



T.C. UFUK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK PROGRAMI

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞININ ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN
İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ZEYNEP ÇARKÇI

TEZ DANIŞMANI

DR. ÖĞR. ÜYESİ BAŞAK KARATEKE

Ankara – 2019

T.C. UFUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK PROGRAMI

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ
ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Zeynep ÇARKÇI

Danışman

Dr.Öğr. Üyesi Başak KARATEKE

Ankara – 2019

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında büyük desteği olan, beraber çalıőmaktan keyif aldığım ve yardımını bir dakika bile benden esirgemeyen çok değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Başak KARATEKE hocama teşekkür ederim.

Çalıőmamızda desteği ile bize yol gösteren Dr. Öğr. Üyesi Burcu ARIĞ TİBET hocama teşekkür ederim.

Jrimize katılarak değerli görüőlerini bizimle paylaştığı için Dr. Öğr. Üyesi Zeynep KIZIL ASLAN hocama teşekkür ederim.

Bu zorlu süreçte her daim desteklerini bir an olsun üzerimden eksik etmeyen, hayatımın her döneminde maddi manevi fedakrlıklarını benden esirgemeyen anneme, babama, kız kardeőtime teőekkürlerin en büyüğünü borç bilirim.

Hayat arkadaőtım, eőtime destekleri için teşekkür ederim.

Hayatıma kattığı güzellikler için canım kızım Melike'me teşekkür ederim.

ÖZET

Çarkçı, Zeynep. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2019.

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının yalnızlık düzeyi ile algılanan vücut algısı arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Buna ek olarak sosyal medya bağımlılığı çeşitli değişkenler açısından incelenmiştir. Bu amaçlar doğrultusunda üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı, vücut algısı ve yalnızlık düzeyinin ölçülmesi ve çeşitli değişkenler açısından incelenmesi için veri toplamak amacıyla Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Vücut Algısı Ölçekleri kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler, SPSS 22.0 veri programı kullanılarak; demografik değişkenler için yüzde, frekans, aritmetik ortalama, standart sapma hesaplanmıştır. Değişkenler arasında anlamlı bir fark olup olmadığını tespit için ise, Pearson Korelasyon Analizi ve tek yönlü varyans analizi, değişkenlerinin birbirlerini yordayıp yordamadıklarının tespiti için ise çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma grubunu Ankara ilinde bulunan vakıf üniversiteleri, araştırma grubunu ise Ankara ilinde bulunan iki vakıf üniversitesinde öğrenci olan 316 kişi oluşturmaktadır.

Bu araştırmanın bulgularına göre, sosyal medya bağımlılığı ortalaması 107.58 (SS=35.22)'dir. UCLA Yalnızlık ölçeğinden ise öğrencilerin aldığı puanların ortalaması 45.27 (SS=9.46)'dir. Katılımcıların vücut algı puanlarının ortalaması ise 133.79 (SS= 29.35)'dur. Öğrenim görülen bölüm değişkeni doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algısı düzeyleri açısından incelendiğinde, yalnızlık düzeyinde öğrencilerin ortalamalarının neredeyse aynı, sosyal medya bağımlılığı ve vücut algılarında da istatistiksel olarak anlamlı olmayan 1-2 puanlık farklılıklar olduğu görülmektedir. Cinsiyet değişkeni doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algı düzeyinde anlamlı fark olmadığı görülmektedir. Sınıf değişkeni doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algısı ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığı ortalamalarının akademik başarı değişkenine göre ortalamalar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur. Sonuçlara bakıldığında akademik başarı düzeyi

artıkça sosyal bağımlılık düzeyinin azaldığı söylenebilir. Yalnızlık düzeyi ele alındığında ise ortalamaların istatistiksel olarak farklı olmadığı görülmüştür. Vücut algısı ise akademik başarı arttıkça pozitif yöne doğru artış göstermiştir. Bu fark istatistiksel olarak incelendiğinde ise anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır. Sosyoekonomik düzey değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık düzeyi ve vücut algısı ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur.

Çalışmadan elde edilen bulgular bütünüyle incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı ile vücut algısı ve yalnızlık düzeyleri arasındaki anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya bağımlılığı, vücut algısı, yalnızlık.

ABSTRACT

Çarkçı, Zeynep. Investigation of Social Media Addiction in Terms of Various Variables on University Students, Master's thesis, Ankara, 2019.

The purpose of this study is to investigate the relationship between loneliness level and perceived body perception of social media addiction of the university students. Additionally, social media addiction is examined in terms of various variables. For this purpose, Social Media Addiction Scale, UCLA Loneliness Scale and Body Perception Scale were used in order to collect data to measure social media addiction, body perception and loneliness level of university students in terms of various variables. The data obtained from the study were performed using SPSS 22.0 data program; percentages, frequencies, mean scores, and standard deviations were calculated for demographic variables. In order to determine whether there is a meaningful difference between the variables or not, Pearson Correlation Analysis and one-way variance analysis was used; whereas the multiple regression analysis was used to determine whether the variables complies with each other or not. The universe of the study consists of the foundation universities in Ankara and the sample consist of 316 students that was selected from the students studying at two foundation universities. According to the findings of this study, the mean of social media addiction was 107.58 (SD = 35.22). The data gathered from the UCLA Loneliness scale shows that the mean score was 45.27 (SD = 9.46). The mean score of body perception of the participants were 133.79 (SD = 29.35). When the social media addiction, loneliness and body perception levels are analyzed by means of the faculties that the students studied at, it was seen that the mean scores of loneliness are almost the same for students, and there are 1 to 2 points mathematical differences in social media addiction and body perception. According to the gender variable, the average of social media addiction, loneliness and body perception are almost the same. It was found that the difference between social media addiction, loneliness and body perception was statistically significant according to the class level variable. According to the results, it was found that that as the level of academic success increases, the level of social media addiction decreases. When the variable of loneliness level was considered, it was observed that the mean values were not

KABUL VE ONAY


Zeynep ÇARKÇI tarafından hazırlanan **Üniversite Öğrencilerinde Sosyal medya Bağlılığının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi** başlıklı bu çalışma, 13 Haziran 2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Dr. Öğr. Üyesi Burcu ARIĞ TİBET - Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Başak KARATEKE - Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep KIZIL - Üye

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.


Prof. Dr. Mehmet TOMANBAY
1999 ANKARA
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Tezim sadece Ufuk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

13.06.2019

Zeynep ÇARKÇI

different from each other mathematically. The body perception increased in the positive direction as the academic success increased. When this difference was examined statistically, it was concluded that there was no significant difference between the mentioned variables. It was also found that there is not any significant difference between the means of social media addiction by means of the socioeconomic levels.

Finally, according to the findings of the study, there is a statistically significant difference between the variables of social media addiction, body perception, and loneliness levels. .

Key Words: Social media addiction, body perception, loneliness.



İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	I
BİLDİRİM	II
TEŞEKKÜR	III
ÖZET	IV
ABSTRACT	VI
İÇİNDEKİLER	VIII
TABLolar LİSTESİ	XI
ŞEKİLLER LİSTESİ	XII
BÖLÜM 1	1
GİRİŞ	1
1.1. Amaç	3
1.1.1. AltAmaçlar	3
1.2. Hipotezler	4
1.3. Sınırlılıklar	4
1.4. Sayıtlılar	5
1.5. Tanımlar	5
1.6. Araştırmanın Gerekçesi Ve Önemi.....	6
BÖLÜM2	8
KURAMSAL AÇIKLAMALAR	8
2.1. İnternet Bağımlılığı	8
2.2. İnternet Bağımlılığı ile İlgili Kuramsal Yaklaşımlar	9
2.2.1. Young Dört Kategori Kuramı	9
2.2.2. Bilişsel Davranışsal Yaklaşım.....	10
2.2.3. Maslowİhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı	11
2.2.4. Beyinde Bağımlılıkta Rol Oynayan Mekanizmalar	12
2.2.5. Sosyal Medya Ve Özellikleri	13
2.2.6. Sosyal Medya Bağımlılığı	14
2.2.7. Sosyal Medya Bağımlılığının Bireyler Üzerinde Etkisi.....	16
2.2.8. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Vücut Algısı.....	17
2.2.9. Sosyal Medya Bağımlılığı İle Yalnızlık	19
2.3. İlgili Araştırmalar	20
2.3.1. Vücut Algısı Konusunda Yapılan Araştırmalar.....	21
2.3.2. Yalnızlık Konusunda Yapılan Çalışmalar	23
2.3.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Konusunda Yapılan Çalışmalar.....	26

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Değişkenlere Ait Dağılımlar	36
Tablo 2. Öğrenim Görülen Bölüme Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları.....	40
Tablo 3. Cinsiyete göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları.....	41
Tablo 4. Sınıf Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları.....	42
Tablo 5. Akademik Başarı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları.....	43
Tablo 6. Sosyoekonomik Düzey, Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları.....	44
Tablo 7. Yalnızlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Regresyon Analizi Sonuçları 1	48
Tablo 8. Yalnızlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Regresyon Analizi Sonuçları 2	48
Tablo 9. Vücut Algısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Regresyon Analizi Sonuçları 1	52
Tablo 10. Vücut Algısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Regresyon Analizi Sonuçları 2	52

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Maslow İhtiyaçlar Piramidi.....	11
Şekil 2. Sosyal Medya Bağımlılığı Dağılımı	37
Şekil 3. UCLA Yalnızlık Ölçeği Puan Dağılımı.....	38
Şekil 4. Vücut Algı Ölçeği Puan Dağılımı	39
Şekil 5. Regresyon Analizine Ait Varsayımların Kontrolü.....	46
Şekil 6. Histogram- Regresyon Analizine Varsayımların Kontrolü	46
Şekil 7. Serpilme Grafiği- Varsayımların Kontrolü.....	47
Şekil 8. Sosyal Medya Bağımlılığının Vücut Algısı Değişkeni Tarafından Yordanmasına İlişkin Varsayımların Kontrolü.....	49
Şekil 9. Vücut Algısı Histogram	50
Şekil 10. Vücut Algısı Serpilme Grafiği.....	51

BÖLÜM 1

GİRİŞ

İletişim ağının en yaygın kullanım aracı internettir. İnternet kullanım oranının git gide artmasıyla çeşitli fikir ayrılıkları ortaya çıkmaktadır. Örneğin bir kesime göre, internet her türlü sektörde hızlı ve ucuz bir şekilde bilgi birikimini geliştirmek, çeşitlendirmek için kullanılabilir. Aynı zamanda insanlar arasında kolaylıkla ve kısa sürede iletişim kurulmasına olanak sağladığı ifade edilmektedir. Diğer kesime göre ise internet, iletişimi yok eden, kullanıcıları bağımlı hale getirmekte olan, bireylerin üretkenliğinin düşmesine sebep olan bir olgu olarak görülmektedir (Ceyhan, 2008). İnternetin en popüler uygulamalarından biri olan sosyal medya kullanımına yönelik araştırmalara bakıldığında ise, sosyal medya olgusunun günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası olduğu görülmektedir. TÜİK (2018) verilerine göre, nüfusun %51'ini oluşturan 51 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Ayrıca bireyler gün içinde ortalama 2 saat 48 dakikalarını sosyal medyaya ayırmaktadırlar. Dolayısıyla kullanıcılar internette geçirdikleri zamanın büyük bir kısmını sosyal medya uygulamalarında geçirmektedirler. Bu uygulamaların kullanılabilirliğinin kolay olması, uygulamaların çeşitli olması, bireylerin özgürce istediklerini yapabilmeleri burada daha çok zaman geçirmelerine neden olmaktadır (Ergene, 2014).

Özellikle kullanımı oldukça popüler olan Facebook uygulamasının iki milyardan fazla kullanıcıya sahip olduğu bildirilmektedir (Facebook, 2017). Profilini oluşturan, anlık bildirimlerde bulunan kullanıcılar burada rahatlıkla diğer insanlarla tanışıp, iletişim kurabilmektedirler. Ayrıca bireyler kişisel bilgilerini paylaşp, ideal benlik algılarına göre çeşitli paylaşımlarda bulunabilmektedirler (Hingerton, 2016). Anlaşılacağı üzere bu uygulamaların bireyler üzerinde olumlu olumsuz bir takım etkilerini görmek muhtemeldir. Beğenmek ve beğenilmek temeliyle oluşturulan bu uygulamalarda insanlar, diğer insanların beğenilerine göre yaşam tarzlarını yönlendirebilmektedirler. Böylelikle insanlar popüler mekânlara gitmeyi, popüler kıyafetleri giymeyi hatta konuşurken popüler kelimeleri kullanmayı bile tercih edebilmektedirler. Bireyin her an her yerde

uygulamalar üzerinden aktif olmasının gündelik hayatında bir takım etkilere neden olabileceği düşünülmektedir (Aktaş, 2017). Örneğin, moda olanın hızla yayıldığı sosyal medya uygulamalarında bireyler statü kazanmak için paylaşımlarda bulunmaktadır. Bireyin vücut algısı, diğer bireylerle olan paylaşımları doğrultusunda şekillenmektedir. Modanın oluşturduğu ideal bedenler ile birey kendi bedenini özdeşleştirme yoluna gitmektedir. Moda olan, sosyal medya uygulamalarında ön plana çıkan paylaşımlar bireyin bedenine yönelik algılarını etkilemektedir (Şensoy, 2013). Bunlara ek olarak ise bireyler paylaşımlarını sosyal medya üzerinden gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar, böylelikle bireylerin arkadaş, eş, kardeş ve ana-baba gibi rolleri etkilenmektedir. İhtiyaç duyulan gerçek yaşantılar eksik kalmaktadır bu durum toplumda yalnız bireylerin sayısının artmasına neden olmaktadır (Aktaş, 2017). Buradan yola çıkarak, bireylerin çok fazla kullandıkları sosyal medya uygulamalarının bireyler üzerinde nasıl bir etkisinin olduğu araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Aynı zamanda bireylerin yalnızlık düzeyleri ve vücut algısı ile sosyal medya uygulamalarını kullanmaları arasında nasıl bir ilişkinin olduğu da araştırılmıştır.

Yakın zamanda internet kullanımının çoğunluğunu sosyal ağların oluşturacağı düşünülmektedir. Bu ağlar yalnızca iletişimi sağlamakla sınırlı kalmamakta, bilgi sahibi olma, oyun oynama, arama yapma gibi çeşitli konularda bireyin ihtiyaçlarının büyük çoğunluğunu karşılayacağı varsayılmaktadır (Hazar,2011). Bütün bunların yanı sıra sosyal medya uygulamaları internet üzerinden kullanılabilen programlar olduğu için internetten farklı olarak düşünülemez. İnternet kullanımında süreyi ayarlayamama, zihnin sürekli uygulamalar ile meşgul olması, git gide artan kullanım süresi, medya ortamında olmak için can atmak görülen problemler arasında yer almaktadır (Çam ve İşbulan, 2012). Günümüzde bu problemlerin görülmeye başlanması çalışmaların bu doğrultuda gitmesine neden olmaktadır.

Sosyal medya uygulamaları daha çok genç bireyler tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır (Andreassen, 2012; Çam ve İşbulan, 2012). Bireyler birbirleriyle yakın ilişkiler kurmaları amacıyla uygulamaları yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar. Bu sebeple, sosyal medya bağımlılığına yönelik çalışmaların genç bireyler ile birlikte yürütülmesi önem arz etmektedir (Tutgun-Ünal, 2015). Mevcut araştırmaların daha çok facebook uygulaması ile sosyal medya

BÖLÜM 3	29
YÖNTEM	29
3.1. Araştırma Modeli	29
3.2. Araştırma Soruları	29
3.3. Araştırma Grubu	30
3.4. Veri Toplama Araçları	30
3.4.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	30
3.4.2. UCLA Yalnızlık	31
3.4.3. Vücut Algısı Ölçeği	32
3.4.4. Kişisel Bilgi Formu	33
3.5. Veri Toplama Süreci	33
3.6. Veri Çözümleme Süreci	33
BÖLÜM 4	35
BULGULAR	35
4.1. Katılımcılar için Betimsel Analizler	35
4.2. Değişkenler için Betimsel Analizler	36
4.3. Demografik Değişkenler Doğrultusunda Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin İncelenmesi	39
4.3.1. Öğrenim Görülen Bölüm Okudukları Bölüm, Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeyleri	39
4.3.2. Cinsiyet Değişkeni Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeyleri	40
4.3.3. Sınıf Düzeyi Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeyleri	41
4.3.4. Akademik Başarı Değişkeni doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeyleri	42
4.3.5. Sosyoekonomik Düzey Değişkeni Doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeyleri	43
4.3.6. Pearson Çarpım Moment Korelasyon Katsayıları	44
4.4. Çoklu Regrasyon Analizlerinin Uygulanması	45
4.4.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkeninin Yalnızlık Düzeyi Değişkeni tarafından Yordanması	45
4.4.2. Varsayımların Kontrolü	45
4.4.3. Çoklu Regrasyon Analizi Sonuçları	47
4.4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkeninin Vücut Algısı Değişkeni tarafından Yordanması	48
4.4.5. Varsayımların Kontrolü	48
4.4.6. Çoklu Regrasyon Analizi Sonuçları	51

BÖLÜM 5	53
TARTIŞMA VE YORUM	53
5.1. Öğrencileri Okudukları Bölüm Doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerine Ait Bulguların Tartışma ve Yorumu	53
5.2. Cinsiyet Değişkeninin Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerine Etkisine Ait Bulgularının Tartışma ve Yorumu	54
5.3. Sınıf Değişkeni Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerine Ait Bulguların Tartışma ve Yorumu	57
5.4. Akademik Başarı Değişkeni Doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerine Ait Bulguların Tartışma ve Yorumu	57
5.5. Sosyoekonomik Düzey Değişkeni Doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerine Ait Bulguların Tartışma ve Yorumu	59
BÖLÜM 6	61
SONUÇ VE ÖNERİLER	61
ÖNERİLER	62
KAYNAKÇA	65
EKLER	72
EK-1. Sosyal Madde Bağımlılığı Ölçeği (Örnek Maddeleri)	72
EK-2. U.C.L.A. Yalnızlık Ölçeği (Örnek Maddeleri)	73
EK-3. Vücut Algısı Ölçeği (Örnek Maddeleri)	74
EK-4. Kişisel Bilgi Formu	75
EK-5. Özgeçmiş	76

bağımlılığını ortaya koymaya yönelik olduğu tespit edilmiştir (Andreassen, 2012; Çam ve İşbulan, 2012). Bu araştırma kapsamında ise sadece facebook uygulaması değil twitter, instagram, foursquare gibi diğer sosyal medya uygulamaları da araştırmaya incelenecektir.

1.1. Amaç

Bu araştırmada iki soruya yanıt aranmıştır:

1. Ankara ilindeki iki vakıf üniversitesine devam eden öğrencilerdeki sosyal medya bağımlılığı düzeyi, vücut algısı ve yalnızlık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
2. Cinsiyet, sosyoekonomik düzey gibi demografik değişkenlerin ve akademik başarının sosyal medya bağımlılığı düzeyi, vücut algısı ve yalnızlık düzeyi üzerinde etkisi var mıdır?

1.1.1. AltAmaçlar

1. Vücut algısı ölçeğinden alınan puanların sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden alınan puanlarla ilişkisi var mıdır?
2. Yalnızlık ölçeği puanları ile sosyal medya ölçeği puanları arasında ilişki var mıdır?
3. Cinsiyet değişkeninin vücut algısı ölçeğinden alınan puanlara etkisi var mıdır?
4. Yaş, değişkeninin vücut algısı ölçeğinden alınan puanlara etkisi var mıdır?
5. Akademik başarının vücut algısı ölçeğinden alınan puanlara etkisi var mıdır?
6. Sosyoekonomik seviyenin vücut algısı ölçeğinden alınan puanlara etkisi var mıdır?
7. Cinsiyet değişkeninin yalnızlık ölçeğinden alınan puanlara etkisi var mıdır?

