Nergis, Ergenlerde İnternet Bağımlılığı ve Depresyon, Dorlion Yayınevi, Ankara, 2019.

AZİZ Aysel, İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları, İstanbul, 2010.

BIÇAKÇI İlker, İletişim ve Halkla İlişkiler, Mediacat Kitapları, İstanbul, 2006.

CİHANGİR Zeynep, Kişilerarası İletişimde Dinleme Becerisi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2004.

CÖMERT İtir Tarı, Diğer Bağımlılıklar: Bilgisayar ve internet bağımlılığı. Ed: Kültekin Ögel Sigara, Alkol ve Madde Kullanım bozuklukları: Tanı, Tedavi ve Önleme, Yeniden Yayınları, İstanbul, 2010.

DEMİRAY Uğur, Genel İletişim, Pegem A Yayıncılık, Ankara, 2006.

GEÇİKLİ Fatma, Halkla İlişkiler ve İletişim, Beta Yayınları, İstanbul, 2008.

GÜNAY Doğan, PARSA Alev Fatoş (Ed.) Görsel Göstergibilim: İmgenin Anlamlandırılması, Es Yayınları, İstanbul, 2013.

GÜNEY Salih, Davranış Bilimleri, Nobel Yayınları, İstanbul, 2009.

KALKAN Melek ve KAYGUSUZ Canani, İnternet Bağımlılığı Sorunlar ve Çözümler, Anı Yayıncılık, Ankara, 2013.

KARAN Gökçen, Anne Babalar İçin İnternet Rehberi, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 2006.

KARASAR Niyazi, Bilimsel Araştırma Yöntemi, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2009.

MANGIR Mine, ARAL Neriman, BARAN Gürel, Yurtlarda Kalan Üniversite öğrencilerinin Sigara ve Alkol Kullanımlarının incelenmesi, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, Ankara, 1992.

MISIRLI İrfan, Genel ve Teknik İletişim Kavramlar, İlkeler, Uygulamalar, Detay yayıncılık, Ankara, 2007.

MUTLU Erol, Televizyon ve Toplum, TRT Kurumu Yayınları, Ankara, 1999.

MUTLU Erol, İletişim Sözlüğü, Sofos - Kıta Basın Dağıtım Yayıncılık, Ankara, 2012.

OSKAY Ünal, XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri, A.Ü.S.B.F. Yayınları, Ankara, 1982.

ÖGEL Kültekin, Uyuşturucu Madde ve Bağımlılık, İletişim Yayınları, İstanbul, 1997.

ÖGEL Kültekin, Bağımlılık ve Tedavisi Temel Kitabı, IQ Kültür Yayıncılık, İstanbul, 2018.

RİFAT Mehmet, Göstergibilimin ABC'si, Say Yayınları, İstanbul, 2009.

SAATÇİOĞLU Ömer ve ÇAKMAK Duran, Bağımlılık ve Komorbidite, Özgül Matbaacılık, İstanbul, 2005.

TARHAN Nevzat ve NURMEDOV Serdar, Bağımlılık Sanal veya Gerçek, Timaş Yayınları, İstanbul, 2015.

TDK, Türkçe Sözlük I, 7. Baskı, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1983.

TÜRKİYE YEŞİLAY CEMİYETİ,"İnternetin Bilinçli Kullanımı ve Teknoloji Bağımlılığı Çalıştayı Raporu",Gülmat Matbaacılık, İstanbul, 2015.

YELTEPE ERCAN Hülya, Bağımlılık Tedavisinde Egzersiz Terapisi, Nobel Yayınları, Ankara, 2013.

YÖRÜKOĞLU Atalay, Gençlik Çağı, Özgür Yayınları, İstanbul, 1996.

YÜKSEL Aysun, İletişim Bilgisi, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri, Eskişehir, 2009.

ZILLIOĞLU Merih, İletişim Nedir?, Cem Yayınevi, İstanbul, 2007.

