

TRABZON ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

**LİSE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIM AMACI İLE
YALNIZLIK, ZAMAN YÖNETİMİ, İLETİŞİM BECERİSİ VE
PSİKOLOJİK İYİ OLMA ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hakan KALE

TRABZON
Haziran, 2019

**TRABZON ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI**

**LİSE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIM AMACI İLE
YALNIZLIK, ZAMAN YÖNETİMİ, İLETİŞİM BECERİSİ VE
PSİKOLOJİK İYİ OLMA ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Hakan KALE

**Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nce Yüksek Lisans Ünvanı
Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.**

**Tezin Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Zehra Nesrin BİROL**

**TRABZON
Haziran, 2019**

Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne

Bu çalışma jürimiz tarafından Eğitim Bilimleri Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir. 21/06/2019

Tez Danışmanı :Dr. Öğr. Üyesi Zehra Nesrin BİROL



Üye :Prof. Dr. Hatice ODACI



Üye :Prof. Dr. Müge YILMAZ



Onay

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Bülent GÜVEN
Enstitü Müdürü

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Tezimin içerdiği yenilik ve sonuçları başka bir yerden almadığımı; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalardan bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada kullanılan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yaptığımı ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi, ayrıca bu çalışmanın Trabzon Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonuca razı olduğumu bildiririm.

Hakan KALE

21 / 06 / 2019

ÖN SÖZ

21.yy da teknolojiye oluşan değişim ve gelişim beraberinde yeni iletişim araçları da meydana getirmiştir. İnternet ağlarının yaygınlaşması ile beraber oluşan yeni iletişim kanalları toplumun her birimine kadar ulaşmayı başarmıştır. Özellikle karşılıklı iletişime olanak sağlayan ve internet ağları üzerinde sağlanan sosyal medya araçları uzak ülkelerdeki insanların karşılıklı iletişimini kolaylaştırmıştır. Her yaştan insanın kullandığı bu sosyal medya araçları kişilik gelişimini oluşturan ergenlik dönemindeki öğrencilerinde vazgeçilmezi olmuştur. Bu çalışmada lise öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarının yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma durumuna etkisi incelenmiştir. Sosyal medya kullanımının beraberinde öğrenciler üzerinde ne gibi etkiler oluşturduğuna yönelik bilgilerin, öğrencilerin bir bütün halinde gelişime katkı sağlamada önemli bilgiler sağlayacağı düşünülmüştür.

Çalışmanın tamamında topluma faydalı bir eser oluşturma amacını koruyarak bilgi ve birikimleri ile desteğini esirgemeyen, özgüven verici konuşmaları ile motivasyonumu sürekli yüksek tutamama yardımcı olan, bilime katkı sağlamamda önemli rol oynayan ve en zor durumlarda bile bir çıkış yolu bulmaya yardımcı olan değerli, kıymetli hocam ve tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Zehra Nesrin BİROL'a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Lisansüstü eğitimim boyunca akademik bilgi ve becerilerini benimle paylaşarak daha donanımlı olmama yardımcı olan değerli hocalarım Prof. Dr. Hatice ODACI'ya, Prof. Dr. Hikmet YAZICI'ya ve Doç. Dr. Hülya KASAPOĞLU'na teşekkürü de bir borç bilirim. Lisansüstü eğitimim boyunca Trabzon Üniversitesi Eğitim Bilimleri Bölümü Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık programı içerisindeki tanışma ve ders alma şansına sahip olduğum tüm öğretim üyelerine de şükranlarımı ayrıca sunarım.

Her zaman bana kol kanat geren ve desteklerini kalbimde hissettim sevgi dolu ve değerli annem Hamide KALE'ye, öğretmenlik mesleğiyle örnek aldığım ve güler yüzü ile ışık saçan saygı değer babam İbrahim KALE'ye sonsuz şükranlarımı sunmayı da bir borç bilirim. Bilim yolunda ilerlemede bana verdikleri desteği sonsuza kadar unutmayacağım.

Haziran, 2019

Hakan KALE

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ.....	IV
İÇİNDEKİLER.....	V
ÖZET.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
TABLolar LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XI
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XII
1. GİRİŞ.....	1
1. 1. Araştırmanın Amacı.....	4
1. 2. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi.....	4
1. 3. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	6
1. 4. Araştırmanın Varsayımları.....	6
1. 5. Tanımlar.....	6
2. LİTERATÜR TARAMASI.....	8
2. 1. Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi.....	8
2. 1. 1. Sosyal Medya.....	8
2. 1. 1. 1. Sosyal Medya Tarihçesi.....	9
2. 1. 1. 2. Sosyal Medya Özellikleri.....	10
2. 1. 1. 3. Sosyal Medya Araçları.....	11
2. 1. 1. 3. 1. Facebook.....	14
2. 1. 1. 3. 2. Instagram.....	15
2. 1. 1. 3. 3. YouTube.....	16
2. 1. 1. 3. 4. Twitter.....	17
2. 1. 1. 3. 5. Whatsapp.....	18
2. 1. 1. 3. 6. Messenger.....	18
2. 1. 1. 3. 7. LinkedIn.....	19
2. 1. 1. 3. 8. Diğer Sosyal Medya Araçları.....	19
2. 1. 1. 4. Sosyal Medya Kullanım Amaçları.....	20
2. 1. 1. 5. Ergenlik Dönemi Sosyal Medya Kullanımı.....	23
2. 1. 2. Yalnızlık.....	25
2. 1. 2. 1. Yalnızlık Duygusu Kavramı ve Kapsamı.....	26

2. 1. 2. 1. 1. Sosyal Yalnızlık.....	27
2. 1. 2. 1. 2. Duygusal Yalnızlık.....	27
2. 1. 2. 1. 3. Gizli Yalnızlık	28
2. 1. 2. 1. 4. Triad Yalnızlık	29
2. 1. 2. 2. Yalnızlık Duygusunun Nedenleri	30
2. 1. 2. 3. Yalnızlık Duygusu ile Baş Etme Stratejileri.....	31
2. 1. 2. 4. Ergenlik Döneminde Yalnızlık	32
2. 1. 3. Zaman Kavramı ve Serbest Zaman.....	33
2. 1. 3. 1. Zaman Kavramı ve Zaman Yönetimi.....	33
2. 1. 3. 2. Serbest Zaman Kavramı ve Kapsamı	34
2. 1. 3. 3. Serbest Zaman Etkinlikleri	35
2. 1. 3. 4. Ergenlik Döneminde Zaman Yönetimi.....	36
2. 1. 4. İletişim Becerileri.....	37
2. 1. 4. 1. İletişim Kavramı ve Kapsamı	37
2. 1. 4. 2. Etkili İletişim.....	38
2. 1. 4. 3. Ergenlik Döneminde İletişim	39
2. 1. 5. Psikolojik İyi Olma.....	41
2. 1. 5. 1. Psikolojik İyi Olma Kavramı ve Kapsamı	41
2. 1. 5. 2. Psikolojik İyi Olmanın Özellikleri	42
2. 1. 5. 3. Psikolojik İyi Olmayı Etkileyen Unsurlar	44
2. 1. 5. 4. Ergenlik Döneminde Psikolojik İyi Olma.....	45
2. 2. Literatür Taraması Sonucu	46
3. YÖNTEM	47
3. 1. Araştırma Modeli	47
3. 2. Araştırma Grubu.....	47
3. 3. Verilerin Toplanması.....	50
3. 3. 1. Veri Toplama Aracı	50
3. 3. 1. 1. Kişisel Bilgi Formu (KBF).....	50
3. 3. 1. 2. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ)	51
3. 3. 1. 3. UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu (UCLA-KF- Ergenler için).....	51
3. 3. 1. 4. Boş Zaman Yönetimi Ölçeği (BYZÖ)	52
3. 3. 1. 5. İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ).....	52
3. 3. 1. 6. Psikolojik İyi Olma Ölçeği (PİÖÖ)	53
3. 3. 2. Veri Toplama Süreci	53

3. 4. Verilerin Analizi.....	54
4. BULGULAR.....	55
4. 1. Ölçeklerin Güvenilirlik İstatistiklerine İlişkin Bulgular	55
4. 1. 1. Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeğine İlişkin Bulgular	55
4. 1. 2. Araştırmada Kullanılan Diğer Ölçeklere İlişkin Bulgular	56
4. 2. Tanımlayıcı İstatistiklere İlişkin Bulgular	58
4. 3. Sosyal Medya Kullanım Amacı İle Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular ..	59
4. 4. Sosyal Medya Platformlarını Kullanma Sıklıklarına İlişkin Bulgular	65
4. 5. Sosyal Medya Kullanım Amacı İle Diğer Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular.....	66
5. TARTIŞMA.....	71
6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	79
6. 1. Sonuçlar	79
6. 2. Öneriler	79
6. 2. 1. Araştırmaya Sonuçlarına Dayalı Öneriler	79
6. 2. 2. İleride Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler	80
7. KAYNAKLAR	81
8. EKLER	97
9. ÖZGEÇMİŞ VE İLETİŞİM BİLGİLERİ.....	111

ÖZET

Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanım Amacı İle Yalnızlık, Zaman Yönetimi, İletişim Becerisi ve Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Toplumda yaygınlaşan internet ve sosyal medya kullanımının ergenlik döneminde bulunan lise öğrencileri üzerinde de birçok etkisi bulunduğu bilinmektedir. Bundan dolayı bu çalışmada da lise öğrencilerinde sosyal medya kullanım amacı ile yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerisi ve psikolojik iyi olma arasındaki ilişkinin var olup olmadığı incelemeye çalışılmıştır.

Araştırma ilişkisel tarama modeline uygun olarak tasarlanmıştır. Araştırma grubunu 2018-2019 Eğitim Öğretim yılı güz döneminde Giresun iline bağlı devlet okullarının 9, 10 ve 11. sınıfta öğrenim 1153 lise öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırmada Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu (UCLA-KF- Ergenler için), Boş Zaman Yönetim Ölçeği, İletişim Becerileri Ölçeği ve Psikolojik İyi Olma Ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler ile ölçeklerin ve alt boyutlarının maddeler arası iç tutarlılık (Cronbach's Alpha) katsayısı hesaplanmış, güvenirlik katsayısı yeterli olduğuna karar verildikten sonra araştırma hipotezlerine uygun analizlerin yapılması için bağımlı değişken olan sosyal medya kullanım amacının değişkeninin normallik dağılımı incelenmiştir. Verilerin normal dağılım varyansını taşıması nedeniyle parametrik test tekniklerinden bağımsız gruplar t-testi, Tukey post-hoc testi ve Pearson Korelasyon katsayısı incelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin interneti daha çok sosyal ağ ve eğlence amacıyla akıllı telefonlar üzerinden kullandıkları ve sosyal medyaya her gün erişim sağladıkları belirlenmiştir. Lise öğrencilerin yalnızlık hislerinin az olduğu, zaman yönetimi ve iletişim becerilerinde başarılı oldukları, psikolojik iyi olma düzeylerinin ortalamanın üstünde oldukları belirlenmiştir. Öğrenim görülen lise türünün sosyal medya kullanım sıklığını etkilemediği, ancak sosyal medyanın ders hazırlığı amacıyla kullanımını etkilediği belirlenmiştir. Lise öğrencilerinin kardeş sayısı arttıkça sosyal medya kullanım sıklığının azaldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Yalnızlık, Zaman Yönetimi, İletişim Becerisi, Psikolojik İyi Olma

ABSTRACT

Investigation of the Relationship Between Social Media Use and Loneliness, Time Management, Communication Skills and Psychological Well-Being in High School Students

It is known that the use of internet and social media, which are widespread in society, have many effects on high school students who are in adolescence. Therefore, in this study, it has been tried to examine whether there is a relationship between loneliness, time management, communication skill and psychological well-being in social media use in high school students.

The research was designed in accordance with the relational screening model. The research group consisted of 1153 high school students studying in 9th, 10th and 11th grade in Giresun province during the fall semester of 2018-2019 Academic Year. Personal Information Form, Social Media Usage Objectives Scale, UCLA Loneliness Scale Short Form (for UCLA-KF-Adolescents), Leisure Time Scale, Communication Skills Scale and Psychological Well Being Scale were used in the study. The internal consistency (Cronbach's Alpha) coefficient of the scales and sub-dimensions was calculated and the reliability coefficient was determined to be sufficient and the normality distribution of variable dependent social media usage was investigated. Because of the normal distribution of the data, t-test, Tukey post-hoc test and Pearson Correlation Coefficient were used.

According to the results of the research, it was determined that high school students mostly use the internet via smart phones for social networking and entertainment and they provide access to social media every day. It was determined that high school students had low feelings of loneliness, they were successful in time management and communication skills, and psychological well-being levels were above average. It was determined that the high school type did not affect the prevalence of social media use, but it affected the use of social media for course preparation. As the number of siblings increased, the frequency of social media use decreased.

Key Words: Social Media, Loneliness, Time Management, Communication Skills
Psychological Well-Being

TABLolar LİSTESİ

<u>Tablo No</u>	<u>Tablo Adı</u>	<u>Sayfa No</u>
1.	Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler	48
2.	Öğrencilerin Aileleri İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler	49
3.	Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları (SMKA) Ölçeği ve Alt Boyutlarının Güvenirlik ve Tanımlayıcı İstatistikleri.....	55
4.	Araştırmada Kullanılan Diğer Ölçekler ve Alt Boyutlarının Güvenirlik ve Tanımlayıcı İstatistikleri.....	56
5.	Öğrencilerin İnternet Kullanımına Dair Tanımlayıcı İstatistikler.....	58
6.	Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımına Dair Tanımlayıcı İstatistikler	59
7.	Sosyal Medya Kullanım Amacının, Cinsiyete Göre Fark Testleri.....	60
8.	Sosyal Medya Kullanım Amacının, Yaşa Göre Fark Testleri	61
9.	Sosyal Medya Kullanım Amacının, Okul Türüne Göre Fark Testleri	62
10.	Sosyal Medya Kullanım Amacının, Sınıf Düzeyine Göre Fark Testleri.....	63
11.	Sosyal Medya Kullanım Amacının, Kardeş Sayısına Göre Fark Testleri....	63
12.	Katılımcıların Sosyal Medya Platformları Kullanım Sıklıkları.....	65
13.	Sosyal Medya Kullanım Amacı ve Diğer Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayıları.....	66

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Şekil No</u>	<u>Şekil Adı</u>	<u>Sayfa No</u>
1.	2018 yılında dünyada sosyal medya kullanımı	12
2.	2018 yılında türkiye’de internet ve sosyal medya kullanıcı sayıları	12
3.	2018 dijital raporuna göre dünyada kullanılan sosyal medya araçlarının oranı	13
4.	2018 dijital raporuna göre türkiye’de kullanılan sosyal medya araçlarının oranı	14
5.	Sosyal medya kullanım amacı ölçeği normal dağılım (histogram) grafiği...	60

KISALTMALAR LİSTESİ

- BZYÖ** : Boş Zaman Yönetimi Ölçeği
- EDSOİ** : Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim
- SPSS** : Sosyal Bilimler için İstatistik Programı
(Statistical Package for the Social Sciences)
- İBÖ** : İletişim Becerileri Ölçeği
- İİTB** : İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler
- İKİ** : İletişim Kurmaya İsteklilik
- IMEAS** : Orta Doğu ve Asya Çalışmaları Enstitüsü
(Institute of Middle East and Asian Studies)
- KBF** : Kişisel Bilgi Formu
- KİE** : Kendini İfade Etme
- PİOÖ** : Psikolojik İyi Olma Ölçeği
- SMKA** : Sosyal Medya Kullanım Amaçları
- SMKAÖ** : Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği
- TDK** : Türk Dil Kurumu
- UCLA-KF** : UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu

1. GİRİŞ

Dijitalleşmenin son derece hızlı olduğu çağımızda, sosyal medya kullanımı dünyada ve ülkemizde artmaktadır. “Yeni nesil teknolojilerin” kullanımı ile dördüncü sanayi devriminin gerçekleşmesi sonucunda iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler bütün hayatımızı etkilemeye başlamıştır. “Dijital Devrim” olarak da adlandırılan bu gelişmeler sonucunda internet ve iletişim teknolojileri hayatımızın ayrılmaz bir parçası olmuş ve yeni kavramların literatüre girmesini sağlamıştır.

2018 Dijital Raporuna göre dünyada en çok kullanılan sosyal medya araçları sırasıyla; Facebook, Youtube, Instagram, Tumblr, Qzone, Sina Weibo, Twitter, LinkedIn, Reddit, yy, V Kontakte olarak belirlenmiştir. Facebook’un dünyada toplam kullanıcı sayısı 2 milyar 170 milyon kişidir. Türkiye’de Facebook kullanımı 43 milyon kişidir. Instagram’ın dünyada toplam kullanıcı sayısı 800 milyon kişidir. Türkiye %41 kullanımla Instagramı en çok kullanan ikinci ülkedir. Türkiye’de toplam nüfusun (81,33 milyon) %67’si (54,33 milyon) internet, %63’ü (51,00 milyon) sosyal medya kullanmaktadır. İnternet kullanıcılarının sayısı 2017’ye göre 2018 yılında %13 (6 milyon), sosyal medya kullanıcılarının sayı %6 (3 milyon) artmıştır. Türkiye’de kullanılan sosyal medya araçları Youtube %55, Facebook %53, Instagram %46, Twitter %36, Google+ %31, LinkedIn %20, Pinterest %16, Tumblr %14 olarak belirlenmiştir. Toplam Facebook kullanıcıların yaş dağılımı; 13-17 yaş arası %3 kadın, %4 erkek toplam 3,3 milyon, 18-24 yaş arası %10 kadın, %16 erkek toplam 13 milyon, 26-34 yaş %11 kadın, %18 erkek toplam 15 milyon kullanıcı bulunmaktadır (URL-1, 2018). Gelecekte de internet ve sosyal medya kullanıcıların artmaya devam edeceğini bu verilerden yola çıkarak söylemek mümkündür.

Sosyal medyanın ortaya çıkışı Web 2.0 teknolojisine dayanmaktadır. Web 2.0 teknolojisi kullanıcıyı merkeze almakta, tasarım ve içerik oluşturmaya izin vermekte, kullanımı kolay, yüksek teknik bilgi istemeyen bir yapıya sahiptir. Sosyal medya, bölgesel sınırlılıklar tanımadan kişiye özel olmakla birlikte, birçok kullanıcının birbiri ile hızlı etkileşimini sağlamakta ve çok yönlü iletişime izin vermektedir (Çakır, 2017).

Sosyal medya, bireylerin sosyalleşmesi için büyük bir platform oluşturmuş ve bireylerin ait olma ihtiyaçlarını karşılamak için topluluk oluşturmaya olanak sağlayan önemli bir iletişim ve etkileşim alanı olmuştur (Zafarmand, 2010). Sosyal medya, iletişimi farklılaştırmış ve kolaylaştırmıştır (Koçyiğit, 2015). Sosyal medya kullanımının artmasında, bireylerin kendilerini özgürce ifade edebildikleri sosyal bir ortam olması nedeniyle önemli bir faktördür (Tuğlu, 2017). Sosyal medya, insanların katılım sağlamasına ve geri bildirim vermesini teşvik etmektedir. Böylece medya ile izleyiciler ve dinleyiciler arasında bulunan

mesafe ortadan kalkmaktadır. Sosyal medya ortamında aynı topluluğu oluşturan kişilerin birbirleri ile etkili iletişim kurmasını sağlamaktadır (Zafarmand, 2015). Sosyal medyanın kişilerin sosyal ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte, kişilerde alışkanlık oluşturması nedeni ile de eleştirilmektedir (Hacıfendioğlu, 2010). Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada, öğrencilerin %51,1'inin her gün internet kullandığı ortaya çıkmıştır. Söz konusu öğrenciler interneti en çok bilgi sahibi olmak ve araştırmak yapmak amacıyla, ikinci sırada ise sosyal medya sitelerine erişim amacıyla kullanılmaktadırlar (Koçer, 2012). Günümüzde ise ortaokul ve lise öğrencilerinin %89'unun sosyal medya sitelerine üye olduğu belirlenmiştir (Alican ve Saban, 2013).

Kişilerin günlük hayatlarında var olan internet, teknolojik bağımlılıklara neden olmaktadır. Teknolojik bağımlılık; internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı, akıllı telefon bağımlılığı olarak incelenmektedir (Savcı ve Aysan, 2017). İnternetin olumsuz taraflarının incelendiği araştırmaların yanı sıra internetin etkilerinin incelendiği araştırmalar da bulunmaktadır. Öğrencilerin internet kullanım süresi arttıkça, diğer kişilerle etkileşim amaçlı kullanımlarının arttığı yönünde literatürde bulgular bulunmaktadır (Eren, 2014).

Sosyal ilişkiler her yaşta önemli olup yalnızlık bireyin yaşamını olumsuz etkileyen ve zamanla önemli bir problem haline gelmektedir (Yılmaz, Yılmaz ve Karaca, 2008). Perlman ve Peplau (1984) yalnızlığı *“bireyin yaşamakta olduğu sosyal ilişkiler ile yaşamak istediği ilişkiler arasında görülen farktan ve çelişkiden dolayı ortaya çıkan, rahatsız edici, psikolojik bir durum”* olarak tanımlamaktadır (s.16). Yalnızlık kavramı öncelikle fiziksel olarak kimsenin olmaması olarak tanımlansa da yanında başka kişiler varken de yalnızlık yaşayabilmektedir. Bu nedenle yalnızlık temelinde, sosyal ilişki yetersizliği ve var olan sosyal ilişkilerden sağlanan doyumun azlığını ifade eder. Yalnızlık birçok psikososyal değişken ile ilişkili olup psikolojik bir durumdur (Buluş, 1997). Yapılan araştırmalarda kendisini yalnız hisseden kişilerin sosyal becerilerinin az geliştiği ve diğer kişilere ilişkin beklentilerinde de kötümser oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Eskin, 2001). Yalnızlık kişilerarası ilişkilerde engeller oluşturmakta; utangaçlık, sosyal kaygı, düşük özsaygı gibi önemli sosyal ilişki engelleri ile birleşmekte ve kişilerin psikolojik iyilik hallerini doğrudan negatif yönde etkilemektedir (Erözkan, 2009).

Günümüz insanı için önemli kavramlardan birisi de zaman kavramıdır. Zaman kavramı tanımlaması en zor tanımlardan biri olmakla birlikte zaman, “hayat” anlamında kullanılmaktadır. Zaman, herkes için eşit olup, etkili kullanılması gereken önemli bir kaynaktır (Sabuncuoğlu, Paşa ve Kaymaz, 2010). Bu nedenle zaman yönetimi kavramı önem kazanmaktadır. Zaman yönetimi, zamanı verimli ve etkin bir biçimde kullanma ve denetleme faaliyetidir (Tutar, 2013). Zaman yönetimini farklı bir şekilde ifade edersek belli

bir zaman aralığında; akılcı, düzen, verimlilik ve etkinlikle faaliyetlerin etkin bir şekilde yönetilmesidir (Akçınar, 2014). Bunun gerçekleşmesi için kişinin yaşadığı olayların kontrolünü sağlaması gerekir (Güçlü, 2001). Aslında zaman yönetimi kişinin kendisini yönetmesidir de diyebiliriz. Ergenlik dönemi zamanı etkili kullanabilme becerisinin geliştirilmesi gereken bir dönemdir. Çünkü bu dönemde kimlik gelişimi, sosyal gelişimi, akademik başarı, ileride sahip olunacak mesleğe hazırlanma, geleceği planlama gibi görevleri gerçekleştirmek durumundadırlar (Seginer ve Lilach, 2004). Dolayısıyla tüm bunların geliştirilmesi için zamanın doğru şekilde kullanılması gerekmektedir. Zaman bilinci olmayan bir ortamda kişi yaşam kontrolünü de sağlayamamaktadır. Kişi zamanını, belirlediği amaçları gerçekleştirmek için kullanması durumunda, psikolojik olarak sağlıklı gelişebilmekte ve başarılı olabilmek için önemli bir adım atmış olacaktır (Eldeleklioğlu, 2008).

Araştırmanın bir diğer değişkeni iletişimdir. İletişim, katılanların ürettiği bilgi ve sembolleri birbirlerine iletmeleri, iletilenler ile ilgili anlama ve yorumlama yaptıkları bir süreçtir (Dökmen, 1994). Kişilerin, başkaları ile etkileşime geçmesi için başkaları tarafından kabul edilecek davranış biçimlerine sahip olmaları gerekir. Kişilerin etkileşime geçmek için kullandıkları davranış biçimleri yaşam sürecinde kendini iletişim becerisi olarak adlandırılır (Erözkan, 2007). Etkili iletişim becerisine sahip kişiler daha iyi öğrenmekte ve iletişim becerisi geliştikçe öğrenme süreci hızlanmaktadır. Etkili iletişim becerilerine sahip kişiler hem kendi hem de toplum yaşamının zenginleşmesine ve saygınlık kazanmasına katkı sağlar. Böylece diğer kişilere saygılı ve hoşgörü geliştirerek demokratik toplumun oluşması sağlanır (Cüceloğlu, 1997). Bireyin iletişim biçimi yaşamı ve çevresindeki kişilerle olan ilişkisini belirlemektedir (Baltaş, 2005). Diğer bireyler ile iletişim kuramayan kişilerin iç dünyalarında gerilim ve yalnızlık yaşamaya başlarlar. İletişim kurmak en temel insani ihtiyaçlarımızdan olup, kişiler arası ilişkinin oluşması için ilk aşamadır (Nazlı, 2009). Ergenlik döneminde kişinin arkadaşlık ilişkileri oldukça önemlidir. Bu süreçte toplumsal ilişkiler kurması, rahatlatıcı bir unsur oluşturur. Arkadaşı olmayan ergenlerde yalnızlık ve eksiklik duygusu oluşabilir. Ergenlik döneminde arkadaşlar ile yardımlaşma, paylaşma sonucunda duygusal alışveriş yaşanır, bu alışveriş toplumsal ilişkilerin temelini oluşturur ve arkadaşları aracılığı ile kendi kişiliğinin yansımalarını görür (Bayhan ve Işıtan, 2010).

Araştırmadaki diğer bir değişken olan Psikolojik iyi olma kavramı ise yaşamı tamamen ve derin bir biçimde doyum alacak şekilde yaşamak olarak tanımlanır (Deci ve Ryan, 2008). Ryff (1989), psikolojik iyi olma halindeki bir bireyde bulunması gereken faktörleri; kendini kabul, özerklik, diğerleriyle olumlu ilişkiler, çevresel hakimiyet, yaşam amacı şeklinde tanımlanmıştır (Ryff, 1989'dan akt., Ayer, 2016, s. 12). Psikolojik iyi olma,

kişinin kendisini ve yaşamının niteliği ile ilgili değerlendirmelerinin sonucudur (Telef, 2013). Ergenlerle yapılan bir çalışmada psikolojik iyi olma durumu ile sosyal medya ve internet kullanımı arasında ilişkinin olup olmadığına bakılmıştır. Buna göre diğerleri ile ilişki de doyum ve olumlu duygular fazlalaştıkça sosyal medya ve internet kullanımı süresinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır (Derin ve Bilge, 2016).

Günümüzde lise öğrencilerinin yaşamlarında vazgeçilmez olarak yer alan sosyal medya kullanımının yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerisi ve psikolojik iyi olma arasında ilişkisi bu çalışmada birlikte incelenmiştir.

1. 1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı (bağımlı değişken) ile yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma (bağımsız değişkenler) arasındaki ilişkinin, incelenmesidir. Bunun yanı sıra çalışmada sosyal medya kullanım amacının cinsiyet, yaş, okul türü, sınıf düzeyi, kardeş sayısı gibi demografik değişkenlere göre de farklılaşıp farklılaşmadığına cevap aranmıştır. Söz konusu amaçlar doğrultusunda test edilen hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

1. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı bazı demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş, okul türü, sınıf düzeyi, kardeş sayısı) göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.
2. Lise öğrencilerinin sosyal medya araçlarını kullanım sıklıklarını belirlemek.
3. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı ile yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma arasında anlamlı ilişki vardır.

1. 2. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi

Günümüzde internet ve internete bağlı teknoloji kullanımı giderek yaygınlaşmakta ve “dijital devrim”in etkisi ile bütün yaşamımız etkilenmektedir. Bu gelişmelerden etkilenen öncelikli alan “medya” olmuş ve yaşamımıza “sosyal medya” kavramının girmesine yol açmıştır. İnternet teknolojileri ile her yerden ulaşılabilen, kişiye özel, içerik üretmeye ve topluluklarla iletişimde bulunmasına izin veren sosyal medya araçlarının kullanımı artmaktadır.

Türkiye’de 14-18 yaş grubunda bulunan lise öğrencileri ergenlik döneminde olup arkadaşlık ilişkileri ve etkileşimlerini sosyal medya araçlarını kullanarak gerçekleştirmeye yönelmektedir. Lise öğrencilerinin, arkadaşları ile iletişim kurması ve bu dönemde kurulan iletişimin gelecekteki iletişim biçimlerini etkileyeceği, dolayısı ile gelecekteki toplumun etkileşim biçimlerinin de değişeceğinin bir göstergesi olmaktadır. Sosyal medya

araçlarının yaygın kullanımı sonucunda “sosyalleşme” olarak literatürde yer alan kavram “dijital sosyalleşme” olarak araştırmalara konu olmaya başlamıştır. Bu nedenle lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları araştırmalara konu olmuştur. 2018 Dijital Raporunda ülkemizde internet kullanıcı sayısı 6 milyon, sosyal medya kullanıcı sayısı 3 milyon artması da sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım amaçlarının belirlenmesi önemli görülmektedir.

Ergenlik döneminde kişilik gelişimi sırasında sosyal medya ile etkileşimde olan bireyin yalnızlık durumu da son derece önemli bir konu olmuştur. Akranları ve diğerleriyle birlikte olmak isteyen ergen için yalnızlık bir psikolojik durum olarak yaşamını olumsuz etkileyen bir unsur olmuştur. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya ile yalnızlık arasında ilişkinin ergenlerin gelişimleri ve toplumsal uyumlarında son derece önemli olduğu düşünülmektedir.

Zaman kavramı da her kişi için eşit olan, ancak zaman yönetimi ile kişinin öz yönetimini geliştirdiği ve hayatının kontrol edebilmesini sağlayan bir kavramdır. Özellikle lise döneminde bulunan öğrencilerin zaman yönetimine sahip olması, akademik ve sosyal gelişimlerini sağlama da önemli rol oynamaktadır. Zamanı yönetme becerisine sahip olan bir ergenin gelişim görevlerini yerine getirmesi ve bir sonraki gelişim dönemine hazır olması sonraki yıllarda bir bütün halinde gelişiminde önemli rol oynayacaktır. Zaman yönetimi becerilerini kazanmış kişilerin yaşam sorumluluğun almış, istediklerini gerçekleştiren kişiler olması sonucunda psikolojik iyi olmanın sağlanacağı düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımın, ergenin zamanı nasıl kullandığına dair sağladığı veriler ergenlerin gelişimlerinde alınacak tedbirlerde yol gösterici olacaktır.

İletişim becerisi de bireyin diğer bireyler ile olan iletişim davranışlarından oluşan bir kavramdır. En temel insani ihtiyaç olarak değerlendirilen iletişim, diğer kişilerle olan ilişkileri belirlemektedir. Yeterince iletişime geçemeyen kişilerin, yalnızlık yaşamaya başlamakta olduğu araştırmalarla desteklenmektedir. Ergenlik döneminde iletişim becerisi geliştiremeyen kişilerin toplumsal ilişkiler oluşturmada da eksik kalacağı ve gittikçe artan yalnızlık duygusunun oluşturacağı psikolojik olumsuzluklarla baş etmesi gerekecektir. Özellikle sosyal medya kullanımın iletişim becerisi sağlamada ne gibi katkılar veya eksiklikler getirdiğinin bilinmesi, ergenlerin kişilik ve sosyal gelişimlerine sunulacak tavsiyelerde yol gösterici olacaktır. Bu dönemde iletişim becerilerinin geliştirilmesi için alınacak önlemler toplumsal gelişim ve sağlıklı toplumsal iletişim için de gerekli olacaktır.

Psikolojik iyi olma kavramı da bireylerin gelişimi için son derece önemlidir. Özellikle ergenlik döneminde bireyin sağlıklı bir kimlik oluşturması açısından kendini tanıması ve daha mutlu bir yaşam sürmesi, gelecekteki yaşamında son derece önemli bir yer edecektir. Psikolojik iyi olma halini sağlamayan bir ergen gelecekte hem iş hayatında hem

de sosyal yaşantısında sorunlar yaşayacaktır. Bu açıdan bakıldığında ergenlerin sosyal medya kullanımının iyi olma düzeyleri üzerine etkilerinin bilinmesinin, gelecekte bu kişiler üzerinde ortaya çıkabilecek bireysel ve toplumsal sorunların önüne geçmede önemli veriler sağlayacaktır.

Literatüre bakıldığında ise lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı ile yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerisi ve psikolojik iyi olma arasında ilişkinin incelendiği araştırmalara rastlanılmamıştır. Araştırmadan elde edilecek bulgulara göre sosyal medya kullanım amacının diğer değişkenlerle ilişkisinin belirlenmesi, zorunlu eğitimin son basamağı olan lise döneminde gerekli önlemlerin alınmasına yönelik öğretmenlere, ebeveynlere, akademisyenlere yeni çalışma alanları sağlayacağı da düşünülmektedir.

1. 3. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Araştırma, öğrenciler tarafından cevaplanan sosyal medya kullanım amaçları ölçeği, yalnızlık ölçeği, boş zaman yönetimi ölçeği, iletişim becerileri ölçeği ve psikolojik iyi olma ölçeğinden elde edilen veriler ile sınırlıdır.
2. Araştırma örneklemi 2018 -2019 eğitim öğretim yılı içinde Giresun ilinde eğitim gören 9,10 ve 11.sınıf ortaöğretim öğrencisi ile sınırlıdır.

1. 4. Araştırmanın Varsayımları

1. Araştırmaya katılan katılımcıların ölçeklere içtenlikle cevap verdikleri varsayılmıştır.
2. Araştırmada kullanılan ölçekler, araştırma yöntemi ve uygulanan veri analizlerinin araştırma grubuna ve araştırmanın amacına uygun olduğu kabul edilmiştir.

1. 5. Tanımlar

Bu araştırma içerisinde kullanılan kavramların tanımları aşağıda verilmiştir.

Sosyal Medya: Sosyal medya, içeriğinin kullanıcılar tarafından geliştirildiği, sosyal etkileşim, topluluk kurma, işbirliği yapmaya olanak sağlayan web siteleridir (Akar ve Karayel, 2008).

Yalnızlık: Yalnızlık, "bireyin yaşamakta olduğu sosyal ilişkiler ile yaşamak istediği ilişkiler arasında görülen farktan ve çelişkiden dolayı ortaya çıkan, rahatsız edici, psikolojik bir durumdur" (Perlman ve Peplau, 1984, s.16).

Zaman Yönetimi: Kişinin yaşadığı olayların kontrolünü sağlaması, bireyin kendisini yönlendirmesi sonucu olayları yönetmesidir (Güçlü, 2001).

İletişim Becerileri: İletişim, katılanların ürettiği bilgi ve sembolleri birbirlerine iletmeleri, iletilenler ile ilgili anlama ve yorumlama yaptıkları bir süreçtir (Dökmen, 1994).

Psikolojik İyi Olma: Kişinin yaşamı tamamen ve derin bir biçimde doyum alacak şekilde yaşamasıdır (Deci ve Ryan, 2008).



2. LİTERATÜR TARAMASI

2. 1. Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi

Araştırmanın bu bölümünde literatüre dayalı olarak sosyal medya, yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma ile ilgili kuramsal açıklamalara ve konuyla ilgili yapılan araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

2. 1. 1. Sosyal Medya

Web 2.0 teknolojileri internet tabanlı uygulamaların gelişmesine ve Web'in sosyal bir yapıya kavuşmasını sağlamıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Daha başka bir şekilde ifade edersek, Sosyal medya, içeriğinin kullanıcılar tarafından geliştirildiği, sosyal etkileşim, topluluk kurma, işbirliği yapmaya olanak sağlayan web sitelerini tanımlamak için kullanılmaktadır (Akar ve Karayel, 2008). Kullanıcıların, ağ teknolojileri ile etkileşimde olmasını sağlayan uygulamalar ve hizmetlerin tamamını kapsayan internet platformları sosyal medya kavramı altında toplanır (Body ve Ellison, 2008). Sosyal medya, bireylerin diğer bireyler ile bağlantı kurmasını sağlayan, sanal ve çevrim içi dünyada olmalarını sağlayan web tabanlı platformlar bütünüdür (Acun, Yücel, Belenkuyu ve Keleş, 2017).

Sosyal medya, bireylere kendini ifade edebilme fırsatı veren, sosyal çevre edinmelerini sağlayan, fikir alış-verişinde bulunabildikleri dijital ortamdır (Köksal ve Özdemir, 2013). Günümüzün en popüler iletişim aracıdır. Farklı fiziksel ortamlarda bulunan kişilerin, günlük yaşamdaki sosyal ilişkilerinin sürdürülmesini sağlıyor olması popüler olma nedenlerinden biridir (Tutgun-Ünal, 2015). İnsanların, düşüncelerini, eserlerini paylaşabilecekleri bir ortam yaratmakta, paylaşımı ve tartışmayı temel alan sanal ortam, kullanıcı tabanlı olması, kitleleri bir araya getirebilmesi, etkileşimi artırması açısından önemlidir (Vural ve Bat, 2010).

Bu noktadan hareketle sosyal medya, internet kullanıcısı olanların kendi fikirlerini, yaşamlarını, faaliyetlerini, deneyimlerini çeşitli platformlar aracılığı ile ses, görüntü, yazı ve diğer teknolojiler ile paylaşması olarak ifade edilebilir. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube vb. internet tabanlı veri yayma platformları sosyal medya olarak adlandırılmaktadır (Uluç ve Yarcı, 2017).

2. 1. 1. 1. Sosyal Medya Tarihçesi

Günümüzde, medya, sosyal medya, sosyal platformlar vb. gibi birçok terim medya literatürüne girmiştir. Günümüz medyasının ortaya çıkışı, hem medya teknolojilerinin hem de bilgisayarın gelişmesinin birleşiminin bir ürünüdür. Bu iki alanın paralel şekilde aynı yönde ilerlediği görülmektedir. Bir yandan bilgisayarın analitik olarak gelişmesi diğer yanda ise görüntü, ses ve metinlerin farklı formatlarda kopyalanması ile birlikte yeni bir medya ortaya çıkmıştır. Bu iki gelişimin sonucu olarak, insanları aynı ideolojik düşünce çerçevesine çekecek benzer video, ses ve metinleri yayma ve kişilerin kişisel bilgilerini depolama isteğinin sonucu ortaya çıkmıştır. Bu noktadan hareketle, kitle iletişim araçları ile bilgi işlem teknolojilerinin ayrılmaz bir bütün olduğunu söylemek doğru olacaktır (Başlar, 2013). Bilgisayarların başlangıcının hesap makineleri olduğu düşünülse de, aslında bilgisayarlar ilk olarak askeri amaçla tasarlanmaya başlamıştır. Soğuk savaş döneminde ilk kez kullanılmaya başlayan elektronik dijital bilgisayarlar daha sonra 1950'lerin ortalarında Amerika'da askeri amaçlarla orduda ve üniversitelerde kullanılmaya başlanmıştır (Öztürk, 2015).

