



T.C.

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ'NDE SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI İLE KİŞİSEL İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

SERAP YÜKSEL

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Muzaffer ÇETİNGÜÇ

İstanbul, 2019

T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ'NDE SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI İLE KİŞİSEL İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ

SERAP YÜKSEL
164102282

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Muzaffer ÇETİNGÜÇ

İstanbul, 2019



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

GENEL BİLGİLER

Öğrenci No	: 164102282
Öğrenci Adı Soyadı	: Serap YÜKSEL
Anabilim Dalı	: Klinik Psikoloji
Tez Danışmanı	: Prof.Dr.Muzaffer ÇETİNGÜÇ
Tezin Başlığı	: DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ'NDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE KİŞİSEL İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

TEZ SAVUNMA SINAVI TUTANAĞI

Toplantı Tarihi	: 28.05.2019	Saati	: 11.00
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 BIRLIGI <input type="checkbox"/> OY ÇOKLUGU			
<input checked="" type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavında adayın başarılı bulunması sonucunda tez KABUL edilmiştir.			
<input type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavı sonucunda tezin DÜZELTİLMESİ için ay EK SÜRE verilmesinin Enstitü Müdürlüğüne önerilmesi kararı alınmıştır. <i>(en fazla 3 ay)</i>			
<input type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavının sonucunda tezin REDDEDİLMESİ kararı alınmıştır.			
Savunmada Tezin Başlığı	: <input type="checkbox"/> Değişmedi. <input type="checkbox"/> Değişti.		
Tezin Yeni Başlığı	:		
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 BIRLIGI ile REDDEDİLMİŞTİR.			

Tez Sınavı Jürisi	Unvanı, Adı Soyadı	İmza
Danışman Üye	Prof.Dr.Muzaffer ÇETİNGÜÇ	
Üye	Dr.Öğr.Üyesi.Hüseyin ÜNÜBOL	
Üye	Doç.Dr.Korkut ULUCAN	

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “DOĐU KARADENİZ BÖLGESİ'NDE SOSYAL MEDYA BAĐIMLILIĐI İLE KİŐİSEL İYİ OLUŐ ARASINDAKİ İLİŐKİNİN İNCELENMESİ” adlı çalıŐmamda bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı dűŐecek bir yardıma baŐvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gűŐsterilenlerden oluŐtuđunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmıŐ olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.



TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimin süresince üzerimde emeği bulunan, hem mesleğe hem de hayata dair pek çok Şey öğrendiğim Üsküdar Üniversitesi Klinik Psikoloji ailesine ve bu tezin hazırlanma döneminden başlayarak sonuna kadar tecrübesinden, birikiminden yararlandığım, desteğini her daim hissettiğim değerli hocalarım Yrd. Doç. Dr. Hüseyin Ünübol'a, ve Yrd. Doç. Dr. Feride Gökben Hızlı Sayar'a çok teşekkür ederim.

Hayatımın her döneminde fedakârlıklarını ve sevgilerini benden esirgemeyen, her zaman yanımda olan, bugünlere gelmemde beni destekleyen anneme ve babama teşekkürlerin en büyüğünü borç bilirim.

DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ'NDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE KİŞİSEL İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

ÖZET

Bu araştırmada, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kişisel İyi Oluş arasındaki ilişki incelenmektedir. Araştırmaya 18 ve üstü yaş aralığında 900 erkek ve 900 kadın toplam 1800 kiŐi katılmıştır. Çalışmaya alınan katılımcıların genel yaş ortalaması 31,8'dir. Erkeklerin yaş ortalaması 32 (SS=10.8), kadınların yaş ortalaması ise 32 (SS=11.5)'dir.

Araştırmanın verileri Sosyodemografik Bilgi Formu, Davranış Etkileme Yüku Formu ve Kişisel İyi Oluş İndeksi Yetişkin Formu (KİOİ-YF)ile toplanmıŐtır. Çalışmada elde edilen veriler SPSS₂₁ programında analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Lineer Regresyon kullanılmıştır.

Çalışma sonucunda bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi gibi değişkenler açısından farklılaŐtıĐı belirlenmiştir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş arasında istatistikçe anlamlı bir ilişki bulunamamıŐtır. Sosyal medyanın yoğun kullanılmasıyla birlikte oluşabilecek olumsuzluklar ve bu olumsuzlukların sonucunda çıkan bağımlılık için bireylere internet ve sağlıklı internet kullanımını hakkında bilinçlendirici çalışmaların yapılması önerilmektedir. Bu alanda yapılan bilimsel çalışmaların da gerekli bilincin oluşmasına katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Medya, Bağımlılık, Sosyal Medya Bağımlılığı, Kişisel İyi Oluş, Doğu Karadeniz Bölgesi.

ABSTRACT

IN THE EASTERN REGION EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP SOCIAL MEDIA ADDICTION BETWEEN PERSONAL WELL-BEING

In a research, the eastern region examination of the relationships social media Addiction between person well-being. This research age 18 and older 900 men and 900 woman total 1800 people participated. The average age of the participants was 31.8 the average age of men is 32 (SS=10.8) , the average age of woman is 32(SS=11.5).

Research data Sociodemographic Information Form, Behavior Impact Load Form collected with (KIOİ-YF). Data obtained in the study analysis in SPSS program. Evaluation of data, one-way analysis of variance (ANOVA) and Linear regression used.

As a result of the study, social media responsibilities of individuals gender, age, marital status, education level it has been determined that the variables differ. Moreover, there was no statistically significant relationship between social media Addiction and personal well-being. It is recommended to raise awareness about the internet and healthy internet usage for individuals due to the negative consequences of social media and the Addiction resulting from these adversities. Scientific studies in this area are thought to contribute to the formation of the necessary consciousness.

Keywords: Social Media, Dependence, Social Media Addiction, Personal Well-being, Eastern Black Sea Reg

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	i
TEŞEKKÜR.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLO LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR	x
SİMGELER LİSTESİ	xi
1.GİRİŞ.....	1
2.SOSYAL MEDYA.....	2
2.1.Sosyal Medya Kavramı.....	2
2.2.Sosyal Medya Tanımı	3
2.3.Sosyal Medyanın Özellikleri.....	4
2.3.1.Sosyal Medyanın Sosyal Özellikleri.....	4
2.4.Sosyal Medyanın Etkileri	6
2.4.1.Sosyal Medyanın Bireye ve Topluma Etkisi.....	7
2.5.Sosyal Medyanın Avantajları	8
2.6.Sosyal Medya Dezavantajları	9
2.7.Sosyal Medya ve İhtiyaçlar	9
2.8.Sosyal Medya Araçları	10
2.8.1.Sosyal Ağ Siteleri.....	11
2.8.1.1.Facebook.....	11
2.8.1.2.Twitter.....	12
2.8.1.3. Foursquare.....	12
2.8.2.Fotoğraf Paylaşım Siteleri.....	12
2.8.2.1.Instagram.....	13

2.8.3.Video Paylaşım Siteleri	13
2.8.3.1.Youtube	14
2.8.4.Profesyonel Ağ Siteleri	14
2.8.5.Bloglar.....	14
2.8.6.Wikiler.....	14
2.8.7.Sanal Dünyalar.....	15
3.SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI	
3.1.Sosyal Medya Bağımlılığı.....	16
3.2.Sosyal Medya Bağımlılığını Tanımlanması.....	19
3.3.Sosyal Medya Bağımlılığının Tanı Kriterleri.....	20
3.4.Sosyal Medya Bağımlılığın Etiyolojisi.....	21
3.4.1.Bilişsel Davranışçı Teori.....	21
3.4.2.Nörobiyolojik teori.....	22
3.4.3.Sosyal Beceri Eksikliği Teorisi.....	23
3.5.Sosyal Medya Bağımlılığı Etiyolojisi.....	23
3.6.Sosyal Medya Bağımlılığının Sonuçları	24
3.6.1.Olumlu Sonuçları	24
3.6.2.Olumsuz Sonuçları.....	25
3.7.Sosyal Medya Bağımlılığa Eşlik Eden Psikiyatrik Rahatsızlıklar.....	25
4.SOSYAL MEDYA ve KİŞİSEL İYİ OLUŞ	
4.1.Kişisel İyi Oluş.....	28
4.2.Kişisel İyi Oluşa Yönelik Ortaya Çıkan Yaklaşımlar.....	30
4.2.1.Erek Kuramı.....	30
4.2.2.Haz ve Acı Kuramı.....	30
4.3.3. Etkinlik Kuramı.....	31
4.3.4.Aşağıdan Yukarı ve Yukarıdan Aşağı Kuramları.....	31
4.4.5. Çoklu Çelişki (Multiple Discrepancy Theory) Kuramı.....	31
4.5.Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kişisel İyi Oluş İle İlgili Yapılmış Çalışmalar.....	31

5.DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ ve SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

5.1. Doğu Karadeniz Bölgesi Özellikleri.....	33
5.2. Doğu Karadeniz Bölgesi ve Sosyal Medya Bağımlılığı.....	33

6.DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ'NDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE KİŞİSEL İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

6.1.Araştırmanın Amacı.....	35
6.2.Hipotez.....	35
6.3.Araştırma Evreni ve Örneklem.....	35
6.4.Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları.....	36
6.5.Verilerin Toplanması	37

7.BULGULAR

Tablo 1: Demografik Bilgilerden Cinsiyet, Medeni Durum ve Eğitim Düzeylerine Dair Tanımlayıcı Bulgular.....	38
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Tablo 2: Demografik Bilgilerden Yaş Verilerine Dair Tanımlayıcı Bulgular.....	39
-------------------------------------------------------------------------------	----

Tablo 3:Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkenlerine ait bilgiler.....	39
-----------------------------------------------------------------------------------------	----

Tablo 4:Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile Medeni durum değişkenlerine ait bilgiler.....	40
---------------------------------------------------------------------------------------------	----

Tablo 5:Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş değişkenlerine ait bilgiler.....	40
------------------------------------------------------------------------------------	----

Tablo 6: Demografik Bilgilerden Çocuk Sayısı, Hanede Yaşayan Kişi Sayısı ve Hanede Çalışan Kişi Sayılarına Dair Tanımlayıcı Bulgular.....	41
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Tablo 7: Sosyal Medya Bağımlılığı ile Bazı Demografik Özellikler ve Kişisel İyi Oluş Arasında ki İlişkinin Regresyon Analizi İle İncelenmesi.....	43
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Tablo 8: Katılımcıların, Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri ile Kişisel İyi Oluşları Arasındaki İlişkinin Tek Yönlü Varyans Analizi İle İncelenmesi.....	44
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

8.TARTIŞMA.....	45
-----------------	----

9.SONUÇ ve ÖNERİLER.....	48
9.1.Sonuç.....	48
9.2.Öneriler.....	48
KAYNAKÇA	50
EKLER	63
ÖZGEÇMİŞ.....	72



TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Demografik Bilgilerden Cinsiyet, Medeni Durum ve Eğitim Düzeylerine Dair Tanımlayıcı Bulgular

Tablo 2: Demografik Bilgilerden Yaş Verilerine Dair Tanımlayıcı Bulgular

Tablo 3: Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkenlerine ait bilgiler

Tablo 4: Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile Medeni durum değişkenlerine ait bilgiler

Tablo 5: Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş değişkenlerine ait bilgiler

Tablo 6: Demografik Bilgilerden Çocuk Sayısı, Hanede Yaşayan Kişi Sayısı ve Hanede Çalışan Kişi Sayılarına Dair Tanımlayıcı Bulgular

Tablo 7: Sosyal Medya Bağımlılığı ile Bazı Demografik Özellikler ve Kişisel İyi Oluş Arasında ki İlişkinin Regresyon Analizi İle İncelenmesi

Tablo 8: Katılımcıların, Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri ile Kişisel İyi Oluşları Arasındaki İlişkinin Tek Yönlü Varyans Analizi İle İncelenmesi

KISALTMALAR

DSM	Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı
DEHB	Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TBRSH	Türkiye Bağımlılık ve Ruh Sağlığı Haritası
KİOİ-Y	Kişisel İyi Oluş İndeksi-Yetişkin
SPSS	Sciences Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı



SİMGELER LİSTESİ

- F:** ANOVA testi istatistiği
- n:** Gözlem sayısı
- p:** Anlamlılık değeri
- r:** Korelasyon katsayısı
- ss:** Standart sapma
- t:** t testi istatistiği



1.GİRİŞ

Günümüzde giderek yaygın olarak kullanılmaya başlayan sosyal medya uygulamaları ve bu uygulamaları kullanmaya başlayan kullanıcı sayısı oldukça artmaktadır. Sosyal medya kullanıcıların sayısının her geçen gün artması ile birlikte sosyal medya hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmeye başlamıştır.

Sosyal medya, web 2.0 sayesinde zaman ve mekân sınırlaması olmadan kullanıcılara aktif olarak katılabildiği ve birbirleriyle etkileşim halinde olabileceği, resim, video ve fotoğraf gibi içerikler paylaşabileceği ve istediği medya unsuruna ulaşabileceği sosyal siteler olarak tanımlanmaktadır(Çemrek, Baykuş ve Özaydın,2014; Dal ve Dal,2014). Sosyal medya uygulamaları ile bireyler dünyanın herhangi bir yerinde yaşayan ve farklı kültür özelliklerine sahip bireylerle tanışıp etkileşim halinde olabilmektedir. Yine bu uygulamalar sayesinde dünyada olup bitenleri anında öğrenebilmekte, bilgiye hızlı bir şekilde erişim sağlayabilmekte ve ürünlerini pazarlayabilmektedir(Lietsala ve Sirkkunen,2008).

Sosyal medya uygulamalarının iletişim başta olmak üzere her alanda kullanılması ve gün geçtikçe her kesimi etkisi altına alması sebebiyle, bireyler sosyal medya kullanımına daha fazla zaman ayırmaya başlamış ve sosyal medya kullanımı gündelik yaşamın önemli bir unsuru olarak görülmeye başlamıştır. Sosyal medya kullanımından kaynaklı olarak elde edilen haz, güçlü bir kullanım isteğini teşvik edebilir ve bu şekilde bağımlılık oluşabilmektedir(Turel ve Serenko,2012; Limayem ve Cheung,2011).Sosyal medya kullanımındaki artışlar da sosyal medya bağımlılığını ortaya çıkarabilmektedir.

Bu çalışmada Doğu Karadeniz Bölgesi'nde sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı sosyodemografik özellikler açısından da ayrı ayrı incelenmiştir.

2.SOSYAL MEDYA

2.1.Sosyal Medya Kavramı

McLuhan (1964) “araç mesajdır” sözüyle teknolojik gelişmelerin iletişim biçimlerini şekillendirdiği ve iletişimin içeriğine aracın kendisinin etki ettiğini dile getirmiştir. Bu söze göre, iletişim biçimleri değiştikçe kullanılan araç da değişmektedir. Sürekli gelişim gösteren teknolojiyle birlikte araçlar değişmekte ve bu araçların değişmesi bireylerin iletişim biçimlerini ve içeriğini etkilemektedir. Diğer taraftan bireyler araçları kendi amaçları doğrultusunda kişiselleştirerek kullanabilmektedir.

Rogers’a göre de yeni medyayı eski medyadan ayıran üç özelliği bulunmaktadır; etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansızlık (akt: Geray, 2003). Kitlesizleştirme, büyük bir kullanıcı kitlesi içinde bireylerin birbirleriyle özel mesaj alışverişi yapabilmesi anlamında kullanılmaktadır. Bireyler sosyal paylaşım platformlarında ilgi alanları çerçevesinde toplanan kullanıcılar ile birlikte aynı anda paylaşım yapabilmekte ve kullanıcılarla direkt olarak iletişime geçebilmektedir. Bu da büyük bir kullanıcı kitlesi içinde, kitleden ayrı olarak bireysel iletişimin yapılabildiğini göstermektedir. Eşzamansızlık ise, kullanıcıların istedikleri zaman diliminde mesaj alışverişinde bulunabilmelerini ifade etmektedir. Bu özellik bireylerin mesaj alışverişinde bulunurken aynı anda çevrim içi olma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. İnternetin bir veri deposu olduğu göz önüne alındığında internetteki hiçbir bilginin silinmediği düşünülürse, ulaşılmak istenen veriye istenilen zaman diliminde erişilebilmektedir.

Web 2.0 uygulamalarının gelişmesiyle günümüzde farklı internet platformları kullanılmaya başlanmıştır ve bu platformların en popüler olanı sosyal ağ siteleridir. Bu platformlar karşılıklı etkileşimi, işbirliğini ve paylaşımı sağlamaktadır(Karal ve Kokuç,2010). Sosyal ağlar, insanların bilgi alışverişinde bulunabildiği ve kendi profillerini oluşturarak kişisel bilgilerini paylaşabildiği platformlar şeklinde tanımlanabilmektedir(Özkan, 2013). Sosyal medya platformları zaman içerisinde toplumları değişime uğratmakta ve insanlığa dair pek çok tanımın değişmesine ve yeni kavramın ortaya çıkmasına yol açmıştır. Sosyal medya platformları bireylere simüle edilmiş sosyal paylaşım ortamlarında, duygu, düşünce, durum, resim, müzik, video gibi paylaşım imkânı sunarak sosyal etkileşime zemin hazırlamaktadır ve sosyalleşmeye dair eylemleri, aslına en yakın şekilde yeniden kurgulamaktadır (Göker, Demir, Doğan, 2010).

Belin ve Yıldız (2011) ise sosyal medya uygulamalarını çevrimiçi toplumsal ağlar olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamaya göre ağlar var olan toplumsal bağların devam ettirilmesini ve yeni bağların oluşturulmasını desteklemektedir. Günümüzde oldukça kullanılan Facebook, Instagram, Twitter, Swarm gibi ağlar sadece arkadaşlık kurma ve kurulan arkadaşlıkları devam ettirmenin çok daha ötesinde hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline almıştır.

Bu bölümde, öncelikle sosyal medyanın daha iyi anlaşılabilmesi için sosyal medyanın tanımı yapılacaktır.

2.2.Sosyal Medya Tanımı

Sürekli değişen ve ilerleyen teknolojiler ile günümüz toplumunun etkileşim alanları da değişiklik göstermiştir. Son zamanda adından oldukça bahsettiren sosyal medya; hayatımıza çok kısa bir süre önce girmesine rağmen hayatımızın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Sosyal medya insanlar arasındaki sosyal etkileşimi arttırmaya yönelik bir uygulama olarak hayatımıza girmiştir. İnsanlar arasındaki etkileşimi yazılı metinler bunun yanı sıra fotoğraf ve videolar sağlamaktadır. Diğer taraftan sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla aynı zamanlara denk gelen internet destekli akıllı ve taşınabilir telefonlar sayesinde sosyal medya, zaman ve yer sınırlamasını ortadan kaldırarak bireylerin paylaşımında bulunmasına olanak sağlamaktadır. En basit haliyle sosyal medya, bireylerin çevrimiçi ortamda sınırsız iletişim kurmasını sağlamakta ve bireylerin içerik paylaşımında (video, ses, metin, fotoğraf vb.) bulunmasına imkân tanıyan ve karşılıklı olarak birbirlerinin yaptıkları paylaşımlara yorum yapabilmelerini sağlayan sosyal paylaşım sitelerini tanımlamak için kullanılmaktadır. Literatür incelendiğinde sosyal medya kavramıyla ilgili birçok tanımın olduğu göze çarpmaktadır.

Sosyal medya; Web 2.0 teknolojileri zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldırarak farklı değerlere sahip kullanıcıların aktif olarak katıldıkları ve birbirleriyle etkileşim halinde oldukları video, müzik ve fotoğraf gibi içerikler paylaştıkları ve diğer medya unsurlarına ulaşabildikleri sosyal ağları tanımlamaktadır(Dal ve Dal,2014).

Sosyal medya; kullanıcılara belirli amaçlar doğrultusunda içerik ve paylaşım yaptıkları ve geri bildirim aldıkları, kullanıcıların aktif olarak sisteme müdahale imkânı buldukları sanal ortam uygulamaları olarak tanımlanmaktadır(Akıncı Vural ve Bat,2015).

Weinberg (2009)'a göre sosyal medya; interneti hayatımızın bir parçası haline getiren ve kullanıcıların farklı bakış açılarını, duygularını, düşüncelerini ve yaşadıkları deneyimleri web siteleri aracılığıyla aktardıkları uygulamalardır.

2.3.Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya uygulamaları bireylerin temel ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Bireyler sosyal medya uygulamaları sayesinde ihtiyaçlarını karşılamakta ve doyum sağlamaktadır. Sosyal medya uygulamalarıyla bireyler duygu ve düşüncelerini zaman ve yer sınırlaması olmadan ifade etme imkânı bulmaktadır. Bireyler diğer kullanıcılarla etkileşim kurabilmekte ve etkin bir şekilde bilgi alışverişinde bulunup paylaşım yapabilmektedir (Bulunmaz, 2011). Sosyal medya uygulamaları sayesinde kullanıcılar hızlı ve anında geri bildirim imkânı bulabilmektedir(Vural ve Bat, 2010).

Sosyal medya uygulamaların bazı temel özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler şu şekildedir (Mavnacıoğlu, 2011):

- Sosyal medya uygulamaları zaman ve yer sınırlaması olmadan internet aracılığıyla her yerde kullanılabilir.
- Bireyler, sosyal medya uygulamalarını kullanarak dilediğinde paylaşım yapabilmektedir.
- Bireyler, sosyal medya uygulamalarıyla kullanıcıların paylaşımlarını ve yorumlarını aktif olarak takip edebilmektedirler.
- Bireyler, sosyal medya uygulamalarıyla diğer kullanıcıları takip etmekte ve kullanıcılar tarafından geri takip edilebilmektedir.
- Sosyal medya uygulamaları bireylerin içten bir sohbet ortamı oluşturmalarına dayanmaktadır.