MAKALELER

AKİN Murat, "A Research on the Impacts of the Young People's Internet Addiction Levels and their Social Media Preferences",International Review of Management and Marketing, 7(2), 2017.

BALCI Şükrü, ve GÖLCÜ Abdulkadir, "Facebook addiction among university students in Turkey: "Selçuk University Example". Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 34, 2013.

BAYRAKTUTAN Günseli, BİNARK Mutlu, ÇOMU Tuğrul, DOĞU Burak İSLAMOĞLU Gözde AYDEMİR Aslı, Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi, Selçuk İletişim Dergisi, 2012.

BERSON Ilene R., ve BERSON Michael J., Digital Literacy for effective citizenship. *Social Education*,67(3), 2003.

BLOCK Jerald, "Issues for DSM-V: Internet Addiction", *American Journal Psychiatry*,165:30, 2008.

BOYD Danah M., ELLİSON Nicole B., "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 2007.

BOZKURT Hasan, ŞAHİN Serkan, ve ZOROĞLU Süleyman Salih, "İnternet Bağımlılığı: Güncel Bir Gözden Geçirme", *Journal Of Contemporary Medicine*, 6(3), 2016.

BUFFARDİ Laura E. and CAMPBELL W. Keith, "Narcissism And Social Networking Web Sites", *Personality And Social Psychology Bulletin*, 34, 2008.

CARPENTER Christopher J., "Narcissism On Facebook: Self-Promotional And AntiSocial Behavior", *Personality and Individual Differences*, 52(4), 2012.

DOĞAN Uğur, "Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Mutluluk, Psikolojik İyi-Oluş ve Yaşam Doyumlarına Etkisi: Facebook ve Twitter Örneği", *Eğitim ve Bilim*, 41 (183), 2016.

DOĞAN Uğur ve KARAKUŞ Yahya, "Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Çok Boyutlu Yalnızlık", *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 2016.

EKŞİ Füsün, "Narsistik Kişilik Özelliklerinin İnternet Bağımlılığı Ve Siber Zorbalığı Yordama Düzeyinin Yol Analizi İle İncelenmesi", *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(3), 2012.

EKŞİ Füsün, ve ÜMMET Durmuş, "Bir kişilerarası iletişim problemi olarak internet bağımlılığı ve siber zorbalık: psikolojik danışma açısından değerlendirilmesi", *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11 (25), 2013.

EKŞİ Halil, ERDEN Nurdan, ERDOĞAN F. Hilal, YILMAZ Emre, "Ergenlerin Kimlik Oluşumunun Facebook Üzerinden İncelenmesi: Nitel Araştırma Örneği", *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 14(3), 2013.

ENGELBERG Elisabeth ve SJÖBERG Lennart , “Internet Use, Social Skills, and Adjustment”, *CyberPsychology ve Behavior*, 7(1), 2004.

ERÖZKAN Atılgan, “Üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerini etkileyen faktörler”, *Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2005.

ERTÜRK Yıldız Dilek, ve ERAY Tuğçe Ertem, “Fenomenolojik Bir Kavram Olarak Kendilik Ve Sosyal Ağlarda Kendilik Sunumu İle Narsistik Eğilimler İlişkisi: İletişim Fakültesi (İ.Ü.İ.F.) Öğrencileri Üzerine Bir Ön Çalışma”. *Intermedia International e Journal*, 3(1). 2016.

GÖKA Erol, “Küreselleşme ve Ruh Sağlığı”, *Nöropsikiyatri Arşivi* 38:2, 2001.

GÖKA Erol ve TIKIR Baise, “İnternet Bağımlılığı Gerçek mi, Efsane mi?”, *Eğitime Bakış*, 8(24) 2012.

GRAHAM Gerald H., UNRUE Jeanne, JENNINGS Paul, The Impact of Nonverbal Communication in Organizations, A Survey of Perceptions, *Journal of Business Communication* 28, 1991.

HAZAR Murat, “Sosyal Medya Bağımlılığı- Bir Alan Araştırması” *Gazi Üni. İletişim Kuram ve Araştırmaları Dergisi*, Sayı:32, 2011.