Bilgisayar teknolojisi çok hızlı gelişim göstermiş 10 yıl içinde bilgisayarlar sayısal olarak artmış, bankacılık, imalat sektörü ve sigortacılık sektöründe geniş şekilde yer bulmuştur. Bu kurumlar, muhasebe, müşteri ilişkileri, krediler, üretim planlamasında bilgisayarları kullanılarak işlerin kolaylaşmasının yolunu açmışlardır (Başlar, 2013). 1950'ler Amerika ile Sovyetler Birliği arasında süren "Soğuk Savaş" dönemidir. Bu dönemde nükleer rekabetin zararlarının farkında olan taraflar teknolojik olarak rekabeti tercih etmişlerdir. Savaş döneminde geleneksel iletişim sistemlerinin düşman tarafından vurularak merkez ile iletişimin kesilme ihtimali alternatif bir iletişim gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. 2. Dünya Savaşı döneminde ABD, "Rand" adı altında bir düşünce kuruluşu kurulmuştur. Bu düşünce kuruluşunun mensubu olan Paul Baran, nörolojik teorileri temel alarak nükleer saldırılardan etkilenmeyecek bir iletişim teknolojisi geliştirmiştir. Bu iletişim sistemi herhangi bir merkeze ihtiyaç duymadan bir yerden diğerine veri aktarabilen bir ağ sistemidir. O dönem pratikte bu sistemin kurulması mümkün olamasa da daha sonraki yıllarda Amerikan İleri Araştırma Projeleri Birimi (ARPA), Baran'ın bu fikrini hayata geçirerek bilgisayarlar arasında bir ağ olan ARPANET'i hayata geçirmiştir. 1969 yılında kullanılmaya başlanan ARPANET, askeri amaçlarla geliştirilen ancak sonrasında internet çağının ortaya çıkmasını sağlayan internet ağının ilk atasıdır. Baran'ın iletişim dünyasına katkısı, merkezden merkeze iletişim sisteminin yerini kullanıcıdan kullanıcıya kurulan iletişime imkan veren bir sistemini yaratmasıdır (Işık, 2007).

1970 lerde TPC/IP protokolleri oluşturulmuş ve bu ağın yaygınlaşmasının yolu açılmıştır. 1980'lere gelindiğinde ise Amerikan Ulusal Bilim Kurumu (NSF) bu ağ sisteminin üniversiteleri de kapsayacak şekilde genişletmiştir. İnternet sisteminin üniversitelere açılması ile birlikte sadece askeri alanda kullanımı tabusu yıkılmış ve hızla diğer alanlar da bu sistemi kullanmaya başlamıştır. Bunun yanında, 1989 yılında ABD dışında Avrupa'da da gelişmeler sergilenmiştir. CERN'de Tim Barners-Lee tarafından 'world wide web'in (www) ortaya çıkarılıp geliştirilmesiyle depolanan verilerin başka kullanıcılar ile paylaşılması söz konusu olmuş ve internet küreselleşmiştir. Bu durum ticari hayatı da internete taşımanın önünü açmıştır. Günümüz internet sistemi, insanların sosyal ilişkiler kurduğu, alışveriş yaptığı, bankacılık işlemlerini gerçekleştirdiği, ticaret yaptığı, veri alıp gönderdiği önemli bir alandır (Işık, 2007).

Sosyal medya ağları, forumlar, içerik toplulukları, online olarak oynanabilen oyun siteleri ve mikrobloglar gibi ortamları içerisinde değerlendirebileceğimiz sosyal medya, ise bu tarihsel sürecin sonucu olarak ortaya çıkmış ve tarihsel süreç göz önüne alınırsa çok kısa bir sürede insanların vazgeçemeyeceği bir yaşam şekli haline gelmiştir. Sosyal paylaşım ağları, bu ağları kullanan kullanıcılara kendi profillerini oluşturmanın ve yaymanın önünü açan, diğer kullanıcılar ile iletişimi mümkün kılan, değişik medya, bilgi ve iletişimi sağlayan web tabanlı platformlar olarak tanımlanabilir (Uluç ve Yarcı, 2017).

2. 1. 1. 2. Sosyal Medya Özellikleri

Sosyal medyanın konusu olan sosyal içerikli web sitelerinin özellikleri 8 başlık altında toplanabilir. İlk olarak Kişisel Profil başlığında kişilerden yer aldıkları sosyal medya platformlarında, genellikle bu platformlara üye olmaları beklenmekte ve bu sayede üye profillerine ulaşmayı ve istatistiki çalışmalara veri oluşturabilecek bilgileri depolama hedeflenmektedir. İkinci olarak Üyelerin Online Bağlantı Kurması başlığında ilgili sosyal medya siteleri, mailler ve başka verilerden yararlanarak arkadaş olabileceğinizi kişilerle iletişim kurmanızı hatırlatmakta ve teşvik etmektedir. Bu noktada siteler, üyeleri arasındaki iletişimi yoğunlaştırarak hem işlerliğini arttırmakta hem de site kullanımını yoğunlaştırarak marka değerini ve gelirlerini arttırmayı hedeflemektedir. Üçüncü olarak Online gruplar üye olmak ve bu grupları oluşturmak başlığında Facebook, LinkedIn ve MySpace gibi siteler, üyelerinin bir ortak paydada buluşacakları grupları üyelerince oluşturma ve bu gruplara üye olunmasını sağlayacak bir yapıya sahiptir. Bu platformlarda üyeler ortak paydada buluşabilecekleri üyelerle bu gruplarda iletişim kurabilmektedir. Dördüncü olarak üyeler arası online bağlantılarla iletişim imkanı sağlayan sosyal medya sitelerinin birçoğu üyeleri arasında mesaj, mail ya da ortak platformlar sayesinde iletişim kurma imkanı sunmaktadır. Hatta bazı sitelerde telefon iletişimini sağlayacak altyapı da göze çarpmaktadır. Beşinci

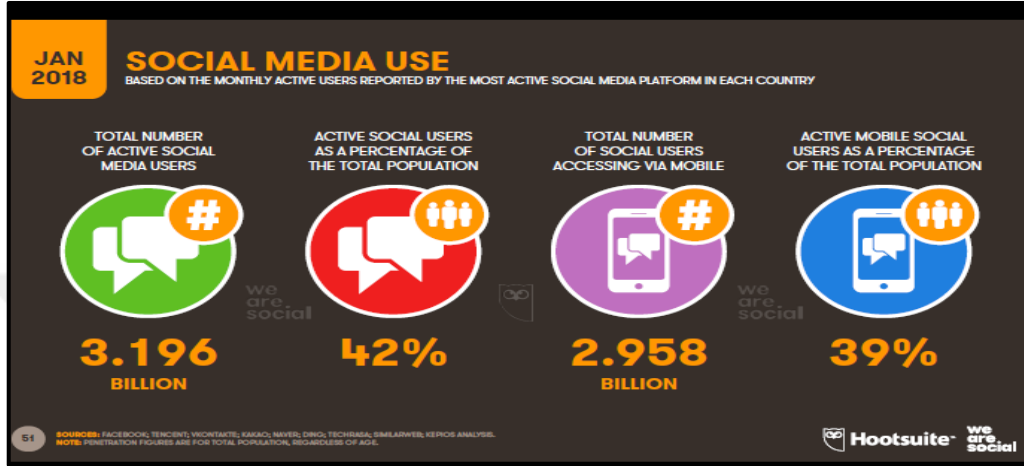
özelliik olarak da Üyelerin platformlarda paylaşım yapması başlığı içinde birçok sosyal medya sitesi üyelerinin, video, ses, yazı gibi yazılı ve görsel paylaşımı, sitedeki arkadaşları ve diğer üyeler ile paylaşmasına imkân verecek bir yapıya sahip olması bulunmaktadır. Altıncı başlıkta Yorum yapma ve fikir beyan edebilme özelliği ile Sosyal medya sitelerinin birçoğu, yazılı ve görsel paylaşımlara diğer üyeler tarafından fikir beyan etme ve yorum yapma imkânı sağlamaktadır. Yedinci başlıkta Bilgi Edinme açısından bakıldığında kimi sosyal medya siteleri üyelerinin bilgilerine ulaşmak için çevrim içi veya ilgili siteye üye olmayı koşul olarak sunarken, kimileri ise anahtar kelime kullanılarak üyelerinin bilgilerine ulaşılması imkânını sağlamaktadır. Daha çok iş hayatına yönelik sosyal paylaşım siteleri, üyelerinin bilgilerine ulaşmaya imkân sağlamaktadır. Ancak diğer sosyal paylaşım siteleri genellikle üyenin tercihleri doğrultusunda ulaşımaya izin vermektedir. Mesela, Instagram'da üyenin bilgilerine ve görsellerine üyenin tercihi doğrultusunda, ulaşım sağlanmaktayken, daha çok iş hayatına yönelik olan LinkedIn sitesinde, kişilere anahtar kelimeler sayesinde, üyelerinin iş ve iletişim bilgilerine ulaşımaya imkanı sağlanmaktadır. Sekizinci başlıkta da sosyal medya sitelerinin Üyeleri sitede tutma çabası açısından veya daha çok sitede kalmalarını ve ziyaret etmelerini sağlamak için her geçen gün yenilikler sunmakta oldukları söylenmektedir (Köksal ve Özdemir, 2013).

Mavnacioğlu'a (2009) göre ise sosyal medya sitelerinin ve uygulamalarının özellikleri kişilerin kendi yaptıkları içerikleri zaman ve mekân sınırı olmadan diğer insanlara aktarabildiği, diğerler kullanıcıların paylaştığı içerikleri takip edebildiği ve onlara kendi düşüncesini belirtebildiği, bir birleriyle karşılıklı iletişimde hem takipçi hem de takip edilen olabilen, kullanıcılar arasında belli katı kuralları olmayan ve gayet rahat bir iletişime dayanan ve içeriklerin zamanla kullanıcılar arasında dedikodu tarzı bir iletişime dönüştüğü bir internet uygulaması şeklinde tanımlanmıştır. Aydeniz'e (2011) göre ise sosyal medyanın özelliklerini, kullanıcıların birbiriyle aynı anda ve zaman sınırı olmaksızın iletişim kurabildikleri, uygun ve aynı anda görüntülü iletişim imkanı sağlayan, isteyen her kurum ve kuruluşun içerik oluşturabildiği, içeriklerin büyük bir alana sahip olduğu dünyanın her yerinden insanın ulaşabildiği, denetiminin az olduğu, her bireyin kendine özgü bir medya organı oluşturabildiği ve olayların her an paylaşıldığı bir ortam şeklinde belirtmiştir.

2. 1. 1. 3. Sosyal Medya Araçları

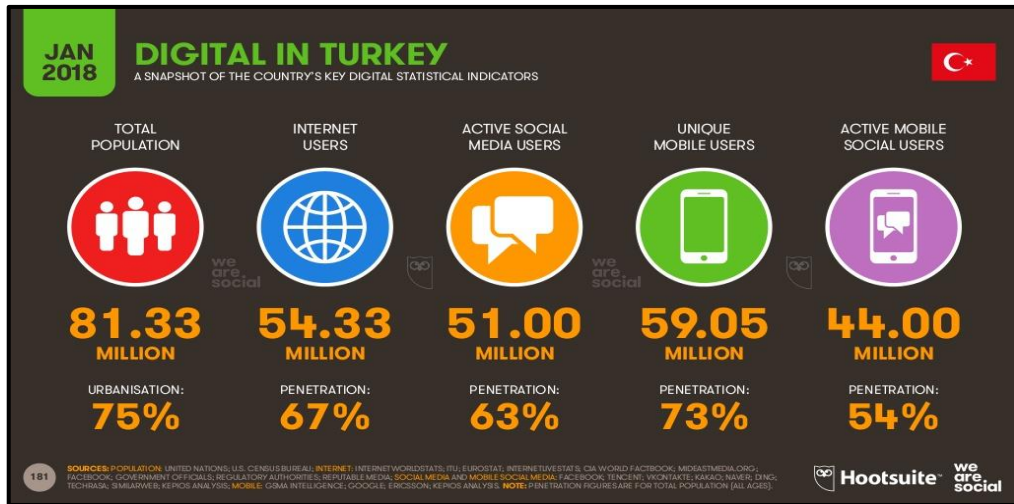
Sosyal medya araçlarının sadece iletişim sağlama amacını aşmış olup, oyun oynanabilen, bilgi edinilebilen, arama yapabilen vb. birçok etkinliğe imkân veren araçlardır. Bireyler sosyal medya araçları ile birçok ihtiyacını karşılayabilmektedir. Bu nedenle bireyler sosyal medya araçları dışındaki araçlara çok fazla ihtiyaç duymamaktadır (Tutgun -Ünal, 2015). 2003-2006 yılları arasında dünyada en çok kullanılan sosyal medya

platformlarının temellerinin oluşturulduğu yıllardır (Barak, 2018). Sosyal medya platformlarının özelliklerine baktığımızda, arkadaşları etiketleyebilme, içerik paylaşma, bu paylaşımlarda yorum yapabilme ve gerektiğinde özel mesajlara izin verilmesi olarak sıralanabilir. Dünya genelinde sosyal medya platformlarının son konusu özellikleri beğenilmiştir ve bunun sonucu olarak kullanımı yaygınlaşmıştır.



Şekil 1. 2018 yılında dünyada sosyal medya kullanımı

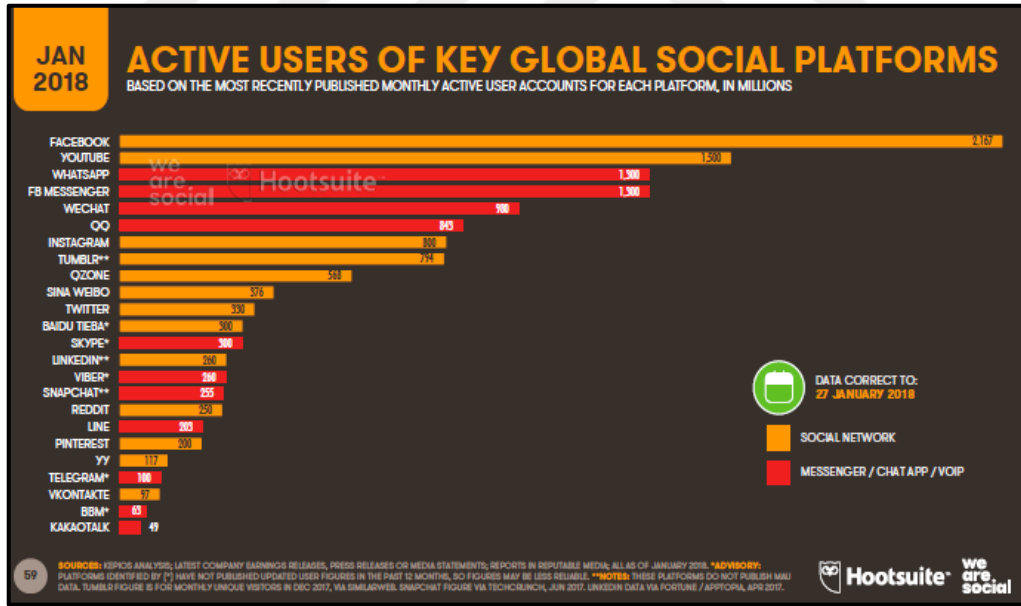
2018 Dijital Raporuna göre dünya da 3.196 milyar, toplam nüfusun %42'si aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Sosyal medyaya mobil üzerinden erişim sağlayan 2.958 milyar, toplam nüfusun %39'u kişi bulunmaktadır. Sosyal medya araçlarının dünyada yaygınlaşmasına paralel olarak ülkemizde de her geçen gün sosyal medya araçlarının kullanımı artmaktadır.



Şekil 2. 2018 yılında Türkiye'de internet ve sosyal medya kullanıcı sayıları

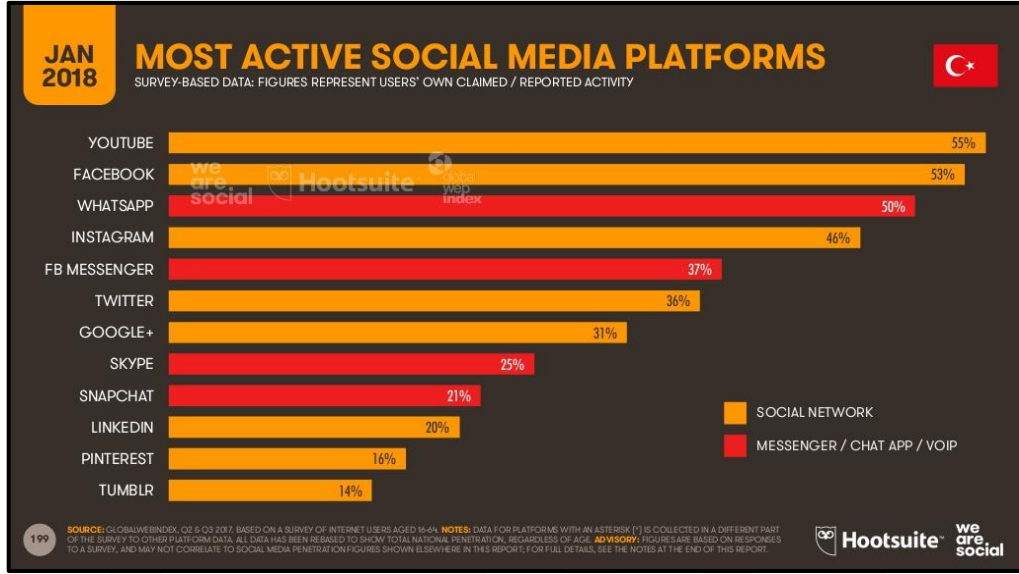
2018 Dijital Raporuna göre Türkiye’de 54.55 milyon kişi, toplam nüfusun %67’si internet kullanmakta, 51 milyon kişi toplam nüfusun %63’ü aktif sosyal medya kullanıcısı, mobil erişim sağlayan 59.05 milyon kişi toplam nüfusun % 59,05’i, sosyal medyaya mobil erişim sağlayan 44.00 milyon kişi toplam nüfusun %54’ünü oluşturmaktadır. Ülkemizde mobil erişim ile sosyal medya kullanımının oldukça yaygın olduğunu söyleyebilir (Tutgun - Ünal, 2015) .

Sosyal medya araçları katılım özelliğine sahip olarak insanların katkı sağlamasını ve geri bildirimde bulunmasını sağlamıştır. Bu şekilde insanlar arasındaki mesafeyi azaltmıştır. Bunun yanında açık ve kolay kullanılabilme özelliğine sahip olması, geleneksel medyanın aksine karşılıklı konuşup kısa sürede geri bildirim sağlayacak çift yönlü bir iletişim ağına sahip olması, topluluk özelliği ile de belirli bir konu ya da ilgi alanlarına göre toplulukların oluşmasına ve iletişim kurmalarını sağlaması öne çıkan özelliklerinden olmuştur. Bunun yanında bağlantısallık özelliği ile kullanıcılarına birçok seçenek sunan sosyal medya araçları, kolay kullanım sağlaması, reklam verilebilmesi, kişilere ve sitelere vb. link verilerek ulaşılabilir olmasıyla farklılık yaratmıştır (Köksal ve Özdemir, 2013).



Şekil 3. 2018 dijital raporuna göre dünyada kullanılan sosyal medya araçlarının oranı

2018 yılında en çok tercih edilen sosyal medya araçları Facebook, Youtube, Instagram olmuştur (URL-2, 2018).



Şekil 4. 2018 dijital raporuna göre Türkiye’de kullanılan sosyal medya araçlarının oranı

Ülkemizde en çok tercih edilen ilk üç sosyal medya aracı Youtube % 55, Facebook % 53 ve Instagram %46 oranında kullanılmaktadır. Diğer sosyal medya araçlarının kullanımı %40’ın altındadır. Sosyal medya araçlarının kullanıcı sayıları ve tercih edilebilirlikleri karşılaştırıldığında ülkemizde sosyal medya araçlarının sıralaması değişmemekle birlikte Youtube ile Facebook tercih edilme oranlarındaki yakınlık dikkat çekmektedir. En çok tercih edilen sosyal medya araçlarının tasarımları basit olması, kullanıcılarını kullanımı ve içerik paylaşımı ile ilgili zorlamadıkları görülmektedir (Yalçın, 2018).

2. 1. 1. 3. 1. Facebook

Sosyal paylaşım sitelerinin öncülerinden olan Facebook, Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuştur. Facebook, bireylere sosyal ağlar aracılığı ile arkadaş bulma, üyeler arasında tanıdık olan kişileri bulma ve bilgi-veri transferine imkan veren bir sosyal paylaşım alanıdır. Facebook, üyeler arasında güçlü bir iletişim sağlayan bir platform olması nedeniyle en çok tercih edilen sosyal paylaşım sitesidir. Facebook’un bu kadar kabul ve tercih edilmesinin en önemli nedeni, paylaşım yapma, arkadaş bulma ve mevcut arkadaşlarla iletişim kurma, oyun, medya, mesajlaşma gibi birçok imkanı aynı anda sunmasıdır (Uluç ve Yarcı, 2017).

Facebook profili oluşturulurken kişisel bilgiler olan yaş, ilişki durumu, ilgi alanları, yaşanılan yerler, eğitim durumu gibi bilgiler profilde yer almaktadır. Bu profiller isteğe bağlı olarak gizli veya herkesin ulaşabileceği şekilde depo edilmektedir. Facebook’ta kullanıcı listesindekilerle ve takipçileri ile iletişim kurabilir, mesajlaşabilir, sınırsız fotoğraf

paylaşabilir, ilgilendiği konularda grup oluşturabilir ve varolan gruplara üye olabilir. Hatta diğer kullanıcılar etiketleme özelliği ile bir üyeyi paylaşılan gönderide belirtebilir. Facebook bu özelliği için üyeye özgürlük sağlamış, profil tercihlerinde kişilere bu etiketlemeleri onaya bağlama seçeneğini sunmuştur (Beşenk, 2018).

En popüler sosyal medya sitelerinden biri olan Facebook, dünya çapında yaklaşık 1,4 milyar kullanıcıya sahip ve dünya nüfusunun yaklaşık beşte birini oluşturmaktadır. Böylece, bilgileri daha iyi anlamak, öğrenmek ve paylaşmak açısından yardımcı olarkten, dünyayı küçük bir köy gibi görünmesini sağlamaktadır (Amedie, 2015). Tiryakioğlu ve Erzurum (2011) sosyal medyanın eğitim aracı olarak değerlendirdiği bir çalışmada, Şubat 2011 itibarıyla Facebook'un dünya genelinde 500 milyondan fazla kullanıcısı olduğu ve toplam kullanıcıların yüzde ellisi aktif olarak her gün siteye giriş yapmakta olduğunu belirtilmiştir. Kullanıcılar Facebook'ta ayda toplam 700 milyar dakika harcamaktadır ve 200 milyondan fazla kullanıcının Facebook ile mobil bağlantısı olmaktadır. Facebook'ta kullanıcıların birbirleriyle etkileşime geçtiği milyarlarca konum (sayfa, grup, etkinlik vb.) vardır. Sıradan bir kullanıcı 80 gruba, aktiviteye veya toplum sayfasına bağlanır ve ayda ortalama 90 içerik paylaşır. Aylık 30 milyardan fazla içerik, kullanıcılar tarafından paylaşılmaktadır.

2. 1. 1. 3. 2. Instagram

2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan sosyal paylaşım sitesi, üyelerine fotoğraf ve video paylaşımı yapmayı sağlayan, direkt mesajlar ile üyeler ve takipçiler arasında görüşmelerin yapılabilirdiği, fotoğraflara yorum ve beğeni yapılabilen ve reklam ve ticari profillerin de yer aldığı bir platformdur (Barak, 2018).

App Store'da lanse edilen Instagram, bir hafta sonra tam 100.000 takipçi kazanmış ve iki ay artı iki hafta sonra bir milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Bu durum, Twitter (iki yıl) ve Foursquare (bir yıl) gibi diğer sosyal medya araçlarına kıyasla, büyüme sürecinde aynı sayıda kullanıcıya ulaşma açısından bakılırsa, oldukça olağanüstü olmuştur. Paylaşma platformuna dayanarak, Instagram dünya çapında ve tüm dünyada popülerlik kazanmaya devam etmektedir (Latiff ve Safiee, 2015).

Instagram, fotoğraf çekmeye ve arkadaşlarla paylaşmaya odaklanan, çoğunlukla mobil cihazlar için görsel bir içerik ağıdır. Uygulama kullanımı ücretsizdir ve Facebook'a aittir (Nummila, 2015). Instagram şu anda dünyadaki genç insanlar arasında en popüler sosyal medya uygulamasını oluşturmaktadır. Bu kapsamda, 12 ile 24 yaş arası kişilerin %70'inden fazlası Instagram kullanıcısıdır. Şu anda Instagram'da sosyal medya uygulamaları için önemli bir dönüm noktası olan aylık 700 milyondan fazla aktif kullanıcı (MAU) bulunmaktadır. ABD'de Instagram kullanıcılarının yaklaşık % 60'ı 18 ile 29 yaşları

arasındadır ve çoğunluğu kadındır. İkamet yeri bakımından, Instagram kullanıcılarının %80'inden fazlası ABD dışında yaşıyor ve kullanıcı sayıları Asya ve Güney Amerika'da hızla artmaktadır (Huang ve Su, 2018).

Instagram sitesinin son yıllarda en hızlı gelişen sosyal medya platformu olmasının yanında bu platformda ürün satışı ve pazarlamasına yönelik profillerin de olduğu göze çarpmaktadır. Bu sitenin ilk kuruluş amacı diğer paylaşım sitelerindeki gibi üyeler arasında iletişim, paylaşımı sağlamaktır ancak Instagram son süreçte ürün pazarlaması yapan profillerin de bu sıklıkla rastlandığı bir site özelliği taşımaya başlamıştır. Markaların Instagram hesaplarını yönetirken hedef kitleyi oluşturan kitleyi etkileyecek düzeyde ilgi çekici ve cezbedici görseller yaratması ve yayınlaması ile satışta başarı yakalayabileceğini belirtmektedir. 2010 yılında storelarda yer alan ve daha sonrasında Facebook tarafından satın alınan Instagram en çok tercih edilen sosyal paylaşım sitesi haline gelmiştir (Özeltürkay, Bozyiğit ve Gülmez, 2017).

Instagram'ın özelliklerine bakacak olursak ilk olarak uygulama, etiket sistemini kullanılabilir kılarak, üyelerin, takipçileri dışında, etiketlenen gönderilerde ilgili konu başlığı ile ilgilenen herkesin gönderiyi görme imkânı sağlamaktadır. Bunun yanında hikayelerde paylaşılan video veya fotoğrafların 24 saat içinde silinmesi uygulaması ile zaman tüneli dışında gönderi paylaşımını da uygulama sağlamaktadır. Video konusunda kısa videolar paylaşmaya olanak vererek, birden fazla fotoğraf ve video aynı anda paylaşılabilirdiği gibi içinde tek görüntünün olduğu paylaşımlarda söz konusudur. Instagram'a entegre programlar yardımı ile başkasının paylaşımları da paylaşılabilir (Erşen, 2018).

2. 1. 1. 3. 3. YouTube

YouTube, 15 Şubat 2005'te 3 eski PayPal çalışanınca kurulan ve 2006 Kasım ayında Google tarafından 1.65 milyar dolara satın alınmıştır. İlgili site bugün Google grubunun bir üyesi olarak faaliyetleri sürdürmektedir. Google'ın ardından en çok ziyaret edilen ikinci sıradaki site durumundadır. YouTube sayesinde profesyoneller dışında amatörler de video oluşturma ve yayma, kendilerine ait kanal oluşturma ve yorumlar sayesinde iletişim kurabilme imkânına sahip olmaktadır (Bor, 2018). Katılımcı ve özgür bir platform olma iddası ile ortaya çıkan site, aynı zamanda iletişimi kutuplaşmadan çıkarıp çoksesliliği desteklemiştir (Mutlu ve Bazarıcı, 2017).

YouTube, video yayınlama ve arşivleme amaçlı bir web sitesidir. YouTube, bugün milyonlarca insanın video paylaştığı ve izlediği bir mecradır. Hatta dünyadaki her türlü haber, gelişme ve önemli paylaşımlar en ilk önce bu siteden takip edildiği görülmektedir. YouTube, 2005'in başındaki kuruluşundan bu yana yeni nesil için kısa video paylaşım hizmetini sağlayan en başarılı İnternet sitesi olmuştur. YouTube bugünlerde İnternet trafiği

üzerinde büyük bir etkiye sahip olmaktadır, ancak ciddi bir ölçeklenebilirlik sorunu yaşamaktadır (Cheng vd., 2008).

Youtube aracılığıyla önemli sayıda kullanıcıya ulaşılabilme ve oyuncuların video reklamlarına verdiği tepkiyi görmek için olanak sağlamaktadır. YouTube, yılda milyonlarca gösterim alan ve sahip olduğu milyonlarca içerik oluşturucuyu harcayan, dünyadaki en popüler sitelerden biridir. YouTube ve diğer sosyal medya araçları üzerinden kazanılan kar, reklamcılıktan gelmektedir. Videolarına reklam gönderen içerik geliştiricileri, bu reklamların elde ettiği gelirin yaklaşık yarısını alır. Youtube, para kazanmanızı sağlayan bir sosyal ağıdır (İşoraité, 2019).

2. 1. 1. 3. 4. Twitter

2006 yılında Jack Dorsey'in kurduğu Twitter, görüntü ses paylaşımı ve metinler oluşturup paylaşmaya imkanı sağlayan iletişimlerini attıkları twitler ile takip edebildikleri 140 yazı karakteri limitine sahip bir platformdur (Kara, 2012). Dünya genelinde 2009 yılı verilerine göre 41 milyondan fazla kullanıcıya sahip olduğu bilinmektedir (Kwak, Lee, Park ve Moon, 2010). 2018 yılı verilerine göre ise her gün aktif olarak twitter kullanan kişi sayısı 100 milyon kişidir (Aslam, 2018).

Twitter'ın gelen çalışma prensibi, öncelikle kişilerin bir hesap açması, sonra başka üyeleri takip etmesi ve paylaşımlarını takipçileri ile paylaşmaya dayalıdır. Twitter, güncellenmedeki kolaylığı, yüksek takipçi sayısına imkân sağlaması, aynı anda olayların takip edilebilmesi ve atılan bir twitin yüzlerce kişiye aynı anda ulaşması ile en çok tercih edilen sosyal paylaşım sitelerinden biridir. Twitter, zamanla dizi yapımcılarının da ilgisini çekmiştir. İsminden daha çok söz edilmesi ve dizi hakkında konuşulmasını isteyen yapımcılar Twitter'da dizi ile ilgili bağlantılar ve konuşma platformları "hashtag" yaratarak dizilerin daha çok konuşulmasını ve izlenmesini sağlamaktadırlar (Ünür, 2016).

Twitter'ın özelliklerine bakacak olursak, en önemli özelliğinin trending topics olarak adlandırılan gündem yaratma özelliğinden bahsedebiliriz. Platformun sol üst köşesinde o gün popüler olan konular belirtilmekte ve bu konular hakkında yorum yapma imkanı vermektedir. Bunun yanında Twitter'ın retweet özelliği ile kişinin daha önce yayınladığı tweetleri tekrar yayınlamasına imkân vermektedir. İlgili site özel mesaj özelliği ile kişilerin kendi aralarında da iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Bunun yanında kişilere paylaşımlarında ortak konulara atıfta bulunma ve bu konularla ilgili kişilerin, ilgili konuyu paylaşan üyenin paylaşımını görme imkanı tanımaktadır. Bu sistem bir konu hakkında paylaşım yapan üyenin ilgili konuyu etiketlemesi ile mümkün olmaktadır. Bu etiketleme işlemi ilgili konunun başına # işareti koyma ile sağlanmaktadır (Erşen, 2018).

Twitter'ın son süreçle toplumsal olaylarda etkin bir rol oynadığı görülmektedir. Küresel ve ulusal çapta birçok olayda atılan twitler ile olaylar ve durumlar diğer üyelere hızlı bir şekilde ulaştırılmaktadır. Bu da kitleleri harekete geçirebilmektedir. Özellikle sanal ortamdaki bilgi kirliliği ve denetimin zor olması, kimi zaman yanlış yönlendirmelere ve infiallere yol açabilmektedir. Ancak, twiter ve benzeri sitelerinin toplum üzerinde ne kadar etkili olduğu buradan da anlaşılabilir (Beşenk, 2018).

2. 1. 1. 3. 5. Whatsapp

Whatsapp, 2010 yılında akıllı telefonlar için geliştirilmiş, wifi internet ya da 4G bağlantısı gerektiren ücretsiz mesajlaşma ve arama uygulamasıdır. Whatsapp, Android, BlackBerry, iPhone, gibi birçok mobil üzerinden kullanılabilen bir mesajlaşma, anlık durum bildirim yapabileme, gruplar kurabilme, telefonda kayıtlı ve uygulamayı kullanan kişiler ile veri alışverişi yapabileme özelliğine sahiptir (Eriş, 2018). İlk başlarda sadece mesajlaşma özelliği olan Whatsapp'a, zaman içinde yeni özellikler ekleyerek fotoğraf, video ve ses kaydı da gönderilebilmektedir. 2014 yılında Facebook tarafından satın alınmıştır (Çatalbaş, 2018). SMS uygulamasına alternatif olarak geliştirilen uygulama en çok kullanılan sosyal medya araçları arasında yer almaktadır (Karahana ve Önder, 2017). Y kuşağının Whatsapp kullanma nedenleri ile ilgili yapılan araştırmada "sosyalleşme, ücretsiz olması, pratik olması, multimedya, profesyonel ihtiyaçlar ve eğlence" amaçlı tercih ettikleri belirlenmiştir (Göncü, 2018). Whatsapp'ın sahip olduğu özellikler işbirliği yapılmasını destekler niteliktedir. İşbirliği özellikleri (Yaman, 2016); Multimedya "video, mesaj, fotoğraf, sesli mesaj bırakma", grup konuşmalarına izin vermesi, sınırsız mesajlaşma özelliğinin olması ve farklı platformlar arasında etkileşim sağlaması, çevrim dışı olduğunda mesajları kaydedebilmesi ve çevrim içi olduğunda iletmesi, telefon rehberine sahip olması, kullanıcılardan şifre istememesi ve bütün hizmetlerini ücretsiz vermesi özellikleri nedeniyle Whatsapp hem dünyada hem ülkemizde kullanıcı sayısının artmasını sağlamıştır.

2. 1. 1. 3. 6. Messenger

Messenger (MSN), Microsoft Network'un kısaltmasıdır. İlk olarak 1995 yılında piyasaya sürülen MSN, 2005 yılında Windows Live olarak güncellenmiştir (URL-3, 2008). Messenger, diğer sosyal medya sitelerinden farklı olarak ayrı platformda olan üyeler ile iletişim ve veri alışverişi yapmasından öte aile, arkadaş ve çeşitli alanlardan tanıdıkları ile görüştükleri bir platformdur. Messenger'in en büyük özelliği eş zamanlı görüşmeyi sağlamasıdır. Ayrıca kişisel verileri kullanma imkânı da vermektedir. Bunun yanında

Messenger, e postadan daha hızlı ve sms ten ise, eş zamanlı görüşme sayesinde, daha etkin yapı sergilemektedir. Messenger, paylaşım klasörleri sayesinde iki bilgisayar arasında veri transferi yapmayı mümkün kılmaktadır. Paylaşım klasörüne atılan dosya karşı bilgisayara iletilmektedir. İlgili paylaşım ilgili bilgisayarlardan birinden silindiğinde ayrıca paylaşılan dosyasından da silinmektedir. “Paylaşım klasörü” paylaşımına konu olan bilgisayarların güvenliği açısından anti-virüs programı ile kullanılabilir. Messenger’ın diğer bir özelliği ile bilgisayardan telefonu arama özelliğine sahip olmasıdır. ABD, İngiltere, Fransa, Almanya, Hollanda, Avusturya, İrlanda, Finlandiya, Belçika, İspanya ve İtalya bu özelliği kullanan ülkelerdir (Özer, 2009).

2. 1. 1. 3. 7. LinkedIn

LinkedIn 2003 yılında kurulmuş ve iş hayatında bulunan inşaları bir araya getirerek onların uzmanlıklarını, yeteneklerini ve tecrübelerini paylaşma olanağı tanıyan bir ağ olmuştur (Kara, 2012). 275 milyon kişinin üye olduğu ve iş hayatı ilişkilerini temel alan profesyonel ağ sitesidir. İş hayatındaki farklı branşlardaki insanların iletişim kurabildiği bir sosyal platformdur. Sitede, profesyoneller birbirleri ile iletişim kurabilmektedir. LinkedIn, iş insanlarının iş bağlantıları yapmak ve var olan iş ilişkilerini yürütmek için kullandığı bir sosyal medya sitesidir. Kişiler burada, eğitimlerini, iş deneyimlerini, sertifikalarını vb iş hayatı ile ilgili dökümanlarını sisteme yüklemekte ve iş çerçevesinde iletişim kurmaktadır. Bu site işçi ile işverenin birbirini daha kolay fark etmesini ve iletişim kurmasını sağlamaktadır. LinkedIn, işveren ve işçi tarafından bir takım kazanımlara imkan vermektedir. İşveren açısından, LinkedIn sayesinde, hedef kitlesine ulaşımın kolaylaştırmak, marka tanıtımı, ticaretine konu olan ürünlerin hedef kitlesine ulaşmada kolaylık sağlama ve kendi çalışma ekibine başarılı kişileri dahil etme sansi doğurmaktadır. LinkedIn, tüm dünyada en çok tercih edilen profesyonel iş sitesi durumundadır ve çok sayıda kullanıcısı mevcuttur (Özer, 2019).

2. 1. 1. 3. 8. Diğer Sosyal Medya Araçları

Önceki bölümlerde yer verilen ve en çok tercih edilen siteler dışında birçok sosyal paylaşım sitesinden bahsedilebilir. Pinterest uygulaması 2010 yılında Evan Sharp, Ben Silbermann, Paul Sciarra tarafından oluşturulmuş ve kullanıcıların paylaşmak istediği ,paylaştığı fotoğrafları veya videoları iğneleyerek bir panoda toplamalarını içeren bir sitedir (URL-4, 2019). My space uygulaması da 2003 yılında Thomas Anderson tarafından oluşturulmuş bir sosyal ağdır (Bat, 2012). Kullanıcılarının kendi paylaşım alanlarında görsel video ve yazı paylaşabildiği gibi birçok müzik grubunun üyeliğini

taşımasıyla da popüler olmuştur. Facebook'tan önce Amerika da en çok ziyaret edilen sosyal medya sitesi My Space uygulaması olmuştur (Kaymak, 2012). Foursquare uygulaması ise 2009 yılında kurulan ve kullanıcıların konum bildiriminde bulunmasına yardımcı olan bir sosyal ağıdır. GPS üzerinden ilgili konumla ilgili yorum ve değerlendirmelerde bulunulmasını sağlayan bir platformdur (URL-5, 2019). Snapchat video paylaşımı ve fotoğraf paylaşımı imkanı sunan ve bu paylaşımları belli bir zaman diliminde belli süre tutabilen, kullanıcıların birbirleriyle mesajlaşabildikleri ve fotoğraflar üzerinde çeşitli efekt ton renk ayarı yapılıp ve emojiler kullanılabilen bir ağıdır (Yalçın, 2018). Periscope uygulaması da 2014 yılında Kayvon Beykpour tarafından oluşturulan ve canlı bir şekilde görüntülü yayın yapmaya yarayan sosyal bir ağıdır. Twitter bünyesine katılarak oran hizmet vermeye devam etmektedir. İnsanlar arasında kendilerinden uzakta bulunan yerleri görmeleri sağlayan programda amaç mekan algısı oluşturarak ve küresel anlamda mekanlar arası geçiş imkanı sunarak insanların birbirleriyle iletişim kurmaya çalışmasıdır (Göker, 2016). Swarm uygulaması da 2014 yılında Dennis Crowley tarafından oluşturulmuş olup kullanıcıların yer bildiriminde bulunması ve bulunduğu mekânlarda programı kullanan kişilerle bağlantıya geçmesini sağlayan ve onlarla sohbet edip arkadaş olmayı sağlar. Bulunduğu yerle ilgili paylaşılan fotoğraflar etiketlenip diğer kullanıcıların görmesi sağlanılır (Yalçın, 2018).

2. 1. 1. 4. Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Değişen toplum yapısı ve teknolojik gelişmeler, medya alanında da yeniliklere yol açmıştır. Günümüzde sosyal medya iletişim konusunda hızla yükselişe geçmiş ve günümüz insanının hayatında vazgeçilmez bir yere yerleşmiştir. İnternet ve sosyal medya günümüzde sadece bilgi edinme ve veri alışverişi yapılan bir alan olmasının dışında kişilerin iletişim kurmasını ve sosyalleşmesini sağlayan önemli bir argüman haline gelmiştir (Aydın, 2016). Sosyal medya sanal dünyada “sosyalleşme” ortamları için önemli bir potansiyel ve güç oluşturmaktadır. Sosyal medyada oluşan iletişimlerde kişisel alanlar ve profillerin olması, referans gruplarının oluşması, bağlantılar ve konuşmalar aracılığı ile pazarlama iletişiminin bir kanalı olmaktadır (Akar, 2010).

Bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarında bireysel farklılıklar gözlenmektedir. Bireyler aynı sosyal medya araçlarını farklı nedenle kullanabilmektedirler. Bazı bireyler sosyal medyayı sosyalleşmeden kaçmak, bazıları ise tam tersi sosyalleşmek için kullanabilmektedir (Hazar, 2011). Diğer bir ifadeyle sosyal medyanın kullanım amaçları değişkenlik göstermektedir. İçe dönük kişilikler ile dışa dönük kişiliğe sahip insanların sosyal medyayı kullanma amacı da birbirinden farklıdır. Dışa dönük kişiliğe sahip ve sosyal hayatı aktif olan kişiler sosyal medyayı yoğunlukla sosyal çevresi ile iletişim için

kullanırken, içe dönük kişiler sosyalleşmek ve başkalarıyla iletişim kurmak için kullanılmaktadırlar. İçedönük veya asosyal kişiliğe sahip kişiler, bu ortamlarda kendilerini baskı altında hissetmeden ve istedikleri sınırlar dahilinde ifade etme şansına sahip oldukları için sanal bir sosyal çevreyi tercih etmektedirler. Ancak bu durum kendi içinde bir kısirdöngüye dönüşme tehlikesini barındırmaktadır. Sanal iletişim ve sosyalleşme ne kadar yoğun olursa bu kişiler o kadar yalnızlaşmakta ve içine kapanmaktadır (Yalçın, 2018).

Sosyal medyanın kullanım amaçlarını belirlemek araştırmacıların ilgisini çeken konuların başında gelmektedir. Acun ve diğerleri (2017) sosyal medya kullanım amaçlarının sınıflandırılmasını politika ve siyaset amaçlı, bilgi edinme amaçlı, eğitim ve araştırma amaçlı, vakit geçirme-eğlence amaçlı ve network amaçlı şeklinde ayırmaktadır. Bunun yanında Mazman ve Usluel (2011), üniversite öğrencilerinin sosyal medya araçlarını kullanım amaçlarını, gündemi takip etme, var olan ilişkileri devam ettirme, akademik kullanım ve yeni ilişkiler kurma olmak üzere dört boyutta toplamıştır. Sosyal medya kullanımının eğitim üzerinde etkisi uluslararası araştırmacılar tarafından incelenmeye alınmıştır (Abbas, Aman, Nurunnabi ve Bano, 2019; Desmal, 2017; Görkemli, 2017; Kulidtod ve Pasagui, 2017).

İnternet ve sosyal medya, öğrencilere öğrenme sürecini geliştirmek için çeşitli akademik yararlar ve fırsatlar sunmaktadır. Desmal (2017) sürdürdüğü araştırmada, sosyal medya kullanımının akademik performans üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Bu araştırmada belirtildiği gibi Instagram, Facebook, Twitter ve diğer yeni sosyal ağlar, üniversite öğrencilerinin davranışlarını ve akademik performanslarını etkilemektedir; bu nedenle Ahlia Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Üniversitesi ve Bahreyn Üniversitesi araştırmacının örnek toplumu olarak seçilmiş ve örneklem, üç üniversite arasında eşit dağılmış (150) öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmada cevaplamayı planladığı sorular şöyledir: (1) Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) 'lerin ve İnternet'in dünyadaki evrimi nedir; (2) BİT'in eğitimdeki etkisinin nedir; (3) sosyal medyanın Bahreyn Üniversitelerindeki öğrencilerin akademik performansları üzerindeki etkileri nelerdir; (4) Bahreyn Üniversitelerindeki öğrenciler arasında en popüler sosyal paylaşım siteleri nelerdir. Sonuçlar, sosyal medyanın akademik performans üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ve öğrencilerin %57'sinin akademik amaç için sosyal medya aracı Whatsapp mobil uygulamasını tercih ettiğini göstermektedir (Desmal, 2017).

Sosyal ağ medyası, dünyadaki bireyler arasında, dolayısıyla siber dünya etiketinde en önemli iletişim kaynağı olmuştur. Bunların arasında Facebook, Twitter, MySpace, Instagram, Flicker, Frienster, Bloglar, Podcast, Youtube, Tumblr ve Skype yer amaktadır. Bu tür medya kullanıcılarının genelde cep telefon, tablet, dizüstü bilgisayar, masaüstü

bilgisayarlar ve e-okuyucu gibi teknoloji araçlardan iletişim sağlamak için yararlanmaktadır. Dolayısıyla, tüm dünyada araştırmacılar, bu tür medya biçimlerinin öğrencilerin akademik performansı üzerindeki etkileri konusunda çeşitli çalışmalar gerçekleştirmiştir. Medyayı akıllıca kullananlar, akademik performanslarını geliştirmekte oldukları belirtilmiştir. Ancak, bu sosyal ağ araçlarını kullanımlarını düzenlemekte başarısız olanlar, zaman zaman bağımlı kullanıcı olaraktan çalışmalarını olumsuz yönde etkilemektedir. Genel olarak, çalışma İMEAS öğrencilerinin sosyal ağ ortamına maruz kalmasının akademik performanslarını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Bu nedenle, Üniversite, öğrencilerin okul kampüsündeki Facebook ağ sitesine daha kolay erişmeleri için tasarlanmış politikalar ve projeler uygulamak zorunluluğu gerçekleşmiştir (Kulidtod ve Pasagui, 2017).

Teknoloji alanındaki gelişmelerle birlikte iletişim anlamında önemli değişiklikler gerçekleşmiştir. İnternet erişiminin dünya çapında hızlı bir şekilde yayılması, insanların zaman ve alan kısıtlamaları olmadan birbirleriyle iletişim kurmalarını mümkün kılmıştır. Özellikle bin yılın başında gelişen yenilikçi Web 2.0 teknolojileri, insanları kendi içeriklerini yaratmalarını ve paylaşımlarını mümkün hale getirmiştir. Bugün, dünyadaki tüm yaş gruplarındaki insanlar, internet ve sosyal medyayı giderek artan oranda çeşitli amaçlar için kullanıyorlar ve bu gelişme, araştırmacılara yeni araştırma faaliyetleri için kapıyı açmıştır. Çeşitli çalışmalar, bazı coğrafi ve demografik farklılıklarla, dünyanın hemen hemen her yerinde internet kullanımının hızla arttığı söylenebilir. İnternet ve sosyal medya kullanımının farklı demografik özelliklere sahip kişiler arasında farklılık gösterebileceği argümanına dayanarak, bu çalışma, Konya ili kırsal alanlarındaki üç farklı okuldan ortaokul öğrencilerinin sosyal medya ve internet kullanımını anlamak amacıyla yapılmıştır. Anket, yaşları 10 ila 15 arasında değişen ortaokul öğrencilerine uygulanmıştır. Okullar, Konya şehir merkezine 37-87 kilometre uzaklıktaki köylerdeki. Öğrencilerden toplanan veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Öğrencilerin internete erişimi, internetin süresi ve sosyal medya kullanımı, sosyal medya tercihleri demografik özellikler ve öğrenci ailesinin eğitim durumu açısından yorumlanmıştır. Cinsiyet ve internet kullanımı ile ailenin eğitim düzeyi ve internet kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır; ancak cinsiyet ile internet kullanım amacı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Görkemli, 2017).

Bireyler bu amaçlar doğrultusunda oluşan ihtiyaçlarını çevrimiçi karşılaya bilmektedirler. Sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemeye ilişkin yapılan araştırma sonuçları incelendiğinde sosyal medya araçlarının, sosyal amaçlarla kullanımının yaygın olduğu, gerçek yaşamdaki ilişkilerin korunması ve devamlılığının sağlanması amacıyla kullanıldığı söylenebilir (Tutgun-Ünal, 2015). Yapılan araştırmalarda sosyal medyada

geçirilen sürenin her geçen gün artmakta olduğu, sanal bir ortamda gerçek yaşam ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıkları, sanal ortamda yeni bir dünya kurmaya ve bu dünyada yaşamaya başladıkları belirlenmektedir (Vural ve Bat, 2010).

2. 1. 1. 5. Ergenlik Dönemi Sosyal Medya Kullanımı

Gençlik, çocukluk ile erişkinlik arasında hayatın öğrenildiği, ruhsal olarak yetişkinliğe hazırlık dönemi olarak adlandırılabilir. Bu süreç ergenlikle birlikte, hızlanarak bedensel, ruhsal ve cinsel olgunluğa kavuşuncaya kadar devam eder. Gençlik dönemi genellikle 12-21 yaşlarını kapsar. Ergenlik ise bu sürecin en zorlu, hızlı ve çalkantılı dönemidir ve genellikle 12-15 yaş aralığında gerçekleşir. Ergenlik döneminde fiziksel büyümenin yanında, zihinsel, ruhsal ve sosyal olarak gelişmeler de gerçekleşmektedir. Bu süreçte çocukluk ve çocukluk davranışlarının yerini yetişkin davranışları almaya başlamaktadır. Doğal olarak bu değişim sürecinde bu ruhsal geçişler çatışmalara ve gergin ruh haline neden olmaktadır (Eni, 2017).

Ergenlik dönemi her insan için oldukça önemli bir dönemdir. İnsanların yetişkinlikteki birçok davranışı ve yaşama bakışının temelleri ergenlik dönemini nasıl geçirdiği ile ilişkilendirilebilir. Bu nedenle ergenlik dönemindeki çalkantıların en iyi şekilde atlatılmış olması önemlidir. Gençler birçok davranışı ve bilgiyi akranlarından ve ailesinden öğrenmektedir ve ailesinin yaklaşımı bu dönemde önem taşımaktadır (Ekşi, Erden, Erdoğan ve Yılmaz, 2013). Ülkemizde lise eğitimi zorunlu olup öğrenciler 15-18 yaş aralığında değişmekte olup orta ergenlik olarak adlandırılan döneme denk gelmektedir. Bu dönemde öğrencilerde birey olma ve birey olarak kabul edilme, bağımsız olma, karşı cins ile ilişkilerini geliştirme, her şeyi yapabilecek yeterlilikte hissetme, ebeveynler ile çatışma, akranları tarafından onaylanma ve kabul edilme, iç yaşantılarını inceleme ve günlük tutma gibi genel özellikler vardır (Derman, 2008).

Günümüzde ergenlik döneminde internet kullanımı dolayısıyla sosyal medya kullanımı artmaktadır (Moddy, 2001). Koçak (2012) yılında yaptığı çalışmada sosyal medya kullanım sıklığında 15-24 yaş aralığındaki bireylerin daha çok olduğunu tespit etmiştir. Sosyal ilişkilerin çok önemli olduğu bir dönemde sosyal medya kullanımının ergenlerin gelişmelerini ve gelişim ihtiyaçlarını karşılamalarını nasıl etkilediği araştırılması ve gerekli önlemlerin alınması gereken bir süreçtir. İnternet kullanımı bazen özellikle depresyon, toplumdaki bireyin soyutlanması ve yalnızlık gibi duygu durumlarının yoğun olarak hissedilmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle insanların interneti kullanma biçimleri, yeni iletişim araçlarını günlük yaşamlarına entegre etme becerileri geliştirilmelidir (Moddy, 2001).

Ergenlerin sosyal medyayı kullanmalarına yönelik yapılan araştırma sonucunda; kızların erkeklerden daha çok kullandığı, kızların erkeklere göre sosyal medya kullanımına yönelik olumlu tutuma sahip oldukları, düşük gelir grubuna sahip ergenlerin yüksek gelir grubunda yer alan akranlarına göre sosyal medyaya yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu belirlenmiştir. Anne-babanın eğitim durumunun sosyal medyaya yönelik tutumu etkilemediği, sosyal medya kullanım sıklığı ve süresi azaldıkça sosyal medyaya olan tutumun olumlu etkilendiği bulunmuştur. Araştırmanın önemli sonuçlarından biri sosyal medyada geçirilen sürenin artması, ergenlerin sosyal yetkinlik düzeyini azaltmakta ve sosyal izolasyon seviyelerini artırdığı belirlenmiştir (Bor, 2018).

2006 yılı sonu itibariyle, çevrimiçi ergenlerin % 55'i, yetişkin İnternet kullanıcılarının % 20'sine kıyasla bir sosyal ağ sitesinde profille sahip oldukları belirtilmiştir. Dolayısıyla ergenler sosyal medya kullanıcılarının çoğunluğunu oluşturmaktadır. Mobil cihazların, özellikle akıllı telefonların sağladığı kolaylık ve sürekli erişimin desteğiyle, ergen kitlenin % 92'si günlük olarak çevrimiçi olduğunu bildirilmiştir -% 24'ü neredeyse sürekli çevrimiçi olduğunu söylemektedir. Ergenlerin yarısından fazlası (% 56), günde birkaç kez sosyal medya aşılarının kullanmaktadır ve %12'si ise günde bir kez kullanıldığını bildirmektedir. Bu kitlenin sadece % 6'sı haftada bir çevrimiçi olduğunu ve % 2'si ise daha az çevrimiçi olduğunu bildirmektedir. Bu istatistikler göz önüne alındığında, hayatlarının biçimlendirilmesinde olan katkısından dolayı, sosyal medya kullanımının ergenler üzerindeki etkisi ve önemini dikkate almak gerekmektedir (Norton, 2018).

Kelly, Zilanawala, Booker ve Sacker (2018) sosyal medya kullanımının ergenler üzerindeki etkisini değerlendirmişlerdir. Bu çalışma, sosyal medya kullanımının bu kitlenin ruh sağlığı ile ilişkili olduğunu, ancak altta yatan süreçlerin iyi anlaşılmadığını göstermektedir. Bu makale; sosyal medya kullanımının ergenlerin depresif semptomları ile ilişkisi incelemektedir ve çevrimiçi taciz, uyku, özgüven ve beden imajı yoluyla çok sayıda potansiyel açıklayıcı yolu araştırmaktadır. Bu amaçla, Birleşik Krallık Milenyum Kohort Çalışması'ndan elde edilen 10,904 14 yaş örneklem kullanılmıştır. Sosyal medya kullanımı ve depresif belirtiler arasındaki ilişkileri incelemek için çok değişkenli regresyon ve yol modelleri (path models) kullanılmıştır. Sonuçlara göre, sosyal medya kullanımı ile depresif belirtiler arasındaki ilişkinin büyüklüğü, kızlar için erkeklerden daha büyük olduğu belirtilmiştir. Daha yüksek depresif belirti skorlarıyla ilişkili olarak, çevrimiçi taciz, kötü uyku, düşük özgüven ve zayıf beden imajı, sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte yaygınlaştığı görünmektedir. Çoklu potansiyelli müdahale yolu bulunmaktadır, örneğin: vücut ağırlığı memnuniyetsizliği ile ilgili olarak daha uzun saatler sosyal medya kullanımı görünmektedir (≥ 5 saat kullanımı için 31% daha fazla memnuniyetsizlik olasılığı olmaktadır), ki bu da doğrudan depresif semptom skorlarıyla (vücut memnuniyetsizliği %

15 daha yüksek depresif belirti puanlara yol açmaktadır) ve dolaylı olarak benlik saygısı ile bağlantılıdır. Bulgular gençlerin akıl sağlığı için uzun sosyal medya kullanımının olası tehlikelerini vurgulamaktadır. Dolayısıyla, sosyal medyanın güvenli kullanımı için kılavuzların geliştirilmesinin oldukça faydalı olduğunu ve endüstriye sosyal medya kullanım saatlerini daha sıkı bir şekilde düzenlemesi gerektiğini vurgulamaktadır (Kelly vd., 2018).

2. 1. 2. Yalnızlık

İnternet hızla ana akım bir ortam haline geldiğinden, bazı araştırmalar İnternet kullanımının sosyal ağların azalması ve yalnızlığın artması ile ilişkili olduğunu bulurken, diğer araştırmalar bunun tam tersini önermektedir. Bu bağlamda, internet kullanımı, sosyal ağlar ve yalnızlık düzeyi arasında hiçbir ilişki olmadığını vurgulayan çalışmalar da bulunmaktadır. İnternetin sosyal ilişkiler ve psikolojik iyi oluş üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu tespit eden bazı yazarlar, İnternet kullanımının, yüz yüze temasların yerini alan çevrimiçi ilişkilerin oluşturulmasını teşvik ettiğini varsaymışlardır. Dolayısıyla, internet kullanımı sonuç olarak yalnızlığı arttırmaktadır. Bu teoriyi test etmek için 2000 yılında ankete katılan 2096 Amerikalıdan oluşan bir örnek kullanarak, karmaşık sonuçlar elde edilmiştir. Çevrimiçi olanlarla yüz yüze ilişkilerin yer değiştirdiğine dair hiçbir kanıt bulunmamıştır ve İnternet kullanımı, az bir düzeyde yalnızlık seviyesi ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Bir diğer çalışmada, lise öğrencilerinde sosyal medya kullanımı, yalnızlık ve akademik başarı arasındaki ilişkiyi araştırmış ve bu üç unsurla ilişkili demografik özellikleri tanımlamıştır. Bu çalışma aynı zamanda sosyal medya kullanımı ve not ortalaması tarafından hesaplanan yalnızlıktaki varyans yüzdesini belirlemeyi de amaçlamaktadır. Katılımcılar Michigan'dan 345 kent lise öğrencilerinden oluşmaktadır. Bu çalışmada, t testi, ANOVA ve korelasyon analizi uygulanmıştır. Cinsiyet farklılıkları yalnızlık ve sosyal medya kullanım sıklığı açısından tespit edilmiştir. Ayrıca bu çalışmanın sonuçlarına göre, GPA için ırk ve sınıf düzeyi farklılıkları bulunmaktadır. Veriler yalnızlık ve not ortalaması arasında zayıf bir negatif korelasyon olduğunu göstermektedir. GPA, yalnızlıktaki varyansın yaklaşık % 2'sini oluşturmaktadır. En son ise, bu çalışmada gelecekteki araştırmalar için pratik uygulamalar ve öneriler tartışılmıştır (Neto, Golz ve Polega, 2015).

Bir başka çalışma, yalnızlığın sosyal paylaşım sitelerinde (S.P.S) harcanan zaman, S.P.S kullanımının temel nedenleri ve bunlarla ilgili davranışlarını incelemek için gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın katılımcıları, İran - Shiraz Üniversitesi'nden 156 gönüllü öğrenciden oluşmamaktadır. Bu bağlamda, UCLA Yalnızlık ölçeği kullanılarak veriler değerlendirilmiştir. En yüksek puana sahip öğrencilerin% 25'i yalnız oldukları tespit

edilirken, en düşük puan alan öğrencilerin ise% 25'inin yalnız olmadığı düşünülmektedir. Bu çalışmada, S.P.S kullanımının olumlu ve olumsuz nedenleri İnternet Kullanım Sebepleri Ölçeği ve internet davranışları İnternet Davranışları Ölçeği'ne göre değerlendirilmiştir. Sonuçlara göre, S.P.S'de harcanan zamanın yanı sıra, S.P.S (literatüre aykırı) kullanmanın olumlu ve olumsuz sebepleri arasında bir fark bulunmamaktadır. Ancak, internet davranışları “yalnız” ve “yalnız olmayan” kişiler arasında anlamlı bir fark göstermektedir. “Yalnız” ve “yalnız olmayan” bireyler, S.P.S davranışlarının “sosyal yönü” açısından önemli bir fark göstermektedir. S.P.S davranışlarının “Olumsuz etkisi” nde “Yalnız” ve “Yalnız” olan bireyler arasında da anlamlı bir tespit edilmiştir. Yine de, S.P.S davranışlarının “yeterlilik ve uygunluk yönü” arasında bir fark olmadığı görülmüştür. Bu çalışma, yalnız ve yalnız olmayan kişiler arasında S.P.S kullanma nedenleriyle S.P.S geçirilen zaman arasında bir fark olmadığını tespit edilmiştir. Bu bulgu, önceki araştırma bulgularına ve konuyla ilgili genel literatüre aykırıdır. Başka bir deyişle, insanları SPS'ye ilk etapta iten şey, yalnız ve yalnız olmayan bireyler arasında anlamlı bir fark göstermezken, SPS'ye katıldıktan sonra sürekli olarak çevrimiçi olan yalnız bireylerin sosyal davranışlarında bir değişiklik gözlemlenmiştir. (Ranaei, Taghavi ve Goodarzi, 2016).

2. 1. 2. 1. Yalnızlık Duygusu Kavramı ve Kapsamı

Yalnızlık kavramının karmaşık bir örüntüsü vardır (Aktaş, 2017). Bu nedenle birçok araştırmacı yalnızlık kavramını tanımlamıştır. Yalnızlığı, var olan ilişkileri ile arzu ettiği ilişkiler arasında oluşan farklılıktan kaynaklanan ve birey için hoş olmayan bir duygu olarak tanımlayanlar bulunmaktadır (Perlman ve Peplau, 1984). Bir diğer tanımda ise yalnızlık, bireyler diğer bireylerle ilişkide olmalarına rağmen kendi sosyal becerilerindeki eksikliklerden kaynaklı olarak diğer bireylerden soyutlanması olarak ifade edilmiştir (Haliloğlu, 2008).

Kuşkusuz, yalnızlık bireylerin yaşamını etkileyen bir duygudur (Killeen, 1998). Yalnızlık duygusu ile birey huzursuzluk ve bazen acı veren olumsuz duygular yaşamaktadır. Yalnızlık duygusu, olumsuz duygulara neden olmaktadır. Bireyin olumsuz duyguları ise sosyal yaşamında güçlükler yaşamasına neden olur. Yalnızlık duygusunun neden olduğu olumsuz duygular: terk edilme, dışlanma, depresyon, umutsuzluk, değersizlik, kızgınlık, anlamsızlık olarak kendini gösterir (Geçtan, 2014). Yalnızlık duygusunun hissedilmesinin nedenleri, bireyin yaşam biçimi ve davranış biçimleri ile ilgili olup yalnızlık duygusunu yaşama biçimleri genetik ve çevresel faktörlerin etkisindedir (Aktaş, 2017). Yalnızlık, anlık ya da bir süreç sonucunda oluşabilir (Balcı, 2018). Yalnızlık; farklı araştırmacılar tarafından farklı boyutlarda incelenmiştir. Bu çalışmada sosyal, duygusal, gizli ve triad yalnızlık olmak üzere dört boyutta incelenmiştir.

2. 1. 2. 1. 1. Sosyal Yalnızlık

Sosyal yalnızlık, bireyin bulunduğu çevre içinde kendini yalnız hissetmesi ile başlar (Yılmaz, 2012). Birey akran, akraba ve diğer sosyal gruplar ile sosyal bütünlüğünü sağlayacak daha büyük sosyal gruplarla bağlanma ilişkisini kestiğinde yalnızlık oluşur (Haliloğlu, 2008). Bireyin kendini bir gruba ya da topluma ait hissetmemesi, kendini yabancı olarak hissediyor olmasıdır (Yaşar, 2007).

Sosyal yalnızlık yaşayan birey, çevresi ile etkileşimde bulunmaktan kaçınır ve çevresine karşı yabancılaşır. Diğer insanlar ile ilişki kurması güçleşir, topluluk halinde yapılan etkinliklere anlam yükleyemez ve kalabalık ortamlarda sıkılmaya başlar (Cüceloğlu, 2005). Bunun sonucu olarak da sosyal yalnız olan birey sıkıntı yaşamaya başlar ve olayların uzağında kalmaya başlar (Haliloğlu, 2008). Bu kişilerin benlik saygısında azalma, kaygı, depresyon, nevrotik davranışlar görülür (Yılmaz, 2012).

Yalnızlık ve sosyal izolasyon farklı yapılar olmasına rağmen, çok az sayıda çalışma yalnızlık ve sosyal izolasyonun sağlık üzerindeki olası sinerjistik etkilerini incelemiştir. Mevcut çalışma bu boşluğu doldurmaya çalışmaktadır. "Yalnızlık, sosyal izolasyon ve etkileşimleri ölüm oranını öngörüyor mu?" Diye sorulmuştur. Bu amaçla, Almanya'da (N = 4.838) 20 yaşına kadar takip süresi olan, orta yaşlı ve yaşlı yetişkinlerden oluşan ulusal olarak temsili bir örneklem kullanılmıştır. Sonuçlara göre, yalnızlığın ve sosyal izolasyonun etkilerinin sinerjistik olarak birbirleriyle etkileşime girdiği tespit edilmiştir. dolayısıyla, sosyal izolasyon ne kadar yüksek olursa, yalnızlığın mortalite üzerindeki etkisi o kadar yüksek ve yalnızlık ne kadar yüksek olursa, sosyal izolasyonun etkisi de o kadar büyük olacaktır. Böylece, her iki yapı sağlığı öngörmeye önemlidir ve araştırmacılar ve pratisyenler yalnızlığı, sosyal izolasyonu ve mümkün olduğunda etkileşimlerini dikkate almaları gerekmektedir (Beller ve Wagner, 2018).

2. 1. 2. 1. 2. Duygusal Yalnızlık

Duygusal yalnızlık, bireyin iç dünyasında oluşan yalnızlıktır (Yahyaoğlu, 2007). Bireyin normal bir ortamda bulunmasına rağmen beklentilerine uygun yakın ve özel ilişkilerin yoksunluğu duygusal yalnızlık olarak tanımlanır (Yaşar, 2007). Birey, çevresinde bulunan diğer bireyler tarafından sevmek ve değer görmek istemektedir. Çevresinde bulunan diğer bireylerin, kendisini yeterince sevmediği, değer vermediği ya da verdikleri sevgi ve değer vermenin yeterli düzeyde olmadığını düşünmeye başladığında hayal kırıklığı yaşamaya başlar ve sonucunda duygusal yalnızlık oluşur. Duygusal yalnızlık yaşayan bireyin çevresel koşulları ve fiziksel sağlığında bir problem yoktur (Yahyaoğlu, 2007). Duygusal yalnızlığın sonuçları, bireyin hayal kırıklığı ile iç dünyasında oluşturduğu

tramva ile ilişkidir. Bu nedenle duygusal yalnızlık öncesi sahip olduğu benlik yapısı ve genel psikolojik örüntüleri önemli olmaktadır (Yahyaoğlu, 2007). Weiss (1973) duygusal yalnızlık yaşayan bireylerin kaygı ve terk edilmişlik duygularını yoğun şekilde yaşadığını belirtmektedir (Weiss, 1973'den akt., Haliloğlu, 2008, s. 32).

Sosyal medya kullanımı ve duygusal yalnızlık kapsamında yürütülen uluslararası araştırmalar bulunmaktadır (Primack vd., 2017; Roman, Nitza ve Zeey, 2019; Savcı ve Aysan 2018; Shensa, Sidani, Lin, Bowman ve Primack, 2016). Çevrimiçi sosyal ağların artmasıyla birlikte, sosyal ilişkiler giderek artan bir şekilde dijital alanda geliştirilmekte ve sürdürülmektedir. Dijital dünyanın yalnızlık üzerindeki etkisiyle ilgili sonuçlar çıkarmak zordur, çünkü çelişkili bulgular vardır ve çapraz araştırmalar literatüre hâkimdir ve nedensellik belirlemeyi zorlaştırır. Nowland, Necka ve Cacioppo (2017) bu bağlamda gerçekleştirdikleri araştırmada, uygulanan derleme sonucunda, teorik bir model sunmakla birlikte, yalnızlık ve sosyal İnternet kullanımı arasında iki yönlü ve dinamik bir ilişki olduğunu belirtmişler. Kısaca, internet, mevcut ilişkileri geliştirmek ve yeni sosyal bağlantılar kurmak için bir rota istasyonu olarak kullanıldığında, yalnızlığı azaltmak için yararlı bir araçtır. Ancak, sosyal teknolojiler sosyal dünyadan kaçmak ve etkileşimin "sosyal acısından" çekilmek için kullanıldığında, yalnızlık duyguları artar. Yalnızlığın, insanların dijital dünyayla nasıl etkileşimde bulduklarının da belirleyicisi olduğu bu çalışmada vurgulanmıştır.

Weiss (1973) sosyal ve duygusal yalnızlık tipolojisini incelemiştir. Bu çalışmanın temel amacı ilişkisel ihtiyaçlar, sosyal ve duygusal yalnızlık ve akıl sağlığı yönden öne sürdüğü bağlantıları değerlendirmektir. Weiss bu çalışmada duygusal ve sosyal yalnızlığın ayrı değerlendirilmesini öne sürmüştür ve duygusal yalnızlığı romantik duygusal yalnızlık ve aile içi duygusal yalnızlık olarak incelenmesini öne sürmüştür (Weiss, 1973'den akt., Haliloğlu, 2008, s. 33).

2. 1. 2. 1. 3. Gizli Yalnızlık

Gizli yalnızlıkta birey normal görünmekte olup, kendi iç dünyalarında yaşanan yalnızlık duygusudur. Çoğunlukla derin üzüntülerden ya da kayıplardan sonra ortaya çıkmaktadır (Cüceloğlu, 2005). Bireyin çevresindeki bireylere yansıtmadığı içsel üzüntüleri olarak yaşanan yalnızlıktır (Yaşar, 2007). Gizli yalnızlık, bireyin kötü bir olay sonucunda ve hayal kırıklığı ile ortaya çıkan, yalnızlık yaşayan bireylerin bireylerde normal görünümle seyreden bir yalnızlık türüdür. Yaşadığı üzüntülü ruh halini dışardaki insanlara belli etmeden yaşanan bir yalnızlıktır. Bu yalnızlık türünde yaşamla ilgili farklı bir bakış açısı getirilememesi durumunda kişinin derin bir yalnızlık duygusu içine gireceği söylenebilir (Yahyaoğlu, 2007).

2. 1. 2. 1. 4. Triad Yalnızlık

Yalnızlık duygusunun en zor boyutlarından biridir. Bireyin ruh halinde değişikliklere neden olmaktadır. Birey depresyon, korku gibi duygular hisseder, öfke patlamalarına ve çökkünlüğe neden olur. Bireyin ruh halindeki bu değişimler çevresinde bulunan kişilerin uzaklaşmasına ve bireyin artan bir yalnızlıkla baş etmesine neden olur. Bireyin yalnızlık duygusu ile kısır döngüye girdiği bir süreçtir ve profesyonel yardım alması gerekebilir (Yıldırım, 2018). Karanlık üçlü (Dark Triad) özellikleri ile ilişkili sosyal-duygusal işlevler son zamanlarda geniş bir şekilde incelenmiştir. Bu araştırmalara göre triad ergenler arasında yalnızlığa katkıda bulunmuştur. Narsisizm, yalnızlık ile negatif bir ilişki kurarken, Makyavelizm ve psikopati, yalnızlık ile pozitif olarak ilişkilidir (Wenjuan, Hong ve Mingzhu, 2014).

Dünyada popüler bir boş zaman etkinliği olarak kabul edilen sosyal medya kullanımı, sonradan sorunlu olma riskini beraberinde getirmekte ve kişilik farklılıklarının, riskli sosyal medya kullanımında değişik katılım düzeyleri ile ilişkili olduğu gösterilmiştir. Kircaburun, Zsolt ve Tosuntaş (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, problemlili sosyal medya kullanımı (PSMU) ile Dark Triad (DT) özellikleri (örneğin Makyavelizm, psikopati ve narsisizm) ve özsaygı ile ilişkisi incelenmiştir. Dolayısıyla, toplam 827 üniversite öğrencisi üzerinde [495 (%60) kadın ve 332 (%40) erkek, yaş = 20.36±1.47], Sosyal Medya Bozukluğu Ölçeği, Dark Triad Kirli Düzine Ölçeği ve Tek Öge içeren bir anket çalışması uygulanmıştır. Bu bağlamda, DT özelliklerinin ve özsaygının PSMU üzerindeki doğrudan ilişkisi ve narsisizmin PSMU üzerindeki özsaygı bakımından dolayı etkisi yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak incelenmiştir. Sonuçlar, cinsiyet ve yaş kontrolünü ele aldığımızda, Makyavelizm ve narsisizmin PSMU üzerinde düşük düzeyde önemli ve doğrudan bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ama narsisizmin özsaygı ile olan kısmi dolaylı bağlantısı önemsiz olduğu belirtilmiştir. Sunulmuş olan model mevcut varyansın % 18'ini açıklamıştır.

Demircioğlu ve Köse (2018) çalışmasında, bağlanma stilleri, reddetme duyarlılığı ve Dark Triad kişilik özelliklerinin aracılık etkilerini, ilişki doyumuyla sosyal medya bağımlılığı arasındaki bağlantıları incelemeye amaçlamıştır. Güvensiz bağlanma stillerinin (saplantılı, kayıtsız ve korkulu bağlanma stilleri gibi), reddetme duyarlılığı ve Dark Triad kişilik özelliklerinin (Makyavelizm, narsisizm ve psikopati), ilişki memnuniyetiyle ters yönde bağlantılı olmakta ve olumsuz yönde sosyal medya bağımlılığı ile ilgilidir. Araştırmada kullanılan veriler, Türkiye'nin dört farklı şehrinde ve 14 farklı üniversiteden olan 229 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Yapısal eşitlik modelleme analizlerinin sonuçları, ilişkinin memnuniyet sosyal medya bağımlılığının önemli bir göstergesi olmaktadır. Ayrıca, kısmen korkulu bağlanmanın sosyal medya bağımlılığı ile bağlantısına aracılık etmektedir.

Dolayısıyla, korku verici bağlanma, reddedilme duyarlılığı ve psikopatiden sosyal medya bağımlılığına doğrudan pozitif önemli seviyede ilişki bulunmaktadır.

2. 1. 2. 2. Yalnızlık Duygusunun Nedenleri

Yalnızlık, kişinin sosyal ilişkilerinde bazı önemli niteliksel veya niceliksel eksikliğinden meydana gelen tatsız bir deneyimdir. Bu tanım yalnızlığı tek boyutlu ve deneyime göre değişen kavram olarak ele alır. Yalnızlığı herkes sıkıcı ortamda olduğu veya kabul edilemez bir ilişki içerisindeyken yaşayabilir. Kişi arzuladığı sevgi ve saygıyı bulamadığında bu durum ortaya çıkmaktadır (Jenny, 1998). Yalnızlık duygusunun temelinde, sevme-sevilme, ait olma ihtiyaçlarının tam olarak karşılanamaması durumlarında ortaya çıkmaktadır (Aktaş, 2017). Sosyal ilişkilerin temeli güven ihtiyacının karşılanmasıdır. Haliloğlu (2008) yalnızlığın nedenlerini dokuz gruba ayırmıştır. İlk grupta sosyal destek eksikliği, ikinci grupta düşük benlik saygısı olduğunu belirtmiştir. Üçüncü grupta zayıf sosyal beceri, dördüncü grupta bağlanma ilişkileri, beşinci olarak bireysel ve psikolojik faktörler, altıncı grupta sosyal ilişkilerdeki eksiklik olarak sınıflamıştır. Yedinci grupta gerçek dışı öznel değerlendirmeler, sekizinci grupta sıkıntı veren duygular veya duygusal zorlanmalar son grupta ise toplumsal ve çevresel faktörler olarak belirtmiştir.

Bireylerin bağlandığı birini kaybetmesi sonucunda bağlanma ilişkisindeki yokluk duygusal yalnızlığa neden olabilmektedir. Aynı şekilde duygusal bir ilişkinin bitmesi de bireyin kendisini değersiz, diğer bireylerin güvenilmez olduğu ile inançlarının artması sonucunda duygusal yalnızlığa neden olabilir (Weiss, 1973'den akt., Haliloğlu, 2008, s. 32). Yalnızlık, İnternet kullanımı arttıkça çoğalmaktadır. Yalnız bireyler arkadaşlık potansiyeli arttıkça, değişen sosyal etkileşimle beraber daha çok online oldukları tespit edilmiştir ve bu yöntemle yalnızlıkla ilişkili olumsuz ruh hallerini hafifletmeye çalışmaktadırlar (Janet ve Phyllis, 2003).

Coşan'a (2014) göre, yalnızlık basit bir ruh hali değildir, karmaşıktır ve birkaç katmana sahiptir. Yalnızlığın değerlendirilmesi, yalnızlık ruh halinin karmaşıklığını göstermeyi, katmanlarını açıklamasını amaçlamaktadır. Bu çalışmada, yalnızlığın türleri, nedenleri ve sonuçları, yalnız insan algısı ve başa çıkma mekanizmaları gibi farklı yalnızlık katmanlarını anlamak ve değerlendirmek ele alınmıştır. Bu bağlamda, yaşam memnuniyetini azalttığı ve riskli davranışları artırdığı için onunla başa çıkacak birine etkili bir şekilde yardımcı olmak için farklı katmanlarını anlamak oldukça önemlidir. Coşan yalnızlık çeşitli faktörlerden kaynaklandığını ve bunlardan bazıları yalnızlığın daha kalıcı olardan uzun vadeli ve bazıları ise sadece geçici yalnızlığa neden olmaktadır. Kendisi yalnızlığın nedenlerini Kişisel özellikler, Çocukluk Deneyimleri, Cinsiyet, Medeni Hal ve

Gelir Seviyesi, Yaş Grupları (Ergenlik, Yetişkinliğe Karşı), ve Diğer Sebepler: Geçici Sebepler ve Psikolojik Bozukluklar olmak üzere 5 grupta sınıflandırmıştır (Coşan, 2014).

2. 1. 2. 3. Yalnızlık Duygusu ile Baş Etme Stratejileri

Yalnızlık duygusu bireyin rahatsız eden olumsuz duygulara neden olduğu için birey yalnızlık duygusunu azaltmaya çalışmaktadır (Haliloğlu, 2008). Yalnızlık duygusu yaşayan bireylerin sosyal ilişkilerde risk almak istemezler. Bunun sonucu olarak da müzik dinleyerek, televizyon izleyerek yalnızlık duygularını ortadan kaldırmaya çalışırlar (Erdeğer, 2001). Yalnızlık duygusu ile baş etmek için mevcut stratejilerde büyük bir çeşitlilik mevcuttur. Rokach (2001) çalışmasında, yaş ve cinsiyetin yalnızlık ile başa çıkma üzerindeki etkisini incelemiştir. Hayatın her kesiminden yedi yüz on bir katılımcı, yalnızlığın acısıyla başa çıkmakta kullandıkları faydalı stratejilerini yansıtan, evet / hayır şeklinde 86 maddeden oluşan bir anket çalışmasına gönüllü olarak dahil edildiler. Bu çalışmada dört yaş grubu karşılaştırmıştır: Ergenler (13-18 yaş), genç yetişkinler (19-30 yaş), yetişkinler (31-58 yaş) ve yaşlılar (60-80 yaş). Cinsiyet parametresi bakımından gruplar içinde ve arasında karşılaştırma gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar yalnızlık yetişkin grubuna yaklaştığını ve daha etkin bir şekilde ele alındığını ayrıca kadınların yalnızlık ile erkeklerden daha iyi başa çıktığını ortaya koymaktadır.

Diğer bir çalışma, hem ulusal hem de uluslararası doktora öğrencilerinin yalnızlık ve izolasyon ile nasıl başa çıktıkları ve bu tür sorunların üstesinden gelmek için doktora çalışmalarının farklı aşamalarında ne tür taktik kullandıklarını incelemeye almıştır. Netnografik bir çalışma yoluyla toplanan veriler yalnızlığın hem ulusal hem de uluslararası öğrenciler için önemli bir sorun olduğunu ve doktora çalışmasının farklı aşamalarında gerçekleştiğini göstermektedir. Katılımcılar tarafından bu sorunla başa çıkmak için kullanılan taktikler, yüz yüze ve çevrimiçi olmak üzere sosyal etkileşim, mesleki gelişim ve doktoradan kaçma şeklinde birçok biçimi içermektedir. Bu çalışma, üniversite öğrencileri arasında soyutlanma duygularını azaltmak ve okuldan ayrılma oranlarını daha da azaltmak için uygulanabilecek bazı pratik önerilerin ortaya koymaktadır (Janta, Lugosi ve Brown, 2014).