2.3.1.Sosyal Medyanın Sosyal Özellikleri

Günümüzdeki teknolojik gelişmelerle birlikte internet ve bir internet uygulaması olan sosyal medya hayatımızın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Her geçen gün sosyal medya uygulamalarına erişim artmakta ve her kesim tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal medya uygulamaları kullanıcılarına farklı imkânlar ve fırsatlar sunmaktadır. Sosyal medya uygulamaları içinde bir takım sosyal özellikleri de bulundurmaktadır ve bu

özellikler aşağıdaki şekildedir (Mayfield, 2010; Vural ve Bat, 2010; Hazar, 2011; İşlek, 2012; Bedir, 2016; Ulucan, 2016):

Katılımcılar: Sosyal medya kişilerin katılımını ve geri bildirim almasını sağlamaktadır. Sosyal medya uygulamaları katılımcıları cesaretlendirerek kullanıcılarla iletişim kurmasını sağlamaktadır. Diğer taraftan paylaşım ve yorumlarla ise geri bildirim alabilmektedir(İşlek, 2012).

Açıklık: Sosyal medya katılımcıların içerik, yorum ve bilgi alışverişinde bulunmasına açıktır. Sosyal medya kullanımı oldukça basit ve açık bir şekildedir. Sosyal medya uygulamaları bireyleri oy kullanma, yorum yapma ve bilgi paylaşımı konusunda cesaretlendirmektedir(İşlek, 2012).

Diyalog: Sosyal medya katılımcılara tek yönlü iletim yerine çift yönlü bir iletişim ve geri bildirim imkânı tanımaktadır(Hazar, 2011).

Topluluk: Sosyal medya etkin iletişim sayesinde katılımcıların ilgi alanları ve eğilimleri etrafında topluluk oluşumuna olanak sağlamaktadır. Katılımcılar ilgi alanları ve eğilimleri doğrultusunda bir gruba üye olmakta ve bu gruptaki diğer bireylerle bilgi alışverişinde bulunarak paylaşım yapabilmektedir(Bedir,2016).

Bağlantı: Sosyal medya diğer yayın alanlarını kullanarak insanları sitelere, kaynaklara ve linklere bağlamaktadır. Bu linkler birbirleriyle bağlantılı olarak çalışmaktadır. Sosyal medya uygulamaları bağlantı özelliği sayesinde bireylerin daha fazla hızlı bir şekilde linkler arasında geçiş yapmasını sağlamaktadır(Vural ve Bat,2010).

Sosyal medyanın yukarıda yer alan özellikler çerçevesinde geleneksel medyadan farkları ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Vural ve Bat, 2010):

Erişim: Sosyal medya uygulamaları geniş bir topluma hitap etmekte ve herkes tarafından erişim olanağı bulunmaktadır.

Erişilebilirlik: Geleneksel medyada içerik oluşturan ve kullanıma izin veren Web siteleri iken sosyal medya uygulamaları ile içerik kullanıcılar tarafından oluşturulabilmekte ve değiştirilebilmektedir. Sosyal medya uygulamaları kullanıcılarına düşük ya da sıfır giderle kullanma imkânı tanımaktadır(Üksel,2015).

Kullanılrlık: Geleneksel medyada kontrolü sağlamak belli bir uzmanlık gerektirirken sosyal medya uygulamaları uzmanlık gerektirmemektedir. Herkes tarafından kullanım imkânına sahiptir.

Programlanabilirlik: Sosyal medya uygulamaları bünyelerine yeni özellikler ekleyerek güncellemelerle kullanıcılarına bu platformu çekici hale getirerek kullanım imkânı sunmaktadır(Daldal, 2013).

Ölçeklenebilirlik: Teknolojideki gelişmeler sayesinde sosyal medya uygulamalarına giren kişi sayısı, beğeni ve yorum oranı istatistikler tarafından kolayca ölçülebilmektedir (Yılmazel, 2011).

Dinamiklik/Yenilik: Sosyal medya uygulamaları çağı yakalayabilmek için kendisini devamlı olarak güncellemek durumundadır. Kullanıcılarına güncellemeleri haber vermekte ve onları yeniliklerle dinamik bir şekilde buluşturmaktadır(Özgen ve Kara, 2012; Ulucan, 2016).

Kalıcılık: Geleneksel medya kullanıcılar pasif bir okuyucu durumunda olduğundan içerik üretmemekte ve değişiklik yapamamaktadır. Sosyal medya uygulamalarında ise kullanıcılar aktif bir konumda olduğundan içeriğe müdahale etme imkânı bulmaktadır. Kullanıcılar içeriği değiştirebilmekte, yorum yapabilmekte ve yorumları silip tekrar yazabilmektedir (Üksel, 2015).

2.4.Sosyal Medyanın Etkileri

Günümüzde sosyal medya uygulamaları hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medyanın hayatımıza girişi çok eski olmasa da sanki insanlığın doğuşuyla beraber hayatımıza dâhil olmuş gibi bir izlenim yaratmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımıza giren akıllı telefonlar, tabletler ve diz üstü bilgisayarlarla internete erişimin kolaylaşması ile sosyal medya hemen hemen her bireyin hayatında var olmaya başlamıştır. Sosyal medya uygulamaları yaş, cinsiyet, eğitim ve sosyoekonomik fark gözetmeksizin her kesimden bireye hitap etmektedir. Buna göre de sosyal medya uygulamalarını kullanım amacı kişiden kişiye değişiklik göstermekte ve her bireyin beklentisi farklılaşmaktadır. Sosyal medya kullanıcısı haline gelen her bireyi politik, kültürel ve düşüncel anlamda etkileyerek kendisine bağımlı kılmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının bireyin ve toplumun üzerinde yaratabileceği etkiler ve etki derecesi farklılık gösterecektir. Bu sebeple sosyal medyanın birey ve toplum üzerinde yaratmış olduğu etkiler ayrı bir başlık altında incelenecektir.

2.4.1.Sosyal Medyanın Bireye ve Topluma Etkisi

Bireyler sosyal medya platformlarında kendilerine yeni bir kimlik ve sosyalleşme arayışına girmektedir. Sosyal medya bireylere gerçek dünyanın dışında sanal bir ortam sunmaktadır. Sosyal medyada kurulan ilişkiler gerçek hayattaki gibi yüz yüze olmadığından kullanıcılar kendilerine gerçeklikten uzak bir ortam yaratmaktadır. Baudrillard (1994)'ın simülasyon kuramında değindiği üzere birey sosyal medya uygulamalarının yaratmış olduğu olay ve nesnelere varmış gibi algılamaktadır. Bu algılayış biçiminden ötürü birey gerçekliğini bu yaşam üzerine kurmaktadır.

Sosyal medya uygulamalarının birey üzerinde yaratmış olduğu bir diğer etki de yüz yüze şekilde kullandığı görülmektedir. İletişim problemi yaşayan bireyler sosyal medya da kendilerine daha fazla yer bulmakta ve yeni bir profil oluşturma çabası içindedir. Bu platformlar bireylere eğlence ve oyun ortamları yaratmakta ve bireyin sürekli olarak çevrim içi kalmasını sağlamaktadır. Bireyler çevresindeki insanlarla sohbet, alışveriş yapmak yerine zamanlarının büyük bir kısmını sosyal medya uygulamalarına girerek geçirmektedir. Sürekli sosyal medya platformlarında zaman geçirdikleri için gerçek yaşamdan uzaklaşmakta ve izole olmaktadır. Bir diğer sorun ise aileler çocuklarını dışarıda akranlarıyla oyun oynamasına, parka gitmesini teşvik etmek yerine çocukları eve ve tabletle yaşam süren bir nesil yetiştirmektedir. Aileler çocuklarının oynadıkları internet destekli oyunları denetlememekte ve bir kota koymadığı için çocuklar internete bağımlı hale gelmektedir. Bazı aileler çocuklarını bilinçli bir ebeveyn olarak yetiştirmemekte ve çocuklar yaramazlık yapmasın diye ellerine tablet vererek onları sanal oyun oynamaya itmektedir. Ailelerde çocuklarıyla zaman geçirmek ve onlarla eğlenmek yerine sosyal medya uygulamalarını tercih etmektedir. Sosyal medyada adeta yaşar hale gelmiştir. Bu durumda bireyleri sosyal medyaya bağımlı hale getirmektedir.

Sosyal medya uygulamalarını cazip kılan faktörlerin başında uygulayıcıların bireyin ve toplumun ihtiyaçları doğrultusunda hareket etmesi gösterilebilir. Sosyal medya kullanıcıların bu uygulamalardan bir takım beklentileri olmaktadır. Kullanıcıların beklenti ve isteklerine cevap vermek için üreticiler uygulamalarını sürekli olarak geliştirmeli ve güncel tutmalıdır. Kullanıcılar sosyal medyayı sadece bilgilerden haberdar olmak amaçlı değil günlük yaşamlarında karşılaştıkları problemleri biraz olsun untabilmek için de kullandıkları görülmektedir(Ünlü Dalaylı,2018). Sosyal medya üreticileri de bireylerin bu ihtiyaçları doğrultusunda hareket ederek uygulamalarına eğlence, oyun, filtre uygulamaları gibi yeni özellikler eklemektedir.

Sosyal medya uygulamalarının birey üzerinde yarattığı etkiler gibi toplumsal olaylar üzerinde de etkili olduğu gözlenmektedir. Sosyal medyanın zaman ve mekân sınırlaması olmadığı için bireyler bilgiye anında erişim sağlamak ve bilgileri paylaşabilmektedir. Bireyin ilgi ve ihtiyaçları toplulukların oluşmasında oldukça etkilidir. Bireyin gruba aidiyet duygusu ve belli bir hedefi olması grupları bir araya getirebilir. Bireyler sosyal medya kanalıyla siyasi bir durum karşısında eylem çalışmaları yapabilmekte, düşüncelerini özgürce ifade edebilmekte ve konuyla alakalı gruplar oluşturabilmektedir(Tutgun Ünal,2015). Sosyal medyanın bilgiyi hızlı ulaştırabilme gücü kamu kurum ve kuruluşları tarafından da kullanılmaktadır. Örneğin; yoğun kar yağışı nedeniyle tatil olan okulların duyuru işleminin yapılması. Sosyal medyanın kullanıcılara sahte profil oluşturma imkanı sunması bireylerin eylemlerde kendi düşüncelerini özgürce ifade etmesi adına kolaylıklar sağlamıştır. Çünkü bireyler gerçek kimliklerinin saklı kalmasını tercih ederek sadece düşüncelerini ifade etmek istemektedir.

2.5.Sosyal Medyanın Avantajları

Gelişen teknolojiler ile günümüzde sosyal medya uygulamaları eski medyaya kıyasla daha fazla olumlu özellik göstermektedir. Eski medyada içerik ve sunum aşamasına çok fazla zaman harcanırken yeni medya bu süreyi oldukça minimize etmektedir. Aşağıda sosyal medyanın avantajlarından bahsedilecektir(Kılıç,2015).

- **Sosyal medya uygulamaları güncel, hızlı ve daha ekonomiktir.**

Sosyal medya platformları sayesinde bireyler tüm dünyadaki haberlerden anında ve güncel olarak bilgi sahibi olabilmektedir. Eski medya da ise bir haberle ilgili bilgi sahibi olmak için belli bir zaman dilimini beklemesi gerekmektedir.

- **Sosyal medya uygulamaları kullanıcılar tarafından güvenilir bir kaynak olarak görülmektedir.**

Sosyal medya uygulamaları bireylerin iletişimini kolaylaştırmakta ve ulaşılmak istenen gruba hızlı bir şekilde erişim sağlamaktadır. Sosyal medya uygulamalarıyla kullanıcılar ve firma sahipleri ürünlerini cazip hale getirmektedir. Bu sebeple tüketici ile arasında güvenli bir bağ oluşmaktadır.

- **Sosyal medya uygulamalarının maliyeti azdır.**

Eski medyada kitleye ulaşmak için büyük maliyetler harcanırken sosyal medya uygulamaları sayesinde bu maliyet oldukça düşüktür. Sosyal medya uygulamalarına üye olmak için bir maliyet gerekmemektedir.

- **Sosyal medya uygulamaları iletişimi kolaylaştırmaktadır.**

Sosyal medya kullanımını geniş kitlelere hitap etmektedir. Sosyal medya kanalıyla bireyler birbirlerine, firmalara, şirketlere kolay bir şekilde ulaşabilmektedir. Yine firmalar tüketicilerinin istek ve şikâyetlerini sosyal medya kanalıyla öğrenebilirler. Diğer taraftan firma çalışanları sosyal medyayı kendi aralarında iletişim aracı olarak kullanmaktadır.

2.6.Sosyal Medya Dezavantajları

Sosyal medya uygulamalarının olumlu birçok yönü olduğu gibi olumsuz tarafları da bulunmaktadır. Bu olumsuzluklar ise aşağıdaki gibidir(Zenelaj, 2014):

- Sosyal medya, hızlı bir şekilde virüs gibi kendiliğinden yayılım riski taşımaktadır.
- Sosyal medya uygulamaları bireylerin şahsi ve özel hayatını ihlal edebilmektedir. Bireylere ait profillerin ve bilgilerin güvenliği konusunda sorunlar yaşanmaktadır.
- Sosyal medya uygulamaları bireylerin çok fazla zaman harcamalarına ve bunun akabinde bağımlılık oluşturmalarına sebep olmaktadır.
- Bireylerin yaşamlarında yapmaları gereken görev ve sorumlulukları gerçekleştirmesini aksatmaktadır.
- Sosyal medya uygulamaları bireyleri çevrim içi kalmalarını sağlayarak çok fazla zaman harcamalarına sebep olmaktadır.
- Sosyal medya yararlı bilgilerin yanı sıra gereksiz bir bilgi yığını da sunmaktadır. Ayrıca sosyal medya uygulamaları bireylerin kitap okuma oranını gözle görülür derecede azalmasına sebep olmaktadır.
- Bireyler sosyal medya platformlarında uzun süre çevrim içi kaldıklarından fiziksel aktivitelerinde azalma yaşanmaktadır. Buda bireylerin sağlık problemleri yaşamasına sebep olmaktadır.

2.7.Sosyal Medya ve İhtiyaçlar

Sosyal medya uygulamaları günümüzde oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu uygulamaların her geçen gün artmasının altında bireylerin beklentileri ve ihtiyaçları yatmaktadır. Sosyal medyayı kullanıcılar sadece bilgi edinmek amaçlı kullanmamaktadır. Kullanıcılar aynı zamanda kendi olmak istediği profili yaratma çabasında, eğlence arayışında ve diğer sosyal medya kullanıcılarını kimliğini açığa çıkarmadan takip etme isteği yatmaktadır(Zhao, Grasmuck, Martin, 2008).

Abraham Maslow “ihtiyaçlar hiyerarşisi ”teorisini 1943 yılında tanımlanmıştır ve bu teorisi bireyin motivasyonuna dayanmaktadır. Maslow’a göre insan yaşadığı süreçte ihtiyaçlarının bir sınırı bulunmamaktadır. Bireyler belli ihtiyaçlarını karşılamak için motive olurken bazı ihtiyaçları diğer ihtiyaçlarından daha ön planda olmaktadır(Maslow,1943).

Sosyal medyaya ihtiyaçlar hiyerarşisine göre bakıldığında sosyal medya uygulamaları bireyin temel ihtiyaçlarından olan güvenlik, ait olma ve sevgi, saygınlık ve kendini gerçekleştirme basamaklarını karşıladığı iddia edilmektedir. Sosyal medyada güvenlik ihtiyacı, kullanıcıların profillerini, içerik ve yorumlarını hangi kullanıcıların göreceğine ya da kimlerin göremeyeceğine karar vermesi ile karşılanmaktadır. Aynı zamanda kullanıcılar özel ve gizli alanlarını kendileri belirleyebilmektedir. Sevgi ve aidiyet ihtiyacı, sosyal medya kullanıcıları tarafından ailelerini, arkadaşlarını, sosyal çevrelerini takip etme ve sanal ortamda arkadaş olmalarına imkân tanıyarak karşılanmaya çalışılmaktadır. Saygı ihtiyacı, sosyal medyanın kullanıcılara sunmuş olduğu arkadaş listesi sayısı, yaptıkları paylaşımlara yönelik almış oldukları beğeni oranına göre kendilerini diğer kullanıcılarla mukayese ederek karşılanmaya çalışılmaktadır. Bir diğer basamak olan kendini gerçekleştirme ihtiyacı ulaşılabilecek en üst düzey basamak olarak karşımıza çıkmaktadır ve çok az bir grup bu basamağa ulaşabilmektedir. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı ise sosyal medya kullanıcılarının ilgi ve merak duyduğu konularda paylaşımlar yapmalarına, üretimde bulunmalarına ve doyuma ulaşabilmeleri ile karşılanmaktadır. (Riva, Wiederhold, Cipresso,2016).

Genel olarak toparlayacak olursak sosyal medya uygulamaları kullanıcılarının tanınma, sevilme, bir gruba aidiyet oluşturma, kendini özel hissetme gibi ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Kullanıcılar sosyal medya da arkadaşlarını bulabilmekte, tanımadığı insanlarla arkadaş olabilmekte, bilgi alışverişinde bulunabilmekte, diğer kullanıcılarla flört edebilmekte, yapılan etkinliklere katılabilmekte ve sosyalleşebilmektedir.

2.8.Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya araçları bireylerin kullanım amaçları ve şekillerinden dolayı farklı türlere ayrılmaktadır. Bu kullanım amaçları ve şekilleri birbirinden ayıran özellikler bulunmaktadır.

Lisa Dawley (2009)’a göre sosyal ağları bu başlıklar altında inceleyebiliriz.

- Sosyal Siteler: Myspace, Facebook, Twitter, Foursquare
- Fotoğraf Paylaşım Siteleri: Flickr, PhotoBucket, Instagram

- Video Paylaşım Siteleri: Youtube, Vimeo, Vine, Dailymotion
- Profesyonel Paylaşım Siteleri: LinkedIn, Ning.
- Bloglar: Blogger.com, Wordpress
- Wikiler: Wetpoint, PBWiki
- İçerik Etiketleme: MERLOT, SLoog
- Sanal Kelime: SL, Active Worlds, There, Whyville, Club Penguin, HiPiHi.

2.8.1 Sosyal Ağ Siteleri

Sosyal ağ siteleri, kullanıcılara profil oluşturma, arkadaşlarıyla iletişim kurma ve kişisel sayfalar oluşturabilmesi için kurulan siteleri tanımlamaktadır. Kullanıcılar kendi profilini oluşturdukları web sayfalarında kendilerine ait olan bilgi ve içerikleri paylaşmaktadır. Web sayfalarında kullanıcılar cinsiyet, doğum tarihi, medeni durum, doğum yeri, yaşadığı şehir, hobileri, katıldığı etkinliklere ve boş zamanlarında yaptığı aktivitelere kadar birçok içeriğe yer vermektedir(Ofcom,2008). Sosyal ağ siteleri her kesimden bireyi yaş, cinsiyet, kültür, sosyoekonomik, politik görüş vb. olarak ayırım yapmamakta ve bireylerin istekleri doğrultusunda dönüt sağlamaktadır (Telli Yamamoto ve Karamanlı Şekeroğlu, 2014). Sosyal ağ siteleri, Myspace, Facebook, Twitter, Foursquare gibi uygulamaları kapsamaktadır.

2.8.1.1 Facebook

Facebook Harvard Üniversitesi öğrencileri için 2004 yılında kurulmuştur. Facebook uygulaması başta bazı okulları kapsamına alırken 2006 yılında ABD'deki tüm okulları içine almıştır(Yağmurlu,2011). Facebook uygulamasına katılabilmek için kullanıcılar geçerli olan bir e-posta adresine sahip olmaları yeterlidir. Uygulama ücretsiz bir platform olduğundan kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır ve kullanıcılarının beklentilerini karşılamak için 50 dile yakın sürümü bulunmaktadır(Uzundumlu,2015). Site kullanıcılara yeni arkadaşlıklar edinme, duygu ve düşüncelerini paylaşım imkânı sunmaktadır(Demir ve ark, 2013).Bireyler Facebook'da arkadaşlarıyla fotoğraf ve video paylaşabilirken aynı zamanda oyun oynayıp, müzik dinleyebilmektedir. Facebook 'u bireysel kullanım amacı dışında iş hayatında da aktif olarak kullanan kullanıcıların ve firmaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Firmalar bu sayede ürünlerini ve ürün seçeneklerini tanıtmaya imkân bulmaktadırlar. Facebook ilk kullanıma açıldığında daha çok arkadaş edinme ve belli paylaşımları yapmaya hak tanırken kısa bir süre sonra yeni eklediği özellikler sayesinde

kullanıcılar arkadaş olmadıkları kişilere mesaj atıp onlardan geri bildirim alabilme imkânına sahip olmuşlardır. Daha sonra Facebook kişiyi rahatsız eden, arkadaş olmadıkları kişiyi şikâyet etme ve engelleme seçeneğine de kullanıcılarına sunmuştur.

2.8.1.2. Twitter

Twitter 140 karakterlik bir söz dizini, bu söz dizinlerinin ‘tweet’ olarak adlandırıldığı bir yazılım olarak 2006 yılında kullanılmaya başlanmıştır (Bayraktutan ve ark, 2012). Twitter kullanıcılara kısa mesaj atma ve bu mesajların çok sayıda kişiye ulaşmasını sağlayan bir sitedir. Kullanıcılar bu platformda günlük yaşamlarında deneyimledikleri, duydukları, hoşuna giden şeyleri ‘tweet’ adı altında paylaşma imkânı bulabilirler. Twitter kişisel kullanıcıların yanı sıra ünlülerin, siyasetçilerin, haber kanlarının da etkin olarak kullandığı bir platformdur.

