



T.C.

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KLİNİK OLMAYAN ÖRNEKLEMDE SOSYAL MEDYA  
BAĞIMLILIĞININ SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE İLETİŞİM  
BECERİLERİ İLE ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**Berna ERDOĞAN**

**Tez Danışmanı**  
**Doç. Dr. Işıl Göğcegöz**

**İSTANBUL-2019**

T.C.  
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

KLİNİK OLMAYAN ÖRNEKLEMDE SOSYAL MEDYA  
BAĞIMLILIĞININ SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE İLETİŞİM  
BECERİLERİ İLE ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Berna ERDOĞAN  
174102061

Tez Danışmanı  
Doç. Dr. Işıl Göğcegöz

İSTANBUL-2019



T.C.  
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

GENEL BİLGİLER

Öğrenci No	: 174102061
Öğrenci Adı Soyadı	: Berna ERDOĞAN
Anabilim Dalı	: Klinik Psikoloji
Tez Danışmanı	: Doç. Dr. Işıl GÖĞCEGÖZ
Tezin Başlığı	: KLİNİK OLMAYAN ÖRNEKLEMDE 18-60 YAŞ ARASI BİREYLERDEKİ SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE İLETİŞİM BECERİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

TEZ SAVUNMA SINAVI TUTANAĞI

Toplantı Tarihi	: 25.12.2019	Saati	: 13:00
Öğrenci Savunmaya	: <input checked="" type="checkbox"/> GELDI		
Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili hükümleri uyarınca tez bilimsel olarak incelenmiş, adayın tez çalışmasını sunmasının ardından, adaya tez çalışması ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonunda adayın tez çalışmasıyla ilgili aşağıdaki kararı,			
<input checked="" type="checkbox"/> OY BİRLİĞİ <input type="checkbox"/> OY ÇOKLUGU			
<input checked="" type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavında adayın başarılı bulunması sonucunda tez <b>KABUL</b> edilmiştir.			
<input type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavı sonucunda tezin <b>DÜZELTİLMESİ</b> için ..... ay <b>EK SÜRE</b> verilmesinin Enstitü Müdürlüğüne önerilmesi kararı alınmıştır. (en fazla 3 ay)			
<input type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavının sonucunda tezin <b>REDDEDİLMESİ</b> kararı alınmıştır.			
Savunmada Tezin Başlığı	: <input type="checkbox"/> Değişmedi. <input checked="" type="checkbox"/> Değişti.		
Tezin Yeni Başlığı	: <del>KLİNİK OLMAYAN ÖRNEKLEMDE SOSYAL MEDYA</del> BAĞIMLILIĞININ SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE İLETİŞİM BECERİLERİ İLE ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ		
Öğrenci Savunmaya	: <input type="checkbox"/> GELMEDI		
Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili hükümleri uyarınca yukarıda belirtilen tarih ve saatte Tez Savunma Jürisi toplanmış ancak ilgili öğrenci savunma sınavına gelmemiştir. Adayın tez çalışmasını Jüri önünde sunmadığı için yapılan değerlendirmeler sonunda adayın tez çalışmasıyla ilgili aşağıdaki kararı,			
<input type="checkbox"/> OY BİRLİĞİ ile <b>REDDEDİLMİŞTİR.</b>			

ile almıştır.

Tez Sınavı Jürisi	Unvanı, Adı Soyadı	İmza
Danışman Üye	Doç.Dr. Işıl GÖĞCEGÖZ	
Üye	Doç.Dr. Eylem ÖZTEN	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Erkal Erzincan	

## **Yemin Metni**

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum ‘‘Klinik Olmayan Örnekleme Sosyal Medya Bağımlılığının Sosyal Görünüş Kaygısı ve İletişim Becerileri İle Arasındaki İlişkinin İncelenmesi’’ adlı çalışmanın tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

**Tarih**

.../.../.....

Berna Erdoğan

## TEŞEKKÜR

Eğitim hayatım süresince beni olabildiğince desteklemeye çalışan, her anlamda yanımda olduklarını hissettiğim aile üyelerim; değerli babam Memduh ERDOĞAN'a, kıymetli annem Őenay ERDOĞAN'a ve canım kardeőim Őeyma ERDOĞAN'a,

Yüksek lisans tezim için ilk gün itibariyle bilgilendirmeleri ve yol gösterme çabaları için tez danıőmanım değerli hocam Doç.Dr.Işıl GÖĞCEGÖZ'e,

Araştırmayı gerçekleőtirdiđim süreçte beni motive eden, alan çalışmasında, sahada desteklerini esirgemeyen bütün arkadaşlarıma ve yakın çevremdeki insanlara teőekkürü borç bilir, saygılarımı sunarım.

## ÖZET

# KLİNİK OLMAYAN ÖRNEKLEMDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE İLETİŞİM BECERİLERİ İLE ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Berna Erdoğan

Aralık 2019

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Doç. Dr. Işıl Göğcegöz

Bu araştırmada klinik olmayan örnekleme sosyal medya bağımlılığının sosyal görünüş kaygısı ve iletişim becerileri ile arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu araştırmaya 149 kadın ve 111 erkek olmak üzere toplam 260 kişi katılmıştır. Çalışma kapsamında katılımcılara “Sosyodemografik Bilgi Formu”, “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği”, “Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği” ve “İletişim Becerileri Ölçeği” uygulanmıştır.

Yapılan analizler sonucunda sosyal medya bağımlılığının alt boyutlarından olan sanal tolerans ve sanal iletişim oranları arttıkça kişilerin iletişim becerilerinde azalma, sosyal görünüş kaygısı oranlarında ise artma olduğu tespit edilmiştir. Sosyal görünüş kaygısı oranları arttıkça sanal iletişim oranları ve empati azalmaktadır. Bunun yanında Sosyal medya bağımlılığı oranı arttıkça iletişim becerileri ölçeği alt boyutu olan kendini anlama-kendini açma ve beden dili kullanımı oranlarında azalma olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca beden dili kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı erkeklere kıyasla kadınlarda daha yüksek bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinde diğer eğitim durumlarına oranla sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Literatür incelemesi sonucunda sosyal medya bağımlılığı, sosyal görünüş kaygısı ve iletişim becerileri ile ilgili çalışmaların yetersiz olduğu görülmüştür. Elde edilen bu sonuçların literatüre olumlu yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Görünüş Kaygısı, İletişim Becerileri

## ABSTRACT

### INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL APPEARANCE ANXIETY ON SOCIAL MEDIA ADDICTION IN NON- CLINICAL SAMPLE COMMUNICATION SKILLS

Berna Erdoğan

December 2019

Master's Thesis

Supervisor: Doç. Dr. Işıl Gögcegöz

The aim of this study is to investigate the relationship between Social Appearance Anxiety on Social Media Addiction in Non-Clinical Sample Communication Skills. 149 women and 111 men, totally 260 people participated in this study. ‘‘Sociodemographic Information Form’’ , ‘‘Social Media Addiction Scale’’ , ‘‘Social Appearance Anxiety Scale’’ and ‘‘Communication Skills Scale’’ were applied to the participants.

As a result of the analyzes, it was found that as the virtual tolerance and virtual communication rates which are one of the sub-dimensions of social media addiction increased, the communication skills of the individuals decreased and social appearance anxiety rates increased. As social appearance anxiety rates increased, virtual communication rates and empathy decreased. In addition, as the social media addiction rate increased, it was found that there was a decrease in the rates of self-understanding, self-disclosure and body language usage which are the sub-dimensions of communication skills scale. Moreover, body language use and social media addiction were higher in women than men. It was confirmed that university students had higher social media addiction and social appearance anxiety than other educational backgrounds.

As a result of the literature review, it was found that studies on social media addiction, social appearance anxiety and communication skills were insufficient. These results are thought to contribute positively to the literature.

**Keywords:** Social Media Addiction, Social Appearance Anxiety, Communication Skills

# İÇİNDEKİLER

## Sayfa No

Yemin Metni .....	i
Teşekkür.....	ii
Özet.....	iii
Abstract.....	iv
İçindekiler .....	v
Kısaltmalar Dizini.....	viii
Simgeler Dizini .....	ix
Tablolar Dizini.....	x
Şekiller Dizini.....	xi
<b>BÖLÜM I: GİRİŞ</b> .....	1
1.1. Problem Tanımı .....	1
1.2. Araştırmanın Amacı .....	2
1.3. Araştırmanın Önemi .....	3
1.4. Araştırma Soruları ve Hipotezleri .....	4
1.5. Araştırmanın Sayıltıları .....	5
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	5
1.7. Araştırmaya İlgili Terimler .....	6
<b>BÖLÜM II: GENEL BİLGİLER</b> .....	7
2.1. Sosyal Medya Kavramı .....	7



2.1.1. Sosyal Medya Özellikleri .....	8
2.1.2. Sosyal Medya Kullanımının Yararları .....	10
2.1.3. Sosyal Medya Kullanımının Zararları .....	11
2.2. Bağımlılık .....	13
2.2.1. Bağımlılık Türleri .....	14
2.2.2. Sosyal Medya Bağımlılığı .....	16
2.2.3. Sosyal Medya Bağımlılığının Yaygınlığı .....	19
2.2.4. Sosyal Medya Bağımlılığının Etiyolojisi .....	22
2.2.5. Sosyal Medya Bağımlılığı Tanı Kriterleri .....	23
2.2.6. Sosyal Görünüş Kaygısı - Sosyal Medya İlişkisi .....	24
2.2.7. İletişim Becerileri - Sosyal Medya İlişkisi .....	25
<b>BÖLÜM III: YÖNTEM .....</b>	<b>26</b>
3.1. Araştırma Grubu .....	26
3.2. Araştırmaya Dâhil Olma Özellikleri .....	26
3.3. Veri Toplama Araçları .....	27
3.3.1. Sosyodemografik Bilgi Formu .....	27
3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği .....	27
3.3.3. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği .....	28
3.3.4. İletişim Becerileri Ölçeği .....	28
<b>BÖLÜM IV: BULGULAR .....</b>	<b>29</b>
<b>BÖLÜM V: TARTIŞMA .....</b>	<b>50</b>
<b>BÖLÜM VI: SONUÇ .....</b>	<b>55</b>

<b>KAYNAKÇA</b> .....	57
<b>EKLER</b> .....	61
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	70



## KISALTMALAR DİZİNİ

- DSM** : The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı)
- EİBÖ** : İletişim Becerileri Ölçeği
- KV** : Kruskall Wallis Testi
- SMBÖ-YF** : Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği
- SGKÖ** : Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği
- TDK** : Türk Dil Kurumu
- TÜİK** : Türkiye İstatistik Kurumu

## SİMGELER DİZİNİ

<i>n</i>	: Örneklem Sayısı
<i>p</i>	: Anlamlılık Düzeyi
<i>r</i>	: Korelasyon Kuvveti
<i>ss</i>	: Standart Sapma
<i>rho</i>	: Korelasyon Katsayısı
<i>T</i>	: T Testi Değeri
<i>Z</i>	: Man Whitney U Katsayısı
%	: Yüzde

## TABLolar DİZİNİ

<b>Tablo 1:</b> Demografik Bilgilere Dair Tanımlayıcı Bulgular .....	29
<b>Tablo 2:</b> Sosyal Medya Kullanımına Dair Tanımlayıcı Bilgiler.....	31
<b>Tablo 3:</b> Katılımcıların Ölçek ve Alt Ölçeklerden Aldıkları Puanların Ortalamaları....	32
<b>Tablo 4:</b> Ölçekler ile Alt Ölçekler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi .....	33
<b>Tablo 5:</b> Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Cinsiyet Açısından Karşılaştırılması.....	35
<b>Tablo 6:</b> Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Eğitim Durumu Açısından Karşılaştırılması.....	36
<b>Tablo 7:</b> Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Yaş Açısından Karşılaştırılması.....	38
<b>Tablo 8:</b> Katılımcıların YDEHÖ, EGSÖ ve Alt Boyut Puanlarının Medeni Durum Açısından Karşılaştırılması.....	40
<b>Tablo 9:</b> Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Yaşadıkları Kişiler Açısından Karşılaştırılması.....	42
<b>Tablo 10:</b> Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının İnternet Kullanımı Saati Açısından Karşılaştırılması.....	44
<b>Tablo 11:</b> Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amaçları Açısından Karşılaştırılması .....	46
<b>Tablo 12:</b> Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Sosyal Medyayı Kullanım Ortamları Açısından Karşılaştırılması .....	48

## ŞEKİLLER DİZİNİ

<b>Şekil 1:</b> Türkiye'nin Dijital İstatistiksel Göstergesi .....	20
<b>Şekil 2:</b> İstatistiksel Göstergelerde Yıllık Değişim .....	20
<b>Şekil 3:</b> Medyada Harcanan Zaman .....	21
<b>Şekil 4:</b> Sosyal Medyanın Kullanım Alanları.....	22



# BÖLÜM I

## GİRİŞ

### 1.1. Problem Tanımı

Teknolojinin hızlı şekilde gelişmesi ve her geçen gün kendisini güncelleyerek ilerlemesi bireylerin ondan ayrı kalma veya uzak durabilme sürelerini azaltmaktadır. Teknolojinin hızlı ilerlemesi en çok kendisini internet ortamı ile yansıtmıştır. Kişiler bu hızlı akış ve durumdan kendilerini uzak tutamamakta ve bu durum bağımlılık noktasında ilerlemektedir. Kişilerin sosyal, gündelik hayatları da bundan oldukça etkilenmekte ve işlevsellik seviyeleri değişkenlik göstermektedir (Tektaş, 2014).

Teknolojik araçlar kişilerin hayatının her alanında aktif şekilde bulunmaktadır. Kişiler çok sayıda olan teknolojik araçlarla beraber, mobil cihazlarla beraber hayatın içinde daha pasif oldukları konumdan daha aktif olabilecekleri bir sürece geçiş yapmışlardır. Bu durum da kişilerin daha fazla internet ortamına bağlı kalabilmelerine sebep olmuştur (Şahin & Yağcı, 2017).

Internet World Stats (2017)'in çalışmasında incelediği internet kullanım istatistikleri şu şekilde karşımıza çıkmaktadır.

- Tüm dünyada internet kullanan kişi sayısı 3 milyar 732 milyondur.
- Türkiye’de internet kullanımı olan kişilerin oranı %61,2 iken internet kullanan bireylerin %82,4’ü sosyal medya kullanımını aktif şekilde gerçekleştirmektedir.

Yapılan çalışmanın sonuçları incelendiğinde, diğer ülkelere oranla Türkiye'deki sosyal medya kullanımı ve internet kullanımının yüksek oranda olduğu karşımıza çıkmaktadır (Şahin & Yağcı, 2017).

İnternet kullanımının zaman içerisinde artış göstermesi, yaygınlaşması topluma ait olan bireylerin hepsini etkilemiş olsa da bu durumdan yüksek oranda Y ve Z kuşağının etkilendiğini söylemek mümkündür. Yaşamlarındaki ilk gün itibariyle teknoloji çağına

doğmuş olan gençler sosyal medya kullanımını alanında aktif şekilde rol almaktadırlar (Ünlü, 2018).

Sosyal medya bilinen klasik medyadan farklı olarak kişilerin kendileri ile ilgili kendi istekleri doğrultusunda içerik oluşturabilme imkanı sağlamaktadır. Bu durum kişilerin kendilerine yönelik olan algısını da yeniden şekillendirmekte ve sosyal görünüşleriyle ilgili değerlendirmelerine sebep olmaktadır. Kişiler sosyal medyada kendilerine ait video, fotoğraf paylaşımı yapabilmekte ve kontrol mekanizmasını kendileri yönetebilmektedir (Waters, 2010).

Günümüzde kişilerin birbirleriyle iletişime geçebilmelerindeki en hızlı yol sosyal medya olmaktadır. Kişiler sosyal medya aracılığı ile diğerleri ile daha fazla iletişim kurarak iletişimle ilgili becerilerinde değişimlere sebep olmaktadır. Buradaki kurulan iletişim yüz yüze kurulan iletişimden daha farklı olduğu için kişiler iletişim noktasında kendilerini ifade etmekten sosyal yaşamda biraz daha geri kalabilmektedirler. Kişilere sağladığı imkanlar değerlendirildiğinde sosyal medya araçları kişilerin birçok ihtiyacını karşılayarak kişinin kendini geliştirebilmesine de olanak sağlayabilmektedir (Tektaş, 2014: 852).

## **1.2. Araştırmanın Amacı**

Gerçekleştirilmesi planlanan bu tez çalışmasında sosyal medya bağımlılığının sosyal görünüş kaygısı ve iletişim becerileri ile olan ilişkisinin incelenmesi hedeflenmektedir. Geniş tutulan yaş aralığı ile de yaş seviyelerine göre de sosyal medya kullanımının etkileri incelenmek istenmektedir.

Gerçekleştirilmesi planlanan bu tez çalışmasında sosyal medya bağımlılığının sosyal görünüş kaygısı ve iletişim becerileri ile olan ilişkisinin incelenmesi hedeflenmektedir. Geniş tutulan yaş aralığı ile de yaş seviyelerine göre de sosyal medya kullanımının etkileri incelenmek istenmektedir.

Kişiler artık sosyal çevrelerini bir bakıma da sosyal medya çerçevesinde çizmektedir. Günlük olarak kişilerin kendilerine ayırdıkları zaman dilimi değerlendirildiğinde büyük kısmının sosyal medya çerçevesinde şekillendiğini



düşünebiliriz. Bu düşünceden hareketle bu geçirilen zamanın etkileri, yansımaları üzerine araştırmanın şekillenmesi hedeflenmektedir.

Son zamanlarda artan iletişim araçları sayesinde kişilerin sosyal anlamda birbirleri ile kurdukları iletişimde de değişimler olduğu düşünülmektedir. Artan iletişim ile beraber aslında kişilerde artan kaygı seviyesi ve iletişim alanlarındaki spesifikleşme bu çalışmanın gerçekleşmesindeki ana kaynaklardan bazıları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Planlanan bu çalışma ile sosyal medya bağımlılığı ile ilgili alanda yapılan çalışmalara destek olunacağı düşünülmekte ve güncel olan bu konu için yol gösterici olması hedeflenmektedir.