Matthews ve diğerleri (2016) yaptığı bir çalışmada, toplumsal soyutlanma ve yalnızlık arasındaki ilişkiyi, depresyonla nasıl bağlantılı olduklarını ve bu ilişkilerin genetik etkilerle açıklanıp açıklanmadığını ele almışlar. 1994 ve 1995 yıllarında İngiltere ve Galler'de doğmuş 1116 aynı cinsiyetteki ikiz çiftlerin 'Çevresel Risk Boyuna İkiz Çalışması' esasında bulunan 18 yaş grubun verilerini kullanılmıştır. Katılımcıların sosyal izolasyon, yalnızlık ve depresif semptom düzeyleri rapor edilmiştir. İzolasyon ve yalnızlığın ayırıcı ilişkilerini depresyon ile test etmek için regresyon analizleri yapmıştır. İkiz çalışma

tasarımını kullanarak, her bir yapıdaki varyans oranını ve bunların genetik ve çevresel faktörlerin hesaba kattığı kovaryansları tahmin edilmiştir. Sosyal izolasyon ve yalnızlık, orta derecede korelasyon göstermektedir ($r = 0.39$) ve her ikisi de depresyonla bağımlı olduğu belirtilmiştir. Regresyon analizine sonucunda ise, yalnızlık depresyon ile daha sağlam bir şekilde bağlantılı olduğu belirtilmiştir. Benzer derecede genetik etki, sosyal izolasyon (% 40) ve yalnızlık (% 38) üzerinde tespit edilmiştir ve depresif belirtiler üzerinde (% 29) daha küçük bir genetik etki gözlemlenmiştir. İzolasyon ile yalnızlık arasındaki 0.65 ve yalnızlık ile depresyon arasındaki 0.63 genetik korelasyonlar, bu fenotiplerin birlikte ortaya çıkmasında genetik etkilerin güçlü bir rol oynadığını göstermiştir.

2. 1. 2. 4. Ergenlik Döneminde Yalnızlık

Ergenlik dönemi, yaşamın zor geçen dönemidir. Bu dönemdeki birey, düzensiz, tutarlı olmayan ve karmaşık duygular yaşamaktadır (Yavuzer, 2007). Ergenlik döneminde yalnızlık duygusu ile yaygın olarak karşılaşmaktadır (Demir ve Tarhan, 2001). Yalnızlık her yaştaki insanları etkilese de özellikle en yaygın olduğu dönem ergenlik dönemidir (Qualter vd., 2013). Araştırmalara göre ergenlerin % 80 i bazı dönemlerde kendilerini yalnız hissettiğini bildirmektedirler (Rönka vd., 2014). Yine yapılan çeşitli araştırmalar gençlerin (özellikle 18 ila 25 yaşları arasındakilerin) özellikle yalnızlığa yatkın olduklarını göstermektedir (Doman ve Roux, 2010).

Ergenlik dönemindeki bireylerin yalnızlık nedenleri fazladır. Sosyal beceri eksikliği, zorbalık, dışlanma, depresyon yalnızlığa neden olan risk faktörleridir (Krause-Parello, 2008). Ergenin sosyal çevre değişiklikleri yaşaması, ebeveynleri ile olan iletişimi, alınan sosyal destek, özgüven düzeyi ve utanma duygusu yalnızlıkla ilişki bulunan kavramlardır (Mcwhirter, Besett-Alesch, Horibata ve Gat, 2002). Ergenlik dönemindeki bireylerin yalnızlık düzeyleri artmaya başladığında, yakınlıktan kaçınma ile ilgili bilişsel çarpıtmaları da artmaktadır (Kılınç ve Sevim, 2005). Bu dönemde sosyal değişkenler, yalnızlığın artmasını sebep olabilmektedir (Yücel, 2009). Ergenlerde yalnızlık, akranları ile sosyal ilişkilerinin yetersiz olmasından kaynaklanmaktadır. Ergenin bu durumu çok sık yaşıyor olması uyum sağlama sürecini etkilemekte ve yaşamının diğer alanlarını da etkilemeye başlamaktadır (Geçtan, 2014). Ergenlik sırasında meydana gelen gelişimsel değişiklikler de sosyal izolasyon riskini artırabilir ve bu da zamanla yalnızlık duygusuna yol açabilir (Rubin vd., 2008). Bunun yanında yalnızlığın nedenleri arasında belirsiz politik durum, ülkede liderlik eksikliği, çocuk istismarı, tecavüz, cinsel istismar, şiddet görülme sıklığı yatmaktadır. Yalnızlığın beraberinde sosyal izolasyon tehlikesi, yüksek psikolojik stres, olumsuz etki ve bunun sonucunda oluşan depresyon, intihar, düşmanlık, alkolizm gibi problemlere yol açan risk faktörü olduğu bulunmuştur. Başka bir deyişle, yalnızlığın, uzun

vadeli fiziksel ve psikolojik etkileri oluşturduğunu söylemek mümkündür (Doman ve Roux, 2010). Yalnızlık, kişinin durumu ve sürekli kaygılanmasıyla pozitif ilişkili; depresyon ve sosyal kaygı ile olumsuz yönde ilişkilidir. Yalnız ergenler daha az sosyal risk almaya isteklidirler. Ergenler en sık yalnızlıktan dolayı can sıkıntısı çekerler ve bu nedenden ötürü yalnızlıklarıyla ya televizyon izleyerek ya da müzik dinleyerek başa çıkmaya çalışırlar (DeWayne, Norman ve Schultz, 1983).

2. 1. 3. Zaman Kavramı ve Serbest Zaman

2. 1. 3. 1. Zaman Kavramı ve Zaman Yönetimi

Zaman, “bir işin, bir oluşun içinde geçtiği, geçeceği veya geçmekte olduğu süre, belirlenmiş olan an ” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK] , 2006). Zaman kavramı tanımlaması zor kavramlardan biri olduğu için zaman kavramının tanımlanması yapılırken zamanın özelliklerine ve işlevlerine göre tanımlanmaya çalışılmaktadır (Altun, 2011). Zaman biriktirilemeyen, toplanamayan eşi olmayan değerli bir kaynaktır. Bireyler sadece zamanı nasıl geçireceklerine karar verebilirler (Mackenzie, 1989). Zaman, bireylerin deneyimlediği, hatırladığı zaman aralıkları ile farklı etkinlikler için ayrılan ve farklı duygularla geçen süredir. Zamanın nasıl kullanılacağı öznel durumlara göre değişir, bireyin farklı etkinliklere ayırdığı süre zaman kullanımı olarak tanımlanır (Gershuny, 2011)

Einstein, “zamanı” varlığın dördüncü boyutu olarak değerlendirmektedir. Zamanın geçiş süresi herkes için aynı olmakla birlikte, zamanın varlığı bireysel algılamalara göre farklılık göstermektedir (Gürbüz ve Aydın, 2012). Zaman kavramının boyutsal açıdan bakıldığında 3 boyutta incelemek mümkündür. İlk boyut gerçek zamandır. Objektif zaman olarak da adlandırılan gerçek zaman saat aracılığı ile ölçülebilen zamandır. Dünyanın güneş çevresindeki hareketi ile oluşan gerçek zaman sabit ve herkes için eşittir (Şimşek ve Çelik, 2009). İkinci boyut ise psikolojik zaman yani diğer adıyla subjektif zamandır. Bireyin yaptığı etkinliğe göre zaman akışı ile ilgili olan değerlendirmeleridir (Gürbüz ve Aydın, 2012). Göreceli bir zaman olarak bireyin zaman hızını nasıl hissettiği ile ilgilidir (Şimşek ve Çelik, 2009). Zamanın bu boyutunda bireyin kendini yönetmesi önem kazanır. Diğer bir deyişle belirli zaman aralığında bireyin ne yaptığı, neler yapabileceği zamanın psikolojik boyutudur (Gürbüz ve Aydın, 2012). Üçüncü ve son boyut ise biyolojik zamandır Bu boyut subjektif zaman türüdür ve canlıların biyolojik olarak zamanlamasını tanımlamak için kullanılır. Bu boyut insanların biyolojik zamanı alışkanlıklarında gözlenir (Şimşek ve Çelik, 2009).

Zaman her birey için eşit olan ve durdurulamayan bir kaynaktır. Bu nedenle bireyler yaşam kalitesini arttırmak istediklerinde zamanlarını etkili kullanarak bunu sağlayabilirler

(Akçınar, 2014). Zamanın etkili kullanılabilme ihtiyacı zaman yönetimi kavramının tanımlanmasını gerektirmiştir. Zaman yönetimi en yalın haliyle, “*zamanı etkin kullanmaya yönelik olarak bilinçli çaba*” olarak tanımlanabilir. Bunun yanında zamanın yönetimi, sahip olunan her dakikanın belirli amaç ya da amaçlara ulaşmak için belirlenen etkinlikleri gerçekleştirmek amacıyla planlanması ve plana uygun zamanın geçirilmesidir şeklinde de tanımlanmıştır (Uğur, 2000’den akt., Akatay, 2003, s. 284). Zamanın doğru kullanımı konusunda bilgili insanlar yapacakları konusunda önceliklerini tespit etmede daha yetkindirler. Bunu sağlamak için oluşturdukları planlama ile buldukları noktadan varmak istediği noktaya ulaşımını en kısa sürede nasıl ulaşılabileceğini belirlerler (Efil, 1999). Zamanın planlanmayışının akademik başarının azalması, sosyal ve kişisel faaliyetlere yeterince zaman ayıramama ve yaşamdan alınan doyumun azalması gibi birçok etkisi bulunmaktadır (Cambell ve Svenson, 1992). Bireylerin zamanı kullanma biçimleri ve yaklaşımlarının onların stresli veya depresif olmalarıyla ilişkili olduğunu bilinmektedir (Smith, 1998). Zamanlarını iyi organize etmede sorun yaşayan bireylerin stres yaşamaktan kendilerini alıkoyamadıkları ve bunun yanında zamanlarının yetmediğini dile getiren bireylerinde büyük bir kısmının zamanı nasıl kullanacaklarını ve yöneteceklerini bilmedikleri tespit edilmiştir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1998).

Zaman kullanmaya yönelik gerçekleştirilen doğru olmayan alışkanlıklar ve zaman bilincinin eksik olması kişinin kendine duyduğu güvenin azlığı ve yüksek kaygı zaman yönetimini olumsuz yönde etkilemektedir. Yaşanan güvensizlik duygusu beraberinde ortaya çıkan bir işi başaramama korkusu, yüksek kaygıya sebebiyet vermekte ve buda zaman yönetimi daha da zorlaştırmaktadır (Roberts, 1997). Bunun yanında bir işi ertelemek veya önemsememek, kendine karşı duyulan aşırı güven veya güvensizlik, hayır diyememe ve mükemmel olma kaygısı da zaman yönetimini olumsuz yönde etkilemektedir (McWhorter, 1988; Özgen, 2000; Smith, 1998).

2. 1. 3. 2. Serbest Zaman Kavramı ve Kapsamı

Serbest zaman kavramı, bireyin yaşamak için yapması gereken etkinliklerin dışında kalan ve bireysel tercihleri için ayrılan süredir (Sabbag ve Aksoy, 2011). Bireyin kendisi ve diğer bireylere karşı olan bütün sorumlulukları ve bağlantıları ile ilgilenmediği, kendi tercihlerine göre seçtiği etkinlik ile ilgilenmek için ayırdığı zaman aralığı serbest zaman kavramı olarak tanımlanır (Özşaker, 2012). İnsanlar serbest zamanlarını, ilgileri, istekleri ve yeteneklerine yönelik eğlence, dinlenme, oyalanma, kendili geliştirme gibi etkinliklerle istediği gibi kullanabildikleri zaman aralığıdır (Akgül ve Karaküçük, 2015). Serbest zaman etkinlikleri ve boş zaman kavramları literatürde birbiri yerine kullanılmakta olup boş zaman kavramı iş, okul dışında kalan zamanı ifade etmektedir. Serbest zaman etkinlikleri, boş

zaman kavramının bir parçası olarak birey boş zamanında iş ya da okula ilişkin kaygı yaşamadan planlayabiliyor ve bu sürede yaptığı etkinliklerden mutlu oluyorsa serbest zaman etkinliği gerçekleştirmiş olurlar (Demir ve Demir, 2006). Diğer bir ifadeyle boş zaman, hiçbir şey yapmadan geçen zamanı ve serbest zaman etkinlikleri ile geçirilen zamandan oluşur. Serbest zaman etkinlikleri ile birey kendisi için özel bir etkinliğe katılır. Serbest zamanın özelliklerine baktığımızda etkinlikler bireyin kontrolündedir. Bu süre içinde gerçekleşen etkinlik ve mutluluk hoşla gitmeyi sağlar. Kişi katıldığı etkinliklerden bir ücret almaz ve bireyi memnun edecek deneyimler yaşar (Demir ve Demir, 2006).

Sanayileşme sürecinde insan emeğinin azalması sonucunda bireylerin kendilerine ayıracakları zaman aralıkları artmıştır. Bireylerin artan zamanları psikolojik, kültürel ve ekonomik sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu da beraberinde psikolojik kültürel ve ekonomik sorunlara neden olmuştur (Mirzaoğlu, 2003'dan akt., Karaca, 2015, s. 8).

2. 1. 3. 3. Serbest Zaman Etkinlikleri

Litertürde "rekreasyon" olarak da adlandırılan serbest zaman etkinlikleri "*İnsanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler. Bir bölgeyi insanların eğlenme, dinlenme amacıyla kullanabilecekleri bir duruma getirme*" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2006b). Serbest zamanlarını etkili değerlendiren bireylerin toplumsal uyumu gelişmekte ve zararlı alışkanlıklardan koruduğu ileri sürülmektedir (Hung ve Lee, 2013). Serbest zaman etkinlikleri, bireylerin topluma uyum sağlama ve kendini ifade etme fırsatı veren özgürce kullanabildiği zaman aralığıdır (Sabbağ ve Aksoy, 2011). Serbest zaman etkinlikleri bireylerin kaygılarından ve streslerinden uzaklaşmak için yaptıkları etkinliklerdir. Bu etkinliklerle birey yaşadığı kaygının yoğunluğunun azalmasına, sorun olarak gördüğü durumların çözümlerine ilişkin düşünmek için önemli olduğu düşünülmektedir (Erdoğan, 2012). Serbest zaman etkinlikleri bireylerin dinlenmesi, eğlenmesi ve gelişimlerine katkı sağlamakta olup zihinsel performansın, yaratıcılığın ve kültürel gelişimin artmasına neden olmaktadır (Özşaker, 2012). Serbest zamanlarını etkin değerlendiren bireylerin yaşama doyumunu artmaktadır (Yamaner, Yamaner ve Sarışık, 2018).

Bireylerin serbest zamanlarını değerlendirme isteğini oluşumunda fiziksel, sosyal, psikolojik, ihtiyaçlar yer almaktadır. Bunun yanı sıra duygusal, toplumsal ihtiyaçlar ve kişisel beceri ve yeteneklerini geliştirme ihtiyacıda etkilidir. İnsanların serbest zamanlarını değerlendirmelerine neden olan ihtiyaçlarının biliniyor olması serbest zaman etkinliklerinin ve içeriklerinin insanların ve toplumun ihtiyaçlarına uygun olarak belirlenmesi ve sunulması açısından önemlidir (Salihoğlu, 2016).

Kurar ve Baltacı (2014) serbest zaman etkinliklerinin şu şekilde sınıflandırmaktadır:

- Etkinliğin gerçekleştirdiği mekana göre; Açık ve kapalı mekanlarda gerçekleştirilen etkinlikler.
- Etkinliğe katılanların milliyetlerine göre; Ulusal ya da uluslararası etkinlikler.
- Katılımcıların yaşlarına göre; Çocuk, genç, yetişkin ve yaşlılara yönelik etkinlikler.
- Etkinliğin fonksiyonuna göre; Sosyal, sağlık, sanat, ticari, estetik, kültürel, turistik etkinlikler.
- Etkinliğin düzenlendiği zamana göre; Gün içinde ve tatil zamanlarındaki etkinlikler.
- Etkinliğe katılma biçimine göre; Katılımcıların aktif ve pasif katılımına göre etkinlikler.

2. 1. 3. 4. Ergenlik Döneminde Zaman Yönetimi

Zaman algısı ve bunun gelişimi ilk çocukluk döneminden ergenliğin sonuna kadar sürmektedir. Zamanın etkin kullanımı, çocukluk ve ergenlik döneminde öğrenilmesi gereken bir durumdur. Ergenlik dönemi bireyin gelecekteki hayatını şekillendirecek kararları ve durumları yaratmak zorunda kaldığı dönemdir. Kariyer hedeflerinin belirlenmesi, kimlik gelişimi, akademik başarı, sosyal gelişim gibi köklü kararların belirlendiği dönem ergenlik dönemidir. Bütün bu karmaşık ve önemli kararların verileceği ve yetişkinlik davranışlarının oturacağı dönemde, ergen kişilerin zamanın önemini anlamaları, yanlış davranışları düzeltmeleri, zaman kullanımını optimum düzeye getirmeleri gerekmektedir. Zaman yönetiminin öğrenemediği durumda, gelecekle ilgili bütün gelişmeler tesadüfe ve kadere bırakılmış olmaktadır (Özgen, 2000).

Zaman yönetimi, iş ve özel hayatımızı, ilgi alanlarımızı, sosyal hayatımızı gerektiği gibi yapabilmek adına öğrenilmesi ve planlanmasıdır denilebilir. Ergenlerin zaman yönetimi ile ilgili yapılan araştırmalarda, bu yaş grubunda olanların sınav ve ödev teslim sürelerinde stres ve kaygı düzeylerinin arttığı gözlemlenmiştir. Bu kaygı düzeyinin zaman yönetimi ile doğrudan ilişkili olduğu ve zaman yönetimini iyi yapamayan ergenlerde, kaygı düzeyinin, zaman yönetimini iyi yapanlardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca kız ve erkek öğrenciler arasında yapılan araştırmalarda kız öğrencilerin hem zaman yönetimi hem de kaygı düzeyi yüksekliği konusunda erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Yaşla birlikte, zaman yönetimi becerisinin arttığı, kaygı düzeyinin azaldığı da belirlenmiştir. Zaman yönetimi ile kaygı arasında ters orantı, zaman yönetimi ile başarı arasında da doğru orantı olduğu söylenebilir (Eldeleklioğlu, 2008).

2. 1. 4. İletişim Becerileri

2. 1. 4. 1. İletişim Kavramı ve Kapsamı

İletişim toplumsal yaşamın bir gerekliliğidir. İnsanlar, sosyal ve medeni bir varlık olarak diğer bireylerle iletişimde olmaya ve ortak bir yaşamda olma ve sınırlı olan kaynaklar ile yaşamak zorundadır. Bu nedenle iletişim insanlar için yaşamsal bir eylem olarak değerlendirilir (Kasımoğlu, 2015). İletişim farklı amaçları gerçekleştirmek için bireyler arası ilişkileri, grupları ve toplumların birlikte yaşaması ve devam etmesini sağlayan en önemli araçtır (Gürgen, 1997). İnsanların kendinden önceki bilgileri, kabul edilmiş ve sürdürülebilir kuralları, inanç ve değerleri öğrenmesini ve yeni edindiği bilgileri bu bilgilerin üzerine ekleyerek yaşamını devam ettirmesi iletişimi ve etkileşim ile mümkündür (Orta, 2009).

İletişim, kişiler arasında etkileşim için temel oluşturur. Birey düşüncelerini ve duygularını iletişim aracılığı ile diğer bireylerle paylaştığında mutlu olur ve çevresindeki bireylerin mutlu olmasına ya da mutluluklarına katkıda bulunma imkanını iletişim ile sağlar (Ersanlı ve Balci, 1998). İnsanlar iletişim aracılığı ile varlığını ifade eder, diğer bireyleri etkiler, ihtiyaçlarını karşılayabilir, arzu ettiği değişimleri ve amaçlarını gerçekleştirebilmektedir (Gökçe ve Baskan, 2012).

İletişim kavramı geniş ve farklı anlamlarda kullanıldığı için tanımlanmasında güçlük yaşanmaktadır. İletişimin yaşamın her alanında ve her zamanında var olması nedeniyle farklı tanımlar ve farklı anlamlarda ifade edilmektedir (Orta, 2009). Türk Dil Kurumuna göre iletişim isim olarak *“Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon”*, teknik olarak *“Telefon, telgraf, televizyon, radyo vb. araçlardan yararlanarak yürütülen bilgi alışverişi, bildirişi, haberleşme, muhabere, kominikasyon”* olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2006c). İletişim, bilgi üretmek, bilgiyi aktarabilmek ve bilginin anlamlandırılması sürecidir (Dökmen, 1997). Bunun yanında İletişim, *“Zihinde canlanan duygu ve düşüncelerin sembolere dönüştürülmesi, paylaşılması, anlamlandırılması ve yorumlanması süreci”* olarakta tanımlanabilir (Gönen, 2015, s. 1). İletişim insanın çevresinde bulunan tüm varlıklar ile yaşanılabilen bir süreçtir. İletişim süreci “insan-insan-insan” olarak gerçekleştiğinde “kişilerarası iletişim” olarak tanımlanmaktadır (Gönen, 2015). Kişilerarası iletişimin bazı tanımlarına aşağıda yer verilmiştir.

Kişiler arası iletişim tanımlarına bakıldığında Kaşıkçı (2006) kişiler arası iletişimi *“Hedefi ve kaynağı insanlar olan, karşılıklı bilgi alışverişinin yaşandığı, içerisinde duygusal faktörlerin de bulunduğu bir etkileşim, ortaklaşma, paylaşım sürecidir”* şeklinde tanımlamıştır (s. 50). Yüksel (2007) ise *“Bilgi, düşünce, duygu, tutum ve kanırlarla,*

davranış biçimlerinin kaynak ile alıcı arasındalı bir ilişkileşme yoluyla bir yandan (insanlardan) diğerine (diğerlerine) bazı oluklar kullanılarak ve değişim amacıyla aktarılması sürecidir” şeklinde kişiler arası iletişim kavramını açıklamıştır (s. 32). Hartley (2010) de kişiler arası iletişimi “*Birbirlerine karşı değişen rolleri ve ilişkileri olan iki insanı içeren iletişim sürecidir”* şeklinde ifade etmiştir (s. 33).

İletişim en az iki kişinin etkileşime geçmesini sağlayan psiko-sosyal bir süreçtir (Cüceloğlu, 2005). Bu sürecin öğeleri; “*kaynak, mesaj, kanal, alıcı ve geribildirim*” den oluşur. İletişim sürecinin yapısı oldukça dinamik olup etkili iletişimin kurulması için iletişim sürecinin unsurları önemli roller üstlenmektedir (Gönen, 2015, s.171). İletişim sürecinde olan bireyler bütünsel olarak iletişimde yer alırlar. Bu nedenle iletişimde olan bireylerin kültürel değerleri, demografik özellikleri gibi özellikleri iletişim sürecini etkilemektedir (Gürgen, 1997). Diğer bir ifadeyle iletişimde bulunan kişiler tarafından alınan mesajlar; bireylerin duyguları, düşünceleri, davranışları, nerede ve ne zaman iletişim kuracakları üzerinde etkilidir (McWhirter ve Acar, 2000).

2. 1. 4. 2. Etkili İletişim

İletişim becerileri, farklı becerilerin gelişmesi ve kullanılabilmesi için temel bir beceridir (Korkut, 2004). İletişim becerisi, bireyin karşılaştığı olgu ile ilgili, kendi bakış açısını ve nasıl tanımladığını araştırması, soruşturması ve bütünleştirmesidir. İletişim becerisi gelişmiş birey; kendisi ile ilgili eleştiri, uyarı, şikayet gibi durumlarda farklı bakış açıları ile durumu anlamlandırma yeteneğine sahiptir (Özer, 2006). İletişim becerisi gelişmiş birey kendini net ve anlaşılır ifade edebilmekte olup, diğer bireyleri de etkili dinleme ve mesajları net ve doğru bir şekilde anlama becerisi olarak iki yönlü açıklanmaktadır (Çetinkaya ve Alparşlan, 2011).

İletişimin verimli olması etkili dinleme ve etkili tepki verme becerilerinden oluşmaktadır (Ersanlı ve Balcı, 1998). Granvold (1994) göre iletişim becerileri sosyal becerileri içinde yer almakta ve kişilerarası ilişkilerin başarılı olmasına destek olmaktadır. Kişilerarası ilişkiler ve sosyal destek için gerekli olan bilişsel ve davranışsal yeterlikler gereklidir. Etkili iletişim için, etkili bir beden dili ve duygusal olgunluk gerekmektedir. Duygusal olgunluk için birey kendi duygularını anlamalı, yaşam kalitesini artıracak şekilde düzenleyebilmeli, diğer bireylerin duygularını anlaması için empati yapabilmelidir (Dilekmen, Başçı ve Bektaş, 2008). Bireyin kendi duygularını anlaması, iletişimde iletilen mesajları kendi algılarına göre yorumlamasındaki rolünün önemli olmasından kaynaklanmaktadır. Kendi algılarında yanlılık olabileceğinin farkında olan birey kendi sınırlarının farkında olur ve iletişimde objektif bir bakış geliştirebilir (Özer, 2006).

Bireyler arasında ya da bireyin yaşadığı sorunların nedenleri arasında duygularını diğer bireylere anlatmada yaşadıkları güçlüklerden kaynaklanmaktadır. Bireylerin sağlıklı ve mutlu bir yaşam için, yaşam amaçları doğrultusunda duygularını, düşüncelerini ve isteklerini açık ve anlaşılır bir biçimde aktarması, mesajları doğru anlamlandırılması ve ortak anlam oluşması önemlidir. Etkili iletişimin başlatılması, sürdürülmesi ve iletişimden doyum sağlanması, iletişim becerilerine sahip olmayı gerektirir (Özerbaş, Bulut ve Usta, 2007). İletişim becerileri, kişisel bir beceridir. İletişimde bulunan bireyler arasında amaç birliğinin olması iletişimin başarılı olmasına neden olmaktadır (Kumcağız, Yılmaz, Çelik, ve Avcı, 2011).

Etkili iletişim için, iletişim ögelerinde bulunması gereken özellikler birçok özellik vardır. Kaynak ögesinde *“kodlama yeteneği, tanınma, bilgili olma, güvenilir olma, rolüne uygun davranma, iletişim becerisi, empati yeteneği, tutum ve davranışlar, sevilme, saygınlık, fiziksel görünüm, eğitim seviyesi, çevresel-toplumsal ve kültürel ögelere uyum”* gibi birçok özellik mevcuttur (Gönen, 2015, s. 79). Mesaj ögesinde ise anlaşılabilirlik, açıklık, zamanında iletilme, alıcı ile kaynak arasında kalma ve uygun kanalı izleme gibi özellikler mevcuttur. Kanal (yol) ögesinde ise çoklu kanalın kullanılması, İletişim ortamına uygunluk, mesaj içeriğine uygunluk özellikleri mevcuttur. Alıcı (hedef) ögesinde ise *“mesajı algılayabilme, bilgili olma, seçici olmama, geribildirim yeteneğine sahip olma kaynak olma özelliği taşıma ve rolüne uygun davranma”* özellikleri mevcuttur (Gönen, 2015, s. 105). Geribildirim ögesinde ise etkin dinlemek, anlamaya hazır olmak, duygulara açık olmak, kelimelerin kaynak için ne anlam içeriğini bilmek, mesajın kodlanması ve anlam bütünlüğünü kontrol etmek, ana konuya dikkat etmek, özet yapmak, önyargılı olmamak, farklı bakış açıları ile bakabilmek, duygusal gerginliği kontrol edebilmek ve iletişimi devam ettiren geri bildirim sürecini yürütebilme özellikleri mevcuttur (Gönen, 2015). İletişim becerileri iyi olan bireylerin; kendilerine güvenleri yüksek, işbirliğine yatkın, diğer bireylerin sorunları ile ilgilenen ve çözüm arayan özellikler göstermektedirler. İletişim becerileri iyi olmayan bireylerin ise düşüncelerini savunmada inatçı, diğerlerinin görüşlerini önemsemeyen, güven duygusu az olan bireylerdir (Kumcağız vd., 2011).

2. 1. 4. 3. Ergenlik Döneminde İletişim

Ergenlik dönemi birey yaşamında hızlı değişikliklerin olduğu ve uyum problemlerinin yaşandığı bir dönemdir. Ergenlik dönemindeki bireylerin kimlik gelişimi, diğer bireyler ile kurdukları ilişkilere ve olumlu benlik algısına sahip olma ihtiyaçları vardır. Bu dönemdeki bireyler diğer bireyleri etkilemeye ve yaşamlarının denetimini elde etmek için çaba harcarlar, bu süreçte “Ben kimim?”, “Diğer bireyler için ne ifade ediyorum?” gibi sorulara verdikleri cevaplarla kimliklerine ilişkin duygularını oluştururlar (Özerbaş vd., 2007).

Ergenlik döneminde bireylerin kendileri ve çevresiyle etkili iletişim ve ilişkiler kurması; insana değer veren, saygılı, toplumsal kalkınmaya etkin katılım sağlayan gençlerin yetişmesini sağlar (Çetinkanat, 1998). Bireye iletilen olumlu mesajlar, sağlıklı bir benlik algısının oluşmasını, üretken bir birey olmasını ve okul başarısını etkileyen önemli bir değişkendir (Özerbaş vd., 2007). Bireyin diğer bireylerle sağlıklı ve dengeli bir ilişki kurabilmesi, duygusal olarak güvende hissettiği ve olayları olduğu gibi yorumlayabildiğini göstermektedir. Diğer bireylerle olumlu iletişim kuran bireylerin kendileri ile de olumlu iletişim kurmaktadır (Ersanlı ve Balcı, 1998). Olumlu iletişim olumlu davranış, duygu ve tutumların gelişmesini etkiler (Çetinkanat, 1998).

Ergenlik döneminde oluşan kimlik gelişiminin sağlanmasında önemli bir etkende akran iletişimidir. Akranlarıyla kurduğu iletişim ergenlik döneminde olan bireyin yaşadığı problemlerin üstesinden gelmesinde ve yetişkinliğe geçişinde önem arz etmektedir (Daşçı, 2015). Ergenlik dönemindeki bireyin akranlarıyla kurduğu iletişim sosyal yaşamı açısından son derece önemlidir ve mutluluk sağlamada doğrudan olumlu yönde etki sağlamaktadır (Köse, 2015). Ergenlik döneminde aile içi iletişimde son derece önemlidir. Çocukluktan itibaren aileden alıcı durumunda olan birey, ergenlik dönemi ile ebeveynlerinden uzaklaşmaya başlarlar. Ergenlik dönemindeki bireyin beğenilme arzusu, önemsenme, kendini kabul ettirme ve önemsenme gereksinimleriyle kendi özgürlüğünü kabul ettirmek adına bu adımları attığı söylenebilir (Yavuzer, 2009). Ergenlik döneminde birey bir gruba da ait olma duygusu da yaşayabilir. Ailesinde yeterli ilgi gören ve değerli hissettirilen birey ailesi ile iletişimini güçlü tutup akran grubunun desteğine çok daha fazla ihtiyaç duymayabilir. Bunun yanında aile içerisinde kendisi değersiz hisseden bir ergenin herhangi bir gruba birlikte olup en azından ailesinden göremediği ilgiliyi görerek, bu eksikliği kendisini değerli hissettiren ve aitlik duygusu yaşatan gruplarla bir arada olarak geçirme istediği söylenebilir (Yavuzer, 2005).

Günümüzde gelişen teknolojinin sağladığı gelişmeler ilişkilerin biçiminde etkilemiştir. Günümüzde iletişim bütün coğrafi bölgelere ulaşabilen, konuşulabilen ve görülebilen bir biçim almıştır (Orta, 2009). Ergenlik döneminde internet aracılığıyla sağlanan iletişim de interneti etkili kullanmanın, olumlu arkadaşlık ilişkileri kurmaya yardımcı olduğu söylenebilir (Yücel ve Gürsoy, 2013). Sosyal medya sitelerine katılım son yıllarda gençler arasında önemli düzeyde artış göstermiştir (Li, Bernoff, Pflaum ve Glass, 2007). Özellikle sosyal medyanın maliyetinin düşüklüğü, hızlı bilgi akışı ve en yeniyi takip etmesi, doğrudan iletişimi sağlayarak kişilerin birbirlerine yakın olmalarını sağlaması kullanımını güçlendirmiştir (Eröz ve Doğdubay, 2012). Yapılan araştırmalarda ergenlik döneminde gençlerin interneti en çok iletişim kurma amacıyla kullandığı belirlenmiştir. Ergenlik dönemindeki bireylerin % 86'sının sanal sohbet ve % 67'sinin de kendilerini yaş,

isim, dış görünüş ve sahip oldukları iş konusunda farklı gösterdikleri tespit edilmiştir (Bayraktar ve Gün, 2006; Madell ve Muncer, 2004). Ergenlik döneminde birey var olan sosyal kabul duygusu ihtiyacını karşılamak için akranlarıyla internette mesajlaşma, mail gönderme ve sohbet etme şeklinde yaşayabilir (Subrahmanyam ve Lin, 2007; Tsai ve Lin, 2003).

2. 1. 5. Psikolojik İyi Olma

2. 1. 5. 1. Psikolojik İyi Olma Kavramı ve Kapsamı

Bradburn (1969), psikolojik iyi olma kavramını ilk inceleyen araştırmacılar arasındadır. Bradburn (1969) göre psikolojik iyi olma, bireyin olumlu duygularının olumsuz duygularından daha yoğun olmasıdır. Bireyin olumlu ve olumsuz duygular yaşıyor olması normaldir. Psikolojik iyi olma halinde önemli olan olumlu duygularının olumsuz duygulara göre daha çok olmasıdır (Bradburn, 1969'dan akt., Karaca, 2015, s. 22). Diğer bir ifadeyle, bireyin olumlu ve olumsuz duyguları arasında negatif bir ilişki olmasına rağmen birbirlerinden bağımsız bir yapıya sahiptir (Malkoç, 2011).

Bradburn (1969) ileri sürdüğü psikolojik iyi olma hali öznel iyi olma kavramı ile yakınlık göstermektedir. Ryff (1989) psikolojik iyi oluş ile ilgili, Bradburn'nün çalışmalarında temel alınan mutluluk kavramını açıklamada yetersiz ve sosyal değişkenlerin belirlenmesine yönelik olması nedeniyle eleştirmiştir. Ryff (1989), yaşam doyumunun sağlanmasında pozitif işlem görmeye ihmal edilmemeli gerekçesi ile "psikolojik iyi oluş" kavramını literatüre kazandırmıştır (Ryff, 1989'dan akt., Ekşioğlu, 2011, s. 29). Diğer bir ifadeyle psikolojik iyi olma modelinin oluşmasına temel oluşturan düşünce "*Bireyin stresli durumlar yaşamaması ya da herhangi bir ruhsal problemi olmamasının psikolojik iyi olmayı açıklamada yetersiz kalacağıdır.*" (Dost, 2006). Ryff "psikolojik iyi oluş" kavramını kuramsal temele dayanmasını sağlamış, gelişim psikolojisi, klinik psikoloji, sağlık psikolojisi temelinde açıklamıştır (Demirci, 2012). Demirtaş'ta (2016) psikolojik iyi olmayı "bireyin özünü pozitif olarak görmesine, yapamadıklarının da farkında olup şu anki halinden hoşnut olmasına, çevresindeki insanlarla sağlıklı ve güvenilir ilişki içinde olmasına, anlamlı bir ömür sürdürmesine, kişilik özelliklerinin bilincinde olup, kendini her zaman iyileştirmeye ve geliştirmeye devam etmesine yönelik çabalarıdır" şeklinde tanımlamıştır.

Psikolojik iyi oluş kavramı, bireyin yaşamdan tam anlamıyla ve derin doyum sağlayacak şekilde yaşamasıdır (Deci ve Ryan, 2008). Psikolojik iyi olma halinin iyi durumda olması ve sürdürülmesine ilişkin sorumluluğu da bireyin kendisine ait olup, yaşam sürecindeki en temel sorumluluğudur (Özen, 2010). Bundan dolayı bireyin

kendisini ve hayatının kalitesini nasıl değerlendirdiği ile ilgili kazandığı bilgi psikolojik iyi oluş ile elde edilir (Telef, Ergün ve Uzman, 2013).

2. 1. 5. 2. Psikolojik İyi Olmanın Özellikleri

Bireylerin sosyal etkileşimde bulunuyor olması, farklı etkinliklere ilgisinin olması olumlu duygularını; kaygılı, endişeli duyguları ve diğer sorunları ise olumsuz duygularını yansıtır (Hassmen, Koivula ve Uutela, 2000). Psikolojik iyi oluş, bireyin olumlu olmasını etkileyen etmenler ile ilgili ortak olunan görüşlerin birleşiminden oluşur (Özen, 2010). Ryff (1995), altı boyut ve hayat boyu öğrenme (gelişim) sürecine odaklanan modelinin temelini, pozitif psikolojide belirtilen sağlık ölçütleri ve psikolojik işlevselliğin verimli olması oluşturmaktadır ve psikolojik iyi olmanın var olan alt boyutları; kendini kabul, olumlu ilişkiler, özerklik (otonomi), çevresel hakimiyeti, bireysel gelişim ve yaşam amacı şeklinde belirtilmektedir (Ryff, 1989'dan akt., Cenkseven, 2004, s. 41).

Kendini Kabul kavramı, bireyin yaşamında geçmiş anılarına ve kendisine karşı geliştirdiği tutumun olumlu olması, olumlu ve olumsuz özelliklerini kabul etmesini içerir. Maslow, Rogers, Jung ve Erikson tarafından vurgulanan bir özelliktir (Bilgin, 2018). Olumlu ilişkiler ise diğer bireylerle kurulan ilişkinin kaliteli olmasıdır (Ryff, 1989'dan akt., Cenkseven, 2004, s. 43). Özerklik yani otonomi, bireylerin kendi iradelerini kullanarak karar verebilmesidir. Birey tam işlevsel ve kendini gerçekleştirmiş ise, toplumsal yapılara bağlı olmadan ve davranışlarını düzenleyerek yaşama becerisini geliştirmiştir (Tütüncü, 2012). Çevresel hakimiyette, bireyin kendi yaşamını ve çevresini oluşturan unsurları yönetebilmesidir. Bireyin aktif katılım sağlaması ve çevresel hakimiyet sağlayabiliyor olması psikolojik iyi oluşun önemli bileşenleridir (Eşigül, 2013). Bireysel Gelişim, bireyin kendisini sürekli geliştirmek istemesidir. Diğer bir deyişle kendini gerçekleştirme çabasıdır. Bireyler sürekli gelişmeyi hedeflemektedir (Ekşioğlu, 2011). Yaşam Amacını da bireyin yaşam amacını bulması ve yaşamını anlamlı bir şekilde sürdürmesidir şeklinde ifade edilir. Yaşam amacı, bireyin yaşam amacındaki bireysellik ve özgürlük kavramları ile yakından ilişkilidir (Özen, 2010).

Bunun yanında Psikolojik iyi olmaya ait bu boyutları olumlu ve olumsuz karakteristik özellikleri bulunmaktadır. Kendini kabul boyutunda olumlu özellikler; benliğine ilişkin olumlu tutum geliştirme, iyi ve kötü özelliklerini tanıma ve kabul etme, geçmiş anılarına ilişkin olumlu duygulara sahip olma, kişisel sınırlılıklarının farkında olan öz-saygıya sahip olma şeklindedir. Olumsuz özellikler ise benliğine ilişkin tatmin etmeyen duygulara sahip olma, geçmiş yaşantılara ilişkin hayal kırıklığı yaşama, kişilik özellikleri nedeniyle zorluklarla karşılaşmak, var olan durumundan farklı olmayı istemek şeklindedir (Ryff, 1995'dan akt., Bilgin, 2018, s. 43).

Psikolojik iyi olmanın olumlu ilişkiler boyutunda da olumlu ve olumsuz özellikler mevcuttur. Bu boyutta olumlu olarak ;diğer bireylerle doyum sağlayan ve güven verici ilişkilerin olması, diğer bireylerin sağlığı ve refah düzeyi ile ilgileniyor olma, empati becerisi, duygusal bağlılık, sevecenlik becerilerine sahip olma, insan ilişkilerinde etkileşimin karşılıklığının önemini anlama, dostane ilişkiler geliştirme ve sürdürülebilirlik becerisi mevcuttur. Olumsuz özellikler ise diğer bireylerle yakınlık düzeyinin ve güven duygusunun düşük olması, diğer bireylere açık olma ve ilgi göstermede güçlük, diğer bireylerle ilişki kurmada güçlük kaynaklı izole olma, diğer bireylerle bağ kurma ve sürdürme konusunda kendinden ödün vermek istememe şeklindedir (Cenkseven ve Akbaş, 2007).