2.8.1.3. Foursquare

Foursquare, yer bildirim (check-in) ve konum paylaşma özelliği sunan bir uygulama olarak tanımlanmaktadır. Foursquare uygulaması kullanıcılarla 2009 yılında buluşmuştur. 2014 yılına gelindiğinde Foursquare uygulaması Swarm adını verdikleri yeni bir uygulama geliştirmiştir.

Swarm uygulaması ile birlikte kullanıcılar arkadaşlarını ekleyebilmekte, onlar tarafından yapılan yer bildirimlerini görebilmekte ve bunu takip edebilmektedir. Foursquare uygulaması beraber Swarm’ın 20 milyona yakın takipçiye sahiptir ve yer bildirim sayısı ayda 1 milyardan fazla olduğu saptanmıştır (<https://tr.foursquare.com/about>, Erişim Tarihi: 20.10.2017). Swarm uygulaması kullanıcıların tüketim isteğini yüksek oranda etkilemektedir. Kullanıcılar check-in yaparak gittikleri mekânda yediklerini, içtiklerini, ortamı paylaşarak arkadaşlarına mekânın reklamını da yapmış bulunmaktadır. Diğer taraftan Swarm, bireylere aynı mekânda check-in yapan kullanıcıları göstermekte olup yeni ilişkiler kurulmasına imkân tanımaktadır.

2.8.2. Fotoğraf Paylaşım Siteleri

Fotoğraf paylaşım siteleri, kullanıcılar tarafından fotoğraf, resim ve hazır olan görsellerin uygulamaya yüklenerek diğer kullanıcılar tarafından görülebilmesine imkân tanımaktadır (Mavnacıoğlu, 2015). Kullanıcılar fotoğraflarını arkadaşları, ailesi, çevresi ile paylaşabilmektedir. Aynı zamanda paylaşımlarına beğeni ve yorum seçeneğiyle birlikte kullanıcılardan geri bildirim alabilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte

fotoğraflar ve hazır olan görseller sadece bilgisayarlar aracılığıyla yapılmamaktadır. Şimdiler de cep telefonu, fotoğraf makinesi, tablet gibi fotoğraf destekli taşınabilir cihazlar üzerinden yapılmaktadır. Fotoğraf paylaşım siteleri Flickr, PhotoBucket, Instagram vb. gibi uygulamaları içermektedir.

2.8.2.1.Instagram

Instagram 2010 yılının son dönemlerine doğru Mike Krieger ve Kevin Systrom tarafından fotoğraf paylaşım uygulaması olarak tasarlanmıştır(Özdemir ve Çetinkaya, 2014). Instagram 'da kullanıcılar çekilmiş oldukları fotoğraf ve videoları ücretsiz olarak düzenleyip paylaşım imkânı bulabilmektedir. Kullanıcılar kendi kişisel bilgilerini kullanarak profil oluşturmada, fotoğraf ve videolarını filtre uygulamalarını kullanarak yeniden düzenleyebilmekte ve bunları kullanıcılarıyla paylaşabilmektedir. Instagram'ın hayatımızın bir parçası olmasının en büyük sebepleri arasında uygulamanın ekonomik, hızlı ve kolay anlaşılır olmasıdır. Ayrıca kullanıcılar fotoğraflarda istedikleri değişiklikleri yapma, fotoğraf üzerinde oynama ve kırpma işlemlerinden geçirerek takipçilerine sunmaktadır. Uygulamada kullanıcılar kendi profil sayfalarını oluşturarak sayfalarında ya da hikayelerinde makyaj, yemek, spor, eğlenceli video gibi bir çok farklı tarzda paylaşım yapmaktadır. Instagram geliştirmiş olduğu özellikler ile kullanıcıların anlık hikâye atıp diğer insanların izleyebilmesini sağlamaktadır. Instagram uygulaması aynı zamanda pazarlama amaçlı da kullanılmaktadır. Üreticiler ürünlerini tanıtmak ve reklamını yapmak için uygulamayı aktif olarak kullanmakta ve ürünü görsellerle zenginleştirmektedir. Kullanıcıların beğenisine sunulan ürünlerin görselinin iyi ve kaliteli olması takipçilerin ürünü satın alması için önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Facebook 2012 yılında 1 milyar dolara Instagram uygulamasını satın alınarak kendi bünyesine katmıştır(Gürel,2011).

2.8.3.Video Paylaşım Siteleri

Video paylaşım siteleri, kullanıcıların kendi çabalarıyla ya da başka bir kullanıcının hazırlamış olduğu videoların tüm kullanıcılar tarafından izlenmesi için oluşturulmuş uygulamaları tanımlamaktadır(Mavnacıoğlu,2015).Video paylaşım siteleri sayesinde kullanıcılar sevdikleri filmlerin bazı kısımlarını, haber akışlarını, sanatçıların kliplerini ve en çok izlenen görüntüleri bularak izleme imkânı bulmaktadır(Uzundumlu,2015).En çok kullanılan video paylaşım siteleri Youtube, Vimeo, Vine, Dailymotion gösterilebilir.

2.8.3.1.Youtube

Youtube 2005 yılında ABD’de kurulmuş olan bir video barındırma sitesidir.2006 yılına gelindiğinde Google tarafından 1.65 milyar dolara satın alınarak tüm dünya tarafından kullanılan video paylaşım aracı haline gelmiştir(Uzundumlu,2015).Youtube uygulamasının dünya üzerinde 800 milyonu aşan kullanıcısı bulunmaktadır. Youtube, arama motoru olan Google ve bir paylaşım sitesi olan Facebook’dan sonra kullanıcılar tarafından en çok tıklanan üçüncü site olmuştur(Sosyal Medyanın ABC’si, 2014).

2.8.4.Profesyonel Ağ Siteleri

Profesyonel ağ siteleri, iş dünyası ve iş dünyası içinde çalışanlara yönelik uygulamaları bulunan ağlardan oluşmaktadır. Mesleki olarak bir arada bulunan insanların fikir alışverişinde bulunmasına ve paylaşım yapmalarına imkân vermektedir. Profesyonel ağ sitesi olan LinkedIn ve Ning iş dünyası tarafından kullanılmaktadır.

2.8.5.Bloglar

Bloglar, “web” ve “log” kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur ve ilk kullanılmaya başlandığı zamanlarda Weblog adıyla anılmıştır. Weblog kelimesi Web günlüğü anlamında da kullanılmaktadır (Baş ve Tüzün, 2007). Weblogların yaygınlaşmasıyla birlikte sözcük blog olarak kısaltılmıştır. Bloglar, bireylerin ilgi duydukları alanlarla ilgili düşünce ve görüşlerini, gözlemlerini yazdıkları bir günlük görevini üstlenen siteleri tanımlamaktadır(İşlek, 2012). Blog sayfası açmak için herhangi teknik bir bilgiye ihtiyaç duyulmamaktadır. İnternet ve bilgisayar kullanmayı bilen herkes bir blog sayfası oluşturup kullanabilir. Blog yazarı sayfasını yemek, teknoloji, edebiyat, sinema, seyahat, sağlık, moda, güzellik vb. konular üzerine de oluşturabilmektedir ve yazdığı yazılarına isterse bloğu okuyan diğer kullanıcılar tarafından yorum yapabilme özelliğini aktif bir hale getirebilmektedir. Blog sayfalarının en bilinenleri Blogger ve Wordpress’dir.

2.8.6.Wikiler

Web sitelerinden biri olan wiki, 1995 yılındaki WikiWikiWeb olduğu bilinmektedir. Wiki uygulamalarının en bilineni Wikipedia’dır. Wikipedia sayfası 2001 yılında kullanılmaya başlanmıştır ve her geçen kullanımı artmaktadır (Büyükgebiz,2018).Bu site kullanıcılarına içerik oluşturma ve içeriğe müdahale imkânı sunmaktadır. Sitede

kullanıcılar yeni sayfalar oluşturabilmekte ve gerekli gördükleri zamanlarda sayfada düzenleme yapabilmektedir. Wiki siteleri aracılığıyla yapılabilecekler aşağıdaki gibidir(Mavnacıoğlu, 2015):

- Wiki siteleri kullanılarak kolayca önemli belgeler oluşturabilmektedir.
- Wiki siteleri dosyaları karşılaştırma özelliği sayesinde dosyalar arasındaki sürüm farklılıkları ayırt edilebilir.
- Wiki sitelerinde sayfalar arasında geçiş özelliği olduğu için bilgiye erişimi kolaylaştırmaktadır.
- Wiki sitelerinde bilgi edinilecek konu hakkında kapsamlı arama yapılabilmektedir.
- Wiki sitelerinde bulunan sayfalar güncellenebilmekte ve yeni bilgiler eklenebilmektedir.
- Wiki sitelerinde erişim ücretsiz ve üye olmadan konu hakkında içeriğe ulaşılabilir.

2.8.7.Sanal Dünyalar

Sanal dünyalar, bireylere farklı deneyimler sunmaktadır (Mavnacıoğlu, 2015).Bireye yaşadığı hayattan farklı ortamlar yaşatmaktadır. Uygulamaya üye olan kullanıcılar kendilerini özgürce ifade ederek sanal ortamlarda bir hayat tarzı oluşturabilmektedir. Uygulamada her şey sanaldır ve gerçek dünya ile alakası yoktur. Sanal dünya daha çok oyunlara hizmet etme üzerine kurulmuşken bazıları da bireylerin çevrimiçi bir ortamda sosyalleşmesine imkân tanımak amaçlı hizmet etmektedir(Say, 2015).

3.SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

3.1.Sosyal Medya Bağlılığı

Teknolojinin hızlı bir gelişim göstermesiyle internetin bir dalı olan sosyal paylaşım ağları ortaya çıkmıştır. Web 2.0 ile gelişen sosyal medya hayatımıza girdiği günden itibaren adından oldukça bahsettirmektedir. We are social (2018)'e göre Türkiye'de 54 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır ve 51 milyonu aktif sosyal medya kullanıcısıdır. İnsanlar internette günde 7 saat geçirmektedir ve bunun yaklaşık 3 saatini sosyal medya oluşturmaktadır. Bu verilerden hareketle sosyal medyanın hayatımızın büyük bir kısmını oluşturduğunu söyleyebiliriz. Günümüzde yapılan çalışmalar internet bağımlılığında ortaya çıkan semptomların, sosyal medya uygulamalarında da görüldüğünü belirtilmektedir(Andreassen, 2012; Çam ve İşbulan,2012; Kuss ve Griffiths,2011). Sosyal medya bağımlılığını tanımlamadan önce bağımlılığın tanımı, aşırı internet kullanımı, internet bağımlılığı ve problemlerle internet kullanımının tanımlanması faydalı olacaktır. Bu tanımlardan yola çıkarak daha sonrasında sosyal medya bağımlılığı tanımlanacaktır.

Bağımlılık kavramı; fiziksel olarak bir maddeye olan bağımlılığı tanımlamaktır(Holden,2001). Hazar (2011)'e göre ise bağımlılık; bireyin kendisini kontrol edememesi, yapıldığında rahatlama, engellendiğinde huzursuzluk, yoksunluk belirtileri ile ortaya çıkmaktadır. Bu belirtilerin ortaya çıkmasında bireyin sağladığı doyum etkili olmaktadır. Bağımlılık genel olarak önceden denenmiş ve belli bir doyum noktasına yaratmış ve gelecekte de yeni doyumlara yol açabileceği düşünülmektedir. Bağımlılık sadece maddeye karşı değil düşünceye karşı da olabilmektedir. DSM-IV (American Psychiatric Association, 1995)'de bağımlılık ayrı bir başlık olarak yer almasa da madde bağımlılığına yönelik semptomları içermekte, yapılan araştırmadan elde edilen madde bağımlılığı semptomlarının adapte edilmesi ile diğer bağımlılık türleri ortaya konulmaktadır. Patolojik kumar oynama (Griffiths, 1990; Mobilia, 1993), yemek hastalığı (Lacey, 1993; Leiseur ve Blume, 1993), cinsel bağımlılıklar (Goodman, 1993), genel teknoloji bağımlılıkları (Griffiths, 1995), video oyunu bağımlılığı (Griffiths, 1991,1992; Keepers, 1990).

Genel olarak bağımlılık üzerine yapılan araştırmalar internet kullanımına ve ruhsal alana yönelik olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet kullanımının günümüzde bu kadar artış göstermesindeki sebeplere bakacak olursak; bireylerin günlük hayatlarındaki işlerini

kolaylaştırmak, boş zamanlarını değerlendirmek ve günlük yaşamın oluşturduğu stresinin etkilerinden kaçmak için kullandıkları görülmüştür(Keser Özcan ve Buzlu, 2005). İnternet uygulamaları kullanıcılara kolay erişim imkânı tanımakta (Anderson, 2001) , edinmek istedikleri bilgiye anında ulaşmalarını sağlamaktadır(Ceyhan, Ceyhan ve Gürcan,2007). Kullanıcılar interneti, oyun oynamak, arkadaş edinmek ve eğlence gibi aktiviteler için kullansa da internetin asıl ortaya çıkış amacı iletişimi ve bilgi paylaşımını arttırmak ve araştırmacılara daha fazla seçenek sunarak bilgiye ulaşmalarını kolaylaştırmaktır(Öztürk, Odabaşoğlu ve ark, 2007). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2018 Ağustos ayında yapılan Hane Halkı Bilişim Teknolojileri kullanım araştırma sonuçlarına göre Türkiye geneli internet kullanan bireylerin oranı %72,9 olarak karşımıza çıkmıştır. Bilgisayar ve internet kullanımı 2018 yılında 16-74 yaş grubundaki bireyleri içine almıştır. Bu oranlar 2017 yılında sırasıyla %56,6 ve %66,8 olmuştur. Bilgisayar ve internet kullanım oranları 16-74 yaş grubundaki erkek ve kadınlarda %50,6 ve %65,5 olmuştur. Yurt genelinde her on haneden sekizinin internete erişim sağladığı ve %83,8 ‘inin evden internet erişimine sahip olduğu görülmüştür. Bu oran 2017 yılında %80.7 olarak tespit edilmiştir(TÜİK,2018).Türkiye İstatistik Kurumu verilerine bakıldığında internet kullanımının her geçen gün arttığı görülmüştür. Bu bağlamda internet bağımlılığı kavramının tanımlanması gerekli kılınmıştır.

İnternet bağımlılığı kavramından ilk bahseden kişi Psikiyatrist Dr. Ivan Goldberg olarak karşımıza çıkmaktadır. DSM-IV’de yer alan madde bağımlılığı tanı kriterlerinden yola çıkan Goldberg internet bağımlılığını “ bir yılı kapsayan sürede rastgele bir zaman diliminde beliren semptomlardan üç veya daha fazlasını içeren ciddi bir bozukluğa ve sıkıntıya yol açan uygun olmayan internet kullanımı” şeklinde tanımlanmıştır(Goldberg,1999).

Literatür incelendiğinde bir diğer tanı kriteri de Young tarafından ortaya atılmıştır. Young bağımlı internet kullanımını “ madde alımını içermeyen bir dürtü kontrol bozukluğu “ olarak tanımlamakta ve “patolojik kumar oynamaya” benzetmektedir(Young,1998).

Young Tarafından Ortaya Koyulan İnternet Bağımlılığı Tanı ölçütleri

- İnternet kullanımı ile ilgili zihinsel uğraş
- İstenilen doyuma ulaşmak için internet kullanımının sürekli olarak artması
- İnternette geçirilen zamanın kontrolünü ve kullanım miktarının azaltılamaması

- İnternet kullanımının azaltılması karşısında yoksunluk belirtisinin yaşanması
- İnternet kullanımında bireyin planladığı süreyi kontrol edememesi
- İnternetin yoğun kullanımından dolayı iş, okul ve yakın çevre ile yaşanan sorunlar
- İnternette kalma süresi ile ilgili olarak çevreye yalan söyleme
- İnternet kullanımının bireyin duygu durumunda değişiklik yaratması(Arısoy,2009)

İnternet bağımlılığının bireylerde yarattığı olumsuz sonuçlar dikkate alındığında bağımlı olan kişilerin iş, akademik, arkadaş ve sosyal çevrelerinde sıkıntılara yol açtığı araştırmalara konu olmaktadır(Caplan,2005).Bu olumsuz sonuçlar da problemlili internet kullanımının incelenmesini gündeme getirmektedir. Problemlili internet kullanımı, uygunsuz düşünce ve patolojik davranışları içine alan psikiyatrik bir durum olarak açıklanmaktadır(Davis, Flett ve Beser,2002). Caplan (2005) ise, bireyin hayatında sosyal, akademik ve mesleki anlamda olumsuzlukları beraberinde getiren bilişsel ve davranışsal semptomları içine alan kapsamlı bir sendrom olarak problemlili internet kullanımını tanımlamaktadır. Yaşamlarında sosyal ilişki kurma becerisi düşük olan, kendini yalnız hisseden bireylerin sanal ortamda iletişim kurmayı daha çok tercih ettikleri görülmektedir. Bu soruna sahip bireyler reel hayatlarında iletişim sorunu yaşamakta ve çevresindeki insanlara daha az zaman ayırmaktadır. Zamanlarının büyük bir bölümünü yalnız başına ve internet ortamlarında geçirme eğiliminde oldukları görülmektedir.

İnternet kullanımıyla ilgili bir diğer tanım ise patolojik internet kullanımıdır. Patolojik internet kullanımının günümüzde tanımı hala tam olarak yapılamamaktadır. Davis (2001) ise Young'un oluşturduğu tanı ölçütlerinden yola çıkarak patolojik internet kullanımını iki alt kategoriye ayırmıştır.

1. Özgül patolojik internet kullanımı; belirli bir hedefe ulaşmaya yönelik olarak (alışveriş yapma, kumar oynama, pornografik içerikler izlemek vb.) gibi nesneyi elde etmeyle sonuçlanan bir durumdur.
2. Genel patolojik internet kullanımı; belirli bir hedefe ulaşmaya yönelik olmayıp vakit geçirmek için kullanılmaktadır.

Bireylerin ruhsal durumları sosyal paylaşım ağlarına bağımlılık düzeyinde yönelmelerinin en temel sebebidir. Bireyin depresif bir ruh halinde olması, çekingen bir kişilik yapısına sahip olması, iletişim becerilerindeki zayıflığı, korkuları, sosyal fobisi, kendi hayatından veya dünyanın geleceğinden endişe duyması sosyal medyaya yönelme

nedenleri arasında yer almaktadır(Gününç,2009). Bireyin toplum içinde kabul göremeyeceği korkusu, kendi duygu ve düşüncelerini paylaşma isteği, gruplara katılarak aidiyet duygusunu yaşama isteği, kimlik oluşturma çabası, toplumun birey üzerinde oluşturduğu sıkıntı ve stresten kaçma isteği bireylerin sanal alemde uzun süreler harcamasına sebep olmakta ve bunlarda sosyal medya bağımlılığını günden güne arttırmaktadır(Arslan,2015).

3.2.Sosyal Medya Bağımlılığını Tanımlanması

İnternet, dünyada yaklaşık olarak nüfusun yarısı tarafından kullanılmaktadır. Bu oran Türkiye’de nüfusun yarısından fazlasına denk gelmektedir. Her geçen gün artan internet kullanımı ve yaygınlaşan mobil uygulamalar ile sosyal medyanın da kullanım oranı giderek yaygınlaşmaktadır. Sosyal medya uygulamaları her geçen gün özelliklerini yenileyerek geliştirerek kullanıcılarını etkisi altına almaktadır. Aşırı ve kontrolünü kaybedecek bir şekilde sosyal medya kullanımının bağımlılıkla ilişkili olduğu yapılan çalışmalarda ortaya konulmaktadır.

Kuss ve Griffiths (2011) in yapmış oldukları çalışmada, sosyal ağları içeren uygulamalar bireylere profesyonel ve akademik anlamda olanaklar tanımaktadır. Sosyal ağ uygulamaları daha önceden yüz yüze tanışma ve konuşma imkânı bulan, farklı yerlerde yaşayan ya da günlük hayatın getirmiş olduğu tempondan dolayı görüşemeyen insanların iletişim kurabilmelerini sağlamaktadır. Bu olanakları sunmasından dolayı sosyal medya uygulamaları insanlara cazip gelmektedir. İnsanlar artık sosyal medya araçlarını kullanarak arkadaş edinmekte, sanal bir bağlılık ve ilişki kurmaktadır. Sanal arkadaşlıklar ve ilişkiler günlük yaşamdaki yüz yüze olan iletişimi azaltmakta ve insanları sosyal medyaya bağımlı kılmaktadır.

Literatür incelediğinde araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalar doğrultusunda bir sosyal medya uygulaması olan Facebook sosyal medya bağımlılığını tanımlamak için kullanılmıştır. Yapılan çalışmalar daha çok narsist kişilik özelliğine sahip (öz sever) bireylerin bağımlı olabileceği sonucunu ortaya çıkarmıştır (Buffardi ve Campbell, 2008; Mehdizadeh, 2010). Narsist kişilik özelliğine sahip bireyler, kendilerinin özel ve eşsiz oldukları düşüncesinde oldukları için dünyanın onların etrafında dönmesi gerektiğine inanırlar ve bu düşünceden kaynaklı olarak sosyal medya uygulamalarında da herkesin onlarla ilgilenip arkadaş olmalarını ve kendileri hakkında paylaşım yapmalarını gerektiğine inanmaktadır. Kendisine değer verilmediğini düşünen, iletişim kurmakta zayıf olan ve sosyal medya ortamlarında fenomen haline gelmek isteyen bireyler paylaşımları ile

kendilerine bir yer bulma arayışına girmekte ve sevgi ihtiyacını karşılamaya çalışmaktadır.

Hazar(2011) ise bağımlılığı bilişsel, davranışsal ve duygusal olarak 3 kategoride ele almaktadır.