### **1.3. Araştırmanın Önemi**

Sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılacak olan bu çalışmada kişilerin sosyal medya bağımlılıkları ile ilgili farklı bir alana değinileceği düşünülmektedir. Kişilerin sosyal alanlarındaki diğer kişilerin düşünceleri ile bağlantılı olan sosyal görünüş kaygısının sosyal medya kullanımı arasında bağlantı olduğu düşünülmüştür. Bu sebeple de bu çalışma alanına yönelim gerçekleşmiştir. İnsanın yapısı gereği sosyal olması gereken ve diğerleri ile etkileşiminin baz alındığı düşünülürse bu çalışma iletişim beceri alanları ve sosyal görünüşün kişiler için önemi hakkında ışık tutabileceği düşünülmektedir.

Çalışmada yaş aralığının geniş tutulması sebebi ile değişik yaş gruplarının konu hakkındaki tutumları ile ilgili bilgi edinilmesi hedeflenmektedir. Belirlenen demografik formda belirlenen gruplar çerçevesinde kişilerin yaş, cinsiyet, eğitim durumu, internetteki geçirilen süre gibi alanlardaki yönelimleri de araştırma çerçevesinde gerçekleştirilecektir.

Bireylerin sosyal medya kullanımlarının normalden yüksek düzeyde olması ve bunun zamanla artış göstermesi durumunda bireylerin yaşadıkları anksiyete durumunda da artışın olduğu görülmektedir. Yüksek oranda sosyal medya kullanımının kişilerin daha fazla anksiyete yaşama durumunu etkilemektedir. Kişilerin yüksek oranda sosyal medyayı kullanmaları onların anksiyete bozukluğu yaşayabilme ihtimaline zemin hazırlamaktadır (Vannucci, 2017: 163).

Alanda yer alan çalışmalar incelendiğinde genel olarak sosyal medya bağımlılığının kişiler üzerinde bazı etkileri olduğu ve bu yansımalar sonucunda alanda bir yer kazandığı görülmektedir. Toplumun güncel olarak şuan en çok yönelim gösterdiği alanlardan birisi de sosyal olarak kişinin görünüşünün nasıl değerlendirildiği noktasıdır. Kişilerin bununla ilgili olarak kaygı yaşaması durumu kişilerin insanlarla olan etkileşimini azaltmakta ve kişinin medya aracılığı ile kendisini ifade etmesi durumunu yaratabilmektedir (Aktan,2018).

Kişilerin sosyal medya ile iletişime geçtikleri ortamın topluluğu ifade etmek yerine daha bireysel alana yöneldiğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla kişilerin diğer insanlardan daha izole olmalarına sebep olmakta ve iletişim becerilerini de etkileyerek yalnızlaşmalarına ortam hazırlamaktadır. Kişiler yüz yüze daha az iletişime geçtikleri durumlarda yalnızlığı hem daha fazla yaşamakta hem de iletişim becerilerini gerektiği gibi kullanmamaktadır (Eni, Ş., 2017).

#### **1.4. Araştırma Soruları ve Hipotezleri**

Araştırma Sorusu 1: Klinik olmayan örnekleme sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasında ilişki var mıdır?

- H0: Klinik olmayan örnekleme sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasında ilişki yoktur.
- H1: Klinik olmayan örnekleme sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı arasında ilişki vardır.

Araştırma Sorusu 2: Klinik olmayan örnekleme sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasında ilişkisi var mıdır?

- H0: Klinik olmayan örnekleme sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasında ilişki yoktur.
- H1: Klinik olmayan örnekleme sosyal medya bağımlılığın ile iletişim becerileri arasında ilişki vardır.

Araştırma Sorusu 3: Sosyal medya bağımlılığı bireylerin demografik bilgilerine göre farklılaşmakta mıdır?

- H0: Sosyal medya bağımlılığı bireylerin demografik bilgilerine anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.
- H1: Sosyal medya bağımlılığı bireylerin demografik bilgilerine anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

Araştırma Sorusu 4: Sosyal görünüş kaygısı ve iletişim becerileri değişkenleri bireylerin demografik bilgilerine göre farklılaşmakta mıdır?

- H0: Sosyal görünüş kaygısı ve iletişim becerileri değişkenleri bireylerin demografik bilgilerine göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.
- H1: Sosyal görünüş kaygısı ve iletişim becerileri değişkenleri bireylerin demografik bilgilerine göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

### **1.5. Araştırmanın Sayıtları**

Araştırmanın değişkenlerini ölçebilmek adına belirlenen ölçeklerin yeterli düzeyde geçerlilik ve güvenilirliklerinin olduğu varsayılmaktadır.

Araştırmaya katılan gönüllü kişilerin araştırma ölçeklerini yanıtlarken kendilerine uygun şekilde doldurdukları varsayılmaktadır.

Araştırmaya ilişkin kullanılacak ölçeklerin, araştırma için belirlenen soru ve hipotezlere yönelik uygulunun bulunduğu varsayılmaktadır.

### **1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları**

- 18-60 yaş arasında olma
- Okuma-yazmaya sahip olma
- Gönüllülük katılımını kabul etme

### **1.7. Araştırmaya İlgili Terimler**

**Sosyal Medya;** bireyin kendisi, bir başkası veya bir yaşantıyla ilgili paylaşımlar gerçekleştirebildiği, diğer insanlarla iletişim halinde olmayı sağlayan bir internet ortamı olarak tanımlanmaktadır. Bu ortam kişilere belirtilen bu imkânları gerçekleştirebilmesi için ortam sunmaktadır (Griffiths, 2012).

**Sosyal Görünüş Kaygısı;** Hart ve ark.(2008) göre, sosyal görünüş kaygısı, kişilerin fiziksel olarak kendileriyle ilgili özelliklerini algılamalarıyla ilgili süreci ifade etmekte ve kişilerin bu özellikleri ile ilgili algısını da içermektedir.

**İletişim Becerisi;** İletişim becerileri, birden fazla beceri için ana kaynak olan temeli ifade ederek, sözel olan ve sözel olmayan iletilere yönelik farkındalığın daha yüksek olması, etkili şekilde dinleyebilme ve etkin şekilde tepkiyi karşı tarafa yansıtabilme olarak tanımlanabilmektedir (Bayram, 2013).

## BÖLÜM II

### GENEL BİLGİLER

#### 2.1. Sosyal Medya Kavramı

Günümüzde devamlı artış gösteren ve geçmişe göre artış olduğunu belirgin şekilde gözlemleyebildiğimiz teknoloji hızı günlük hayata yüksek oranda yerleşmiş olup günden güne insanların hayatının hemen hemen her alanında aktif bir şekilde varlığını sürdürmekte, aynı zamanda değişim ve gelişimi de kendi içinde yaşamaktadır. Dolayısıyla insan hayatı ve bu değişimden etkilenmekte ve geçen günlerde yeni kavramlarla karşılaşmaktadır. İnsan sosyal bir varlık olduğu için devamlı etkileşim halinde olan ve etkilenen bir varlıktır. Buna bağlı olarak karşılaştığı yeni kavramlardan birisi de sosyal medyadır. Sosyal medya kavramını tanımlamak gerekirse, insanların kullandıkları internet aracılığı ile bulunduğu mekân veya zaman diliminden bağımsız olarak sınırların daha esnek olduğu bir imkânla, kendisine ait birçok altyapıyı da içinde barındırarak birçok insan ile etkileşime girmesine olanak sağlayan bir oluşumu, platformu ifade etmektedir (Bulunmaz, 2011).

Gelişen yeni teknolojiyle beraber kişiler ve kurumlar yoğun bir şekilde maruz kaldıkları mesajlaşma sisteminin parçası olarak birçok uygulamaya karşı tepkisizleşme eğilimi göstermektedir. Tepkisizleşmenin sonuçlarına bakılacak olunursa kişilerin farklı ortamlar, farklı arayışlar içinde olmaları bu alanlar dâhilinde değerlendirilebilecektir. İnsanların yaşadığı bu tepkisizleşme sonucunda bazı davranışlar geliştirdiği görülmektedir. Bu davranışlar aslında değişen ve gelişen ortama yönelik adaptasyon olarak da düşünülebilmektedir. Bu adaptasyon süreci kişilerde davranış anlamında da yeni yönelimler göstermelerine sebep olmaktadır. Bu yeni yönelimlerin ardından da iletişim için gerekli bazı platformlar özellikle internet ortamı bu sürecin ilerlemesini sağlamaktadır. İnternetin zamanla büyük bir hızla gelişim ve değişim gösterdiği görülmektedir. 1970 senesinde başlayan internet süreci 1990'lı yıllarda gelişim göstererek ilerlerken, kullanım süresinin de artmasıyla sanal teknolojinin kullanımının artmasını sağlamıştır. 21.yy sürecine bakıldığında zaman internetin bir dalı ve altyapısı olarak karşımıza çıkan sosyal medyanın da hem kullanımının artması hem de

işlevselliğinin artmasıyla kişilerin hayatında internetin önemli bir yerinin oluştuğu söylenebilmektedir. Artan bu önem kişiler arasında farklılık göstermiş olsa da toplumun geneli incelendiğinde toplumda yer alan bireylerin birçoğunun bu durumdan etkilendiği görülmektedir. Teknolojinin gelişimiyle artan sanal ortamlarla beraber kişilerin de hayatlarında belirli alışılmalan davranış olarak yerleşen sosyal medya kullanımı toplumun ağırlıklı olarak birçok kesiminde kullanım artışı göstermektedir. Bu kullanım sosyal medyayı olumsuz etkisi üzerinden değerlendiren birçok kişi tarafından da gerçekleştirilmektedir. Sosyal medya kişilerin yaşamlarını bireysel anlamda etkileyebildiği gibi diğer insanlarla olan etkileşimleri noktasında sosyalleşmeleri ile ilgili olan sürecini fazlasıyla etkilemektedir. Sosyalleşme, diğer insanlarla iletişime geçerek kendini ifade etme noktası sosyal medya kullanımını etkileyen ve kullanımın artışı da bir yönden sağlayan bir kavram olarak düşünülebilmektedir (Akıncı ve ark., 2010).

### **2.1.1. Sosyal Medya Özellikleri**

Sosyal medyanın genel özellikleri incelenecek olursa, sosyal medyanın kendisini devamlı olarak yenileyebilmesi, geliştirebilmesi, toplum ait bireyler tarafından toplu olarak kullanılabilmesi, sanal teknolojide paylaşım olanağı sunması açılarından internet kullanımının en iyi şekilde değerlendirilebildiği platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişiler sosyal medya üzerinden fikirlerini beyan edebilmekte, eleştirilerini belirli sınırlar çerçevesinde iletebilmekte, karşı taraftan bu eleştirileriyle ilgili yanıtlar alabilmekte, güncel olaylar ve durumlarla ilgili düşüncelerini aktarabilmekte, diğer kişilerle etkileşime geçerek belirli bir süre sanal ortam üzerinden iletişimde kalabilmektedir. Kişilerin iş arayışları süresinde, kendilerini tanıtabilme olanağı sunmakta, isteğe bağlı olarak paylaşımına açık ya da kapalı olarak görsel olarak video, fotoğraf ve ses paylaşımları yapılabilmektedir. Kişiler kendilerini yüz yüze ifade etmenin dışında sosyal platformlarda da kendilerini ifade edebilmekte ve kendileri ile ilgili bazı alanları yansıtabilmektedirler. Sosyal medyanın böyle bir platform olması ve fazla imkanlara sahip olması sebebiyle zaman ilerledikçe bu alana daha fazla odaklanılmasını sağlamakta ve bu durum da platformun gelişmesine insanların da bu alana yönelmesine sebep olmaktadır (Akıncı ve ark., 2010).

İnternetin bir altyapısı olan ve kişilerin paylaşımı en yüksek seviyede yaptıkları ve en güncel platform olan sosyal medya kendi içinde çeşitli imkânlar bulundurmaktadır.

Sosyal medyanın kendi içinde gösterdiği özellikler bazı başlıklar altında toplanabilmektedir:

- **Kullanıcılar:** Platformun bu özelliğine göre sosyal medya kullanım gösteren kişileri desteklemekte ve kullanıcılardan da geri dönüş olarak bu süreci ilerletmektedir.
- **Açık Olma:** Sosyal medya platformu yüksek oranda katılımcılarından geri dönüş almaya çalışmakta ve katılımın fazla olabilmesi için katılımcıları desteklemeye açık olmaya çalışır. Bu alanlarda kişilerin yorum yapmasına, fikirlerini beyan edebilmelerine, fikir alışverişi yapabilmelerine imkân sağlamaktadır. Bu platformlarda engelleme gibi erişim problemleri çok sık yaşanmamaktadır.
- **Etkileşim Halinde Olabilme:** Klasik medya kullanımında medyanın amacı daha çok karşı tarafı bilgilendirme, yayın yapabilme, uyarılarda bulunabilme, çeşitli aktarımlar yapabilme noktasındayken yeni platform olan sosyal medya kişilerin karşılıklı olarak etkileşime girebilmelerini hedeflemekte ve bu amacını gerçekleştirmektedir. Bu noktada iletişimdeki bilgilerin, mesajların tek taraflı akışı yerine karşılıklı etkileşim halinde olarak çift taraflı akış gösterebildikleri görülmektedir.
- **Topluluk:** İnsanların toplu olarak hareketlerinin daha çok amaca hizmet edebilmesi ve istenenden daha hızlı bir sürede oluşumun gerçekleşebilmesi için sosyal medya uygun ortamı sağlayabilmektedir. Sosyal medya aracılığı ile topluluklar da istekleri doğrultusunda seçtikleri görselleri, siyasi fikirlerini, televizyon programlarını diledikleri şekilde iletebilmektedirler.
- **Link İletibilme:** Medya platformları bazı durumlarda link şeklinde paylaşımı gerektirebilmektedir. Sosyal medya bu konuda site paylaşımı, bilimsel çalışmaların paylaşımı, kişilerle ilgili konularda paylaşım gerçekleştirebilme noktasında link paylaşımı imkânı sağlamaktadır. Bu link paylaşımı da kişilerin bağlantı noktasında desteklenmelerini sağlamaktadır (Mayfield, 2010).

### 2.1.2. Sosyal Medya Kullanımının Yararları

Teknolojinin gelişimiyle klasik medyaya ek olarak gelişen sosyal medya kişilere ve toplumlara pek çok alanda olumlu anlamda imkân sağlamakta ve onları desteklemektedir. Bu olumlu imkânlar incelendiğinde; maliyetinin çok daha düşük düzeyde olması, ulaşılabilirlik seviyesinin daha yüksek olması, kullanımının daha kolay olması, gelişim ve kendi içinde değişim alanının fazla çeşitlilik göstermesi gibi özellikleri sosyal medyayı ön plana çıkarmaktadır. Sosyal medya üzerinden hızlıca ve pratik şekilde geri bildirim alınabilmesi onu destekleyen ve kişiler için daha önemli olmasını sağlayan imkan olarak karşımıza çıkmaktadır (Akıncı ve ark., 2010).

Sosyal medya kullanımının kişilere yönelik sağladığı faydalarının bulunduğu bilinmektedir. Bu faydalar incelendiğinde aşağıdaki maddeler sıralanabilmektedir (Castells, 2005);

- a) İletişime geçilmeyen geçmiş arkadaşlarla tekrar etkileşime geçebilmeyi ve kendini geliştirerek yeni kişilerle tanışılarak arkadaşlıklar kurulmasını sağlayabilmektedir.
- b) İstenilen ortam veya zaman diliminde iletişime geçilebilmekte ve bununla ilgili bir sınırlama bulunmamaktadır.
- c) Kişinin yaşam görüşüne göre fikirlerini iletebilmesine, buna uygun topluluklar oluşturabilmesine ve buna uygun dilediği gibi kendisini ifade edebilmesine imkân verir.
- d) Bireyin kendisini diğer insanlardan sosyal olarak izole etmesi sonucu kendisini daha pasif, kötümser, mutsuz hissetmesi durumunu en aza indirgeyerek bu konuda kendisini daha iyi hissetmesini sağlayabilir.
- e) Kişi karşılaştığı alanda bulunan birçok kendisi için anlamı olan veya olmayan bilgiler ışığında doğru bir yöntemle kendisi için faydalı olabilecek bilgiler için çalışabilir.
- f) Kişiler için kullanacakları bilgilerin asıl oluştuğu yere ulaşabilme imkânı için daha fazla fırsat verir (Castells, 2008).

Törenli(2005), sosyal medya birçok alanda kişilere yarar sağlayabildiği gibi kişilerin eğitim alanında ilerlemeleri ve yol almaları noktasında destekte bulunabilmiştir. Kişiler ortak eğitim portalları sayesinde hem birbirlerine daha kolay şekilde



erişebilmekte, bilimsel çalışmaları yönelimleri gerçekleştirebilmekte ve birbirlerinden çok daha uygun şekilde haberdar olmaktadır. Eğitim noktasında kişiler online katılım sayesinde birçok alanda aktif olarak bulunabilmektedirler. Kişilerin internetten eğitim için ihtiyaçları olan bilgilere, görsellere, videolara gerekli olan eğitim materyallerine ulaşabilmelerini sağlaması yararları içinde öne çıkanlar olarak görülebilmektedir. Sosyal medyanın geniş imkânlarla sahip olması yenilenebilir olması, erişim imkânının da fazla olması noktasında kişilere olumlu anlamda destek olduğu gözlemlenmektedir. Geniş imkânlarla sahip olması sayesinde hem kişilerin sınırlarının daha da gelişmesini sağlayarak istedikleri ortamlardan bilgisayar, telefon vb. araçlarla istedikleri bilgilere, kişileri veya gruplara ulaşabilmesini sağlamaktadır. Kişilerin topluluk olarak hareket edebilmeleri veya grup halinde birbirleriyle haberleşebilmeleri noktasında da bireylere iletişim imkânı sağlamaktadır. Toplumun gelişen teknolojiye adapte olabilmesi için de katkıda bulunmaktadır (Törenli, 2005).