8. Yaş değişkeninin yalnızlık ölçeğinden alınan puanlara etkisi var mıdır?
9. Akademik başarınıyalnızlık ölçeğinden alınan puanlara etkisi var mıdır?
10. Sosyoekonomik seviyeninyalnızlık ölçeğinden alınan puanlara etkisi var mıdır?

1.2. Hipotezler

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezler aşığıdaki gibidir.

- a) Vücut algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- b) Vücut algısı ölçeğinden düşük puan alan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı daha yüksektir.
- c) Yalnızlık düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığı artmaktadır.
- d) Cinsiyet faktörünün vücut algısı ile sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- e) Sosyo-ekonomik düzey, vücut algısı ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- f) Akademik başarı düzeyi vücut algısı, yalnızlık düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

1.3. Sınırlılıklar

Araştırmanın sınırlılıklarına aşığıda yer verilmiştir.

1. Ankara ilinde uygulama yapılan vakıf üniversitelerindeki öğrenciler ile sınırlandırılmıştır.

olmadığının belirlenmesi sağlanarak, sosyal medya bağımlılığı konusundaki alan yazına katkıda bulunulmuştur.

Sosyal medya bağımlılığı hakkındaki literatür incelendiğinde çalışmaların daha çok ergenlik dönemini kapsadığı görülmektedir. Teknolojiyle büyüyen, teknoloji ve mobil çağın içinde yer alan Y kuşağı, sosyal medyanın en aktif kullanıcıları arasında yer almaktadır. Y kuşağı sosyal medya uygulamalarını yönlendiren, şekillendiren ve trendleri ortaya çıkaran kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle günümüzde sosyal medya uygulamalarının hedef kitlesi Y kuşağıdır diyebiliriz (Baycan, 2017). Türkiye’de 25 milyon kişinin dahil olduğu düşünülen Y kuşağının çoğunluğunu üniversite çağındaki gençler oluşturmaktadır (Marketing Türkiye, 2016). Bu sebeple araştırmanın grubunu hakkında az sayıda araştırma olan beliren yetişkinlik döneminde bulunan üniversite öğrencileri oluşturmuştur. Araştırmanın sonucunda, sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çözüm ve öneriler sunulacaktır.

BÖLÜM2

KURAMSAL AÇIKLAMALAR

Sosyal medya bağımlılığı literatürde rapor edilmiş diğer bağımlılık türleri gibi psikolojik bir rahatsızlık olarak karşımıza çıkmaktadır (Tutgun-Ünal,2015). Sosyal medyanın web tabanlı bir uygulama olduğunu düşünerek internet bağımlılığı olgusundan ayrı tutulması doğru olmayacaktır. Buradan yola çıkarak ilk olarak internet bağımlılığı daha sonra sosyal medya ve sosyal medya bağımlılığı hakkında detaylı bilgi verilip, sosyal medya bağımlılığının araştırma kapsamındaki değişkenlerle olan ilişkisine yer verilecek ve bu konuda yapılan araştırmalara değinilecektir.

2.1. İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığı, bireyin aşırı düzeyde internet kullanma arzusuna yenik düşmesi, internet kullanmadığı zamanları önemsiz boşa geçen zaman olarak görmesi ve bunlara bağlı olarak aşırı gergin, öfkeli ruh halinde olma saldırgan davranışlarda bulunma eğilimidir. Böylelikle bireyin aile, iş, sosyal ortamları da etkilenir hale gelmektedir(Çam ve İşbulan, 2012). Tanı ölçütleri değerlendirildiği zaman madde bağımlılığı ile uyuşan özelliklerin olduğu tespit edilmektedir. Young (1996),internet bağımlılığını tanımlayabilmek için ölçütler oluşturmuştur. Bu ölçütlerden beşinin mevcut olmasıyla birey bağımlı olarak nitelendirilmektedir. Bu ölçütler,

1. Zihnin sürekli internet ile meşgul olması,
2. İnternet kullanım süresinin doyuma ulaşmak için artış göstermesi,
3. İnternet kullanım süresini azaltmak yada internet kullanımını bırakmak için çabaların yetersiz kalması,
4. İnternet kullanım süresinin azaltılmasıyla yoksunluk belirtilerinin gün yüzüne çıkması,
5. Git gide artan internet kullanım süresinin olması,
6. Aşırı internet kullanımıyla bireyin özel ve sosyal hayatında sorunların baş göstermesi,

7. Çevresindeki bireylere internet kullanım süresi hakkında doğruyu söylememe,
8. Bireyin interneti günlük hayatındaki sorunlardan, problemlerden her türlü olumsuz duygulardan kaçış yeri olarak görmesidir.

Griffiths (2000) ise, aşırı düzeyde internet kullanımı ile bireylerin internet bağımlısı değil, başka alanda bağımlı olduklarını ifade etmektedir. Yani bireyler başka alandaki bağımlılıklarını gidermek için aşırı düzeyde internet kullanmaktadırlar. Bu doğrultuda, internet bağımlılığının gerçekten bir bağımlılık mı yoksa başka bir psikolojik rahatsızlığın belirtisi mi sorularının cevabı mutlaka ortaya konmalıdır. Bunun sonucunda doğru bir tedavi süreci ile sağlıklı olmayan internet kullanımının önüne geçilmektedir (Arısoy, 2009).

2.2. İnternet Bağımlılığı ile İlgili Kuramsal Yaklaşımlar

Bireylerin hayatında sosyal medya çeşitli nedenlerden ötürü öncelikli hale gelmektedir. Bu bağlamda kuramların internet bağımlılığına ilişkin açıklamalarına yer verilecektir.

2.2.1. Young Dört Kategori Kuramı

Young (1996) bağımlılığının nedenlerini dört başlık altında incelemiştir;

- a) Sosyal destek
- b) Yaşam standartları
- c) Cinsel ergi
- d) Yeni bir profil oluşturma fırsatı

Sosyal Destek: Üyeler sosyal destek ihtiyaçlarını kullandıkları web tabanlı sosyal medya programlarında iletişim kurup paylaşımlarda bulunabildiği diğer üyelerle giderebilmektedirler. Duygu ve düşüncelerini rahatlıkla istediği gibi ifade edebilme aynı zamanda destek görme fırsatına sahiptirler. Buna ek olarak sosyal ilişkilerin yanı sıra ticari ilişkiler gibi farklı ilişkiler de kurabilme olanağını yakalayabilmektedirler.

Yaşam Fırsatları: Kendi duygu ve düşüncelerini sosyal ortamlarda dile getirmekten çekinen üyelerin bu tarz ortamlarda daha aktif oldukları belirtilmektedir.

Cinsel Ergi: Üyeler kimliğini açıklamadan cinsel zevklerini ifade etme olanağı ve cinsel yönelimleri ile ilgili araştırma olanağı bulmaktadırlar. Günlük hayatta kendilerini çekici olarak tanımlamayan bireylerin, üye oldukları ortamlarda rahatlıkla cinsel haz yaşamak için kendilerini ideal vücut imajı algılarına göre tanımlayabilmektedirler.

Yeni Profil: Üyeler bireysel özelliklerinin dışında çok farklı, kendi zevk ve isteklerine göre yeni birprofil oluşturabilmektedirler.

2.2.2. Bilişsel Davranışsal Yaklaşım

Davis ve diğerleri (2002), sağlıklı olmayan internet kullanımını açıklarken bilişsel davranışçı kuramı esas almıştır. Bilişsel davranışsal kuram sağlıklı internet kullanımının nedenlerini bilişsel süreçlere bağlamıştır. Yanlış ve çarpıtılmış düşünceler ve böylelikle meydana gelen davranışların pekişmesiyle birlikte sağlıklı internet kullanımı ortaya çıkmaktadır. Bilişler internet ortamında değişime uğramaktadır ve birey burada pekiştirici faktörlerle karşılaşmaktadır, böylelikle internete bağımlılığı hızlanmaktadır. Yeni şemalar, bireyin uyumlu davranışlarında ve bilişinde değişime neden olmaktadır. Örneğin, “internet sayesinde yalnız değilim”, “burada herkes beni seviyor bana saygı duyuyor”, “internette çok mutluyum burada herkes beni anlıyor” gibi şemalar oluşmakta ve bağımlılığın pekişmesinde rol oynamaktadır.

İnternet bağımlılığının etkileri sadece biliş ve davranışlarla sınırlı değildir. Bireyin bütün yaşamı üzerinde de olumsuzluklara neden olabilmektedir. Ayrıca bireyin stresli yaşamı, yaşamında onu etkileyen herhangi bir olayda internet bağımlılığına yatkınlık oluşturabilmektedir. Kullanıcı internette yeni uygulamalar ile çeşitli yeniliklerle karşılaşmakta, bu yenilikler bireyde haz duygusuna neden olmaktadır. Böylelikle birey bir süre sonra haz duygusunu yaşamak için internet ortamına tekrar tekrar başvurmaya koşullanmaktadır (Davis ve diğerleri, 2002).

2. Araştırma bulguları Vücut Algısı Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeklerinin ölçtükları nitelikler ile sınırlıdır.
3. Araştırma 2018 yılında elde edilen bilgi ve bulgularla sınırlıdır.
4. Araştırma, araştırma grubuyla sınırlıdır.

1.4. Sayıtlar

Araştırmanın temel sayıtları aşağıda verilmiştir.

- a) Bu araştırmada, araştırmaya katılan bireylerin Vücut Algısı Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) ve Kişisel Bilgi Formunu içtenlikle ve yansız olarak cevapladıkları kabul edilmiştir.
- b) Sosyal medya bağımlılığı, vücut algısı ve yalnızlık düzeyi değişkenleri açısından bireyin kontrol edilemeyen değişkenlerden etkilenmediği varsayılmıştır.

1.5. Tanımlar

Araştırmaya ilişkin kavramların tanımları aşağıda verilmiştir.

Vücut Algısı

Vücut algısı, herhangi bir kişinin kendi bedeni hakkındaki düşüncelerini, duygularını ve algılarını ifade eden bir kavramdır. Bireyin yaşantısı boyunca kendi bedenine yönelik algılarından oluşmaktadır. Bu algılar bireyin fiziksel, psikolojik, sosyolojik yapılarından ortaya çıkan duygu ve düşüncelerden etkilenerek, yaşam tecrübeleri ile yaşam boyu değişim özelliğine sahiptir (Cash,2004).

Sosyal Medya Bağımlılığı

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı olgusu kavramı, sosyal medya programlarının aşırı bir oranda kullanılması arzusuna karşı koyamama, kullanılmadığı zamanlarda zamanın boşa geçtiğini düşünme, bireyin öfkeli bir ruh

hali içinde saldırgan davranışlarda bulunma eğilimi göstermesi şeklinde ele alınmaktadır (Young,1996).

Yalnızlık

Yalnızlık, kişinin mevcut sosyal ilişkisi ile olmasını istediği sosyal ilişki arasındaki farklılık sonucu ortaya çıkan, olumlu olmayan psikolojik bir durum olmaktadır. Ayrıca yalnızlık kavramı genel doyumsuzluk, mutsuzluk ve kaygı gibi duyguları da beraberinde getiren bir durumdur (Peplau ve Perlman 1984).

1.6. Araştırmanın Gerekçesi Ve Önemi

Günümüzde internet ve sosyal medya kullanım oranı oldukça artış göstermektedir (Sulak, 2015).İnsanların sosyalleşmek, bilgi edinmek, güncel gelişmeleri takip etmek, eğlenmek, iletişim kurmak ve zaman geçirmek gibi ihtiyaçlarına etkileşim boyutuyla karşılık veren sosyal medya uygulamaları, insanları en hızlı şekilde kuşatan, bir araç haline gelmektedir. Bu şartlar altında insanların bilinçli teknoloji kullanımıyla teknoloji bağımlılığı arasındaki sınırı korumakta zorlandıkları görülmektedir (Tutgun-Ünal, 2015). Bu bağlamda teknoloji bağımlılığının bir parçası olan sosyal medya bağımlılığı içinde bulunduğumuz çağın önemli sorunlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya uygulamaları, bireyleri, zamanla gerçek ilişkilerinden uzaklaşarak sanal ilişkilere yönlendirmekte ve bu durumun kişilerde yalnızlaşmayı arttırabileceği düşünülmektedir (Aktaş, 2017).Buna ek olarak sosyal medya uygulamalarının görsel ve işitsel boyutlarının da olması nedeniyle bireylere bedenlerini de sergileme fırsatı sunmaktadır. Ancak bunu yaparken insan bedeninin eğlenceli paylaşımlarla sunulduğu sosyal medya ortamında çeşitli beden çerçeveleri oluşturulmaktadır (Şensoy, 2013).Sosyal medyanın bireyleri sanal ilişkilere yönlendirmesi ve bireylerin bedenlerini kendi sunduğu çerçevelere uydurmaları konusunda bireylere baskı yapması incelenmesi gerekli iki araştırma konusu olarak değerlendirilmiştir.

Bu amaçla, araştırmada bireylerin sosyal medya bağımlılığı ile yalnızlık düzeyleri ve vücut algısı arasındaki ilişki incelenmiş, sosyal medya bağımlılığının belirlenmesinde, yalnızlığın ve vücut algısı olgusunun etkili bir faktör olup

2.2.3. Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı



Şekil 1. Maslow İhtiyaçlar Piramidi

Kaynak: Ertürk, Yıldız. Dilek. Davranış Bilimleri, 4. Baskı, İstanbul, Kutup Yıldızı Yayınları, 2013, s.154.

Maslow 1943 yılında kaleme almış olduğu bir makalesinde bireyin ihtiyaç ve gereksinimlerini beş ana başlık altında toplamıştır. İhtiyaçlar Hiyerarşisi diğer bir adıyla gereksinimler piramidinde birinci basamakta yaşamsal ihtiyaçlar bulunurken sırasıyla; güvenlik gereksinimi, sevgi ve ait olma gereksinimi, saygı ve statü gereksinimi yer almaktadır. En son basamakta ise kendini gerçekleştirme gereksinimi yer almaktadır.

Araştırma kapsamında, günümüzde giderek artmakta olan sosyal medya kullanımını Maslow'un kuramı ile değerlendirdiğimizde, insanların sosyal medya uygulamalarını gereksinimlerini gidermek için bir araç olarak kullandığı görülmektedir. Piramitte yer alan basamakları doyuma ulaştırıp, gereksinimlerini karşılayarak bireyin tatmin olması açısından sosyal medya uygulamaları önemli bir rol oynamaktadır. Bireyler sosyal medya üzerinden diğer bireylerle iletişim kurarak, çeşitli paylaşımlarda bulunarak ve yapılan bu paylaşımlar karşısında olumlu geri dönüşler alarak sosyal gereksinimlerini (sevgi ve ait olma ihtiyacı) karşılamaktadır. Sosyal medya uygulamalarında paylaşımları ile beğeni alıp onaylandıkça kendine güven ve saygı duymaktadır. Böylelikle zaman içinde başarılı, mutlu ve iyi olduğunu göstermeye dayalı paylaşımlar yaparak statü elde etmeyi hedeflemektedir (Biliciler, 2018).

2.2.4. Beyinde Bağımlılıkta Rol Oynayan Mekanizmalar

Beyin birçok sinir hücresinden diğer bir adıyla nöronlardan meydana gelen bir iletişim merkezidir. Nöronlar, sinir sisteminin bünyesinde bulunan farklı yapılara, çeşitli mesaj aktarımında bulunurlar. Böylelikle duygu, düşünce ve davranış koordinesi sağlanmaktadır. Bağımlılık, bir beyin hastalığı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bağımlı bireyin beyin yapısı, aynı zamanda işleyiş düzeni değişime uğramaktadır (Tarhan, 2015). Bu değişimler bir süre sonra sağlıklı olmayan davranışlara neden olabilmektedir. Kuss ve Griffiths (2012), sosyal medya bağımlılığında altta yatan nörobiyolojik mekanizmalar dikkate alındığında madde bağımlılığı ile benzerlikler olduğunu saptamıştır. Mevcut araştırmalarda sigara, alkol ve madde bağımlılığı dışında alışveriş, kumar, teknoloji ve internet bağımlılığında beyinde beyin sistemlerinin rol aldığı gösterilmiştir. Beyinde bağımlılık ile ilgili temel sorumlu sistem ödül-ceza sistemidir (Tarhan, 2015).

Yapılan çalışmalar bağımlılık içeren davranışların beyindeki motivasyon ve zevk alanlarında ortaya çıkan dopamin salgısı ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Koob, 1996). Buradan yola çıkarak, beyinde bağımlılık süreci beyin ödüllendirme sistemi ile ilişkilendirilmektedir (Milgram, 1995). Sergilenmekte olan davranışlar ödül sistemi ile şekillendirilmektedir. Ödül ile birey, ilgili objelere (internet, sosyal medya uygulamaları vb.) karşı sergilediği davranışları sıklaştırabilmektedir. Böylelikle davranışın sürekliliği sağlanır, sergilenen davranışın ortadan kalkması önlenir ve olumlu duyguların (haz ve zevk) ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Eliot ve ark. 2000).

Bağımlılık, ödül-ceza sisteminin bir bileşeni olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan beyni kimyasal bir madde (dopamin) salgılayarak haz ve zevk hissi veren davranışları pekiştirme özelliğine sahip olmaktadır. Beyinde akkumbens çekirdeği denen bölge ödül sisteminin merkezini meydana getirmektedir. Bu bölgeyi uyaran herhangi bir şey beyin dopamin salgılamasına neden olmaktadır (Uzbay, 2009). Böylelikle birey kendini daha mutlu, huzurlu hissetmektedir. Bireyler haz ve zevk hissi veren eylemleri sıklaştırdıkça ödül sistemi zorlanmaktadır. Sonuç olarak birey birçok madde veya uyarana bağımlı hale gelmektedir (Canan, 2015).

2.2.5.Sosyal Medya Ve Özellikleri

Sosyal medya, web 3.0 teknolojisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Web 3.0 teknolojisi, uygulamaları kullanan üyelerin diğer üyeler hakkında bilgi edinmek, aynı zamanda üyelerle iletişimde bulunabilmek için kullandıkları internet siteleri ve bunlara yönelik programlardır (Gürsakal, 2009). Sosyal medya uygulamaları bireylerin birçok ihtiyaçlarını gidermeye yönelik hizmet vermek niyeti içindedir. Böylelikle bireyler ihtiyaçlarını bu uygulamalarla giderecek daha farklı alternatiflere ihtiyaç duymayacak hale gelmektedir (Hazar,2011)

İnternet ve sosyal medya kullanım oranı ve amacı bireyden bireye farklılık göstermektedir. Wickle (2015) ise araştırmasında, katılımcıların % 73.5'inin çevrimiçi profillerini günde beş kez yüklediklerini ve kontrol ettiklerini belirtmiştir. Wickle ayrıca, katılımcıların% 90.2'sinin beğeni almak için fotoğraf yayınladıklarını belirtmiştir.

Bireyler üzerinde bu derece etkili olan sosyal medya uygulamalarının çeşitli özellikleri bulunmaktadır. Gürsakal (2009) sosyal medyanın özelliklerini şu şekilde belirtmiştir. Bunlar, açıklık, karşılıklı konuşma, topluluk ve bağlantısallıktır.

Açıklık: Programların kullanımının oldukça kolay olmasıdır. Twitter uygulamasının her yaştan üyesi olduğu bilinmektedir. Ayrıca üyelerin profilleri istedikleri takdirde yoruma açıktır.