Psikolojik iyi olmanın özerklik boyutunda var olan olumlu özellikler; kendi ile ilgili kararlılık ve bağımsız olma, kendi istediklerini gerçekleştirirken karşılaşılan sosyal baskılara karşı direnç gösterebilme becerisine sahip olma, benliğini değerlendirmede kişisel standartlar geliştirmiş olma, gelişmiş ve güçlü bir kişisel özgürlük ve bireysellik duygusuna sahip olma şeklindedir. Olumsuz özellikler ise diğer bireylerin beklentileri ve değerlendirmeleri ile ilgili kaygı duyma, önemli kararların verilmesinde diğer bireylerin yargılarını temel alma, bireyin düşünce ve eylemlerinde sosyal baskılara göre şekillenmesi ile belirlenmiştir (Karababa, Mert ve Çetiner, 2018).

Psikolojik iyi olmanın çevresel hakimiyet boyutunda var olan olumlu özellikler bireyin çevresini yönetme ile ilgili yeterlilik ve hakimiyet duygusunun olması, bireyin sahip olduğu çevresel fırsatları etkin bir biçimde kullanabiliyor olması, bireyin kişisel ihtiyaçları ve değerlerine uygun seçimlerde bulunabilme şeklindedir. Olumsuz özellikler ise günlük yaşamı ile ilgili olayları yönetmekte zorluk yaşamak, bulunduğu çevreyi değiştirme ya da geliştirme konusunda kendini yetersiz hissetmek, çevresindeki fırsatlar ile ilgili farkındalığında eksiklik yaşamak şeklindedir (Canbay, 2010).

Psikolojik iyi olmanın yaşam amacı boyutunda olumlu özellikler ;yaşamında gerçekleştirmeye çalıştığı hedeflere sahip olmak, geçmiş ve şu andaki yaşamının bir anlamının olduğunu hissetmek, yaşam için amaç oluşturan inançlara sahip olmak ve birey çabaları ile bütünleştirebildiği yaşam amaçlarına sahip olmak şeklindedir. Olumsuz özellikler ise yaşamın anlamını hissetmede yoksunluk duymak. bir hedefe yönelme duygusunda eksiklik yaşamak, geçmiş yaşamı ile ilgili amaç görememek ve yaşama anlam katacak bir bakış açısına ya da inanç açısından yoksunluk yaşamak şeklindedir (Canbay, 2010).

Son olarak psikolojik iyi olmanın kişisel gelişim boyutunda var olan olumlu özellikler gelişiminde bir süreç duygusuna sahip olmak, benliğinin genişleme içinde olduğunu hissetmek, yeni deneyimler yaşamaya açık olmak, varolan potansiyelinin açığa çıkmasına

yönelik hislere sahip olmak, bireyin becerilerini geliştirmek için süreklilik gösteren bir öğrenme ve gelişim sürecinde olması şeklindedir. Olumsuz özellikler ise kişisel olarak bocalama dönemine sahip olmak, yaşantılardan sıkılma ve ilgisizlik hissetmek, kendisinde yeni davranış ve tutum geliştirme ile ilgili yetersizlik hissetmek şeklindedir diyebiliriz (Cenkseven ve Akbaş, 2007).

2. 1. 5. 3. Psikolojik İyi Olmayı Etkileyen Unsurlar

Psikolojik iyi olmayı etkileyen unsurlardan biri bireyin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyumunun gerçekleşmesidir. Özerklik, ilişkili olma ve özerklik temel psikolojik ihtiyaçlar olarak kabul edilir. Birey bu ihtiyaçlarını karşılamak için çaba harcamakta olup, harcanan çaba tam olarak işlevde bulunmasını gerektirir. Bu bireyin psikolojik iyi olma düzeyinin artmasına neden olur (Çankaya, 2009). Bireyin yaşam amaçlarının ve gerçekleştirme potansiyeli ile ilgili farkındalık düzeyi ve diğer bireyler ile olan ilişkilerin niteliği psikolojik iyi olma durumunu etkiler (Özen, 2010). Bunun yanında fiziksel aktivitelerin psikolojik iyi olmayı etkilediği birçok araştırma sonucunda elde edilmiştir (Richardson vd., 2005). Bireylerin serbest zaman etkinliklerine katılımı, psikolojik olarak kendini iyi hissetmesini, yaşamdan zevk almasını sağladığını söylemek mümkündür (Karaca, 2015).

Psikolojik iyi olma durumunu etkileyen başka unsurlarda bulunmaktadır. Yapılan çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilse de cinsiyetin faktörünün psikolojik iyi olma durumunu etkilediğini söylemek mümkündür. Wood, Rhoades ve Whelan (1989) psikolojik iyi olma durumunun da kadınların erkelerden daha çok yaşam doyumunu sağladıklarını ve mutlu olduklarını tespit etmiştir. Başka bir çalışma da ise Haring, Stock ve Okun (1984) erkeklerin kadınlardan daha iyi düzeyde olduğu sonucuna varmıştır. Bununla birlikte psikolojik iyi olma durumunun yaşla birlikte değiştiğini gösteren araştırmalarda bulunmaktadır. Gençlikten sonraki dönemde değişen rollerin birlikte sosyal aktivitelerde azalma olmasının mutluluğu azalttığına yönelik sonuçlar vardır (Tallmer ve Kutner, 1970). Buna karşın yaşam dan doyum sağlamanın yaşla birlikte arttığına yönelik bir çok çalışmanın da varlığından söz etmek mümkündür (Horley ve Lavery, 1995).

Kültürel değerlerin psikolojik iyi olma üzerindeki etkisi, yaşanan kültüre ait ahlaki görüşlerin değerlendirilmeden evrensel psikolojik değerlerin sağlanmasının insanların psikolojik sağlıklarında düşüşün meydana gelmesini sonucunu doğurmaktadır (Christopher, 1999). Kültürel değerler bireyler için yaşantılarında yer alan ve paylaştıkları önemli duygusal ve psikolojik öğelerdir (Basabe vd., 2002). Toplumda yer alan kişilerinde psikolojik anlamda hangi durumunda olduklarını tanımlamada kültürel alt yapının iyi tespit edilmelidir (Akın, 2009).

Kişilik özelliklerinin de psikolojik iyi olma etkileyen bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Yapılan araştırmalarda dışadönüklük kişilik özelliğine sahip bireylerin olumu bir psikolojik iyi olma durumuna sahip olduğu tespit edilmiştir (Cooper, Okamura ve McNeil, 1995). Bunun yanında nevrotik kişilik özelliklerine sahip olan bireylerde psikolojik iyi olma halinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Bardi ve Ryff, 2007; Costa ve McCrae, 1992; Deneve ve Cooper, 1998; Diener ve Lucas, 1999; Schmutte ve Ryff, 1997). Bunun yanında internet kullanımının da psikolojik iyi oluş üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olduğu görülen çalışmalarda mevcuttur (Coget, Yamauchi ve Suman, 2002).

2. 1. 5. 4. Ergenlik Döneminde Psikolojik İyi Olma

Mutluluk, tüm insanlar için hedeflenen en büyük amaçlardan biridir. Yaşam boyu tüm hedefler, planlar, davranışlar, inançlar mutluluğu hedeflemektedir. Ergen psikolojisinde iyi olma konusundaki çalışmalar görece olarak yeni çalışmalardır. Çocuk ve ergen iyi olma konusuna bakıldığında, öznel iyi olmada üç unsur önemlidir. Bunlar; yaşamdan duyulan doyum, olumsuz duyguların azlığı ve olumlu duyguların çokluğudur. Bu noktada öznel iyi olma konusuna değinmek doğru olacaktır. Öznel iyi oluş üzerinde üç unsurdan söz edilebilir. Bunlar;

- **Genetik Yatkınlık:** genetik yatkınlık ile psikolojik iyi olma arasında ciddi bir ilişki olduğu yapılan araştırmalarda ortaya konmuştur. Genetiğin de etkisi olan, dışa dönüklük, duygusal denge, sorumluluk, sakin kişilik, yumuşak karakter gibi özellikler genetikle bağlantılıdır.
- **Amaçlı ve niyetli davranışlar:** Burada söz konusu olan kişinin yaşamları içinde düşündükleri ve gerçekleştirdikleri eylemlerdir. Bu durum iyi olmanın genetik yatkınlıktan sonra en büyük belirleyicisidir.
- **Üçüncü faktör ise, demografik özelliklerdir.** Medeni durum, etnik kimlik, yaşanan ortam vb içinde bulunduğumuz ortamlar öznel iyi oluşu en az etkileyen unsurdur (Eryılmaz, 2010).

Ergen öznel iyi olma konusunda yapılan çalışmalarda, normal ve sorunlu ergenler arasındaki iyi olma durum normal ergenler lehinedir. Normal ergenlerde yaşam doyumunu çok daha yüksektir. Ayrıca suç işleyen ergenler ile işlemeyenler arasında da iyi olma konusunda ciddi bir fark görülmektedir. Suç işlemeyen ergenlerin yaşam doyumunu işleyenlere göre yüksektir. 15-22 yaş arasındakilerle ıslahevinde yapılan bir araştırmada suç işlemeyen ergenlerin işleyenlere oranla yaşam doyumunu yaşadığı tespit edilmiştir (Yorulmaz ve Eryılmaz, 2006).

2. 2. Literatür Taraması Sonucu

Literatür taraması sonucunda, sosyal medyanın sadece bilgi edinmek ve alışveriş yapmak gibi özellikleri yanında, kişilerin sosyalleştiği ve diğer insanlarla iletişim kurma aracı durumuna geldiği görülmektedir. Sosyal medya sitelerindeki genel işleyişin, üyelik ve profil oluşturma ve bu profillere kişisel bilgilerin ve verilerin girilmesi şeklinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu sosyal medya sitelerine üye olanlar aynı amaç, görüş, ilgi alanı vb. konularda birbirleri ile iletişim kurma imkanına sahip olmaktadır.

Sosyal medya ve paylaşım sitelerinin insan yalnızlığı ile bağlantısı ve tetikleyicisi olması konusunda birçok çalışma yapıldığı görülmüştür. Bu çalışmaların genelinde insanın yalnızlığı ile sosyal medya arasında ciddi bir bağlantı bulunamamasına karşın sosyal medya ve paylaşım sitelerinde çevrimiçi olma süresinin internet ve internet iletişimleri ile ilgili sorunlar yaşama oranı ile doğru orantılı olduğu görülmüştür.

Literatür taramasının bir diğer sonucu, ergen ve genç yaş grubunda sosyal medya kullanımının aile yapısı, gelir durumu, cinsiyet ve sosyal çevre genişliği gibi unsurlarla farklılık gösterdiği anlaşılmıştır. Sosyal çevresi geniş ve iletişim sorunu yaşamayan genç ve ergenlerin sosyal medyada geçirdiği süreler ve sanal iletişime girme oranı sosyal ilişkileri güçlü olmayan ve iletişim sorunu yaşayan bireylerden daha düşüktür. Ayrıca cinsiyet de sosyal medya kullanımını etkilemektedir. Yapılan farklı araştırmalar göstermektedir ki, kadınlar erkeklerden daha çok sosyal medyaya ilgi duymaktadır ve daha uzun zaman harcamaktadır. Ayrıca özellikle genç ve ergenlik döneminde, aile içinde iletişimin kuvvetli olduğu ve özgüven sorunu yaşamayan bireyler sosyal medyaya diğerlerinden daha az zaman harcamakta ve sosyal medyayı daha çok kendi arkadaş çevreleri ile iletişim ve paylaşım için kullanmaktadır. Aile içinde ve arkadaş çevresinde iletişim sorunu yaşayan bireyler ise sosyal medyayı diğer insanlarla iletişim kurmak için daha yoğun kullanmaktadır.

Literatür taramasının diğer bir sonucu 'Psikolojik İyi Olma' durumu ile ilgilidir. Psikolojik iyi olma, kişinin pozitif ruh halinin negatif ruh halinden daha yoğun olması olarak nitelendirilebilir ve kişinin iyi olma durumunun psikolojik ihtiyaçlarını gerçekleştirme oranı, cinsiyet, yaş, kültürel durum ve çevre ile ilgili olduğu yapılan çalışmalarda belirlenmiştir. Ayrıca kişilik özelliklerinin de psikolojik iyi olma durumunu etkilediği görülmüştür. Son olarak ergenlik dönemi 'Psikolojik İyi Olma' durumu irdelenmiş, ergenlik ve gençlik döneminde, psikolojik iyi olma durumu, yaşamdan duyulan doyum, olumsuz duyguların azlığı ve olumlu duyguların çokluğu ile direkt olarak ilgili olduğu tespit edilmiştir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın içeriği doğrultusunda araştırma modeli, araştırma grubu, verilerin toplanması, veri toplama araçları, veri toplama süreci ve verilerin analizine ait bilgilere yer verilmiştir.

3. 1. Araştırma Modeli

Lise öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları ile yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerisi ve psikolojik iyi olma arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışma da genel tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin varlığını ve bu ilişkinin varlığının derecesini belirlemek için kullanılan bir araştırma modelidir. İlişkisel tarama modeli net bir neden-sonuç ilişkisi oluşturmamanın yanı sıra bir değişkendeki durumun biliniyor diğer değişkenin de ona göre tahmin edilmesine imkan sağlamaktadır. İlişkisel tarama modelinin kolerasyon ve karşılaştırma olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Kolerasyon türü araştırmalar, değişkenlerin birlikte değişip değişmediği ve birlikte bir değişim varsa nasıl olduğu tespit edilmeye çalışılır. Karşılaştırma türü araştırmalarda ise denemesi olmayan fakat ona yakın bir araştırma düzeni içinde karşılaştırma yoluyla belirli bir sonucun oluşma nedenlerini teke indirmeye çalışırken en olası çözümden başlanarak sıralama gerçekleştirilir (Karasar, 2005).

Araştırmada lise öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları ile yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerisi ve psikolojik iyi olma ile arasındaki ilişki kolerasyon türü tarama modeli ile çözümlenmiştir. Lise öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçlarının demografik değişkenlere göre değişiminin çözümlenmesinde ise karşılaştırma türü ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

3. 2. Araştırma Grubu

Araştırma grubunu 2018-2019 Eğitim-Öğretim yılında Giresun iline bağlı devlet okullarında öğrenim gören 1153 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırma grubu seçiminde amaçlı örnekleme belirleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Büyüköztürk (2018)'e göre amaçlı örnekleme, belirli özellikleri karşılayan ve daha fazla özel durumlar çalışılırken tercih edilen bir örnekleme yöntemidir.

Bu araştırma Giresun ilinde bulunan Anadolu Lisesi, Fen Lisesi, Sosyal Bilimler Lisesi, Anadolu İmam Hatip Lisesi ve Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi olmak üzere beş

okul türünde 9, 10 ve 11. sınıfta öğrenim gören, sosyal medya üyeliği olan ve araştırmaya katılmaya gönüllü olan 1153 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Uygulanan formlarda eksik veya birden fazla işaretleme yapılmış veya boş bırakılan 85 form değerlendirmeye alınmamıştır.

Araştırmaya katılan lise öğrencilerine ait demografik dağılım çizelgesindeki bilgiler aşağıdaki Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Değişkenler	Kategoriler	N	%
Cinsiyet	Kız	653	56,6
	Erkek	500	43,4
	Toplam	1153	100
Yaş	14	191	16,6
	15	347	30,1
	16	346	34,3
	17	193	16,7
	18 ve üstü	26	2,3
Okul türü	Anadolu Lisesi	245	21,2
	Fen Lisesi	249	21,6
	Sosyal Bilimler Lisesi	220	19,1
	Anadolu İmam Hatip Lisesi	226	19,6
	Mesleki Teknik Anadolu Lisesi	213	18,5
Sınıf Düzeyi	9.sınıf	362	31,4
	10.sınıf	425	36,9
	11.sınıf	366	31,7
Kardeş sayısı	Tek çocuk	123	10,7
	İki	333	28,9
	Üç	394	34,2
	Dört	178	15,4
	Beş ve üstü	125	10,8
Akademik Başarı	Çok Kötü	19	1,6
	Kötü	53	4,6
	Orta	444	38,5
	İyi	529	45,9
	Çok İyi	108	9,4

Tablo 1'deki bulgulara bakıldığında, öğrencilerin %56,6'sının kız, yüzde 43,4'ünün erkek olduğu görülmektedir. Toplam yaş aralığına bakıldığında öğrencilerin %16,6'sının 14 yaş, %30,1'inin 15 yaş, %34,3'ünün 16 yaş, %16,7'sinin 17 yaş ve %2,3'ünün de 18

yaşında olduğunu görülmektedir. Okul türlerine bakıldığında çalışmaya katılan öğrencilerin %21,2'sinin Anadolu Lisesi, %21,6'sının Fen lisesi, %19,1'inin Sosyal Bilimler Lisesi, %19,6'sının Anadolu İmam Hatip Lisesi ve %18,5'inin de Mesleki Teknik Anadolu Lisesinde okuduğu tespit edilmiştir. Sınıf düzeyleri açısından incelendiğinde çalışmaya katılan öğrencilerin %31,4'ünün 9.Sınıf, %36,9'unun 10.Sınıf ve %31,7'sinin de 11.sınıf öğrencisi olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin kardeş sayılarına bakıldığında da tek çocuk olan öğrencilerin oranının %10,7, iki kardeş olanların oranının %28,9, üç kardeş olanların oranının %34,2, dört kardeş olanların oranının %15,4, beş ve üstü kardeşi olanların oranının ise %10,8 olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin kendilerini algıladıkları akademik başarıları düzeylerine bakıldığında ise akademik başarı düzeyi çok kötü düzeyde olanların oranının %1,6, kötü düzeyde olanların oranının %4,6, orta düzeyde olanların oranının %38,5, iyi düzeyde olanların oranının %45,9, çok iyi düzeyde olanların oranının da %9,4 olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin aileleri ile ilgili değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2. Öğrencilerin Aileleri İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Kategoriler	N	%
Aile Gelir Düzeyi	0-1000 TL	180	15,6
	1000-2000 TL	343	29,7
	2000-3000 TL	255	22,1
	3000 - 5000 TL	236	20,5
	5000 TL ve üzeri	139	12,1
Anne baba birlikte mi?	Evet	1055	91,5
	Hayır	98	8,5
Anne sağ mı?	Evet	1136	98,5
	Hayır	17	1,5
Baba sağ mı?	Evet	1109	96,2
	Hayır	44	3,8
Eğitim durumu (Anne)	Okuryazar değil	79	6,9
	İlkokul	415	36
	Ortaokul	273	23,7
	Lise	241	20,9
	Ön lisans	71	6,2
Eğitim durumu (Baba)	Lisans ve üstü	74	6,4
	Okuryazar değil	40	3,5
	İlkokul	276	23,9
	Ortaokul	269	23,3
	Lise	321	27,8

Tablo 2'nin devamı

Ön lisans	100	8,7
Lisans ve üstü	147	12,7

Tablo 2'deki bulgulara bakıldığında 1000 TL'nin altında aile gelirin e sahip öğrencilerin oranının %15,6, 1000-2000 TL aile gelirin e sahip öğrencilerin oranının %29,7, 2000-3000 TL aile gelirin e sahip öğrencilerin oranının %22,1, 3000-5000 TL aile gelirin e sahip öğrencilerin oranının %20,5 ve 5000 TL aile gelirin e sahip öğrencilerin oranının da %12,1 olduğu tespit edilmiştir. Anne babası birlikte olan öğrencilerin oranının %91,5, ayrı olanların oranının da %8,5 olduğu görülmüştür. Annesi sağ olan öğrencilerin oranının %98,5 iken annesi sağ olmayan öğrencilerin oranının %1,5 olduğu görülmüştür. Babası sağ olan öğrencilerin oranı %96,2 iken babası sağ olmayan öğrencilerin oranı da %3,8 tir. Anne eğitim durumuna bakıldığında okur yazar olmayan annelerinin oranı %6,9, ilkokul mezununu annelerin oranı %36, ortaokul mezunu annelerin oranı %23,7, lise mezunu annelerin oranı %20,9, ön lisans mezunu annelerin oranı %6,2, lisans ve lisans üstü mezun annelerin oranının da %6,4 olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin babalarının eğitim durumuna bakıldığında okur yazar olmayan babaların oranı %3,5, ilkokul mezunu olan babaların oranı %23,9, ortaokul mezunu olan babaların oranı %23,3, lise mezunu olan babaların oranı %27,8, ön lisans mezunu olan babaların oranı %8,7, lisans ve lisans üstü mezunu olan babaların oranı da %12,7 olarak tespit edilmiştir.

3. 3. Verilerin Toplanması

Bu başlık altında verilerin toplanması için kullanılan ölçme araçları hakkında bilgi verilerek izlenen yol haritası hakkında tanıtım yapılmıştır.

3. 3. 1. Veri Toplama Aracı

Araştırmada lise öğrencilerinden veri sağlamak için: Kişisel Bilgi Formu (KBF), Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ), UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu (UCLA-KF-Ergenler için), Boş Zaman Yönetimi Ölçeği (BZYÖ), İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ) ve Psikolojik İyi Olma Ölçeği (PİOÖ) kullanılmıştır.

3. 3. 1. 1. Kişisel Bilgi Formu (KBF)

Veri toplama sürecinde araştırmacı tarafından lise öğrencilerine ait demografik değerleri tespit etmek ve sosyal medya kullanım durumlarını belirlemek amacıyla hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Bu formda öğrencilerin cinsiyet, yaş, okul

türü, sınıf düzeyi, akademik durum değerlendirmeleri, aile gelir durumu, anne babanın sağ ve birlikte olup olmadığı, kardeş sayısı ve anne babanın eğitim durumunu içeren sorular bulunmaktadır. Bunun yanında Kişisel Bilgi Formu öğrencilerin interneti hangi amaçla kullandıklarını, sosyal medyayı en çok hangi sosyal medya aracıyla takip ettiklerini, sosyal medyayı ne zamandan beri kullandıklarını, sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamdan bağlandıklarını, sık kullandıkları bir sosyal medya aracı olup olmadıklarını, sosyal medyada ne kadara zaman geçirdiklerini ve sosyal medya sitelerini kullanım sıklığını belirleyen sorular içermektedir. Kişisel bilgi formu Ek 1 de gösterilmiştir.

3. 3. 1. 2. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ)

Araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemek için Eren (2014) tarafından geliştirilen sosyal medya kullanım amaçları ölçeği kullanılmıştır. Ölçek öğrencilerin sosyal medyayı kullanma amaçlarını kişiler arası etkileşim ve derse hazırlık olmak üzere iki boyutta ortaya koymaktadır. Ölçeğin giriş kısmında cinsiyet, yaş, kaç yıldır internet kullanıldığı, günde ortalama kaç saat interneti kullanıldığı ve haftada kaç saat interneti kullanıldığını içeren soruları yer almaktadır. Ölçeğin diğer kısmında sosyal medya araçlarından herhangi birinin kullanım sıklığını belirlemek için 5'li likert tipinde cevap anahtarı bulunmaktadır. Ölçeğin son kısmında ise sosyal medya kullanımı ile ilgili sorular yer almaktadır. Ölçekte puanlama da en düşük puan 31 en yüksek puan da 154 puandır. Ölçekte puan yükselmesi sosyal medya kullanım sıklığının artışı göstermektedir. SKAMÖ'nün yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla veriler üzerinde açımlayıcı faktör analizi yöntemi kullanılmıştır.. Ölçme aracını güvenilirliği ile ilgili yapılan çalışmada ölçeğin tamamına ait iç tutarlılık katsayısı .89, birinci ve ikinci güvenilirlik katsayıları da .88 ve .80 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara göre ölçme aracının güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır (Eren, 2014). Çalışmada kullanılan sosyal medya kullanım amaçları ölçeği Ek 2 de sunulmuştur.

3. 3. 1. 3. UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu (UCLA-KF- Ergenler için)

Araştırmada lise öğrencilerinin yalnızlık düzeylerini belirlemek için UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçeye uyarlanması Yıldız ve Duy (2014) tarafından yapılmıştır. Ölçekte 7 tane madde bulunmaktadır. Ölçek 4 lü likert tipindedir. 1-2-3-4-6 ve 7. sorular normal puanlama ile değerlendirilirken 5.soru ters puanlama ile değerlendirmektedir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 28 iken en düşük puan 7 dir. Ölçekten alınan puan değeri arttıkça yalnızlık düzeyinin arttığı bulunmuştur (Yıldız ve Duy, 2014). Ölçeğin faktör analizi sonuçları ölçeğin tek boyutlu olduğunu göstermiştir. Ölçeğe

ait madde faktör yük değerleri 0.31 ile 0.71 arasındadır. Ölçeğin tüm uyum indeksleri iyi düzeyde olduğu tespit edilmiştir. 80 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada yalnızlık ile genel aidiyet arasında ($r=-0.71$) ve yalnızlıkla yaşam doyumu arasında ($r=-0.42$) önemli düzeyde bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir (Yıldız ve Duy, 2014). Ölçeğe ait Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı $\alpha=0.74$ şeklinde hesaplanmıştır. Türkiyede ergenlere uygulamada geçerli ve güvenilir bir ölçek olarak kabul edilmektedir. Çalışmada yer alan ölçek Ek 3 te sunulmuştur.

3. 3. 1. 4. Boş Zaman Yönetimi Ölçeği (BYZÖ)

Araştırmada lise öğrencilerinin boş zaman yönetimleri tespit etmek için boş zaman yönetimi ölçeği kullanılmıştır. Wang ve diğerleri (2011) tarafından geliştirilen “Boş Zaman Yönetimi Ölçeği”nin Türkçeye uyarlanması Akgül ve Karaküçük (2015) tarafından yapılmıştır. Ölçek 15 maddeden oluşmaktadır. Amaç belirleme ve yöntem, boş zaman tutumu, değerlendirme ve programlama olmak üzere de 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin puanlamasında kullanılan cevap anahtarı 5’li likert tipi şeklindedir. Puanlamada değerlendirme alt boyutunda kullanılan maddeler ters puanlanacak maddeler olarak belirlenmiş maddelerdir. Ölçekten alınabilecek puan 15 ile 75 puan arasında değişmektedir. Puanın yüksek olması boş zaman yönetiminin daha iyi olduğunu göstermektedir. Ölçeğin test tekrar test güvenilirliği. 86 ve Cronbach Alpha değeri. 83 olarak tespit edilmiştir. Alt boyutlarda iç tutarlılık katsayısı.71-.81 arasında değer almıştır. Ölçeğin bu sonuçlarla birlikte geçerli ve güvenilir olduğu söylenebilir. Çalışmada yer alan ölçek Ek 4 te sunulmuştur.

3. 3. 1. 5. İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ)

Araştırmada lise öğrencilerinin iletişim becerilerini kontrol etmek amacıyla Owen ve Bugay (2014) tarafından geliştirilen iletişim becerileri ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 25 madde den oluşmaktadır ve 5’li likert tipindedir. Ölçeğe ait 4 alt boyut ise “iletişim ilkeleri ve temel beceriler” (İİTB), “kendini ifade etme” (KİE), “etkin dinleme ve sözel olmayan iletişim” (EDSOİ) ve “iletişim kurmaya isteklilik” (İKİ) şeklinde oluşturulmuştur. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 125 ve en düşük puan 25 tir. Ölçekten alınan puanın artması iletişim becerilerinin daha iyi olduğu şeklinde sonuç vermektedir. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarında yapı geçerliliğini belirlemek için kullanılan açımlayıcı faktör analizinde ölçeğin iletişim becerilerine ait belirlenen boyutlarını anlamlı düzeyde açıkladığını göstermektedir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizinde modele ait uygunluk verilerinin uyum indeksleri için kabul edilebilir bir aralıkta olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin

maddelerine ait içi tutarlılık kat sayısı .88 olarak belirlenmiştir. Alt faktörlere ait içi tutarlılık sayıları da İİTB için .79; KİE için .72; EDSOI için .64 ve İKİ için ise, .71 olarak tespit edilmiştir (Owen ve Bugay, 2014). Bu sonuçlar da güvenilirlik değerlerinin yeterli olduğunu ve kullanımında doğru sonuçlar vereceğini ortaya koymaktadır. Ölçek Ek 5 te sunulmuştur.

3. 3. 1. 6. Psikolojik İyi Olma Ölçeği (PİOÖ)

Araştırmada lise öğrencilerinde psikolojik iyi olma durumu tespit etmek amacıyla Ryff (1989) tarafından geliştirilen ve Akın (2008) tarafında Türkçeye çevrilen psikolojik iyi olma ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğe ait 84 madde bulunmaktadır. Ölçekte 6 adet alt boyut ve her boyuta ait 14 madde bulunmaktadır. Ölçek 6 lı dereceleme ölçeği şeklindedir. Ölçekte yer alan maddelerin yarısı ters puanlama özelliğine sahiptir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 504 en düşük puan ise 84 tür. Ölçekten alınan puanın yüksekliği kişinin o özelliğe sahip olma durumu göstermektedir. Ölçekten alınan toplam puan da psikolojik iyi olma durumuna ait puanı da ortaya koymaktadır (Akın, 2008). Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarında dilsel eş değerlik ile sağlanan kolerasyon puanları Türkçe ve orijinal metinler arasında .85 ile .98 arasındadır. Ölçeğin madde analizinde madde toplam kolerasyonları .32 ile .90 arasında sıralandığı tespit edilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliği için açımlayıcı faktör analizinde alt ölçekleri ile arasındaki korelasyon değerlerinin anlamlı ve doğrulayıcı faktör analizinde ölçeğin alt boyutlarının uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Ölçek Ek 6 da sunulmuştur.

3. 3. 2. Veri Toplama Süreci

Veriler 2018-2019 Eğitim Öğretim yılında güz döneminde Giresun İlinde bulunan Ortaöğretim Kurumlarından araştırmaya katılmaya istekli olan öğrencilerden sağlanmıştır. Verilerin toplanması için kullanılan ölçekler için formları geliştiricilerinden e-mail yoluyla izin alınmıştır. Tüm ölçekler bir araya getirilerek bir form halinde getirilmiştir. Trabzon Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulundan etik kurul onayı alınmıştır. Ardından Giresun İl Milli Eğitim Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Birimi'nden uygulama izni alınarak ölçekler il merkezi ve belirlenen ilçedeki okullarda uygulanmıştır. Öğrencilere Kişisel Bilgi Formu(KBF),Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ),UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu (UCLA-KF-Ergenler için), Boş Zaman Yönetimi Ölçeği (BZYÖ), İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ) ve Psikolojik İyi Olma Ölçeği (PİOÖ)'ni içeren form uygulanmıştır. Uygulama öncesi öğrencilere süreç hakkında bilgi verilerek gizliliğe önem verildiği belirtilmiştir. Uygulama esnasında sadece internet kullanan lise öğrencileri

uygulamaya dahil edilmiştir. Tüm uygulamaları araştırmacı kendisi gerçekleştirmiştir. Uygulama için öğrencilere yaklaşık 30 dk süre verilmiştir. Verilerin analizinde IBM SPSS 23.0 paket program kullanılmıştır.

3. 4. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında veri toplama araçlarından elde edilen veriler sayısal kodlamalar yapılarak IBM SPSS 23.0 versiyonuna girilmiştir. Öncelikle öleklerler ve alt boyutlarının güvenirlik katsayıları belirlenmiştir. Güvenirlik katsayısının yeterli düzeyde olduğu belirlendiğinde araştırma hipotezlerine göre analizler yapılmıştır.

Bulgular bölümünde öğrencilerin ölçek maddelerine verdikleri cevaplar toplu halde frekans analizine tabi tutulmuş, sonuçlar yüzde ve frekans cinsinden raporlanmıştır. Üçüncü kısımda araştırmanın ölme araçları olan ölçek değişkenlerine ait betimsel istatistikler ve normal dağılım testleri yer almaktadır. Ölçek değişkenlerinin normal dağılıma yakın olduğu saptandığı için bundan sonraki kısımlarda parametrik test tekniklerinden faydalanılmıştır. Kategorik gruplar arasındaki farklar bağımsız örneklem t-testi ve değişkenler arasındaki ilişki Pearson korelasyon katsayısı tekniği ile incelenmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın sonuçlarına göre bulgulara yer verilmiştir.

4. 1. Ölçeklerin Güvenilirlik İstatistiklerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde ölçeğin çalışmada kullanılan Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Boş Zaman Yönetimi Ölçeği, İletişim Becerileri Ölçeği ve Psikolojik İyi Olma Ölçeğine ait güvenilirlik sonuçlarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

4. 1. 1. Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeğine İlişkin Bulgular

Bu çalışmanın bağımlı değişkeni, öğrencilerin sosyal medyayı hangi amaçla ve ne sıklıkla kullandığıdır. Lise öğrencilerinin sosyal medyayı hangi amaçla ne sıklıkta kullandıklarını ölçebilmek amacıyla, Esra Şişman Eren (2014) tarafından geliştirilen, Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği kullanılmıştır. Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği ve alt boyutlarının geçerlilik güvenilirlik testleri ve tanımlayıcı istatistikleri aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 3. Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları (SMKA) Ölçeği ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik ve Tanımlayıcı İstatistikleri

Ölçek ve Boyutları	Alt Madde Sayısı	Cronbach's Alpha	\bar{x}	Ortanca	S.S.	Min.	Maks.
SMKA Ölçeği	12	0,783	2,93	2,91	0,62	1	5
Kişiler Arası Etkileşim	7	0,77	2,88	2,85	0,79	1	5
Ders Hazırlığı	5	0,756	3,02	3	0,74	1	5

Tablo 3'teki bulgulara bakıldığında, hem Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği, hem de alt boyutlarının maddeler arası iç tutarlık (Cronbach's Alpha) katsayı değerlerinin 0,6'nın üzerinde olduğu, bu bakımdan ölçek ve alt boyutlarının geçerli ve güvenilir olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan, Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeğinde öğrencilerin ortalama puanının 2,93; kişiler arası etkileşim boyutunda 2,88 ve ders hazırlığı boyutunda ise 3,02 olduğu görülmektedir. Her iki boyuttaki puanlar dikkate alındığında, lise öğrencilerinin ders hazırlığı amacıyla sosyal medya kullanım sıklık ortalamalarının ($\bar{x}=3,02$), kişiler arası etkileşim amacıyla sosyal medya kullanım sıklık

ortalamalarından ($\bar{x}=2,88$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu ortalama farkının anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan bağımlı gruplar arası (paired samples) t-test neticesinde, öğrencilerin ders hazırlığı için sosyal medyayı kullanım sıklıklarının, kişiler arası etkileşim için kullanım sıklıklarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu bulunmuştur ($t(1152)=-29,554$, $p<0.001$). Bu bakımdan, örneklem grubu içerisindeki lise öğrencileri, sosyal medyayı, kişiler arası etkileşime kıyasla ders hazırlığı için daha yoğun olarak kullanmaktadırlar.

4. 1. 2. Araştırmada Kullanılan Diğer Ölçeklere İlişkin Bulgular

Bu araştırmada kullanılan diğer değişkenler, öğrencilerin yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma düzeyleridir. Yukarıda belirtilen 4 ölçeğe ait geçerlik güvenirlik testleri ve tanımlayıcı istatistikler aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 4. Araştırmada Kullanılan Diğer Ölçekler ve Alt Boyutlarının Güvenirlik ve Tanımlayıcı İstatistikleri

Ölçek ve Alt Boyutları	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha	\bar{x}	Ortanca	S.S.	Min.	Maks.
UCLA Yalnızlık Ölçeği	7	0,783	1,77	1,57	0,65	1,00	4,00
Boş Zaman Yönetimi Ölçeği (BYZÖ)	15	0,235	3,24	3,27	0,35	1,73	4,20
Amaç belirleme ve yöntem	6	0,808	2,69	2,67	0,94	1,00	5,00
Boş zaman tutumu	3	0,717	3,29	3,38	0,49	1,75	4,63
Değerlendirme	3	0,578	3,05	3,00	0,90	1,00	5,00
Programlama	3	0,589	3,90	4,00	0,97	1,00	5,00
İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ)	25	0,88	3,69	3,76	0,57	1,44	5,00
İletişim ilkeleri ve temel beceriler (İİTB)	10	0,756	3,75	3,80	0,62	1,40	5,00
Kendini ifade etme (KİE)	4	0,695	3,70	3,75	0,81	1,00	5,00
Etkin dinleme ve sözel olmayan iletişim	6	0,734	3,76	3,83	0,72	1,00	5,00
İletişim kurmaya isteklilik (İKİ)	5	0,65	3,50	3,60	0,76	1,20	5,00
Psikolojik İyi Olma Ölçeği (PİOÖ)	84	0,914	4,00	3,94	0,54	2,19	5,57
Özerklik	14	0,573	3,93	3,86	0,60	1,86	5,79
Çevresel hakimiyet	14	0,683	3,79	3,71	0,68	1,57	5,93
Bireysel gelişim	14	0,716	4,26	4,29	0,70	1,64	5,93
Diğerleriyle olumlu ilişkiler	14	0,797	4,20	4,14	0,82	1,79	6,00
Yaşam amaçları	14	0,714	4,06	4,00	0,71	1,21	6,00
Öz-kabul	14	0,739	3,77	3,71	0,75	1,00	5,93

Tablo 4'deki bulgulara bakıldığında, boş zaman yönetimi ölçeği (BYZÖ) dışındaki tüm ölçek ve alt boyutlardaki maddelerin iç tutarlılık (Cronbach's Alpha) katsayı değerlerinin, ölçek güvenilirliği bakımından yeterli düzeyde olduğu görülmektedir. Boş zaman yönetimi ölçeğinin (BYZÖ) her dört alt boyutu da güvenilirlik açısından yeterli düzeyde olduğundan (cronbach's alpha >0.58) ve alt boyutlu ölçeklerde güvenilirlik açısından bakılması gereken katsayı değerinin ölçeğin tüm maddelerinden ziyade, ölçek alt boyutlarını oluşturan maddeler olduğundan BYZÖ ölçeğinin maddeleri arasındaki iç tutarlılık düzeyinin de yeterli düzeyde olduğu varsayılmıştır (Field, Miles ve Field, 2012).

Ölçek skorlarının dağılım istatistikleri incelendiğinde, UCLA yalnızlık ölçeğinin ortalama değerinin 1,77 olduğu ve bu değer en düşük yalnızlık düzeyini ifade eden 1'e oldukça yakın olduğu, dolayısı ile, öğrencilerin kendilerini yalnız hissetme düzeylerinin oldukça düşük düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Boş zaman yönetimi ölçeği skorlarına bakıldığında, öğrencilerin genel olarak boş zamanlarını yönetme noktasında ortanın biraz üzerinde başarı düzeyine sahip oldukları ($\bar{x}=3,24$), bu ortalama değer maksimum değer olan 5 ile karşılaştırıldığında ($3,24/5$), öğrencilerin boş zaman yönetimi noktasında 0 ile 100 arasında yaklaşık %65'lik bir başarı düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin boş zaman yönetimi ile ilgili en başarılı oldukları alt boyutun programlama ($\bar{x}=3,90$), en başarısız oldukları alanın ise amaç belirleme ve yöntem boyutu ($\bar{x}=2,69$) olduğu görülmektedir.

İletişim Becerileri Ölçeği skorlarına bakıldığında, öğrencilerin genel olarak iletişim becerilerinin, boş zaman yönetimine kıyasla daha ileri düzeyde olduğu ($\bar{x}=3,69$), bu ortalama değer ölçekteki maksimum puana (5) bölünerek standartlaştırıldığında, öğrencilerin iletişim becerilerinde 0 ile 100 arasında yaklaşık %74'lük bir başarı düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin iletişim becerileri ile ilgili en başarılı oldukları alt boyutun "etkin dinleme ve sözel olmayan iletişim" ($\bar{x}=3,76$), en başarısız oldukları alanın ise "İletişim kurmaya isteklilik" boyutu ($\bar{x}=3,50$) olduğu bulgulanmıştır.