### **2.1.3. Sosyal Medya Kullanımının Zararları**

Sosyal medyanın faydaları ve kişiye sağladığı imkânlarından bağımsız ya da bunlara ek olarak bireye ve topluma olumsuz yansımaları da bulunabilmektedir. Bu yansımalar incelendiğinde markalaşma noktasında ilerleme yerine daha çok sabitleşme olarak bir etkisi olduğu söylenebilecektir. Markaların sosyal medyada fazlaca bulunmaları kişilerin veya toplumların onlara normalden çok daha uzun süre maruz kalmalarına sebep olmaktadır. Sosyal medyanın bu açıdan etkilerine bakıldığı zaman fazlaca maruz kalınan markalaşmaya yönelik bir duyarsızlaşma gelişebilmektedir. Bu duyarsızlaşma arka planında bulunan uzun süren çalışmaları ve emeği bir anlamda geri planda bırakmaktadır. Uzun yıllar süren ve belirli bir performans akışında gerçekleşen bu markalaşmanın geri planda kalması çalışanları ve bu alanda emek harcayan grupların olumsuz anlamda etkilenmelerine sebep olabilmektedir. Uzun süre zaman alacak şekilde oluşan markanın reklam ve pazarlanması noktasında olabildiğince fazla harcanan zaman ve emek göz önüne alındığında sosyal medyanın hızlı akışında bu markalara karşı duyarsızlaşma alanda çalışanları ve birimleri etkilemektedir. Duyarsızlaşmaya ek olarak olumsuz markalaşma noktasında çalışanların bu durumu olumluya çevirme alanında hem çok daha fazla emek harcamaları gerekmekte hem de maliyet olarak çok daha yüksek oranda harcama yapmaları gerekmektedir (Sweeney ve Craig, 2011).

Gelişen sosyal medyanın olumsuz etkileri zaman ilerledikçe kişileri ve durumları etkilemeye devam edebilmektedir. Sosyal medyanın gelişmesi için geçen zamanın hızlı şekilde ilerlemesi ve bu durumun bazı alanlarda dikkatli şekilde kontrol altında tutulamaması olumsuz etkiler olarak karşımıza çıkmaktadır (Akıncı ve ark., 2010).

Kişilerin sosyal medyanın olumsuz etkisi ile ilgili görüşlerinin mesleki alanlara göre farklılıklar gösterebildiği görülmektedir. Bu konuyla ilgili örnek verilebilecek alanlardan birisi, bilgi teknolojisi ile ilgili sahada aktif rol alan çalışan birinin sosyal medya ile ilgili yazılım değişimi veya zararlı program etkilerinin kişinin çalıştığı alana ait bilgilerin kaybolma veya değişebilme, etkilenebilme tehlikesinin bulunmasıdır. Hukuki alandaki etkileri incelendiğinde ise mahremiyet noktasında kişilerin mesaj yoluyla bazı durumlara maruz kalabilmeleri karşımıza çıkmaktadır. Kişiler sosyal medyada mesaj yoluyla cinsel istismar, diğer kişilerden daha farklı bir muameleye maruz kalma gibi etkileri yaşamaktadır ve bu durum onları olumsuz anlamda etkilemektedir. Eğitim alanındaki olumsuz etkilerine bakıldığında, öğretmenler çocuklara yönelik sosyal medya araçları aracılığı ile tehlikeli durumların ve kişilerin erişebilme, ulaşabilme imkânlarının bulunmasının onlar için büyük risk ifade ettiği görüşünde birleşmektedirler (Cross, 2014).

Sosyal medyanın olumsuz etkileri zaman kavramı üzerinden değerlendirildiğinde kişilerin yaşamlarını aktif şekilde değerlendirebilmek adına günlük hayatta yeterli zamanı bulamamaları sosyal medyayı aktif kullanabilecekleri zamanı da etkileyebilmektedir. Bu konuyla ilgili kişiler kendilerine sınırlandırmalar getirebilmekte ve bu durum onlara olumsuz etki olarak yansımaktadır. Sınırlandırmanın sonucu olarak da kişiler sosyal medyaya da kısıtlı vakit ayırarak bu alana çok da fazla yönelmemektedirler. Sinirbilim alanında yapılan bazı araştırmalara ve bu alanda çalışan isimlere göre sosyal medyanın devamlı olarak teknolojik araçlar (bilgisayar, telefon vb.) tarafından kontrol edilerek ilerleme sağlanması kişilerin beyin gelişimini olumsuz yönde etkilemekte ve kişilerin hayatlarına, davranışlarına bu durum yansımaktadır (Funk, 2011).

## **2.2. Bağımlılık**

Bağımlılık bir nesneye, şahsa veya varlığa yönelik engellenemez şekilde hissedilen veya başka bir irade ile yönetilme şeklinde açıklanabilir ve bu durum insanın bilişsel süreçleriyle alakalı hastalıklı davranışı ifade etmektedir (Uzbay, 2009).

Bağımlılık kelimesi duyulduğu zaman kişide ilk uyandırdığı düşünce bedeninin bilinmeyen bir maddeyi kullanmaya yönelik önleyemediği bir durumu ifade etmektedir. TDK' ya göre bağımlılık kelimesi; “bağlı olma durumu; başka bir şeyin istemine, gücüne veya yardımına bağlı olan” şeklinde ifade edilmiştir. Bağımlılık kelimesi bir başka tanımlamada ise; “alınan maddenin fizyolojik bir problemi iyileştirme hedefiyle değil, belirli ve yinelenen adımlarla alımının artması ve bu durumun kontrol altında tutulamaması sonucu veya azalması halinde kişide bazı problemlerin ortaya çıkmasına sebep olmasıyla kendisini belirginleştirmektedir.” (Kurtaran, 2008).

Yapılan bir başka tanımda ise kişilerin bağımlılık yapan maddeden çoğu zaman kurtulmaya çalışmasına karşın zamanla kullanımın artması, kullanıma ara verildiğinde eksikliğinin hissedilmesi durumunun oluşması, olumsuz etkileri olduğu halde kullanmaya devam edilmesi, vaktinin önemli kısmını o maddeye ulaşmaya harcaması ile oluşan durum olmaktadır (Ögel, 2001).

Şahin bağımlılıkta esas olan üç ögeyi şu şekilde belirtmektedir;

- Bulunulan bütün şartlar dahil olmak üzere maddenin elde edilmesi ile ilgili önlenemeyen istek duygusunun hissedilmesi
- Maddenin kullanım oranının sürekli şekilde yükseltilmesi mecburiyeti
- Kişinin madde ve kendisinde yarattığı durumla ilgili psikolojik ve fizyolojik ihtiyaçlar duyması (Şahin, 2007).

Bağımlılık durumu bir zaman dilimi içinde ve belli aşamalardan geçerek ilerleme gösterir. Bu ilerlemede; ilk aşamada tecrübe edinme ardından sosyal kullanım sonra da zarar verici kullanım görülmektedir (Tamar Gürol, 2012).

Bağımlılığın ortaya çıkmasında maddelerin ortak yönleri incelendiğinde kişilerin bu maddeyi devamlı kullanma isteklerinin bulunması onun kullanımına yönelik isteği oldukça arttırmaktadır. Fizyolojik olarak beynin çalışma sistemi üzerinde kişinin kendini olduğundan daha olumlu hissetmesi, bulunduğu koşul ve durumdan zevk alabilmesi gibi etkileri bulunduğu için bağımlı olma davranışının artış gösterdiği söylenebilmektedir. Bireyler hayatın içinde yaşadıkları ve karşılaştıkları olumsuz durum ve koşullar bulunduğu halde sürekli bu maddeyi kullanma istekleri ile takıntı seviyesinde bu davranışlarına devam etmektedirler. (Toker Uğurlu ve ark. 2012).

Bağımlılık ile ilgili alanda pek çok açıklama bulunmaktadır. Bu açıklamaların ortak noktası incelendiğinde ise bağımlılığın bir çeşit ilişki olduğu karşımıza çıkmaktadır. Bağımlılığın ilişki olarak değerlendirilmesinin sebebi, bir nesne veya yaşantıya yönelik gelişen belirli kalıp davranışların yenilenebilir şekilde ortaya çıkması ve bu davranışlar ile nesnelere arasındaki durumun ilişki kurulması şeklinde olmasıdır. (Young, 1999).

### 2.2.1. Bağımlılık Türleri

Bağımlılığın fiziksel bağımlılık, psikolojik bağımlılık ve teknolojik bağımlılık olarak 3 şekilde sınıflandırıldığı görülmektedir (Toroman, 2013).

**Fiziksel Bağımlılık;** Vücudun alınan maddeyle beraber yeni bir uyum sağladığı ve eksikliği giderilmediğinde ona karşı hissedilen ihtiyacın arttığı fizyolojik bir hal olmaktadır (Toroman, 2013).

**Psikolojik Bağımlılık;** maddenin kullanımının sürekli olarak devamının istenmesi şeklinde görülen durumdur (Uzbay, 1996).

**Teknolojik Bağımlılık;** İnsan ve makine etkileşimine dayanmakta ve kimyasal kaynaklı olmayıp davranışsal olarak görülmektedir (Toroman, 2013).

"İnternet bağımlılığı" insan ve makine etkileşimi ile ilgili olduğundan teknolojik bağımlılık türü şeklinde değerlendirilmektedir (Cengizhan, 2005).

Bağımlılığın sınıflandırılmasındaki bir başka yaklaşıma göre bağımlılık; bilişsel bağımlılık, duygusal bağımlılık ve davranışsal bağımlılık şeklinde ifade edilmektedir.

- **Bilişsel bağımlılık;** kişilerin hayatları ve yönelimleriyle ilgili ihtiyaçlarını, gereksinimlerini karşılayabilecek bilgilere ulaşabilmesi için kişilerin daha çok bu durumlara bağımlı hale geldiği fikrini temel almaktadır. Bu konuda kişiye yardımcı olan ve ona yol gösterebilecek imkânlara sahip olan yapılandırma 'medya' olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişi medya sayesinde ulaşabileceği bilgilere daha kolay, güvenilir ve hızlı bir şekilde erişim sağlayabilmektedir. Bu durum da kişinin kendisini daha iyi hissederek rahatlaması bilişsel olarak bilgiye ulaşmadaki bağımlılığına sebep olmaktadır. Kişi bu ulaşabilme imkânı

engellendiğinde veya uzak kaldığında kendisini olduğundan daha olumsuz duygudurum içerisinde hissetmektedir.

- **Duygusal bağımlılık;** bu bağımlılık iki başlıkla kişinin sosyal olma becerisi ve sosyal olma becerisinden uzak kalma çabası şeklinde değerlendirilebilir. İnsanların diğer kişilerle iletişime geçebilmesi aktif bir şekilde alanda var olabilmesi ve kendisini ifade edebilmesi için medya bir araç olarak kullanılmaktadır. Özellikle sosyal medya kişilerin sosyal olarak kendilerini ifade edebilmelerini sanal teknoloji ile olsa da bir şekilde sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında sosyal medyanın kişilerin sosyalleşme becerilerini azalttığı veya olumsuz etkilediği şeklinde gelen değerlendirmelerin aslında tam tersi şekilde sosyal alanda kişilerin daha aktif olduğu şeklinde bir yönünü yansıtmaktadır. Sosyal medyanın kişiler arasında problem yaşayan ve kendisini daha izole olmuş hisseden kesime yönelik daha etkin bir yönünün olduğunu da söylemek mümkündür. İkinci başlık olan sosyal olma becerisinden uzak kalma çabasına göre; kişiler sosyal olarak aktif olmak yerine bir şekilde bu durumla baş edemedikleri için sosyal olarak kendilerini izole ederek durumdan kaçmaya çalışmaktadırlar. Kişiler burada yaşadıkları durumda sosyal olarak kendilerini yansıtmaktan ziyade sanal ortamda olduklarından farklı şekilde kendilerini ifade edebilmektedirler. Sosyal medyada normal yaşantılarında buldukları kişiliği yansıtmak yerine ideal benlik olarak adlandırabileceğimiz aslında olmak istedikleri kişiliklerini yansıtabilmektedirler. Bu durumda kişilerin durumu manipüle etme davranışları ortaya çıkmaktadır. Çünkü kişiler karşı taraftan gelebilecek eleştirilere hazır olmayabilirler. Karşı tarafın kendisini beğenmemesi, eleştirmesi veya istekli olmaması davranışlarına karşı kendilerini korumaya alırlar ve olduklarından daha farklı bir dünya yansıtarak kendilerini iyi hissetmektedirler. Sosyal medyadan elde edecekleri takipçi sayıları da onları oldukça motive ederek motivasyonlarını arttırmaktadır. Kişiler yaşadıkları pek çok durumu filtrelemeden, özelleştirmeden, dikkat etmeden olduğu gibi sosyal medyaya yansıtabilmektedirler. Bu durumda mahremiyetle ilgili kişilerin hayatlarında belli kalıpların değişmesine sebep olmaktadır. Kişilerin karşı tarafın beğenisini çok fazla dikkate almasına da sebep olan sosyal medya aslında kendi içinde çelişen şekilde sosyal durumla ilgili kişiyi etkilemekte ve daha çok kaygı durumunu ortaya çıkarmaktadır.

- **Davranışsal bağımlılık;** bu bağımlılık çeşidini iki başlıkta değerlendirmek mümkündür. Bu iki başlık araçsal ve eylemsel bağımlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. *Araçsal bağımlılık;* kişilerin sosyal medyayı içerdiği mesajdan bağımsız olarak düşünmesi ve mesaja bağlı kalmadan hareketlerini düzenlemesiyle ilişkilidir. İçerikten ziyade kişi burada sosyal medyayı kullanma davranışını sergilemek üzerine hareket etmektedir. Gün içerisinde bir şekilde davranışsal olarak sosyal medya araçlarını kullanabilme amacı taşımaktadır. Bireyler çevresindeki insanlarla gün içerisinde yüz yüze etkileşim kurdukları halde sonrasında tekrar sosyal medya üzerinden iletişime girme ihtiyacı ve davranışı göstermektedir. Bu da kişilerin sosyal medyayı davranış üzerinden değerlendirdiklerini göstermektedir. *Eylemsel Bağımlılık;* bu başlık incelendiğinde kişilerin sosyal medyayı kullanma amaçlarının daha çok mesajın anlamlandırılması ve içeriği ile ilgili olduğu görülmektedir. Kişiler hareket etmeden oldukları yerden mesaj yoluyla birçok kişiye veya ortama ulaşabilmektedirler. Bu durum da onların eylemsel olarak hareketleri yerine sabit bir şekilde bu davranışları gerçekleştirebilmelerini sağlamaktadır (Hazar, 2011).

### 2.2.2. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bağımlılık türleri içinde son zamanlarda öne çıkan sosyal medya bağımlılığı, diğer bağımlılık çeşitleri olan; alışveriş, oyun, internet, alkol, madde bağımlılığı gibi kişilerin yaşantısını etkileyen ve psikolojik bir problemi ifade eden bir bağımlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı kendi içinde değişim ve etki gösteriyor olsa da bu bağımlılığı internet bağımlılığı temelinde düşünmek de faydalı olacaktır. Bu sebeple öncelikle bağımlılığın geniş tanımı ve ardından sosyal medya bağımlılığı ve internet bağımlılığının tanı ölçütleri ile ilgili alan yazınında yer alan farklı görüşleri aktarmak konunun bütünlüğü için çok daha açıklayıcı olabilecektir. İnternet bağımlılığı son zamanlarda artış göstererek kişilerin yaşamlarında önemli bir yer ifade ederek olumlu ve olumsuz anlamda etkiler bırakmaktadır. Kişilerin yaşamlarında önceliği internet kullanımına vermeleri, zamanlarını bilinçli veya bilinçsiz şekilde internet kullanımı ile geçirmeleri kişilerarası ilişkiler başta olmak üzere pek çok alanı etkilemektedir. Alana bakıldığında internet bağımlılığı kavramı ile ilgili birçok farklı kavram kullanıldığı

görülmektedir. Alanda internet kullanımı ile ilgili; “patolojik internet kullanımı”, “internet bağımlılığı”, “internet davranış bağımlılığı” “internet bağılılığı”, “cyber bağımlılığı” “problemlili internet kullanımı” gibi birbirinden farklı terimler kullanılmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015).

Günümüzde oldukça yoğun bir şekilde kullanılan sosyal medya araçlarının kişilerin hayatlarını devam ettirebilmeleri ve kendilerini daha iyi şekilde ifade edebilmeleri için aracı oldukları görülmektedir. Yapılan araştırmalarda da kişilerin psikolojik olarak iyi hissedebilmeleri ve günlük hayatta var olabilmeleri için sosyal medya ve dolayısıyla sosyal medya araçlarının etkisinin sürekli devam ettiği görülmektedir (Akbulut, 2018).

Sosyal medyalardan birisi olan ve ilk zamanlarda öne çıkan Facebook uygulamasının dünya genelinde yoğun bir şekilde var olması ve zaman ilerledikçe kendisini yenileyerek, güncelleyerek kullanıcı ve takipçi sayısını arttırdığı görülmektedir. Kişiler sosyal medya uygulamalarına karşı olumlu davranış geliştirerek kısa zamanda kullanım süreleri arttırmışlardır. Bu artışın kişiler üzerinde olumlu ve olumsuz yansımaları da bulunmaktadır. Bu yansımalar sonucu sosyal medya bağımlılığının bireylerin hayatında ve toplumun genelinde etkin olduğu düşünüldüğünde sosyal medya bağımlılığı alanının öne çıkması ve tanımlanması gerektiği sonucu karşımıza çıkmaktadır. (Ünlü, 2018)

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili literatür çalışmaları incelendiğinde araştırmayı yapan kişilerin büyük kısmının sosyal medya bağımlılığını internet bağımlılığı üzerinden inceledikleri görülmektedir. Çünkü kişiler sosyal medya bağımlılığı durumunu yaşadıkları zaman internet ortamında da aktif şekilde bulunmaktadırlar. Bu sebeple internet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığının ortak noktadan hareketle değerlendirilebileceğini savunan araştırmaların da bulunduğu görülmektedir. Çalışmaların bu yönde de olması internet bağımlılığının tanı ölçütlerinin sosyal medya bağımlılığı kapsamında yer alan çalışmalarda yer alabileceği görülmektedir (Ünlü, 2018).