- Bilişsel bağımlılık; bireyin hayat tarzı, benimsediği düşünceleri, ilgi ve zevk alanları ve ihtiyaçları doğrultusunda edinmesi gereken bilgiye karşı olan bağımlılığı nitelendirmektedir. Bireyler bu bilgilere ulaşmak için medya araçlarını kullanmaktadır. Bilgiye ulaştığında bireyde rahatlama görülürken ulaşamadığı takdirde huzursuz ve yoksunluk belirtileri ortaya çıkmaktadır.
- Duygusal bağımlılık; bazı bireyler sosyalleşme ihtiyacı duyarken bazıları ise sosyalleşmekten kaçınma eğilimi gösterirler. Bireyler sosyalleşmek istediği zamanlarda sosyal medya araçlarını kullanarak bu ihtiyaçlarını giderirler. Sosyalleşmekten kaçınan bireyler ise kendilerini sosyal medya uygulamalarında oldukları gibi değil de olmak istedikleri gibi tanıtma yoluna giderler.
- Davranışsal bağımlılık; iki alt kategoride ele alınmaktadır. Araçsal bağımlılık; içerikten bağımsız olarak değerlendirilmektedir. Bireylerin herhangi bir beklentisi olmadan sosyal medya uygulamalarını kullanmasıdır. Eylemsel bağımlılık ise mesajın vermiş olduğu içerikle birlikte değerlendirilmektedir. Bireylerin mesajı anlamlandırmasına dayanmaktadır.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde ise sosyal medya bağımlılığı tanımlanacak olursa;” sosyal medya bağımlılığı bireyin yaşantısının büyük bir bölümünde etkili olan bilişsel, duygusal, davranışsal boyutlarla birlikte ortaya çıkan ve bireyin yaşamında meşguliyet, duygu düzenleme, tekrar ve çatışmalara sebep olan psikolojik bir sorundur”(Tutgun-Ünal,2015).

3.3.Sosyal Medya Bağımlılığının Tanı Kriterleri

Sosyal medya bağımlılığı DSM-V’te bir bozukluk olarak tanımlanmamaktadır. Literatür incelendiğinde literatürde sosyal medya bağımlılığı davranışsal bağımlılık kapsamında yer

almaktadır(Kuss ve Griffiths,2011). Kuss ve Griffiths göre sosyal medya bağımlılığının davranışsal bağımlılık tanı kriterlerini karşıladığını belirtmektedirler. Tanı kriterleri incelenecek olursa;

1)Belirginlik(Dikkat Çekme): Sosyal medya uygulamasının bireyin hayatında vazgeçilmez bir etkinlik haline gelmesi, bireyin bu etkinliklerden kendini alamaması ve sürekli olarak onu düşünmesi

2)Duygu durum düzenleme: Sosyal medya uygulamalarının bireyin yaşamında farklı zaman dilimlerinde duygu durumunda değişiklik yaratmasıdır.

3)Tolerans: Sosyal medya uygulamalarında bireyin eskiden elde etmiş olduğu pozitif etkileri ulaşmak için kullanımını sürekli olarak arttırmasıdır.

4)Çekilme belirtileri: Sosyal medya uygulamalarında bireyin paylaşım yapmadığı zamanlarda negatif duyguların ortaya çıkmasıdır.

5)Çatışma: Sosyal medya uygulamaları bireyin fazla kullanımından dolayı yaşamında insanlarla ve kendi içinde çatışmalara ortaya çıkarmasıdır.

6)Tekrarlama: Birey sosyal medya uygulamalarını kısa bir süre bıraksa da uzun zaman aralığında tekrar sosyal medya uygulamalarına dönmesidir.

3.4.Sosyal Medya Bağımlılığın Etiyolojisi

Sosyal medya bağımlılığının altında yatan nörobiyolojik etkenler dikkate alındığında madde bağımlılığı tanı kriterleriyle benzer özellikler gösterdiği iddia edilmektedir(Duven,2015).

Sosyal medya uygulamaları her kesimi etkisi altına alırken genç bireylerde bu etki daha ciddi problemlere yol açmaktadır. Madde ve davranış bağımlılığı yaşayan bireyler ile bu uygulamalara bağımlı hale gelen bireylerin benzer semptomlar gösterdikleri öne sürülmektedir(Echeburúa ve Corral ,2009). Beynin ödül mekanizmasıyla ilgili bulgular, kimyasal bir madde ya da tecrübeden kaynaklı olarak bireylerin yaşamları süresince bağımlılık tehlikesi ile karşı karşıya olduğunu göstermektedir(Holden,2001).

Biyolojik, sosyal ve psikolojik etkenlerin bağımlılık etiyojisine etki ettiği kabul edilmektedir(Shaffer, 2004). Bu durum sosyal medya bağımlılığını da kapsamakta olup, madde ve davranışsal bağımlılıklar ile ortak bir etiyojiye sahip olduğu düşünülmektedir(Griths, Kuss ve Demetrovics, 2014).

3.4.1.Bilişsel Davranışçı Teori

Davis bilişsel davranışçı teorisini açıklamıştır. Bilişsel davranışçı teorisinin temelini bireyin kendisiyle ilgili ruminatif tarzdaki işlevsel olmayan bilişleri oluşturmaktadır. Sosyal ağ bağımlılığındaki ruminatif düşünceler, bireyin yaşamındaki olaylarla meşgul olmak yerine, zihninde sürekli ve tekrarlayan bir şekilde sosyal ağları düşünmesidir. Bireylerin kendilerini ve dünyayı olumsuz olarak algılaması, düşük benlik saygısı gibi

negatif düşünceler sosyal ağ bağımlılığının oluşumunu hızlandırmaktadır. Bu tarz olumsuz bilişe sahip olan bireyler diğer bireylerden olumlu geri bildirimler alabilmek için interneti ve sosyal ağları kullanmakta ve kullanımını giderek arttırarak bağımlılık oluşumunu destekleyen öğelerle karşılaşmaktadır.

Birey içinde yaşadığı olumsuz duygularını çevrim içi sohbet kanallarında arkadaşlık ilişkileri kurarak ya da başka bağımlılık oluşturabilecek nesnelere aracılığıyla gidermeye çalışmaktadır. Bu şekilde bireyde yeni bilişsel şemalar oluşmaya başlamaktadır. Bu teoriye göre en çok karşılaşılan bilişsel çarpıtmalar ise “ tek iyi olduğum yer internet ”, “internet yoksa başarısızım”, “bana saygı gösterilen tek yer internet”dir(Davis,2001). Sonuç olarak oluşan yeni bilişsel yapılar internet bağımlılığını kolaylaştırmaktadır.

3.4.2.Nörobiyolojik teori

Hazzın ortaya çıkarmış olduğu nörolojik sistemlerin tam olarak ifade edilememesine karşın beyindeki ödül ve öğrenilmiş davranış kalıplarının pekiştirilmesiyle bağlantı olduğu ifade edilmektedir(Kandel ve ark, 2000). Ventral tegmental bölgeden mezokortikolimbik alanlara giden dopaminerjik nöronların çeşitli psikoaktif maddeler aracılığıyla uyarılabilir. Bu uyarı ödül-bağımlılık mekanizmalarında dopaminerjik nöronlarının etkisiyle oluşmaktadır. Sinaptik boşluğa dopamin salgılandığında dopaminerjik sinir uçlarına uyarı göndererek depresyon ve stresin yaratmış olduğu negatif duyguların minimize edilmesine olanak tanımaktadır. Bunun sonucunda birey kendisini daha mutlu ve keyifli hissetmektedir.Bireylerde bulunan genetik yapı itibari ile bağımlılığa yatkınlığı bulunan kişilerin ödül mekanizmalarında disfonksiyonun sebep olduğu hipodopaminerjik durum meydana gelebilmektedir. Bağımlılık oluşturmada Hipodopaminerjik durum ciddi bir etken olarak görülmektedir. Çeşitli davranış örüntüleri ventral-tegmental bölgeden çıkarak dopamin salınım miktarını artırabilmektedir(Öztürk, Odabaşoğlu ve Eraslan, 2007). Dopamin D2 almaçları A1 genini taşıyan kişilerde D2 almaçlarının miktarlarındaki azalma maddeye karşı oluşan bağımlılıklar ve bunların dışında patolojik kumar oynama, seksüel bağımlılık, antisosyal davranış kalıplarına neden olabileceği ifade edilmiştir (Blum ve ark, 2000). Bünyesinde benzer nörobiyolojik sistemleri barındıran patolojik kumar oynama ve madde bağımlılıkları ile kompulsif alışveriş, cinsel davranış kalıpları ve internet bağımlılığının eş değer niteliklere sahip sistemlerden yararlandığı düşünülmektedir(Potenza, 2001; Johansson ve Gotestam, 2004).

Araştırmacılar tarafından yapılan beyin görüntüleme çalışmalarında internette yoğun bir şekilde oyun oynayan bireylerde normal bireylere göre sağ orta orbitofrontal korteks, sağ insula ve sol kaudat nükleusda artan glukoz metabolizması, her iki postsantral girus, bilateral oksipital giruslar ve sol presantral girusda glukoz metabolizmasının azaldığı görülmüştür. Bu sebeple yoğun internet kullanımı duyusal bölgelerde, orbitofrontal korteks ve striatumun olağandışı nörobiyolojik mekanizmalarla ifade edilmeye çalışılmıştır. Bir diğer beyin görüntüleme araştırmasında ise ergenlerin beyindeki gri cevher uyumsuzluğu incelenmiştir. Bu araştırmada internet bağımlısı olan bireylerin beyinde normal bireylere göre singulat korteks, sol anteriyor, sol posteriyor singulat korteks, sol lingual girus ve sol insula ve gri madde miktarının azaldığı saptanmıştır. Bu sonuçlar ışığında internet bağımlısı olan bireyler ile dürtü denetim bozuklukları ve diğer bağımlılıklara sahip bireylerin benzer nörolojik mekanizmaları kullandığı görülmüştür (Park, Kim ve Bang, 2010).

3.4.3. Sosyal Beceri Eksikliği Teorisi

Sosyal beceri eksikliği teorisi bilişsel davranışçı teoriden yola çıkılarak Caplan tarafından geliştirilmiştir. Caplan internet bağımlılığına yatkın bireylerin daha çok kişilik problemi ve psikiyatrik bir sorun yaşadığını dile getirmiştir. Bu teoriye göre, birey yaşadığı depresyon, düşük benlik değer, sosyal anksiyete ve yalnızlık gibi olumsuz yönlerini saklayabilir, internette kendisini olmak istediği bir şekilde gösterebilir ve çevrim içi ortamda bu özelliklerin olumlu bir etki oluşturabileceği düşüncesine kapılabilmektedir. Bu şekilde iletişim kurmaya başlayan bireylerde sanal iletişimin daha kolay ve heyecanlı olduğu yönünde bir inanç oluşmaya başlar. Bu inançlarından dolayı internet ortamında kendilerini daha rahat hissettikleri için interneti yoğun bir şekilde kullanma görülmekte ve bu yoğun internet kullanımından kaynaklı internet bağımlılığı ortaya çıkmaktadır (Caplan, 2002).

3.5. Sosyal Medya Bağımlılığı Epidemiyoloji

Sosyal medya bağımlılığının epidemiyolojisiyle ilgili çalışmaların literatürde az olmasından kaynaklı olarak internet bağımlılığı üzerine yapılan araştırmalar incelenmiştir. Aşağıda internet bağımlılığının sıklığıyla ilgili yapılan araştırmalardan bahsedilmiştir.

Amerika ve Norveç'te yapılan epidemiyolojik çalışmalarda problemlili internet kullanım prevalansı Amerika'da %1, Norveç'te ise %0.7 olarak tespit edilmiştir. Yapılan benzer

çalışmalar sonucunda Avrupa ülkelerinde %1-9, Asya ülkelerinde %2-18, Ortadoğu ülkelerinde ise %1-12 oranında olduğu göze çarpmıştır(Hazar,2011).

Xin ve arkadaşlarının Çin'de yaşayan ergenler üzerinde yapmış oldukları çalışmada internet bağımlılığının yaygınlığı %26,5 olarak saptanmıştır. Çalışma verilerine bakıldığında erkeklerde internet bağımlılığı oranının (%30,6) kadınlardan (%21,2) daha yüksek olduğu görülmüştür(Xin ve ark,2018). 2011 yılında Türkiye'de yapılan bir çalışmada internet bağımlılığının yaygınlık oranı %20 olarak raporlanmıştır(Üneri ve Tanıdır, 2011).

Epidemiyolojik çalışmalar sonucunda internet bağımlılığının birçok psikiyatrik rahatsızlığa eşlik edebileceği anlaşılmıştır. İnternet bağımlısı olan bireylerde en sık görülen bozukluklar depresyon, duygu durum bozuklukları, distimi, anksiyete bozuklukları ve psikotik bozukluklardır. Diğer taraftan bu bireylerde bazı kişilik bozukluklarının ve farklı bağımlılık türlerinin de olabileceği dile getirilmiştir(Odabaşoğlu ve ark, 2007).

3.6.Sosyal Medya Bağımlılığının Sonuçları

Bireylerin sosyal medya uygulamalarını kullanmalarının yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz sonuçları aşağıda incelenecektir.

3.6.1.Olumlu Sonuçları

Sosyal medya sayesinde bireyler arkadaşlarıyla, aileleriyle ve çevresindeki insanlarla iletişim kurabilme imkânı bulabilmektedir (Riaz ve ark. 2018). Sosyal medya uygulamaları öğrenciler arasında ilişkilerini devam ettirmeye, öğrenme motivasyonu oluşturmaya, bireyselleştirilmiş ders araç-gereçleri sunmaya ve işbirlikçi öğrenmeyi destekleme üzerine dört olumlu sonuca temel oluşturmuştur. Sosyal medya uygulamaları öğrenmeyi hem desteklemekte hem de kolaylaştırmaktadır(Lim ve ark. 2013, Maqableh ve ark. 2015,Kolan ve Dzandza 2018).

Sosyal medya sayesinde psikiyatrik bozukluğu olan bireylerin tedavileri hakkında bilgi vermede ve izlenmesinde destek sağlamakta, bu bireylerin kendilerini yalnız hissetmesini engellemekte ve tedaviden etkili sonuç alınabilmesi için akran desteği oluşturmaktadır. Bir sosyal medya uygulaması olan Facebook ile sosyalleşme arasında bir bağlantı bulunduğu saptanmıştır. Yaşam doyumu ve kendilik değeri düşük olan bireylerin daha çok sosyalleşme ihtiyacında olduğu dile getirilmiştir (Dobrean ve Păsărelu 2016). Sosyal medya sayesinde psikiyatrik rahatsızlıklarla ilgili olan semptomlara web siteleri

aracılığıyla ulaşılabilmekte ve bilgi sahibi olabilmektedir. Sosyal medyanın sunmuş olduğu tarama programları sayesinde depresyonda olan ya da risk faktörü taşıyan kişiler belirlenebilmekte ve tanımlanabilmektedir(Chandra Guntuku ve ark. 2017).

3.6.2. Olumsuz Sonuçları

Sosyal medya bağımlılığı birçok duygusal probleme sebep olabilmektedir. Bireyler yaşadıkları duygusal sorunlarından ve stres yaratan etkenlerden uzaklaşmak için sosyal medyaya girmekte ve kullanım süresini arttırmaktadır. Bu da sosyal medya bağımlılığına sebep olmaktadır. Sosyal medya bağımlısı olan bireyler sosyal medyayı kendileri kontrol ettiklerini dile getirirken aslında sosyal medya tarafından kontrol edilmektedir. Sosyal medya bağımlısı olan bireyler fotoğraf, video gibi paylaşımlarına gelen ya da gelecek olan beğeni ve yorumlarla ilgili aşırı kaygı yaşamaktadır. Akıllı cep telefonlarının hayatımıza girmesiyle sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte başta ergenler olmak üzere bireyler mesajlarına erişim sağlayamadığında, arkadaşları tarafından gelen mesajları göremediğinde akıllı telefonlardaki titreşim gibi hayali titreşim sendromu yaşadıklarını belirtmiştir. İnternet kullanımının her geçen gün artması duygusal yalnızlığı da beraberinde getirmektedir(Bashir ve Bhat,2017).

Sosyal medyanın sebep olduğu bir diğer sorun da ilişkisel problemlerdir. Sosyal medya bağımlısı olan bireyler zamanlarının büyük bir bölümünü sosyal medyada geçirmektedir. Bu da sosyal çevresiyle ilişkilerinin bozulmasına sebep olmaktadır. Yoğun sosyal medya kullanımı bireyleri çevrelerinden soyutlamakta ve çevrim içi ortama bağımlı kılmaktadır. Yoğun sosyal medya kullanımı sağlık problemlerini de beraber getirmektedir. Sosyal medyada uzun süre kalmak uyku problemine sebep olabilmektedir. Sosyal medya bağımlısı olan bireylerin normal bireylere oranla yoğun bir uyku problemi ve uyku kalitesinde azalma yaşadıkları görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığı ile somatik belirtiler ile uykusuzluk arasında bir bağlantı olduğu ifade edilmiştir (Szczezielniak ve ark. 2013; Zaremohzzabieh ve ark. 2014, Al-Menayes 2015, Andreassen 2015,Dobrea ve Păsărelu 2016). Ayrıca, yoğun internet ve bilgisayar kullanımı bireylerin gözlerinde karıncalanma, uykuya dalmada güçlük, en bileğinde güç kaybı yaşanmasına sebep olmaktadır(Aslan,2011).

3.7.Sosyal Medya Bağımlılığa Eşlik Eden Psikiyatrik Rahatsızlıklar

Sosyal medya uygulamaları hayatımıza girdiği andan itibaren yaşamımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Hayatımızda bu derece önemli bir yere sahip olan sosyal medya ve kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan sosyal medya bağımlılığı araştırmacılarında son

zamanlarda oldukça ilgisini çekmiştir. Sosyal medya bağımlılığı üzerine çalışmalar araştırmacılar tarafından yeni yeni incelenmekte olup yapılan araştırmaların çoğu internet bağımlılığı temel alınarak yapılmıştır. Araştırmacıların yapmış olduğu çalışmalar dikkate alındığında internet bağımlılığı ile psikiyatrik rahatsızlıkların beraber görülebileceği ifade edilmiştir. İnternet bağımlısı olan bireylerde duygudurum bozukluğu, dürtü kontrol bozukluğu, madde bağımlılığı, anksiyete ve kişilik bozukluğu gibi rahatsızlıklar büyük oranda birlikte görüldüğü saptanmıştır(Black, Belsare, Schlosser,1999).Bu tarz rahatsızlıklara sahip olan bireyler tedaviye karşı direnç göstermektedir. Yine bu bireylerde rahatsızlıklarının nüks etme durumu normal bireylere göre daha fazla olabilmektedir(Block,2008).

Yapılan bir çalışmada internet bağımlısı olan bireylerin hemen hemen yarısında başta anksiyete olmak üzere diğer psikiyatrik bozuklarında olduğu sonucuna varılmıştır(Kratzer, Hegerl,2008).

İnternet bağımlısı olan bireylerin kişilik özelliklerinin incelendiğinde bir araştırmada internet bağımlısı olan bireylerin duygusal yönden hassas oldukları, tek başına kaldıklarında bir sorun yaşamadıkları(çevrim içi özellik sayesinde) ve zihinsel olarak bir uyarılma içinde oldukları ifade edilmiştir(Young ve Rodgers,1998).

Bir diğer araştırmada ise benlik saygısı düşük olan ve dürtüsel problem yaşayan bireylerin 'internetle ilişkili problem ölçeği'nden yüksek puan aldıkları ve interneti aşırı kullandıkları görülmüştür. Bu sonuca bakılarak bireylerin dürtüsel davranışlarından daha çok düşük benlik değerine sahip olması internet bağımlılığı açısından bir öngörü teşkil etmektedir(Armstrong, Phillips, Saling,2000).Diğer taraftan utangaç, düşük benlik saygısı ve depresif semptomlara sahip bireylerin internet bağımlılığına daha yatkın oldukları ifade edilmiştir(Yang ve Tung,2007).

İnternet bağımlısı olan bireylerin birçoğu depresyon tanısı almıştır. Depresif semptomlara sahip bireylerin düşük benlik saygısı, duyarlılık, onaylanma ve motivasyon düşüklüğünü gidermek için interneti daha aktif olarak kullanmakta ve internete bağımlı hale geldikleri düşünülmektedir. İnternet bağımlılığına bağlı olarak ortaya çıkan sosyal izolasyon depresyona oluşumuna etki edebilmektedir(Young ve Rodgers,1998). Araştırmacılar internet bağımlısı olan bireylerin duygularında bir değişim olduğunda ya da hayatlarında stres yaratan bir durumla karşılaştıklarında çözümünü internete girmekte bulmaktadır(Aslan Üçkardeş,2010). İnternet bağımlısı olan bireylerde depresyon ve intihar düşünceleri olduğunu belirten birçok araştırma vardır(Kim, Ryub, Chon, 2006; Ko, Yen, Chen,2008).

İnternet bağımlısı olan bireylerde alkol ve diğer maddelere karşı olan bağımlılıkları da yüksek düzeyde görülebilmektedir(Greenberg, Lewis, Dodd,1999).

Yapılan araştırmalar sonucunda internet bağımlılığına yatkınlık gösteren bireylerin daha çok yalnız kişiler olduğunu göstermektedir(Morahan-Martin, Schumacher,2000; Nichols, Nicki,2004). Caplan (2007) 'ye göre yalnızlık sosyal anksiyeteye bağlı oluşmaktadır ve internet bağımlısı olan bireyler kendilerini çevrim içi ortamda yalnız hissetmemektedir. Shapira ve arkadaşları, internet bağımlısı ön tanısı almış bireylerde yapılandırılmış bir psikiyatrik görüşme gerçekleştirmiş ve bu bireylerin aile öykülerini almıştır. Çalışma 20 kişi ile gerçekleştirilmiş olup grubun yaş ortalaması 36 olarak saptanmıştır. Bu kişilerin internet kullanımlarıyla ilgili olarak sosyal ilişkilerinde bozulma, maddi ve iş kaybı yaşadıkları görülmüştür. Çalışmaya alınan internet bağımlısı olan bireylerin hayatlarında en az bir kez Eksen-1 tanısı aldıkları görülmüştür. Eksen-1 tanısı alan bireylerden 14'ü bipolar, 3'ü major depresif ve diğer 3'ünün de obsesif kompulsif bozukluğa sahip olduğu ifade edilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda internet bağımlısı olan bireylerin hepsi DSM-IV'de yer alan 'Başka Türü Adlandırılmayan Dürtü Kontrol Bozukluğu' tanılmasını karşılamıştır(Shapira, Goldsmith Keck, 2000).