Psikolojik İyi Olma Ölçeği skorlarına bakıldığında, öğrencilerin genel olarak psikolojik iyi olma düzeylerinin, orta seviyenin biraz daha üzerinde olduğu ($\bar{x}=4,00$), bu ortalama değer ölçekteki maksimum puana (6) bölünerek standartlaştırıldığında, öğrencilerin Psikolojik açıdan iyi olma ile ilgili olarak 0 ile 100 arasında yaklaşık %66'lık bir seviyeye sahip oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin Psikolojik açıdan iyi olma durumları ile ilgili en iyi seviyede oldukları alt boyutun "bireysel gelişim" ($\bar{x}=4,26$), en düşük seviyede oldukları alt boyutun ise "öz-kabul" boyutu ($\bar{x}=3,77$) olduğu gözlemlenmiştir.

4. 2. Tanımlayıcı İstatistiklere İlişkin Bulgular

Tablo 5. Öğrencilerin İnternet Kullanımına Dair Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Kategoriler	N	%
İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?	Sosyal Ağ	788	68,3
	Oyun – Eğlence	208	18
	Araştırma Ödev	- 157	13,6
Kaç yıldır interneti kullanıyorsunuz	1 yıl	80	6,9
	1-2yıl	112	9,7
	2-3 yıl	232	20,1
	3-4 yıl	139	12,1
	5-6 yıl	190	16,5
	6 ve üstü	400	34,7
Günde ortalama kaç saat interneti kullanıyorsunuz	1 saatten az	241	20,9
	1-2 saat	507	44
	3-4 saat	253	21,9
	4 saatten fazla	152	13,2
Haftada ortalama kaç gün interneti kullanıyorsunuz	1-2 gün	121	10,5
	3-4 gün	166	14,4
	5-6 gün	103	8,9
	Her gün	763	66,2

Tablo 5'deki bulgulara bakıldığında, öğrencilerin üçte ikiden fazlasının (%68,3) interneti en çok sosyal ağ amacıyla kullandığı, internetin kullanım amacının en düşük düzeyde olduğu kategorinin ise araştırma ve ödev yapma kategorisi olduğu (%13,6) anlaşılmaktadır. Bu bulgular ışığında internetin, örneklem grubu içerisindeki lise öğrencilerinin %86'sı tarafından sosyal ağ ve oyun/eğlence amacıyla kullanıldığı, öğrencilerin sadece %13,6'sının da interneti araştırma ve ödev yapma amacıyla kullandığı görülmektedir. Kaç yıldır interneti kullanıyorsunuz sorusuna en fazla verilen yanıt türünün %34,7 ile 6 yıl ve üzeri olduğu, bu bakımdan, öğrencilerin çoğunun, ilkokul döneminden itibaren interneti kullandıkları anlaşılmaktadır. "Günde ortalama kaç saat interneti kullanıyorsunuz?" sorusuna en fazla verilen yanıt türü sırasıyla 1-2 saat (%44) ve 3-4 saattir (%21,9). Dolayısı ile, öğrencilerin üçte ikisi, interneti her gün 1 ile 4 saat arası aktif olarak kullanmaktadırlar. İnterneti her gün 4 saatten daha fazla süre kullanan öğrencilerin oranı ise %13,2'dir. Öğrencilerin üçte ikisi (%66,2) interneti haftanın her günü kullandığını belirtmişlerdir. Haftada sadece 1-2 gün interneti kullandığını belirtenlerin oranı ise sadece %10,2'dir.

Öğrencilerin sosyal medya kullanımı ile ilgili sorulan sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin tanımlayıcı istatistiklere aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 6. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımına Dair Tanımlayıcı İstatistikler

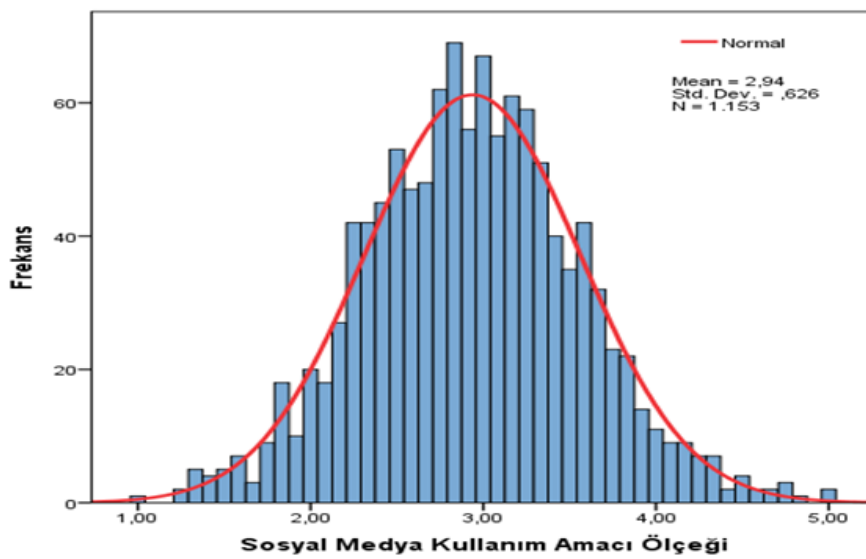
Değişkenler	Kategoriler	N	%
Sosyal medyada en çok hangi iletişim aracı ile iletişim sağlarsınız?	Akıllı telefon	1088	94,4
	Tablet	35	3
	Bilgisayar	20	1,7
	Laptop	10	0,9
Sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamdan bağlanıyorsunuz?	Ev interneti (Wi-fi)	596	51,7
	Mobil ağ	495	42,9
	Kablosuz ağ bulunan herhangi bir yer	49	4,2
	Diğer	13	1,1
Sosyal medya sitelerine girdiğinizde genellikle ne kadar süre kalıyorsunuz?	15 dakikadan az	144	12,5
	Yaklaşık yarım saat	345	29,9
	Yaklaşık bir saat	322	27,9
	1-3 saat	247	21,4
	3-6 saat	77	6,7
	6-12 saat	18	1,6

Tablo 6'daki bulgular incelendiğinde, öğrencilerin neredeyse tamamı (%94,4) sosyal medya sitelerine en çok akıllı telefonları ile bağlandıklarını belirtmektedirler. Öğrencilerin yarısı (%51,7) sosyal medyaya evlerindeki Wi-Fi'den bağlanmakta, %42,9'u ise, cep telefonlarındaki mobil ağlardan bağlanmaktadır. Sosyal medya sitelerine girdiğinizde genellikle ne kadar süre kalıyorsunuz sorusuna en fazla verilen yanıt türü, yaklaşık yarım saat (%29,9) ve yaklaşık bir saattir (%27,9). 15 dakikadan daha kısa süre sosyal medya sitesinde kaldığını belirtenlerin oranı %12,5 iken, 6 saatten fazla süre bu sitelerde kaldığını belirtenlerin oranı yalnızca %1,6'dır. Bulgulara bakıldığında, öğrencilerin %80'inin sosyal medya sitelerinde yarım saat ile 3 saat arasında değişen sürelerde buldukları anlaşılmaktadır.

4. 3. Sosyal Medya Kullanım Amacı İle Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Bu bölümde, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının, cinsiyet, yaş, okul türü, sınıf düzeyi ve kardeş sayısı değişkenlerine göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmektedir. Gruplar arası incelemelerin hangi test türü (parametrik veya non-parametrik) ile yapılacağını belirlemek amacıyla bağımlı değişken olan sosyal

medya kullanım amacı değişkenine ilişkin normalite testleri yapılmıştır. Bir değişkenin skewness değerinin, o değer standart hatasına bölümünden elde edilecek sonucun ± 1.96 aralığında olması, ve yine bahse konu değişkenin kurtosis değerinin, o değer standart hatasına bölümünden elde edilecek sonucun ± 1.96 aralığında olması, verinin normal dağıldığına işaret etmektedir. Sosyal medya kullanım amacı değişkeninin skewness / skewness standart hata değeri (0,93/0,72) 1,29; kurtosis / kurtosis standart hata değeri (0,141/0,144) 0,98 bulunmuştur. Diğer yandan, sosyal medya kullanım amacı değişkeninin normal dağılım grafiği de (Şekil 5), verinin oldukça normal dağıldığını ortaya koymaktadır.



Şekil 5. Sosyal medya kullanım amacı ölçeği normal dağılım (histogram) grafiği

Verinin normal dağılım varsayımının sağlandığı anlaşıldıktan sonra, gruplar arası fark testlerinin normal dağılım varsayımına sahip parametrik testler olan bağımsız gruplar arası t-test ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testleri ile yapılabileceğine karar verilmiştir.

Tablo 7. Sosyal Medya Kullanım Amacının, Cinsiyete Göre Fark Testleri

Ölçek ve Alt Boyutları	Cinsiyet	N	\bar{x}	S.S.	t	p																			
Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği	Kız	653	3,00	0,64	3,779	<0.001																			
	Erkek	500	2,86	0,60			Ders Hazırlığı	Kız	653	3,13	0,77	5,799	<0.001	Erkek	500	2,88	0,68	Kişiler Arası Etkileşim	Kız	653	2,90	0,82	1,272	0,204	Erkek
Ders Hazırlığı	Kız	653	3,13	0,77	5,799	<0.001																			
	Erkek	500	2,88	0,68			Kişiler Arası Etkileşim	Kız	653	2,90	0,82	1,272	0,204	Erkek	500	2,84	0,76								
Kişiler Arası Etkileşim	Kız	653	2,90	0,82	1,272	0,204																			
	Erkek	500	2,84	0,76																					

Tablo 7'deki veriler incelendiğinde, kız öğrencilerin farklı amaçlarla sosyal medya kullanım sıklıklarının ($\bar{x}=3,00$), erkek öğrencilerden ($\bar{x}=2,86$) daha yüksek olduğu ve aradaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($t(1151)=3,779$, $p<0.001$). Alt boyutlar açısından bakıldığında ise, kız öğrencilerin, erkek öğrencilere kıyasla derslerine hazırlanmak için sosyal medyayı daha sık kullandığı (sırasıyla $\bar{x}=3,13$ ve $2,88$) ve bu ortalama farkının istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur ($t(1151)=5,799$, $p<0.001$). Diğer yandan, kişiler arası etkileşim için sosyal medyayı kullanım sıklığı kız ve erkekler arasında anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($t(1151)=1,272$, $p=0.204$).

Tablo 8. Sosyal Medya Kullanım Amacının, Yaşa Göre Fark Testleri

Ölçek ve Alt Boyutları	Yaş	N	\bar{x}	S.S.	t	p
Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği	14	191	2,87	0,62	1,188	0,314
	15	347	2,95	0,64		
	16	396	2,97	0,64		
	17	193	2,93	0,56		
	18	26	2,78	0,67		
Ders Hazırlığı	14	191	3,01	0,73	0,095	0,984
	15	347	3,02	0,77		
	16	396	3,03	0,75		
	17	193	3,04	0,72		
	18	26	2,96	0,71		
Kişiler Arası Etkileşim	14	191	2,77	0,79	1,762	0,134
	15	347	2,90	0,82		
	16	396	2,92	0,81		
	17	193	2,86	0,71		
	18	26	2,65	0,82		

Tablo 8'deki veriler incelendiğinde, lise öğrencilerinin yaşı ne olursa olsun, bu yaş düzeyinin onların sosyal medya kullanım amaçlarına anlamlı düzeyde etki etmediği görülmektedir ($F(4,1148)=1,188$, $p=0,314$). Aynı durum (arada anlamlı fark olmaması), ders hazırlığı ve kişiler arası etkileşim amacıyla sosyal medya kullanım alt boyutları için de geçerlidir (sırasıyla $F(4,1148)=0,095$, $p=0,984$ ve $F(4,1148)=1,762$, $p=0,134$). Bu bakımdan, lise öğrencilerinin yaş farklılıkları, onların gerek ders çalışmak gerekse de arkadaşları ile etkileşim kurmak için girdikleri sosyal medya platformlarını ne kadar sıklıkta kullandıklarına anlamlı düzeyde etki etmemektedir.

Tablo 9. Sosyal Medya Kullanım Amacının, Okul Türüne Göre Fark Testleri

Ölçek ve Alt Boyutları	Okul Türü	N	\bar{x}	S.S.	t	p	post hoc
Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği	Anadolu Lisesi (1)	245	2,93	0,62	3,341	0,01	3>4 (p=0,003)
	Fen Lisesi (2)	249	2,94	0,64			
	Sosyal Bilimler Lisesi (3)	220	3,05	0,60			
	İmam Hatip Lisesi (4)	226	2,84	0,64			
	Meslek Lisesi (5)	213	2,94	0,61			
Ders Hazırlığı	Anadolu Lisesi	245	2,97	0,73	3,015	0,017	3>4 (p=0,022)
	Fen Lisesi	249	3,09	0,72			
	Sosyal Bilimler Lisesi	220	3,13	0,69			
	İmam Hatip Lisesi	226	2,92	0,75			
	Meslek Lisesi	213	3,02	0,82			
Kişiler Arası Etkileşim	Anadolu Lisesi	245	2,90	0,77	2,31	0,056	-
	Fen Lisesi	249	2,84	0,78			
	Sosyal Bilimler Lisesi	220	2,99	0,76			
	İmam Hatip Lisesi	226	2,78	0,81			
	Meslek Lisesi	213	2,88	0,84			

Tablo 9'daki verilere bakıldığında, lise öğrencilerinin hangi okulda eğitim aldıklarının, onların sosyal medya kullanım amacı ölçek puanlarına anlamlı düzeyde etki ettiği görülmektedir ($F(4,1148)=3,341$, $p=0,01$). Hangi okul türleri arasındaki ölçek puanı farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey post-hoc testi neticesinde, Sosyal bilimler lisesinde okuyan öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı ölçek puan ortalamalarının ($\bar{x}=3,05$), İmam Hatip Lisesinde okuyan öğrencilerin puan ortalamalarından ($\bar{x}=2,84$) daha yüksek olduğu ve aradaki bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($p=0,003$). Ölçek alt boyutları açısından bakıldığında ise, lise öğrencilerinin hangi okulda eğitim aldıklarının, onların ders hazırlığı amacıyla sosyal medya kullanım sıklıklarına anlamlı düzeyde etki ettiği ($F(4,1148)=3,015$, $p=0,017$) fakat kişiler arası etkileşim amacıyla sosyal medya kullanım sıklıklarına anlamlı düzeyde etki etmediği ($F(4,1148)=2,310$, $p=0,056$) anlaşılmaktadır. Ders hazırlığı amacıyla sosyal medya kullanım sıklığının hangi lise türlerinde farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey post-hoc testi neticesinde, Sosyal bilimler lisesinde okuyan öğrencilerinin ders hazırlığı amacıyla sosyal medya kullanım sıklıklarının ($\bar{x}=3,13$), İmam Hatip Lisesinde okuyan öğrencilerin ders hazırlığı amacıyla sosyal medya kullanım

sıklıklarından ($\bar{x}=2,92$) daha yüksek seviyede olduğu ve aradaki bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($p=0,022$).

Tablo 10. Sosyal Medya Kullanım Amacının, Sınıf Düzeyine Göre Fark Testleri

Ölçek ve Alt Boyutları	Sınıf Düzeyi	N	\bar{x}	S.S.	t	p
Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği	9. Sınıf (1)	362	2,92	0,63	0,367	0,693
	10. Sınıfı (2)	425	2,96	0,62		
	11. Sınıf (3)	366	2,93	0,64		
Ders Hazırlığı	9. Sınıf (1)	362	2,99	0,74	1,876	0,154
	10. Sınıfı (2)	425	3,08	0,76		
	11. Sınıf (3)	366	2,99	0,74		
Kişiler Arası Etkileşim	9. Sınıf (1)	362	2,87	0,81	0,018	0,982
	10. Sınıfı (2)	425	2,87	0,78		
	11. Sınıf (3)	366	2,88	0,80		

Tablo 10'daki veriler incelendiğinde, lise öğrencilerinin sınıf düzeyi ne olursa olsun, bu farklı sınıf düzeylerinin onların sosyal medya kullanım amaçlarına anlamlı düzeyde etki etmediği görülmektedir ($F(2,1150)=0,367$, $p=0,693$). Aynı durum (arada anlamlı fark olmaması), ders hazırlığı ve kişiler arası etkileşim amacıyla sosyal medya kullanım alt boyutları için de geçerlidir (sırasıyla $F(2, 1150)=1,876$, $p=0,154$ ve $F(2, 1150)=0,018$, $p=0,982$). Bu bakımdan, lise öğrencilerinin kaçınıcı sınıfa gittikleri, onların gerek ders çalışmak gerekse de arkadaşları ile etkileşim kurmak için girdikleri sosyal medya platformlarını ne kadar sıklıkta kullandıklarına anlamlı düzeyde etki etmemektedir.

Tablo 11. Sosyal Medya Kullanım Amacının, Kardeş Sayısına Göre Fark Testleri

Ölçek ve Alt Boyutları	Kardeş Sayısı	N	\bar{x}	S.S.	t	p	post hoc
Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği	Yok	123	3,06	0,67	7,042	<0.001	4+ < YOK ($p<.001$)
	1	333	3,01	0,63			
	2	394	2,93	0,61			
	3	178	2,87	0,63			
	4 +	125	2,72	0,56			
Ders Hazırlığı	Yok	123	3,06	0,70	1,488	0,203	
	1	333	3,05	0,72			
	2	394	3,03	0,75			
	3	178	3,03	0,79			
	4 +	125	2,87	0,77			
Kişiler Arası Etkileşim	Yok	123	3,07	0,83	8,332	<0.001	YOK > 3 ($p=.006$)
	1	333	2,98	0,79			YOK > 4 ($p<.001$)
	2	394	2,86	0,79			1 > 3 ($p=.013$)

Tablo 11'in devamı

3	178	2,75	0,80	1 > 4 (p<.001)
4 +	125	2,60	0,64	2 > 4 (p<.010)

Tablo 11'deki bulgulara bakıldığında, lise öğrencilerinin farklı kardeş sayısına sahip olmalarının, onların hem sosyal medya kullanım amacı genel ölçeği, hem de kişiler arası etkileşim amacıyla sosyal medya kullanım sıklığı alt boyut puanlarına istatistiksel olarak anlamlı düzeyde etki ettiği anlaşılmaktadır (sırasıyla $F(4,1148)=7,042$, $p<0,001$ ve $F(4,1148)=8,332$, $p<0,001$). Bunun yanında, farklı kardeş sayılarına sahip lise öğrencilerinin ders hazırlığı amacıyla sosyal medyayı kullanım sıklıkları arasında ise anlamlı bir farklılık bulunmamıştır $F(4,1148)=1,488$, $p=0,203$). Bu bakımdan, lise öğrencilerinin derslerine hazırlanmak amacıyla sosyal medyaya ne sıklıkta girip girmedikleri, onların kardeş sayıları ile ilişkili olmadığı gözlemlenmiştir.

Kardeş sayısı ile sosyal medyayı kullanım amacı arasındaki negatif yönlü bir ilişki mevcuttur ve lise öğrencilerinin kardeş sayısı arttıkça, sosyal medyayı kullanım sıklığı sistematik olarak azalmaktadır. Örneğin hiç kardeşi olmayan lise öğrencilerinin sosyal medyayı arkadaşları ile etkileşim kurmak amacıyla kullanma sıklığı $\bar{x}=3,07$ seviyesinde iken, 1 kardeşi olan öğrencilerde bu seviye $\bar{x}=2,98$ seviyesinde, 2 kardeşi olanlarda $\bar{x}=2,86$ seviyesine, 3 kardeşi olanlarda $\bar{x}=2,75$ seviyesine ve 4 ya da daha fazla kardeşi olanlarda $\bar{x}=2,60$ seviyelerine gerilemektedir. Hangi kardeş sayıları arasındaki puan farklılıklarının anlamlı olduğunu belirlemek amacıyla yapılan post hoc testi neticesinde, Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği açısından 4 veya daha fazla kardeşi olan öğrencilerin ölçek puanlarının ($\bar{x}=2,72$), hem hiç kardeşi olmayan öğrencilerin ($\bar{x}=3,06$), hem 1 kardeşi olanların ($\bar{x}=3,01$) hem de 2 kardeşi olanların ($\bar{x}=2,93$) ölçek puanlarından daha düşük olduğu ve aradaki bu farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur (sırasıyla $p<.001$, $p<.001$ ve $p=.005$).

Sosyal Medyayı Kişiler arası etkileşim amacıyla kullanım sıklığı alt boyutu açısından bakıldığında ise, hiç kardeşi olmayan öğrencilerin, 3 ve 4 kardeşi olanlara kıyasla, sosyal medyayı arkadaşları ile etkileşim amacıyla daha sık kullandıkları (sırasıyla $p=0,006$ ve $p<0,001$), 1 kardeşi olan öğrencilerin, 3 ve 4 kardeşi olanlara kıyasla, sosyal medyayı arkadaşları ile etkileşim amacıyla daha sık kullandıkları (sırasıyla $p=0,013$ ve $p<0,001$), ve son olarak 2 kardeşi olan lise öğrencilerinin, 4 veya daha fazla kardeşi olan öğrencilere kıyasla, sosyal medyayı arkadaşları ile etkileşim amacıyla daha sık kullandıkları ($p=0,010$) anlaşılmaktadır.

4. 4. Sosyal Medya Platformlarını Kullanma Sıklıklarına İlişkin Bulgular

Bu bölümde, lise öğrencilerinin en sık olarak hangi sosyal medya platformunu kullandığına dair tanımlayıcı istatistikler paylaşılacaktır. Bu amaçla, anket formunda öğrencilere, her bir sosyal medya platformunu (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube v.s.) ne sıklıkta kullandıkları (1=Hiçbir zaman, 5= Her zaman) sorulmuş ve öğrencilerin verdikleri yanıt türlerine göre, örneklem grubu içerisinde en popüler olan ve en az kullanılan sosyal medya platformları belirlenmiştir.

Tablo 12. Katılımcıların Sosyal Medya Platformlarını Kullanım Sıklıkları

Sosyal Medya Platformları	Her zaman		Sık sık		Bazen		Nadiren		Hiçbir zaman	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Whatsapp	57,2	660	23,7	273	9,3	107	3,5	40	6,3	73
İnstagram	53,7	619	18,5	213	8,2	95	3,8	44	15,8	182
Youtube	26,1	301	31,6	364	26,6	307	9,3	107	6,4	74
Twiter	10,8	124	9,1	105	13,3	153	11,4	132	55,4	639
Snapchat	8,7	100	9,5	110	15,4	178	14,1	162	52,3	603
Diğer	4,1	47	4,5	52	4,1	47	2,3	26	85,1	981
Messenger	2,9	34	3,6	42	9,7	112	16,9	195	66,8	770
Facebook	2,6	30	3,1	36	12,7	147	25,2	290	56,4	650
Pinterest	2,4	28	4,4	51	5,6	65	7,6	88	79,9	921
Skype	1,7	20	1,7	20	4,3	50	7,5	86	84,7	977
Tumblr	1,5	17	2	23	5,8	67	4,7	54	86	992
Bloglar	0,7	8	1,5	17	4,6	53	5,3	61	87,9	1014
Vine	0,6	7	0,8	9	2,5	29	2,6	30	93,5	1078
Linkedin	0,4	5	0,5	6	1,6	19	1,6	19	95,8	1104
Swarm	0,3	4	0,3	4	2,3	26	2,3	26	94,8	1093
Myspace	0,1	1	0,2	2	0,4	5	1	11	98,4	1134

Tablo 12’de, lise öğrencilerinin, her bir sosyal medya platformunu ne sıklıkta kullandıklarına dair verilerin istatistikleri yer almaktadır. Bu verilere göre, lise öğrencilerinin her zaman kullandıklarını belirttikleri sosyal medya platformları arasında en yaygın olarak seçilen ilk 3 platform, sırasıyla Whatsapp (%57,2), Instagram (%53,7) ve Youtube (%26,1) siteleri olmuştur. Bu bakımdan, örneklem grubu içerisindeki öğrencilerin her zaman kullandıkları en yaygın sosyal medya araçları, Whatsapp, Instagram ve Youtube’dur. Diğer yandan, lise öğrencilerinin hiçbir zaman kullanmadıklarını belirttikleri sosyal medya platformları arasında en yaygın olarak seçilen ilk 3 platform, sırasıyla Mysplace (%98,4), Linkedin (%95,8) ve Swarm (%94,8) platformları olmuştur.

4. 5. Sosyal Medya Kullanım Amacı İle Diğer Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Bu bölümde, öğrencilerin sosyal medya platformlarını hangi amaçlarla ne yoğunlukta kullandıkları ile, onların yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olup olmadığı incelenmektedir. Tüm değişkenler sürekli (continuous) veri tipinde olduğundan, değişkenler arasındaki ilişkiler Pearson Korelasyon Testi ile incelenmiştir. Field ve arkadaşları (2012), katsayı değerlerinde $r < 0.3$ zayıf, $0.3 < r < 0.5$ değeri orta, $r > 0.5$ değerinin ise güçlü düzeyde bir etki gücü olduğunu ifade etmektedir. Tüm katsayı değerlerinin istatistiksel olarak anlamlılık düzeyleri için, $p < 0.05$ değeri esas alınmıştır. Sosyal medya kullanım amacı ve araştırmada kullanılan diğer değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları ve anlamlılık dereceleri Tablo 13'de sunulmaktadır.

Tablo 13. Sosyal Medya Kullanım Amacı ve Diğer Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayıları

Ölçek ve Alt Boyutları	Ölçek Toplam		Ders Hazırlığı		Kişiler Arası Etkileşim	
	r	p	r	p	r	p
UCLA Yalnızlık Ölçeği Kısa Formu	-,134**	<0.001	-,086**	<0.001	-,123**	<0.001
Boş Zaman Yönetimi Ölçeği (BYZÖ)	,149**	<0.001	,128**	<0.001	,116**	<0.001
Boş zaman tutumu	,125**	<0.001	,218**	<0.001	0,023	0,44
Amaç belirleme ve yöntem	-0,013	0,653	-,118**	<0.001	,061*	0,037
Değerlendirme	-,128**	<0.001	-,245**	<0.001	-0,009	0,761
Programlama	,159**	<0.001	,095**	0,001	,152**	<0.001
İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ)	,182**	<0.001	,184**	<0.001	,124**	<0.001
İletişim ilkeleri ve temel beceriler (İİTB)	,080**	0,007	,136**	<0.001	0,017	0,567
Kendini ifade etme (KİE)	,204**	<0.001	,156**	<0.001	,171**	<0.001
Etkin dinleme ve sözel olmayan iletişim (EDSOİ)	,132**	<0.001	,151**	<0.001	,078**	0,008
İletişim kurmaya isteklilik (İKİ)	,230**	<0.001	,162**	<0.001	,203**	<0.001
Psikolojik İyi Olma Ölçeği (PİOÖ)	,105**	<0.001	,144**	<0.001	0,046	0,121
Özerklik	0,012	0,676	0,011	0,702	0,009	0,757
Çevresel hakimiyet	,060*	0,042	,121**	<0.001	<0.001	0,999
Bireysel gelişim	,107**	<0.001	,142**	<0.001	0,049	0,095
Diğerleriyle olumlu ilişkiler	,158**	<0.001	,140**	<0.001	,119**	<0.001
Yaşam amaçları	,068*	0,021	,153**	<0.001	-0,011	0,715
Öz-kabul	0,056	0,057	,076*	0,01	0,025	0,397

Tablo 13’de, araştırmada kullanılan yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma ölçekleri ve bu ölçeklerin alt boyutlarına ait düzeylerin, sosyal medya kullanım amacı ölçęi ve alt boyutları olan ders hazırlığı ve kişiler arası etkileşim skorları ile aralarındaki korelasyon katsayıları sunulmaktadır.

Sosyal medya kullanım amacı ölçęi toplam puanları açısından bakıldığında, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile en güçlü ilişki içerisinde bulunan ölçęin iletişim becerileri ölçęi olduğu ($r=0,182$, $p<0.001$), en güçlü ilişki içerisinde bulunan alt boyutların ise “Kendini ifade etme” ve “İletişim kurmaya isteklilik” alt boyutları olduğu görülmektedir (sırasıyla $r=0,204$, $p<0.001$ ve $r=0,230$, $p<0.001$). Korelasyon katsayılarının etki düzeylerine (effect size) bakıldığında, bahse konu ilişkilerin zayıf düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Bu bakımdan, öğrencilerin sosyal medyayı ders hazırlığı ve kişiler arası etkileşim amaçları ile kullanım sıklıkları arttıkça, onların iletişim becerileri de gelişmekte, özellikle bu sosyal medya kullanım sıklığı onların kendilerini daha fazla ifade etme ve daha fazla iletişim kurmaya istekli olmalarına etki etmektedir. Ne var ki, aradaki bu ilişkinin gücü zayıf düzeydedir.

Diğer yandan, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile en zayıf ilişki içerisinde bulunan ölçęin Psikolojik İyi Olma Ölçeği olduğu ($r=0,105$, $p<0.001$), en zayıf düzeyde ilişkili bulunan alt boyutların ise “Amaç belirleme ve yöntem (Boş Zaman Yönetimi Ölçeği)” ve “Özerklik (Psikolojik İyi Olma Ölçeği)” alt boyutları olduğu görülmektedir (sırasıyla $r=-0,01$, $p=0.653$ ve $r=0,01$, $p=0.676$). Sosyal medya kullanım amacının bu iki alt boyutla da arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Bu bakımdan, araştırma grubu içerisindeki liseli öğrencilerin sosyal medyayı çeşitli amaçlarla kullanım sıklığının, onların psikolojik olarak iyi veya kötü olmalarına, aynı zamanda onların boş zamanlarını belli bir amaç ve yöntem ile belirlemelerine herhangi bir etki etmediği görülmektedir.

Tablo 13’de, sosyal medya kullanım amacının, boş zaman yönetimi düzeyleri ile arasında pozitif yönlü fakat zayıf ilişkinin bulunduğu görülmektedir ($r=0,149$, $p<0.001$). Bu bakımdan, öğrencilerin sosyal medyayı çeşitli amaçlarla kullanım düzeyleri arttıkça, boş zamanlarını çok az da olsa daha iyi yönetebildikleri anlaşılmaktadır.

Sosyal medya kullanım amacı ile negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkisi bulunan iki ölçek bulunmaktadır. Bunlardan ilki UCLA yalnızlık ölçęidir ($r=-0,134$, $p<0.001$). Lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım düzeyleri arttıkça, hissettikleri yalnızlık düzeyleri az da olsa zayıflamaktadır. Diğer ölçek ise İletişim Becerileri Ölçeğinin “değerlendirme” alt boyutudur ($r= -0,128$, $p<0.001$). Lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım düzeyleri arttıkça, boş zamanlarını değerlendirme becerileri az da olsa zayıflamaktadır.

Tablo 13'ün ikinci kısmında, araştırmada kullanılan yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma ölçeklerinin, sosyal medya kullanım ölçeğinin alt boyutlarından olan ders hazırlığı alt boyutu ile korelasyon ilişkileri incelenmektedir.

Sosyal medyayı ders hazırlığı amacıyla kullananların puanları açısından bakıldığında, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile pozitif yönlü en güçlü ilişki içerisinde bulunan ölçeğin İletişim Becerileri Ölçeği olduğu ($r=0,184$, $p<0.001$), en güçlü ilişki içerisinde bulunan alt boyutların ise “boş zaman tutumu” ve “İletişim kurmaya isteklilik” alt boyutları olduğu görülmektedir (sırasıyla $r=0,218$, $p<0.001$ ve $r=0,162$, $p<0.001$). Korelasyon katsayılarının etki düzeylerine (effect size) bakıldığında, bahse konu ilişkilerin zayıf düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Öğrencilerin sosyal medyayı ders hazırlığı amacı ile kullanım sıklıkları arttıkça, onların iletişim becerileri de gelişmekte olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında ders hazırlığı için sosyal medyayı kullananlar öğrencilerin özellikle boş zamanlarına daha çok önem vermekte oldukları ve iletişim kurmak için daha çok istek duydukları bulgulanmıştır. Ancak bu aradaki bu ilişkilerin gücü zayıf düzeydedir.

Diğer yandan, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile en zayıf ilişki içerisinde bulunan ölçeğin UCLA yalnızlık ölçeği olduğu ($r= -0,086$, $p<0.001$), en zayıf düzeyde ilişkili bulunan alt boyutların ise sırasıyla “Özerklik (Psikolojik İyi Olma Ölçeği)” ve “Öz-Kabul (Psikolojik İyi Olma Ölçeği)” olduğu görülmektedir (sırasıyla $r=0,01$, $p=0.702$ ve $r=0,76$, $p=0.01$). Ders hazırlığı amacıyla Sosyal medya kullanım sıklığının bu iki alt boyuttan özerklik boyutu ile arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur ($p=0,702$). Bu bakımdan, örneklem grubu içerisindeki liseli öğrencilerin sosyal medyayı derse hazırlık yapmak amacıyla ne kadar sık kullandığının, onların psikolojik iyi olma ölçeği alt boyutlarından olan özerklik ve öz-kabul düzeyleri ile ilişkili olmadığı görülmektedir.

Ders hazırlığı için sosyal medya kullanım amacının, boş zaman yönetimi ile arasında pozitif yönlü fakat zayıf etki gücüne sahip bir ilişkinin bulunduğu görülmektedir ($r=-0,128$, $p<0.001$). Bu bakımdan, öğrencilerin sosyal medyayı derse hazırlık amacıyla kullanım sıklıkları arttıkça, boş zamanlarını çok az da olsa daha iyi yönetebildikleri anlaşılmaktadır.

Derse hazırlık amaçlı sosyal medya kullanım sıklığı ile negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkisi bulunan (UCLA zayıflık ölçeği haricinde) iki ölçek bulunmaktadır. Bunlardan ilki Boş zamanı değerlendirme ölçeğidir ($r=-0,245$, $p<0.001$). Lise öğrencilerinin sosyal medyayı ders çalışma amaçlı kullanım sıklıkları arttıkça, boş zamanlarını değerlendirme becerileri az da olsa zayıflamaktadır. Negatif ilişkiye sahip diğer ölçek ise Boş Zaman Yönetimi Ölçeğinin “Amaç belirleme ve yöntem” alt boyutudur ($r= -0,118$, $p<0.001$). Lise öğrencilerinin sosyal medyayı ders için kullanım düzeyleri arttıkça, boş

zamanlarında yapabilecekleri aktiviteleri düzenleme, boş zaman önceliklerini belirleme ve boş zamanları için amaç belirleme becerileri az da olsa zayıflamaktadır.

Tablo 13'ün üçüncü kısmında, araştırmada kullanılan yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma ölçeklerinin, sosyal medya kullanım ölçeğinin alt boyutlarından olan kişiler arası etkileşim alt boyutu ile korelasyon ilişkileri incelenmektedir.

Sosyal medyayı kişiler arası etkileşim amacıyla kullananların puanları açısından bakıldığında, ilk göze çarpan şey, kişiler arası etkileşim puanlarının, toplam 18 ölçek ve alt boyutundan yarısı (N=9) ile ilişki düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı bulunmadığıdır. Bu anlamlı ilişkiye sahip olmayan 9 ölçek arasında bir genel ölçek (Psikolojik İyi Olma Ölçeği; $r=0,05$, $p=0,121$), ve 8 alt boyut; Yaşam amaçları, Değerlendirme, Çevresel hakimiyet, Özerklik, İletişim ilkeleri ve temel beceriler, Boş zaman tutumu, Öz-kabul ve Bireysel gelişim yer almaktadır (sırasıyla $r=-0,01$, $p=0,715$; $r=-0,01$, $p=0,761$; $r=0,00$, $p=0,999$; $r=0,01$, $p=0,757$; $r=0,02$, $p=0,567$; $r=0,02$, $p=0,440$; $r=0,03$, $p=0,397$; $r=0,05$, $p=0,095$).

Lise öğrencilerinin kişiler arası etkileşim amacıyla sosyal medyayı kullanım sıklıkları ile pozitif yönlü en güçlü ilişki içerisinde bulunan ölçeğin İletişim Becerileri Ölçeği olduğu ($r=0,124$, $p<0,001$), en güçlü ilişki içerisinde bulunan alt boyutların ise "İletişim kurmaya isteklilik" ve "Kendini İfade etme" alt boyutları olduğu görülmektedir (sırasıyla $r=0,203$, $p<0,001$ ve $r=0,171$, $p<0,001$). Korelasyon katsayılarının etki düzeylerine (effect size) bakıldığında, bahse konu ilişkilerin diğer alt boyutta olduğu gibi zayıf düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Bu bakımdan, öğrencilerin sosyal medyayı kişiler arası etkileşim amacı ile kullanım sıklıkları arttıkça, onların iletişim becerileri de gelişmekte, arkadaşları ile etkileşime geçmek için sosyal medyayı kullananlar özellikle iletişim kurmaya daha istekli hale gelmekte ve kendilerini daha iyi ifade edebilmektedirler. Ne var ki, aradaki bu ilişkilerin etki gücü istatistiksel olarak zayıf düzeydedir.

Sosyal medyayı etkileşim için kullanım sıklığının, boş zaman yönetimi ölçeği ile arasında pozitif yönlü fakat zayıf bir ilişkisinin olduğu görülmektedir ($r=0,116$, $p<0,001$). Bu bakımdan, öğrencilerin sosyal medyayı arkadaşları ile etkileşim kurmak için kullanım sıklıkları arttıkça, boş zamanlarını çok az da olsa daha iyi yönetebildikleri anlaşılmaktadır.

Etkileşim amaçlı sosyal medya kullanım sıklığı ile negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkisi bulunan tek ölçek, UCLA Yalnızlık Ölçeğidir ($r=-0,123$, $p<0,001$). Lise öğrencilerinin sosyal medyayı arkadaşları ile etkileşim amaçlı kullanım sıklıkları arttıkça, hissettikleri yalnızlık düzeyleri az da olsa zayıflamaktadır.

Tablo 13'deki tüm korelasyon katsayılarına genel olarak bakıldığında, öğrencilerin sosyal medyayı kullanım sıklığı arttıkça, hissettikleri yalnızlık düzeylerinin de azaldığı,

fakat ders hazırlığı için sosyal medyayı kullanan öğrencilerde bu negatif ilişkinin etki gücünün daha zayıf olduğu ($r=-0,086$) görülmektedir.

Sosyal medya kullanımı ile hem toplam puan, hem de alt boyutlar açısından en güçlü ilişkiye sahip olan değişkenin iletişim becerileri olduğu, öğrencilerin sosyal medyayı kullanım sıklığı arttıkça iletişim becerilerinin de zayıf bir etki gücünde yükseldiği, sosyal medyayı ders hazırlığı için kullanan öğrencilerde, iletişim becerileri ölçeği alt boyutlarından “İletişim ilkeleri ve temel beceriler” ve “Etkin dinleme ve sözel olmayan iletişim” becerileri daha fazla gelişirken,, sosyal medyayı kişiler arası etkileşim için kullanan öğrencilerde, iletişim becerileri ölçeği alt boyutlarından “Kendini ifade etme” ve “İletişim kurmaya isteklilik” düzeylerinin daha fazla geliştiği anlaşılmaktadır.

Sosyal medya kullanım ölçeği ile en zayıf ilişkiye sahip değişkenin, psikolojik iyi olma ölçeği ve alt boyutları olduğu, örneğin ölçek alt boyutundan olan Özerklik alt boyutunun, ne sosyal medya kullanım ölçeği, ne de ders hazırlığı veya etkileşim boyutları ile anlamlı bir ilişkisinin bulunmadığı görülmektedir. Fakat sosyal medya kullanım amaçları ders hazırlığı ve kişiler arası etkileşim olarak ayrı ayrı incelendiğinde, ders hazırlığı için sosyal medyayı kullanan öğrencilerin puanlarının, Psikolojik iyi olma ölçeğinin Özerklik boyutu haricindeki tüm maddeleri ile istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişkisi olduğu görülmektedir. Ne var ki, kişiler arası etkileşim için sosyal medyayı kullanan öğrencilerin puanlarının, Psikolojik iyi olma ölçeğinin “Diğerleriyle olumlu ilişkiler” boyutu haricinde hiçbir boyutu ile anlamlı ilişkisi olmadığı göze çarpmaktadır. Bu bakımdan, öğrenciler ders hazırlığı amacıyla sosyal medyayı kullandıkça, psikolojik olarak iyi olma, çevresel hakimiyet, bireysel gelişim, diğerleri ile olumlu ilişkiler, pozitif yaşam amacına sahip olma ve öz-kabul düzeyleri zayıf bir etki gücüyle de olsa yükselmektedir. Fakat öğrencilerin arkadaşları ile etkileşim kurmak amacıyla sosyal medyayı kullanım sıklıkları, onların psikolojik olarak iyi olma veya alt boyuttaki düzeylerine herhangi bir etkide bulunmamaktadır

5. TARTIŞMA

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgular tartışılmıştır.