DSM-IV’ ü temel aldığı çalışmasında Young(1998) internet bağımlılığı için patolojik kumar oynama ile ilgili kriterleri merkeze alarak bazı temel özellikler belirlemiştir. Patolojik kumar bağımlılığı olan kişilerde olduğu gibi internet bağımlılığı olan kişilerin bu özellikleri incelendiğinde; kişinin kendisine fazlasıyla güven duyması, normal düzeyden fazla olan duygusal durum, durumlara daha tepkisel yaklaşma, uyanık

olma hali, benliğini tam olarak ifade edememe, davranışsal olarak uyumlu olamama hali gibi zaman içinde bireyin kişiliğinde yer etmiş ortak özellikler bulunduğu görülmektedir. İnternet bağımlılığı ile ilgili Young(1998)' ın belirlediği temel davranışlara göre kişiler; devamlı olan normalden fazla düzeydeki bilişsel uğraş, internet ortamında geçirilen zamanın yükselmesi, bazı etkileşimlerde istenen sonuçların elde edilememesi, tolerans durumu, eksikliğinin yoğun şekilde hissedilmesi ve kişiye bunun yansımaları, günlük hayatındaki işlevselliğinin etkilenmesi, iş-ev-okul ortamında problemler yaşaması, internet kullanımı ile ilgili durumun manipüle edilerek yansıtılması gibi duygusal etkiler yaşayabilmekte ve buna yönelik belirli davranış kalıpları sergileyebilmektedir. Belirlenen sekiz tanı kriterinden beş tanesi kişide yansıma gösteriyorsa kişinin internet bağımlısı olduğu söylenebilmektedir. Young' ın belirlediği ölçme aracı zaman içinde gelişim ve güncellemeler göstererek kendi içerisinde gelişim göstermiştir.

### **Young'un (1998) internet bağımlılığı tanı ölçütleri**

- 1) İnternet ile ilgili aşırı zihinsel uğraş içinde olma
- 2) İnternete bağlı kalma süresinde artışa ihtiyaç duyma
- 3) İnternet kullanımını azaltmaya yönelik başarısız girişimlerde bulunma
- 4) İnternet kullanımının azaltılması durumunda yoksunluk belirtilerini gösterme
- 5) Başlangıçta olduğundan daha uzun süre internete bağlı kalma
- 6) İnternetin aşırı kullanılması yüzünden ilişkiler, okul ya da işle ilgili sorunlar yaşama
- 7) İnternete bağlı kalabilmek için aile üyelerine, terapistlere ya da başkalarına yalan söyleme
- 8) İnternete bağlı kaldığı süre içerisinde duygulanım değişikliği yaşama (umutsuzluk, suçluluk, kaygı, depresyon gibi) (Young, 1998).

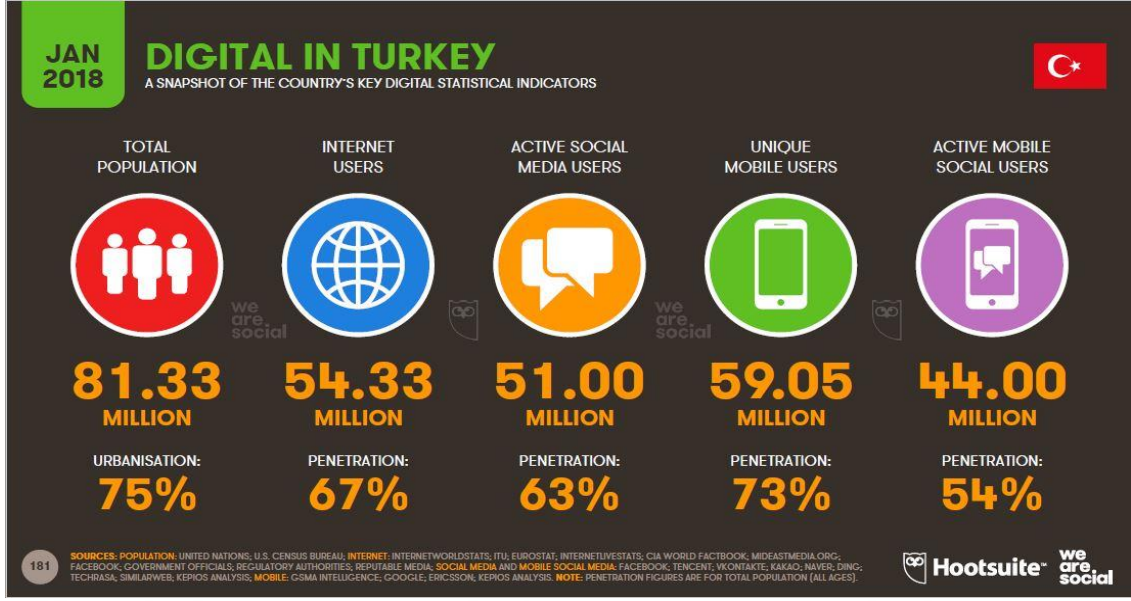
### **2.2.3. Sosyal Medya Bağımlılığının Yaygınlığı**

Teknolojinin zaman içinde büyük bir gelişme ve değişme göstermesi medya araçlarıyla da devamlı etkileşim halinde olan bireylerin yaşamlarını olumlu ve olumsuz anlamda da etkileyebilmektedir. Teknolojinin bu değişimiyle bağlantılı olarak sosyal medyanın da benzer etkiler gösterebildiğini söylemek mümkün olmaktadır. Sosyal



medyanın zararlı etkileri incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı kavramının kişilerin hayatına girmesinin önemi görülmektedir. Sağlık alanında karşılaşılan dönemin en önemli hastalıklarıyla benzer şekilde sosyal medya bağımlılığı da günden güne artış ve hız göstererek ilerlemektedir. Bu artış ve hızın bir sonucu olarak da kişilerin hayatında oluşturduğu etkilerin süresi de uzamaktadır. Teknolojinin gelişimiyle artan internet kullanımı ile beraber 2000 yılı itibariyle sosyal medyanın da çok hızlı bir şekilde kullanımının arttığı görülmektedir. Kişilerin sosyal medyayı istedikleri zaman, istedikleri yer ve mekânda, istedikleri durum için kullanabilmeleri bu hızlı gelişimi oldukça etkilemiştir. Kişilerin kullanım kolaylığı sebebiyle günlük hayatlarında, iş ortamlarında, sosyal çevrelerinde işlevsel olarak kullandıkları görülmektedir. Sosyal medya kullanımı zaman içinde geldiği seviyede kişileri için geçmişten beri var olan bir araç yerini almıştır. Dolayısıyla kişiler hayatlarını tasarlarlarken veya aktif bir şekilde etkide bulunurken kendilerini sosyal medyadan ayrı olarak bağımsız şekilde tasarlayamamakta ve hareket edememektedirler. Medyanın bu seviyede gelişmişlik göstermediği dönemlerde kişiler sosyal çevreleri ile bir şekilde bir araya gelebilme çabası içinde bulunmakta ve bu etkileşimi yüz yüze olacak şekilde gerçekleştirmektedirler. İlerleyen bu süreçte kişilerin bu durumu çok daha aza indirgedikleri görülebilmektedir. Bireyler dışında özel sektörde alanının da sosyal medya kullanımını aktif şekilde gerçekleştirdiklerini söylemek mümkündür. Giderek kullanımının artışı sosyal medyanın sadece birey bazında etkisi yerine geniş çaplı etkisini yansıtmaktadır (Ünlü, 2018).

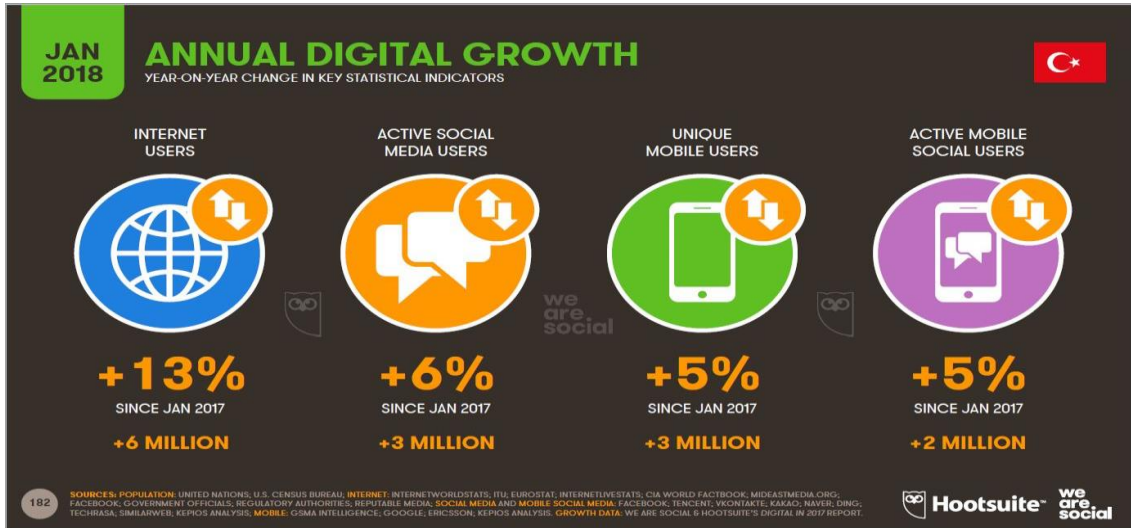
**Şekil 1:** Türkiye'nin dijital istatistiksel göstergesi (<https://dijilopedi.com/2018-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>)



Türkiye'deki nüfusun geneline bakıldığında 81 Milyonun:

- %67'sini oluşturan **54.3 milyon** kişi interneti,
- %51'ini oluşturan **51 milyon** sosyal medyayı,
- %54'ünü oluşturan **44 milyon** mobil sosyal medyayı kullanan kişi bulunmaktadır.

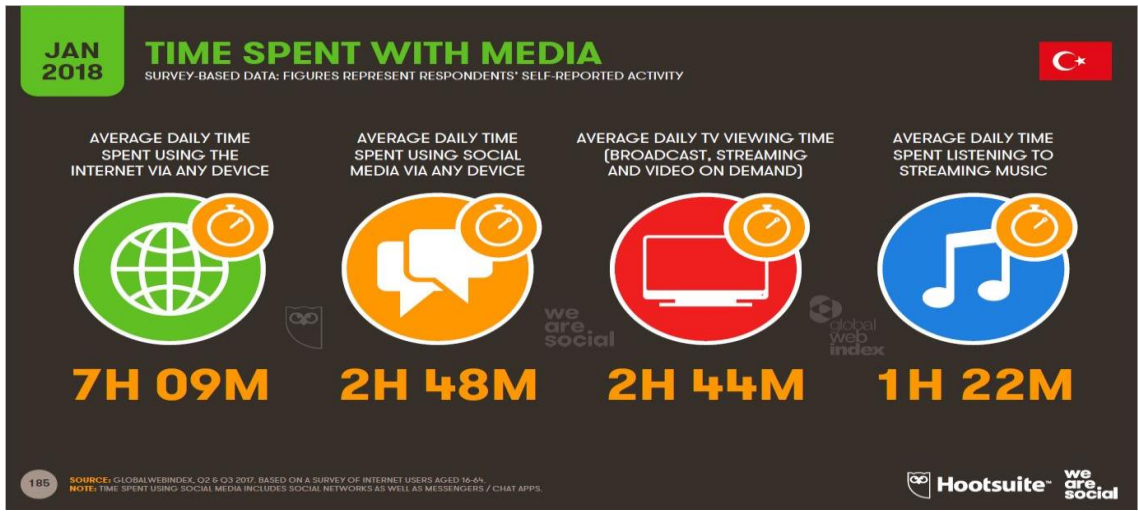
**Şekil 2:** İstatistiksel göstergelerde yıllık değişim (<https://dijilopedi.com/2018-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>)



Türkiye'deki nüfusun genelindeki sanal dünyanın kullanımındaki değişikliklere bakıldığında:

- **İnternet kullanım oranlarında artışa göre**, internet kullanıcılarının %13, yani 6 milyon kişi (54,3 milyon kişi)
- **Aktif sosyal medya kullanıcı sayısının** da 3 milyonluk bir artış gerçekleşmiş. (51 milyon kişi)
- **Aktif mobil sosyal medya kullanan kişi sayısı** %5'lik, yani 2 milyonluk bir artış göstererek 44 milyon kişi olmuştur.

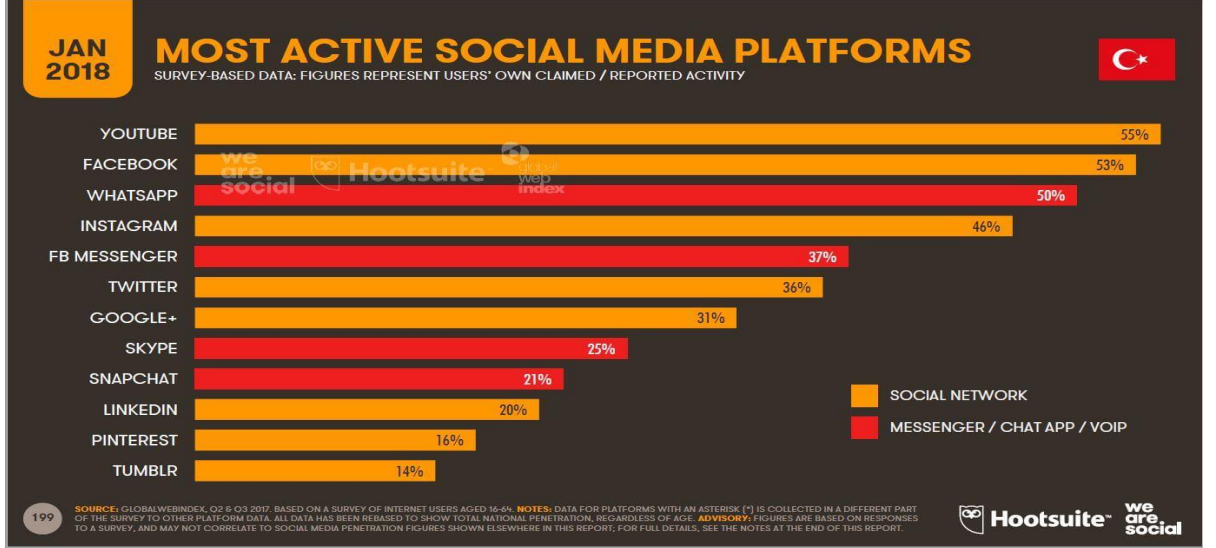
Şekil 3: Medyada harcanan zaman (<https://dijilopedi.com/2018-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>)



Bireyler internet ortamında yaklaşık olarak içerisinde **ortalama 7 saat** vakit harcamaktadırlar. En fazla vakit geçirilen ortam incelendiğinde:

- Gün içerisinde yaklaşık 2 saat 48 dk **sosyal medya** üzerinde
- Gün içerisinde yaklaşık 2 saat 44 dk **televizyon** başında
- Gün içerisinde yaklaşık 1 saat 22 dk **müzik dinleme** şeklinde vakit geçirirler.

Şekil 4: Sosyal Medyanın Kullanım Alanları (<https://dijilopedi.com/2018-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>)



Türkiye'deki sosyal medya kullanım oranları incelendiğinde toplam sayı olan 51 milyon kişinin sosyal medya kullanımlarının 44 milyonunun mobil araçlar üzerinden sosyal medya kullanımı gerçekleştirdikleri görülmektedir. Sosyal medya ağları üzerinde en çok tercih edilen alanın Youtube olduğu görülmektedir. Bu alanı takip eden diğer alanlar ise Facebook, Instagram, Twitter ve Google olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### 2.2.4. Sosyal Medya Bağımlılığının Etiyolojisi

Sosyal medya bağımlılığının oluşmasında etkili olan nedenler düşünüldüğünde bu durum etiyojik olarak bazı nedenlerle açıklanmaktadır. Bu nedenler bazı teoriler çerçevesinde açıklanamaya çalışılmıştır. Bu teoriler şu şekilde karşımıza çıkmaktadır (Durar, 2018):

- Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi,
- Sosyal Öğrenme Teorisi,
- Medya Sistemleri Bağımlılık Teorisi,
- Bilişsel-Davranışçı Teori,
- Sosyal Beceri Teorisidir.

Kişilerin interneti kullanma amaçları ve sürelerinin etkisi neticesinde internet bağımlılığının nedenleri ortaya çıkmaktadır. Geçirilen süre ve amaç bağımlılığı doğrudan etkileyerek kişinin bağımlılık davranışı sergilemesine zemin hazırlamaktadır. Bireylerin buldukları sosyal çevre ve bu çevre ile etkileşimleri sonucunda bağımlı olma davranışı

artabilmektedir. Kişi hızla ilerleyen imkânlar ve sınırsızlıklar sonucunda da bu davranışlarında artış göstererek ilerleme sağlamaktadır (Ögel, 2012).

### 2.2.5. Sosyal Medya Bağımlılığı Tanı Kriterleri

Sosyal medya bağımlılığı üzerinde yapılan araştırmalar genel olarak internet bağımlılığı çerçevesinde ilerleme göstermiştir. Young(1998) DSM IV'ü temel alarak patolojik kumar oynama belirtilerini internet bağımlılığı çerçevesinde geliştirerek bazı özellikler belirlemiştir. Bu özelliklere göre kişiler; kendisine yönelik fazlasıyla güven duyma, normalden fazla düzeyde duygusal olma hali, tepkiye yönelik davranışlarda artış gibi yönelimler gösterebilmektedirler (Young, 1998).

DSM-V'te internette oyun oynama bozukluğu hakkında belirlenen tanı ölçütleri şu şekildedir (İşsever, 2016):

- a) İnternet üzerinden oynanan oyunlara fazla kafa yormak (Bireyin geçmişteki oyun oynama alışkanlıklarını sil baştan yaşaması ya da daha sonraki oyunu beklemesi, oyun oynamanın bireylerin yaşantısındaki temel aktivite haline gelmesi),
- b) Bireyin internette oyun oynamadığı zamanlarda ortaya çıkan yoksunluk belirtileri (bu belirtiler çoğunlukla anksiyete, irritabilite ya da üzüntü olarak ortaya çıkmaktadır ancak bunlar farmakolojik geri çekilmenin fiziksel işaretleri olduğunun kanıtı da değildir),
- c) Tolerans (internet oyunlarına giderek artan miktarda zaman ayırma ihtiyacı duyma)
- d) İnternet oyunlarına girmeyi kontrol etme girişimlerin başarısızlıkla sonuçlanması; oyun vaktini azaltma, denetim altına alma ya da tamamen bırakma girişimleri,
- e) İnternette oynanan oyunlar için diğer aktivitelerden vazgeçme (hobi ve eğlencelere ilginin kaybı),
- f) Bireyin internetin ve oyunların yol açtığı psikososyal sorunları bilmesine rağmen oyun oynamayı sürdürmeye devam etmesi,
- g) İnternet üzerinden oynadığı oyunlar hakkında ailesine, terapistine ya da başka bireylere yalan söyleme,
- h) Olumsuz duygu durumdan (umutsuzluk, suçluluk, kaygı vb.) kurtulabilme ya da rahatlayabilme amacıyla İnternet oyunları oynama, i) İnternette oyun oynamada

harcanan aşırı zaman yüzünden bireyin hayatında önemli bir yer kaplayan özel ilişkisi, işi, eğitimi ya da kariyeri ile ilgili fırsatları tehlikeye atması ya da kaybetmesi (İşsever, 2016).