HERRİNG Suzan C. ve KAPİDZİC Sanja, “Teens, Gender, And Self-Presentation İn Social Media” J. D. Wright (Ed.). *International Encycylopedia Of Social And Behavioral Sciences*, 2015.

İLİŞ Ali ve GÜLBAHÇE Arzu, “Sosyal Medya Bağımlılığı İle İletişim Becerileri Arasındaki Yordayıcı İlişkinin İncelenmesi”, *Ekev Akademi Dergisi*, Sayı 78, 2019.

KIRIK Ali Murat, “Aile ve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri: Nitel Bir Araştırma”, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 2014.

KARCI Yasemin, İletişim Meslek Lisesi Öğrencilerinin Empatik İletişim Beceri Düzeylerinin İncelenmesi (Ankara İl Örneği), *Ankara: Selçuk İletişim*, 2011.

KİM JiWon , CHOCK T. Makana, “Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns ” *Computers in Human Behavior*, 48, 2015.

KIRSCHNER Paul A.,& KARPİNSKİ Aryn C., “Facebook and Academic Performance”, *Computers İn Human Behavior*, 26, 2010.

KORKUT Fidan, "İletişim Becerilerinin Değerlendirilme Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlik Çalışmaları", *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(7), 18-23. 1996.

KORKUT Fidan, "Yetişkinlere yönelik iletişim becerileri eğitimi", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 2005.

KUSS Daria J., ve GRİFFİTHS Mark D., "Online socialnetworkingandaddiction—a review of the psychological literature", *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 8(9), 2011.

MAYSELESS Ofra, WISEMAN Hadas, & HAI Ilan, I. Adolescents relationships with father, mother and same genderfriend, *journal of adolescent research*,13(1), 1998.

OĞUZ Tarkan, "Çağdaş Narkisios'lar: Facebook Kullanım Alışkanlıkları Ve Narsisizm", *Selçuk İletişim*, 9 (2), 2016.

PATWARDHAN Padmini ve YANG Jin, "Internet DependencyRelationsand Online Consumer Behavior". *Journal of Interactive Advertising*, 3(2),2017.

RYAN Tracii, and XENOS Sophia, "WhoUses Facebook? An Investigation İnto The Relationship Between The Big Five, Shyness, Narcissim, Loneliness And Facebook Usage", *Computer İn Human Behavior*, 27, 2011.

SAĞBAŞ Ensar Arif, BALLI Serkan, ŞEN Faruk, Sosyal medya ve gençler üzerindeki etkileri. Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi*, 2016.

SOLMAZ Başak, TEKİN Gökhan, HERZEM Züleyha, DEMİR Muhammed, "İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama.",*Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7 (4), 23-32, 2013.

TANRIKULU Taşkın, ÖZTÜRK Ravza ve YEŞİL Ebru, "Ergenlerde Sosyal Ağ Bağımlılığı Ve Temel İhtiyaçlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", *Psikolojik Danışma Ve Eğitim Dergisi*, 1(2), 2015.

UZBAY Tayfun, "Madde Bağımlılığı", *Silahlı Kuvvetler Dergisi*, Cilt, (399), 2009.

WANG Jian Liang, "The Effects Of Social Networking Site (SNS) Use On College Students' Friendship And Well-Being", *Computers in Human Behavior*, 2014.

WEİ Tongru, & WANG Cheng, "The Characteristics Of Social Networks Of China"s College Students", *Modern Management*, 1, 2011.

YALÇIN Cemal, "Sosyolojik Bir Bakış Açısıyla İnternet", *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,27(1), 2003.

YELPAZE İsmail ve CEYHAN Esra, "Facebook Kullanıcılarının Kişilik Özellikleri İle Facebook Kullanım Örüntülerinin İlişkisi: Bir Gözden Geçirme Çalışması" *Anadolu Journal Of Educational Sciences International*, 5(2), 2015.