Araştırmaya göre öğrencilerin büyük çoğunluğunun internet kullanımının “sosyal ağ ve eğlence” amaçlı olduğu, geriye kalan azınlıktaki öğrencilerin ise interneti ödev ve araştırma amacıyla kullandığı görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin internetle erken yaşlarda tanıştığı ve zamanlarının büyük bölümünü internette geçirdikleri görülmektedir. Bu sonuç öğrencilerin günlük yaklaşık 3 saat interneti aktif olarak kullandığını ifade eden Ellison, Steinfield ve Lampe'nin (2007) ve internet kullanma sıklığı ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ileri süren Vural ve Bat (2010) yaptıkları çalışmaların sonucuyla benzerlik göstermektedir. Ergenlik döneminde öğrencilerin bir gruba ait olma ve popüler olma ihtiyacı, beraberinde internet ağı üzerinden sosyal medya araçlarının eğlence kısmını kullandırmaya yönlendirdiğini söylemek mümkündür. Öğrencilerin diğerleri ile iletişimde sıklıkla sosyal medya araçlarını kullanması da bunun bir sonucu olduğunu söylenebilir.

Bu araştırmanın bulguları incelendiğinde öğrencilerin sosyal medyaya daha çok akıllı telefonlar üzerinden eriştiği ve öğrencilerin sosyal medyaya haftanın her günü erişim sağladığı görülmektedir. Subrahmanyam, Reich, Waechter ve Espinoza (2008)'nin öğrencilerin sosyal medya sitelerini aynı gün içerisinde birden çok kez ziyaret ettiği sonucuna ulaştığı çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Diğer sosyal medya araçlarına nazaran “Whatsapp”ın liseli öğrenciler tarafından daha fazla ilgi gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Zaman içerisinde gençlerin yöneldiği sosyal medya araçları değişiklik gösterse de sosyal medyaya duyulan ilgi ve sosyal medyada geçirilen süre artarak devam etmektedir. Bu sonuçlar Akdemir (2013), Balcı ve Gölcü (2013) ve Tutgun-Ünal (2015) gibi sosyal medyada ve internette harcanan günlük ortalama süre arttıkça bağımlılık seviyelerinin de arttığını gösteren çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Öğrencilerin popüler olma ve yaşananlardan haberdar olma ihtiyacı, kullandıkları akıllı telefonlardan anlık bilgi akışı sağladığından, lise öğrencilerinin sosyal medya araçlarını kullanmalarını teşvik ettiğini söylemek mümkündür.

Araştırmada “Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları Ölçeği” den elde edilen ortalamalar incelendiğinde lise öğrencilerinin ders hazırlığı amacıyla sosyal medya kullanım sıklık ortalamalarının kişiler arası etkileşim amacıyla sosyal medya kullanım sıklık ortalamalarından yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Lise öğrencilerinin ders hazırlığı için sosyal medyayı kullanım sıklıklarının, kişiler arası etkileşim için kullanım sıklıklarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu, dolayısıyla lise öğrencilerinin,

sosyal medyayı ders hazırlığı için daha yoğun olarak kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonucun Akdemir (2013) ve Gürültü (2016) gibi lise öğrencilerinin derslere düzenli ve hazırlıklı gelmediği, ödev ve projeleri teslim tarihine yakın hazırladıkları ve akademik erteleme davranışı sergilediklerini gösteren çalışmalarla farklılık gösterdiği görülmektedir. Öğrencilerin bir grup oluşturma ihtiyacı sonucunda, akademik anlamda paylaşımlarda buldukları ve bu gruplarla oluşturdukları sosyal medya araçlarından bilgi paylaşmalarının bu sonucu doğurduğu söylenebilir. Bunun yanında akademik süreçlerde sosyal ağların kullanımı ile ilgili yapılan çalışmada, sosyal medya kullanımının eğitim öğretim süreçlerinde öğrencilerin öğrenmelerine olumlu yönde etki ettiğine ve bu süreçleri güçlendirdiğine yönelik tespitler yapılmıştır (Togay, Akdur, Yetişken ve Bilici, 2013). Bu durumu da gelişen internet teknolojisi, sağlanan hızlı veri akışı ile öğrencilerin bilgiye kolaylıkla ulaşması ve öğrenmelerine yardımcı olması ile açıklandığı söylenebilir.

Yalnızlık ölçeğinden alınan ortalama değer incelendiğinde lise öğrencilerinin düşük düzeyde bir yalnızlık hissinde oldukları görülmektedir. Lise öğrencilerinin boş zaman yönetimi ve iletişim becerileri konularında başarılı oldukları görülmektedir. Yine öğrencilerin psikolojik iyi olma düzeyleri incelendiğinde ortalamanın üstünde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ergenlik dönemi içinde bir gruba ait olma ve arkadaşlarıyla beraber olma ihtiyacı yalnızlık duygusu yaşayan öğrencilerin sayısında azaltıcı bir faktör olduğu söylenebilir. Zaman yönetimi konusunda, ergenlik dönemi içinde yapacakları karşısında sorumluluk alma ve ön planda yer alma isteği, öğrencilerin zamanı iyi değerlendirmelerine yardımcı olduğu söylenebilir. Bunun yanında akademik anlamda etkili ve verimli olma isteği de öğrencilerin zaman yönetiminde etkili bir unsur olarak ifade edilebilir. Öğrencilerde iletişim becerisini güçlü kılan özelliğin ise ergenlik döneminde kendi akranlarıyla kurduğu iletişim olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle akranlarıyla bir arada olma isteği ergenlerin yaşlılarıyla daha iyi iletişim içinde olmalarını sağlamaktadır. Ergenlik döneminde bireyin kendini tanıması, güçlü ve zayıf yönlerini anlama çabası, yakın arkadaşlıklar edinme ve akranlarıyla olumlu iletişim kurma çabası da psikolojik iyi olma durumunu olumlu yönde etkileyici unsurlar olarak söylenebilir.

Farklı amaçlarla sosyal medya kullanım sıklıkları incelendiğinde kız öğrencilerin farklı amaçlarla sosyal medya kullanım sıklıklarının, erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu ve aradaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hazar (2011), Balcı ve Gölcü (2013), Pempek, Yermolayeva ve Calvert (2009) ve Tutgun-Ünal (2015)'in araştırmalarından benzer sonuçlar elde edilmiştir. Kız öğrencilerin sosyal medya da daha fazla meşgul oldukları tespit edilmiştir. Esen (2010), Seferoğlu ve Yıldız (2013), Tanrıverdi ve Sağır (2014) tarafından yapılan araştırmalarda erkek öğrencilerin sosyal medya kullanımının, Paul ve Lee (2012) ve Çetinkaya (2013) tarafından yapılan araştırma

da ise internet bağımlılığı seviyelerinin kız öğrencilerden daha fazla olduğunun tespit edildiği çalışmalar da mevcuttur. Balcı ve Tiryaki (2014) tarafından lise öğrencileri ile yapılan çalışmada da sosyal medya kullanımında erkek öğrencilerin kızlara göre daha az vakit geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Alt boyutlar açısından bakıldığında ise, kız öğrencilerin, erkek öğrencilere kıyasla derslerine hazırlanmak için sosyal medyayı daha sık kullandığı ve bu ortalama farkının istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Kişiler arası etkileşim için sosyal medyayı kullanım sıklığı kız ve erkekler arasında anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Kız öğrencilerin sosyal medya araçlarını sıklıkla kullanmasının ergenlik dönemindeki gelişimsel özelliklerin bir sonucu olduğunu söylemek mümkün olabilmektedir. Kız öğrencilerin arkadaşları ile erkeklere göre daha fazla sosyal medya kullanmaları, kız öğrencilerin sosyal medya üzerinde daha çok popüler olma ve iletişime geçme ihtiyacından kaynaklandığını belirtmek mümkündür. İnternet kullanımının erkeklerde daha fazla olmasının da erkeklerin sosyal medya araçlarının yanı sıra interneti oyun amaçlı kullanmalarından kaynaklandığıyla açıklamak mümkündür. Kızların ders çalışmak için sosyal medyada erkeklere göre daha çok bulunmasının nedeni de kültürel faktörlere bağlanabilir. Bunun yanı sıra kız öğrencilerin erkek öğrencilerden daha çok haber alma kaynağı olarak interneti ve sosyal medyayı kullandıkları söylenebilir. Bunun yanı sıra Ök (2013)'ün yaptığı çalışmada, kızların erkeklerden daha az oranda sosyal medyada vakit harcadığı ve sosyal medya tutumlarının erkeklerden daha az oranda olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gerlich ve diğerleri (2010) tarafından yapılan başka bir çalışmada ise internet kullanımı, sosyal medya kullanımı ve sosyal medya sitelerine yönelik inançta, cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Lise öğrencilerinin yaş farklılıklarının ders çalışma veya arkadaşları ile etkileşim kurma açısından sosyal medyayı ne kadar sıklıkta kullandıklarına anlamlı düzeyde etki etmediği görülmüştür. Bu da lise öğrencilerinin farklı yaş gruplarında olsalar dahi sosyal medya kullanımında benzer davranışlar sergilediklerini göstermektedir. Bunun yanında yaşın artması ile kişilerde sosyal yetkinlikte düşüş olduğuna yönelik çalışmalarda bulunmaktadır (Argın, 2013; Atalay, 2014; Ökte, 2014). Bu durumda ergenlik döneminde var olan takdir edilme, onay alma gibi ihtiyaçların yaşın artması ile azalmasını ve bireylerin farklı yaş gruplarında farklı amaçta ve sıklıkta sosyal medya kullanımını sağladığı düşünülebilir.

Araştırmada elde edilen veriler okul türü değişkenine göre incelendiğinde lise öğrencilerinin hangi okulda eğitim aldıklarının, onların sosyal medya kullanım amacı ölçek puanlarına anlamlı düzeyde etki ettiği görülmektedir. Elde edilen bulgular Sosyal Bilimler Lisesinde okuyan öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı ölçek puan ortalamalarının, İmam Hatip Lisesinde okuyan öğrencilerin puan ortalamalarından daha yüksek olduğu ve

aradaki bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Ölçek alt boyutları açısından bakıldığında ise, lise öğrencilerinin hangi okulda eğitim aldıklarının, onların ders hazırlığı amacıyla sosyal medya kullanım sıklıklarına anlamlı düzeyde etki ettiği fakat kişiler arası etkileşim amacıyla sosyal medya kullanım sıklıklarına anlamlı düzeyde etki etmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Sosyal Bilimler Lisesinde okuyan öğrencilerinin ders hazırlığı amacıyla sosyal medya kullanım sıklıklarının, İmam Hatip Lisesinde okuyan öğrencilerin ders hazırlığı amacıyla sosyal medya kullanım sıklıklarından daha yüksek seviyede olduğu ve aradaki bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar okul türüne göre kullanım amacı farklılıkların yer aldığı çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Ök, 2013; Gürültü, 2016).

Okul türleri arasında değişen sosyal medya kullanımları arasında ki oluşan farklılıklar öğrencilerin akademik ve sosyal başarılarından kaynaklandığı söylenebilir. Okul türleri arasında değişen istatistiksel başarı ve okula girişte kullanılan giriş puanları arasındaki farklılıkların bu sonucu doğurdu söylenebilir. Okul türleri arasında değişen sosyal medyayı kullanma amaçları arasındaki farklılığında öğrencilerin ilgi, istek ve yönelimleriyle orantılı olduğu söylenebilir. Akademik anlamda güçlü öğrenme isteği olan öğrencilerin bu özelliklerini devam ettirmek için sosyal medyayı akademik anlamda kullanmasının bunun bir sonucu olduğu söylemek mümkündür.

Lise öğrencilerinin sınıf düzeyleri onların sosyal medya kullanım sıklıklarını anlamlı düzeyde etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar Akdemir (2013) ve Gürültü (2016)'nın yaptığı çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Bunun yanı sıra İnternet kullanımının sınıf düzeyine göre farklılık gösterdiği çalışmalarda mevcuttur (Argın, 2013; Çetinkaya, 2013 ve Atalay, 2014; Hazar, 2011). Lise öğrencilerinin benzer duygusal ve psikolojik ihtiyaçlara sahip olmasının bu sonucu desteklediğini söyleyebiliriz. Bunun yanında lise öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre sosyal medya kullanım sıklıklarının nitel araştırmalarla incelenmesinin de bu konuda alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kardeş sayısı değişkenine göre elde edilen bulgular incelendiğinde; lise öğrencilerinin derslerine hazırlanmak amacıyla sosyal medyaya girme sıklıklarının, onların kardeş sayıları ile ilişkili olmadığı sonucuna varılmıştır. Ancak kardeş sayısı ile sosyal medyayı kullanım amacı arasındaki negatif yönlü bir ilişki olduğu ve lise öğrencilerinin kardeş sayısı arttıkça, sosyal medyayı kullanım sıklığının azaldığı tespit edilmiştir. Hiç kardeşi olmayan öğrencilerin sosyal medyayı kişiler arası etkileşim amacıyla kullanımının kardeşi olanlara oranla daha yüksek olması bir önceki sonucu destekler niteliktedir. Ailesi içerisinde paylaşımda bulunulacak akran sayısının azlığı, yüz yüze etkileşimi azaltacaktır. Bu durum sosyal medya araçları ile zaman geçirmeyi destekleyici bir etken olarak görülebilir.

Lise öğrencilerin en sık kullandıkları sosyal medya araçları Whatsapp, Instagram ve Youtube iken hiç kullanmadıkları sosyal medya araçları Mysplace, LinkedIn ve Swarm'dır. Bu durum Whatsapp, Instagram ve Youtube gibi uygulamaların daha yaygın ve cazip oluşu, Mysplace, LinkedIn ve Swarm gibi uygulamaların daha az bilinen ve farklı çevrelerce kullanılan (örneğin; LinkedIn iş dünyası gibi) uygulamalar oluşu ile açıklanabilir. Sosyal medya kullanım amaçlarının birbirinden farklı oluşunun da bu sonuca etki etmiş olabileceği düşünülmektedir. Araştırmasını Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya ortamları üzerine yürüten Barak (2018)'in ulaştığı sonuçlar bu düşünceyi desteklemektedir. Toplumda popülerliği yüksek olan sosyal medya araçlarının ergenler tarafında da takip edildiği ve iletişime geçerken daha çok bu sosyal medya araçlarını kullandıklarını belirtmek mümkündür.

Barak (2018)'in çalışmasına göre gençlerin kendini sunma eyleminin Instagram üzerinden, kendini ifade etme ve sosyal etkileşim eylemlerinin daha çok Twitter üzerinden gerçekleştiğini gözetim ve benliğin imajını oluşturma faktörlerinin ise Facebook, Twitter ve Instagram platformu üzerinden eşit şekilde gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum, ergenlik döneminde oluşmaya başlayan benlik algısındaki değişimin sosyal medya kullanılarak ortaya konulması şeklinde ifade edilebilmektedir.

Sosyal medya kullanım amacı ve diğer değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklığının onların kendilerini daha fazla ifade etme ve daha fazla iletişim kurmaya istekli olmaları arasında zayıf düzeyde de olsa bir ilişki olduğu görülmüştür. Lise öğrencilerinin sosyal medyayı çeşitli amaçlarla kullanım sıklığının, onların psikolojik olarak iyi olma ve boş zamanlarını belli bir amaç ve yöntem ile belirlemelerine herhangi bir etki etmediği sonucuna varılmıştır. Sosyal medya kullanım amacının, boş zaman yönetimi düzeyleri ile arasında pozitif yönlü fakat zayıf bir ilişkinin bulunduğu görülmektedir. Öğrencilerin sosyal medyayı çeşitli amaçlarla kullanım düzeyleri arttıkça, boş zamanlarını az da olsa daha iyi yönetebildikleri anlaşılmaktadır.

Sosyal medya kullanım amacı ile yalnızlık düzeyi arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkisi bulunmaktadır. Öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım düzeyleri arttıkça, hissettikleri yalnızlık düzeylerinin az da olsa zayıfladığı sonucuna ulaşılmıştır. Ergenlik döneminde bir grupta beraber olmak isteyen öğrencilerin sosyal medya araçlarını kullanarak yalnızlıkları azalttıklarını söylemek mümkün olabilmektedir. Sosyal medya kullanım amacı ile İletişim Becerileri ölçeğinin "değerlendirme" alt boyutu arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkisi bulunmaktadır. Lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım düzeyleri arttıkça, boş zamanlarını değerlendirme becerileri az da olsa zayıflamakta olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durumda, sosyal medya kullanımındaki sıklığın öz kontrol becerilerini azaltması ile açıklanabilir.

Yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma ilişkiler incelendiğinde zayıf düzeyde de olsa öğrencilerin sosyal medyayı ders hazırlığı amacı ile kullanım sıklıkları artışı ile onların iletişim becerileri de gelişmesi arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. Aynı şekilde ders için sosyal medyayı kullananların özellikle boş zamanlarına daha çok önem vermekte olduğu ve iletişim kurmak için daha çok istek duydukları belirlenmiştir. Lise öğrencilerinin sosyal medyayı derse hazırlık yapmak amacıyla ne kadar sık kullandığının, onların özerklik ve öz-kabul düzeyleri ile ilişkili olmadığı görülmektedir. Öğrencilerin eğitsel görevlerini yaparken sosyal yaşamlarında da görevlerini yerine getirdiklerini söylemek mümkündür. Etkili iletişim beraberinde planlı programlı hayat akışını getirmiştir şeklinde değerlendirilebilir.

Ders hazırlığı için sosyal medya kullanım amacının, boş zaman yönetimi ile arasında pozitif yönlü fakat zayıf etki gücüne sahip bir ilişkinin bulunduğu, öğrencilerin sosyal medyayı derse hazırlık amacıyla kullanım sıklıkları arttıkça, boş zamanlarını çok az da olsa daha iyi yönetebildikleri sonucuna varılmıştır. Bu da lise öğrencilerinin akademik sorumluluklarını yerine getirirken düzenli olmalarının bir sonucudur şeklinde yorumlanabilir.

Derse hazırlık amaçlı sosyal medya kullanım sıklığı ile boş zamanı değerlendirme arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmaktadır. Lise öğrencilerinin sosyal medyayı ders çalışma amaçlı kullanım sıklıkları arttıkça, boş zamanlarını değerlendirme becerileri az da olsa zayıflamakta olduğu görülmüştür. Negatif ilişkiye sahip diğer ölçek ise Boş Zaman Yönetimi ölçeği'nin "Amaç belirleme ve yöntem" alt boyutudur. Lise öğrencilerinin sosyal medyayı ders için kullanım düzeyleri arttıkça, boş zamanlarında yapabilecekleri aktiviteleri düzenleme, boş zaman önceliklerini belirleme ve boş zamanları için amaç belirleme becerileri az da olsa zayıflamakta olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanım sıklığı liseli öğrencilerde sorumlulukları yerine getirmede erteleme davranışı sergilemelerine neden olabilir. Oyun, eğlence ve mesajlaşma ihtiyacının lise öğrencilerine daha cazip gelmesi daha fazla bu ihtiyaçları giderme isteği, lise öğrencilerinin akademik sorumluluklarını yerine getirmede ve zaman yönetiminde daha düzensiz olmalarını sağladığını düşünülebilir.

Öğrencilerin sosyal medyayı kişiler arası etkileşim amacı ile kullanım sıklıkları arttıkça, onların iletişim becerileri de gelişmekte, arkadaşları ile etkileşime geçmek için sosyal medyayı kullananlar özellikle iletişim kurmaya daha istekli hale gelmekte ve kendilerini daha iyi ifade edebilmektedirler. Ancak bu ilişkilerin etki gücü istatistiksel olarak zayıf düzeydedir. Ergenlik döneminde akranlarıyla bir arada olmak isteyen öğrencilerin sosyal medyadan iletişimle birlikte kendini ifade etmede daha çok beceri kazandığı için

sosyal medyadan iletişimle ilgili yeni şeyler öğrenmesi ve akranlarıyla iletişimde özgüven kazanması açısından yardımcı olduğunu söylemek mümkündür.

Sosyal medyayı etkileşim için kullanım sıklığının, boş zaman yönetimi ile arasında pozitif yönlü fakat zayıf bir ilişkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuçtan yola çıkarak öğrencilerin sosyal medyayı arkadaşları ile etkileşim kurmak için kullanım sıklıkları arttıkça, boş zamanlarını çok az da olsa daha iyi yönetebildikleri anlaşılmaktadır. Lise çağında bulunan öğrencilerin akranlarıyla birlikte verimli ve etkili vakit geçirme isteğini sağlarken daha zamanlarını daha iyi kullanmaya dikkat ettikleri düşünülebilir.

Etkileşim amaçlı sosyal medya kullanım sıklığı yalnızlık düzeyi arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki belirlenmiştir. Bu durum lise öğrencilerinin sosyal medyayı arkadaşları ile etkileşim amaçlı kullanım sıklıkları arttıkça, hissettikleri yalnızlık düzeyleri az da olsa zayıflamakta olduğu şeklinde değerlendirilebilir. UCLA Yalnızlık Ölçeğinin kullanıldığı bir başka çalışma olan Eskin (2001) çalışmasında lise öğrencilerinin yalnızlık hissini yaygın olduğu ve bu histen kendini etkinleştirme, okuma-ders çalışma ve düşünme- hayal etme gibi uğraşlarla kurtulmaya çalıştıklarını ifade edilmektedir. Lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım sıklığı arttıkça, hissettikleri yalnızlık düzeylerinin azaldığı, fakat ders hazırlığı için sosyal medyayı kullanan öğrencilerde bu negatif ilişkinin etki gücünün daha zayıf olduğu görülmektedir. Balcı (2018) ise çalışmasında lise öğrencilerinde problemlerle internet kullanımı ile yalnızlık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ve yalnızlığın internet bağımlılığının belirleyicilerinden birisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuçta ,ergenlik döneminde kimlik arayışında olan öğrencilerin farklı zaman aralıklarında yalnız kalma duygusu yaşamaları şeklinde yorumlanabilir.

Sosyal yaşamda kendi akranlarıyla iletişime geçerken zorluk yaşayan öğrencilerin sosyal medya kullanarak iletişime geçmeye çalıştığı görülmektedir. Santrock (2014) yaptığı çalışmada ergenlik dönemindeki bireylerin internette ortamında, kendilerini ifade ettiklerini yüz yüze olmaktan daha çok tercih ettiklerini tespit etmiştir. Bunun yanında sosyal iletişim kaygısı taşıyan öğrencilerin zamanının çoğunu internette geçirdiği ve yüz yüze iletişime karşın internet ortamında daha iyi kendilerini ifade ettiklerini söylemektedirler (Flanagan, Erath ve Bierman, 2008). Bu durumu da lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımının iletişimde yaşadıkları özgüvensizlik duygusunu ortadan kaldırdığı şeklinde düşünülebilir.

Sosyal medya kullanımı ile en zayıf ilişkiye sahip değişkenin, psikolojik iyi olma ölçeği ve alt boyutları olduğu, özerklik alt boyutunun, ne sosyal medya kullanım ölçeği, ne de ders hazırlığı veya etkileşim boyutları ile anlamlı bir ilişkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanım amaçları ders hazırlığı ve kişiler arası etkileşim olarak ayrı ayrı incelendiğinde ise, ders hazırlığı için sosyal medyayı kullanan öğrencilerin

puanlarının, Psikolojik iyi olma ölçeğinin özerklik alt boyutu haricindeki tüm maddeleri ile istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişkisi olduğu görülmektedir. Kişiler arası etkileşim için sosyal medyayı kullanan öğrencilerin puanlarının, psikolojik iyi olma ölçeğinin “Diğerleriyle olumlu ilişkiler” boyutu haricinde hiçbir boyutu ile anlamlı ilişkisi olmadığı göze çarpmaktadır. Bu bakımdan, öğrenciler ders hazırlığı amacıyla sosyal medyayı kullandıkça, psikolojik olarak iyi olma, çevresel hâkimiyet, bireysel gelişim, diğerleri ile olumlu ilişkiler, pozitif yaşam amacına sahip olma ve öz-kabul düzeyleri zayıf bir etki gücüyle de olsa yükselmektedir. Bu da ergenlik döneminde sorumluluk arayışında olan öğrencinin akademik becerilerini ve görevlerini yerine getirmede sahip olduğu farkındalığın bir sonucudur şeklinde düşünülebilir. Öğrencilerin arkadaşları ile etkileşim kurmak amacıyla sosyal medyayı kullanım sıklıkları, onların psikolojik olarak iyi olma veya alt boyuttaki düzeylerine herhangi bir etkide bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Literatür incelendiğinde lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı ile yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerisi ve psikolojik iyi olma arasında ilişkinin incelendiği araştırmalara rastlanmaması nedeniyle bu çalışmayla elde edilen sonuçların diğer çalışmalarla karşılaştırılması mümkün olmamıştır.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

6. 1. Sonuçlar

1. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile yalnızlık düzeyleri arasında negatif yönlü ve etki gücü zayıf düzeyde bir ilişki vardır.
2. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı ile zaman yönetimi arasında zayıf düzeyde bir ilişki bulunmaktadır.
3. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı ile iletişim becerileri arasında etki gücü zayıf düzeyde pozitif bir ilişki vardır.
4. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile psikolojik iyi olma arasında anlamlı etki gücü zayıf düzeyde bir ilişki vardır. Ayrıca kişiler arası etkileşim boyutunda anlamlı ilişki mevcut değildir.
5. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.
6. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı yaşa göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.
7. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı okul türüne göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.
8. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı sınıf düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.
9. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amacı kardeş sayısına göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.
10. Lise öğrencilerinin en çok kullandığı ilk üç sosyal medya aracı sırasıyla Whatsapp, Instagram ve Youtube olmuştur.

6. 2. Öneriler

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgulara dayalı olarak öneriler sunulmuştur.

6. 2. 1. Araştırmaya Sonuçlarına Dayalı Öneriler

1. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım sıklığının azaltılması için daha çok kültürel, sportif ve sanatsal etkinliklere (boş zaman etkinlikleri) yönlendirilmesi sağlanabilir. Bu sayede gerçek yaşamla içi içe olmaları sağlanmış olur.

2. Lise öğrencilerinin sosyal medyayı faydalı olacak şekilde kullanması için çeşitli yazılımlar kullanılarak bilgisayar, akıllı telefon ve tablet bilgisayarlarla akademik, sosyal ve kişilik gelişimlerine katkı sağlanabilir.
3. Lise öğrencilerinin yalnızlık duygusunu azaltmak için sınıf içi ve dışı etkinliklerde görev alması sağlanabilir.
4. Lise öğrencilerinde sosyal medya kullanan bireylerin zaman yönetimi konusunda bilinçli farkındalık kazanmasını sağlamak amacıyla öğrencilerin aileleri ve sınıf rehber öğretmenleri tarafından akademik ve sosyal sorumluklar verebilir.
5. Lise öğrencilerinde sosyal medya kullanan bireylerin iletişim becerilerini geliştirmede özgüven geliştirici ve insanlarla yüz yüze paylaşımlarda bulunacağı sınıf içi ve dışı etkinlik ortamları sağlanabilir.
6. Lise öğrencilerinde sosyal medya yoluyla öğrenme etkinlikleri planlayacak yazılımlar geliştirilip, eğitim öğretim amaçlı sosyal medya araçlarının kullanılması sağlanabilir.
7. Lise öğrencilerinin teknoloji ve interneti kullanacağı etkinlikler planlanıp, bu etkinliklerin okullarda uygulanması sağlanabilir.
8. Velilere internet ve sosyal medya kullanımı konusunda eğitimler düzenlenerek öğrencilere bu konuda olumlu rol model olmaları sağlanabilir.

6. 2. 2. İleride Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler

1. Araştırma grubunun Giresun ilinde öğrenim gören ortaöğretim öğrencilerinden oluşması araştırmanın sınırlılığı olarak görülebilir. Bu nedenle araştırmaya daha farklı bölgelerde yaşayan öğrencilerin katılmasının çalışmaya farklı katkılar sağlayacağı düşünülebilir.
2. Araştırmada yer alan lise öğrencilerinde yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerileri ve psikolojik iyi olma arasındaki ilişkiyi içeren nitel bir çalışmanın yapılması literatürde var olan eksikliğin giderilmesinde fayda sağlayacaktır.
3. Üniversite öğrencileriyle benzer çalışmanın yapılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

7. KAYNAKLAR

- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M. and Bano, S. (2019). The impact of social media on learning behavior for sustainable education: Evidence of students from selected universities in pakistan. *Sustainability*, 11(6), 1-23.
- Acun, İ., Yücel, C., Belenkuyu, C. ve Keleş, S. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23(4), 559-602.
- Akar, E. (2010). Sanal toplulukların bir türü olarak sosyal ağ siteleri-bir pazarlama iletişimi kanalı olarak işleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 107-122.
- Akar, E. ve Karayel, M. (2008, Ekim). *Pazarlamada web 2.0 uygulamalarının yeri ve önemi*. 13. Ulusal Pazarlama Kongresi'nde sunulan bildiri, Nevşehir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Nevşehir.
- Akatay, A. (2003). Örgütlerde zaman yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 281-300.
- Akçınar, S. (2014). *Örgütsel zaman yönetimi ve etkin zaman kullanma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akdemir, T. N. (2013). *İlköğretim öğrencilerinin Facebook tutumları ile akademik erteleme davranışları ve akademik başarıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aydeniz, H. (2011). *Medyayı kavramak*. İstanbul: Nakış Ofset.
- Akgül, B. M. ve Karaküçük, S. (2015). Boş zaman yönetimi ölçeği: Geçerlik-güvenirlik çalışması. *International Journal of Human Sciences*, 12(2), 1867-1879.
- Akın, A. (2008). Psikolojik iyi olma ölçekleri (PİÖÖ): Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 8(3), 721-750.
- Akın, A. (2009). *Akılcı duygusal davranışçı terapi odaklı grupla psikolojik danışmanın psikolojik iyi olma ve öz-duyarlık üzerindeki etkisi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- 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.
- Alican, C. ve Saban, A. (2013). Ortaokul ve lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Ürgüp örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35(2), 1-14.
- Altun, S. A. (2011). Başarılı ilköğretim okulu müdürlerinin zaman yönetimi stratejileri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 17(4), 491-507.

- Amedie, J. (2015). The impact of social media on society. *Advanced Writing: Pop Culture Intersections*, 2, 1-19.
- Argın, S. F. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy örneği)* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aslam, S. (2018). *Twitter by the numbers: Stats, demographics & fun facts*. Retrieved June 26, 2018 from <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics>.
- Atalay, R. (2014). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki (Bahçelievler ilçesi örneği)* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ayer, F. D. (2016). *Evlilik doyumunun, eş deteği, evlilik iletişim şekilleri ve psikolojik iyi oluş ile ilişkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma: Anadolu üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 373-386.
- Balcı, Ş. and Tiryaki, S. (2014, June). *Facebook addiction among high scholl students in Turkey*. Paper presented at International Academic Conferences, Vienna, Austria.
- Balcı, N. (2018). *Lise öğrencilerinde çocukluk çağı travmaları ve yalnızlık düzeyi ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Baltaş, A. (2005). *Ekip çalışması ve liderlik*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Barak, A. (2018). *Sosyal medya kullanım motivasyonları üzerine karşılaştırmalı bir araştırma: Facebook, Twitter, Instagram örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Bardi, A. and Ryff, C. D. (2007). Interactive effects of traits on adjustment to a life transition. *Journal of Personality*, 75, 1-29.
- Basabe, N., Paez, D., Valencia, J., Gonzalez, J. L., Rimé, B. and Diener, E. (2002). Cultural dimensions, socioeconomic development, climate, and emotional hedonic level. *Cognition ve Emotion*, 16(1), 103-125.
- Başlar, G. (2008). *Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm*. http://content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/44660/38681/yeni_medya.pdf adresinden 25.12.2018 tarihinde erişilmiştir.
- Bayhan, P. ve Işıtan, S. (2010). Ergenlik döneminde ilişkiler: Akran ve romantik ilişkilere genel bakış. *Aile ve Toplum*, 5(20), 33-44.
- Bayraktar, F. ve Gün, Z. (2006). Incidence and correlates of internet usage among adolescents in North Cyprus. *CyberPsychology ve Behavior*, 10(2), 191-197.

- Beller, J. and Wagner, A. (2018). Loneliness, social isolation, their synergistic interaction, and mortality. *Health Psychology*, 37, 808-813.
- Beşenk, İ. (2018). *Sosyal medya platformlarının kullanımı ile gelişmeleri kaçırma korkusunun duygusal şemalarla olan ilişkisinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bilgin, Y. (2018). *Özel eğitim okullarında görev yapan öğretmenlerin çalışma yaşam kalitesi, psikolojik iyi oluş ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Body, D. M. and Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediate Communication*, 13, 210-230.
- Bor, H. A. (2018). *Ergenlerde sosyal medyaya yöneliktutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Buluş, M. (1997). Üniversite öğrencilerinde yalnızlık. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(3), 82-90.
- Campbell, R. L., Svenson, L. W. and Jarvis, G. K. (1992). Perceived level of stress among university undergraduate students in Edmonton, Canada. *Perceptual and Motor Skills*, 75(2), 552-554.
- Canbay, H. (2010). *Lise öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Cenkseven, F. (2004). *Üniversite öğrencilerinde öznel ve psikolojik iyi olmanın yordayıcılarının incelenmesi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Cenkseven, F. ve Akbaş, T. (2007). Üniversite öğrencilerinde öznel ve psikolojik iyi olmanın yordayıcılığının incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(27), 43-65.
- Christopher, J. C. (1999). Situating psychological well-being: Exploring the cultural roots of its theory and research. *Journal of Counseling and Development*, 77, 141-152.
- Cooper, H., Okamura, L. and McNeil, P. (1995). Situation and personality correlates of psychological well-being: Social activity and personal control. *Journal of Research in Personality*, 29, 395-417.
- Costa, P. T. Jr. and McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO personality inventory and NEO five-factor inventory (NEO-FFI) professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Cüceloğlu, D. (1997). *Yeniden insan insana*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Cüceloğlu, D. (2005). *İnsan ve davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çakır, S. Y. (2017). Sosyal medya dijital aktivist hareketler üzerine kurumsal bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 753-783.
- Çankaya, Z. C. (2009). Özerklik desteği, temel psikolojik ihtiyaçların doymu ve öznel iyi olma: Öz-belirleme kuramı. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(31), 23-31.
- Çatalbaş, S. (2018). *Whatsapp nasıl kuruldu: Whatsapp'ın kuruluş hikayesi*. <https://www.ozengen.com/whatsapp-nasil-kuruldu-whatsappin-kurulus-hikayesi> adresinden 12.04.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Çetinkanat, C. (1998). Öğretmen adayları ve müfettişlerin bakış açısından öğretmen iletişim becerileri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 14(14), 209-221.
- Çetinkaya, M. (2013). *İlköğretim öğrencilerinde internet bağımlılığının incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Coget, J. F., Yamauchi, Y. and Suman, M. (2002). The internet, social networks and loneliness. *It & Society*, 1(1), 180-201.
- Coşan, D. (2014). *An evaluation of loneliness*. Retrieved April 10, 2019 from https://www.futureacademy.org.uk/files/menu_items/other/ep13.pdf.
- Cheng, X., Dale, C. and Liu, J. (2008, June). *Statistics and social network of youtube videos*. Paper presented at the 16th International Workshop on Quality of Service, Enschede, Netherlands.
- Daşçı, E. (2015). *Bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin ebeveyn kontrolü ile akran ilişkileri ve akran baskısı arasındaki ilişkide aracılık rolünün incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Deci, E. L. and Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology*, 49(3), 182-185.
- Demir, A. ve Tarhan, N. (2001). Loneliness and social dissatisfaction in Turkish adolescents. *The Journal of Psychology*, 135(1), 113-123.
- Demir, C. ve Demir, N. (2006). Bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılmalarını etkileyen faktörler ile cinsiyet arasındaki ilişki: Lisans öğrencilerine yönelik bir uygulama. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6(1), 36-48.
- Demirci, İ. (2012). *Öğretme adaylarının öz bilgi ve psikolojik iyi olma düzeyleri arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Demircioğlu, Z. I. ve Köse A. G. (2018). Effects of attachment styles, dark triad, rejection sensitivity, and relationship satisfaction on social media addiction: A mediated mode. *Current Psychology*, 37, 1-15.

- Demirtaş, S. (2016). Okul yöneticilerinin psikolojik iyi olma ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişki (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Mevlana Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Deneve, K. M. and Cooper, H. (1998). The happy personality: A meta-analysis of 137 personality traits and subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 124(2), 197-229.
- Derin, S. ve Bilge, F. (2016). Ergenlerde internet bağımlılığı ve öznel iyi oluş düzeyi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 6(46), 35-51.
- Derman, O. (2008, Mart). *Ergenlerde psikososyal gelişim*. Adolesan Sağlığı II. Sempozyum'unda sunulan bildiri, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Desmal, A. (2017). The impact of using social media and internet on academic performance case study Bahrain Universities. *ICST Transactions on Scalable Information Systems*, 4, 1-12.
- DeWayne, M., Norman, R. and Schultz, Jr. (1983). Loneliness at adolescence: Correlates, attributions, and coping. *Journal of Youth and Adolescence*, 12(2), 95-100.
- Dilekmen, M., Başçı, Z. ve Bektaş, F. (2008). Eğitim fakültesi öğrencilerinin iletişim becerileri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 223-231.
- Diener, E. and Lucas, R. E. (1999). Personality and subjective well-being. In D. Kahneman, E. Diener & N. Schwarz (Eds.), *Well-being: Foundations of hedonic psychology* (pp.213-229). New York: Russell Sage Foundation.
- Dost, M. T. (2006). Üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 188-197.
- Doman, L. C. H. and Le Roux, A. (2010). The causes of loneliness and the factors that contribute towards it - A literature review. *Tydskrif vir Geesteswetenskappe*, 50(2), 216-228.
- Dökmen, Ü. (1994). *Sanatta ve günlük yaşamda iletişim çatışmaları ve empati*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Dökmen, Ü. (1997). *İletişim çatışmaları ve empati*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Efil, İ. (1999). *İşletmelerde yönetim ve organizasyon*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Ekşi, H., Erden, N., Erdoğan, H. ve Yılmaz, E. (2013). Ergenlerin kimlik oluşumunun facebook üzerinden incelenmesi: Nitel araştırma örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 295-313.
- Ekşioğlu, H. (2011). *İnanç veya dünya görüşüne sahip olma tarzıyla psikolojik iyi olma arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Eldeleklioğlu, J. (2008). Ergenlerin zaman yönetimi becerilerinin kaygı, yaş ve cinsiyet değişkenleri açısından incelenmesi. *İlköğretim Online*, 7(3), 656-663.
- Eni, Ş. (2017). *Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanma sıklığının yalnızlık algılarına etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Erdeğer, N. (2001). *Lise öğrencilerinin sosyal destek ve yalnızlık düzeylerinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Erdoğan, M. (2012). *Boş zaman etkinliği yapan ve yapmayan üniversite sınavına hazırlanan 12. sınıf öğrencilerinin test başarı ve kaygı düzeylerinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Eriş, F. (2018). *Mobil cihazlarda sosyal medya uygulamalarının adli bilişim açısından analizi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Eröz, S. S. ve Doğdubay, M. (2012). Turistik ürün tercihinde sosyal medyanın rolü ve etik ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 133-157.
- Erözkan, A. (2007). Üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerini etkileyen faktörler. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 26(26), 59-72.
- Erözkan, A. (2009). Ergenlerde yalnızlığın yordayıcıları. *İlköğretim Online*, 8(3), 809-819.
- Ersanlı, K. ve Balcı, S. (1998). İletişim becerileri envanterinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(10), 7-12.
- Eryılmaz, A. (2010). Ergenler için öznel iyi oluşu artırma stratejileri ölçeğinin geliştirilmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(33), 81-88.
- Erşen, Ç. (2018). *Hazır giyim sektöründeki lüks mağazaların sosyal medya kullanımı. Instagram üzerine karşılaştırmalı bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Esen, E. (2010). *Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Eskin, M. (2001). Ergenlikte yalnızlık, başatma yöntemleri ve yalnızlığın intihar davranışı ile ilişkisi. *Klinik Psikiyatri*, 4(5), 5-11.
- Eşigül, E. (2013). *Üniversite öğrencilerinin algıladıkları stres ile psikolojik iyi olma arasındaki ilişkide sosyal problem çözmenin aracı ve düzenleyici rolünün incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Flanagan, K. S., Erath, S. A. and Bierman, K. L. (2008). Unique associations between peer and social anxiety in early adolescence. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 37(4), 759-769.