### **2.2.6. Sosyal Görünüş Kaygısı - Sosyal Medya İlişkisi**

Sosyal görünüş kaygısı bireylerin diğer insanlar tarafından nasıl değerlendirildikleri ile ilgili olarak kendi iç süreçlerinde yaşadıkları ve bunun ardından vermiş oldukları duygusal ve davranışsal yansımaları ifade etmektedir. Sosyal görünüş kaygısı, kendisini ifade edebilme ve yansıtma ile ilgili teorileri temel almaktadır. Her insanın kendi fiziki yapısı ile ilgili kendi içinde değerlendirmeleri bulunmaktadır. Bazı kişiler bu süreci daha yüksek düzeyde yaşayarak bu değerlendirmelerden dolayı kaygı durumu yaşayabilirler. Bireyler diğer insanlarla iletişimleri noktasında kendileri ile ilgili olumlu etkileri karşı tarafta bırakabilmek için ona göre davranırlar ve eğer bu karşı tarafta olumsuz etki bırakırsa bu durumla ilgili üzüntü yaşamaktadırlar (Çınar ve Keskin, 2015).

Son yıllarda artış gösteren teknoloji kullanımı kişilerin hayatını pek çok alanda etkilemiş olup bu durumun bireyler üzerinde yansımaları olduğu görülmektedir. Özellikle kişilerin diğer insanlarla kurduğu iletişim bu durumdan etkilenmektedir. İnternet ortamı kişinin daha düşük düzeyde stres yaşayarak iletişime geçiş sağladığı için anksiyete düzeyi yüksek olan bireylerin yaşamlarında daha farklı bir alanda yer almaktadır (Prizant-Passal, 2016: 221).

Kişilerin sosyal medya kullanımlarının normalden yüksek olması ve bunun zamanla artış göstermesi durumunda bireylerin yaşadıkları anksiyete durumunda da artışın olduğu görülmektedir. Yüksek oranda sosyal medya kullanımının kişilerin daha fazla anksiyete yaşama durumunu etkilemektedir. Kişilerin bu konu ile ilgili geleceklerinde de problem yaşama ihtimalleri yüksek oranda görülmektedir. Kişilerin yüksek oranda sosyal medyayı kullanmaları onların anksiyete bozukluğu yaşayabilme ihtimaline zemin hazırlamaktadır (Vannucci, 2017: 163).

### **2.2.7. İletişim Becerileri - Sosyal Medya İlişkisi**

İnsan devamlı olarak diğerk kişilerle etkileşim halinde olma, aldığı geri bildirimlere göre yaşamını düzenleyebilme becerisine sahip olmaktadır. Bu durum insanlar için belirli bir ihtiyaç şeklinde karşımıza çıkmakta, zamanla farklılaşarak ilerlemekte ve kişilerin bazı durumlarda sınırlandıramayacağı şekillerde ilerleme göstermektedir (Yüksel, A., 2007).

Yapısal olarak bireyler yaşamlarında yaşadıkları durum veya kişi ile ilgili bilgileri, fikirlerini, hissettiklerini paylaşabilme ihtiyacı duyarlar ve bunu davranışlarına yansıtmak istemektedirler. Bu konuda onlara en hızlı ve kolay ulaşılabilir olması sebebi ile sosyal medya ortamı imkân sağlamaktadır. Sosyal medya aracılığı ile iletişimde yansıtmak istediklerini karşı tarafa aktarabilmektedirler (Ateş, Ü., 2014).

İletişim kişilerde zamanla değişiklik ve ilerlemeler göstererek yaşamlarında önemli bir yere sahip olmaktadır. Aynı şekilde sosyal medya da kişilerin yaşamında son zamanlarda aktif şekilde etki yaratmaktadır. Bütün bu durumlar değerlendirildiğinde kişilerin sosyal medya ile iletişime geçtikleri ortamın topluluğu ifade etmek yerine daha bireysel alana yöneldiğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla kişilerin diğer insanlardan daha izole olmalarına sebep olmakta ve iletişim becerilerini de etkileyerek yalnızlaşmalarına ortam hazırlamaktadır. Kişiler yüz yüze daha az iletişime geçtikleri durumlarda yalnızlığı hem daha fazla yaşamakta hem de iletişim becerilerini gerektiği gibi kullanmamaktadır (Eni, Ş., 2017).

## BÖLÜM III

### YÖNTEM

Araştırma çalışması kişilere uygulanacak olan ölçek formları ile gerçekleştirilecektir. Veri toplama yöntemlerinde kullanılacak 3 adet ölçek bulunmaktadır. Çalışmada bağımlı ve bağımsız değişkenler arası ölçeklere ait korelasyon sonuçları, parametrik olmayan yöntemlerden Spearman korelasyon analizi ile ölçeklerin demografik değişkenleri ile olan ilişkisi için ikili grup içeren değişkenlere yönelik Mann-Whitney U sonuçları ve ikiden daha fazla grup içeren değişkenler için Kruskal Wallis testleri ile incelenmiştir. Bağımlı değişkenler sosyal görünüş kaygısı, iletişim becerileri; bağımsız değişkenler sosyal medya bağımlılığı, demografik form bilgileri (yaş, cinsiyet, eğitim durumu gibi) şeklindedir.

#### 3.1. Araştırma Grubu

Araştırma klinik olmayan örneklem grubunda belirlenen ölçeklerle ve kişilerin gönüllükleri esaslı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri analizi için 260 (149 Kadın, 111 Erkek) katılımcının katılımı gerçekleşmiştir.

#### 3.2. Araştırmaya Dâhil Olma Özellikleri

18-60 yaş arasında olmak, okuma-yazmaya sahip olmak ve gönüllülük katılımını kabul etmektir.



### **3.3. Veri Toplama Araçları**

Araştırmada kullanılan veri toplama araçları; Sosyodemografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve İletişim Becerileri Ölçeğidir.

#### **3.3.1. Sosyodemografik Bilgi Formu**

Çalışmaya katılım sağlayan kişilerle ilgili bazı bilgilerin elde edildiği kişilerin bireysel olarak ifade ettiği bilgileri içeren, kişiyi tanımaya yardımcı olan formdur. Bu formda kişilerle ilgili; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, günlük internet kullanım sıklığı (saat), yaşadığı kişiler, sosyal medyada geçirilen zaman dilimi, sosyal medya kullanım amacı, sosyal medya kullanım ortamı gibi bilgiler yer almaktadır.

#### **3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği**

SMBÖ-YF 18-60 yaş aralığındaki bireylerin sosyal medya bağımlılıklarını belirlemek için uygulanmaktadır. Geçerlilik-güvenirliliği incelendiğinde; Cengiz Şahin ve Mustafa Yağcı(2017) tarafından geçerlik güvenirlik araştırması yapılmıştır. Ölçeğin geçerlilik ve güvenirliği ile ilgili sonuçlarda, SMBÖ-YF'nun yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını değerlendirebilmek amacıyla uygun bir ölçme aracı olduğu görülmektedir. Puanlamasında; yapılan değerlendirmeler sonucunda SMBÖYF'nun beşli likert tipi, 2 alt boyut (sanal tolerans ve sanal iletişim) ve 20 betimlemeden meydana gelen bir yapı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sanal tolerans alt boyutu için 1-11'inci, sanal iletişim için ise 12-20'inci maddelerden meydana gelmektedir. 5. ve 11. maddeler ters kodlanmaktadır. Ölçekten elde edilebilen en yüksek puan 100, en düşük puan ise 20 olmaktadır. Kişinin yüksek puan alması durumunda kendisini “sosyal medya bağımlısı” olarak değerlendirdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

### **3.3.3. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği**

Doğan(2010) tarafından geçerlik-güvenirlik çalışması yapılan Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği kişinin kendi görüntüsüyle alakalı olarak yaşadığı duygusal, zihinsel ve davranışa yönelik endişelerini değerlendirmek için geliştirilmiş bir ölçme, değerlendirme aracıdır. SGKÖ' nün gerçekleştirilen geçerlik ve güvenilirlik çalışmasıyla elde edilen sonuçlara göre ölçek sosyal görünüş kaygısının ölçümü için yeterli seviyededir. Puanlamasında SGKÖ, 5'li Likert tipinde (1) Hiç Uygun Değil, (5) Tamamen Uygun biçiminde yanıtlanmaktadır. Ölçeğin 1. maddesinin ters girişi gerekmektedir. Alınan yüksek puanlar kişinin sosyal görünüş kaygısının yüksek olduğuna işaret etmektedir.

### **3.3.4. İletişim Becerileri Ölçeği**

Buluş ve ark. (2017) tarafından kişilerin etkili iletişim becerilerine yönelik değerlendirmeyi içermektedir. Bu araştırmanın hedefi, iletişim becerilerinin değişik boyutlar açısından belirlendiği bir ölçek geliştirmektir. Geçerlik-güvenirliği incelendiğinde genel olarak uygunluk düzeyinde olduğu görülmektedir. İletişim Becerileri Ölçeği (EİBÖ)'nin alt boyutları incelendiğinde; Egoyu Geliştirici Dil, Etkin Dinleme, Kendini Tanıma-Kendini Açma, Empati şeklinde maddelerden oluşmaktadır.

## BÖLÜM IV

### BULGULAR

Bulgular bölümü, araştırmaya katılan 260 katılımcının sosyodemografik bilgilerine dair tanımlayıcı veriler ile başlamaktadır. Ardından katılımcıların ölçeklerden aldıkları toplam puanlara ilişkin sonuçlar verilmiştir. Son olarak ise ölçeklere ait korelasyon sonuçları ile ölçeklerin demografik değişkenleri ile olan ilişkisine yönelik Mann-Whitney U sonuçları ve Kruskal Wallis sonuçları verilmiştir.

**Tablo 1: Demografik bilgilere dair tanımlayıcı bulgular**

<b>Bireysel Özellikler</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	149	57,3
Erkek	111	42,7
<b>Toplam</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>
<b>Yaş</b>		
18-35	202	77,7
36-45	39	15,0
45-60	19	7,3
<b>Toplam</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	94	36,2
Bekar	159	61,2
Boşanmış	7	2,8
<b>Toplam</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>
<b>Eğitim Düzeyi</b>		
İlkokul	9	3,5
Ortaokul	5	1,9
Lise	30	11,5
Üniversite öğrencisi	70	26,9

Üniversite	112	43,1
Lisansüstü	34	13,1
<b>Toplam</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>
<b>Günlük internet kullanım sıklığı (saat)</b>		
0-2	71	27,3
3-5	107	41,2
5-7	82	31,5
<b>Toplam</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>
<b>Yaşadığı kişiler</b>		
Tek başına	18	6,9
Arkadaş	215	82,7
Aile	15	5,8
Diğer	12	4,6
<b>Toplam</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>

Tablo 1’de katılımcılara ait sosyodemografik değişkenlerin dağılımı görülmektedir. Katılımcıların cinsiyetleri incelendiğinde % 57,3’ünün (n=149) kadın olduğu ve %42,7’sinin (n=111) ise erkek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların yaşları incelendiğinde %77,7’sinin (n=202) 18-35 yaş arası olduğu, %15’inin (n=39) 36-45 yaş arası olduğu ve %7,3’ünün (n=19) ise 45-60 yaş arası olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde % 36,2’sinin (n=94) evli olduğu ve % 61,2’sinin (n=159) bekâr olduğu ve %2,8’inin (n=7) ise boşanmış olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde % 3,5’inin (n=9) ilkokul mezunu olduğu, %1,9’unun (n=5) ortaokul mezunu olduğu, %11,5’inin (n=30) lise mezunu olduğu, %26,9’unun (n=70) üniversite öğrencisi olduğu, %43,1’inin (n=112) üniversite mezunu olduğu ve %13,1’inin (n=34) ise lisansüstü mezunu olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların internet kullarımlarına ait veriler incelendiğinde % 27,3'ünün (n=71) güne 0-2 saat arası internet kullandığı, %42,2'sinin (n=107) günde 3-5 saat arası internet kullandığı ve % 31,5'inin (n=82) ise günde 5-7 saat arası internet kullandığı belirlenmiştir.

Katılımcıların yaşadıkları kişilere ait veriler incelendiğinde % 6,9'unun (n=18) tek başına yaşadığı, %82,7'sinin (n=215) arkadaşı ile birlikte yaşadığı, %5,8'inin (n=15) ailesi ile birlikte yaşadığı ve % 4,6'sının (n=12) ise diğer kişiler ile birlikte yaşadığı belirlenmiştir.

**Tablo 2:sosyal medya kullanımına dair tanımlayıcı bilgiler**

<b>Sosyal medyada geçirilen zaman dilimi</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Sabah	24	9,2
Öğle	51	19,6
Akşam	159	61,2
Gece	26	10,0
<b>Toplam</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>
<b>Sosyal medya kullanım amacı</b>		
İnstegram	139	53,5
Facebook	22	8,5
Twiter	29	11,2
Diğer	70	26,9
<b>Toplam</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>
<b>Sosyal medya kullanım ortamı</b>		
İş	34	13,1
Ev	185	71,2
Okul	8	3,1
Diğer	33	12,7
<b>Toplam</b>	<b>260</b>	<b>100,0</b>

Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri zaman dilimleri incelendiğinde %9,2'sinin (n=24) sabahları vakit geçirdiği, %19,6'sının (n=51) öğlenleri vakit geçirdiği,

%61,2'sinin (n=159) akşamları vakit geçirdiği ve %26'sının (n=10) ise geceleri sosyal medyada vakit geçirdiği belirlenmiştir.

Katılımcıların sosyal medyayı ağırlıklı olarak hangi amaçla kullandıklarına dair veriler incelendiğinde %53,5'inin (n=139) instagram amacıyla sosyal medya kullandıkları, %8,5'inin (n=22) Facebook amacıyla sosyal medya kullandıkları, %11,2'sinin (n=29) twiter amacıyla sosyal medya kullandıkları ve %26,9'unun (n=70) ise diğer amaçlarla sosyal medya kullandıkları belirlenmiştir

Katılımcıların sosyal medya kullanım ortamları incelendiğinde, %13,1'inin (n=34) iş ortamında sosyal medya kullandıkları, %71,2'sinin (n=185) ev ortamında sosyal medya kullandıkları, %3,1'inin (n=8) okul ortamında sosyal medya kullandıkları ve %12,7'sinin (n=33) ise diğer ortamlarda sosyal medya kullandıkları belirlenmiştir.

**Tablo 3: Katılımcıların ölçek ve alt ölçeklerden aldıkları puanların ortalamaları (N=260)**

<b>ÖLÇEKLER</b>	<b>Ortalama</b>	<b>SS</b>
<b>İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ)</b>	130,90	12,31
Egoyu geliştirici dil	23,31	3,61
Etkin dinleme	34,10	4,30
Kendini tanıma-Kendini açma	18,50	3,73
Empati	31,26	4,41
Ben dilini kullanma	23,76	1,67
<b>Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)</b>	81,50	21,53
Sanal Tolerans	28,03	7,83
Sanal iletişim	21,00	6,41
<b>Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)</b>	32,46	13,18

**Tablo 4: Ölçekler ile alt ölçekler arasındaki ilişkinin incelenmesi**

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>1.İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ)</b>	Rho	1									
2.Egoyu geliştirici dil	Rho	0,621**	1								
	p	<0.001									
3.Etkin dinleme	Rho	0,762**	0,316**	1							
	p	<0.001	<0.001								
4.Kendini tanıma-Kendini açma	Rho	0,578**	0,073	0,325**	1						
	p	<0.001	0,243	<0.001							
5.Empati	Rho	0,776**	0,431**	0,518**	0,301**	1					
	p	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001						
6.Beden dilini kullanma	Rho	0,592**	0,465**	0,308**	0,303**	0,351**	1				
	P	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001					
<b>7.Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)</b>	Rho	-0,318**	-0,079	-0,266**	-0,374**	-0,132*	-0,232**	1			
	p	<0.001	0,204	<0.001	<0.001	<b>0,033</b>	<0.001				
8.Sanal tolerans	Rho	-0,146*	-0,048	-0,186**	-0,204**	-0,001	-0,044	0,769**	1		
	p	<b>0,019</b>	0,439	<b>0,003</b>	<0.001	0,984	0,477	<0.001			
9.Sanal iletişim	Rho	-0,197**	-0,158*	-0,141*	-0,175**	-0,091	-0,137*	0,717**	0,633**	1	
	p	<b>0,001</b>	0,011	<b>0,023</b>	<b>0,005</b>	0,143	<b>0,028</b>	<0.001	<0.001		
<b>10.Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)</b>	Rho	-0,389**	-0,048	-0,305**	-0,433**	-0,209**	-0,335**	0,804**	0,366**	0,328**	1
	p	<0.001	0,438	<0.001	<0.001	<b>0,001</b>	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	

\*Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (Spearman korelasyon testi), \*\* Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (Spearman korelasyon testi)

Tablo 4'te katılımcılara uygulanan ölçek ve alt ölçeklerden elde edilen skorlar arasındaki ilişkiler sperman korelasyon analizi ile gösterilmiştir.

Bu analize göre, İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ) ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) toplam puanları arasında ( $p<0.001$ ,  $\rho=-0,318$ ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) toplam puanları arasında istatistikçe anlamlı negatif ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ,  $\rho=-0,389$ ).

İBÖ toplam puanı ile SMBÖ alt boyutlarından “Sanal tolerans” puanları arasında ( $p=0.009$ ,  $\rho=-0,146$ ) ve “Sanal iletişim” puanları arasında istatistikçe anlamlı negatif ilişki tespit edilmiştir ( $p=0.001$ ,  $\rho=-0,197$ ).

İBÖ alt boyutlarından “Etkin dinleme” puanları ile SMBÖ toplam puanı arasında ( $p<0.001$ ,  $\rho=-0,266$ ), “Sanal tolerans” puanları arasında ( $p=0.003$ ,  $\rho=-0,186$ ), “Sanal iletişim” puanları arasında ( $p=0.023$ ,  $\rho=-0,141$ ) ve SGKÖ toplam puanları arasında istatistikçe anlamlı negatif ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ,  $\rho=-0,305$ ).