YOUNG Kimberly, "Cognitive Behavior therapy with internet addicts: Treatment outcomes and implications", *CyberPsychology&Behavior*,10(5), 2007.

TEZLER

ALTINTAŞ, Gökhan, "Liseli Ergenlerin Kişiler Arası İletişim Becerileri İle Akılcı Olmayan İnançları Arasındaki İlişkinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi", Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2006,**(Yayımlanmış Yüksek lisans tezi)**.

BOYD Danah M.,*American Teen Sociality in Networked Publics*. Berkeley Üniversitesi, California, 2008, **(Yayımlanmış Doktora Tezi)**.

BUĞDAYCI Gökhan, *Üniversite öğrencilerinin sigara alkol ve madde kullanımı ve madde kullanımını etkileyen sosyal kültürel ve ekonomik süreçler*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 2008,**(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

ÇAKMAK Veysel, İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi: üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2014, **(Yayımlanmamış Doktora Tezi)**.

GÖRÜR, Durmuş, "Lise öğrencilerinin iletişim becerilerini değerlendirmelerinin bazı değişkenler açısından, incelenmesi", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, 2001, **(Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi)**.

GÜRÜLTÜ Ercan, Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları Ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul,2016, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

KALE Hakan, "Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanım Amacı İle Yalnızlık, Zaman Yönetimi, İletişim Becerisi Ve Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" Trabzon Üniversitesi, Rehberlik Ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı, Trabzon, 2019, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

KALENDER Mehmet Emin, "Fen Lisesi Ve Sosyal Bilimler Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının İncelenmesi (Kütahya İli Örneği)" Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, 2016, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

KARTAL, Muhammed Ali, "Ortaöğretim Öğrencilerin Bazı Değişkenlere Göre Öznel İyi Oluş Ve İletişim Beceri Düzeyleri" Ondokuzmayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, 2013, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

KOÇ Halil İbrahim, Sosyal Medya Ve Narsisizm Kültürü, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 2017, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

MUTLU Yağmur, Sosyal medya, kimlik ve mahremiyet: geç ergen grupların sosyal medya kullanım alışkanlıklarının Elazığ örneğinde incelenmesi, Fırat Üniversitesi, Elazığ, 2019, **(Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi)**.

TUTGUN-ÜNAL Aylın, Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Marmara üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015,**(Yayımlanmış Doktora Tezi)**.

YÜCELTEN Ece, Üniversite Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Bağlanma Stilleri İle İlişkinin İncelenmesi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016, **(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)**.

İNTERNET KAYNAKLARI

AKBAL Ayhan vd. TCP/IP'nin Dünü, Bugünü, Yarını. Akademik Bilişim 2006 Konferansı, Pamukkale Üniversitesi, Denizli, 9-11 Şubat 2006.

Online: <http://ab.org.tr/ab06/bildiri/78.pdf> (Erişim Tarihi: 01.02.2020).

"*Essay On Internet Addiction*" <http://www.thewisdompost.com/essay/internet-addiction/essay-internet-addiction/2452>(Erişim Tarihi: 09.02.2020).

Essay on Internet addiction among teenagers in 1000 words, <https://brainly.in/question/7283002> (Erişim Tarihi: 14.02.2020).

<https://studylibr.com> (Erişim Tarihi: 15.02.2020).

<https://en.wikipedia.org> (Erişim tarihi: 14.01.2020).

<https://www.mediaclick.com.tr/blog/internetin-tarihcesi-ve-kullanim-alanlari>.(Erişim Tarihi: 14.02.2020).

<https://paratic.com/iletisim-nedir/> (Erişim Tarihi: 23.02.2020).

<https://yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/bagimlilik-nedir> (Erişim Tarihi: 14.01.2020).

<http://www.ogelk.net/Dosyadepo/etyoloji.pdf> (Erişim tarihi: 14.06.2020).