- Field, A., Miles, J. and Field, Z. (2012). *Discovering statistics using*. London: Sage Publications Ltd.
- Gerlich, R. Ni., Browning, L. and Westermann, L. (2010). The social media affinity scale: Implications for education. *Contemporary Issues In Education Research*, 3(11), 35-42.
- Geçtan, E. (2014). *İnsan olmak*. İstanbul: Metis.
- Gediksiz, E. (2013). *Alçakgönüllülük ile psikolojik iyi olma arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Gershuny, J. (2011). *Time-use surveys and the measurement of national well-being*. Retrieved February 15, 2019 from https://www.timeuse.org/sites/ctur/files/public/ctur_report/4486/timeusesurveysandwellbein_tcm77-232153.pdf.
- Gökçe, D. ve Baskan, G. A. (2012). Eğitim denetçilerinin iletişim becerileri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(42), 200-211.
- Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Y kuşağının Whatsapp kullanımı üzerine bir inceleme. *TRT Akademi*, 3(6), 590-612.
- Gönen, Y. Ö. (2015). *Türk atasözlerinde sözlü iletişim unsurlarının sunumu* (Yayınlanmamış doktora tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Görkemli, H. N. (2017). Internet and social media usage of secondary school students in rural areas, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (1), 1-11.
- Güçlü, N. (2001). Zaman yönetimi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 25(25), 87-106.
- Gürbüz, M. ve Aydın, A. H. (2012). Zaman kavramı ve yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 1-20.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde iletişim kalitesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Gürültü, E. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Hacıfendioğlu, Ş. (2010). Sosyal paylaşım sitelerinde üye bağlılığı üzerine bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 56-71.
- Haliloğlu, S. (2008). *Ortaöğretim 9.sınıf öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri, bağlanma biçimleri ve işlevsel olmayan tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Malatya ili örneği)* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Haring, M. J., Stock, W. A. and Okun, M. A. (1984). A research synthesis of gender and social class as correlates of subjective well-being. *Human Relations*, 37(8), 645-657
- Hartley, P. (2010). *Kişiler arası iletişim* (Ü. Doğanay, M. A. Yamanoğlu, B. Şimşek, P. Özdemir, H. K. Şanlı & İ. Ö Taştan, Çev.) Ankara: İmge Kitapevi.

- Hassmen, P., Koivula, N. and Uutela, A. (2000). Physical exercise and psychological well-being: A population study in Finland. *Preventive Medicine*, 30(1), 17-25.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağıllığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32), 151-176.
- Horley, J. and Lavery, J. J. (1995). Subjective well-being and age. *Social Indicators Research*, 34(2), 275-282.
- Hou, S. I. (2017). Measuring social media active level (smactive) and engagement level (smengage) among professionals in higher education. *International Journal of Cyber Society and Education*, 10(1), 1-16.
- Huang, Y. T. and Su, S. F. (2018). Motives for Instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, 10(8), 77-99.
- Hung, H. and Lee, C. W. (2013). Relationship between ethnic backgrounds, family socioeconomic status, leisure participation, and psychological well-being. *Perceptual ve Motor Skills: Exercise ve Sport*, 117(2), 367-375.
- Işoraité, M. (2019). *Youtube social network, ecoforum*. Retrieved March 14, 2019 from <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/876>.
- Işık, U. (2007). *Medya bağıllığı teorisi doğrultusunda internet kullanımının etkileri ve internet bağıllığı* (Yayınlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Janet, M. and Phyllis, S. (2003). Loneliness and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 19, 659-671.
- Janta, H., Lugosi, P. and Brown, L. (2014). Coping with loneliness: A netnographic study of doctoral students. *Journal of Further and Higher Education*, 38(4), 553-571.
- Jenny, G. (1998). A review of loneliness: Concept and definitions, determinants and consequences. *Clinical Gerontology*, 8(1), 73-80.
- Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Kara, T. (2012). Sosyal medya üzerinde yeni nesil pazarlama ve Türkiye bilgi & iletişim hizmetleri endüstrisinde sosyal ağların kullanımına yönelik bir araştırma. *Global Media Journal Turkish Edition*, 2(4), 102-117.
- Karababa, A., Mert, A. ve Çetiner, P. (2018). Üniversite öğrencilerinde psikolojik iyi olmanın bir yordayıcısı olarak benlik ayırışması, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(2), 1235-1248.
- Karaca, A. A. (2015). *Serbest zaman katılımı, psikolojik iyi olma ve serbest zaman engelleri ile başatma stratejilerinin üniversite öğrencileri üzerinde incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Karahan, M. ve Önder, M. (2017). Yurttaş gazeteciliğinin ana akım medyaya etkisi: Whatsapp ihbar hatları örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(2), 164-180.

- Karasar, N. (2005). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kasımoğlu, N. (2015). Toplum yaşamında kurallar: Birey-kural ilişkisi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 138-156.
- Kaşıkçı, E. (2006). *Yüreğini bedenine yansıt: İmaj-iletişim beden dili*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Kaymak, G. (2012). *Sanal topluluklardaki sosyal ağlarda sosyalleşme ve güven sorunsalı: Ereğli örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Konya.
- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C. and Sacker, A. (2018). Social media use and adolescent mental health: Findings from the uk millennium cohort study. *E Clinical Medicine*, 6, 59–68.
- Kılınc, H. ve Sevim, S. A. (2005). Ergenlerde yalnızlık ve bilişsel çarpıtmalar. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 38(2), 67-89.
- Killeen, C. (1998). Loneliness: An epidemic in modern society. *Journal of Advanced Nursing*, 28(4), 762-770.
- Kircaburun, K., Demetrovics, Z. and Tosuntaş, Ş. B. (2018). Analyzing the links between problematic social media use, dark triad traits, and self-esteem, *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(2), 1-12.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H. and Moon, S. (2010). What is twitter, a social network or a news media? In M. Rappa, P. Jones, J. Freire & S. Chakrabarti (Ed.), *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web* (pp. 591-600). New York: ACM.
- Koçak, N. G. (2012). Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir'de bir uygulama (Yayınlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Koçer, M. (2012). Erciyes üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 18, 70-85.
- Koçyiğit, M. (2015). *Sosyal ağ pazarlaması; Marka bağımlılığı oluşturmada yeni bir pazarlama stratejisi*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Korkut, F. (2004). *Okul temelli önleyici rehberlik ve psikolojik danışma*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Köksal, Y. ve Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medya'nın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 323-337.
- Krause-Parello, C. (2008). Loneliness in the scholl setting. *The Journal of Scholl Nursing*, 24(2), 66-70.
- Kumcağız, H., Yılmaz, M., Çelik, S. B. ve Avcı, İ. A. (2011). Hemşirelerin iletişim becerileri: Samsun ili örneği. *Dicle Tıp Dergisi*, 38(1), 49-56.

- Kurar, İ. ve Baltacı, F. (2014). Halkın boş zaman değerlendirme alışkanlıkları: Alanya örneği. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 39-52.
- Kulidtod, R. C. and Pasagui, N. S. (2017). Effects of social networking media to the academic performance of the students. *2nd International Conference on Educational Management and Administration. Advances in Economics, Business and Management Research*, 45, 59-64. <https://doi.org/10.2991/coema-17.2017.11>
- Latiff, Z. A. and Safiee, N. A. S. (2015). New business set up for branding strategies on social media – Instagram. *Procedia Computer Science*, 72, 13–23.
- Li, C., Bernoff, J., Pflaum, C. and Glass, S. (2007). How consumers use social networks. *Forrester Research*, 21.
- Mackenzie, R. A. (1989). *Zaman tuzağı* (A. Güneri, Çev.). İstanbul: İlgı Yayınevi.
- Madell, D. and Muncer, S. (2004). Gender differences in the use of the internet by English secondary school children. *Social Psychology of Education*, 7(2), 229-251.
- Malkoç, A. (2011). *Öznel iyi oluş müdahale programının üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeylerine etkisi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Matthews, T., Danese, A., Wertz, J., Odgers, C. L., Ambler, A., Moffitt, T. E. and Arseneault, L. (2016). Social isolation, loneliness and depression in young adulthood: A behavioural genetic analysis. *Social Psychiatry and Psychiatry Epidemiology*, 51, 339–348.
- Mazman, G. and Usluel, Y. K. (2011). Gender differences in using social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 10 (2).
- Mavnacioğlu, K. (2009). İnternette Kullanıcıların Oluşturduğu ve Dağıttığı İçeriklerin Etik Açısından İncelenmesi: *Sosyal Medya Örnekleri, Medya ve Etik Sempozyumu* içinde (s.07-09).
- McWhirter, J. J. ve Acar, N. V. (2000). *Ergen ve çocukla iletişim: Öğretme, destekleme ve çocuk yetiştirme sanatı*. Ankara: US-A Yayıncılık.
- McWhirter, B. T., Besett-Alesch, T. M., Horibata, J. and Gat, I. (2002). Loneliness in high risk adolescents: The role of coping, self-esteem, and empathy. *Journal of Youth Studies*, 5(1), 69-84.
- McWhorter, K. (1988). *Study and thinking skills in college*. Boston: Scott Foresman Company.
- Moddy, E. J. (2001). Internet use and its relationship to loneliness. *Cyber Psychology ve Behavior*, 4(3), 393-401.
- Mutlu, B. ve Bazarıcı, S. (2017). Marka işbirlikleri için yeni bir alan: Youtube içerik üreticileri ve kanal toplulukları üzerine netnografik bir araştırma, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 27
- Nazlı, S. (2009). *Aile danışmanlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.

- Neto, R., Golz, N. and Polega, M. (2015). Social media use, loneliness, and academic achievement: A correlational study with urban high school students. *Journal of Research in Education*, 25(2), 28-37.
- Nowland, R., Necka, E. and Cacioppo, J. T. (2017). Loneliness and social internet use: Pathways to reconnection in a digital world? *Perspectives on Psychological Science*, 13(2), 1-18.
- Norton, E. A. (2018). *Outcomes of social media use in adolescents: positive and negative outcomes of social media use in adolescents* (Unpublished master's thesis). Winona State University, Minnesota.
- Nummila, M. (2015). *Successful social media marketing on Instagram*. Retrieved March 10, 2019 from https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/98853/Thesis_MIA+NUMMILA_FINAL.pdf?sequence=1.
- Orta, A. Z. (2009). *Etkili iletişim sürecinde kişilerarası iletişim becerileri ve yaratıcı drama uygulama örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Owen, F. K. ve Bugay, A. (2014). İletişim becerileri ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(2), 51-64.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Ökte, A. (2014). *Öğrencilerin zorbalık eğilimleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Sancaktepe örneği)* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özeltürkay, E. Y., Bozyiğit, S. ve Gülmez, M. (2017). Instagramdan alışveriş yapan tüketicilerin satın alma davranışları: Keşifsel bir çalışma. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(48), 175-198.
- Özen, Y. (2010). Kişisel sorumluluk bağlamında öznel ve psikolojik iyi oluş (Sosyal psikolojik bir değerlendirme). *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi (DÜSBED)*, 2(4), 46-58.
- Özer, K. (2006). *İletişimsizlik becerisi*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Özer, K. (2009). *Womm (ağızdan ağıza pazarlama) iletişimi ve msn (messenger) reklamları* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özer, M. A. (2019). *Eğitimde sosyal medyanın kullanımı* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özerbaş, M. A., Bulut, M. ve Usta, E. (2007). Öğretmen adaylarının algıladıkları iletişim becerisi düzeylerinin incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 8(1), 123-135.
- Özgen, C. (2000). *Etkili zaman yönetimi*. Ankara: Bilkent Üniversitesi Yayınları.

- Özşaker, M. (2012). Gençlerin serbest zaman aktivitelerine katılmama nedenleri üzerine bir inceleme. *Selçuk Üniversitesi Beden eğitimi ve Spor Bilim Dergisi*, 14(1), 126-131.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(1), 287-311.
- Perlman, D. and Peplau, L. A. (1984). Loneliness research: A survey of empirical findings. In L. A. Peplau & S. Goldston (Eds.), *Preventing the harmful consequences of severe and persistent loneliness* (pp. 13-46). U.S.A: Government Printing Office.
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D. and Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1), 1-8.
- Qualter, P., Brown, S. L., Rotenberg, J. J., Vanhalst, J., Harris, R. A., Goossens, L. and Munn, P. (2013). Trajectories of loneliness during childhood and adolescence: Predictors and health outcomes. *Journal of Adolescence*, 36, 1283–1293.
- Ranaei, S., Taghavi, M. R. and Goodarzi, M. A. (2016). The effect of loneliness on social networking sites use and its related behaviors. *Global Journal of Health Science*, 8(8), 162–171.
- Richardson, C., Faulkner, G., McDevitt, J., Skrinar, G., Hutchinson, D. and Piette, J. (2005). Integrating physical activity into mental health services for persons with serious mental illness. *Psychiatric Services*, 56(3), 324-331.
- Roberts, S. M. (1997). *Yaşamı ertelemeyin* (L. Kartal, Çev.). İstanbul: Okyanus Yayıncılık.
- Rokach, A. (2001). Strategies of coping with loneliness throughout the lifespan. *Current Psychology*, 20(1), 3–17.
- Roman Y., Nitza D. and Zeev F. (2019). Social media and loneliness- forever connected? *Higher Education Studies*, 9(2), 10-21.
- Rönka, A. R., Rautio, A., Koiranen, M., Sunnari, V. and Taanila, A. (2014). Experience of loneliness among adolescent girls and boys: Northern Finland Birth Cohort 1986 Study. *Journal of Youth Studies*, 17, 183–203.
- Rubin, K. H., Bukowski, W. M., Parker, J. G. and Bowker, J. C. (2008). Peer interactions, relationships, and groups. In W. Damon & R. M. Lerner (Eds.), *Child and adolescent development: An advanced course* (pp.141-181). Hoboken, NJ: Wiley.
- Sabbağ, Ç. ve Aksoy, E. (2011). Üniversite öğrencileri ve çalışanların boş zaman etkinlikleri: Adıyaman örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 10-23.
- Sabuncuoğlu, Z., Paşa, M. ve Kaymaz, K. (2010). *Zaman yönetimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz, M. (1998). *Örgütsel psikoloji*. İstanbul: Alfa Yayınları.

- Salihoğlu, T. (2016). *Kentsel yaşam kalitesinin yükseltilmesinde boş zaman aktivitelerinin rolü: İstanbul örneği* (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Santrock, J. W. (2014). *Ergenlik* (D. M. Siyez, Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Savcı, M. ve Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağıllık: internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığı yordayıcı etkisi. *Düşünen Adam*, 30, 202-216.
- Savcı, M. and Aysan, F. (2018). Interpersonal competence, loneliness, fear of negative evaluation, and reward and punishment as predictors of social media addiction and their accuracy in classifying adolescent social media users and non-users. *The Turkish Journal On Addictions*, 5(3), 431–471.
- Schmutte, P. S. and Ryff, C. D. (1997). Personality and well-being: Reexamining methods and meanings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 549–559.
- Seginer, R. and Lilach, E. (2004). How adolescents construct their future: The effect of loneliness on future orientation. *Journal of Adolescence*, 27(6), 625-643.
- Shensa, A., Sidani, J. E., Lin, L. Y., Bowman, N. D. and Primack, B. A. (2016). Social media use and perceived emotional support among us young adults. *Journal of Community Health*, 41(3), 541–549.
- Smith, J. (1998). *Daha iyi nasıl zaman yönetimi* (A. Çimen, Çev.). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Şahin, C. (2018). Social media addiction scale - student form: The reliability and validity study. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(1), 169-182.
- Şimşek, Ş. ve Çelik, A. (2009). *Zaman yönetimi ve yönetsel zamanda etkinlik*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Tallmer M. and Kutner, B. (1970). Disengagement and morale. *The Gerontologist*, 10, 317-320.
- Türk Dil Kurumu [TDK]. (2006a). *Zaman*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts ve arama = gts ve guid = TDK.GTS.5C9bc4591229f7.47528786 adresinden 08.02.2019 tarihinde edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu [TDK]. (2006b). *Rekreasyon*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_btsvearama=kelimeveguid=TDK.GTS.5ca23345028810.95172818 adresinden 16.02.2019 tarihinde edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu [TDK]. (2006c). *İletişim*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gtsvekelime=%C4%B0LET%C4%B0%C5%9E%C4%B0M adresinden 15.01.2019 tarihinde edinilmiştir.
- Telef, B. B. (2013). Psikolojik iyi oluş ölçeği: Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(3), 374-384.
- Telef, B. B., Ergün, E. ve Uzman, E. (2013). Öğretmen adaylarında psikolojik iyi oluş ve değerler arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Turkish Studies*, 8(12), 1297-1307.

- Tiryakioglu, F. and Erzurum, F. (2011). Use of social networks as an education tool. *Contemporary Educational Technology*, 2(2), 135-150.
- Togay, A., Akdur, T. E., Yetişken, İ. C. ve Bilici, A. (2013). Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı: Bir MYO deneyimi. M. Akgül, U. Çağlayan, E. Derman, A. Özgüt, M. Topakcı, R. Uyar, O. Oral, Ş. Akbunar, T. F. Kasalak, E. Sezgin, F. Yücel, H. Akar, U. Ercan (Ed.), *XIV. Akademik Bilişim Konferansı* içinde (s. 1001-1007). İstanbul: Bilgi Kitapevi.
- Tsai, C. C. and Lin, S. S. (2003). Internet addiction of adolescents in Taiwan: An Interview study. *CyberPsychology ve Behavior*, 6(6), 649-652.
- Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Tutar, H. (2013). *Zaman yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tütüncü, M. (2012). *Yönetici ve çalışanların psikolojik iyi olma ve stres düzeyleri açısından karşılaştırılması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). *Sosyal medya kültürü*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 52, 88-102.
- Unür, E. (2016). Geleneksel medyanın sosyal medyayı nasıl kullandığına ilişkin bir inceleme: Dizilerin twitter kullanımı. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(1), 153-170.
- URL-1, <https://www.slideshare.net/wearesocial/digitai-in-2018-in-western-asia-part-1north-86865983> We Are Social and Hootsuit. 05 Şubat 2019.
- URL-2, <https://digitalreport.wearesocial.com> We Are Social and Hootsuit. 02 Ocak 2019.
- URL-3, www.cambridgepython.pl/materialy/CP_wyklad_14_230108_1.pdf Messenger Ocak 2008.
- URL-4, <https://about.pinterest.com/tr> Pinterest. 21 Mart 2019.
- URL-5, <https://tr.foursquare.com/about> Foursquare.15 Mart 2019.
- Vural, Z. B. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3348-3382.
- Wenjuan, Z., Hong, Z. and Mingzhu, W. M. S. (2014). The role of the dark triad traits and two constructs of emotional intelligence on loneliness in adolescents. *Elsevier*, 75, 74-79.

- Wood, W., Rhodes, N. and Whelan, M. (1989). Sex differences in positive well-being: A consideration of emotional style and marital status. *Psychological Bulletin*, 106(2), 249-264.
- Yahyaoğlu, R. (2007). *Kurt kapanından huzur limanına*. İstanbul: Nesil.
- Yalçın, C. (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve yaşam doyumu ilişkisi: Selçuk Üniversitesi örneği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yaman, G. (2016). Yabancı dil olarak arapça öğretiminde whatsapp kullanımı. *International Journal of Contemporary Educational Studies*, 2(1), 37-47.
- Yamaner, E., Yamaner, G. ve Sarışık, D. (2018, Kasım). *Serbest zaman ilgilenim düzeyinin elit sporcuların yaşam doyumları üzerine etkisi*. 16. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi'nde sunulan bildiri, Spor Bilimleri Derneği, Antalya.
- Yaşar, M. R. (2007). Yalnızlık. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 237-260.
- Yavuzer, H. (2005). *Gençleri anlamak*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yavuzer, H. (2007). *Çocuk psikolojisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yavuzer, H. (2009). *Ana-baba ve çocuk*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yıldırım, T. (2018). *Şizofreni hastalarında içselleştirilmiş damgalanma ile yalnızlık arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İnönü Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Yıldız, M. A. and Duy, B. (2014). Adaptation of the short-form of the ucla loneliness scale (uls-8) to turkish for the adolescents. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 27, 194-203.
- Yılmaz, E., Yılmaz, E. ve Karaca, F. (2008). Üniversite öğrencilerinin sosyal destek ve yalnızlık düzeylerinin incelenmesi. *Genel Tıp Dergisi*, 18(2), 71-79.
- Yılmaz, M. G. (2012). *Ortaöğretim öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri ile utangaçlık düzeyleri arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yorulmaz, A. ve Eryılmaz, A. (2006). Ergen öznel iyi oluşunun özsaygı ve iyimserlik eğilimi ile ilişkisinin incelenmesi. *Ulusal*, 14, 56-57.
- Yücel, N. (2009). *Ergenlerin akran ilişkileri ve yalnızlık düzeylerinde evde internet kullanımının etkisinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yücel, N. ve Gürsoy, F. (2013). Ergenlerin akran ilişkileri ile yalnızlık düzeylerinde internet kullanımının etkisi. M. Kalkan ve C. Kaygusuz (Ed.), *İnternet bağımlılığı sorunlar ve çözümler* içinde (s.211-230). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Yüksel, F. (2007). İletişim becerilerine genel bir bakış. A. Kaya (Ed.), *İnsan ilişkileri ve iletişim* içinde (s. 32-55). Ankara: Pegem Akademi.

Zafarmand, N. (2010). *Halkla ilişkiler alanında yeni mecra ve uygulamaların yeri ve önemi: Sosyal medya ve Pr 2.0* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Zafarmand, N. (2015). *Yeni medya ve sanal ortam da halkla ilişkiler uygulamaları: İtibar yönetimi ve tüketici ilişkileri çerçevesinde bir inceleme* (Yayınlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.





8. EKLER

Ek 1. Kişisel Bilgi Formu

Sevgili öğrenciler;

Bu ölçek, yüksek lisans tez çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Aşağıda araştırma konusu ile ilgili tutumlarınızı belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Her bir ifadeyi okuduktan sonra, ifadeye ne derecede katıldığınızı ya da katılmadığınızı liste üzerindeki ayrılan yere işaretleyiniz. Araştırmanın geçerli ve güvenilir sonuçlar verebilmesi için ölçek maddelerine samimi yanıtlar vermeniz önem taşımaktadır. Vereceğiniz bilgiler yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılacağından adınızı yazmanıza gerek yoktur.

Katkılarınızdan dolayı çok teşekkür ederim.

Hakan KALE

KTÜ Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü

- 1)Cinsiyetiniz: () Kız () Erkek
- 2)Yaşınız:
- 3)Okul türünüz: () Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
 () Anadolu İmam Hatip Lisesi
 ()Anadolu Lisesi
 () Fen Lisesi
 () Sosyal Bilimler Lisesi
- 4)Sınıf düzeyiniz : () Hazırlık () 10.sınıf
 () 9.sınıf () 11.sınıf () 12.sınıf
- 5)Akademik durumunuzu nasıl değerlendirir siniz?
 ()Çok kötü ()Kötü ()Orta ()İyi ()Çok iyi
- 6)Gelir durumunuzu nasıl değerlendirirsiniz?
 () 0-1000 tl () 1000-2000 tl () 2000-3000 () 3000-5000 () 5000 ve üstü
- 7) Anne babanız birlikte mi? () Evet () Hayır
- 8)Anneniz sağ mı ? () Evet () Hayır

Ek 2. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği

Değerli öğrencimiz; Sizlerin, interneti kullanma amaçlarınızı belirlemek amacıyla bir araştırma yapmaktayım. Ölçme aracındaki cevaplarınız sadece bilimsel amaçlı kullanılacak, kişisel değerlendirme yapılmayacaktır. Sonuçların sağlıklı bir şekilde değerlendirilmesi için hiçbir ifadeyi boş bırakmayınız. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederim.

1. Cinsiyetiniz: Kız Erkek

2. Yaşınız: _____

3. Kaç yıldır interneti kullanıyorsunuz? _____

4. Günde ortalama kaç saat interneti kullanıyorsunuz?

1 saatten az 1-2 saat 3-4 saat 4 saatten fazla

5. Haftada ortalama kaç gün interneti kullanıyorsunuz?

1-2 gün 3-4 gün 5-6 gün Hergün

Ek 3. UCLA Yalnızlık Ölçeği

Aşağıdaki ölçekte kendinize ilişkin bir dizi ifade bulunmaktadır. Bu ifadelerde yer alan durumu ne sıklıkta hissettiğinizi ve yaşadığınızı gösteren cevaplardan hangisi size daha çok uyuyorsa o durumun altında yer alan parantezin içine bir çarpı (X) işareti koyunuz. Lütfen her soru için tek bir seçeneği işaretleyiniz ve hiçbir soruyu boş bırakmayınız.

		Hiç	Nadiren	Bazen	Her zaman
1	Arkadaşım yok.				
2	Başvurabileceğim hiç kimse yok.				
3	Kendimi grubun dışına itilmiş hissediyorum.				
4	Kendimi diğer insanlardan soyutlanmış hissediyorum.				
5	İstediğim zaman arkadaş bulabilirim.*				

Ek 4. Boş Zaman Yönetimi Ölçeği

Yönerge: Aşağıdaki ölçekte boş zamanlarınızı nasıl değerlendirdiğinize yönelik ifadeler bulunmaktadır. Sizin için hangi durum uygunsa onu karşılık gelen ifadeye (X) işareti koyunuz. Lütfen her soru için tek bir seçeneği işaretleyiniz ve hiçbir soruyu boş bırakmayınız.

Boş Zaman Yönetimi Ölçeği	Tamamen katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Hiç katılmıyorum
1-Boş zamanım için amaç belirlerim					
2-Boş zamanımda yapabileceklerimin listesini yaparım					
3-Boş zamanım için öncelikleri belirlerim.					
4-Boş zamanımı günlük veya haftalık olarak düzenlerim.					
5-Boş zaman aktiviteleri ile ilgili bilgiler toplarım					

Ek 5. İletişim Becerileri Ölçeği

YÖNERGE: Bu ölçek iletişimle ilgili bazı özelliklerinizi ölçmeye yöneliktir. Aşağıda sunulan ifadeleri, o ifadelerle ilgili genelde kendinizi nasıl bulduğunuzu düşünerek okuyunuz. İlişkilerimizdeki özelliklerimiz elbette kiminle, hangi koşullarda, ne zaman ilişkide bulunduğumuza bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. O nedenle ifadeleri genelde gösterdiğiniz tepkilere göre değerlendiriniz. Değerlendirmenizi 1-hiçbir zaman 2-nadiren, 3-bazen, 4-sıklıkla, 5-her zaman olmak üzere yaptıktan sonra ifadenin karşısındaki uygun yere (X) işareti koyarak belirtiniz. Hiç bir ifadeyi boş bırakmamanız sonuçları daha sağlıklı değerlendirmemize yarayacaktır. Teşekkür ederiz.

İfadeler	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Her zaman
1. İnsanları oldukları gibi kabul ederim.					
2. Düşüncelerimi istediğim zaman anlaşılır biçimde ifade edebilirim.					
3. Başkalarını önyargısız dinlerim.					
4. Yaşadığım olaylardaki duygularımı sözlerimle ve beden dilimle başkalarına iletebilirim.					
5. Karşımdakini dinlerken anlamadığım bir ayrıntı olduğunda konunun açığa kavuşması için sorular sorarım.					

Ek 6. Psikolojik İyi Olma Ölçeği

Aşağıda kendiniz ve yaşamınız hakkında hissettiklerinizle ilgili bir dizi ifade yer almaktadır. Lütfen doğru veya yanlış cevap olmadığını unutmayınız. Her bir cümleye katılma ya da katılmama durumunuzu en iyi şekilde gösteren numarayı işaretleyiniz.

		Hiç katılmıyorum	Çoğunlukla katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kısmen katılıyorum	Çoğunlukla katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1	Çoğu insan beni sevecen ve şefkatli biri olarak görür.	1	2	3	4	5	6
2	Bazen çevremdeki insanlara daha fazla benzemek için davranış ve düşünce tarzımı değiştiririm.	1	2	3	4	5	6
3	Genellikle yaşamımdaki olaylardan sorumlu olduğumu hissedirim.	1	2	3	4	5	6
4	Ufkumu genişletecek aktivitelerle ilgilenmem.	1	2	3	4	5	6
5	Geçmişte yaptıklarımı ve gelecekte yapmak istediklerimi düşündüğümde kendimi iyi hissedirim.	1	2	3	4	5	6

Ek 7. İzin Belgesi



T.C.
GİRESUN VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 29409993-605.01-E.3200675
Konu : Araştırma İzni
(Hakan KALE)

13.02.2019

VALİLİK MAKAMINA

- İlgi : a) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğünün 2017/25 nolu Genelgesi.
b) Trabzon Üniversitesinin 06.02.2019 tarih ve 2527785 DYS kayıtlı yazısı.

Trabzon Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans programı öğrencisi Hakan KALE, "Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı Amacı ile Yalnızlık, Zaman Yönetimi, İletişim Becerisi ve Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" konulu araştırma yapmak istemektedir. Çalışma, Giresun İlindeki Tüm Ortaöğretim öğrencileriyle gerçekleştirilecektir. İlgili (b) yazı ile eklerinin (a) Genelge kapsamında incelenmesi sonucu oluşturulan "Araştırma Değerlendirme Komisyonu Raporu" ekte sunulmuştur.

Söz konusu çalışmanın yukarıda sözü edilen öğrencilerle 10.02.2019 - 07.06.2019 tarihleri arasında, Müdürlüğümüzce mühürlenmiş ve ekte sunulan veri toplama araçlarını kullanarak; tüm çalışmaların okul yönetiminin sorumluluğunda/gözetiminde yürütülmesi, yapılacak çalışmaların eğitim öğretim faaliyetlerini aksatmadan, okul yönetiminin planlayacağı çalışma takvimine göre yapılması, çalışmalara katılımın gönüllülük esasına dayalı olarak sağlanması, uygulama ile toplanacak verilerin sadece bu araştırma dâhilinde kullanılması ve araştırma sonucunun Müdürlüğümüz AR-GE Birimine basılı veya elektronik doküman olarak teslim edilmesi koşulları ile gerçekleştirilmesinde herhangi bir sakınca olmaması Müdürlüğümüzce uygun değerlendirilmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde, olurlarınıza arz ederim.

Ergin AYBAR
Müdür a.
Müdür Yardımcısı

OLUR
13.02.2019
Ertuğrul TOSUNOĞLU
Vali a.
İl Millî Eğitim Müdürü

Güvenli Elektronik İmza
Aslı ile Aynıdır
16.02.2019
K
Kezban AKDOĞAN
Şef

Adres: Hükümet Konağı A/Blok Kat:1
Elektronik Ağ: arge28@meb.gov.tr
e-posta: kakdogan@hotmail.com

Bilgi için: Kezban Akdoğan-184
Tel: 0 (454) 215 75 25
Faks: 0 (454) 215 75 22

Ek 8. Etik Kurul Onayı**T.C.
TRABZON ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
GENEL SEKRETERLİK**

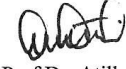
Sayı / Ref. : 81614018-64
Konu / Subj. :Etik Kurul Belgesi

06.12.2018

Sayın, Hakan KALE

“Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanım Amacı ile Yalnızlık, Zaman Yönetimi, İletişim Becerisi ve Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı yüksek lisans tezi çalışmanız için gerekli olan Etik Kurul incelemesi Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından yapılmış olup, çalışmanıza onay verilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.



Prof.Dr. Atilla ÇİMER

Rektör a.

Rektör Yardımcısı

Ek 9. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Ölçek İzni

Fwd: Re: Ölçek izni Gelen Kutusu X

zehranesrin@ktu.edu.tr
Alıcı: ben

31 Ekim Çar 13:38

----- Original Message -----
From: Esra Eren <eeren@ogu.edu.tr>
To: zehranesrin@ktu.edu.tr
Sent: Çar, Eki 31, 2018, 09:23 AM
Subject: Re: Ölçek izni

Merhabalar,

Ölçeği ekte gönderiyorum.

Sosyal medya araçlarının günümüzde yaygın kullanılan araçlara göre güncellenmesi gerekiyor.

İyi çalışmalar dilerim.

Kimden: zehranesrin@ktu.edu.tr
Kime: "eeren" <eeren@ogu.edu.tr>
Gönderilenler: 25 Ekim Perşembe 2018 18:52:29
Konu: Ölçek izni

Merhaba Hocam,

Ek 10. UCLA Yalnızlık Ölçeği Ölçek İzni

← 📧 📧 📧 📧 📧 📧 📧 470 ileti dizisinden 1. < > ⋮

Fwd: Re: ölçek izni 📧 Gelen Kutusu x ⌵ 🖨

zehranesrin@ktu.edu.tr 14 Kasım Çar 10:00 (7 gün önce)

----- Özgün ileti ----- Konu: Re: ölçek izni Tarih: 2018-11-14 10:27 Gönderen: AHMET AKIN <ahmet.akin@medeniyet.edu.tr> Alıcı: "zehranesrin@ktu.edu.tr" <z

zehranesrin@ktu.edu.tr 20 Kasım Sal 20:53 (1 gün önce) ☆ ↶

Alıcı: ben ▾

----- Özgün ileti -----
 Konu: Ynt: ölçek izni
 Tarih: 2018-11-14 13:54
 Gönderen: Yrd.Doç.Dr.Mehmet Ali YILDIZ <malivildiz@adiyaman.edu.tr>
 Alıcı: "zehranesrin@ktu.edu.tr" <zehranesrin@ktu.edu.tr>

Merhaba hocam,
 Ölçeğimizi çalışmanızda kullanmanızdan memnuniyet duyarım.
 Ölçek ekte yer almaktadır. İyi çalışmalar dilerim.
 Doç.Dr.Mehmet Ali YILDIZ

GÖNDEREN: zehranesrin@ktu.edu.tr <zehranesrin@ktu.edu.tr>
 GÖNDERİLDİ: 12 Kasım 2018 Pazartesi 19:27:05
 KİME: Yrd.Doç.Dr.Mehmet Ali YILDIZ
 KONUS: ölçek izni

Merhaba
 Hocam,"Lise Öğrencilerinde sosyal medya kullanım amacı ile
 Yalnızlık,
 zaman yönetimi, iletişim becerisi ve psikolojik iyi olma arasındaki

Ek 11. Boş Zaman Yönetimi Ölçeği Ölçek İzni

Fwd: Re: Gelen Kutusu X

zehrane@ktu.edu.tr 29 Ekim Pzt 21:15 ☆ ↶ ⋮

Alıcı: ben ▾

----- Original Message -----

From: BEYZA MERVE AKGÜL <beyzakgulgazi@gmail.com>

To: zehrane@ktu.edu.tr

Sent: Pts, Eki 29, 2018, 09:48 AM

Subject: Re:

Merhaba, ölçeği kullanabilirsiniz. Çalışmalarınızda başarılar dilerim.

25 Eki 2018 Per, saat 18:48 tarihinde <zehrane@ktu.edu.tr> şunu yazdı:

Merhaba Hocam,

"Lise Öğrencilerinde sosyal medya kullanım amacı ile Yalnızlık, Zaman Yönetimi, İletişim Becerisi ve Psikolojik İyi Olmayı" incelediğimiz tez ve proje çalışmamız için "Boş Zaman Ölçeğini" izniniz olursa kullanmak istiyoruz. Saygılarla...

Got it, thanks! Received, thank you. Very nice!

Yanıtla Yönlendir

Ek 12. İletişim Becerileri Ölçeği Ölçek İzni

470 ileti dizisinden 25. < > ⚙️

Fwd: Re[3]: Gelen Kutusu X 🖨️ 📧

zehranesrin@ktu.edu.tr
Alioç ben ▾

📧 31 Ekim Çar 13:41 ☆ ↶ ⋮

----- Original Message -----

From: Fidan KORKUT <korkut@hacettepe.edu.tr>
To: zehranesrin@ktu.edu.tr
Sent: Sal, Eki 30, 2018, 04:14 PM
Subject: Re: Re[2]:

Merhaba Zehra Nesrin

Dönem başlarında lisans öğrencileri iletişim konusunda çalışma yapmak istedikleri için sık eposta yazıyorlar. Ders ödevi, tez ve proje için istediklerini belirtiyorlar. Doğrusu senin epostanı da onlardan birisi sandım. Onlara İBDÖ'ü iletmemin nedeni ölçeğin tek boyutlu olması ve değerlendirilmesinin onlar için daha kolay olması..

Ancak kendi çalışmalarını kullanacaklarsa YL ve doktora öğrencilerine ve öğretim üyelerine yeni ve çok boyutlu olduğu için İBO'yü öneriyorum. Ekte onu da iletiyorum.

İyi çalışmalar dilerim
FKO

On 10/29/18 03:10 PM, zehranesrin@ktu.edu.tr wrote:

Ek 13. Psikolojik İyi Olma Ölçeği Ölçek İzni

Fwd: Re: ölçek izni Gelen Kutusu x 🔍 🖨️ 📧 📌

zehranesrin@ktu.edu.tr 14 Kas 2018 10:00 ☆ ↶ ⋮ ✓

Alıcı: ben ▾

----- Özgün ileti -----

Konu: Re: ölçek izni
Tarih: 2018-11-14 10:27
Gönderen: AHMET AKIN <ahmet.akin@medeniyet.edu.tr>
Alıcı: "zehranesrin@ktu.edu.tr" <zehranesrin@ktu.edu.tr>

Merhaba Hocam ölçek ektedir iyi çalışmalar diliyorum

Android için Outlook [1] uygulamasını edinin

On Wed, Nov 14, 2018 at 10:05 AM +0300, "zehranesrin@ktu.edu.tr" <zehranesrin@ktu.edu.tr> wrote:

> MerhabaHocam,
> "Lise Öğrencilerinde sosyal medya kullanım amacı ile Yalnızlık,
> zaman
> yönetimi, İletişim becerisi ve psikolojik iyi olma arasındaki
> ilişkinin
> incelendiği" tez ve proje çalışmamız için "Psikolojik İyi Olma"
>
> ölçeğinizi izniniz olursa kullanmak istiyoruz. Saygılarımla...
>
> Dr. Öğr. Üyesi Zehra Nesrin BİROL

9. ÖZGEÇMİŞ VE İLETİŞİM BİLGİLERİ

1989 yılında Ordu da doğdu. İlköğretim eğitimi Ordu Fatsa Yalıköy İlköğretim Okulunda, ortaöğretim eğitimini ise Ordu Lisesinde tamamladı. 2013 yılında Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü Rehberlik Ve Psikolojik Danışmanlık programından bölüm 3.sü olarak mezun oldu. 2013 yılında Giresun Yağlıdere Anadolu Lisesine Rehber Öğretmen olarak atandı. 6 yıllık meslek hayatını burada sürdürmektedir.

Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalına 2014 yılında kaydolun araştırmacı 2015 yılından beri yüksek lisans eğitimine devam etmektedir.

İLETİŞİM BİLGİLERİ

Adres : 2 nolu Sokak Koç Apt.4.Kat No:17 Espiye/GİRESUN

E-Posta : hakan52kale@gmail.com

Tel : +90 537 432 02 02