İBÖ alt boyutlarından “Kendini anıma-Kendini açma” puanları ile SMBÖ toplam puanı arasında ( $p<0.001$ ,  $\rho=-0,374$ ), “Sanal tolerans” puanları arasında ( $p<0.001$ ,  $\rho=-0,204$ ), “Sanal iletişim” puanları arasında ( $p=0.005$ ,  $\rho=-0,175$ ) ve SGKÖ toplam puanları arasında istatistikçe anlamlı negatif ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ,  $\rho=-0,433$ ).

İBÖ alt boyutlarından “Empati” puanları ile sadece SGKÖ toplam puanları arasında istatistikçe anlamlı negatif ilişki tespit edilmiştir ( $p=0.001$ ,  $\rho=-0,209$ ).

İBÖ alt boyutlarından “Beden dilini tanıma” puanları ile SMBÖ toplam puanı arasında ( $p<0.001$ ,  $\rho=-0,232$ ), “Sanal iletişim” puanları arasında ( $p=0.028$ ,  $\rho=-0,137$ ) ve SGKÖ toplam puanları arasında istatistikçe anlamlı negatif ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ,  $\rho=-0,335$ ).

SMBÖ puanları ile SGKÖ toplam puanları arasında istatistikçe anlamlı pozitif ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ,  $\rho=0,804$ ).

SMBÖ alt boyutlarından “Sanal tolerans” puanları ile SGKÖ toplam puanları arasında istatistikçe anlamlı pozitif ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ,  $\rho=0,366$ ).

SMBÖ alt boyutlarından “Sanal iletişim” puanları ile SGKÖ toplam puanları arasında istatistikçe anlamlı pozitif ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.001$ ,  $\rho=0,328$ ).



**Tablo 5: Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Cinsiyet Açısından Karşılaştırılması**

	Cinsiyet	n	Ort.	Z	p
<b>İBÖ</b>	Kadın	149	130,92	-0,039	0,969
	Erkek	111	131,00		
Egoyu geliştirici dil	Kadın	149	23,42	-0,357	0,721
	Erkek	111	23,17		
Etkin dinleme	Kadın	149	34,22	-0,715	0,474
	Erkek	111	33,94		
Kendini tanıma- Kendini açma	Kadın	149	18,27	-0,971	0,332
	Erkek	111	18,80		
Empati	Kadın	149	31,05	-1,103	0,270
	Erkek	111	31,55		
Beden dili kullanma	Kadın	149	23,94	-2,008	<b>0,045</b>
	Erkek	111	23,52		
<b>SMBÖ</b>	Kadın	149	84,36	-2,474	<b>0,013</b>
	Erkek	111	77,66		
Sanal tolerans	Kadın	149	29,27	-2,737	<b>0,006</b>
	Erkek	111	26,36		
Sanal iletişim	Kadın	149	21,53	1,847	0,065
	Erkek	111	20,30		
<b>SGKÖ</b>	Kadın	149	33,56	-1,593	0,111
	Erkek	111	31,00		

**Mann-Whitney U test**

Tablo 5’ te yer aldığı gibi, katılımcıların İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ), Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) puanları cinsiyete göre karşılaştırılmıştır.

İBÖ alt boyutlarından sadece “Beden dili kullanımı” puanları kadın ve erkekler arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. “Beden dili kullanımı” puanları erkeklere kıyasla kadınlarda daha yüksek bulunmuştur ( $z=-2.008$ ,  $p=0.045$ ).

SMBÖ toplam puanları ile cinsiyet arasında da istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır. SMBÖ toplam puanları erkeklere kıyasla kadınlarda daha yüksek bulunmuştur ( $z=-2.474$ ,  $p=0.013$ ).

SMBÖ alt boyutlarından sadece “Sanal tolerans” puanları kadın ve erkekler arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. “Sanal tolerans” puanları erkeklere kıyasla kadınlarda daha yüksek bulunmuştur ( $z=-2.737$ ,  $p=0.006$ ).

**Tablo 6: Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Eğitim Durumu Açısından Karşılaştırılması**

<b>İBÖ</b>			
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	8.816	0.117
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		
<b>Egoyu Geliştirici Dil</b>			
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	3.263	0.660
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		
<b>Etkin Dinleme</b>			
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	10,219	0,069
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		
<b>Kendini Tanıma-Kendini Açma</b>			
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>

İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	18,307	<b>0,003</b>
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		

#### Empati

Eğitim Durumu	n	KV	p
İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	8,809	0,117
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		

#### Beden Dili Kullanımı

Eğitim Durumu	n	KV	p
İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	1,931	0,859
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		

#### SMBÖ

Eğitim Durumu	n	KV	p
İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	13,665	<b>0,018</b>
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		

#### Sanal Tolerans

Eğitim Durumu	n	KV	p
İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	5,977	0,308
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		

#### Sanal İletişim

Eğitim Durumu	n	KV	p
---------------	---	----	---

İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	6,003	0,306
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		
<b>SGKÖ</b>			
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İlkokul	9		
Ortaokul	5		
Lise	30	13,078	<b>0,023</b>
Üniversite öğrencisi	70		
Üniversite	112		
Lisansüstü	34		

**KV=Kruskall Wallis test**

Tablo 6’da görüldüğü gibi katılımcıların İBÖ, SMBÖ ve SGKÖ ile eğitim durumları arasındaki ilişki Kruskall Wallis testi ile incelenmiştir. Test sonuçlarında İBÖ alt boyutlarından sadece “Kendini tanıma-Kendini açma” puanları ile eğitim durumları arasında istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmıştır. “Kendini tanıma-Kendini açma” puanları lisansüstü mezunlarında diğer eğitim durumlarına göre daha yüksek olarak saptanmıştır (KV=18,307, p=0,003).

SMBÖ toplam puanları ile eğitim durumları arasında da istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmıştır. SMBÖ puanları Üniversite öğrencilerinde diğer eğitim durumlarına göre daha yüksek olarak saptanmıştır (KV=13,665, p=0,018).

SGKÖ toplam puanları ile eğitim durumları arasında da istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmıştır. SMBÖ puanları Üniversite öğrencilerinde diğer eğitim durumlarına göre daha yüksek olarak saptanmıştır (KV=13,078, p=0,023).

**Tablo 7: Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Yaş Açısından Karşılaştırılması**

<b>İBÖ</b>			
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
18-35	202		
36-45	39	2.808	0.246
45-60	19		

<b>Egoyu Geliştirici Dil</b>			
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
18-35	202		
36-45	39	0,976	0,616
45-60	19		
<b>Etkin Dinleme</b>			
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
18-35	202		
36-45	39	5,725	0,057
45-60	19		
<b>Kendini Tanıma-Kendini Açma</b>			
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
18-35	202		
36-45	39	1,014	0,602
45-60	19		
<b>Empati</b>			
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
18-35	202		
36-45	39	4,759	0,093
45-60	19		
<b>Beden Dili Kullanımı</b>			
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
18-35	202		
36-45	39	2,372	0,305
45-60	19		
<b>SMBÖ</b>			
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
18-35	202		
36-45	39	5,902	<b>0,049</b>
45-60	19		
<b>Sanal Tolerans</b>			
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
18-35	202		
36-45	39	9,008	<b>0,011</b>
45-60	19		
<b>Sanal İletişim</b>			
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>

18-35	202		
36-45	39	5,355	0,069
45-60	19		
SGKÖ			
Yaş	n	KV	p
18-35	202		
36-45	39	4,343	0,114
45-60	19		

**KV=Kruskall Wallis test**

Tablo 7’de görüldüğü gibi katılımcıların İBÖ, SMBÖ ve SGKÖ ile yaş arasındaki ilişki Kruskall Wallis testi ile incelenmiştir. Test sonuçlarında SMBÖ toplam puanı ile Yaş arasında istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmıştır. SMBÖ puanları 18-35 yaş arası olanlarda diğer yaş gruplarına kıyasla daha yüksek bulunmuştur (KV=5,902 p=0,049).

Ayrıca SMBÖ alt boyutlarından “Sanal tolerans” puanları ile yaş arasında da istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmıştır. “Sanal tolerans” puanları 18-35 yaş arası olanlarda diğer yaş gruplarına kıyasla daha yüksek bulunmuştur ( KV=,9,008 p=0,011)

**Tablo 8: Katılımcıların YDEHÖ, EGSÖ ve Alt Boyut Puanlarının Medeni Durum Açısından Karşılaştırılması**

İBÖ			
Medeni Durum	n	KV	p
Evli	94		
Bekar	159	0.707	0.702
Boşanmış	7		
Egoyu Geliştirici Dil			
Medeni Durum	n	KV	p
Evli	94		
Bekar	159	0.487	0.784
Boşanmış	7		
Etkin Dinleme			
Medeni Durum	n	KV	p
Evli	94		
Bekar	159	2,366	0,306
Boşanmış	7		

<b>Kendini Tanıma-Kendini Açma</b>			
<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Evli	94		
Bekar	159	3,893	0,143
Boşanmış	7		
<b>Empati</b>			
<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Evli	94		
Bekar	159	1,171	0,412
Boşanmış	7		
<b>Beden Dili Kullanımı</b>			
<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Evli	94		
Bekar	159	0,350	0,839
Boşanmış	7		
<b>SMBÖ</b>			
<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Evli	94		
Bekar	159	16,689	<0,001
Boşanmış	7		
<b>Sanal Tolerans</b>			
<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Evli	94		
Bekar	159	15,252	<0,001
Boşanmış	7		
<b>Sanal İletişim</b>			
<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Evli	94		
Bekar	159	8,564	0,014
Boşanmış	7		
<b>SGKÖ</b>			
<b>Medeni Durum</b>	<b>N</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Evli	94		
Bekar	159	9,280	0,010
Boşanmış	7		

**KV=Kruskall Wallis test**

Tablo 8’de görüldüğü gibi katılımcıların İBÖ, SMBÖ ve SGKÖ ile medeni durum arasındaki ilişki Kruskall Wallis testi ile incelenmiştir. Test sonuçlarında SMBÖ toplam puanı

ile medeni durum arasında istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmıştır. SMBÖ puanları boşanmış olanlarda diğer medeni durumlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur (KV=16,689 p<0,001).

Ayrıca SMBÖ alt boyutlarından “Sanal tolerans” ve “Sanal iletişim” puanları ile medeni durum arasında da istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmıştır. “Sanal tolerans” ve “Sanal iletişim” puanları bekâr olanlarda diğer medeni durumlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur (sırasıyla KV=15,252 p<0,001; KV=8,564 p=0,014)

SGKÖ ile medeni durum arasında istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmıştır. SGKÖ puanları boşanmış olanlarda diğer medeni durumlara kıyasla daha yüksek bulunmuştur (KV=9,280 p=0,010).

**Tablo 9: Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Yaşadıkları Kişiler Açısından Karşılaştırılması**

<b>İBÖ</b>			
<b>Kiminle Yaşadığı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Tek başına	18	2.478	0.479
Arkadaş	215		
Aile	15		
Diğer	12		
<b>Egoyu Geliştirici Dil</b>			
<b>Kiminle Yaşadığı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Tek başına	18	2.748	0.432
Arkadaş	215		
Aile	15		
Diğer	12		
<b>Etkin Dinleme</b>			
<b>Kiminle Yaşadığı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
Tek başına	18	3,875	0,275
Arkadaş	215		
Aile	15		
Diğer	12		
<b>Kendini Tanıma-Kendini Açma</b>			
<b>Kiminle Yaşadığı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>



Tek başına	18		
Arkadaş	215	9,304	<b>0,026</b>
Aile	15		
Diğer	12		

#### Empati

Kiminle Yaşadığı	n	KV	p
Tek başına	18		
Arkadaş	215	1,780	0,619
Aile	15		
Diğer	12		

#### Beden Dili Kullanımı

Kiminle Yaşadığı	n	KV	p
Tek başına	18		
Arkadaş	215	7,921	<b>0,048</b>
Aile	15		
Diğer	12		

#### SMBÖ

Kiminle Yaşadığı	n	KV	p
Tek başına	18		
Arkadaş	215	3,921	0,270
Aile	15		
Diğer	12		

#### Sanal Tolerans

Kiminle Yaşadığı	n	KV	p
Tek başına	18		
Arkadaş	215	3,368	0,338
Aile	15		
Diğer	12		

#### Sanal İletişim

Kiminle Yaşadığı	n	KV	p
Tek başına	18		
Arkadaş	215	3,574	0,311
Aile	15		
Diğer	12		

#### SGKÖ

Kiminle Yaşadığı	n	KV	p
Tek başına	18		
Arkadaş	215	3,495	0,321
Aile	15		
Diğer	12		

**KV=Kruskall Wallis test**

Tablo 9’ da yer aldığı gibi, katılımcıların İBÖ, SMBÖ ve SGKÖ puanları birlikte yaşadıkları kişilere göre karşılaştırılmıştır.

İBÖ alt boyutlarından “Kendini tanıma-Kendini açma” puanları ile birlikte yaşadıkları kişiler arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. “Kendini tanıma-Kendini açma” puanları tek başına yaşayanlarda diğerlerine kıyasla daha yüksek bulunmuştur (KV=9.304, p=0.026).

Ayrıca İBÖ alt boyutlarından “Beden dili kullanımı” puanları ile birlikte yaşadıkları kişiler arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermiştir. “Beden dili kullanımı” puanları tek başına yaşayanlarda diğerlerine kıyasla daha yüksek bulunmuştur (KV=7.921, p=0.048).

**Tablo 10: Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının İnternet Kullanımı Saati Açısından Karşılaştırılması**

<b>İBÖ</b>			
<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	10.497	<b>0.005</b>
5-7	82		
<b>Egoyu Geliştirici Dil</b>			
<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	5.245	0.073
5-7	82		
<b>Etkin Dinleme</b>			
<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	6,607	<b>0,037</b>
5-7	82		
<b>Kendini Tanıma-Kendini Açma</b>			
<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	6,527	<b>0,038</b>
5-7	82		
<b>Empati</b>			

<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	2,555	0,324
5-7	82		

<b>Beden Dili Kullanımı</b>			
<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	4,182	0,124
5-7	82		

<b>SMBÖ</b>			
<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	17,400	<0,001
5-7	82		

<b>Sanal Tolerans</b>			
<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	31,220	<0,001
5-7	82		

<b>Sanal İletişim</b>			
<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	14,327	0,001
5-7	82		

<b>SGKÖ</b>			
<b>İnternet Kullanımı (saat)</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
0-2	71		
3-5	107	3,111	0,211
5-7	82		

**KV=Kruskall Wallis test**

Tablo 10' da yer aldığı gibi, katılımcıların İBÖ, SMBÖ ve SGKÖ puanları internet kullanım saatine göre karşılaştırılmıştır.

İBÖ toplam puanları ile internet kullanım süreleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır. İBÖ toplam puanları 0-2 saat internet kullananlarda diğer kullanım sürelerine kıyasla daha yüksek saptanmıştır (KV=10,497 p=0,005).

İBÖ alt boyutlarından “Etkin dinleme” ve “Kendini tanıma-Kendini açma” puanları ile internet kullanım süreleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık saptanmıştır. ”Etkin

dinleme” ve “Kendini tanıma-Kendini açma” puanları 0-2 saat internet kullananlarda diğer kullanım sürelerine kıyasla daha yüksek saptanmıştır (sırasıyla KV=6,607 p=0,037; KV=6,527 p=0,038).

SMBÖ toplam puanları ile internet kullanım süreleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır. SMBÖ toplam puanları 5-7 saat arası internet kullananlarda diğer kullanım sürelerine kıyasla daha yüksek saptanmıştır (KV=17,400 p<0,001).

SMBÖ alt boyutlarından “sanal tolerans” ve “Sanal iletişim” puanları ile internet kullanım süreleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık saptanmıştır. ”Sanal tolerans” ve “Sanal iletişim” puanları 5-7 saat arası internet kullananlarda diğer kullanım sürelerine kıyasla daha yüksek saptanmıştır (sırasıyla KV=31,220 p<0,001; KV=14,327 p=0,001).