Karşılıklı Konuşma: Geleneksel medyada tek yönlü zaman alan bir iletişim yerini burada anında iletişim ve geri bildirim bırakmaktadır. Örneğin Instagram uygulamasında üyeler paylaştığı bir fotoğraf altında karşılıklı konuşma fırsatına sahiptir.

Topluluk: Kullanıcılar ilgi ve yetenek alanlarına göre topluluk kurabilir, herhangi bir topluluğa da katılabilirler. Böylelikle üyeler arasında kolaylıkla çeşitli bilgi paylaşımı yapılmaktadır.

Bağlantısallık: Sosyal medya programları, üyelerin diğer sitelere ve programlara kolaylıkla ulaşabilmesi için kullanıcı üyelere çeşitli bağlantılar verebilmektedir. Örneğin, tanıtım amacıyla program içinde diğer siteler tanıtılmaktadır.

İnsanların yaşam tarzlarının ve alışkanlıklarının değişmesine sebep olan sosyal medya uygulamaları içinde barındırdığı açıklık, karşılıklı konuşma, topluluk ve bağlantısallık gibi özellikler ile geleneksel medyadan ayrılmaktadır.

Statista (2016) verilerine göre, Türkiye’de popüler sosyal medya kullanım oranlarına bakıldığında zaman ; %57 oranı ile en çok Youtube kullanılmaktadır. Sırasıyla %56 facebook, %45 Instagram, %44 Twitter, %40 Whatsapp, %19 Snapchat, %19 Pinterest, %19 Tumblr yer almaktadır. Statista (İlkbahar 2017) Instagram hesapları sıralama verilerine göre ise aylık 800 milyondan fazla aktif kullanıcı bildirilmektedir. Kullanıcıların büyük çoğunluğunu ise otuz dört yaş ve altı gençler oluşturmaktadır.

Günümüzde sosyal medya deyince akla çeşitli alanda birçok uygulama gelmektedir. Örneğin, sosyal ağlar: Instagram, Twitter, Facebook, MySpace, Hi5 gibi. Şirket blogları, BoingBoing, Techcrunch gibi. Video-müzik paylaşım ağları ise Youtube, Google Videos, Dailymotion gibi ağlardır. Fotoğraf paylaşım ağları: Photo, Photodom gibi uygulamalardır (Hazar,2011).

2.2.6. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bağımlılık, bireyin önceden deneyimlemiş olduğu bir eylem ile yaşadığı haz ve doyumun, gelecek zamanda farklı haz ve doyumlara neden olabileceği düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda yapılan eylem bireyin içinde bulunduğu huzursuzluk duygusundan uzaklaşmasını sağlıyorsa, bağımlılık yaratan o olgubirey tarafından daha fazla rağbet görmektedir. Fakat kullanım oranının artmasıyla, huzursuzluk duygusundan kaçınma beraberinde huzursuzluk yaşıyorsa ve birey bundan kaçınmak için daha fazla o olguyu kullanıyorsa zamanla bağımlı hale gelmektedir (Hazar, 2011).

Bağımlılık davranışı belirginlik, duygudurum düzenleme, tolerans, çekilme belirtileri, çatışma ve tekrarlama olmak üzere altı temel bileşen ile açıklanabileceği ifade edilmiştir (Kuss,2014; Griffiths 2000).

1)Belirginlik: Bir aktivitenin bireyin yaşantısında öncelikli etkinlik haline gelerek düşüncelerine, duygularına ve eylemlerine hâkim olması anlamına gelmektedir.

2)Duydudurum düzenleme: Bireylerin sosyal medya uygulamalarını kullanmaları sonucunda öznel deneyimlerini ifade etmektedir. Yaşanan deneyimin farklı zamanlarda farklı duygular uyandırması anlamına gelmektedir.

3)Tolerans: Bireyin ruh hali üzerinde geçmişte yaşadığı olumlu etkileri elde etmek için sosyal medya kullanımını giderek arttırması anlamına gelmektedir.

4)Çekilme belirtileri: Bireyin sosyal medya uygulamalarında herhangi bir paylaşımında bulunamaması sonucunda ortaya çıkan olumsuz duygulanımı açıklamaktadır.

5)Çatışma: Bireyin sosyal medya uygulamalarında yoğun uğraşlarının bir sonucu olarak çevresiyle ya da kendisiyle yaşadığı problemleri ifade etmektedir.

6)Tekrarlama: Bireyin sosyal medya uygulamaları kullanımına son vermek için çaba sarf etmesi fakat bu araların kısa olması veya bir zaman sonra kullanıma yeniden başlaması anlamına gelmektedir.

Hazar (2011) araştırmasında bağımlılık tipolojisi üzerinde durmaktadır. Buna göre üç tür bağımlılık vardır. Bunlar bilişsel, duygusal ve davranışsal bağımlılık türleridir. Bireyin yaşamını devam ettirebilmek için bir takım bilgilere sahip olması gerekmektedir. Örneğin güncel gelişmeler, haberler gibi. Bu bilgilere ulaşmak için uzun süreli, sık sık sosyal medya uygulamalarına başvurması aynı zamanda sosyal medya haricinde bir bilgi olması halinde elde ettiği bilgilerle rahatsız hissetmesi bilişsel bağımlılığı ifade etmektedir. Duygusal bağımlılık ise, bireyin medyayı sosyalleşmek ya da sosyal ilişkilerden kaçış yeri olarak görmesidir. Bireyler medya yoluyla daha çok ilişki kurabilmekte, haberleşebilmektedir. Bütün bunların yanı sıra birey sosyal medya ortamında hiç tanımadığı bireylerle olduğundan farklı bir profil ile iletişim kurabilmektedir. Doğrudan ilişki kurduğunda reddedileceğini düşünen bireyler sosyal medya ortamında oluşturdukları sanal profil ile kendilerini daha iyi hissetmektedirler. Davranışsal bağımlılık bireyin iletişim kurarken sosyal medya uygulamalarını tercih etmesidir. Davranışsal bağımlılığın bir diğer yönü ise, medya ortamında haberleşip birlik olunup herhangi bir davranışa şekil vermesi olarak karşımıza

çıkaktadır. Örneğin, Arap Bahar ve Gezi gibi toplumsal hareketlerin ortaya çıkması aynı zamanda etkisinin artış göstermesi sosyal medya uygulamalarının davranışları şekillendirici işlevini ortaya koymaktadır (Arısoy, 2009).

2.2.7. Sosyal Medya Bağımlılığının Bireyler Üzerinde Etkisi

Bireyin gündelik yaşantısında çevresindeki bireylerle doğrudan iletişim kurup bilgi edinmek yerine sosyal medya uygulamalarına bağımlı olmak anlamına gelmektedir (Hazar, 2011).İnternet kullanımında olduğu gibi sosyal medya kullanımında da kullanıcı bireylerin sosyal yönünü geliştirici, zayıflatıcı ve tamamlayıcı etkileri bulunmaktadır. Etkileşimin ucuz, kolay olması ve mekân şartı aramadan hızlı olması bireyin sosyal yönünü geliştirmektedir. Yüz yüze iletişim kurma seçeneğindeki çeşitli sıkıntıların giderilmesiyle, onlar için medya üzerinden iletişim cazip hale gelmektedir. Böylelikle gerçek sosyal ilişkiler git gide zayıflayabilmektedir. Tamamlayıcı etkisinde ise, uygulamaların çeşitli özellikleriyle yüz yüze görüşme olanağına sahip olunabilir, bu uygulamalar üzerinden haberleşip buluşma fırsatı yaratılabilmektedir. Bu bağlamda Anderson (2007), sosyal medya üyelerinin diğer bireylerin faydasına olacak bir şeyleri karşılık beklemeden yapabildiklerini ifade etmektedir. Böylelikle, sosyal medya uygulamaları bir anda karşılık beklenmeden sosyal faydanın gerçekleştiği yerler haline dönüşmektedir.

Ayrıca Çam ve İşbulan (2012) üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdikleri çalışmalardan elde ettiği sonuçlarda, Facebook bağımlısı kişilerin özellikleri ortaya konmaktadır. Facebook uygulamasında zaman geçirme bakımından çevrelerindeki diğer insanların olumsuz söylemlerine rağmen Facebook kullanımlarından dolayı okul başarıları düşmektedir. Yapmaları gereken iş varsa öncesinde Facebook mesajlarını kontrol etmekte aynı zamanda bu durum iş performansı ve verimliliğini olumsuz etkilemektedir. Bireylere Facebook'ta ne yaptıkları sorulduğu zaman savunmacı davranmaktadırlar. Ayrıca Facebook kullanırken çevrelerindeki insanlar, onları rahatsız ettiği zaman bağırır, kırılır ya da saldırgan eylemlerde bulunmaktadırlar. Bunlara ek olarak, Facebook'ta harcadıkları zaman oranını azaltmak için çaba gösterecekler de başarısız olurlar, bu

çabalar genellikle kısa süreli olmaktadır. Facebook'ta ne kadar zaman geçirdiklerini gizli tutarlar, sosyal aktivitelerde bulunmak yerine Facebook'ta zaman geçirmeyi tercih ederler (Çam ve İşbulan, 2012).

2.2.8. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Vücut Algısı

Günümüzde beden bir tüketim alanı olarak dikkat çekmektedir. Tüketilen maddelerin genel olarak bedene yönelik olduğu ve beden tarafından tercih edildiği bilinmektedir. Dış görünüş, bedene ve imaja verilen değer, imaj kültürünü meydana getirmektedir. Çeşitli dergiler, televizyon programları, magazin programları, kültür- sanat programları, sinema sektörü bunlara ek olarak müzik ve videolar bile imaj kültürünün gelişmesinde ciddi bir rol oynamaktadır. Günlük yaşantıya bakıldığında zaman beden olgusu toplumsal yaşantıda etkili, yön verilebilen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Okumuş, 2009).

Bireyin fiziksel görünümünün güzel ya da güzel olmaması öznel bir kavram olduğu halde kültüre özgü, zaman ile değişebilen moda olan kalıp yargılar bulunmaktadır (Göksan, 2007). Örneğin, 60'lı yıllarda bireylerin vücut hatları geniş yapıydı buna bağlı olarak, düşük maliyetli bireylerin kolay ulaşabilecekleri pratik, gösterişten uzak, vücut hatlarını belli etmeyen giysiler tercih edilmekteydi. 70'lerde bunun yerini parlıtlı, gösterişli kıyafetler aldı. Kadınların iş hayatında baş göstermesiyle birlikte önceki yıllara göre daha kullanışlı kıyafetlerin yanı sıra yeni kıyafet çeşitleri de görülmekteydi. Örneğin, büyük omuz çantaları, vücut hatlarını ortaya çıkaran mini etekler, mücevherler moda oldu. 80'li yıllara gelindiği zaman lüks tüketim, güç gösterisi haline gelmektedir. Bireyler dönemin moda olan ürününe ve moda olan vücut görüntüsüne (ince bele sahip olma) sahip olma aynı zamanda beğenme ve beğenilme temelli olan moda akımına kapılmaktaydılar. 90'lar, bireyler fit vücut görüntüsü akımına kapıldıkları ve bu doğrultuda dönemin moda olan kıyafetlerinin yanı sıra kendisine yakışan ürüne sahip olmak için çabaladıkları görülmektedir. 2000'li yıllara gelindiği zaman fit vücut görüntüsünün yerini sıfır beden görünümü almaktadır. Buna bağlı olarak taytlar, dar pantolonlar, gösterişli, pahalı, dikkat çekici kıyafetler tercih edilir hale gelmektedir (Şensoy, 2013; Uğurlu, 2015). Bir süre sonra moda akımına maruz kalan bireyler, gösterilen ideal vücut imgeleri ile sahip oldukları

vücut imgelerini yarıştırmaya hale gelmektedirler. Bu bitmek tükenmek bilmeyen yarış esnasında bir takım yanlış algılar oluşmaktadır (Göksan, 2007).

Bedene yönelik algılar post- modern etkiyle bireyin bütün yaşantısını olumsuz etkilemeye başlama olasılığı ile araştırmaların geniş bir çerçeveye yayıldığı görülmektedir (Özbolet, 2011). Örneğin; birey, diğer bireyler tarafından görüntüsünün nasıl yorumladığına ilişkin ciddi düzeyde kaygı yaşamakta ve böylelikle sosyal ortamlardan uzak durabilmekte hatta evden dışarı çıkmakta güçlük yaşayabilmektedir (Güler, 2015). Sosyal medya, bireyin kendisini ve diğer bireyleri nasıl gördüğünü yönlendirebilmektedir. Medyada yer alan mükemmel olduğu varsayılan vücut görünümü, bu görünüme sahip olmayan bireylerin mükemmel vücut görünümüne kavuşmak için vücuduyla savaşır hale geldiği bilinmektedir (Gaffney,2017)

Günümüzde dış görünüme verilen değer git gide arttığı için bireyin kendi vücut algısına yönelik kaygıları da gündem güne artmaktadır. Sosyal medya, televizyon programları, dergiler, insanlar arasında yaşanan günlük diyaloglar gibi çeşitli uyarılar, gün içinde insanların dış görünüşlerine ilişkin baskı yaşamalarına neden olmaktadır. Ortaya çıkan bu baskı ile günümüzde bireylerin bedenlerine yönelik düşünceleri önem kazanır bir hal almaktadır (Eşiyok Sönmez ve Özgen, 2016). Bunlara ek olarak dış etkilerin bireylerde yeme bozukluklarına ve bir takım sağlık sorunlarına yol açtığı bilinmektedir (Gaffney,2017).

Postmodern dönem ile birlikte insanlar arasındaki popüler akım formda kalmaktadır. Bireylerin toplumsal bir sorumluluk edasıyla bu akıma ayak uydurmaya çabaladıkları görülmektedir. Bireylerin bu çabası ile kendilerini daha sağlıklı, mutlu ve huzurlu hissetmeleri sağlanmaktadır (Özbolet, 2011).İnsanlar toplumda var olduklarından itibaren dış görünüşlerine önem vermektedirler. Var olduklarından daha iyi bir halde görünmek için bitki köklerini, yosunları ve hayvan tüylerini kullanmışlardır. Bunların dışında ise doğadaki diğer kaynaklardan yararlanarak daha estetik ve gösterişli görünmeye çalışmışlardır. Bu süreç, günümüzde teknoloji ve tıp biliminin gelişmesi ve ilerlemesi ile birlikte daha farklı bir boyut almıştır (Haspolat, 2016). Bu gelişmeler medya yoluyla insanları daha ciddi biçimde etkiler hale gelmiştir. Mevcut çalışmalara bakıldığında zaman vücut algısı konusunda medya etkisi, vücut algısı üzerinde etkisi olabileceği varsayılan bir değişken olarak ele alınmış ve gerek sosyal medya

gerekse görsel medyanın vücut algısı konusunda oldukça etkili olduğu tespit edilmiştir (Fardouly ve ark.2015; akt. Haspolat 2016). Birey medyada yer almakta olan ideal benlik tanımları ile özdeşleşme yoluna gitmektedir. Örneğin, beğendiği bir sanatçıya benzemek için çaba sarf etmek, kendi vücudunda bir takım değişikliklerde bulunabilmektedir. Dolayısıyla bu tür değerlendirmeler özellikle genç bireylerde bir takım problemlere neden olmaktadır (Aktaş, Aştı, Bakanoğlu ve Çelebioğlu, 2010).

2.2.9.Sosyal Medya Bağımlılığı İle Yalnızlık

Araştırmada üzerinde durulan bir diğer konuda yalnızlık olgusudur. Mevcut araştırmalar incelendiğinde yalnızlık ile sosyal medya bağımlılığının ilişkili olduğu görülmektedir. Teknolojinin hızla gelişmesiyle, insanların doğal yaşamdan uzaklaşması, değişen ve değişmekte olan yaşam standartları ile gün yüzüne çıkan yalnızlık olgusu toplumda görülen sorunlar arasında yer almaktadır. Bütün bunlar bireyin günlük hayatını ve sosyal ilişkilerini etkilemektedir. Bireyler güven ortamından uzak, samimi olmayan, yalnız bir birey olarak yaşamlarını sürdürür hale gelmektedirler (Alkan ve Sezgin, 1998).

Araştırma kapsamında sosyal paylaşım uygulamalarının kullanımıyla sağlanan doyum ve haz duygularına ek olarak yalnızlık düzeylerinin de ne ölçüde olduğu önemli bulunmaktadır. Günümüzde modernleşme ile yalnızlık farklı bir boyutta yaşanmaktadır. Bireyler teknoloji sayesinde her an istediği kişiye, istediği bilgiye rahatlıkla kısa bir zaman içerisinde ulaşabilmektedir. Medya üzerinden birçok kişiyle aynı anda iletişim kurarken bir yandan da yalnız kalabilmektedir. Böylelikle sanal ortamda kalabalık içerisinde özünde yalnız insanların sayısı artmaktadır (Baudrillard, 2006).

2000’li yıllar ile internet hemen hemen her yerde bilginin merkezi haline gelmiştir. Birebir iletişim kurma fırsatı, medya paylaşım ortamları, güncel haberler ve gelişmeler ile sosyal ağlarda gelişerek değişime uğramıştır. Böylelikle bireyler fırsat buldukları an zengin içeriğe sahip ağlara katılmayı tercih etmektedirler. Bu denli ağların tercih edilmesinde ki neden herhangi bir zaman ve mekan kavramına gerek duyulmamasıdır. Kullanıcılar çeşitli ağlar üzerinden uygulamaları kullanarak toplumda varlıklarını gösterir hale gelmektedirler.

Gelişmeleri takip etmek, paylaşımlarda bulunmak ve diğer paylaşımlardan haberdar olmak bireylerin öncelikleri arasına girmektedir. Böylelikle bireyler zamanlarının büyük bir çoğunluğunu bu ortamlarda geçirmektedirler. Alışveriş yapmak, spor yapmak, arkadaş ve aile ile zaman geçirmek, çeşitli etkinliklerde bulunmak yerine internet ortamında vakitlerini harcamaktadırlar. Yani birey internet ortamını, sosyal ortamlara tercih eder hale gelmiştir. İnternet ortamında en popüler kullanım alanları ise sosyal medya ortamları olduğu bilinmektedir (Taydaş,2012).Bunların yanı sıra, internet ortamında paylaşımda bulunarak bireyler kendilerinin sosyalleştiğini düşünmektedir. Uzmanlar bunu “Sosyal Bildirim Bağımlılığı” olarak tanımlamaktadır. Bu kullanıcılar bildirimlerini paylaşarak sosyalleşeceklerini düşünmelerine rağmen, sosyal olmaktan uzaklaşmakta ve beyin o an sosyalleşmeyi sanal bir olgu olarak kabul ettiğinden gerçek sosyal ilişkileri kabul etmemektedir. Çünkü beyin, bireyin sosyal medya ortamlarında çeşitli paylaşımlarıyla ve bildirimlerin etkisiyle sosyal kaldığını sanmaktadır (Çam ve İşbulan, 2012).

Sosyal medya uygulamaları, bireylerin paylaşımlarda bulunması, bu paylaşımların diğer bireylerce beğenilmesi üzerine kurulmuştur. Böylece insanların yaşam standartları, diğer bireylerin onay ve beğenilerine göre şekillenmektedir. Herkes tarafından beğenilen mekanlara gitmek, popüler markaların ürünlerini tercih etmek, herkesin izlediği filmleri ve dizileri takip etmek bireyin hayatında öncelikli hale gelmektedir. Bireyin kendi zevkleri, ilgileri geri plana atılmaktadır. Bu denli insan hayatında etkileri olan sosyal medya olgusu git gide sosyal ilişkileri de etkiler hale gelmiştir. Zaman zaman her insan çevresindeki insanlardan uzaklaşıp yalnız kalmak isteyebilir fakat bu yalnız kalma isteği, diğer insanlarla iletişime geçmede gerginlik yapmaya sebep oluyorsa kişi git gide gerçek ilişkilerden uzaklaşır hale gelmektedir (Aktaş, 2017).