İnternet bağımlılığına eşlik eden bir psikiyatrik rahatsızlık Obsesif kompulsif bozukluktur(Jang, Hwang, Choıs,2008).Bir diğer rahatsızlık ise duygudurum bozukluğu olarak belirtilmektedir. Bu bireylerin %38'inin çeşitli dürtü kontrol bozukluklarını yaşadıkları ifade edilmiştir. Dürtü kontrol bozuklukları içinde en çok tekrarlayan alışveriş, yangın çıkarma davranışı(piromani),patolojik kumar ve tekrarlayan seksüel bağımlılık olduğu saptanmıştır (Black ve ark,1999). Dürtü kontrol bozukluğu ya da madde

bağımlılığı tanısı almış bireylerin patolojik düzeyde interneti kullanımına eğilim gösterdiği görülmüştür(Yellowlees ve Marks,2007).

İtalya'da yapılan bir araştırmada internet bağımlılığı ile birlikte görülen rahatsızlıkların oranı,

anksiyete bozukluğu (%15), borderline kişilik bozukluğu (%14), sosyal fobi (%15), çekingen kişilik bozukluğu (%7), hipomani (%7) distimi (%7), obsesif kompulsif bozukluk(%7) şeklinde ifade edilmiştir(Bernardi ve Pallanti,2009).

Bir diğer yapılan araştırmada internet bağımlısı olan 30 erişkin bireyin 27'sinde psikiyatrik bir rahatsızlık saptandığı ve en sık görülen rahatsızlığın başında anksiyetenin geldiği (%50) görülmüştür. İnternet bağımlısı olmayan 31 bireyin ise yalnızca 7'sinde bir psikiyatrik rahatsızlık gözlenmiştir(Kratzer ve Hegerl,2008).

İnternet bağımlılığı bulunan üniversite öğrencilerinde en çok sosyal fobi, majör depresif bozukluk, distimi ve dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğunun yer aldığını ifade edilmiştir(Kim, Ryub, Chon,2006; Ko, Yen, Chen,2008).

DEHB tanısı almış bireylerde dürtü kontrol problemleri yaşanmaktadır. Bu tanıya sahip bireyler interneti kullanırken bazı sorunlar yaşayabilmektedir. Bu sorunların başında otokontrolü sağlayamama ve kullanımı sonlandırma gelmektedir. DEHB tanılmasının internet bağımlılığı için tehlikeli olabileceği ifade edilmektedir(Rubia, Smith, Brammer,2005).Yapılan araştırmalar internet bağımlılığı ile DEHB arasında bir bağlantı olduğunu göstermektedir(Yoo, Cho, Ha,2004; Yen, Ko, Yen,2007).

Ülkemizde yapılan bir araştırmada ise internet kullanımının birçok psikiyatrik rahatsızlıkların ortaya çıkmasına zemin hazırladığını öne sürülmüştür. Yoğun internet kullanımının başta sosyal fobi, depresyon, DEHB(dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu), hostilite ve ailede bağımlılık eğilimi ile ilişkili olduğu ifade edilmiştir(Odabaşoğlu, Öztürk, Genç,2007).

Yapılan araştırmalar incelendiğinde internet bağımlılığı ile bazı psikiyatrik tanılara sahip bireylerin internet bağımlılığına yatkın olduğu görülmüştür. Bu ilişkili psikiyatrik bozuklukların daha iyi anlaşılabilmesi için daha fazla araştırmalar yapılması gerekmektedir.

4.SOSYAL MEDYA BAĞIMLIĞI ve KİŞİSEL İYİ OLUŞ

Bu bölümde kişisel iyi oluş kavramı açıklanmıştır. Kişisel iyi oluş kavramı açıklandıktan sonra kişisel iyi oluşu açıklayan kuramlara ve yapılan araştırmalara yer verilecektir.

4.1.Kişisel İyi Oluş

Aristoteles, insanların hayatları boyunca mutluluğu aramakta olduğunu dile getirmiştir. İnsanların en önemli amaçlarından biri de mutluluk arayışıdır. Her bireyin mutluluk arayışı öznel olmaktadır ve bireyler kendisinin belirlediği amaçları doğrultusunda hareket etmektedir. Bireyler sevdikleri etkinlikleri kendi öznel ihtiyaçları doğrultusunda ve bireysel çabaları ile yapmaktadır. Bu da bireylerin önüne çıkabilecek her türlü basamağı içermektedir(Büyükdöven, 1993).Diğer bir tanımlama ile mutluluk, bireyin kişisel tecrübeleri ışığında şekillenen ve yaşadığı toplumdaki kültürün etkisine dayanmaktadır (Mangels,2009).

Günümüze kadar yapılan araştırmalarda daha çok anksiyete, stres ve kaygı gibi bireylerin üzerinde ruhsal etkiler yaratan olgular incelenmiştir. Pozitif psikolojinin hayatımıza girmesiyle birlikte bireylerin zihinsel iyi oluşlarına yönelik çalışmaların yapılmasına olanak tanımıştır (Mangels, 2009). Bu bağlamda bakıldığında zihinsel iyi oluş psikoloji alanında araştırma konusu olmaya başlamıştır.

Psikoloji alan yazınında mutluluğu ifade etmek için kullanılan iyi oluş kavramıyla ilgili çalışmalar dikkate alındığında “öznel iyi oluş ”kavramına ek olarak psikolojik iyi oluş, iyilik hali, yaşam doyumu ve pozitif duygu gibi kavramlar kullanılmıştır. Bu kavramlar birbirleriyle ilişkili olarak kullanılmaktadır fakat tam olarak aynı anlama gelmemektedir. Bireylerin mutluluğunu ve pozitif hayat sürmeleriyle alakalıdır. (Tuzgöl Dost, 2005).

Kişisel iyi oluş, bireylerin yaşamlarından ne oranda doyum sağladığından, duygu durumlarıyla alakalı değerlendirmeleri içeren bir kavramdır (Diener, 1984).Bireyin kişisel iyi oluş düzeyi arttıkça birey içinde yaşadığı olayları ve durumları pozitif yönde değerlendirebilmektedir. Bireyin kişisel iyi oluşunun yüksek düzeyde olması beklenmektedir. Çünkü kişisel iyi oluş bireylerin negatif duygularından arınmasına ve olumlu bilişsel şemaların oluşmasına imkân sağlamaktadır. (Tuzgöl Dost, 2005).Kişisel iyi oluş; yaşam doyumu, ilişki doyumu, ruhsal bunalım olmamasına ve olumlu duyguları içermektedir(Joshi,2010).Negatif duyguların az olması kişisel iyi oluşun yüksek düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Diğer taraftan yaşamdan beklenen doyuma ulaşamama ve negatif duygular da kişisel iyi oluşun düşük düzeyde olduğuna işaret etmektedir.

Kişisel iyi oluş düzeyinin yüksek olması, ekonomik duruma, anne baba tutumlarına, dini inançlara (Tuzgöl-Dost, 2006), sosyalliğe, sorumluluğa (Eryılmaz ve Öğülmüş,

2010),olumlu gelecek tablosuna(Eryılmaz, 2011)pozitifliğe, özsaygıya (Eryılmaz ve Atak, 2011), vb. çeşitli faktörle ilişkilidir. Joshi (2010) yapmış olduğu bir araştırmasında, kişisel iyi oluş düzeyi yüksek olan bireylerin kişisel iyi oluş düzeyi düşük olanlara göre; güçlü bir bağışıklık sistemine, uzun bir ömür yaşadığına, sosyal ilişkisinin yüksek olduğuna, iş hayatında başarılı olduklarına ve zorluklar karşısında direnç gösterdiğini ifade etmiştir.

Lyubomirsky, King ve Diener (2005), kişisel iyi oluşu etkileyen bir takım etkenlerin olduklarından bahsetmiştir. Bu etkenlere bakıldığında bireyin kişilik özellikleri%50'si, hedefe ulaşmak için yapılan etkinliklerin %40'ı ve sosyoekonomik durum ise %10 oranında etkili olmaktadır.

4.2.Kişisel İyi Oluşa Yönelik Ortaya Çıkan Yaklaşımlar

Kişisel iyi oluş kavramını açıklayan birçok yaklaşım bulunmaktadır. Aşağıda bu yaklaşımlar açıklanmıştır.

4.2.1.Erek Kuramı: Erek Kuramı'nı açıklamak için iki temel faktör dikkate alınmaktadır. Bunlardan birincisi amaç ve ikincisi ise gereksinimdir. Gereksinim olarak bakıldığında bireylerin yaşamlarında doğuştan ve sonradan kazandıkları birçok gereksinimi olmaktadır. Bireyler gereksinimlerini karşılayıp doyuma ulaştıkları anda mutlu olmaktadır(Diener, 1984). Amaç olarak bakıldığında ise bireylerin amaçları karşılanmaya uygun olduğunda ve bireylerin günlük yaşamlarını basitleştirmeleri adına kişisel amaçlarını oluşturduklarında mutluluğu yakalayabilmektedir (Diener, Suh, Lucas ve Shmith, 1999).

4.2.2.Haz ve Acı Kuramı: Haz ve acı kuramına göre bireyin amaçları ve gereksinimleri karşılanmış olsa da büyük bir doyum ya da mutluluğa ulaşmak pek mümkün değildir. Bireyin biyolojik gereksinimlerinden dolayı karşılanan her ihtiyaç yenisini ortaya çıkarmaktadır. Haz ve acı birbiriyle bağlantılı olup haz acıyı takip etmektedir(Diener, 1984).Haz ve acı uzun süre devam ettiği takdirde bireyin bu duruma uyum sağlayabileceğini ve bireyin mutluluğa ve doyuma ulaşmasında önemli bir fark olmayacağı Diener tarafından ifade edilmiştir(Diener,1984).

4.3.3. Etkinlik Kuramı: Etkinlik kuramının temelini etkinlik yapılan süreç oluşturmaktadır. Birey yaşamında yapmak istediği amaçlara göre hareket ederse mutluluğa ulaşacaktır. Etkinlik kuramına göre bireyler, amaçlarından çok amaçlara ulaşabilmek adına yapılan etkinliklerin doyum verdiği görüşünü dile getirmektedir.

Tuzgöl Dost(2005)' e göre bireyler yetenekleri doğrultusunda hedef belirlemeli ve bu hedeflere ulaşmak için yaptığı etkinliklerle doyum sağlamaktadır.

4.3.4.Aşağıdan Yukarı ve Yukarıdan Aşağı Kuramları (Bottom-up, Top-Down):

Tabandan-Tavana Kuramı'na göre mutluluk, bireyin yaşamış olduğu ufak mutluluklarının bütünüdür.

Tabandan tavana yaklaşımına göre ise kişisel iyi oluş, bireyin yaşamında doyum sahası içindeki yaşantıların hepsi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kuram ışığında bireyin mutlu bir yaşam sürmesi için mutlu zamanlar geçirmiş olması gerekmektedir. Birey arkadaşlarından, ailesinden ve yaşantısından istenilen doyumunu alıyorsa yüksek kişisel iyi oluş düzeyine sahiptir. Tavandan tabana kuramında ise, bireyin kişilik yapısının olaylar karşısındaki duruşunu belirlediği görüşü savunulmaktadır. Örneğin, saldırgan bir kişiliğe sahip birey, yaşadığı olayları negatif şekilde ifade edebilmektedir(Diener, 1984).

4.4.5. Çoklu Çelişki (Multiple Discrepancy Theory) Kuramı:

Bu kuramda bireyler kendilerini diğer kişilerle karşılaştırmaktadır. Birey bu süreçte ihtiyaçlarını, hedeflerini, zevklerini ve olması gereken doyum düzeyine göre karşılaştırma yapmaktadır. Çoklu çelişki kuramına göre bireyler kendileri ile etrafındaki bireylerin elde ettikleri şeyleri ve gelecekte elde etmek istedikleri öğeleri kıyaslamaktadır. Bireyler tarafından yapılan bu kıyaslamalar bireyin bulunduğu seviye ile bulunmak istediği seviye arasında bir fark ortaya çıkmaktadır. Bireylerin istek ve ihtiyaçları her zaman bulunduğu seviyeden fazla olmaktadır. Bu ikisi arasında oluşan fark ne kadar az olursa kişisellik o derece fazla olacaktır(Andrews ve Robinson, 1991).

4.5.Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kişisel İyi Oluş İle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş ile ilgili araştırmalar çok az olduğundan bu kısımda internet bağımlılığı ve öznel iyi oluş ilişkisi ile ilgili araştırmalara değinilmiştir. Subrahmanyam ve Lin (2007)'ye göre 15-18 yaş aralığındaki 156 lise öğrencisinin katıldığı çalışmada ergenlerin çevrim içi aktivite ve iyilik hali arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmacılar tarafından interneti en çok kullanan kişilerin ergenler olduğu dile getirilmektedir. İnterneti yoğun kullanan ergenlerin sosyal ilişkilerinin azaldığı ve yüz yüze iletişimde sorun yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Bu sonuca bakıldığında

ergenlerin yüz yüze iletişimlerinin yerini sanal arkadaşlıkların aldığı ve iyi oluşu tehdit ettiği görülmüştür.

Cao ve arkadaşları'nın yapmış olduğu araştırmada, internet kullanımı normal düzeyde olan ergenlerle problemleri bir internet kullanımına sahip olan ergenler karşılaştırılmıştır. Örneklemi 10-24 yaş aralığında olan ilköğretim, lise ve üniversite öğrencilerini kapsayan toplam 17.599 kişi (9.015 erkek ve 8.584 kadın) katılmıştır. Araştırmada, interneti problemleri düzeyde kullanan ergenlerin fiziksel enerji azlığı, bağışıklık sisteminde yavaşlama, duygu küntlüğü, sosyal ve davranışsal uyum gibi psikosomatik semptomların görüldüğü ifade edilmiştir. Diğer taraftan internetle bağlantılı olan bütün etkenler ve sosyodemografik özellikler denetim altına alındığında internet bağımlılığı ile psikosomatik belirtiler arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu; ancak yaşam doyumu ile arasında negatif yönde bir ilişki saptanmıştır. Bu araştırmadan sonuçla problemleri internet kullanımı psikolojik sorunlara ve yaşam doyumunu önemli derecede etkilemektedir (Cao ve ark,2011).

Şenol-Durak ve Durak (2011)'e göre 480 üniversite öğrencisi üzerinde problemleri internet kullanımı hakkındaki bilişleri ile kişisel iyi oluşun duygusal öğeleri, özsaygı ve yaşam doyumu araştırılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda öz saygının yaşam doyumunu ve kişisel iyi oluşu etkilediği, kişisel iyi oluşunda duygusal öğeleri belirlediği ve dolayısıyla internet kullanımı hakkındaki bilişlerinde etkilendiği ifade edilmiştir. Araştırmacılar, internet bağımlısı olan bireylerin ilk olarak güvenlerinin azaldığını ve zamanla güvenlerini kaybettiklerini daha sonra duygularında negatif durumların oluştuğunu ve bu durumun kendisini sürekli tekrarladığı görüşünü dile getirmişlerdir.

Akın (2012) ise kişisel yaşam gücü ve kişisel mutluluğun internet bağımlılığı ile ilişkisini araştırmıştır. Araştırmaya 328 üniversite öğrencisi katılmıştır. Araştırma sonucuna göre kişisel yaşama gücü ve kişisel mutluluk ile internet bağımlılığı arasında negatif bir yordayıcıdır. Diğer taraftan kişisel yaşama gücü kişisel mutluluğun pozitif yönde bir yordayıcısıdır.

Toparlayacak olursak yapılan araştırma sonuçlarına göre, internet bağımlılığının psikolojik belirtilerle pozitif ilişkili olduğunu, internet bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş ve yaşam doyumu arasında negatif yönde bir ilişki olduğu, öznel mutluluğun internet bağımlılığının negatif bir yordayıcısı olduğu görülmüştür.

5.DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ ve SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

5.1.Doğu Karadeniz Bölgesi

Doğu Karadeniz Bölgesi, Türkiye'nin kuzeyinde yer almakta ve Karadeniz Bölgesi'nin Batı Karadeniz, Orta Karadeniz ve Doğu Karadeniz'den oluşan üç kısmından biridir. Doğu Karadeniz Bölümü, sınırdan başlamakta ve Ordu'nun doğusunda Melet Çayı'na kadar devam etmektedir. Doğu Karadeniz Bölgesi olarak adlandırılan bölüm altı ili kapsamaktadır. Bu iller Giresun, Trabzon, Gümüşhane, Bayburt, Rize ve Artvin'dir(Hatipoğlu,2014).

Doğu Karadeniz Bölgesi topoğrafik olarak dağınık yerleşmeye elverişli bölgelerdendir. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde dağlar denize paralel olarak yükselmektedir. Yükselen dağlar ile deniz arasında yüksek eğimli sırt ve vadilerden oluşan engebelikler yer almaktadır. Sahil şeridinde tarıma elverişli düzlük alan oldukça azdır ve bu durum köylerde de aynı şekilde devam etmektedir(Sümerkan,1990).

Doğu Karadeniz Bölgesi iklim olarak ılıman-nemli bir özellik taşımaktadır. Dağların kuzeyi ile güneyi arasında iklim farklılaşabilmektedir. Sıcaklık, bölgenin kuzeyinde yer alan Karadeniz'in yumuşatıcı etkisiyle çok yüksek seyretmemektedir. Diğer taraftan denizin oluşturduğu denizel etki nedeniyle nem oranı normalin üstünde görülmektedir. Doğu Karadeniz, deniz kıyısından itibaren yükselmeye başlayan dağların oluşturduğu etki ile ülke geneline oranla bol yağış almaktadır ve güneşlenme süresi diğer bölgelere oranla oldukça düşüktür (Sağsöz, vd. 2008).

5.2.Doğu Karadeniz Bölgesi ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Trabzon il merkezinde eğitim almakta olan toplam 669 lise öğrencisi üzerinde bir çalışma yapılmıştır. Çalışmaya 308 erkek öğrenci ve 361 kız öğrenci dahil edilmiştir. Çalışma sonucunda ergenlerin bilgisayar kullanma amaçlarına göre dağılımları incelendiğinde lise öğrencilerinin %25'i (n=167) bilgisayarı ödev ve oyun için, %22.7'si (n=152) sosyal ağlar için, %17'si (n=114) ödev için, %6.4'ü (n=43) oyun için, %0.6'sı (n=4) alışveriş için, %28.3'ü (n=189) diğer kişisel amaçları için kullandıkları görülmüştür. Lise öğrencilerinin %76.1'inin (n=509) günlük 1-4 saat arası interneti kullandığı, %15.2'sinin (n=102) internette hiç zaman geçirmediği ve %8.7'sinin de (n=58) 5-24 saat arasında internet kullandığı görülmüştür. Lise öğrencilerinin %83.7'si (n=560) kendilerini internet bağımlısı olarak görmediklerini, %16.3'ü (n=109) kişi ise kendilerini internet bağımlısı olarak gördükleri ifade edilmiştir. Diğer taraftan lise öğrencilerinin %84.6'sı (n=566)

internet kullanımının öfke kontrolü ve depresyona sebebiyet oluşturmadığını ifade ederken %15.4'ünün (n=103) ise internet kullanımının öfke ve depresyona sebebiyet oluşturduğunu ifade etmiştir(Öner, 2015).

Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi 3 ve 4. sınıf öğrencilerinden oluşan 40 kız ve 60 erkek olmak üzere toplam 100 öğrenci üzerinde bir çalışma yapılmıştır. Öğrencilerin yaş ortalaması 22-23 yaş aralığındadır. Yapılan araştırmaya göre, öğrencilerin interneti aktif bir biçimde kullandıkları görülmüştür. Katılım sağlayan öğrencilerin %89'unun interneti her gün yoğun bir biçimde kullandıkları ve %69'unun da en az 1-3 saat arasında sosyal medyayı kullandıkları da görülmüştür. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun birden fazla sosyal medya hesabının olduğu görülmektedir(Çalışır,2015).



6.YÖNTEM ve ARAÇLAR

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle çalışmanın yöntemi ve çalışma grubundan söz edilerek veri toplama araçları ile ilgili bilgiler verilmiştir. Daha sonra veri analizinde kullanılan istatistiksel yöntemler açıklanmıştır.

6.1.Araştırmanın Amacı

Bu araştırma Türkiye Bağımlılık ve Ruh Sağlığı Profili Çalışmasında Doğu Karadeniz Bölgesi'nde taranacak olan bireylerde Bağımlılık yükü formunda Sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş ilişkisinin incelenmesini amaçlamaktadır.