**Tablo 11: Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Sosyal medyayı ağırlıklı olarak kullanım amaçları Açısından Karşılaştırılması**

<b>İBÖ</b>			
<b>Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İnstegram	139	4.868	0.182
Facebook	22		
Twiter	29		
Diğer	70		
<b>Egoyu Geliştirici Dil</b>			
<b>Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İnstegram	139	4.418	0.220
Facebook	22		
Twiter	29		
Diğer	70		
<b>Etkin Dinleme</b>			
<b>Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İnstegram	139	2,033	0,565
Facebook	22		
Twiter	29		
Diğer	70		
<b>Kendini Tanıma-Kendini Açma</b>			
<b>Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İnstegram	139	1,006	0,800
Facebook	22		
Twiter	29		

Diğer	70		
-------	----	--	--

#### Empati

Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı	n	KV	p
İnstegram	139		
Facebook	22	5,104	0,164
Twiter	29		
Diğer	70		

#### Beden Dili Kullanımı

Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı	n	KV	p
İnstegram	139		
Facebook	22	1,115	0,860
Twiter	29		
Diğer	70		

#### SMBÖ

Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı	n	KV	p
İnstegram	139		
Facebook	22	2,416	0,491
Twiter	29		
Diğer	70		

#### Sanal Tolerans

Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı	n	KV	p
İnstegram	139		
Facebook	22	2,630	0,452
Twiter	29		
Diğer	70		

#### Sanal İletişim

Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı	n	KV	p
İnstegram	139		
Facebook	22	7,565	0,056
Twiter	29		
Diğer	70		

#### SGKÖ

Sosyal Medyayı Ağırlıklı Olarak Kullanım Amacı	n	KV	p
İnstegram	139		
Facebook	22	3,569	0,312
Twiter	29		
Diğer	70		

KV=Kruskall Wallis test

Tablo 11’ de yer aldığı gibi, katılımcıların İBÖ, SMBÖ ve SGKÖ puanları ile sosyal medyanın ağırlık olarak kullanım amaçları Kruskall Wallis testi ile incelenmiştir. Test sonuçlarında gruplar arasında istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

**Tablo 12: Katılımcıların İBÖ, SMBÖ, SGKÖ ve Alt Boyut Puanlarının Sosyal medyayı Kullanım Ortamları Açısından Karşılaştırılması**

<b>İBÖ</b>			
<b>Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İş	34	2.328	0.507
Ev	185		
Okul	8		
Diğer	33		
<b>Egoyu Geliştirici Dil</b>			
<b>Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İş	34	2.275	0.517
Ev	185		
Okul	8		
Diğer	33		
<b>Etkin Dinleme</b>			
<b>Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İş	34	0,179	0,981
Ev	185		
Okul	8		
Diğer	33		
<b>Kendini Tanıma-Kendini Açma</b>			
<b>Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İş	34	1,781	0,619
Ev	185		
Okul	8		
Diğer	33		
<b>Empati</b>			
<b>Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı</b>	<b>n</b>	<b>KV</b>	<b>p</b>
İş	34	3,266	0,352
Ev	185		
Okul	8		
Diğer	33		
<b>Beden Dili Kullanımı</b>			

Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı	n	KV	p
İş	34		
Ev	185	3,336	0,343
Okul	8		
Diğer	33		

#### SMBÖ

Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı	n	KV	p
İş	34		
Ev	185	3,517	0,319
Okul	8		
Diğer	33		

#### Sanal Tolerans

Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı	n	KV	p
İş	34		
Ev	185	2,739	0,434
Okul	8		
Diğer	33		

#### Sanal İletişim

Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı	n	KV	p
İş	34		
Ev	185	0,910	0,823
Okul	8		
Diğer	33		

#### SGKÖ

Sosyal Medyayı Kullanım Ortamı	n	KV	p
İş	34		
Ev	185	7,026	0,071
Okul	8		
Diğer	33		

**KV=Kruskall Wallis test**

Tablo 12' de yer aldığı gibi, katılımcıların İBÖ, SMBÖ ve SGKÖ puanları ile sosyal medyanın kullanım ortamı arasındaki ilişki Kruskall Wallis testi ile incelenmiştir. Test sonuçlarında gruplar arasında istatistikçe anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

## BÖLÜM V

### TARTIŞMA

*“Klinik olmayan örneklemede sosyal medya bağımlılığının sosyal görünüş kaygısı ve iletişim becerileri ile arasındaki ilişki”* nin incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada elde edilen bulgular ve bulguların alt boyutlarla ilgili sonuçlarının literatür ile benzerlikleri, farklılıkları tartışılmış ve yorumlanmıştır.

Othman ve ark.(2017) yaptıkları araştırmada internet kullanımının zaman içerisinde artış gösterdiği ve bu artışa yönelik duyulan endişe ifade edilmiştir. Yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerinde dürtüsel algılama arayışı ve anksiyete düzeyleri anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (Othman ve ark., 2017). Bulunan sonuç yapılan araştırmayı destekler nitelikte olmaktadır. Yapılan tez çalışmasında benzer şekilde üniversite öğrencilerinde sosyal görünüş kaygısı anlamlı derecede yüksek bulunmuştur.

Yapılan tez çalışmasında kadınların sosyal medya kullanım düzeylerinin erkeklere oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumun kadınların sosyalleşme alanı ile daha ilgili olmaları ve beğenilme duygusunu ön planda tutmalarıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir. Alanda buna benzer şekilde sonuca ulaşan Sczesny ve Kaufman(2018) sosyal medya kullanımına yönelik yaptıkları çalışmada kadınlar ile erkeklerin sosyal medya kullanımlarının birbirinden daha farklı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yapılan araştırmada kadınlar erkeklere göre çok daha fazla sosyal medya kullanımı yaşamakta ve daha çeşitli paylaşımlar yapmaktadır (Sczesny&Kaufman, 2018). Bu araştırma yapılan tez çalışmasını destekler nitelikte olup benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar literatür ile paralellik göstermektedir.

Problemlerli internet kullanımına yönelik yapılan araştırmalarla ilgili olarak Reiner ve ark.(2017) erkeklerin internet kullanımının belirli alanda yoğunlaştığını ifade etmektedir. Bu yoğunlaşıl alan problemlerli internet kullanımında erkeklerin çevrimiçi video oyunları üzerinde yoğunlaştıkları görülmektedir (Reiner ve ark., 2017). Yapılan araştırmada kadınların internet ortamında daha aktif oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumda elde edilen sonuçların farklılaştığı görülmektedir.

Altındış ve ark.(2017) yapmış oldukları araştırmada kaygı düzeylerini incelemişlerdir. Araştırmaya göre katılım sağlayan kişiler %20 oranında beğenilme anksiyetesi yaşamakta,



%10'u görünümü sebebiyle rahatsızlık duymakta, diğer insanların kendisiyle vakit geçirmek istemeyeceği konusunda endişe duymakta, görüşlerinin yaşamlarını etkiledikleri görülmektedir (Altındış ve ark., 2017). Bu araştırmaya benzer şekilde yapılan tez çalışmasında anksiyete oranları incelendiğinde kişilerin bazı alanlarında anksiyete düzeyleri anlamlı derecede yüksek bulunmuştur.

Solmaz ve ark.(2013) 'nın gerçekleştirmiş oldukları çalışmada araştırmaya katılan kişilerin sosyal medya kullanım alanlarının farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu sonuçlara göre kişiler sosyal medya kullanımında aktif olduklarını ve en fazla facebook ve twitter kullanımında yüksek oran gösterdikleri görülmektedir (Solmaz ve ark., 2013). Yapılan çalışmada bu araştırmadan daha farklı sonuçlar elde edilmiştir. Çalışmaya göre sosyal medyayı aktif olarak kullanan kişiler daha çok instagram alanında yoğunlaşma göstermektedirler. Bunun sebebinin son yıllarda instagramın çok hızlı bir şekilde ilerleme kaydetmesiyle ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

Küçükali'nin (2016) yapmış olduğu araştırmada sosyal medya kullanım amaçlarının ilk iki sırasında Facebook ve Instagram uygulamalarının yer aldığı görülmektedir (Küçükali, 2016). Elde edilen sonuçlar yapılan araştırmayla tam anlamıyla olmasa da ilk iki sırada aynı sosyal medya ağlarının yüksek oranda puan almasıyla ilgili benzerlik göstermektedir. Yapılan çalışmada da Küçükali'nin çalışmasına benzer şekilde facebook ve instagram en çok tercih edilen iki sosyal medya ağı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çakmak (2014)'ın gerçekleştirdiği araştırmasında sosyal medya kullanım süreleri incelendiğinde; kişilerin sosyal medya kullanım süreleri 2-5 saat aralığında (%44,9) yoğunluk göstermektedir (Çakmak, 2014). Yapılan araştırmada kişilerin sosyal medya kullanım süreleri incelendiğinde bu araştırmayla paralel olan sonuçlar elde edildiği söylenebilmektedir. Araştırmaya katılan kişilerin sosyal medya kullanım sıklıkları 3-5 saat aralığında (%41,2) yoğunluk göstermekte ve Çakmak'ın çalışmasını destekler nitelikte olmaktadır.

Kişilerin sosyal medya kullanım sıklıkları ile ilgili alanda farklı sonuçlar elde eden çalışmalar da bulunmaktadır. Bu araştırmalardan biri de Solmaz ve ark.(2013) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre kişiler 9-11 saat sıklığı ile sosyal medya kullanımı göstermektedir (Solmaz ve ark., 2013). Bu sonuç yapılan tez çalışmasında elde edilen yoğun olarak 3-5 saat oranında kullanım sonucu ile farklılık göstermektedir.

Çakmak & Müezzini(2018) yaptıkları çalışmada sosyal medya kullanımının artmasıyla iletişim becerilerinin de arttığı sonucuna ulaşmışlardır (Çakmak&Müezzini, 2018). Yapılan tez

çalışmasında elde edilen sonuçlara göre sosyal medya kullanımının artmasıyla iletişim becerilerine ait alt boyut olan empati düzeyinde azalmalar görülmüştür. Bu sonuç yapılan çalışma ile farklılık göstermektedir. Bu durumun kişilerin sosyal medya kullanımının arttığı süreçte iletişim becerilerini daha az kullanmaları ve pasifleşmeleri noktasıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Erol ve Hassan'ın aktarımı incelendiğinde Amerika' da 2010 yılında yapılan bir yaşam projesi çalışmasının rapor sonuçlarına göre 18-29 yaş aralığındaki katılımcıların sosyal medya kullanım oranlarının %72 olduğu, bu sonuçların yıllar içinde değişiklik gösterdiği ve 2012 yılında yapılan araştırmada bu kullanım oranının %83 olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Erol ve Hassan 2014). Sosyal medya kullanımına yönelik 2005'te Amerika'da yapılan çalışmada %12 olan kullanım oranının 10 sene sonrasında 2015'te %90'a yükseldiği görülmektedir (Sutherland ve ark. 2018). Bu araştırmalara benzer bir şekilde yapılan tez çalışmasında elde edilen sonuçlarda sosyal medya kullanımının 18-35 yaş aralığında yoğun bir oran gösterdiği görülmektedir. Yaş düzeyi azaldıkça yani genç kesimde sosyal medya kullanım seviyesinin yüksek olduğu görülmektedir.

Göksel(2018) 'in yapmış olduğu araştırmada sosyal medya yoluyla kişilerin iletişime daha fazla geçmesi ve iletişimdeki gider durumunun daha azalması sebebiyle üniversite öğrencileri tarafından sosyal medya kullanımının yüksek olduğu görülmektedir (Göksel, 2018). Bu araştırmaya benzer şekilde yapılan araştırmada öğrenim düzeyine göre sosyal medya bağımlılığı incelendiğinde üniversite öğrencilerin daha yüksek oranda sonuç verdikleri görülmektedir. Bu da alandaki çalışmalarla benzer sonuçlara ulaşıldığı görüşünü desteklemektedir.

Sadowski ve ark.(2017)' nin Avustralya'da üniversitede yapmış oldukları araştırmaya göre sosyal medya kullanım amaçlarına göre bazı sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alanlarına göre yoğunlaşmalarının Facebook, Youtube ve Instagram üzerinde olduğu görülmüştür (Sadowski ve ark.(2017). Yapılan tez çalışmasında bu araştırmaya benzer şekilde Instagram ve Facebook kullanımlarında kişilerin daha fazla yoğunluk gösterdikleri belirlenmiştir. Çalışmadaki farklılık incelendiğinde ilk sırada Facebook yerine Instagramın ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Yapılan araştırmayla beraber literatürle benzer sonuçlar olduğu gibi bu şekilde farklı sonuçlara da ulaşılabilmektedir. Bu durumun zamanla gelişen Instagram uygulamasının yaygınlaşmasıyla ilgili olduğu düşünülmektedir.

Alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde kişilerin sosyal içeriklerini paylaşma imkanı sunan Youtube, Facebook, Instagram gibi uygulamalar genç yaştaki bireylerin yoğunluk gösterdiği ve daha çok kullanım gerçekleştirdiklerini yansıtmaktadır (İbiş ve Engin 2016, Ahmad ve ark.2018, Sutherland ve ark. 2018). Yapılan araştırmada sosyal medya bağımlılığının genç yaş aralığında yüksek olması bu araştırmaları desteklemektedir. Gençlerin sosyalleşme ihtiyaçlarının daha fazla olması ve sosyal hayatta aktif olmak isteklerinin bu sonuçla ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Alanda yapılan araştırmalar incelendiğinde Lee ve Stapinski(2012)' nin yaptıkları çalışmada kişilerin sosyal kaygı düzeylerinin yüksek olmasının kişilerin internet üzerinden kurmuş oldukları ilişki ile ilgili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kişiler sosyal kaygılarının yüksek olması ile çevrimiçi ilişkilerinin yüksek olduğu ve internet ortamında sosyal medyada daha fazla yoğunlaştıkları görülmektedir (Lee&Stapinski, 2012). Yapılan tez çalışmasında da kişilerin sosyal medya bağımlılığının yüksek olması sonucunda sosyal görünüş kaygılarının da yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç yapılan çalışmalarla paralellik göstermektedir.

Clayton ve ark.(2013)' nin üniversite öğrencilerine yönelik yaptıkları araştırmada öğrencilerin Facebook kullanım oranları ile yaşadıkları anksiyete düzeyleri arasında ilişki bulunmaktadır. Kişilerin sosyal medyayı kullanımları arttıkça anksiyete düzeylerinde de artış yaşandığı görülmektedir (Clayton ve ark., 2013). Yine benzer şekilde Davidson ve Farquhar(2014)' in Amerika'da üniversite öğrencilerine yönelik yapmış oldukları çalışmada Facebook kullanımının yüksek olması sonucu anksiyete düzeyinin de yüksek olduğunu ifade etmektedir (Davidson& Farquhar, 2014). Yapılan çalışmada elde edilen sonuçlarda da benzer şekilde sosyal medya kullanımının yüksek olması sonucunda kişilerin sosyal görünüş kaygılarında artış olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar da literatürle benzerlik göstermektedir.

Zonguldak ilinde Aydoğan ve Büyükyılmaz(2017)' in üniversite katılımcıları ile gerçekleştirdiği çalışmada öğrencilerin sosyal medya kullanımı ve stres-anksiyete ilişkisi incelenmiştir. Araştırma sonuçlarında öğrencilerdeki sosyal medya kullanımı artış gösterdikçe kişilerin stres ve kaygı düzeylerinde artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanımı ve kullanılan sosyal medya türünün kaygı düzeyi ile ilişkili olduğu ifade edilmiştir (Aydoğan&Büyükyılmaz, 2017). Yine aynı şekilde Honnekeri ve ark. (2017)' nin yapmış oldukları araştırmada üniversite öğrencilerinde Facebook kullanımının artış gösterdiği noktalarda sosyal fobi oranlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Honnekeri ve ark., 2017). Yapılan tez çalışmasında elde edilen sonuçlarda bulunan sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki pozitif ilişki sonucu bu çalışmalarla benzerlik

göstermektedir. Sonuçlara göre kişilerin sosyal medya bağımlılıkları arttıkça kaygı düzeyleri de artış göstermektedir.

Yapılan bu çalışma ve ifade edilen araştırmalardan farklı sonuçlar elde eden çalışmalar da alanda bulunmaktadır. Riaz ve ark.(2018)' nın yapmış oldukları çalışmada sosyal medya kullanımı ile kaygı arasında herhangi bir ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Riaz ve ark., 2018). Bu sonuç yapılan çalışmada elde edilen sosyal medya bağımlılığı ile kaygının ilişkili olduğu sonucu ile farklılık göstermektedir.

Tektaş(2014)'ın sosyal ağlarla ilgili yaptığı çalışmasında elde ettiği sonuçlara göre kişilerin sosyal medya kullanımları cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Elde edilen sonuçlarda kadınların ve erkeklerin sosyal medya kullanımlarının birbirinden farklı olduğu, kadın öğrencilerin sosyal medya kullanımının erkeklere oranla daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tektaş, 2014). Yapılan araştırmada elde edilen bulgularla bu sonuç desteklenmektedir. Yapılan araştırmada benzer şekilde kadınların sosyal medya kullanım oranları erkeklere göre daha yüksek düzeyde olmaktadır.

Alanda sosyal ağ ve kaygı üzerine yapılan çalışmada kişilerin sosyal medya üzerinden iletişimlerinin artmasının kişinin dış görünümüne önem vermesine yol açtığı ve yeni jenerasyonun bu şekilde gelişmesinin gözlemlendiği ifade edilmektedir. Oluşan bu kaygı kişilerde farklı boyutlarda yansıma göstermektedir (PSY Gelişim. Eğitim. Araştırma.). Yapılan tez çalışmasında da bu araştırmayı destekleyen bulgular elde edilmiş ve kişilerin sosyal ağlarda geçirdikleri zaman arttıkça kaygı düzeylerinde artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## BÖLÜM VI

### SONUÇ

Yapılan bu tez çalışmasının sonuçları şu şekildedir:

- Çalışmaya cinsiyet açısından kadınların katılma oranının daha yüksek olduğu görülmüştür.
- Katılımcıların yaş aralığı yüksek oranda 18-35 düzeyini ifade etmektedir.
- Katılımcılar medeni durum olarak çoğunluklar bekâr kesimi yansıtmaktadır.
- Eğitim seviyesi incelendiğinde kişilerin yüksek oranda üniversite mezunu kesimini temsil ettikleri görülmektedir.
- Araştırmaya katılan kişiler internet kullanım sıklığı olarak 3-5(saat) aralığında yoğunluk göstermişlerdir.
- Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde yarısından fazlasının (%53) İnstagram kullanım oranında yoğunlaştıkları görülmektedir.
- Sosyal medyayı kullanım ortamlarına göre katılımcılar en yüksek oranı ev ortamı olarak belirlemişlerdir.
- Katılımcılar sosyal medyada geçirilen zaman dilimi olarak akşam saat diliminde yoğunlaşma göstermişlerdir.
- Yapılan analizler sonucunda kişilerin sosyal medya bağımlılığının alt boyutlarından olan sanal tolerans ve sanal iletişim oranları arttıkça kişilerin iletişim becerilerinde azalma görülmektedir.
- Analizler sonucunda kişilerin sosyal medya bağımlılığının alt boyutlarından olan sanal tolerans oranları arttıkça iletişim becerilerindeki alt boyut olan etkin dinleme oranında azalma olduğu, yine benzer şekilde kişilerin sosyal görünüş kaygı oranları arttıkça sanal iletişim oranları azalma göstermektedir.
- Kişilerin sosyal medya bağımlılık oranı arttıkça, iletişim becerileri alt boyutuna ait olan kendini anlama- kendini açma oranında azalma olduğu görülmektedir.
- Kişilerin sosyal görünüş kaygısı oranları arttıkça iletişim becerileri alt boyutuna ait olan empati alanında azalma olduğu, kişilerin sosyal medya bağımlılığı arttıkça, beden dili kullanma oranları azalmakta olduğu görülmektedir.