2.3. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde vücut algısı, yalnızlık düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı hakkında yapılan çalışmalara yer verilecektir.

2.3.1. Vücut Algısı Konusunda Yapılan Araştırmalar

Yapılan çalışmada beden algısı niteliği kültüre, yaşa ve cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Erkekler az kiloda bir bedeninin olmasını olumlu görürken, kadınlar ise ideal olarak nitelendirmektedir. Ayrıca kadınların, kültürel olarak güzel kabul edilen normlara erkeklerden daha fazla uymaya eğilimli oldukları tespit edilmiştir (Güneş, 2009).

Esnaola ve ark. (2010) çalışmalarını 1259 kişi üzerinde gerçekleştirmiştir. Çalışmalarında ki yaş aralığını 627 kişi ergenler, 271'i genç yetişkinler, 248'i orta yaşlılar ve 112'si 55 yaş bireyler oluşmaktadır. Çalışmanın sonunda ise, vücut algısı ile ilgili olumsuz duyguların, sosyal baskıyla doğrudan ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca kadınların erkeklerden daha fazla vücut algısı ile ilgili olumsuz duygulara sahip oldukları belirtilmiştir. Kadın katılımcılar çevre baskısından daha çok etkilendiklerini ifade etmişlerdir.

Fardouly ve ark. (2015) Facebook kullanımının vücut algısında diğer magazin dergilerine göre farklılık oluşturup oluşturmadığına yönelik 112 kadın katılımcıyla araştırma gerçekleştirmişlerdir. Katılımcıların bir kısmı 10 dakika facebook uygulamasında zaman geçirirken, diğer üyeler ise herhangi bir görüşten bağımsız bir magazin sitesinde zaman geçirmişlerdir. Daha sonra katılımcıların vücut imajı ve ruh hallerine yönelik ölçümler yapılmıştır. Sonuçlara göre, facebook'ta vakit geçiren katılımcılar diğer katılımcılara göre vücut imajına yönelik daha olumsuz ifadelerde bulunmuşlardır.

Güler (2015) ise araştırmasında, üniversite öğrencilerinde vücut algısı ile umutsuzluk ve yaşam doyumu düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek için, İstanbul ilinde üniversite öğrenimine devam eden 110 öğrenci üzerinde Vücut Algısı Ölçeği, Diener Yaşam Doyumu Ölçeği ve Beck Umutsuzluk Ölçeği uygulamıştır. Ayrıca öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerini tespit etmek için kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre kız öğrencilerin erkeklere göre vücut imajlarını daha olumsuz olarak aldıkları tespit edilmiştir. Ek olarak, vücut imajının hem yaşam doyumunu hem de umudu etkilediğine dair anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır.

Diğer bir araştırma, Haspolat (2016) üniversite öğrencilerine yönelik anket yoluyla yaptığı araştırmasının sonucunda, vücut algısı puanlarında cinsiyete göre, magazin gelişmelerini takip etme, arkadaş çevresine sahip olma, romantik ilişkiye sahip olma durumlarına ve ana-baba tutumlarına göre anlamlı farklılıklar tespit etmiştir.

Mevcut araştırmalardan bir diğeri ise Sönmez ve Özgen (2016) vücut algısına yönelik yaptığı araştırmada Türkiye ve İngiltere’de öğrenim gören üniversite öğrencilerin vücut algılarına yönelik düşüncelerinde geleneksel ve sosyal medyanın etkisini araştırmışlardır. Araştırmada Türkiye’den 381, İngiltere’den 235 öğrenci yer almaktadır. Dış görünüşe ilişkin Sosyo-Kültürel Tutumlar Ölçeği formu kullanılmıştır. Bulgulara göre, bireyler üzerinde medya olgusundan kaynaklanan baskı, medyada yer alan beden figürleriyle kendi bedeninin karşılaştırılması ve kendi bedenini medyada sunulana benzetmeye çalışması açısından, iki ülke arasında anlamlı farklar tespit edilmiştir.

Amaghanı (2016) lise öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada, sosyal medya kullanımının yalnızlık üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırma bulgularında yalnızlık arttıkça sosyal medyaya tutumun da olumlu yönde artış gösterdiği, yalnızlık azaldıkça sosyal medyaya olumlu tutumun azaldığı tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımının artması ile birlikte bireylerin, en küçük yalnızlık duygusuna kapıldıkları zaman bu yalnızlıktan kurtulmak için sosyal medya uygulamalarını en basit ve kolay yol olarak seçtiklerini belirtmiştir.

Altındış ve ark (2017) Öğrenciler üzerinde uygulanan sosyal görünüş anksiyete ölçeğinde, öğrencilerin %8.7’sinin dış görünüşlerinden dolayı kendilerini rahatsız, huzursuz hissettiklerini, % 21.3’ünün ise dış görünüşlerinden ötürü diğer insanların kendilerini beğenmeyecekleri düşüncesiyle nedeniyle kaygı yaşadıklarını belirtmiştir.

Fox ve Vendemia (2016) araştırmalarında, sosyal medyada aktif, paylaşımlarını kendileri seçen, düzenleyen ve hayal ettikleri bir kitleye ait sosyal medya uygulamalarında fotoğrafların paylaşımı ile vücut algısına yönelik değer ve önemin hangi boyutta olduğunu ifade etmişlerdir. Paylaşımlardaki fotoğraflar kullanıcıların fiziksel imajına odaklanılabilen ve vücut algısına yönelik sosyokültürel normları ortaya koyabilecek bir niteliğe sahip olabilmektedir.

Sosyal medya uygulamaları kullanıcıları arasında yapılan bu çalışma 1,686 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Fotoğrafların paylaşılması, fotoğrafların düzenlenmesi ve diğer bireylerin fotoğraflarıyla sosyal karşılaştırma yaptıktan sonra duygu ve düşünceler de dahil olmak üzere fotoğraflarla ilgili davranışlar incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre kadınların fotoğrafları daha sık düzenlediği, erkek kullanıcılar göre sosyal karşılaştırma sonrası kendilerini daha kötü hissettikleri belirlenmiştir. Vücut algısı ve vücut karşılaştırma eğilimi bu etkilere aracılık eden değişkenler olarak tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçlarında vücut algısının bireyin hayatındaki önemi görülmektedir. Bireyin hayatında önem taşıyan her türlü etkinliğe katılımı, eş veya iş seçimi, duygusal ve sosyal yaşamını etkileyecek seçimleri, toplumsal rolleri bireyin sahip olduğu vücut algısı ile güçlü bir ilişki içinde bulunmaktadır. Bu bağlamda çalışmaların daha çok yeme bozukları ile ilişkilendirildiği görülmüş ancak sosyal medya bağımlılığı ile arasındaki ilişkinin yeterli düzeyde araştırılmadığı görülmüştür. Bu sebeple mevcut araştırmanın alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.3.2. Yalnızlık Konusunda Yapılan Çalışmalar

Özodaşık,(1989) araştırmasında kendilerini yalnız olarak nitelendiren insanların diğer insanlardan farklı olarak özelliklerini şu şekilde ifade etmektedir:

- a) Bireyin kendisini çevresinde bulunan diğer kişilerle uyumlu olmadığını düşünme,
- b) Bireyin hayatında sosyal etkinliklerin az olması,
- c) Sorumluluk duygusunun bireyde gerginlik yaratması,
- d) Arkadaş ilişkilerinde zorlanma,
- e) İçer dönüklük,
- f) Güçlü ve etkili sosyal ilişkilerde bulunamama,
- g) Olaylara karşı olumsuz bakış açısına sahip olmaktır.

Yalnızlıkla ilgili Batıgün ve Hasta (2010) tarafından genç bireyler arasındaki internet bağımlılığı ile yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları arasındaki ilişkiyi

ölçen bir araştırma yapılmıştır. Bu amaçla 18-27 yaş arasında toplam 213 kişi üzerinde İnternet Bağımlılığı Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Kişilerarası İlişki Tarzları Ölçeğini bunun yanı sıra kişisel bilgi formunu uygulanmıştır. Sonuçlara bakıldığı zaman grubun %14'ünün internet bağımlısı olarak ifade edilebileceği görülmektedir. İnternete bağımlı olan bireylerin, olmayanlara göre kişilerarası iletişimde ketleyici tarzı daha çok ortaya koydukları ve yalnızlık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Benzer bir araştırma da ise Esen ve Siyez (2011), ergenlerde internet bağımlılığını yordayan değişkenlerin incelenmesi amaçlamıştır. Araştırmaya 2009-2010 eğitim öğretim yılından İzmir ili Çeşme ilçesinde bulunan ortaöğretim öğrenim gören 700 öğrenci katılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak İnternet Bağımlılık Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği, Yaşam Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Sonuçlara göre, ergenlerde internet bağımlılığı ile yalnızlık arasında pozitif yönde; internet bağımlılığı ile aileden algılanan sosyal destek arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Araştırmanın sonucunda demografik değişkenlerin ergenlerde internet bağımlılığını yordadığı görülmüştür.

Son zamanların en popüler uygulamalarından biri olan Facebook uygulamasının yalnızlık ile ilişkisine bakan Taydaş (2012) ise, araştırmasında üniversite öğrencilerinin Facebook sitesini kullanma şekillerini ve kullanım esnasında elde ettikleri doyumları ve uygulamayı aktif olarak kullanan bireylerin yalnızlık düzeylerini incelemiştir. Araştırmanın evrenini Cumhuriyet Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Sonuçlara bakıldığında Facebook sitesinde harcanan zamanın sosyal çevreyi şekillendirdiği, diğer bireylerle iletişim kurmak için gerçekleştirilen bir aktivite olarak görülmesinden ötürü bireylerin yalnızlaşmasını engellediği sonucu tespit edilmiştir.

Yalnızlık üzerine yapılan bir diğer araştırma ise, Mutlu (2014) lise öğrencilerinde facebook ve bazı uygulamaların kullanım sıklığı ile öğrencilerin yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla 764 öğrenci üzerinde araştırmacı tarafından hazırlanan facebook kullanımı- uygulamaları değerlendirme anketi, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve CooperSmith Özsaygı Ölçeği uygulamıştır. Araştırmanın sonucunda, Facebook kullanım oranı daha az olan öğrencilerin özsaygı düzeylerinin diğerlerine göre daha fazla olduğu, diğer taraftan arkadaş

sayısı, fotoğraf paylaşma oranı, beğeni ve yorum alma sıklığı az olan bireylerde ise yalnızlık düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yani yalnızlık ve özsaygı düzeylerinin facebook kullanımı ve uygulamaları üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığında yalnız olgusuna farklı bir açıdan yaklaşan Sucu (2012) çalışmasında sosyal medya oyunlarının nasıl bağımlılık yapan bir sosyal aktivite olduğunu konu edinmiştir. Araştırma internet kullanımının bağımlılığa dönüşmesinde en önemli nedenlerden birinin sosyal medya oyunları olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal medya oyun ağları arasında kullanıcı sayısı gittikçe artmakta olan sosyal medya oyunlarının zaman geçtikçe bir bağımlılığa dönüştüğünü ve kullanıcı bireylerin gerçek hayattaki mekânlarda yer almaktan ve gerçek iletişimden uzaklaşıldığını açıklamaktadır.

Kişilik özelliklerinin sosyal medya kullanım miktarı ile ilişkisini konu edinen edilen Ross ve diğ., (2009) araştırmasında, geniş bir çevrimdışı ağa sahip olan kişilerin daha dışa dönük olduğu, yüksek özsaygılarının olduğu ve Facebook’u sosyal kazanım sağladıkları için kullandıklarını ifade etmektedir.

Ünlü (2018) araştırmasında orta yaş üstü olarak anılan “50 yaş üstü” 16 kişinin sosyal medya bağımlısı olup olmadığını araştırmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının sadece gençlere has bir durum olmadığını orta yaş üstü bireylerinde sosyal medya bağımlısı olabileceklerini belirtmiştir. Orta yaş üstü bireylerin büyük bir kısmının emekli olduğu ve sevdikleri yakınlarının uzakta olan bireylerin oluşturduğu bu yaş grubunun sosyal medyayı sığınabilecek bir liman olarak gördüklerinden dolayı sosyal medya uygulamalarına bağımlı hale geldiklerini tespit etmiştir. Evli, eşleri sağ olan bireylerin gündelik yaşantılarında çeşitli meşguliyetleri olmasından dolayı sosyal medya uygulamalarını kullanımları bağımlılık seviyesine ulaşmadıklarını aktarmaktadır.

Yapılan çalışmalara bakıldığında yalnızlık olgusunun insanlar tarafından olumsuz bir kişilik özelliği olarak nitelendirildiği görülmektedir. Bu bağlamda çalışmaların çoğunlukla sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilendirildiği bilinmektedir. Yalnızlık olgusunun, sosyal medya bağımlılığı ve vücut algısı ile değerlendirilmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.3.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Konusunda Yapılan Çalışmalar

Özcan (2004), araştırmasında, üniversite öğrencilerinin internet kullanım özelliklerini belirlemeyi ve öğrencilerin psikososyal durumları ile ilişkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bulgulara bakıldığı zaman, öğrencilerin, eğitim ve sosyalleşme amaçlı olarak interneti kullandıkları, aşırı oranda internet kullanımına yönelik psikolojik, fiziksel ve sosyal alanlarda bir takım problemlerinin olduğu görülmektedir.

Benzer bir diğer çalışmada Yang ve Tung (2007), internet bağımlısı olan ve internet bağımlısı olmayan lise öğrencileri arasındaki farka bakmışlardır. Araştırmaya dahil olan öğrencilerden %13.8 'i internet bağımlısı olarak belirlenmiştir. İnternete bağımlı öğrencilerin bağımlı olmayanlara göre iki kat fazla internet ortamında çevrimiçi bulduklarını tespit etmiştir. Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç ise, internet bağımlısı olan öğrencilerin, bağımlı olmayan öğrencilere göre günlük aktivitelerinde, akademik başarılarında ve ailesel ilişkilerinde daha çok olumsuz yaşantıya sahip olduklarıdır. Bunlara ek olarak her iki grupta da internet kullanımının, öğrenciler arasındaki ilişkiyi geliştirdiği ortaya konmuştur.

Mevcut araştırmalardan bir diğeri incelendiğinde ise, daha çok genç bireylerin günlük sosyal medya kullanım sürelerinin araştırıldığı görülmektedir. Hazar (2011)'in 248 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, öğrencilerin sosyal medya uygulamalarına günlük ne kadar zaman ayırdıkları sorulduğunda, % 50,4'ü 2-4 saat, % 31,9'u en fazla bir saat, % 9,7'si 5 saat ve üstü zaman dilimi ayırdıkları tespit edilmiştir.

Kullanıcı üyelerin sosyal medya uygulamalarından kaç tanesini aktif olarak kullandığının araştırıldığı Koç ve Karabatak (2011)'in çalışmasında ise %82.44'ünün 1 veya 2 tane, % 16.03'ünün 3 ile 5 arasında, %1.53'ünün ise 5 ve üzeri uygulamalarda aktif olarak üyeliği olduğu tespit edilmiştir.

Tutgun-Ünal (2015) araştırmasında genel tarama yöntemiyle 1034 öğrenci üzerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeği uygulamıştır. Sonuçlara bakıldığında cinsiyet değişkenine göre, kadınlar sosyal medyada erkeklere oranla daha çok zaman geçirdikleri ve sosyal medya aracılığıyla duygusal destek sağladıkları

tespit edilmiştir. Diğer taraftan erkeklerin ise sosyal medyadan olumsuz etkilendiği ortaya konmaktadır.

Soydan (2015), üniversite öğrencileri üzerinde internet bağımlılığının, depresyon ve yaşam doyumuna yönelik etkisini tespit etmek için yaptığı çalışmada, internet bağımlılığı ile depresyon arasında güçlü bir ilişki bulunurken, internet bağımlılığı ile yaşam doyumunu arasında negatif bir ilişki tespit etmiştir.

Bir diğer araştırma Aktaş (2017) ise yetişkin bireylerin sosyal medya kullanım davranışları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkiye bakmıştır. Bu çalışmada kişisel bilgi formu, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve bireylerin yalnızlık düzeylerini ölçmek için UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekler İstanbul ilinden seçilen 25-55 yaş aralığında bulunan ve sosyal medya kullanan 151 kişiye uygulanmıştır. Bulgulara göre, bireylerin sosyal medyayı daha aktif kullanmaları ile yalnızlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ancak sosyal medya kullanımının bazı alt boyutlarında yalnızlıkla ilişkilendirilebilen sonuçlara ulaşılmıştır. Sosyal medya üzerinde çeşitli paylaşımda bulunan bireylerin kendilerini daha yalnız hissettiğini, diğer taraftan kendilerini daha az yalnız hisseden bireylerin sosyal medyayı, güncel haberlerden ve etkinliklerden haberdar olmak için kullandıkları tespit edilmiştir.

Altındış ve ark.(2017) çalışmasında ise üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım oranlarının sosyal görünüm anksiyetesi üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin 1/5'i fotoğraflarını çeşitli programlarda düzenleyip paylaşımına sunmaktadır. Böylelikle bireylerin dış görünüşün, diğer bireyler tarafından nasıl algılandığı önemli hale gelmektedir. Dış görünüşe verilen bu önem, sosyal medya görünüm anksiyetesine neden olabilmektedir.

Biliciler (2018) sosyal medya kullanımını motivasyonel kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinden incelemiştir. Araştırmaya 250 kişi katılmış olup en yoğun yaş aralığı 19-25 yaştır. Bireylerin sosyal medya uygulamalarını öncelikli olarak güncel olayları takip etmek amacıyla kullandıkları ifade edilmiştir. İkinci olarak ise çevresindeki diğer bireyleri takip etmek, daha sonra ise sosyal çevreleriyle iletişim kurabilmek, paylaşımlarda bulunabilmek amacı yer almaktadır. Son olarak dördüncü sırada anlık mesajlaşma yer almaktadır. Bunlara

ek olarak sırasıyla müzik dinlemek, video izlemek veya indirmek, çeşitli sayfaları takip etmek, dizi- film izlemek veya indirmek, oyun oynamak, herhangi bir konuda grup oluşturmak ya da istenilen bir gruplara üye olmak, program indirmek, iş aramak, blog yazmak şeklinde belirtmiştir.

Ergenler üzerinde yapılan sosyal medyayı kullanım amaçlarını inceleyen nitel bir araştırmada, yaşları 13 ile 16 arasında değişen 16 ergen ile görüşülmüştür. Buna göre ergenlerin, kişisel bilgileri ile kendilerini göstererek ve bağlantı kurarak kimliklerini açıklamak ve gerçekleştirmek için sosyal medyayı kullandığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak, sosyal medya kullanımı ergenler için aynı zamanda güvenlik açısından riskli olabildiği görülmektedir (Livingstone, 2008).

Karaiskos ve diğerlerinin (2010) çalışmasında ise, yoğun bir şekilde sosyal medya kullanımı yüzünden iş ve özel hayatında çeşitli sorunların oluştuğu ifade eden 24 yaşındaki sosyal medya uygulamaları kullanıcısı bir kadına ilişkin örnek olay raporlanmıştır. Sonuçlara bakıldığı zaman kişinin günde en az 5 saat facebook uygulamasında zaman geçirdiği ve iş yerinde çalışmak yerine sık sık sosyal medya hesaplarını kontrol etmesi sebebiyle işten çıkarıldığı belirtilmektedir. Klinik incelemelerde, kullanıcı bireyin cep telefonunu sosyal medya uygulamalarına girmek için kullandığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara ek olarak aşırı kullanım ile kadının yaşantısında bir çok alanda sorunların olduğu, anksiyete ve uykusuzluk gibi sosyal medya bağımlılığı için kliniği işaret eden bulgular tespit edilmiştir.