6.2. Hipotezler

- Sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- Doğu Karadeniz Bölgesi'nde sosyal medya bağımlılığı özellikleri sosyodemografik özelliklerle farklılık göstermektedir

6.3.Araştırma Evreni ve Örneklem

Türkiye Bağımlılık ve Ruh Sağlığı Haritası'nın (TURBAHAR) örneklem tasarımı ve büyüklüğü, Türkiye Geneli, ve 9 Demografik Bölge (Akdeniz, Ege, Batı Karadeniz, Doğu Karadeniz, Doğu Anadolu, İç Anadolu, Batı Marmara, Doğu Marmara, İstanbul) için analiz yapmaya imkan vermektedir. Dahil edilen kriterler, 18 yaşının üstünde olma, gönüllü olma, anketlerin doldurulmasına engel herhangi bir probleminin olmamasıdır. TURBAHAR Çalışmasına dahil olan katılımcılardan 9 bölge arasında olan Doğu Karadeniz Bölgesi içinde yaşayan 1800 kişi oluşturmuştur. 1800 katılımcının %50,0'ının (n=900) kadınlardan ve %50,0'ının (n=900) erkeklerden oluştuğu görülmüştür. Katılımcıların %45,8'inin (n=824) evli olduğu, %51,3'ünün (n=924) bekâr olduğu ve %2,9'unun (n=52) ise eşinden ayrılmış olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcılar eğitim düzeylerine göre incelendiğinde %0,2'sinin (n=3) okuryazar olmadığı, %1,1'inin (n=19) sadece okuryazar olduğu, %3,8'inin (n=69) ilkokul mezunu, %4,6'sının (n=83) ortaokul

mezunu, %29,7'sinin (n=535) Lise mezunu, %54,8'inin (n=986) Üniversite mezunu ve %5,9'unun (n=105) ise Yüksek Lisans mezunu olduğu görülmüştür.

6.4.Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada, bütün katılımcılar kendilerine verilen kitapçığın ilk sayfasında yer alan, gönüllülük esasına göre çalışmaya katıldıklarını beyan ettikleri bir onam formu imzalamışlardır. Katılımcıların imzaladıkları onam formunda çalışmanın kısaca açıklanmış amacına yer verilmiş ve katılımcıların ölçek ve anketleri cevaplamaları istenmiştir.

Sosyodemografik Form: Katılımcıların kişisel bilgilerine ulaşmak amacıyla demografik bilgi formu kullanılmıştır. Katılımcıların yaş, eğitim, medeni durum, cinsiyet, çocuk sayısı, çalışan sayısı, sigara, alkol, madde kullanım özellikleri, psikiyatri tedavisi başvuru öyküleri, silah bulundurma sorularını içermektedir.

Bağımlılık Yükü Formu: Bu form, davranışsal bağımlılıkta görülen ortak belirtilerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Birçok çalışmada, bir davranışsal bağımlılığın, kişinin yaşamının merkezinde olduğu, duygusal değişimlerde tetiklendiği, yapılan davranışın giderek artan derecede yaşamının içerisinde olduğu, yapamadığında duygusal bir gerginliğe neden olduğu, kendisine sosyal ve iş hayatında negatif olarak etki ettiği, bu davranışı azalttığına tekrar geri dönebildiği gösterilmiştir. Bu özellikler baz alınarak, Kumar, Alışveriş, Sosyal Medya, Yeme, Oyun ve Cinsel yönelimli olan davranışların etki gücünü 11 likert'li (0-10) bir değerlendirmeye tabii tutularak ölçülebilmesine imkan tanıyacak bir anket hazırlanmıştır. Bu anket, bu davranışların kişinin hayatına bağımlılık ölçütleri kapsamında ne kadar etki ettiğini ölçmeyi amaçlamaktadır. Her bir soru, doğrudan davranışın olumsuz bağımlılık ölçütlerini sormakta, bu ölçütlerden herhangi bir puan alan kişide, kişiye ekstra bir yük getirdiği şeklinde değerlendirilmektedir.

Kişisel İyi Oluş İndeksi-Yetişkin (KİÖİ-Y) Formu: Kişisel iyi oluş formu, öznel iyi oluşu, kavramın yapısına uygun olarak, bireylerin sekiz yaşam alanıyla ilgili memnuniyet düzeyleri üzerinden ölçmeyi hedefleyen tematik ve 11'li likert tipi (0-10) bir ölçme aracıdır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 0, en yüksek puan 80'dir. Ölçeğin bu araştırma için Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0.89 olarak hesaplanmıştır. Kişisel İyi Oluş İndeksi-Yetişkin (KİÖİ-Y) formunun ölçümlendiği yaşam alanları; yaşam standardı, kişisel sağlık, yaşamda başarı, kişisel ilişkiler, kişisel güvenlik, toplumsal bağ/aidiyet, gelecekte emin olma ve maneviyat/din olarak sıralanır.

6.5.Verilerin Toplanması

Çalışmanın verileri SPSS - 21 kullanılarak analize tabii tutulmuştur. Davranış Etkileme Yüğü Formundan alınan verilere göre değerlendirilmiştir. Öncelikle Davranış Etkileme Yüğü Formundan hiç puan almayan katılımcılar ve herhangi bir puan alanlar olarak ikiye ayrılmıştır. Herhangi bir puan alanların puanlarının median değerleri hesaplandıktan sonra düşük ve yüksek olarak ikiye ayrılmıştır. Sosyal Medya Davranışının Etki yüğü üç gruba ayrılmış ve gruplar arasında ki farkın analizinde Tek Yönlü ANOVA Analizi kullanılmıştır.

Sosyal medya bağımlılığı özelliğine etki edebileceği düşünülen eğitim, cinsiyet, medeni durum, çocuk sayısı ve yaş değişkenleri ve Çalışmada kullanılan kişisel iyi oluş ölçeğinin ilişki büyüklüklerini tahmin edebilmek için Lineer Regresyon yapılmıştır. Bağımsız değişkenler ve ölçeklerden alınan toplam ve alt ölçek puanları modele dâhil edilmiştir. P değeri 0,05 'in altında olan değerler, bağımsız risk faktörü olarak kabul edilmiştir.

7.BULGULAR

Tablo 1: Demografik Bilgilerden Cinsiyet, Medeni Durum ve Eğitim Düzeylerine Dair Tanımlayıcı Bulgular

Bireysel Özellikler	N	%
Cinsiyet		
Kadın	900	50,0
Erkek	900	50,0
Toplam	1800	100
Medeni Durum		
Evli	824	45,8
Bekâr	924	51,3
Diğer	52	2,9
Toplam	1800	100
Eğitim Düzeyi		
Okur Yazar Değil	3	0,2
Okur Yazar	19	1,1
İlkokul	69	3,8
Ortaokul	83	4,6
Lise	535	29,7
Üniversite	986	54,8
Yüksek Lisans	105	5,9
Toplam	1800	100

Tablo 1’de katılımcılara ait sosyodemografik değişkenlerin dağılımı görülmektedir.1800 katılımcının %50,0’ının (n=900) kadınlardan ve %50,0’ının (n=900) erkeklerden

oluştugu görülmüştür. Katılımcıların %45,8'inin (n=824) evli olduğu, %51,3'ünün (n=924) bekâr olduğu ve %2,9'unun (n=52) ise eşinden ayrılmış olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcılar eğitim düzeylerine göre incelendiğinde %0,2'sinin (n=3) okuryazar olmadığı, %1,1'inin (n=19) sadece okuryazar olduğu, %3,8'inin (n=69) İlkokul mezunu, %4,6'sının (n=83) ortaokul mezunu, %29,7'sinin (n=535) Lise mezunu, %54,8'inin (n=986) Üniversite mezunu ve %5,9'unun (n=105) ise Yüksek Lisans mezunu olduğu görülmüştür.

Tablo 2: Demografik Bilgilerden Yaş Verilerine Dair Tanımlayıcı Bulgular

Bireysel Özellikler	N	%
Yaş		
18-23	431	23,9
24-29	522	29,0
30-38	422	23,4
39>	424	23,6
Toplam	1800	100

Tablo 2'de katılımcıların yaş verilerine ait tanımlayıcı bulgularının yaş gruplarına göre dağılımı görülmektedir. Katılımcıların yaş grupları verilerine göre %23,9'unun (n=431) 18-23 yaş arası olduğu, %29,0'ının (n=522) 24-29 yaş arası olduğu, %23,4'ünün (n=422) 30-38 yaş arası olduğu ve %23,6'sının (n=424) ise 39 yaşından büyük olduğu belirlenmiştir. Çalışmaya alınan katılımcıların genel yaş ortalaması 31,8 (SS=10,8). Erkeklerin yaş ortalaması 32 (SS=10,8), kadınların yaş ortalaması ise 32 (SS=11,5)'dir.

Tablo 3: Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkenlerine ait bilgiler

Cinsiyet	Sosyal Medya Bağımlılığı					
	Yok		Düşük		Yüksek	
	N	%	N	%	N	%
Erkek	59	3.3	336	20.3	476	26.4
Kadın	89	4.9	408	22.7	403	22.4
Toplam	148	8.2	773	42.9	879	48.8

Tablo 3’de sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkenlerine ait dağılımlar görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı olmayan bireylerin %3.3’ü (n=59) erkek, %4.9’u (n=89) kadın, sosyal medya bağımlılığı düşük olan bireylerin %20.3’ü (n=336) erkek, %22.7’si (n=408) kadın ve Sosyal medya bağımlılığı yüksek olan bireylerin %26.4’ü (n=476) erkek, %22.4’ü (n=403) kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 4:Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile Medeni durum değişkenlerine ait bilgiler

Medeni Durum	Sosyal Medya Bağımlılığı					
	Yok		Düşük		Yüksek	
	N	%	N	%	N	%
Evli	98	5.4	410	22.8	316	17.6
Bekar	43	2.4	343	19.1	538	29.9
Diğer	7	0.4	20	1.1	25	1.4
Toplam	148	8.4	773	42.9	879	48.8

Tablo 4’de sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile medeni durum değişkenlerine ait dağılımlar görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı olmayan bireylerin %5.4’ü (n=98) evli, %2.4’ü (n=43) bekar, sosyal medya bağımlılığı düşük olan bireylerin %22.8’i (n=410) evli, %19.1’i (n=343) bekar ve Sosyal medya bağımlılığı yüksek olan bireylerin %17.6’sı (n=316) evli, %29.9’u (n=538) bekarlardan oluşmaktadır.

Tablo 5:Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş değişkenlerine ait bilgiler

Yaş	Sosyal Medya Bağımlılığı					
	Yok		Düşük		Yüksek	
	N	%	N	%	N	%
18-23	11	0.6	148	8.2	272	15.1
24-29	31	1.7	206	11.5	285	15.9
30-38	36	2.0	202	11.2	184	10.2
39>	69	3.8	216	12.0	138	7.7
Toplam	147	8.2	772	42.9	879	48.9

Tablo 5'te sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş değişkenlerine ait dağılımlar görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı olmayan bireylerin %0.6'sı (n=11) 18-23 yaş arası, %1.7'si (n=31) 24-29 yaş arası, %2.0'ı (n=36) 30-38 yaş arası, %3.8'i (n=69) 39 yaşından büyük, sosyal medya bağımlılığı düşük olan bireylerin %8.2'si (n=148) 18-23 yaş arası, %11.5'i (n=206) 24-29 yaş arası, %11.2'si (n=202) 30-38 yaş arası, %12.0'ı (n=216) 39 yaşından büyük ve Sosyal medya bağımlılığı yüksek olan bireylerin %15.1'i (n=272) 18-23 yaş arası, %15.9'u (n=285) 24-29 yaş arası, %10.2'si (n=184) 30-38 yaş arası, %7.7'si (n=138) 39 yaşından büyük olduğu saptanmıştır.

Tablo 6: Demografik Bilgilerden Çocuk Sayısı, Hanede Yaşayan Kişi Sayısı ve Hanede Çalışan Kişi Sayılarına Dair Tanımlayıcı Bulgular

Bireysel Özellikler	N	%
Çocuk Sayısı		
0	1071	59,5
1	255	14,2
2 ve 3	445	24,7
4>	29	1,6
Toplam	1800	100
Hanede Yaşayan Kişi Sayısı		
0	13	0,7
1	87	4,8
2	304	16,9
3	494	27,4
4	574	31,9
5>	328	18,1
Toplam	1800	100
Hanede Çalışan Kişi Sayısı		

0	111	6,2
1	569	31,6
2	858	47,7
3	202	11,2
4	46	2,6
5>	14	0,8
Toplam	1800	100

Tablo 6’da katılımcılara ait demografik bilgilerin çocuk sayısı, hanede yaşayan kişi sayısı ve hanede çalışan kişi sayısı değişkenlerine göre dağılımı görülmektedir.

Katılımcıların çocuk sayısı değişkenlerine bakıldığında, %59.5’inin (n=1071) çocuk sahibi olmadığı, %14.2’sinin (n=255) tek çocuk sahibi olduğu, %24.7’sinin (n=445) iki ve üç çocuklu olduğu ve %1.6’sının (n=29) ise dörtten fazla çocuğa sahip olduğu görülmüştür.

Katılımcıların buldukları bölgede hanede yaşayan kişi sayılarına ait veriler incelendiğinde, %0.7’sinin (n=13) bulunduğu hanede kendisinden başka yaşayanın olmadığı, %4.8’inin (n=87) hanesinde kendisiyle birlikte bir kişinin daha yaşadığı, %16.9’unun (n=304) hanesinde kendisiyle birlikte iki kişinin yaşadığı, %27.4’ünün (n=494) hanesinde kendisiyle birlikte üç kişinin yaşadığı, %31.9’unun (n=574) hanesinde kendisiyle birlikte dört kişinin yaşadığı ve %18.1’inin (n=328) hanesinde ise kendisiyle birlikte beşten fazla kişinin yaşadığı görülmüştür.

Çalışmaya alınan katılımcıların hanelerindeki çalışan kişi sayıları incelendiğinde, %6.2’sinin (n=111) hanesinde çalışan kişi sayısının bulunmadığı, %31.6’sının (n=569) hanesinde çalışan kişi sayısının bir olduğu, %47.7’sinin (n=858) hanesinde iki çalışanın bulunduğu, %11.2’sinin (n=202) hanesinde çalışan kişi sayısının üç olduğu, %2.6’sının (n=46) hanesinde çalışan sayısının dört olduğu ve %0.8’inin (n=14) ise hanesinde beşten fazla çalışan kişi sayısı olduğu belirlenmiştir.

Tablo 7: Sosyal Medya Bağımlılığı ile Bazı Demografik Özellikler ve Kişisel İyi Oluş Arasında ki İlişkinin Regresyon Analizi İle İncelenmesi

Demografik Özellikler Düzeyi		Sosyal Medya Kullanım
Cinsiyet	t	-3.471
	p	0.001
Eğitim Düzeyi	t	-2.432
	p	0.015
Medeni Durum	t	2.883
	p	0.004
Çocuk Sayısı	t	0.220
	p	0.826
Yaş	t	-9.026
	p	<0.001
Kişisel İyi Oluş Ölçeği Düzeyi		Sosyal Medya Kullanım
Kişisel İyi Oluş (Total)	t	-1.339
	p	0.181

Tablo 7’de Sosyal medya bağımlılığı ile bazı demografik özellikler ve kişisel iyi oluş arasında ki ilişkinin regresyon analizi sonuçları gösterilmiştir.

Erkek cinsiyetten olma ile izlenen sosyal medya bağımlılığı arasında istatistikçe anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($t=-3.471$, $p=0.001$).

Eğitim düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($B=-1.015$). Katılımcıların eğitim düzeylerinde azalma ile izlenen sosyal medya bağımlılığında ki artış istatistikçe anlamlı düzeydedir ($t=-2.432$, $p=0.015$).

Medeni durumda bekâr bireylerin sayısının artması ile izlenen sosyal medya bağımlılığında ki artış istatistikçe anlamlı düzeydedir ($t=2.833$, $p=0.004$).

Çocuk sayısı değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında istatistikçe anlamlı bir fark görülmemiştir ($t=0.220$, $p=0.826$).

Katılımcıların yaş değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($B=-0.422$). Azalan yaş ile birlikte görülen sosyal medya bağımlılığında ki artış istatistikçe anlamlı düzeydedir ($t=-9.026$, $p<0.001$).

Katılımcıların kişisel iyi oluş ölçeğinden aldıkları toplam puan ile sosyal medya bağımlılığı arasında istatistikçe anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($t=-1.339$, $p=0.181$).

Tablo 8: Katılımcıların, Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri ile Kişisel İyi Oluşları Arasındaki İlişkinin Tek Yönlü Varyans Analizi İle İncelenmesi

Kişisel İyi Oluş Ölçeği						
Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyi	N	X	SS	F	p	Anlamlı Fark
Yok*	148	56,04	16,28	4.561	0.011	1-3
Düşük**	771	53,65	15,27			
Yüksek***	878	52,26	15,00			

(*1,**2,***3)

Tablo 8’de katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile kişisel iyi oluşları arasındaki ilişki tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Varyans analiz sonuçlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($F_{(2,179)}=4.561$ $p=0.011$) Farklılığın kaynağını test etmek için ise post-hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre sosyal medya bağımlılığı olmayanlar ile sosyal medya bağımlılığı yüksek olanlar arasında istatistikçe anlamlı bir fark bulunmaktadır ($p=0.015$) (Tablo 5).

8.TARTIŞMA

Bu araştırmada Doğu Karadeniz Bölgesi'nde sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yaşayan bireylerin çeşitli değişkenlere göre(yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, çocuk sayısı vs.)göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığı bulunmaya çalışılmıştır. Veri analizleri sonucunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulara göre literatürde yer alan benzer araştırma bulguları ile birlikte tartışılarak verilmiştir.

Araştırmanın genelinde katılımcılar cinsiyet değişkenine göre 900 kişisi kadın (%50,0), 900 kişisi (%50,0) erkek olarak dağılım göstermektedir(Tablo 1). Bizim çalışmamızdan çıkan bulgulara göre cinsiyet ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş ve erkeklerin sosyal medya bağımlılığlarının kadınlara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır(Tablo 3). Literatürde yer alan çalışmalardan bir kısmı araştırmada elde edilen sonuca paralel şekilde erkeklerin kıızlardan daha fazla internet bağımlısı olduklarını belirtmişlerdir(Balta ve Horzum, 2008; Cao ve Su, 2007; DiNicola,2004; Günü,2009; Johansson ve Göttestam,2004; Morahan- Martin ve Schumacher ,2000).Bunun aksine internet bağımlılığı ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark olmadığını gösteren çalışmalarda yer almaktadır(Bayraktar ve Gün,2007; Jang, Hwang ve Choi,2008; Kim ve ark.,2006; Pawlak,2002).

Araştırma genelinde katılımcılar medeni durum değişkenine göre %45,8'inin evli olduğu, %51,3'ünün bekâr olduğu ve %2,9'unun ise eşinden ayrılmış kişiler olarak dağılmaktadır(Tablo 1).Sosyal medya bağımlılığı yüksek olan bireylerin %17.6'sı evli, %29.9'u bekâr bireylerden oluşmaktadır. Bizim çalışmamızdan çıkan bulgulara göre medeni durumu bekâr olan bireylerin sosyal medya bağımlılığında artış gözlemlenmiştir(Tablo 4). Bu durumu destekler nitelikte şentürk (2017) 'de yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığının bekâr bireylerin lehine olduğu bilgisine yer vermiştir. şentürk (2017) 'nin araştırmasında elde ettiği verilerin bizim çalışmamızın verileriyle örtüştüğü görölmektedir. Tel ve Köksalan (2009)ise çalışmasında durum ile interneti kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığını belirtmişlerdir.

Araştırma genelinde katılımcılar eğitim düzeyi değişkenine göre %0,2'sinin okuryazar olmadığı, %1,1'inin sadece okuryazar olduğu, %3,8'inin İlkokul mezunu, %4,6'sının Ortaokul mezunu, %29,7'sinin Lise mezunu, %54,8'inin Üniversite mezunu ve %5,9'unun ise Yüksek Lisans mezunu kişiler olarak dağılmaktadır(Tablo 1). Bizim çalışmamızdan çıkan bulgulara göre, eğitim düzeyi azaldıkça sosyal medya bağımlılığı artmaktadır(Tablo 7).Bu durumu destekler nitelikte Song (2003), ve Bakken vd.

(2009)'un yapmış oldukları çalışmada bireyin eğitim düzeyi değişkenine göre internet bağımlılığını incelemişler ve bireyin eğitim düzeyi arttıkça internet bağımlılığı eğilimlerinin azaldığını tespit etmişlerdir. Araştırmadan elde edilen verilerin bizim çalışmamızla örtüştüğü görülmektedir.

Araştırma genelinde katılımcıların çocuk sayısı değişkenine göre bakıldığında, %59.5'inin çocuk sahibi olmadığı, %14.2'sinin tek çocuk sahibi olduğu, %24.7'sinin iki ve üç çocuklu olduğu ve %1.6'sının ise dörtten fazla çocuğa sahip olduğu görülmüştür(Tablo 3). Bizim çalışmamızdan çıkan bulgulara göre, çocuk sayısı değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında istatistikçe anlamlı bir fark görülmemiştir(Tablo 7). Literatür incelendiğinde Sancar (2017)'nin çalışmasında bizim verilerin aksine, internet bağımlılığı ile çocuk sayısı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve tek çocuk sahibi olan kadınların yüksek oranda internet kullandıkları bilgisine yer verilmiştir.

Araştırma genelinde katılımcıların yaş grupları değişkenine göre %23,9'unun 18-23 yaş arası olduğu, %29.0'ının 24-29 yaş arası olduğu, %23.4'ünün 30-38 yaş arası olduğu ve %23.6'sının ise 39 yaşından büyük kişiler olarak dağılmaktadır(Tablo 2). Sosyal medya bağımlılığı yüksek olan bireylerin %15.1'i (n=272) 18-23 yaş arası, %15.9'u (n=285) 24-29 yaş arası, %10.2'si (n=184) 30-38 yaş arası, %7.7'si (n=138) 39 yaşından büyük olduğu saptanmıştır(Tablo 5). Bizim çalışmamızdan çıkan verilere göre, azalan yaş ile birlikte görülen sosyal medya bağımlılığı artış göstermektedir(Tablo 7). Literatür incelendiğinde bu veriyi destekleyen çalışmalar bulunmaktadır. Turel ve Serenko (2012) 194 sosyal medya kullanıcısı ile yaptıkları çalışmada yaş azaldıkça sosyal medya kullanımının arttığını saptamışlardır. Bir diğer çalışmada Facebook bağımlılık ölçeğinin oluşturulması amacıyla 423 öğrenciyle bir çalışma yapılmıştır ve yaş azaldıkça sosyal medya kullanımının arttığı ifade edilmiştir(Andreassen,2012).