<https://npistanbul.com/internet-bagimliliđi-hakkinda-her-sey-/1680>

http://kmarasyavuzselimortaokulu.meb.k12.tr/icerikler/iletisim-ve-etkili-iletisimin-onemi_8628965.html

<http://tdk.gov.tr/> Erişim tarihi:18.06.2020).

KAYA Hakan, Hemşirelik fakóltesi öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanma amacı ile iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. İletişim ve Kuram Araştırma Dergisi, 40, 2012, s. 16-31. <https://www.academia.edu/24560706/> (Erişim tarihi: 18.06.2020).

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Değerli öğrenciler, Bu çalışma, ergenlerin internet kullanımı ile anne baba tutumları arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yapılmaktadır. Sizden her maddeyi dikkatli bir şekilde okuyarak, kendinize en uygun seçeneği işaretlemeniz beklenmektedir. Cevaplarınız bilimsel bir araştırma amacıyla kullanılacak ve bilgiler gizli tutulacaktır.

Adı Soyadı:

1. Cinsiyetiniz: () Kız () E r k ek

2. Sınıfınız: ()12 ()13 ()14 ()15 ()16

3. Annenizin eğitim durumu: () Okur Yazar Değil () Okur Yazar () İlkokul () Üniversite () Yüksek Lisans () Doktora

4. Babanızın eğitim durumu: () Okur Yazar Değil () Okur Yazar () İlkokul () Ortaokul () Lise () Üniversite () Yüksek Lisans () Doktora

5. Ailenin Aylık Geliri () 1000-1500 TL () 1501-3000 TL () 3001-4500 () 4500 TL ve üstü

6. Evinizde internet bağlantısı var mı? () Var () Yok

7. Daha çok hangi ortamlardan internete bağlanırsınız? () Evden () İnternet kafeden () Okuldan () Cep Telefonumdan () Diğer

8. İnternette, bir günde ortalama ne kadar zaman geçirirsiniz? () 1 saatten az () 1-2 saat () 3- 5 saat () 6 saatten fazla

9. İnterneti en çok hangi amaç için kullanırsınız? () Ödev hazırlamak () Film -MP3 müzik indirmek () İnternette sörf yapmak (internette gezinti yapmak) () Chat yapma (sohbet etmek) () Oyun oynama ()

Sosyal paylaşım ağlarına bağlanmak(Facebook/ Twitter gibi) () Diğer

EK - B: SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

1.Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

2.Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

3.Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

4.Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

5.İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

6.Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

7.Sosyal medyada düşündüğümde daha fazla zaman geçirdiğim olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

8.Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime “birkaç dakika daha” derim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

9.Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

10.Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

11.Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

12.Sosyal medya ile ilgili eylemlere (oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs) uzun süreler ayırırım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

13.Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

14.Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

15.Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyada gezinmeyi tercih ederim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

16.Problemlerimden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

17.Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

18.Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

19.Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

20.Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

21.Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

22.Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

23.Mesleğime/çalışmalarına olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

24. Sosyal medyadan dolayı hobilerime, boş zaman ve dinlenme faaliyetlerime daha az öncelik veririm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

25. Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

26. Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

27. Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

28. Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmalarını ihmal ederim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

29. Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

30. Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

31. Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

32. Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

33. İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarını konusunda beni eleştirirler.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

34. Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezdiğimi saklamaya çalışırken bulurum.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

35.Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

36.Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığı olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

37.Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

38.Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrıları, vb) yaşadığı olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

39.Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle olan ilişkilerimde problem yaşamama neden olur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

40.Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

41.Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sık sık () her zaman

EK - C: İLETİŞİM BECERİLERİ ENVANTERİ

İletişim Becerisi Envanteri (İBE)

YÖNERGE: Bu ölçek iletişimle ilgili bazı özelliklerinizi ölçmeye yöneliktir. Aşağıda sunulan ifadeleri, o ifadelerle ilgili genelde nasıl olduğunuzu düşünerek okuyunuz. İlişkilerimizdeki özelliklerimiz elbette kiminle, hangi koşullarda, ne zaman ilişkide bulunduğumuza bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. O nedenle ifadeleri genelde gösterdiğiniz tepkilere göre değerlendiriniz.