Yapılan çalışmalara bakıldığı zaman bireylerin çeşitli sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını gidermek için sosyal medya uygulamalarına yöneldikleri görülmektedir. Özellikle y kuşağı dediğimiz üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile vücut algısı ve yalnızlık hususlarında olumsuzluklar yaşadıkları görülmektedir. Fakat vücut algısı ve yalnızlık düzeyi ile ilgili yapılan çalışmaların yetersiz olmasından yola çıkarak araştırmamızın sosyal medya bağımlılığında alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

BÖLÜM 3

YÖNTEM

Bu bölüm, araştırma sorularının cevaplanmasında kullanılan yöntemleri kapsamaktadır. İlk olarak çalışmanın deseni hakkında bilgi verilmektedir. Daha sonra örnekleme tekniği ve çalışmanın katılımcılarına dair bilgiler paylaşılmaktadır. Betimleyici faktör analizi sonuçları ile birlikte veri toplama araçlarının sunulmasının ardından; veri toplama ve veri analizi prosedürleri açıklanmaktadır.

3.1. Araştırma Modeli

Bu çalışma sosyal medya bağımlılığını yordayan psikososyal değişkenleri saptamak amacıyla gerçekleştirilen nicel bir araştırmadır. Çalışmanın öncelikli amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı, vücut algıları ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkileri incelenmektedir. Araştırmada, sosyal medya bağımlılığını yordayan psikososyal değişkenleri saptamak amacıyla genel tarama modeli kullanılacaktır. Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan düzenlemeleri içermektedir (Karasar, 2005). Bu çalışmada değişkenler arasındaki ilişkiler aynı kapsamda incelenmiş ve genellenebilir bulgular elde etmek amacıyla tartışılmıştır. Bu araştırmanın değişkenlerine herhangi bir müdahale söz konusu değildir ve değişkenler birbirlerinden tamamen bağımsızdır. Bu doğrultuda korelasyonel araştırma modelinin araştırma sorularının cevaplanması adına en uygun analiz olduğuna karar verilmiştir.

3.2. Araştırma Soruları

Bu araştırma kapsamında iki soruya yanıt aranmaktadır:

1. Ankara ilindeki iki vakıf üniversitesine devam eden öğrencilerdeki sosyal medya bağımlılığı düzeyi, vücut algısı ve yalnızlık düzeyi arasında bir ilişki var mıdır?

2. Cinsiyet, sosyoekonomik düzey gibi demografik değişkenlerin ve akademik başarının sosyal medya bağımlılığı düzeyi, vücut algısı ve yalnızlık düzeyi üzerinde etkisi var mıdır?

3.3. Araştırma Grubu

Bu araştırma Ankara ilinde uygulanmıştır. Araştırma grubunu 2017-2018 eğitim öğretim yılında Vakıf Üniversitesi-1 ve Vakıf Üniversitesi-2de çeşitli bölümlerde öğrenim gören lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Toplam 316 lisans öğrencisinden veri toplanmıştır. Çalışmaya katılan öğrencilerin % 73.4'ü (N=232) Vakıf Üniversitesi-1'de, % 26.6'sı (N=84) Vakıf Üniversitesi-2'de okumaktadır.

3.4. Veri Toplama Araçları

Yapılan araştırmada katılımcıların kişisel özelliklerini tanımlamak için araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu, sosyal medya bağımlılığını ölçmek için Sosyal Medya Kullanım Ölçeği uygulanmıştır. Ayrıca katılımcıların yalnızlık düzeylerini saptayabilmek için UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır.

Aşağıda bu ölçeklere ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

3.4.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını tespit etmek üzere Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek, ölçeği 5'li likert tipinde 41 maddeden ve 4 altboyuttan oluşmaktadır. Cevaplar "Her zaman", "Sık sık", "Bazen", "Nadiren" ve "Hiçbir zaman" ifadeleri ile derecelendirilmektedir. Alt boyutlar ise; meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışmadır. Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden alınan en yüksek puan 205, en düşük puanın 41, ölçeğin toplamından (n=775) elde edilen aritmetik ortalamanın ise 86,69'dur. Ölçekten alınan puanın artış göstermesiyle sosyal medya bağımlılığı paralellik göstermektedir(Tutgun-Ünal ve Deniz, 2016). SMBÖ'ni oluşturan alt boyutlar ile bu alt boyutlarda yer alan maddeler şu şekildedir: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12

numaralı maddeler “Meşguliyet” (Occupation) alt boyutunda yer almaktadır, sosyal medyanın kişiyi meşgul etme etkisini belirlemektedir. 13, 14, 15, 16, 17 numaralı maddeler ise “Duygu Durum Düzenleme” (Mood Modification) alt boyutunda yer almaktadır, sosyal medyanın kişinin duygularını etkilemesini belirlemektedir. Ölçme aracında yer alan diğer maddelerden 18, 19, 20, 21, 22 numaralı maddeler ise “Tekrarlama” (Relapse) alt boyutu ile ilgili olup, kişinin sosyal medya uygulamalarını kullanımını kontrol altında tutamaması ve sosyal medyayı ne kadar sıklıkla kullanıldığının belirlenmesine yöneliktir. Son olarak, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 numaralı maddeler ise “Çatışma” (Conflict) alt boyutu ile ilgili olup, sosyal medyanın bireyin yaşantısında olumsuz sonuçlara yol açmaya yönelik etkisini ölçmektedir (Tutgun-Ünal ve Deniz, 2016).

Ölçeğin psikometrik özelliklerine bakıldığında, iç tutarlılık katsayısı olan cronbachalpha değeri .967 olarak bulunmaktadır. Madde ayırt edicilik değerleri incelendiğinde, ölçeğin toplamı ve alt ölçeklerin toplamında, sonuçlar anlamlı bulunmuş, maddelerin ölçülmek istenen özelliği ölçebildiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca ölçeğin faktör analizi sonuçlarına göre KMO değeri 0,972 bulunmuştur. Bu sonuç KMO değerinin mükemmel olduğunu göstermiştir. Değişkenler arasında ilişki olup olmadığını test eden Barlett testi de anlamlı bulunmuştur ($X^2=30230,00$, $p=0,000$). Bu demektir ki, değişkenler arasında yüksek korelasyonlar mevcuttur. Diğer bir ifade ile veri seti faktör analizi için uygundur. Tüm faktörler toplam varyansın %59’unu açıklamaktadır.

3.4.2. UCLA Yalnızlık Ölçeği

Dünyada ve ülkemizde yalnızlıkla ilgili yapılmış pek çok çalışmada UCLA Yalnızlık ölçeğinin tercih edildiği görülmektedir. Bireylerin yalnızlık düzeylerini ölçmek için Russell, Peplau ve Ferguson tarafından 1978 yılında geliştirilen UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmaktadır. Türkiye’de ise bu ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Demir (1989) tarafından gerçekleştirilmiştir. Demir (1989) ölçeğin iç tutarlılığı ile ilgili çalışmayı 72 kişi üzerinden gerçekleştirmiştir. Analizler sonucunda Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .96

olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin beş haftalık aralıklarla yapılan tekrar testi çalışmalarında güvenilirlik katsayısı .94 olarak bulunmuştur. UCLA Yalnızlık Ölçeği, 10'u düz, 10'u ters yönden oluşan toplam 20 madde içermektedir. Dörtlü likert tipi ölçektir. UCLA yalnızlık ölçeğinin geçerliliği benzer ölçek olarak Çok Yönlü Depresyon Ölçeği'nin Sosyal İçer dönüklük alt ölçeği ile UCLA yalnızlık Ölçeği'nin geçerlik çalışmasında sık kullanılan Beck Depresyon Envanteri alınmış ve sosyal İçer Dönüklük alt ölçeği ile 82, Beck Depresyon Envanteri ile ise .77 korelasyon bulunmuştur.

Ölçekte yer alan her bir maddede sosyal ilişkilerle ilgili bireyin duygu veya düşüncesine yönelik durum sunularak kişinin bu durumu ne kadar sıklıkta yaşadığını belirtmesi istenmektedir. Bireyin bütün maddelerden aldığı puanlar toplanarak, kişi için toplam ölçek puanı elde edilmektedir. Kişinin ölçekten alabileceği en yüksek puan 80, en düşük puan ise 20'dir. Elde edilen toplam puanın artmasıyla yalnızlık düzeyi de artış göstermektedir. Kişinin yüksek puan alması yalnızlığı daha yoğun yaşadığının belirtisi olarak kabul edilmektedir (Demir, 1989).

3.4.3. Vücut Algısı Ölçeği

Vücut Algısı Ölçeği Secord ve Jourard (1953) tarafından geliştirilmiştir. Bireylerin vücutlarında ki çeşitli kısımlardan ve çeşitli vücut işlevlerinden ne kadar düzeyde hoşnut olduklarını ölçmeyi hedeflemektedir. Ölçekte toplam 40 maddeden oluşmaktadır. Bireyin Vücut Algısı ölçeğinden alabileceği en düşük puan 40, en yüksek puan ise 200 olmaktadır. Alınan puanlar hoşnutluk derecesinin yüksekliğini ortaya koymaktadır. Ölçeğin ülkemizdeki Türkçe formu uyarlaması ile geçerlilik çalışmaları Hovardaoğlu ve Özdemir (1990) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin iki yarım güvenirliliği 0,89 olarak bulunmuştur ($p < .05$). Bu bulgu ölçeğin güvenirliliğinin yüksek olduğunu göstermektedir. Cronbach's Alpha değerlerine bakıldığında ölçeğin iki yarısına ait iç tutarlık katsayılarının, sırasıyla 0,79 ve 0,87 olduğu bulunmuştur. Ölçeğin tümünün iç tutarlık katsayısı 0,95'tir (85). (Hovardaoğlu ve Özdemir, 1990).

3.4.4. Kişisel Bilgi Formu

Öğrencilerin yaş, cinsiyet, öğrenim gördüğü bölüm, akademik başarı, ailenin sosyo-ekonomik düzeylerini belirlemek için araştırmacı tarafından hazırlanarak bir form kullanılmıştır. Buradan elde edilen veriler araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturmaktadır.

3.5. Veri Toplama Süreci

İlk olarak veri toplama sürecinde Vakıf Üniversitesi-2 Sosyal Bilimler Enstitüsünden etik kurul izni alınmıştır.

Kişisel Bilgilendirme Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Vücut Algısı Ölçeğini uygulayabilmek için Vakıf Üniversitesi-1 Rektörlüğünden ve Vakıf Üniversitesi-2 Rektörlüğünden gerekli izinler alınmıştır.

Çalışmanın uygulamaları araştırmacı tarafından üniversite ortamında 2017-2018 eğitim öğretim yılının 2. yarısında yapılmıştır. Gönüllü katılımcı öğrenciler ile bireysel olarak ölçekler uygulanarak veriler toplanmıştır. Anketler öğrencilere verilmeden önce araştırma kapsamında ön bilgilendirme yapılarak, ölçeklerin nasıl doldurulması gerektiği hakkında bilgi verilmiştir.

Ek olarak uygulama öncesinde, katılımcılarda araştırma kapsamında herhangi bir yanlılık oluşmaması için verilerin gizli tutulacağı, isim yazmalarının gerekli olmadığı belirtilmiştir. Katılımcılara kişisel bilgi formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Vücut Algısı Ölçeği verilmiştir.

3.6. Veri Çözümleme Süreci

Araştırma kapsamında elde edilen veriler toplandıktan sonra bilgisayar ortamına aktarılmıştır.

Veriler toplandıktan sonra incelenmiş, eksik ya da yanlış doldurulan veri setleri araştırmanın dışında tutulmuştur. Bu işlemlerin ardından veriler istatistiksel işlemlerle analiz edilmiştir. İstatistiksel analizler için SPSS istatistik paket

programını kullanılmıştır. Veri setlerini değerlendirilirken önce betimsel istatistiksel metotları uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının yaşa, sosyo-ekonomik duruma ve akademik başarısına göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemede ise parametrik olmayan testler uygulanmıştır. Sonuçlar % 95 güven aralığında, $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

Araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin vücut algısı ve yalnızlık düzeyinin sosyal medya bağımlılığını yordayıp yordamadığını belirlemek olduğu için Çoklu Regresyon Analizi uygulanmıştır.



BÖLÜM 4

BULGULAR

Bu bölüm çalışmanın amacı doğrultusunda uygulanan analizlerinin sonucunda elde edilen betimsel istatistikleri ve Çoklu Regresyon Analizi sonuçlarını içermektedir.

4.1. Katılımcılar için Betimsel Analizler

Üniversite öğrencilerinin vücut algılarının ve yalnızlık düzeylerinin sosyal medya bağımlılıklarını yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla 316 üniversite öğrencisinden veri toplanmıştır. Çalışmaya katılan öğrencilerin % 73.4'ü (N=232) Vakıf Üniversitesi-1'de, % 26.6'sı (N=84) Vakıf Üniversitesi-2'de okumaktadır. Bu öğrencilerin 213'ü (%67.4) Eğitim Fakültelerinde öğrenim görürken, 103 öğrenci (%32.6) Eğitim Fakültesi dışındaki Mimarlık, İşletme, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler, Diş Hekimliği gibi bölümlerde öğrenim görmektedirler. Katılan öğrencilerin %68'ini (N=215) kadın öğrenciler oluştururken, %32'sini (N=101) erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrenciler 18-26 yaş arasındadır; yaş değişkeni için ağırlıklı ortalama 21.33 (SS=1.34)'dür. Araştırmaya katılanlar lisans öğrencileridir ve katılım en çok %38 oranı ile 4.sınıf öğrencilerindedir (N=119); bunu 2.sınıflar 79 (%25), 3.sınıflar 74 (%24) ve 1.sınıflar 44 (%14) olarak takip etmektedirler. Öğrencilere akademik başarıları düşük, orta ve yüksek şeklinde sorulmuştur; öğrencilerin %45.6'sı (N= 144) akademik başarılarını yüksek, %37.3'ü (N= 118) akademik başarılarını orta ve %17.1'i (N= 54) akademik başarılarını düşük olarak belirtmişlerdir. Öğrencilerin %49.4'ü (N= 156) sosyoekonomik durumlarını orta seviyede tanımlarken,

%38.9'u (N= 123) sosyoekonomik durumlarını yüksek, %11.7'si (N=37) ise düşük olarak tanımlamışlardır. Katılımcılara ait betimsel analizler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Değişkenlere Ait Dağılımlar

		N	%
Cinsiyet	Kadın	215	68
	Erkek	32	101
	Toplam	316	100
Üniversite	Vakıf Üniversitesi-2	84	26.6
	Vakıf Üniversitesi-1	232	73.4
	Toplam	316	100
Fakülte	Eğitim Fakültesi	213	67.4
	Diğer Fakülteler	103	32.6
	Toplam	316	100
Sınıf	1.Sınıf	44	14
	2. Sınıf	79	25
	3. Sınıf	74	24
	4. Sınıf	119	38
	Toplam	316	100
Akademik Başarı	Düşük	54	17.1
	Orta	118	37.3
	Yüksek	144	45.6
	Toplam	316	100
Sosyoekonomik Seviye	Düşük	37	11.7
	Orta	156	49.4
	Yüksek	123	38.9
	Toplam	316	100

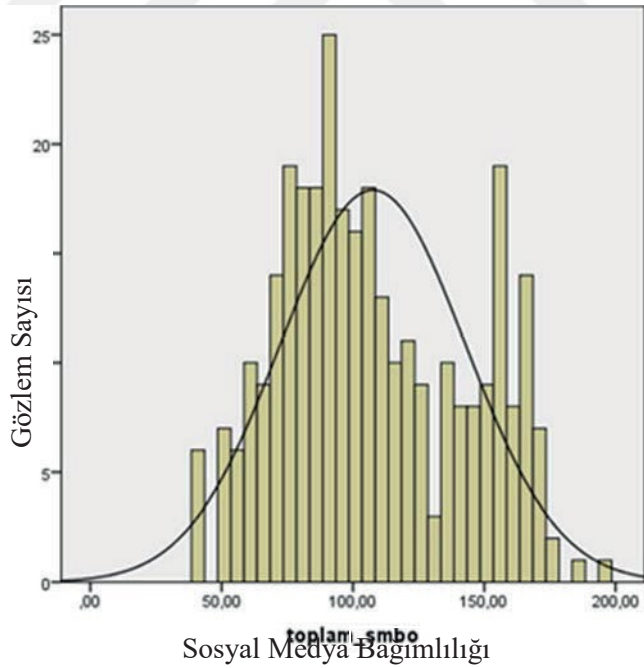
4.2. Değişkenler için Betimsel Analizler

Bu çalışma kapsamında katılımcılardan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Vücut Algısı Ölçeği ile veri toplanmıştır. Sosyal Medya Bağımlılığı ortalaması 107.58 (SS=35.22)'dir. Buna göre araştırmada, SMBÖ'den alınan puanın yorumlanmasına yardımcı olmak için ölçekten alınabilecek puanların ranjı belirlenmiştir. 5'li dereceleme ölçeğine

uygun olarak aralık katsayılarına göre alınan puanlardan, 41-73 arası “Bağımlılık yok”, 74-106 arası “Az bağımlı”, 107-139 arası “Orta bağımlı”, 140-172 arası “Yüksek bağımlı” ve 173-205 arası da “Çok yüksek bağımlı” olarak ifade edilmektedir. Böylece elde edilen puanın 107.58 olması öğrencilerin sosyal medyaya az bağımlı olduğunu göstermektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden elde edilen verilere göre öğrencilerin klinik düzeyde bağımlı olmadıkları görülmektedir. Fakat geçmiş yıllara göre sosyal medya kullanım oranının giderek artması, gençlerin bağımlılık seviyesinin belirli aralıklarla izlenmesi gerektiğini göstermektedir.

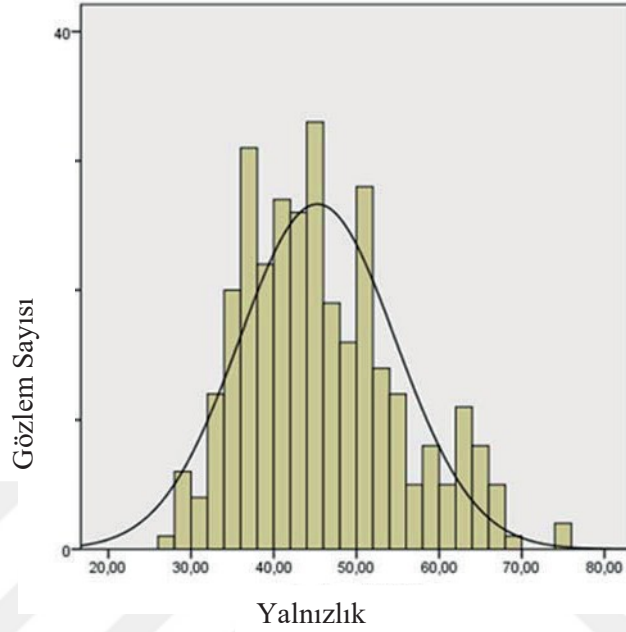
Katılımcıların aldığı en düşük puan 41 iken en yüksek puan 196’dır. Şekil 2’de öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı histogram olarak gösterilmektedir.