Bizim bu çalışmamızda katılımcıların kişisel iyi oluş ölçeğinden aldıkları toplam puan ile sosyal medya bağımlılığı arasında istatistikçe anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (Tablo 8). Literatürde sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluşun incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Benzer bir çalışma olan Esen ve Siyez (2011) lise öğrencileri ile yaptıkları çalışmada yaşam doyumunun internet bağımlılığını yordamadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma kent merkezlerinde yürütülmüştür. Bu nedenle toplum ortalamasından daha yüksek bir eğitim düzeyine sahip örneklem ile çalışılmıştır. Araştırmanın yaş ortalaması da genç bir nüfusu temsil ettiğini

göstermektedir. Kırsal kesime de ulaşılması, daha dengeli yaş dağılımı sağlayan örneklem ile çalışılması sonuçlarda farklılık yaratabilir. Ayrıca çalışmada öz bildirime dayalı ölçekler kullanılmıştır. Klinik gözlem ve görüşme ile yapılacak değerlendirmeler daha sağlıklı olabilir.



9.SONUÇ ve ÖNERİLER

9.1.Sonuç

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş arasındaki ilişkinin araştırılması amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda;

- Sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki görüldüğü, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu,
- Sosyal medya bağımlılığı ile eğitim düzeyi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki görüldüğü ve eğitim düzeyi azaldıkça sosyal medya bağımlılığının artmakta olduğu,
- Sosyal medya bağımlılığı ile medeni durum arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki görüldüğü ve bekar bireylerin evli bireylere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu,
- Sosyal medya bağımlılığı ile çocuk sayısı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark görülmediği,
- Sosyal medya bağımlılığı ile yaş arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki görüldüğü ve yaş azaldıkça sosyal medya bağımlılığının artmakta olduğu,
- Sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş ölçeğinden alınan toplam puan arasında istatistikçe anlamlı bir ilişki bulunmadığı belirlenmiştir.

9.2.Öneriler

Bu araştırmanın sonuçları neticesinde, ruh sağlığı çalışanları, aileler, öğretmenler ve ileride yapılacak olan araştırmalar için öneriler aşağıda verilmiştir.

- Sosyal medyanın birey üzerinde yaratabileceği zararlı etkilerden korumak ve önlemek için farkındalık oluşturulmalı,
- Sosyal medyanın fazla kullanımının yaratacağı olumlu ve olumsuz sonuçları hakkında seminerler düzenlenmeli, afişler asılmalı,
- Bireylere, hayatlarında karşılabilecekleri problemlere karşı baş etme yöntemleri ve sosyalleşme konusunda seminer, konferans vb. etkinliklere yönlendirilmeli,
- Bağımlılık riski bulunan bireylerin ruh sağlığı merkezlerine ve üniversitelerin bünyelerinde yer alan danışmanlık merkezlerine yönlendirilmeleri,

- Risk grubunda bulunan 18-25 yaş grubundaki bireylerin zamanlarını daha aktif kullanabilecekleri sosyal ve kültürel etkinliklere katılımlarının teşvik edilmesi,
- Sosyal medya bağımlılığının önlenmesi için okul öncesi eğitimden başlanarak tüm yaş gruplarını içine alan projelerin planlanması ve uygulanması,
- Sosyal medya bağımlılığının sağlık üzerinde yarattığı etkilerini gösteren çalışmaların uygulanması,
- Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeklerine ihtiyaç duyulduğundan bu ölçekleri geliştirme çalışmaları yapılması,
- Sosyal medyaya erişim araçlarından biri olan akıllı telefon kullanımına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- AKIN A. (2012), The relationships between Internet addiction, subjective vitality, and subjective happiness. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15 (8):404–410.
- AKINCI VURAL B, BAT M.(2015).Sosyal Medyanın Stratejik Kuramsal İletişime Etkisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*,7(1).
- AL-MENAYES JJ.(2015), Dimensions of Social media addiction among University students in Kuwait. *Psychology and Behavioral Sciences*, 4(1): 23-28.
- ANDERSON KJ. (2001),Internet Use Among College Students: An Exploratory Study. *Journal of American College Health*, 50, 21-26
- ANDREASSEN CS. (2012), Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports*,, 110(2):501-517.
- ANDREASSEN CS.(2015),Online social network site addiction: A comprehensive review. *CurrAddictRep*, 2(2): 175-184.
- ANDREWS FM, ROBINSON JP. (1991), “*Measures of Subjective Well-Being*”, (Ed. J.P. Robinson, P.R. Shaver Ve L.S. Wrigtman, Measures of Personality and Social Psychological Attitudes, New York: Academic Pres, Vol. 1
- AMERİKAN PSİKİYATRİ BİRLİĞİ(1995), *Mental bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı*(Dördüncü baskı) DSM IV Çev. Ed: E. Köroğlu, Hekimler Yayın Birliği, Ankara, 1995.
- AMERİKAN PSİKİYATRİ BİRLİĞİ. (2013), *Ruhsal bozuklukların tanımsal ve sayımsal el kitabı, (DSM-5) tanı ölçütleri başvuru el kitabı* (E. Köroğlu, Çev.) Ankara: Hekimler Yayın Birliği.
- ARISOY Ö. (2009),İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi, Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar. *Current Approaches In Psychiatry*, Cilt:1, 1(55-67)
- ARMSTRONG L, PHILLIPS JG, SALING LL.(2000), Potential determinants of heavier internet usage. *International Journal of Human-Computer Studies*,53:537-550.

ARSLAN A. (2015),Eğitim ve Öğretimde Sosyal Medyanın Kullanımı. A. Büyükaslan ve A.M Kırık (Ed.). *Sosyalleşen Olgular Sosyal Medya Araştırmaları*,2,(191-219). Konya: Çizgi Kitapevi

ASLAN S.(2011), *Akademisyenlerde İnternet Bağımlılık Düzeyleri ve Buna Bağlı Oluşabilecek Sağlık Sorunları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi*. İnönü Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Malatya.

BAKKEN IJ, WENZEL HG, GÖTESTAM KG, JOHANSSON A, OREN A.(2009), Internet addiction among Norwegian adults: A stratified probability sample study. *Scandinavian Journal of Psychology*, 50, 121- 127.

BALTA ÖÇ, HORZUM MB.(2008),Web tabanlı öğretim ortamındaki öğrencilerin internet bağımlılığını etkileyen faktörler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41, 185-203.

BASHİR H, BHAT SA.(2017), Effects of socialmedia on mentalhealth: A review. *International Journal of Indian Psychology*, 4(3): 125-131.

BAŞ T, TÜZÜN H. (2007), Aday öğretmenlerin alan eğitiminde web günlüklerinin (blog'ların) kullanılması. *Uluslararası Öğretmen Yetiştirme Politikaları ve Sorunları Konferansı Bildiriler Kitabı*, 34-38.

BAUDRİLLARD J.(1994),*Simulacra and simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

BAYRAKTAR F, GÜN Z.(2007), Incidence and correlates of internet usage among adolescents in North Cyprus. *Cyberpsychology & Behavior*,10, 191-197

BAYRAKTUTAN G, BİNARK M, ÇOMU T, DOĞU B, İSLAMOĞLU G, AYDEMİR AT.(2012), Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Ara yüzey İncelemesi, Selçuk İletişim Dergisi, 7 (3), 15-16.

BEDİR A.(2016),“Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi”, Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.

BELİN MN, YILDIZ H. (2011), *Lise öğrencilerinin facebook adlı sosyal paylaşım sitesini kullanma amaçları üzerine sosyolojik bir inceleme: Eskişehir örneği*.

BERNARDI S,PALLANTI S.(2009), Internet addiction: a descriptiveclinical study focusing on comorbidities and dissociativesymptoms. *Compr Psychiatry* , 5:510-516.

BLACK DW, BELSARE G, SCHLOSSER S. (1999), Clinical features, psychiatric comorbidity, and health-related quality of life in persons reporting compulsive computer use behavior. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 60(12), 839–844

BLOCK B. (2008), *The Visual Story. Creating The Visual Structure of Film*; Tvand Digital Media.London: FocalPress.

BLUM K, BRAVERMAN ER, HOLDER JM ve ARK.(2000),*Reward deficiency syndrome: a biogenetic model for the diagnosis and treatment of impulsive, addictive, and compulsive behaviors*. *J Psychoactive Drugs*, 32(Suppl):i-iv, 1-112.

BUFFARDI EL, CAMPBELL WK. (2008),Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303-1314.

BULUNMAZ B. (2011), “Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı Ve Fiat Örneği”, *Yeditepe Üniversitesi Global Media Journal*, 2(3):19-50.

BÜYÜKDEVENCİ S.(1993),Aristoteles’te mutluluk kavramı. *Felsefe Dünyası*, 9,41–45.

BÜYÜKGEDİZ E.(2018),*Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına Etkileri Üzerine Bir Çalışma*.Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

CAO F, SU L.(2007), Internet addiction among Chinese adolescents: Prevalence and psychological features. *Child Care Health and Development*, 33 (3): 275–281.

CAO H, SUN H, WAN Y, HAO J, TAO F.(2011), Problematic internet use in Chinese adolescents and its relation to psychosomatic symptoms and life satisfaction. *BMC Public Health*, 11, 802.

CAPLAN SE.(2002), Problematic internet use and psychosocial well-being: Development of a theory based cognitive behavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior*, 18, 553–575.

CAPLAN SE. (2005), A social skill account of problematic internet use. *Journal of Communication*, 55(4), 721-736.

CAPLAN SE.(2007), Incidents and correlates of pathological internet use among

collage students. *Computers in Human Behavioural*, 2:465-473.

CEYHAN E, CEYHAN AA ve GÜRCAN A.(2007), Problemlı internet kullanımı ölçeği'nin geçerlik çalışmaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 7 (1), 387- 416.

ÇALIŞIR G.(2015), Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya; Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy*. 10(3),115-144.

ÇAM E, İŞBULAN O. (2012), A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology* , 11 (3):14-19.

ÇEMREK F, BAYKUŞ H, ÖZAYDIN Ö.(2014), Sosyal Medya Kullanım ve Davranışlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi örneği, *Alphanumeric Journal*, 2(2): 61-76.

DAL NE, DAL V. (2014), Kişilik Özellikleri ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11): 144-162.

DALDAL KM.(2013), “*Sosyal Medyada Mobil Etiketleme Farkındalığı: Sosyal Medya Tüketicileri Üzerinde Bir Araştırma*”, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum.

DAVİS RA.(2001),A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17 (2): 187-195.

DAVİS RA, FLETT GL, BESER A. (2002),Validation of a new scale for measuring problematic internet use: Implications for pre-employment screening. *CyberPsychology and Behavior*, 5, 331-346.

DAWLEY L.(2009), “Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy”, *On the Horizon*, 17 (2), 109-121.

DEMİR M, HERZEM Z, SOLMAZ B, TEKİN G.(2013),İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (4), 23- 32.

DIENER E. (1984), Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95 (3):542–575.

DIENER E, SUH EM, LUCAS RE, SHMİTH HL.(1999), Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125 (2):276–302.

- DİNİCOLA MD. (2004), *Pathological internet use among college students: The prevalence of pathological internet use and its correlates*(Unpublished doctorate's thesis), Ohio University.
- DOBREAN A, PASARELU CR.(2016),Impact of socialmedia on socialanxiety: A systematicreview. In New developments in anxietydisorders, *Electronic Journal*, <http://dx.doi.org/10.5772/65188>. Erişim Tarihi:06.11.2018.
- DUVEN EC, MÜLLER K, BEUTEL ME, WÖLFLING K.(2015), Altered reward processing in pathological computer gamers – ERP-results from a semi-natural gaming-design. *Brain & Behavior*, 5(1), 13–23. doi:10.1002/brb3.293
- ECHEBURUA E, DE CORRAL P.(2009), Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge. *Adicciones*, 22:91–95.
- ERYILMAZ A, ÖĞÜLMÜŞ S.(2010),Ergenlikte öznel iyi oluş ve Beş Faktörlü Kişilik Modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (3): 189–203.
- ERYILMAZ A. (2011),Ergenlerin öznel iyi oluşlarıyla aile ortamları arasındaki ilişki. *Aile ve Toplum Dergisi*, 7 (24), 93–101.
- ERYILMAZ A, ATAK H.(2011),Ergen öznel iyi oluşunun özsaygı ve iyimserlik eğilimi ile ilişkisinin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 170–181.
- ESEN E, SİYEZ D. (2011), Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Dergisi*,4 (36):127–138.
- GERAY H. (2003), *İletişim ve teknoloji, uluslararası birikim düzeninde yeni medya politikaları*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- GOLDBERG M.(1999), *World. Wide. Weed.* Metro July 22nd. Available at: <http://www.metroactive.com/papers/metro/07.22.99/cover/ marijuana-9929.html>
- GOODMAN A. (1993), Diagnosis and treatment of sexual addiction. *Journal of Sex and Marital Therapy*, 19, 225-251.
- GÖKER G, DOĞAN A, DEMİR M. (2010), Ağ toplumunda sosyalleşme ve paylaşım: Facebook üzerine ampirik bir araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 5(2): 184-206.

- GREENBERG JL, LEWIS SE, DODD DK.(1999), Overlapping addictions and self esteem among college me and women. *Addiction Behaviour*,24:565-571.
- GREENFIELD DN.(1999), Psychological characters of compulsive internet use: a preliminary analysis. *Cyberpsychol Behav*,2: 403-412.
- GRİFFİTHS M. (1990), The cognitive psychology of gambling. *Journal of Gambling Studies*, 6, 31-42.
- GRİFFİTHS M. (1991),Amusement machine playing in childhood and adolescence: A comparative analysis of video game and fruit machines. *Journal of Adolescence*, 14, 53-73.
- GRİFFİTHS MD. (1992). Pinball wizard: The case of a pinball machine addict. *Psychological Reports*,71, 161-162.
- GRİFFİTHS MD. (1995),Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14–19.
- GRİFFİTHS MD, KUSS DJ, DEMETROVİCS Z. (2014),*Social networking addiction: an overview of preliminary findings*. In Behavioral addictions. Criteria, evidence, and treatment (pp. 119-141). New York: Elsevier.
- GUNTUKU SC, KERN ML, YADEN DB, UNGAR LH.(2017),Detecting Depression and mental illness on Social media: an integrative review. *Current Opinion in Behavioral Sciences*,18,43-49.
- GÜNÜÇ S. (2009), *İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi Ve Bazı Demografik Değişkenler İle İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yüzüncü Yıl Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- GÜREL D.(2011),*Instagram Nedir? Nasıl Kullanılır?* <http://www.denizergurel.net/Instagramnedir-nasil-kullanilir/> (20.04.2015).
- HATİPOĞLU E.(2014),Ukrayna Özelinde Doğu Batı İkilemi: Batı Rusya İlişkilerinde bir Dönüm Noktası mı?, *Karadeniz ve Kafkasya'da Güvenlik ve İş Birliği Paneli Bildiri Kitabı*, Harp Akademileri Komutanlığı, İstanbul.
- HAZAR M. (2011),Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması iletişim. *İletişim: Kuram ve Araştırma Dergisi*,32, 151-177.
- HOLDEN C. (2001),Behavioral addictions: Do they exist? *Science*, 294 (5544),:980-982.

- JOSHİ U.(2010),Subjective well-being by gender. *Journal of Economics and Behavioral Studies, 1* (1), 20- 26.
- İŞLEK MS. (2012), “*Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*”, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- JANG KS, HWANG SY, CHOİ JY. (2008), Internet addiction and psychiatric symptoms among Korean adolescents. *The Journal of School Health, 78*(3), 165-171.
- JOHANSSON A, GOTESTAM KG. (2004), Problems with computer games without monetary reward: Similarity to pathological gambling. *Psychological Reports, 95*, 641-650.
- KANDEL E, SCHWARTZ JH, JESSEL TM.(2000), “*Principles of Neural Science*”,4th edition U.S.A McGraw-Hill Companies, 1007 -1010.
- KARA T,ÖZGEN E. (2012), *Sosyal Medya Akademi*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- KARAL H, KOKOÇ M. (2010), Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması, *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 1*(3), 251-263.
- KEEPERS GA. (1990), Pathological preoccupation with video games. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, 29*, 49-50.
- KESER ÖZCAN N, BUZLU S. (2005), Problemlı internet kullanımını belirlemede yardımcı bir araç: İnternette Bilişsel Durum Ölçeği ’nin üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenilirliği. *Bağımlılık Dergisi, 6*(1): 19-26.
- KILIÇ Ç.(2015), *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medyanın Etkisinin İncelenmesi*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KİM K, RYU E, CHON MY, YEUN EJ, CHOİ SY,SEO JS, NAM BW.(2006), Internet addiction in Korean adolescents and its relation to depression and suicidal ideation: a questionnaire survey. *International Journal of Nursing Studies, 43*, 185–192
- KO CH, YEN JY, CHEN CS, ET AL.(2008), Psychiatric Comorbidity of Internet Addiction in College Students: An Interview Study. *CNS Spectr, 13*:147-153.

- KRATZER S, HEGERL U. (2008), Is "Internet Addiction" a disorder of its own?-a study on subjects with excessive internet use. *Psychiatr Prax*, 35, 80-3.
- KUSS DJ, GRIFFITHS MD. (2011), Addiction to social networks on the Internet: A literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528- 3552.
- LACEY HJ. (1993), Self-damaging and addictive behavior in bulimia nervosa: A catchment area study. *British Journal of Psychiatry*, 163, 190-194.
- LESIEUR HR, BLUME SB. (1993), Pathological gambling, eating disorders and the psychoactive substance use disorders. *Comorbidity of Addictive and Psychiatric Disorders*, 89-102.
- LIETSALA K, SIRKKUNEN E. (2008), Social media: introduction to the tools and processes of participatory economy, *Tampere University Press*, Finland.
- LİM JSY, AGOSTINHO S, HARPER B, CHİCHARO JF.(2013),Investigatingtheuse of Social media by University under graduate in formatics programs in malaysia. *International Conference on Educational Technologies*, 143-147.
- LİMAYEM M, CHEUNG CM.(2011),*Predicting the continued use of Internet-based learning technologies: the role of habit*. *Behav. Inf. Technol.*, 30(1), 91-99.
- LYUBOMIRSKY S, KING L, DIENER E.(2005), The benefits of frequent positive affect: does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131 (6): 803–855.
- MANGELS D. (2009),The science of happiness. *Berkeley Scientific Journal*, 12 (2).
- MASLOW A.(1943), *A Theory of Human Motivation*. *Psychological Review*. No: 50.
- MAVNACIOĞLU K. (2011), “*Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi: Kurumsal Blog Odaklı Bir İnceleme*”(Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- MAYFIELD A.(2010), *What is Social Media*, iCrossing, e-book, s. 6. Erişim Tarihi: 02.02.2010.
- MCLUHAN M. (1964), *Understanding media*. London: Routledge.
- MEHDİZADEH S.(2010),Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13, 357-364.

MOBİLİA P. (1993), Gambling as a rational addiction. *Journal of Gambling Studies*, 9, 121-151.

MORAHAN-MARTİN J, SCHUMACHER P.(2000),Schumacher,Incidence and correlates of pathological Internet use among college students. *Computers in human behavior*, 16(1), 13-29.

NİCHOLS LA, NİCKİ R.(2004), Development of psychometrically sound Internet Addiction Scale: a preliminary step. *Psychology of Addictive Behaviours*, 18:381-384.

ODABAŞIOĞLU G, ÖZTÜRK Ö, GENÇ Y, PEKTAŞ Ö.(2007), On olguluk bir seri ile internet bağımlılığı-Klinik görünümleri. *Bağımlılık Dergisi* , 8:46-51.

OFCOM OFFICE OF COMMUNICATIONS(2008), Social Networking A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use, *Research Document*, Publication date: 2 April 2008, 1(69).

ÖNER K.(2015), *Lise Öğrencisi Ergenlerde Depresyon, İnternet Bağımlılığı ve İlişkili Faktörler*.Adnan Menderes Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.

ÖZDEMİR Z, ÇETİNKAYA A. (2014),Müşteri Etkileşimi Yaratma Açısından Sosyal Medya: Türkiye'deki Hazır Giyim Lovemark'ları Üzerine Bir İnceleme. (ed. Y. Budak ve B. Küçüksaraç), *I. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi bildiriler kitabı II* içinde (ss.81-101). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.

ÖZKAN NP.(2013),Sosyal ağ kullanıcılarının e-sosyalleşme sürecindeki kimlik yapılandırma süreçleri. *II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design* . Famagusta-North Cyprus. (ss.386-391).

ÖZUTKU F, KÜÇÜKYILMAZ MM, ÇOPUR H, ARI Y, SİĞİN İ, İLTER K.(2014), *Sosyal Medyanın ABC'si*. İstanbul: Alfa Yayıncılık

ÖZTÜRK Ö, ODABAŞIOĞLU G, ERASLAN D, GENÇ Y, KALYANCO ÖA. (2007), İnternet bağımlılığı: Kliniği ve tedavisi. *Bağımlılık Dergisi*, 8(1), 36-41.

PARK HS, KİM SH, BANG SA, ET AL(2010), Altered regional cerebral glucose metabolism in internet game overusers: a 18F-fluorodeoxyglucose positron emission tomography study. *CNS Spectr*, 153:159-66.

PAWLAK C. (2002),Correlates of internet use and addiction in adolescents. Dissertation Abstracts International Section A: *Humanities & Social Sciences*, 63(5-A), 1727.