Değerlendirmenizi () hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman olmak üzere derecelendirdikten sonra cevap kâğıdındaki uygun yere (x) koyarak belirtiniz. Hiç bir ifadeyi boş bırakmamanız sonuçları daha sağlıklı değerlendirmeye yarayacaktır. Teşekkürler.

Lale ALKIŞ

Uzman Klinik Psikolog

1. Sorunlarını dinlediğim insanlar benim yanımdan rahatlayarak ayrılırlar.
() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman
2. Düşüncelerimi istediğim zaman anlaşılır biçimde ifade edebilirim.
() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman
3. Başkalarını bir kasıt aramadan dinlerim.
() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman
4. Sosyal ilişkide bulunduğum insanları oldukları gibi kabul edebilirim.
() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman
5. İnsanların önemli ve değerli olduklarını düşünürüm.
() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

6. Birisiyle ilgili bir karara ulaşmadan önce onunla ilgili gözlemlerimi gözden geçiririm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

7. İlişkide bulunduğum kişilerin anlatmak istediklerini dinlemek için onlara zaman ayırırım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

8. İnsanlara karşı sıcak bir ilgi duyarım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

9. İnsanlara gerektiğinde yardım etmekten hoşlanırım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

10. Olaylara değişik açılardan bakabilirim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

11. Düşüncelerimle yaptıklarım birbirleriyle tutarlıdır.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

12. İlişkilerimin daha iyiye gitmesi için bana düşenleri yapmaya özen gösteririm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

13. Kendime ve başkalarına zarar vermeden içimden geldiği gibi davranabilirim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

14. Arkadaşlarımla beraberken kendimi rahat hissederim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

15. Yaşadığım olaylardaki coşkuyu her halimle başkalarına iletebilirim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

16. İlişkilerim nasıl geliştiğini ve nereye gittiğini anlamak için düşünmeye zaman ayırırım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

17. Karşımdakini dinlerken anlamadığım bir ayrıntı olduğunda konunun açığa kavuşması için sorular sorarım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

18. Benimle özel olarak konuşmak isteyen bir arkadaşım olduğunda konuyu ayaküstü konuşmamaya özen gösteririm.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

19. Birisini anlamaya çalışırken sakın bir ses tonuyla konuşurum.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

20. İlişkilerimi zenginleştiren eğlenceli, keyifli bir yanım var.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

21. Birisine bir öneride bulunurken, onun öneri vermemi isteyip istemediğine dikkat ederim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

22. Birini dinlerken ne karşılık vereceğimden çok onun ne demek istediğini anlamaya çalışırım

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

23. İletişim kurduğum insanlar tarafından anlaşıldığımı hissederim.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

24. Bir yakınımınla sorunum olduğunda bunu onunla suçlayıcı olmayan bir dille konuşmak için girişimde bulunurum.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman

25. Karşımdakini dinlerken sırf kendi merakımı gidermek için ona özel sorular sormaktan kaçınırım.

() hiçbir zaman () nadiren () bazen () sıklıkla () her zaman



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURULU

KATILIMCILAR İÇİN BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ OLUR FORMU

Sizi, **İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulu**'ndan 29/05/2020 tarih ve 2020-15-12 sayı ile izin alınan ve Lale ALKIŞ tarafından yürütülen "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile İletişim Becerilerinin Karşılaştırılması" başlıklı araştırmaya davet ediyoruz. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır ve hiçbir riski yoktur. Çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmadan çıkma hakkına sahipsiniz. Bu çalışmaya katılmanız için sizden herhangi bir ücret istenmeyecektir. Çalışmaya katıldığınız için size bir ödeme yapılmayacaktır. Çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır.