Şekil 2.Sosyal Medya Bağımlılığı Dağılımı

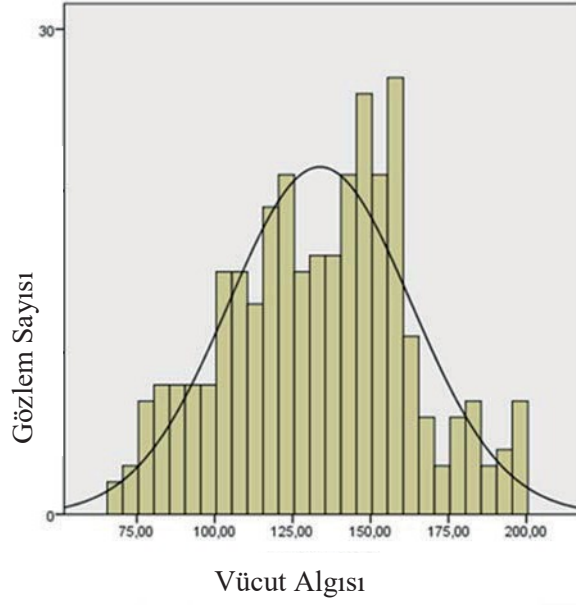
UCLA Yalnızlık ölçeğinden ise öğrencilerin aldığı puanların ortalaması 45.27 (SS=9.46)'dir. Alınan en düşük puan 27, en yüksek puan ise 74'tür. Şekil 3

yalnızlık ölçeğinden aldıkları puan dağılımını gösterilmektedir. UCLA Yalnızlık Ölçeğinden elde edilen verilere göre öğrencilerin kendilerini yüksek düzeyde yalnız hissetmedikleri görülmektedir.



Şekil 3.UCLA Yalnızlık Ölçeği Puan Dağılımı

Katılımcıların vücut algı puanlarının ortalaması ise 133.79 (SS= 29.35)'dur. En düşük algı değeri 68 iken, en yüksek değer ise tam puan olan 200'dür. Şekil 4'te öğrencilerin vücut algıları histogram şeklinde gösterilmektedir. Vücut Algısı Ölçeği sonuçlarına göre öğrencilerin klinik düzeyde vücut algısına sahip olmadıkları görülmektedir.



Şekil 4.Vücut Algı Ölçeği Puan Dağılımı

4.3. Demografik Değişkenler Doğrultusunda Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığı,

Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin İncelenmesi

Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık Ölçeği ve Vücut Algısı düzeylerinin katılımcıların öğrenim görülen bölüm, cinsiyet, sınıf değişkeni, akademik başarı, sosyoekonomik düzeyleri gibi değişkenlere bağlı değişiklik gösterip göstermediğine dair yapılan analizler ve sonuçları aşağıda yer almaktadır.

4.3.1. Öğrenim Görülen Bölüm Okudukları Bölüm, Sosyal Medya Bağımlılığı,

Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeyleri

Çalışmaya katılan öğrenciler Eğitim Fakültesi ve Eğitim Fakültesi dışındaki bölümlerde öğrenim görmektedirler. Bu öğrencilerin öğrenim gördükleri fakülte doğrultusundaki ortalamalarına Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2.

Öğrenim Görülen Bölüme Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları

	Bölüm	N	Mean	Std. Deviation
Eğitim Fakültesi	toplam_smbo	213	107,18	36,30
	toplam_UCLA	213	45,15	9,45
	toplam_VAO	213	134,60	30,32
Eğitim Fakültesi dışından	toplam_smbo	103	108,38	33,02
	toplam_UCLA	103	45,57	9,5
	toplam_VAO	103	132,11	27,28

Tablo 2'ye bakıldığında çalışmaya eğitime fakültelerinden katılan öğrenci sayısı diğer fakültelerden katılan öğrencilerden daha fazladır. Değişkenler açısından incelendiğinde ise Yalnızlık düzeyinde öğrencilerin ortalamalarının neredeyse aynı, sosyal medya bağımlılığı ve vücut algılarında da matematiksel olarak 1-2 puanlık farklılıklar olduğu görülmektedir.

4.3.2. Cinsiyet Değişkeni Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeyleri

Çalışmaya katılanların cinsiyetleri doğrultusundaki ortalamalarına Tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3.

**Cinsiyete göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı
Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları**

	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation
Kadın	toplam_smbo	215	107,72	36,28
	toplam_UCLA	215	45,48	9,63
	toplam_VAO	215	133,78	30,33
Erkek	toplam_smbo	101	107,25	33,00
	toplam_UCLA	101	44,81	9,10
	toplam_VAO	101	133,80	27,25

Tablo 3’de görüldüğü gibi çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algı düzeyinde ortalamalarının neredeyse aynı olduğu görülmektedir.

**4.3.3. Sınıf Düzeyi Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı
Düzeyleri**

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıf doğrultusundaki ortalamalarına Tablo 4’te yer verilmiştir.

Tablo 4.

Sınıf Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları

Deviation	Sınıf	N	Mean	Std.
1,00	toplam_smbo	44	109,15	35,00
	toplam_UCLA	44	46,22	10,39
	toplam_VAO	44	129,93	31,31
2,00	toplam_smbo	79	121,70	36,15
	toplam_UCLA	79	48,43	11,09
	toplam_VAO	79	128,62	29,70
3,00	toplam_smbo	74	105,04	37,84
	toplam_UCLA	74	44,79	8,54
	toplam_VAO	74	134,77	29,17
4,00	toplam_smbo	119	99,18	30,08
	toplam_UCLA	119	43,11	7,81
	toplam_VAO	119	138,04	28,10

Sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algısı ortalamalarının sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H sonucunda ortalamalar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur ($\chi^2=17.35$; $sd=3$; $p\leq .00$).

4.3.4. Akademik Başarı Değişkeni Doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve

Vücut Algısı Düzeyleri

Çalışmaya katılanların akademik başarıları doğrultusundaki ortalamalarına Tablo 5’te yer verilmiştir. Akademik Başarı değişkeni düşük, orta ve yüksek olmak üzere üç grupta tanımlanmıştır.

Tablo 5.

**Akademik Başarı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı
Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları**

	Başarı	N	Mean	Std.
Düşük	toplam_smbo	54	117,83	31,84
	toplam_UCLA	54	46,81	9,07
	toplam_VAO	54	129,87	25,99
Orta	toplam_smbo	118	106,16	35,14
	toplam_UCLA	118	45,08	8,95
	toplam_VAO	118	131,16	30,12
Yüksek	toplam_smbo	144	104,88	36,01
	toplam_UCLA	144	44,84	9,99
	toplam_VAO	144	137,41	29,65

Sosyal medya bağımlılığı ortalamalarının akademik başarı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H sonucunda ortalamalar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur ($\chi^2=6.28$; $sd=2$; $p \leq .05$). Sonuçlara bakıldığında akademik başarı düzeyi arttıkça sosyal bağımlılık düzeyinin azaldığı söylenebilir. Yalnızlık düzeyi ele alındığında ise ortalamaların matematiksel olarak farklı olmadığı görülmüştür. Vücut algısı ise akademik başarı arttıkça pozitif yöne doğru artış göstermiştir. Bu fark istatistiksel olarak incelendiğinde ise anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır ($\chi^2=3.67$; $sd=2$; $p \geq .05$).

4.3.5. Sosyoekonomik Düzey Değişkeni Doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı,

Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeyleri

Tablo 6'da çalışmaya katılan öğrencilerin sosyoekonomik düzeyleri doğrultusundaki ortalamalarına yer verilmiştir.

Tablo 6.

Sosyoekonomik Düzey, Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerinin Aritmetik Ortalamaları

Sosyoekonomik Düzey		N	Mean	Std. Deviation
Düşük	toplam_smbo	37	101,78	29,99
	toplam_UCLA	37	48,18	11,41
	toplam_VAO	37	135,86	25,59
Orta	toplam_smbo	156	106,73	35,20
	toplam_UCLA	156	44,39	8,85
	toplam_VAO	156	131,66	28,52
Yüksek	toplam_smbo	123	110,39	36,65
	toplam_UCLA	123	45,51	9,44
	toplam_VAO	123	135,86	31,39

Sosyal medya bağımlılığı ortalamalarının sosyoekonomik düzey değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H sonucunda ortalamalar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur ($\chi^2=1.41$; $sd=2$; $p \geq .05$). Yalnızlık düzeyi ele alındığında ise ortalamaların matematiksel olarak çok az farklı olduğu ve istatistiksel olarak bu farkın anlamlı olmadığı görülmüştür ($\chi^2=3.36$; $sd=2$; $p \geq .05$). Vücut algısı da tıpkı yalnızlık düzeyi gibi istatistiksel olarak anlamlı bir farka sahip değildir ($\chi^2=1.50$; $sd=2$; $p \geq .05$).

4.3.6. Pearson Çarpım Moment Korelasyon Katsayıları

Çoklu doğrusal bağlantı iki değişken arasındaki korelasyon değeri doğrultusunda analiz edilmiştir. Bu analiz sonucunda değişkenler arasında çoklu

doğrusal bağlantı olmadığı bulunmuştur. Field (2005) tarafından tanımlanan .90 kritik değerini aşan hiçbir korelasyon değeri bulunmazken tolerans değerleri .20'nin üzerinde ve VIF değerleri ise 4'den küçüktür. Dolayısıyla Çoklu Doğrusal Regrasyon Analizinin uygulamasında herhangi bir problem tespit edilmemiştir.

4.4. Çoklu Regrasyon Analizlerinin Uygulanması

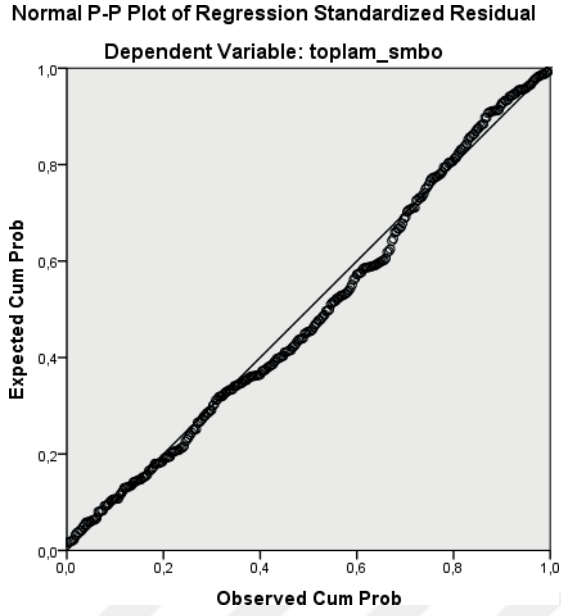
4.4.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkeninin Yalnızlık Düzeyi Değişkeni tarafından

Yordanması

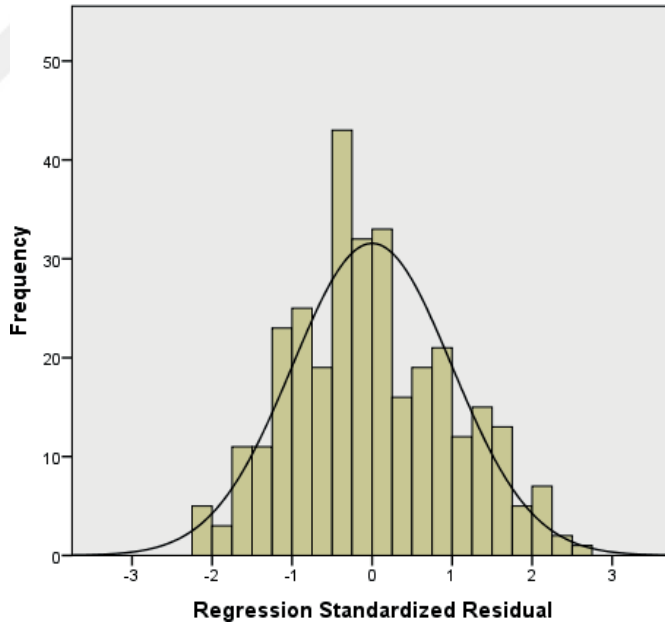
Çalışmanın amacı doğrultusunda yalnızlık düzeyinin bu öğrencilerin sosyal bağımlılık düzeylerinin yordayıcısı olup olmadığını anlamak için çoklu regrasyon analizi uygulanmıştır.

4.4.2. Varsayımların Kontrolü

Veri analizi öncesinde regrasyon analizine ait varsayımların kontrolü yapılmıştır. Bu varsayımların ilki araştırma grubu büyüklüğüdür. Çalışmaya 316 öğrenci katılmıştır. Araştırma grubu büyüklüğü $N = 50 + 8m$ (m =bağımsız değişkenlerin sayısı) olarak düşünüldüğünde en az 66 öğrencinin katılımı gerektiğinden araştırma grubu büyüklüğü kabul edilebilir düzeydedir. Bunun dışında normal dağılım, doğrusallık, sapan değer kontrolü, eşvaryanslık ve bağımsız gözlem varsayımları kontrol edilmiştir. Öncelikle P-P Plot (Şekil 4.) ve histogram (Şekil 5.) ile normal dağılım kontrol edilmiştir. Görsel incelemelerde varsayımlara aykırı herhangi bir durum olmadığı tespit edilmiştir.



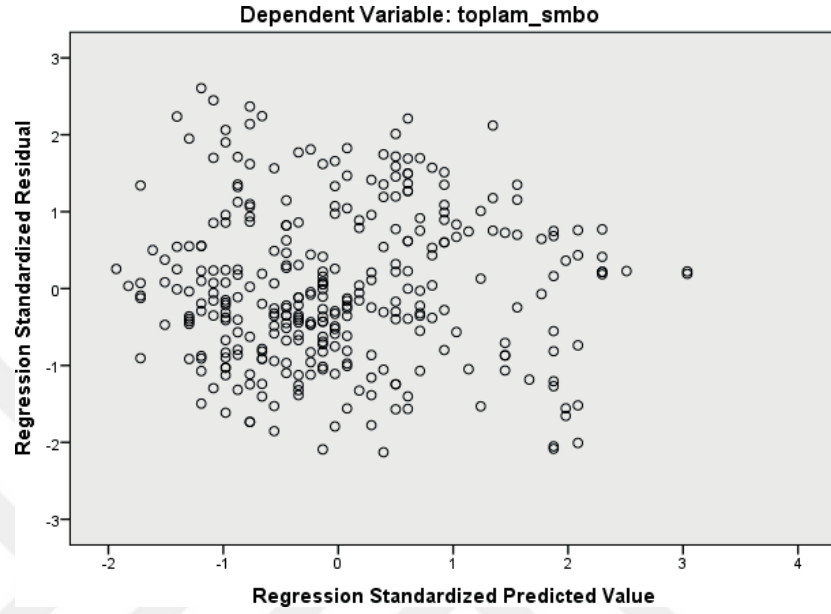
Şekil 5.Regresyon Analizine Ait Varsayımların Kontrolü



Şekil 6.Histogram- Regresyon Analizine Varsayımların Kontrolü

Çalışmanın bağımlı değişkeni ile bağımsız değişkenleri arasındaki ilişkinin doğrusal olması gerekmektedir. Doğrusallık analizi Serpilme Grafiği

(ScatterPlots) ile kontrol edilmiş ve değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığına bakılmıştır. Aşağıdaki şekil serpilme grafiğini göstermektedir. Kabul edilebilir düzeyde bir desen sergilemektedir.



Şekil 7.Serpilme Grafiği- Varsayımların Kontrolü

Son olarak ise otokorelasyon analizi yapılmış ve hataların bağımsızlığı kontrol edilmiştir. Durbin-Watson değeri (1.852) nin 1.5 ve 2.5 arasında olması ile bu varsayımda tatmin edilmektedir.

4.4.3.Çoklu Regrasyon Analizi Sonuçları

Yalnızlık düzeyinin öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyinin yordayıcısı olup olmadığını analiz etmek amacı ile uygulanan çoklu regrasyon analizi sonuçları $F(1,314) = 100.02$, $p < .00$ ve düzeltilmiş R kare .24 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar göstermektedir ki sosyal medya bağımlılığının %24'lük varyansı model tarafından açıklanmaktadır.

Tablo 7.

Yalnızlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Regresyon Analizi Sonuçları 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,492 ^a	,24	,23	30,72

a. Predictors: (Constant), toplam_UCLA

Tablo 8.

Yalnızlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Regresyon Analizi Sonuçları 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,73	8,46		2,92	,004
	toplam_UCLA	1,83	,183	,492	10,001	,000

a. Dependent Variable: toplam_smbo

4.4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkeninin Vücut Algısı Değişkeni tarafından

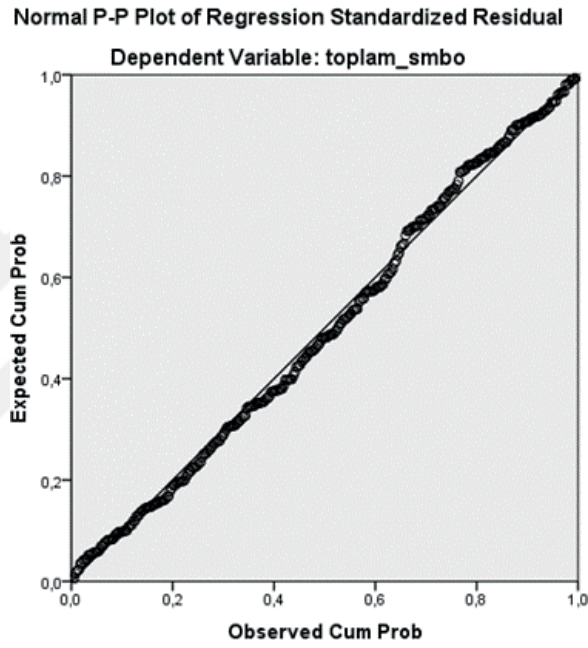
Yordanması

Çalışmanın amacı doğrultusunda öğrencilerin vücut algılarının bu öğrencilerin sosyal bağımlılık düzeylerinin yordayıcısı olup olmadığını anlamak için çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.

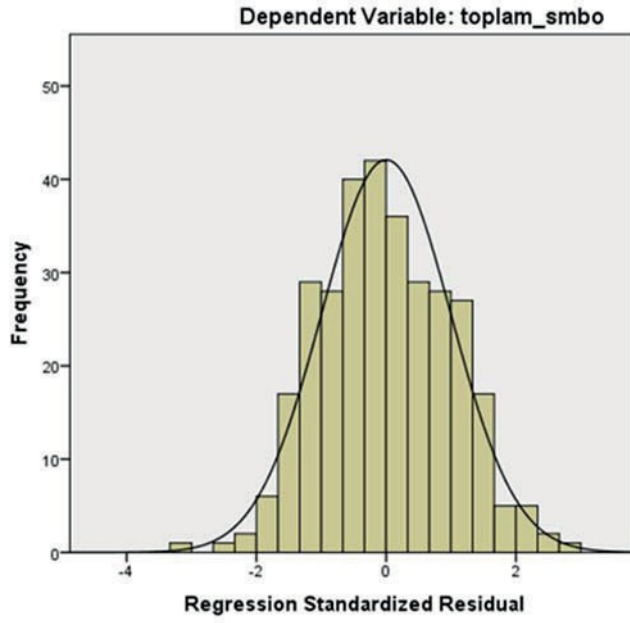
4.4.5. Varsayımların Kontrolü

Veri analizi öncesinde regresyon analizine ait varsayımların kontrolü yapılmıştır. Bu varsayımların ilki araştırma grubu büyüklüğüdür. Çalışmaya 316 öğrenci katılmıştır. Araştırma grubu büyüklüğü $N = 50 + 8m$ (m =bağımsız değişkenlerin sayısı) olarak düşünüldüğünde en az 66 öğrencinin katılımı

gerektiğinden araştırma grubu büyüklüğü kabul edilebilir düzeydedir. Bunun dışında normal dağılım, doğrusallık, sapan değer kontrolü, eşvaryanslık ve bağımsız gözlem varsayımları kontrol edilmiştir. Öncelikle P-P Plot (Şekil 7.) ve histogram (Şekil 8.) ile normal dağılım kontrol edilmiştir. Görsel incelemelerde varsayımlara aykırı herhangi bir durum olmadığı tespit edilmiştir.