- POTENZA MN.(2001),The neurobiology of pathological gambling. *Semin Clin Neuropsychiat*, 6:217-226.
- RAJAB L, OUTESHAT W,ET AL.(2015),The impact of social media Networks websites usage on students' academic performance. *Communications and Network*, 7: 159-171.
- RİAZ F, İSHAQ K, ABBASİ A.(2018),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.
- RİVA G, WİEDERHOLD BK, CİPRESSO P.(2016), *Psychology of social media: From technology to identity. The Psychology of Social Networking: Personal Experience in Online Communities*; Riva G, Wiederhold BK, Cipresso P. (Eds.), s. 1-11.
- RUBİA K, SMİTH AB, BRAMMER MJ, ET AL.(2005), Abnormal brain activation during inhibition and error detection in medication-naive adolescents with ADHD. *Am J Psychiatry*, 162:1067-1075.
- SAĞSÖZ A,ELMALI ŞEN D, CANDAŞ KÂHYA N, MİDİLLİ SARI R, ÖZGEN S.(2008), "Doğu Karadeniz Bölgesi Doğal Sitleri ve Vernaküler Mimarisi", TMMOB Mimarlar Odası, Sürekli Mesleki Gelişim Merkezi (SMGM) Seminerleri Ders Notu.
- SANCAR E.(2017), Kadınlarda İnternet Bağımlılığı ile İlgili Bir Araştırma: İstanbul Örneği.*İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,13:296-320.
- SAY S.(2015), Pazarlama Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Gıda Sektöründe Facebook Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 7(28): 19-39.
- SHAFFER J.(2004),*The Media and Civic Engagement*, http://www.pewcenter.org/doingcj/speeches/s_grantmakers.html, Erişim: (07.12.2004).
- SHAPİRA N, GOLDSMİTH T, KECK JR, ET AL.(2000), Psychiatric features of individuals with problematic internet use. *Journal of Affective Disorders*, 57:267-272.
- SONG I. (2003), *Internet gratifications, depression, self-efficacy, and internet addiction. Unpublished master's thesis*, Michigan State University, Department of Telecommunication.

SUBRAHMANYAM K, LİN G.(2007), Adolescents on the net: Internet use and wellbeing. *Adolescence*, 42, 659–677.

SÜMERKAN MR.(1990), *Geleneksel Evlerin Yapı Özellikleri*, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.

SZCZEGIELNIAK A, PALKA K, KRYSTA K(2013), Problems associated with the use of Social networks - a pilot study. *Psychiatria Danubina*, 25(2): 212-215.

ŞENOL DURAK E, DURAK M.(2011), The mediator roles of life satisfaction and self-esteem between the affective components of psychological well-being and the cognitive symptoms of problematic internet use. *Social Indicators Research*, 103, 23–32.

ŞENTÜRK E.(2017), *Sosyal Medya Bağımlılığının, Depresyon, Anksiyete Bozukluğu, Karışık Anksiyete ve Depresif Bozukluk Hastaları ile Kontrol Grubu Arasında Karşılaştırılması ve Kullanıcıların Kişilik Özellikleriyle İlişkinin Araştırılması*. Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi, Ankara.

TEL M, KÖKSALAN B.(2009),Günümüzde Yeni Bir Boş Zaman Aktivitesi Olarak İnternet, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28):262-272.

TELLİ- YAMAMOTO G, KARAMANLI-ŞEKEROĞLU Ö.(2014), *Sosyal medya ve blog*. İstanbul: Kriter Yayınevi.

TUREL O, SERENKO A . (2012), The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites, *European Journal of Information Systems*, 21 (5): 512-528.

TUTGUN ÜNAL A. (2015), “*Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*”(Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

TUZGÖL DOST M. (2005),Ruh sağlığı ve öznel iyi oluş. *Eurasian Journal of Educational Research*, 20, 223–231.

TÜRKİYE İSTATİK KURUMU(2018). Bilgi toplumu istatistikleri.

<http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819>.

ULUCAN N. (2016), “*Online Satış Platformlarında Müşteri İlişkileri Yönetiminin Performansa Etkisi Üzerinde Sosyal Medya Kullanımının Rolü: Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi (Sosyal Crm)*”(Yayımlanmamış Doktora Tezi). Haliç Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

UZUNDUMLU Ö.(2015), *Bir İletişim Formu Olarak Sosyal Medyada Fotoğraf*

- Paylaşımı: Selfie Örneği*, Atatürk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- ÜÇKARDEŞ EA.(2010),*Mersin Üniversitesi Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığının Değerlendirilmesi*(Tıpta Uzmanlık Tezi).Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi, Mersin.
- ÜKSEL S.(2015), “*Kullanımlar Ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Sosyal Medya Kullanımı: Sakarya Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*”(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi .Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- ÜNERİ ÖŞ, TANIDIR C. (2011), Bir grup lise öğrencisinde internet bağımlılığı değerlendirmesi: Kesitsel bir çalışma. *Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi*, 24, 265-272.
- ÜNLÜ F. (2018), “Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon”, *Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*,4(1):161-172.
- WE ARE SOCIAL(2018), Dünyada İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri – 2. Çeyrek Raporu <https://dijilopedi.com/dunyada-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri-2-ceyrek-raporu/> Erişim Tarihi: 02.09.2018.
- WEINBERG T .(2009),*The New Community Rules: Marketing On The Social Rules*, O’Reilly Media, USA.
- XİN M, XİNG J, PENGFEİ W, HOURU L, MWNGCHENG W, HONG Z.(2018), Online activities, prevalence of Internet addiction and risk factors related to family and school among adolescents in China. *Addictive Behaviors Reports*, 7, 14-18. doi:10.1016/j.abrep.2017.10.003
- VURAL Z, BAT M. (2010), Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma, *Journal Of Yasar University*, 5(20): 3348–3382.
- YAĞMURLU A.(2011),Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (1), 5-15.
- YANG SC, TUNG CJ.(2007), Comparison of Internet addicts and non-addicts in Taiwanese high school. *Computers in Human Behavior* , 23:79–96.
- YELLOWLEES P, MARKS S. (2007), Problematic Internet use or internet addiction?. *Computers in Human Behaviour*, 23(3), 1447-1453.

- YEN JY, KO CH, YEN CF, ET AL.(2007), Psychiatric symptoms in adolescents with internet addiction: Comparison with substance use. *Psychiatric and Clinical Neurosciences*, 62:9-16.
- YILMAZEL M.(2011), “Türkiye’de Faaliyet Gösteren Vakıfların Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Bir İçerik Analizi”, Anadolu Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü,Eskişehir.
- YOO HJ, CHO SC, HA J, ET AL(2004), Attention deficit hyperactivity symptoms and internet addiction. *Psychiatry Clin Neurosci*,58: 487-494.
- YOUNG KS. (1998), Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1, 237-244.
- YOUNG K, RODGERS C.(1998), The Relationship Between Depression and Internet Addiction. *Cyber psychology and behavior*, 1(1), 25-28.
- ZAREMOHZZABIEH Z, SAMAH BA, OMAR SZ, BLONG J, KAMARUDİN NA.(2014),*Addictive Facebook use among University students*. Asian Social Science, 10 (6):107-116.
- ZENELAJ B.(2014), “Pazarlama Stratejisi Olarak Sosyal Medya İletişimi İle Kurumsal İtibarı Oluşturmak: İletişim Sektöründe Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- ZHAO S, GRASMUCK S, MARTİN J.(2008),*Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships*. Computers in human behavior,24(5): 1816-1836.

EKLER

Ek-1. Araştırmada Veri Toplama Sürecinde Kullanılan Bilgilendirilmiş Onam Formu

Ek-2. Sosyodemografik Form

Ek-3: Davranış Etkileme Yüğü Formu

Ek-4: Kişisel İyi Oluş İndeksi-Yetişkin(KİOİ-Y) Formu



Ek-1. Araştırmada Veri Toplama Sürecinde Kullanılan Bilgilendirilmiş Onam Formu

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ

TÜRKİYE BAĞIMLILIK VE RUH SAĞLIĞI HARİTASI PROJESİ BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

LÜTFEN BU DÖKÜMANI DİKKATLİCE OKUMAK İÇİN ZAMAN AYIRINIZ.

Sizi Üsküdar Üniversitesi tarafından yürütölen “**TÜRKİYE BAĞIMLILIK VE RUH SAĞLIĞI HARİTASI PROJESİ** ” projesine davet ediyoruz. Bu projeye katılıp katılmama kararını vermeden önce, projenin neden ve nasıl yapılacağını bilmeniz gerekmektedir. Bu nedenle bu formun okunup anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Eğer anlayamadığınız ve sizin için açık olmayan şeyler varsa, ya da daha fazla bilgi isterseniz bizimle **iletişime** geçebilirsiniz.

Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllölük** esasına dayanmaktadır. Projeye **katılmama** veya katıldıktan sonra istediğiniz anda projeden **çıkma** hakkına sahipsiniz. Bu formlardan elde edilecek bilgiler bilimsel çalışma olarak değerlendirilip sizlere daha iyi hizmet vermek amacı ile kullanılacaktır.

Projeye İlgili Bilgiler:

a. Projenin Amacı:

Yeme, Sosyal Medya, Kumar, Oyun, Alışveriş, Cinsellik/Porno Bağımlılığı, Sigara, Alkol ve Madde Bağımlılığı, Mutluluk, Kişisel iyi oluş, Duygu düzenleme, Duygu Körlüğü, Bağlanma özelliklerini ve birbirleriyle olan ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır.

b. Projenin Nedeni:

Sahip olduğunuz yeteneklerinizin, özgür iradenizin, duygu kontrollerinizin, yaşamlarınızın içerisinde ki motivasyonlarınızın bir takım duygusal ve bilişsel bağımlılıklarınızla bölünmesinin hayatınıza yük getirmektedir. Bu nedenle sizlerin yaşamınızda ki bu unsurlarla ilgili mücadelenize bilimsel olarak katkı sağlanabilmesi için, hayatlarınıza hangi ölçüde etki ettiğinin bulunabilmesi gerekir.

c. Projenin Öngörölen Süreçleri:

Projemizde, hedef gruplarımıza verilen yukarıda sayılan özellikler için uyarlanmış ölçekler sunulmuştur. Bu ölçeklerden alınan veriler, Üsküdar Üniversitesinde Klinik Psikoloji üzerine yüksek lisans eğitimi alan 120 öğrencinin Tez konularını oluşturacaktır. Vermiş olduğunuz veriler, istatistiksel olarak inceleniyor olacak, herhangi bir kimlik bilgisi analizlerde kullanılmayacaktır.

d. Katılması Beklenen Katılımcılar ve Sayıları:

Proje kapsamında Türkiye'nin 26 bölgesinden 24 bin katılımcıdan toplanacak olan veriler dahil edilecektir, Elde edilen veriler kasım ayının sonuna doğru analizleri tamamlanarak, yazım aşamasına geçilecektir.

e. Projenin Yapılacağı Yer ve İletişim Bilgileri:

Proje Üsküdar Üniversitesinde yapılacaktır.

Çalışmaya Katılım Onayı:

Yukarıda yer alan ve projeden önce katılımcılara/gönüllülere verilmesi gereken bilgileri okudum ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları tamamen anladım. **Çalışma hakkındaki yazılı açıklamanın tamamını okudum, anlamadığım kısımları iletişim bölümünden sorma imkanı buldum ve tatmin edici yanıtlar aldım. Bana, çalışmanın muhtemel riskleri ve faydaları anlatıldı.** Bu çalışmayı istediğim zaman ve herhangi bir neden belirtmek zorunda kalmadan bırakabileceğimi ve bıraktığım takdirde herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşmayacağımı anladım. Bu koşullarda Bağımlılık projesine kendi isteğimle, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın çocuğumun ve kendimin sisteme dahil edilmesini istiyorum ve kabul ediyorum.

SORU VE PROBLEMLER İÇİN BAŞVURULACAK KİŞİLER :

Anketi uygulayan ve yaka kartına sahip klinik psikolog'dan detaylı bilgiyi öğrenebilirsiniz.

Klinik Psikolog İsim Soyisim :

Gönüllünün Başharfleri:

Yer : İl olarak Doldurulacak. :

İmza:

Tarih:

Görüşmenin Bittiği Saat :

Adres ve Telefon:

Ek-2. Sosyodemografik Form

Sosyodemografik Soru Formu

Tarih:

Görüşmeye başladığımız saati Aşağıya Lütfen Yazınız. Teşekkürler (Örn: 12:34 Şeklinde olacaktır) **Görüşmeye Başlanan Saat:** ——:——

1. Cinsiyetiniz? Kadın () Erkek ()

2. Doğum yılınız:

3. Kaç kilosunuz?Kg

4. Boy uzunluğunuz nedir?cm

5. Eğitim durumunuz nedir?

Okur Yazar değil ()

Okur Yazar ()

İlkokul Mezunu ()

Ortaokul Mezunu ()

Lise Mezunu ()

Üniversite ()

Yüksek Lisans ()

5. Medeni Durumunuz Nedir?

Evli ()

Bekar ()

Ayrılmış (Boşanma yada Vefat ile) ()

6. Çocuğunuz var mı? Varsa kaç çocuğunuz var?

0 () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 8 ve daha fazla ()

7. Yılın büyük bölümünü geçirdiğiniz hanede kaç kişi yaşıyorsunuz?

0 () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 8 ve daha fazla ()

8. Yılın büyük bölümünü geçirdiğiniz hanede kaç kişi ücretli bir işte çalışıyor?

0 () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 8 ve daha fazla ()

9. Sigara kullanıyor musunuz? Evet () Hayır () Bıraktım ()

10. Günde kaç adet sigara tüketiyorsunuz? Eğer Kullanmıyorsanız cevaplamayınız.

0- 10 Tek () 11- 20 Tek () 21-40 Tek () 41'dan Fazla ()

11. Kaç Yıldır Sigara Kullanıyorsunuz? (Yıl) Eğer Kullanmıyorsanız cevaplamayınız.

0-5 Yıl () 6-10 () 11-15 () 16- 20 () 21 yıldan fazla ()

12. Alkol Kullanıyor musunuz?

Evet () Hayır() Bıraktım ()

13. Ne Sıklıkla Alkol Alıyorsunuz? Eğer Kullanmıyorsanız cevaplamayınız.

Ayda 1-2 defa () Haftada 1-2 defa () Hemen hemen Hergün ()

14. Aşağıdaki Maddelerden Doktor Önerisi dışında düzenli olarak aldığınız/ dendiğiniz maddeleri işaretleyiniz.

- | | | |
|--------------|-----------------------|----------------|
| 1. Esrar () | 4. Morfin () | 7. Bozai () |
| 2. Bali () | 5. Kokain () | 8. Eroin () |
| 3. Tiner () | 6. Meta-amfetamin () | 9. Ekstazi () |

15. Hiç psikiyatriste gittiniz mi?

Daha önce gitmişim () Halen Tedavi Görüyorum () Hayır gitmedim ()

15. Ruhsatlı ya da Ruhsatsız Silahınız var mı?

Silahım yok () Ruhsatlı Silahım Var () Ruhsatsız Silahım Var ()

16. Günlük Yaşamda Kendinizi Güvende Hissetmek için Çantanızda/ Cebinizde/ Aracınızda bulundurduğunuz Aletler varsa işaretleyiniz. Birden Fazla Seçim Yapabilirsiniz. Eğer taşıyorsanız. Hiçbirini işaretleyiniz.

Ateşli Silah () Çakı/Bıçak () Birber Gazı ()
Elektirikli/Pilli bir cihaz () Kesici/Delici Başka bir alet () Hiçbiri ()

17. Vücudunuzda Herhangi bir engel var mıdır? Varsa aşağıda işaretleyiniz.

Görme Engelli ()

İşitme Engelli ()

Zihinsel Engelli ()

Ortopedik Engelli ()

Kronik Hastalık ()

Herhangi bir Engelim Yok ()

Ek-3: Davranış Etkileme Yüğü Formu

Davranış Etkileme Yüğü Formu

Aşağıda birçok kişinin günlük rutininin bir parçası olan alanlar vardır. Bu anketin amacı bu rutinlerinizin hayatınıza ne kadar etki ettiğini öğrenebilmektir. Herbir maddede bu alanların sizin yaşamınıza en yüksek seviyede ki etkilerini tanımlamaktadır. Sizden her bir alan için bu maddenin size ne kadar uyduğunu tespit etmenizi rica ediyoruz.

Lütfen her bir davranış için 0-Hiç yaşamıyorum

5-Orta düzeyde yaşıyorum

10-Tam olarak bu şekilde yaşıyorum.

Aşağıdaki Davranış Tanımları

Kumar (Herhangi bir kumarhanede Kumar Oynamak, / bahis oynamak / iddia veya at yarışı oynamak gibi konuları kapsar)

Sosyal Medya (Instagram, Facebook, Snapchat, Twitter, Youtube)

Oyun (Mobil Oyunlar, Playstation, Çevirim içi Oyunlar, Bilgisayar oyunları, Her türlü teknoloji alt yapısı olan oyunlar)

Alışveriş (Online, Mobil, yada Herhangi bir mağazada ürünlere bakmak, Sepete koymak, satın almak yada alınmasa bile alıp bırakmak için vakit harcamak)

Yemek Yeme (Herhangi bir Yiyecek türüne karşı olan ilgi, yada yemek yemeğin kendisine yönelik istek)

Cinsellik/Porno (Cinsel fantazi kurmak porno izlenmesi, masturbasyon, yada cinsel ilişkiye girmeye yönelik davranış)

Örnek

Kumar (0 - 1- 2- 3- 4- 5- 6- 7- 8- 9- 10)

1. Hayatımın Merkezinde olmaya başladı, sık sık aklıma geliyor ve sık sıkta yapıyorum/ kullanıyorum. Eğer yapamayacak ve kullanamayacak durumda olursam, ne zaman yapacağımı düşünüyorum. Ne zaman yapacağımı planlarsam biraz olsun rahatlıyorum. Ama bazen o kadar şiddetli bir istek oluyor ki, bir yol bulup yapıyorum/kullanıyorum, engelleyemiyorum.

Kumar (0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

Alışveriş (0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

Sosyal Medya (0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

Yemek Yeme (0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

Oyun (0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

Cinsellik/Porno (0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

2. Bazen canım sıkıldığında, bazen boşlukta, bazen mutluysen bile aklıma geliyor ve yapıyorum. Birçok kez sorunlarım arttığında isteğimin de arttığını görüyorum ve yapmazsam zhinim rahatlamıyor. Çoğu zaman yaptıktan sonra rahatlayıp, yapmam gereken işe odaklanabiliyorum. Sanki canlanıyorum.

Kumar	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Alışveriş	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Sosyal Medya	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Yemek Yeme	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Oyun	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Cinsellik/Porno	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

3 Aynı oranda yapsam bile bazen o oran bana yetmeyebiliyor, daha fazla yapmam gerekiyor. Süre ve miktarı giderek arttırmak zorunda kalıyorum, yoksa rahatlamıyorum.

Kumar	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Alışveriş	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Sosyal Medya	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Yemek Yeme	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Oyun	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Cinsellik/Porno	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

4 Yapmamın mümkün olmadığı bir yerde olduğumda, ya da kendimi engellemeye çalıştığım da, ya da biri benim bu sorunumu görüp engellediğinde, çok sıkıntı çekiyorum ve vücudumda da gerginliğimin belirtileri oluyor

Kumar	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Alışveriş	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Sosyal Medya	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Yemek Yeme	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Oyun	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Cinsellik/Porno	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

5. Yapıyor olmam benim çevremle ilgili sorunlar yaşamama neden oluyor, sosyal yaşamım zarar görebiliyor, işimi aksatabiliyorum. Bu konuda sık sık eleştiri alıyorum.

Kumar	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Alışveriş	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Sosyal Medya	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Yemek Yeme	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Oyun	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Cinsellik/Porno	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

6. Bu davranışı bıraksam da yeniden tetiklenebiliyor ve hiç bırakmamışım gibi yapmaya devam edebiliyorum.

Kumar	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Alışveriş	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Sosyal Medya	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Yemek Yeme	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Oyun	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)
Cinsellik/Porno	(0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10)

Ek-4: Kişisel iyi oluş indeksi - Yetişkin Türkçe Formu

(Kişisel iyi oluş indeksi - Yetişkin Türkçe Formu)

Lütfen aşağıdaki soruları memnuniyet derecenize göre, 0'dan 10'a kadar seçeneklerden birini seçerek cevaplayınız. 0: Hiç memnun değilim, 10: Tamamen Memnunum, 5 Kararsızım

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.Yaşam koşullarınızdan ne kadar memnunsunuz? (ekonomik, refah düzeyi vs.)											
2. Sağlık durumunuzdan ne kadar memnunsunuz?											
3. Yaşamınızdaki başarılarınızdan ne kadar memnunsunuz?											
4. Diğer insanlarla ilişkilerinizden ne kadar memnunsunuz?											
5. Kendinizi ne kadar güvende hissediyorsunuz?											
6. Toplumla olan ilişkilerinizden, toplumun bir parçası olmaktan ne kadar memnunsunuz?											
7. Geleceğinizle ilgili kendinizi ne kadar güvende hissediyorsunuz?											
8. Manevi yaşamınızdan (dini, ruhsal yaşantı vs.) ne kadar memnunsunuz?											

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler:

Serap YÜKSEL

Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Programı

Doğum yeri ve tarihi: Ordu 25.03.1993

e-mail: serapyuksel68@gmail.com

Eğitim Bilgileri:

Lisans (2011-2015) :Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi, Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Bölümü

İş Deneyimi:

Özel Seçkin Özel Eğitim Kursu

Özel Akademibilsen Çocuk Kulübü

Stajlar:

Kıbrıs Burhan Nalbantoğlu Hastanesi

Kıbrıs İkinci Bahar Huzurevi

Kıbrıs Levent Koleji

NP İstanbul Beyin Hastanesi