Araştırmanın Amacı	Bu çalışmanın amacı; ergenlerin sosyal medya bağımlılığının iletişim becerileri ile ilişkisini çeşitli değişkenler açısından incelemektir. Ergenlik döneminde sosyal medya bağımlılığının ergenin psikolojik sağlığı, akademik başarısı ve sosyal ilişkileri gibi pek çok alanı etkilediğini gösteren çalışmalar giderek artmakla beraber hala sosyal medya bağımlılık düzeyi ile iletişim becerileri ilişkisi yönünden literatürde yeterli çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmada ergenlik dönemindeki sosyal medya bağımlılığının iletişim becerilerini ve sosyal işlevselliği ne derece etkilediği araştırılacaktır. Toplumun geleceği olan gençlerin sosyal medyanın olumsuz etkilerinden korunması, toplumun devamlılığı açısından büyük önem arz etmektedir. Yapacağımız çalışmanın bu açığı kapatması, bireysel ve toplumsal farkındalık geliştirmesi ve çözüm önerileri sunması açısından literatüre katkıda bulunacağı düşünülmektedir.
Araştırmanın Yöntemi	Bu çalışmanın türü betimsel, yöntemi ilişkisel prospektif tarama yöntemidir. Bu amaçla Bağcılar ilçesinde öğrenim görmekte olan 12-16 yaş arasındaki öğrencilere Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve İletişim Becerilerini Değerlendirme Envanteri uygulanacaktır.
Araştırmanın Öngörülen Süresi (Başlama ve Bitiş Tarihi)	30/01/2020-30/06/2020
Araştırmaya Katılması Beklenen Katılımcı Sayısı	300
Araştırmanın Yapılacağı Yerler	Araştırma online olarak gerçekleştirilecektir.
Görüntü ve/veya ses kaydı alınacak mı?	Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input checked="" type="checkbox"/>

KATILIMCI BEYANI

Yukarıda amacı ve içeriği belirtilen bu araştırma ile ilgili bilgiler tarafıma aktarıldı. Bu bilgilerden sonra araştırmaya katılımcı olarak davet edildim. Bu çalışmaya katılmayı kabul ettiğim takdirde gerek araştırma yürütülürken gerekse yayımlandığında kimliğimin gizli tutulacağı konusunda güvence aldım. Bana ait verilerin kullanımına izin veriyorum. Araştırma sonuçlarının eğitim ve bilimsel amaçlarla kullanımı sırasında kişisel bilgilerimin dikkatle korunacağı konusunda bana yeterli güven verildi. Araştırmanın yürütülmesi sırasında herhangi bir sebep göstermeden çekilebilirim. Araştırma için yapılacak harcamalarla ilgili herhangi bir parasal sorumluluk altına girmiyorum. Bana herhangi bir ödeme yapılamayacaktır. Araştırma ile ilgili bana yapılan tüm açıklamaları ayrıntılarıyla anlamış bulunmaktayım. Bu çalışmaya hiçbir baskı altında kalmadan kendi bireysel onayım ile katılıyorum. İmzalı bu form kağıdının bir kopyası bana verilecektir.

Araştırma yürütücüsü(Tez çalışmalarında Danışman tarafından imzalanacaktır.)

Adı ve Soyadı	Lale ALKIŞ	Tarih ve İmza
Adres ve telefonu	Bağlar mh. Koçman cd. No:7 Bağcılar/İstanbul 0533 729 3542	

Katılımcı

Adı ve Soyadı		Tarih ve İmza
Adres ve telefonu		

Velayet veya Vesayet Altındaki Katılımcılar için Veli/Vasi

Adı ve Soyadı		Tarih ve İmza
Adres ve telefonu		

EK – E ETİK KURUL ONAYI



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ

TOPLANTI TARİHİ : 29.05.2020
TOPLANTI SAYISI : 2020-15

KARAR NO: 2020-15-12: : Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı 190624002 numaralı öğrencisi Lale ALKIŞ'ın "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile İletişim Becerilerinin Karşılaştırılması" konulu çalışması hakkında yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, Etik Kurulumuzun 30.04.2020 tarih ve 2020-12 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy çokluğu ile karar verildi.

ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Mustafa KURDOĞLU
Rektör Yardımcısı