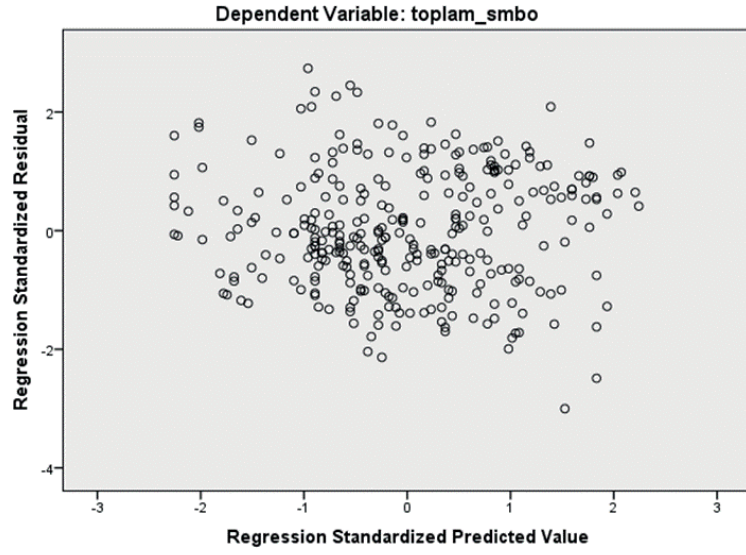


Şekil 8.Sosyal Medya Bağımlılığının Vücut Algısı Değişkeni Tarafından Yordanmasına İlişkin Varsayımların Kontrolü



Şekil 9.Vücut Algısı Histogram

Çalışmanın bağımlı değişkeni ile bağımsız değişkenleri arasındaki ilişkinin doğrusal olması gerekmektedir. Doğrusallık analizi Serpilme Grafiği (ScatterPlots) ile kontrol edilmiş ve değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığına bakılmıştır. Aşağıdaki şekil serpilme grafiğini göstermektedir. Kabul edilebilir düzeyde bir desen sergilemektedir.



Şekil 10.Vücut Algısı Serpilme Grafiği

Son olarak ise otokorelasyon analizi yapılmış ve hataların bağımsızlığı kontrol edilmiştir. Durbin-Watson değeri (1.933) nin 1.5 ve 2.5 arasında olması ile bu varsayımda tatmin edilmektedir.

4.4.6. Çoklu Regrasyon Analizi Sonuçları

Vücut algısı değişkeninin, öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyinin yordayıcısı olup olmadığını analiz etmek amacı ile uygulanan çoklu regrasyon analizi sonuçları $F(1,314) = 156.03$, $p < .00$ ve düzeltilmiş R kare 33 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar göstermektedir ki sosyal medya bağımlılığının %33'lük varyansı model tarafından açıklanmaktadır.

Tablo 9.

Vücut Algısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Regresyon Analizi Sonuçları 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,576 ^a	,332	,330	28,83

Predictors: (Constant), toplam_VAO

Tablo 10.

Yalnızlık Vücut Algısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Regresyon Analizi Sonuçları 2

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	200,095	7,58	26,39	,000
	toplam_UCLA	-,692	,05	-,576	-,000

Dependent Variable: toplam_smbo

BÖLÜM 5

TARTIŞMA VE YORUM

Bu bölümde, araştırmada incelenen alt problemlere ilişkin verilerin istatistiksel analizi sonucunda elde edilen bulgular sırasıyla tartışılmış ve yorumlanmıştır.

5.1.Öğrencileri Okudukları Bölüm Doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerine Ait Bulguların Tartışma ve Yorumu

Çalışmaya eğitim fakültelerinden katılan öğrenci sayısı diğer fakültelerden katılan öğrencilerden daha fazladır. Değişkenler açısından incelendiğinde ise Yalnızlık düzeyinde öğrencilerin ortalamalarının neredeyse aynı, sosyal medya bağımlılığı ve vücut algılarında da matematiksel olarak 1-2 puanlık farklılıklar olduğu görülmektedir.

Andreasse (2012) çalışmasında ise üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının öğrenim gördüğü fakülteye göre farklılaştığını belirtmiştir ($p<0.05$). Eğitim Fakültesine, Fen-Edebiyat Fakültesine veya İletişim Fakültesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin Mühendislik Fakültesine devam eden öğrencilere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu tespit edilmiştir.

Tutgun-Ünal (2015)'in üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmasında üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının öğrenim gördüğü fakülteye göre farklılaştığı belirtmiştir. Eğitim Fakültesine, Fen-Edebiyat Fakültesine veya

İletişim Fakültesine devam eden öğrencilerin Mühendislik Fakültesine devam edenlere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu bulunmuştur.

Bu çalışmada ise, literatürden farklı olarak bu durum öğrencilerin okudukları bölüm ile sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık düzeyi ve vücut algısı ile anlamlı bir ilişkisinin olmadığını göstermektedir.

Çakır-Balta ve Horzum, (2008), orta öğretim öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmasında öğrencilerin okul türüne göre, internet bağımlılık durumlarında bir farklılık oluşturmadığını ortaya koymuştur. Bu sonuca ulaşılmasında yaş faktörünün önemli bir etkide bulunduğu düşünülmektedir.

5.2. Cinsiyet Değişkeninin Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerine Etkisine Ait Bulgularının Tartışma ve Yorumu

Çalışmaya katılan kadın ve erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algı düzeyinde ortalamalarının neredeyse aynı olduğu görülmektedir. Araştırma sonuçları kapsamında cinsiyet değişkeninin sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık düzeyi ve vücut algısı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Bu sonuçlardan farklı olarak Andreasse (2012) çalışmasında, sosyal medya bağımlılığı ölçeği meşguliyet ve duygu durum düzenleme boyutlarında kadınlar lehine farklılık tespit etmiştir. Sonuç olarak kadınların erkeklere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğunu tespit etmiştir. Ölçekte yer alan meşguliyete yönelik maddeler dikkate alındığında, kadınların sosyal medya uygulamalarındaki paylaşımların neler olduğu hakkında oldukça fazla düşündüğünü, yapmaları gereken bir iş öncesinde ilk olarak sosyal medyayı kontrol ettiğini ortaya koymuştur.

Balcı ve Gölçü (2013)'nün üniversite öğrencileri üzerinde facebook bağımlılığına yönelik yaptığı çalışmada cinsiyete göre farklılık tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, kadınların erkeklere göre facebook'ta sosyal çevresi ile daha çok iletişim halinde olduğu, daha çok paylaşımlarda bulunduğu, herhangi bir konu hakkında bilgi edinmek için daha fazla sosyal medya uygulamalarına yönlendiği ifade edilmiştir.

Sczesny ve Kaufman (2018), kadınlarla erkeklerin sosyal medya kullanım amaçlarının birbirinden farklı olduğunu belirtmiştir. Kadınların fotoğraf paylaşımlarının erkeklere göre daha fazla ve daha çok ifade çeşitliliğine sahip paylaşımlarda bulduklarını ifade etmiştir.

Yalnızlık değişkeni ile ilgili diğer çalışmalarda, cinsiyet değişkeninin üniversite öğrencilerinin yalnızlık düzeylerini anlamlı düzeyde etkileyen bir değişken olarak belirlenmiştir ($p=0,038<0.05$). Erkeklerin kadınlara nazaran kendilerini daha yalnız ifade ettikleri dikkat çekmiştir (Demirci Yoraz ve Demir, 2009; Ünsal Gemici, 2015).

Xiaojing (2017), sosyal medya kullanımı ve beden imajı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmasında sınırlı sayıda araştırmada sosyal medya uygulamalarının vücut algısı üzerindeki etkilerini konu edindiğini belirtmiştir. Çalışmasında sosyal paylaşım sitelerinde kişilerin dış görünümü ve görünüm etkileşiminin, genç bireylerin Çin ataerkil toplumundaki vücut algısı memnuniyetsizliği nasıl etkilediğini araştırmaktadır. İçselleştirmenin, sosyal kıyaslanmanın ve vücut gözleminin, sosyal medya kullanımı konusunda kadın ve erkeklerde vücut hoşnutsuzluğu üzerindeki görünüm sunumu ve görünüm etkileşiminden potansiyel araçları olabileceğini öne sürmektedir. Araştırma sonucunda kadınların vücut algısına yönelik memnuniyetsizliği ile sosyal medya

uygulamalarını yoğun kullanımın anlamlı bir şekilde ilişkili olduğunu açıklamaktadır.

Kleemans ve meslektaşları (2018), üzerinde değişiklik yapılmış Instagram fotoğraflarının ergen kızların vücut algısı üzerindeki etkisini ve sosyal karşılaştırma eğilimini nasıl yönlendirdiğini araştırmaktadır. Araştırma 144 kız (14-18 yaş) arasında gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar orijinal veya üzerinde değişiklikler yapılmış, çeşitli filtre programları kullanılmış Instagram selfie'lerine maruz bırakılmıştır. Araştırma bulgularına göre, üzerinde değişiklik yapılan Instagram fotoğraflarına doğrudan maruz kalmanın doğrudan daha düşük vücut memnuniyetine yol açtığını tespit edilmiştir. Özellikle, sosyal karşılaştırma eğilimleri yüksek olan kızlar, üzerinde değişiklik yapılan fotoğraflara maruz kalmadan olumsuz yönde etkilenmiştir. Araştırmada üzerinde değişiklik yapılan fotoğraflar orijinal fotoğraflardan daha olumlu olarak değerlendirilmesi dikkat çekmektedir. Filtrelerin ve çeşitli etkilerin kullanımı bilinse de, vücutların yeniden şekillendirilmesine yönelik hamlelerin net bir şekilde seçilemediği tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan kızlar her iki durumda da resimleri gerçekçi bulduklarını bildirmişlerdir.

Literatürden farklı olarak, araştırma grubunun daha çok kadın öğrencilerin yer alması bu sonuca ulaşılmasında bir etken olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Modern çağda toplumsal cinsiyet rollerinin yakınlaşması ve bu rollerin kişiler arası ilişkilerden etkilenmeye başlaması ile insan ilişkilerinde istenmeyen bir durum olarak ortaya çıkan yalnızlığın cinsiyetler arasında anlamlı düzeyde farklılaşmamasına yol açmış olabilir.

5.3. Sınıf Değişkeni Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerine Ait

Bulguların Tartışma ve Yorumu

Sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algısı ortalamalarının sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H sonucunda ortalamalar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur ($\chi^2=17.35$; $sd=3$; $p \leq .00$).Yapılan analizler sonucunda sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık düzeyi ve vücut algısı hususlarında sınıf düzeyleri arasında farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin sınıflarını geçtikçe farkındalık düzeylerinin artması, bilgi birikimlerinin artması ile sosyal medya uygulamalarına yönelik bilinçli bir yaklaşım sergiledikleri düşünülmektedir. Ayrıca öğrenim gördükleri okula, bölüme alışmalarıyla daha çok sosyal aktivitelerde bulunmaları sayesinde sosyal medyaya daha az ihtiyaç duydukları düşünülebilir.

Literatürde sınıf değişkeni ile yapılan araştırmalara ulaşılamamıştır. Bu bağlamda sınıf değişkeninin etkisinin gözlenebileceği daha büyük bir araştırma grubu ile çalışılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

5.4. Akademik Başarı Değişkeni Doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve

Vücut Algısı Düzeylerine Ait Bulguların Tartışma ve Yorumu

Araştırma kapsamında sonuçlara bakıldığında akademik başarı düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi azalmaktadır. Buradan yola çıkarak öğrencilerin sosyal medya uygulamalarında geçirdikleri zaman arttıkça akademik çalışmalarına ayırdıkları zamanın azaldığı düşünülmektedir. Yalnızlık düzeyi ele alındığında ise akademik başarının anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Birçok yerde kablosuz ve ücretsiz internet erişimi ile bireyler her an her yerde sosyal medya uygulamalarında aktif olabilmektedirler. Böylelikle bireyler sosyal yaşantılarından uzakta kalmamaktadırlar. Vücut algısı ise akademik başarı arttıkça pozitif yöne doğru artış göstermiştir. Bu fark istatistiksel olarak incelendiğinde ise anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır ($\chi^2=3.67$; $sd=2$; $p \geq .05$). Bu durum sosyal medya bağımlılığının başarı arttıkça azaldığını, akademik başarı ile doğru orantılı olduğu göstermektedir. Bireyin akademik başarı oranı arttıkça vücut algısı da artış göstermektedir.

Gençer (2011) ortaöğretim öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmasında, öğrencilerin akademik başarı durumunun internet bağımlılık düzeyleri ile istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Akademik başarı durumunu “iyi” olarak ifade eden öğrencilerin %81,1’i bağımlı olmayan, %16,3’ü muhtemel bağımlı ve %2,2’si bağımlı olarak yer alırken, başarı durumunu “zayıf” şeklinde ifade eden öğrencilerin %60,1’i bağımlı olmayan, %30,7’si muhtemel bağımlı ve %9,2’si ise bağımlı olan grup içerisinde yer almıştır. Bu bağlamda öğrencilerin akademik başarı algısı düştükçe İnternete olan bağımlılıklarının arttığı ifade edilmektedir.

Englander vd., (2010) üniversite öğrencileri üzerinde yapmış oldukları araştırmalarında internette geçirdikleri süre ile derslerden alınan puanlar arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bir diğer araştırmada Facebook kullanımı ile akademik başarı arasındaki ilişkinin de araştırıldığı görülmektedir. 219 üniversite öğrencisi üzerinde yürütülen araştırmada, Facebook kullanıcılarının notlarının ortalamasının altında olduğu ve diğer sosyal medya kullanmayan öğrencilere göre akademik çalışmalar için daha az vakit ayırdıkları tespit edilmiştir. Facebook kullananların %26’sı, bu

kullanımlarından dolayı yaşantılarının etkilediğini, %74'ü ihmal, dikkatin dağılması ve zamanı planlayamam gibi çeşitli sorunlarla karşılaştıklarını belirtmiştir. Araştırmanın en dikkat çekici bulgusu ise öğrencilerin çalışırken dikkatlerinin dağılması bir yandan da eş zamanlı olarak Facebook'a bağlanmalarıdır. Bu durumun akademik başarıya zarar verdiği ifade edilmektedir (Kirschner ve Karpinski, 2010).

Bu çalışmanın araştırma grubu ile elde edilen veriler literatürle tutarlı bulunmaktadır.

5.5. Sosyoekonomik Düzey Değişkeni Doğrultusunda Sosyal Medya Bağımlılığı,

Yalnızlık ve Vücut Algısı Düzeylerine Ait Bulguların Tartışma ve Yorumu

Sosyal medya bağımlılığı ortalamalarının sosyoekonomik düzey değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H sonucunda ortalamalar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur ($\chi^2=1.41$; $sd=2$; $p \geq .05$). Yalnızlık düzeyi ele alındığında ise ortalamaların matematiksel olarak çok az farklı olduğu ve istatistiksel olarak bu farkın anlamlı olmadığı görülmüştür ($\chi^2=3.36$; $sd=2$; $p \geq .05$). Vücut algısı da tıpkı yalnızlık düzeyi gibi istatistiksel olarak anlamlı bir farka sahip değildir ($\chi^2=1.50$; $sd=2$; $p \geq .05$). Sosyal medyada her bütçeye uygun uygulamaların yer alması ile her kesimden bireyler çeşitli uygulamaları kullanabilmektedir. Ayrıca popüler uygulamaların ücretsiz olması da bu sonuca ulaşmada etkili olduğu düşünülmektedir.

Çakır-Balta ve Horzum, (2008) çalışmasında ise, öğrencilerin sosyo-ekonomik durumlarının, internet bağımlılık düzeyleri üzerinde bir farklılık oluşturmadığını

belirtmektedir. İnternet bağımlılığı ile sosyo-ekonomik düzey arasındaki farkı araştıran sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır.

İnternet bağımlılığına farklı bir pencereden bakan Patwardhanand Yang (2003) yaptıkları çalışmada ise, internet bağımlılığının çevrimiçi alışveriş aktiviteleriyle pozitif ilişkiliye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Sosyal medya uygulamalarında da istenilen ürüne kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılmasına rağmen ürünlerin çeşit çeşit oluşu, kullanıcıların modeller hakkında marka, fiyat vs. açısından en uygun olanını araştırma, inceleme ve haklarındaki yorumları okuma isteğine teşvik etmektedir. Böylelikle bireyler sosyal medya uygulamalarında daha çok zaman geçirmektedir (Donthu ve Garcia, 1999). Bu bilgilerden yola çıkarak bir bağımlılık tipi olan alışveriş bağımlılığının internet ile kesiştiği bu mecraları her sosyoekonomik seviyedeki insan için geçerli olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, literatür bulguları ile uyum göstermektedir.

BÖLÜM 6

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının çeşitli değişkenler ile incelenmesi hedeflenmiştir. Bu doğrultuda üniversite öğrencilerinin çeşitli değişkenlere (öğrenim gördüğü bölüm-fakülte, yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik düzey, akademik başarı) göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan veri analizleri sonucunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Sonuçlar madde halinde aşağıda sunulmuştur.

1. Cinsiyet değişkeni doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algı düzeyinde anlamlı bir fark bulunmamıştır.
2. Bölüm değişkeni doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algısı değişkenleri açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır.
3. Sınıf değişkeni doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve vücut algısı ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur.
4. Akademik başarı değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı ortalamalarının arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur. Sonuçlara bakıldığında akademik başarı düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyinin azaldığı söylenebilir.
5. Yalnızlık düzeyi sosyal medya bağımlılığı ortalamaları incelendiğinde matematiksel herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

6. Vücut algısının ise akademik başarı arttıkça pozitif yöne doğru artış göstermiştir. Bu fark istatistiksel olarak incelendiğinde ise anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır.
7. Sosyal medya bağımlılığı ortalamalarının sosyoekonomik düzey değişkenine göre anlamlı olarak değişmediği bulunmuştur.
8. Yalnızlık düzeyi ele alındığında ise ortalamaların matematiksel olarak çok az farklı olduğu ancak istatistiksel olarak bu farkın anlamlı olmadığı görülmüştür.
9. Son olarak, sosyal medya bağımlılığı ile vücut algısı ve yalnızlık düzeyleri arasındaki anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Vücut algısı ve yalnızlık düzeyi kavramlarının sosyal medya bağımlılığını yordadığı bulunmuştur.

ÖNERİLER

Bu araştırma üniversite öğrencileri üzerinde, sosyal medya bağımlılığı; vücut algısı ve yalnızlık düzeyleri açısından incelenmiştir. Araştırma farklı yaş grupları ve farklı sosyo-ekonomik düzeydeki bireyler üzerinde uygulanabilir.

Araştırma sonucunda eğitimcilere sosyal medya bağımlılığına yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur. Böylelikle öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının önlenebileceği hedeflenmektedir.

- Üniversitelerde sosyal medya kullanımı ile zaman kontrolü konularında seminerler planlanarak öğrenciler üzerinde olası olumsuzlukların en aza indirilmesi hedeflenmelidir.