- Kişilerin sosyal medya bağımlılığına ait sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutları arttıkça sosyal görünüş kaygı oranları da artış göstermektedir.
- İletişim becerileri alt boyutlarından “Beden dili kullanımı” ve sosyal medya bağımlılığı puanları kadın ve erkekler arasında anlamlı farklılık göstermiştir. “Beden dili kullanımı” ve sosyal medya bağımlılığı erkeklere kıyasla kadınlarda daha yüksek oranda bulunmuştur.
- “Kendini tanıma-Kendini açma” puanları ile eğitim durumları arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. “Kendini tanıma-Kendini açma” oranı lisansüstü mezunlarında diğer eğitim durumlarına göre daha yüksek oranda bulunmuştur.
- Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı ile eğitim durumları arasında anlamlı fark bulunmuştur. Sonuca göre üniversite öğrencilerinde diğer eğitim durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı daha yüksek orandadır.
- Sosyal medya bağımlılığı ile yaş durumu incelendiğinde 18-35 yaş aralığındaki kişilerin sosyal medya bağımlılığı daha yüksek bulunmuştur.
- Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal görünüş kaygısı medeni duruma göre incelendiğinde boşanmış olan kişilerin her iki alanda da yüksek puan aldıkları görülmektedir.
- Kişilerin sosyal medya kullanım sürelerine göre sosyal medya bağımlılık oranları incelendiğinde; 5-7 saat süresindeki kullanımında kişiler sosyal medya bağımlılığında daha yüksek puan almaktadırlar.
- Kişilerin iletişim becerileri ile sosyal medya kullanım süreleri incelendiğinde; 0-2 saat diliminde kullanımda kişiler iletişim becerileri puanlarından yüksek oran almaktadırlar.

## KAYNAKÇA

- Ahmad N, Hussain S, Munir N: Social networking and depression among university students. *Pak J MedRes.*, 57(2):77-82, 2018.
- Akbulut S., 2018, "Erişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Beden İmajı, Sosyal Anksiyete Ve Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Aktan, E., 2018, "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi", *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4): ss. 405- 421.
- Akıncı-Vural, Z.B., ve Bat, M., 2010, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Yaşar University*, 20(5): ss. 3348-3382.
- Ateş, Ü., 2014, "Sosyal Medya Profilleri Kullanarak Kullanıcı Kişilik Çıkarımı", Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Aydoğan D, Büyükyılmaz O: The effect of social media usage on students' stress and anxiety: A research in Karabuk University Faculty of Business. *International Journal of Multidisciplinary Thought*, 6(1): 253-260, 2017.
- Bayram, L., 2013, "Düzenli Spor Yapmanın İslahevlerindeki Çocuk ve Gençlerin Sosyal Uyum ve İletişim Becerileri Üzerindeki Etkisi", Doktora Tezi, Samsun.
- Bulunmaz, B., 2011, "Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı ve Fiat Örneği" *Yeditepe Üniversitesi Global Media Journal*, 2(3): ss. 19-50.
- Buluş, M., Atan, A. ve Erten Sarıkaya, H., 2017, "Etkili İletişim Becerileri: Bir Kavramsal Çerçeve Önerisi ve Ölçek Geliştirme Çalışması", *International Online Journal of Educational Sciences*, 9(2): pp. 575-590.
- Castells M., 2008, *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür I*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cengizhan, C., 2005, "Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımında Yeni Bir Boyut: "İnternet Bağımlılığı", *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22, ss. 83-98.
- Clayton RB, Osborne RE, Miller BK., Oberle CD: *Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use. Comput Human Behav.*, 29(3): 687-693, 2013.
- Cross, Michael., 2014, *Social Media Security Leveraging Social Networking While Mitigating Risk Syngress*.
- Çınar, H., ve Keskin, N., 2015, "Öğrencilerin Sosyal Görünüş Kaygısının Öğrenim Yeri Tercihlerine Etkisi", *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 14: ss. 457-464.
- Davidson T, Farquhar LK: Correlates of social anxiety, religion, and facebook. *Journal of Media and Religion*, 13(4): 208-225, 2014.

- Dilbaz, N., 1997, ‘‘Sosyal fobi’’, Psikiyatri Dünyası, 1: ss. 18-24.
- Doğan, T., 2010, ‘‘Sosyal Görünüş Kaygısı  l eği’ nin (Sgkö) Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik  alışması’’, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education), 39: ss. 151-159.
- Durar, E., 2018, ‘‘ niversite  ğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon ve Sosyal Fobi İle İlişkisi’’, Yüksek Lisans Tezi, Kars.
- Eni, ř., 2017, ‘‘Lise  ğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Sıklığının Yalnızlık Algılarına Etkisi’’, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Erol G,Hassan A: Gençlerin sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kullanımının tatil tercihlerine etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (31): 804-812,2014.
- Funk, Tom., 2011, *Social Media Playbook for Business: Reaching Your Online Community with Twitter, Facebook, LinkedIn and More Praeger*.
- Göksel AG: Spor bilimleri fakültesi  ğrencilerinin iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımlarının bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Spor metre*, 16 (1): 39-48, 2018.
- Griffiths M.D., 2012, ‘‘Social Networking Addiction: Emerging Themes and Issues’’, *Journal of Addiction Research & Therapy*, 4(5): pp. 1-2.
- Hart, T. A., Flora, D.B., Palyo, S. A., Fresco, D.M., Holle, C., and Heimberg, R.C., 2008, ‘‘Development and Examination of the Social Appearance Anxiety Scale’’, *Assessment*, 15: pp. 48-59.
- <https://dijilopedi.com/2018-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>
- Kurtaran, G.T., 2008, ‘‘İnternet Bağımlılığını Yordayan Değişkenlerin İncelenmesi’’ Yüksek Lisans Tezi, Mersin.
- İbiş S, Engin Y: Üniversite  ğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine bir araştırma: İstanbul  niversitesi  rneği. *Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu*, Elazığ. s.1486-1497, 2016.
- İşsever, N.K., 2016, ‘‘İnternet Bağımlılığının  niversite  ğrencilerinde Yaygınlığının İncelenmesi’’ Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Lee BW, Stapinski LA: Seeking safety on the internet: Relationship between social anxiety and problematic internet use. *J Anxiety Disord.*, 26(1): 197-205, 2012.
- Mayfield, Antony, What is Social Media, iCrossing, e-book, s. 6. [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf), Erişim Tarihi: 2019.
- Othman, Z., et al., 2017, "Internet addiction and personality: Association with impulsive sensation seeking and neuroticism-anxiety traits." *International Medical Journal* 24(5): pp. 375-378.
-  gel, K., ‘‘İnsan, Yaşam ve Bağımlılık Tartışmalar ve Gereke er’’, İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık, 2001.



- Ögel, K., "İnternet Bağımlılığı: İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak", İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2012.
- Prizant-Passal, S., et al., 2016, "Social anxiety and internet use - A meta-analysis: What do we know? What are we missing?", *Computers in Human Behavior*, 62: pp. 221-229.
- PSY Gelişim. Eğitim. Araştırma. <https://www.psidanismanlik.com/bizden-size/ergen/y-kusagi> adresinden erişildi.
- Reiner, I., et al., 2017, "Peer attachment, specific patterns of internet use and problematic internet use in male and female adolescents." *European Child and Adolescent Psychiatry*, 26(10): pp. 1257-1268.
- Riaz F, Ishaq K, Abbasi A: Influence of social media in developing social anxiety: A study of university students in Lahore. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 8(2):230-235, 2018.
- Sadowski C, Padiaditis M, Townsend R: University students' perceptions of social networking sites (SNSs) in their educational experiences at a regional Australian university. *Australasian Journal of Educational Technology*, 33(5): 77-90, 2017.
- Sczesny, S., and Kaufmann, M.C., 2018, "Self-presentation in online Professional networks: Men's higher and women's lower facial prominence in self-created profile images." *Frontiers in Psychology* 8(JAN).
- Sutherland K, Davis C, Terton U, Visser I: University students' social media use and its influence on offline engagement in higher educational communities. *Student Success*, 9(2): 13-24, 2018.
- Sweeney, Susan ve Randall Craig (2011). *Social Media for Business: 101 Ways to Grow Your Business without Wasting Your Time*. Canada: Maximum Press.
- Şahin, M., 2007, "Madde Bağımlılığı Konusunda Türkiye'de Yapılmış Olan Lisansüstü Tezler Üzerine Bir Değerlendirme", Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Şahin, C. ve Yağcı, M., 2017, "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması", *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1): ss. 523-538.
- Tamar Gürol, D., 2012, "Bağımlılık nedir?" 30 Ocak 2012, <http://www.bagimlilik.info.tr>.
- Tektaş, N., 2014, "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma", *Journal of History School (JOHS)*, 7(17): ss. 851-870.
- Toker Uğurlu, T., Balcı Şengül, C., ve Şengül, C., 2012, "Bağımlılık Psikofarmakolojisi", *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(1): ss. 37-50.
- Toraman, M., 2013, "İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Ağ Kullanım Düzeylerinin Ortaöğretim Öğrencilerinin Akademik Başarıları ile İlişkisinin İncelenmesi", Yüksek Lisans Tezi, Elazığ.
- Törenli, N., *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.

- Ünlü, F., 2018, ‘Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon’, *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1): ss. 161-172.
- Uzbay, İ.T., 2009, ‘Madde Bağımlılığının Tarihçesi, Tanımı, Genel Bilgiler ve Bağımlılık Yapan Maddeler’, *Türk Eczacıları Birliği Meslek İçi Sürekli Eğitim Dergisi*, 21-22: ss. 5-15.
- Uzbay, İ.T., 1996, ‘Madde Bağımlılığı’, *Bilim Teknik Dergisi*, ss. 20-26.
- Vannucci, A., et al. (2017) Social media use and anxiety in emerging adults, *J Affect Disord*, 207: 163-166.
- Young, K.S., 1998, ‘Internet Addiction: Thee Mergence of a New Clinical Disorder’, *Cyber Psychol Behavior*, (1): pp. 237–244.
- Young, K.S., and Rodgers, R.C., 1998, ‘The Relationship Between Depression and Internet Addiction’, *Cyber Psychology & Behavior*, 1(1): pp. 25-28.
- Yüksel, A., İletişim Bilgisi, Anadolu Üniversitesi, 2007.
- Waters, J.K., 2010, ‘The Everything Guide to Social Media: Al You Need to Know about Participating in Today’s Most Popular Online Communities, USA: Adams Media.

## EKLER

### EK-1

#### SOSYO DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

##### 1. Cinsiyet

Kadın ( ) Erkek ( )

##### 2. Yaş

18-35 ( ) 36-45 ( ) 46-60 ( )

##### 3. Medeni Durum

Evli ( ) Bekâr ( ) Eşini kaybetmiş ( ) Boşanmış ( )

Birlikte yaşıyor ( ) Ayrı yaşıyor ( )

##### 4. Eğitim Durumu

Okuryazar ( ) İlkokul mezunu ( ) Ortaokul mezunu ( ) Lise mezunu ( )

Üniversite öğrencisi ( ) Üniversite mezunu ( ) Lisansüstü (yüksek lisans, doktora) ( )

##### 5. Günlük internet kullanma sıklığı(saat)

(0-2 saat) ( ) (2-5 saat) ( ) (5-7 saat) ( )

##### 6. Kimlerle yaşandığı

Tek başına ( ) Aile ile ( ) Arkadaş ile ( )  
Akraba yanı ( ) Diğer (belirtiniz)

**7. Gün içinde yaygın olarak sosyal medyada geçirilen zaman dilimi**

Sabah (06.00-11.59) ( ) Öğle(12.00-16.59) ( )  
Akşam(17.00-22.59) ( ) Gece (23.00-05.59) ( )

**8.Sosyal medyanın ağırlıklı olarak hangi amaçla kullanıldığı**

Instagram ( ) Facebook ( ) Twitter ( )

**9. Sosyal medyanın ağırlıklı olarak kullanıldığı ortam**

İş ( ) Ev( ) Okul( )

**EK-2****Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)**

**AÇIKLAMA:** Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine **X** işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

① Bana Hiç Uygun Değil      ② Bana Uygun Değil      ③ Kararsızım  
④ Bana Uygun      ⑤ Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤

**EK-3****Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)**

		<b>Hiç Uygun Değil</b>	<b>Uygun Değil</b>	<b>Biraz Uygun</b>	<b>Uygun</b>	<b>Tamamen Uygun</b>
1	Dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissedirim.	1	2	3	4	5
2	Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissedirim.	1	2	3	4	5
3	İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.	1	2	3	4	5
4	İnsanların görünüşümden dolayı benden hoşlanmayacakları konusunda endişelenirim.	1	2	3	4	5
5	Yanlarında olmadığım zamanlarda insanların, görünüşümle ilgili kusurlarımı konuşacaklarından endişelenirim.	1	2	3	4	5
6	Görünüşümden dolayı insanların benimle beraber vakit geçirmek istemeyeceklerinden endişelenirim.	1	2	3	4	5
7	İnsanların beni çekici bulmamalarından korkarım.	1	2	3	4	5
8	Görünüşümün yaşamımı zorlaştıracağından endişe duyarım.	1	2	3	4	5
9	Karşıma çıkan fırsatları görünüşümden dolayı kaybetmekten kaygılanırım.	1	2	3	4	5
10	İnsanlarla konuşurken görünüşümden dolayı gerginlik yaşarım.	1	2	3	4	5
11	Diğer insanlar görünüşümle ilgili bir şey söylediklerinde kaygılanırım.	1	2	3	4	5

12	Dış görünüşümle ilgili başkalarının beklentilerini karşılayamamaktan endişeleniyorum.	1	2	3	4	5
13	İnsanların görünüşümü olumsuz olarak değerlendirecekleri konusunda endişelenirim.	1	2	3	4	5
14	Diğer insanların görünüşümdeki bir kusurun farkına vardıklarını düşündüğümde kendimi rahatsız hissedirim.	1	2	3	4	5
15	Sevdiğim kişinin görünüşümden dolayı beni terk edeceğinden endişe duyuyorum.	1	2	3	4	5
16	İnsanların görünüşümün iyi olmadığını düşünmelerinden endişeleniyorum.	1	2	3	4	5

**EK-4****İletişim Becerileri Ölçeği (İBÖ)**

		Hiç Uygun Değil	Çok Az Uygun	Kısmen Uygun	Çoğunlukla Uygun	Tamamen Uygun
1	İnsanlara eksiklerini söylerken/iletirken olumlu özelliklerinden de söz ederim.					
2	İnsanlara başarısızlıklarını ifade ederken başarılı yönlerine de muhakkak değinirim.					
3	Çevremdeki insanların yanlış ya da hatalarını onları incitmeden dile getiririm.					
4	Karşımdaki insanın kişiliğini ve benliğini hedef almadığım için konuşmalarım gerginlik yaratmaz.					
5	Karşımdakine önce olumlu özelliklerinden bahsederek olumsuz yönlerini değiştirmesi için cesaret veririm.					
6	Günlük yaşamımda insanlarla iletişimimde kullandığım ifadelere ve kelimelere onları incitmemek için çok dikkat ederim.					



7	Biri benimle konuşurken onunla göz teması kurmaya çalışırım.					
8	Biri benimle konuşurken onu anladığımı gösteren iletiler veririm.					
9	Karşımdaki kişi konuşurken beden diline ve yüz ifadesine dikkat ederim.					
10	Karşımdaki kişi konuşurken, onu anlamak için kullandığı ipuçlarına dikkat ederim.					
11	Biriyle iletişim halindeyken söylediklerini bütün halinde anlamaya çalışırım.					
12	Karşımdakini anlamaya çalışırken ihtiyaç duyduğumda soru sorarım.					
13	Konuşurken etkili göz teması kurarım.					
14	Konuşmaları dinlerken arkasındaki duyguları da anlamaya çalışırım					
15	Düşüncelerimi tanımada/fark etmede/anlamada zorluk çekerim					
16	Genellikle duygularımı tanımada/fark etmede/anlamlandırmada zorluk çekerim					
17	Kendini rahatlıkla ifade edebilen bir bireyim					

18	Üzüntülerimi, endişelerimi karşımdaki insana rahatlıkla ifade edebilirim					
19	Düşüncelerimi başkalarına iletmede zorluk çekmem					
20	Karşımdakinin duygu ve düşüncelerini doğru anlayabilirim					
21	Karşımdaki kişinin neye ihtiyacı olduğunu anlar ve onu yargılamadan bu durumu ona iletebilirim					
22	Kendimi karşımdaki kişinin yerine koyarak, olaylara onun bakış açısıyla bakabilirim					
23	Karşımdaki kişinin ne düşündüğünü fark edebilirim					
24	Karşımdaki kişinin yaşadığı duyguların neler olduğunu fark edebilirim					
25	Genellikle karşımdaki insanı anlarım					
26	Karşımdaki kişiye genellikle uygun/yerinde tepkiler veririm					
27	Karşımdaki kişinin beklentilerinin neler olduğunu fark edebilirim					
28	Karşımdakinin olumsuz davranışını değiştirmek için onu suçlayıcı bir dille uyarırım					

29	Karşımdakinin olumsuz davranışları karşısında hissettiğim duyguları ona uygun bir dille iletebilirim/yansıtabilirim.					
30	Karşımdakinin olumsuz bir davranışını, bendeki etkilerini ona yansıtarak göstermeye çalışırım					
31	Bir başkasının davranışlarının sonuçlarını görebilmesi için hissettiğim olumsuz duyguları ona iletebilirim.					
32	İnsanlar “sınırlı/huysuz/agresif” gibi özelliklere sahipse onları bu kelimelerle nitelendirmede sakınca görmem					
33	İnsanların olumsuz davranışlarını gördüğümde hatasını düzeltmesi için gerekirse kötü konuşurum					
34	İnsanların yanlışlarını düzeltirken kişiliklerine saygı gösterilmesi gerektiğine inanırım					

## ÖZGEÇMİŞ

**Adı Soyadı:** Berna Erdoğan

**Yabancı Dili:** İngilizce

**İletişim (e-posta) :** bernaerd@hotmail.com

**Lise:** Bakırköy Yahya Kemal Beyatlı Anadolu Lisesi

**Lisans:** İstanbul Ticaret Üniversitesi

### Çalıştığı Kurum/Kurumlar:

Labirent Psikolojik Danışmanlık Merkezi- Psikolog

Harikalar Dünyası Anaokulu- Psikolog

Hedef Çocuk Anaokulu- Psikolog

Hanedan Anaokulu- Psikolog

Pembe Çocuk Köşkü Anaokulu- Psikolog

Özel Kurtköy Devrialem Eğitim Koleji- Anaokul- İlkokul / Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Birimi - Rehber Öğretmen

### Staj Deneyimleri

Beyazzambak Anaokulu ve Çocuk Eğitim Evi / Kayseri

Erenköy Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesi/ İstanbul