• Öğrencilerin sınıflarında ilerledikçe sosyal medya bağımlılığı konusunda daha bilinçli hareket ettikleri görülmektedir. Üniversite ortamında yeni bir sosyal çevre ile karşılaşan öğrenciler yabancılık yaşayabileceğinden dolayı sosyal medya uygulamalarına daha sık yönelebilmektedir. Böylelikle kendini yalnız hisseden birey haline gelebilmekte, sosyal çevreden kendini soyutlayabilmektedir. Buradan yola çıkarak üniversite öğrencileri için oryantasyon programları düzenlenerek üniversitenin çeşitli sosyal imkanları tanıtılabilir, öğrencilerin kaynaşmasını sağlayabilecek toplantıları planlanabilir. Bu sayede yalnız hissetmeleri ve bunun sonucunda sosyal medya bağımlılığı geliştirme olasılıkları engellenmiş olur.

Araştırma bulgularından yola çıkarak araştırmacılara ve gelecek çalışmalara yönelik bazı öneriler geliştirilmiştir:

1. Daha büyük bir araştırma grubu ile çalışılmalıdır.

İnsanların boş zamanlarını değerlendirme biçimleri ile bağımlılık durumları arasındaki ilişki incelenmelidir.

2. Akademik başarısı düşük öğrencilerin sosyal medyada çok fazla zaman geçirmeye yönlendiren unsurlara ilişkin çalışmalar yapılmalıdır.

3. Üniversiteler ve bölümler arasında sosyal medya bağımlılık durumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesine yönelik daha çok araştırmanın yapılması gerekmektedir.

5. Sosyal medya bağımlılığı hakkında çeşitli psikolojik faktörlerin ele alındığı başka çalışmaların da yapılması literatüre katkı sağlayacaktır. Literatürde bu yönde yapılmış araştırmalar kısıtlıdır. Git gide artmakta olan sosyal medya

bağımlılığının önüne geçilmesi için çalışmaların daha detaylı ele alınması ve incelenmesi yararlı olacaktır.

6. Sosyal medya uygulamalarını en çok y kuşağının kullanmasından yola çıkarak çalışmaların özellikle y kuşağı üzerinde gerçekleşmesi, sosyal medya bağımlılığını anlama ve önleme hususlarında etkili olacaktır. Bu konuda literatürün geliştirilmesi tavsiye edilmektedir.



KAYNAKÇA

- Aktaş,A., Atabek Aştı, T., Bakanoğlu, E.,Çelebioğlu, M. (2010). Bir hemşirelik yüksekokulu öğrencilerinin beden imgesi algısının belirlenmesi. *İ.Ü.F.N. Hem. Dergisi*, 18 (2).
- Aktaş, A. S. (2017).*Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanım davranışları ile yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Alkan, S.& Sezgin, A. (1998). Yetişkin hastalarda yalnızlık.*Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 2(1), s.43-52.
- Altındış, A. (2017).Sosyal medya ağları ve sosyal görünüm anksiyetesi.*International Journal of SocialScience*,64, s.227-235.
- Amaghan, F. (2016). *10. Ve 11. Sınıf lise öğrencilerinin yalnızlık ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi*,(Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Anderson, B. (2007) . *Socialcapital, quality of life andicts, Information andCommunication Technologies in Society E-living in a digital Europe*, Ed. By Ben Anderson, MalcolmBrynin, JonathanGershungandYoelRaban, Routledge, p.163-174.
- Andreassen, C.S. (2012). Development of a facebookaddictionscale. *PsychologicalReports*, 110 (2), s. 501-517.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi*, 1(55), s.67.
- Balcı, Ş. & Gölcü, A. (2013). Facebook Addictionamong University Students in Turkey: “Selçuk UniversityExample”. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255-278.
- Batıgün, A. &Hasta, D. (2010). İnternet bağımlılığı: yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11, s.213-219.
- Baudrillard, Jean (2006). Amerika. (Çev: Yaşar Avunç), İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 138-139.
- Baycan, P. (2017). Y Kuşağının Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyal Medyanın Etkisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü WorkingPaper Series,Tartışma Metinleri 53-01.

- Biliciler, G. (2018). *Sosyal medya kullanımı yönlendiren motivasyonel nedenler: kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinden sosyal medya kullanıcıları üzerine bir inceleme*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Canan, S. (2015). Pek Bakmadığımız Bir Açından “Bağımlılık” (Çevrim-içi: <https://nbeyin.com.tr/pek-bakmadigimiz-bir-acidan-bagimlilik/> Erişim tarihi: 14 Aralık 2017.)
- Cash Thomas F. (2004). Body Image: Past, Present And Future, Body Image. *Elsevier Journal* 1, 1 – 5.
- Ceyhan, E. (2008). Ergen ruh sağlığı açısından bir risk faktörü: internet bağımlılığı. *Çocuk ve Gençlik Ruh Dergisi*, 15(2), 109-166.
- Çam, E. & İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social Networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 11 (3), p.14-19.
- Çakır-Balta, Ö. & Horzum, M. B. (2008). Web tabanlı öğretim ortamındaki öğrencilerin internet bağımlılığını etkileyen faktörler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41(1), 187-205.
- Davis, R., Flett, G. & Besser, A. (2002). Validation of a New Scale for Measuring Problematic Internet Use: Implications for Pre-employment Screening. *Cyberpsychol Behavior*. 5(4), p.331–345.
- Demir, A. (1989). UCLA Yalnızlık Ölçeğinin geçerlilik güvenirliliği. *Orta Doğu Teknik Üniversitesi Psikoloji Dergisi*, 23(7).
- Demirci-Yoraz, A. & Demir, A. (2009, Ekim). Cinsiyetin, bağlanma tipinin ve aile yapısının üniversite öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri üzerindeki rolü. 10. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi’nde sunulan bildiri, Adana.
- Donthu, N. & Garcia, A. (1999). The Internet Shopper. *Journal of Advertising Research*, 39(3), 52-58.
- Elliot R, Friston KJ & Dolan RJ. (2000). Dissociable neural responses in human reward systems. *J Neurosci*; 20, p.6159-6165.
- Englander, F., Terregrossa, R. A., Wang, Z. (2010). Internet use among college students: tool or toy?, *Educational Review* 62 (1), 85-96.
- Ergene, T. (2014). *Sosyal medyanın toplumsal hafızadaki rolü*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Ertürk, Y.D. (2013). *Davranış Bilimleri*, 4. Baskı, Kutup Yıldızı Yayınları, İstanbul.

- Esen, E. & Siyez, D. (2011). Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (36), s.127-138.
- Eснаоla, I., Rodríguez, A. & Goñi, A. (2010). Body dissatisfaction and perceived sociocultural pressures: Gender and age differences. *Salud Mental*, 33, 21-29.
- Eşiyok Sönmez E. & Özgen Ö.(2016). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz İletişim Dergisi*, s. 79
- Facebook, (2017). Facebook Newsroom (Çevrim-içi: <http://newsroom.fb.com/company-info/> Erişim tarihi: 30 Kasım 2017)
- Fardouly, J., Diedrichsb P.C., Vartaniana L.R., Halliwell, E. (2015). Social Comparisons On Social Media: The Impact Of Facebook On Youngwomen's Body Image Concerns And Mood. *Body Image*, 13, s.38-45.
- Fox, J. and M. A. Vendemia (2016). "Selective Self-Presentation and Social Comparison Through Photographs on Social Networking Sites." *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 19(10): 593-600.
- Gaffney K. J. (2017). *Negative affect that social media causes on body imaging an honors college thesis* (Undergraduate honors collage theses). Long Island University, New York.
- Gencer, L.S. (2011). *Ortaöğretim öğrencilerinin internet bağımlılık durumlarının internet kullanım profilleri ve demografik özelliklere göre farklılıklarının incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Göksan, B. (2007). *Ergenlerde beden imajı ve beden dismorfik bozukluğu*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). T. C Sağlık Bakanlığı Şişli Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Psikiyatri Kliniği, İstanbul.
- Griffiths, M. D. (2000). Internet Addiction: Time to be Taken Seriously. *Addiction Research*. 8, p.413-418.
- Güler, K. (2015). *Beden imajının üniversite öğrencilerinde yaşam doyumu ve umutsuzluk üzerine etkisi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Güneş, İ. (2009). *Medyada yer alan kadın bedeni imgeleri ve kadınlarda beden imgesi hoşnutsuzluğu*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Gürsakal, N. (2009). Sosyal ağ analizi. Bursa: Dora Yayıncılık.

- Haspolat, N. K. (2016). *Üniversite öğrencilerinde beden imajı benlik saygısı ve sosyal fobinin incelenmesi*.(Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32) , s.21.
- Hingerton H.(2016). *Socialmediaselfies: exploringrelationshipsbetweengender, narcissism, self-esteem, body imageandproblematic internetuse*, Department of Psychology, Dublin Business School, Ireland.
- Hovardaoğlu S. & Özdemir Y.D. (1990).*Vücut Algısı Ölçeği'nin güvenilirlik ve geçerlik çalışması/Şizofrenik ve majör depresif hastaların beden imgelerinden doyum düzeyleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karasar, N. (2005). Bilimsel araştırma yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s. 79.
- Karaiskos, D. & Tzavellas, E., Balta, G. & Paparrigopoulos, T. (2010). Social network addiction: A new clinical disorder? *European Psychiatry*, 25, 855.
- Kılıç, Ş.D. (2014). *Üniversite öğrencilerinin yalnızlık ve psikolojik dayanıklılıklarının incelenmesi*.(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Erzurum.
- Kirschner, P. A. & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26, 1237-1245.
- Kleemans, M., et al. (2018). "Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls." *Media Psychology* 21(1): 93-110.
- Koç, M. & Karabatak, M.(2011). Sosyal ağların öğrenciler üzerindeki etkisinin veri madenciliği kullanılarak incelenmesi. V. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Koob, G.F. (1996). Hedonic valence, dopamineandmotivation. *MolPsychiatry*, 1,p.186-189.
- Kuss, D.J.& M.D.(2012). Griffiths, Internet andgamingaddiction: a systematicliteraturereview of neuroimagingstudies. *Brain sciences*. 2(3): p. 347-374.
- Kuss, D.J., et al. (2014). Assessing internet addictionusingtheparsimonious internet addictioncomponents model—a preliminarystudy. *International Journal of MentalHealthandAddiction*. 12(3): p. 351-366.

- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media Soc.*, 10, 393-411.
- Marketing Türkiye. (2016/2). "Önümüzdeki 20 Yıla Y Kuşağı Yön Verecek", Sayı:312 S.84-85.
- Milgram, N.W. (1995).Neurobiology of reward. (Çevrim-içi: <http://www.utoronto.ca/~milgram/nroc61/reward.doc> Erişim tarihi: 30 Kasım 2017.)
- Mutlu, Ş. (2014).*Lise öğrencilerinin facebook kullanımı-uygulamaların özsaygı ve yalnızlık düzeyleri ile ilişkisinin incelenmesi van ili Erciş ilçesi örneği.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yüzüncüyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Van.
- Okumuş, E. (2009). "Bedene Müdahalenin Sosyolojisi".*Şarkiyat İlmî Araştırmalar Dergisi*, sayı (2).
- Özbolat, A. (2011). Postmodern dönemde bedenın tüketim temelinde yeniden inşası. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 38, s.317-334.
- Özcan, N. K. (2004).*Üniversite öğrencilerinde internet kullanımının psikososyal durum ile ilişkisi.*(Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özodaşık, M. (1989).*Yalnızlığın çeşitli değişkenlerle ilişkisi.*(Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Patwardhan, P. & Yang, J.(2003). Internet dependencyrelationsand online consumer behavior: a media systemdependencytheoryperspective on why people shop, chat, and read news online. *Journal of Interactive Advertising*, 3(2).
- Peplau, L.A. & Perlman, D. (1984). Lonelinessresearch: a survey of empiricalfindings. Peplau, L.A., Goldston (Ed.). *Preventingtheharmfulconsequences of severe anspersistentloneliness.*Rockville Maryland: NationalInstitute of MentalHealth.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25, 578-586.
- Sczesny, S. and M. C. Kaufmann (2018). "Self-presentation in online professional networks: Men's higher and women's lower facial prominence in selfcreated profile images." *Frontiers in Psychology* 8(JAN).

- Sucu, İ. (2012). Sosyal medya oyunlarında gerçeklik olgusunun yön değiştirmesi: smeeet oyunu örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(3), 55-88.
- Soydan, Z. M. (2015). *Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı ile depresyon ve yaşam doyumu arasındaki ilişki*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Sönmez Eşiyok, E.& Özgen, Ö. (2016). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz İletişim Dergisi*, s.78-9
- Statista (2016). Penetration of leading social networks in Turkey as of 3rd and 4th quarter 2016, by platform. (Çevrim-içi: Penetration of leading social networks in Turkey as of 3rd and 4th quarter 2016, by platform/, Erişim tarihi: 25 Kasım 2017.)
- Statista (2017). Instagram accounts with the most followers worldwide as of October 2017 (in millions). (Çevrim-içi: www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/ Erişim tarihi: 25 Kasım 2017)
- Şensoy, B. (2013). *Medyada beden imajı: bazı televizyon programlarından örnekler*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Tarhan, N. (2015). Beyin ve Bağımlılık. (Çevrim-içi <http://bayder.com.tr/beyin-ve-bagimlilik/> Erişim tarihi: 11 Aralık 2017)
- Taydaş, O. (2012). *Serbest zaman etkinliği olarak facebook kullanımıyla yalnızlıkla ilişkisi: Cumhuriyet Üniversitesi örneği*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Radyo Televizyon Ana Bilim Dalı, Konya.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi, *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), s.155-181.
- Tutgun-Ünal, A. & Deniz, L. (2015). Development of the social media addiction scale. *Online Academic Journal of Information Technology (AJIT-e)*, 6(21), 51-70.
- TÜİK (2018), Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. (Çevrim-içi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779>, Erişim tarihi: 14 Şubat 2018.)

- Uğurlu, Ö. (2015).Kadının benlik sunumunun güncel bir aracı olarak sosyal ağlarbir tasarım unsuru: kusursuzlaştırma.*Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,8(1).
- Uzby, T. (2009). Beyin nasıl bağımlı oluyor. *Meslek İçi Sürekli Eğitim Dergisi*, 21(22), s.34-48.
- Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyalizolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161-172.
- Ünsal Gemici, Ş. (2015).*İstanbul'daki dört vakıf üniversitesi öğrencilerinin internet bağımlılığın yordayanpsiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi*.(Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Yang, S. C. &Tung, C. J. (2007). Comparison of Internet AddictsandNon-addicts in Taiwanese High School. *Computers in Human Behavior*. 23, p.79-96.
- Young, K.S. (1996). Internet Addiction: TheEmergence of a New ClinicalDisorder. PaperPresented at the 104th Annual Meeting of theAmericanPsycho-logicalAssociation, Toronto. *CyberpsycholBehavior*. 3, p.237-244.
- Wickel T. M. (2015). NarcissismandSocial Networking Sites: TheAct of TakingSelfies Strategic Communications ElonUniversity, *TheElonJournal of UndergraduateResearch in Communications*, 6(1).
- Xiaojing, A. (2017). "Social networking site uses, internalization, body surveillance, social comparison and body dissatisfaction of males and females in mainland China." *Asian Journal of Communication* 27(6): 616-630.

EKLER

EK-1. Sosyal Madde Bağımlılığı Ölçeği (Örnek Maddeleri)

Aşağıda çeşitli duygu ve düşünceleri içeren ifadeler verilmektedir. Sizden istenilen her ifade de tanımlanan duygu ve düşünceyi ne sıklıkta hissettiğinizi ve düşündüğünüzü içtenlikle belirtmeniz.

Madde		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sıklık	Her zaman
26.	Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
27.	Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.					
28.	Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmalarımı ihmal ederim.					
29.	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.					
30.	Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.					
31.	Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.					
32.	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.					
33.	İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda Beni eleştirirler.					
34.	Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezdiğimi saklamaya çalışırken bulurum.					
35.	Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.					
36.	Sosyal medya kullanımını yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığım olur.					

EK-2. U.C.L.A. Yalnızlık Ölçeği (Örnek Maddeleri)

Aşağıda çeşitli duygu ve düşünceleri içeren ifadeler verilmektedir. Sizden istenilen her ifade de tanımlanan duygu ve düşünceyi ne sıklıkta hissettiğinizi ve düşündüğünüzü içtenlikle belirtmeniz.

HİÇ	NADİREN	BAZEN	SIK SIK
Yaşamadı	Yaşarım	Yaşarım	Yaşarım

1. Arkadaşım yok.
2. Başvurabileceğim hiç kimse yok.
3. Kendimi tek başınaymışım gibi hissetmiyorum.
4. Çevremdeki insanlarla bir ortak yönüm var.
5. Artık hiç kimseyle samimi değilim.
6. İlgilerim ve fikirlerim çevremdekilerce paylaşılıyor.
7. Dışa dönük bir insanım.
8. Kendime yakın hissettiğim insanlar var.

EK-3. Vücut Algısı Ölçeği (Örnek Maddeleri)

Aşağıda çeşitli vücut özellikleri ve beğenip beğenmedi ile ilgili ifadeler bulunmaktadır. Yapmanız gereken bir vücut özelliğinin hakkındaki görüşünüzü 'Hiç Beğenmiyorum', 'Pek Beğenmiyorum', 'Kararsızım', 'Oldukça Beğeniyorum', 'Çok Beğeniyorum' seçeneklerinden uygun olanına "X" işareti koyarak belirtmenizdir. Tüm maddeleri eksiksiz olarak ve içtenlikle cevaplamanız önemlidir.	Hiç Beğenmiyorum	Pek Beğenmiyorum	Kararsızım	Oldukça Beğeniyorum	Çok Beğeniyorum
Saçlarım					
Yüzümün rengi					
İştahım					
Ellerim					
Vücudumdaki kıl dağılımı					
Burnum					
Fiziksel gücüm					
İdrar – dışkı düzenim					
Kaskuvvetim					
Belim					
Enerji düzeyim					
Sırtım					
Kulaklarım					
Yaşım					
Çenem					
Vücut yapım					
Profilim					
Boyum					
Duyularımın keskinliği					
Ağrıya dayanıklılığım					
Omuzlarımın genişliği					
Kollarım					
Göğüslerim					
Gözlerimin şekli					
Sindirim sistemim					
Kalçalarım					

EK-4.Kişisel Bilgi Formu

Değerli Öğrenciler,

Bu araştırma yüksek lisans bitirme çalışması kapsamında yapılmaktadır. Bireylerin kendilerini nasıl değerlendirdiklerini belirlemeye yönelik ölçeklerde, sorulara vereceğiniz yanıtların doğruluğu ya da yanlışlığı söz konusu değildir. Ölçeklerde ki sorular sadece araştırma amacı ile kullanılacak olup bireysel sonuçlar gizli tutulacaktır. Araştırmanın güvenilirliği açısından soruları samimiyetle cevaplamanız oldukça önemlidir. Lütfen tüm soruları işaretleyiniz. Yardımlarınız için teşekkür ederim.

Zeynep ÇARKÇI

Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Öğrencisi

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

1. Öğrenim Gördüğünüz Üniversitenin Adı:

2. Öğrenim Gördüğünüz Bölüm:

3. Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek

4. Yaşınız:

5. Öğrenim Gördüğünüz Sınıf: (1) (2) (3) (4)

6. Akademik Başarı Durumunuzu Genel Olarak Nasıl Değerlendirirsiniz? Düşük ()

Orta () Yüksek ()

7. Sosyo-ekonomik Durumunuz: Düşük () Orta () Yüksek ()

EK-5.Özgeçmiş

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Zeynep Çarkçı

Doğum Yeri ve Tarihi: Ankara- 07.06.1993

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi: Başkent Üniversitesi

Yüksek Lisans Öğrenimi: Ufuk Üniversitesi

Bildiği Yabancı Diller: İngilizce

İş Deneyimi

Kariyer Koleji (2016-2018)

İletişim

E-Posta Adresi: Zeynep_1436@hotmail.com

Tarih: 13.06.2019