



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

GENEL BİLGİLER

Öğrenci No	: 134102032
Öğrenci Adı Soyadı	: Asuman ÖZTÜRK
Anabilim Dalı	: Psikoloji / Klinik Psikoloji Programı
Tez Danışmanı	: Yrd. Doç. Dr. Gül ERYILMAZ
Tezin Başlığı	: BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DAVRANIŞLARI İLE İLİŞKİ DOYUMU DÜZEYİ ARASINDAKİ BAĞLANTILARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

TEZ SAVUNMA SINAVI TUTANAĞI

Toplantı Tarihi	: 30.07.2015	Saati	: 17.00
Öğrenci Savunmaya	: <input checked="" type="radio"/> 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="radio"/> OY BİRLİĞİ <input type="radio"/> OY ÇOKLUGU			
<input checked="" type="radio"/> Yapılan savunma sınavında adayın başarılı bulunması sonucunda tez KABUL edilmiştir.			
<input type="radio"/> Yapılan savunma sınavı sonucunda tezin DÜZELTİLMESİ için ay EK SÜRE verilmesinin Enstitü Müdürlüğüne önerilmesi kararı alınmıştır. (en fazla 3 ay)			
<input type="radio"/> Yapılan savunma sınavının sonucunda tezin REDDEDİLMESİ kararı alınmıştır.			
Savunmada Tezin Başlığı	: <input checked="" type="radio"/> Değişmedi.	<input type="radio"/> Değişti.	
Tezin Yeni Başlığı	:		
Öğrenci Savunmaya	: <input type="radio"/> 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, ile alınmıştır.			
<input type="radio"/> OY BİRLİĞİ ile REDDEDİLMİŞTİR.			

Tez Sınavı Jürisi	Unvanı, Adı Soyadı	İmza
Danışman Üye	YRD. DOÇ. DR GÜL ERYILMAZ	
Üye	YRD. DOÇ. DR GÖKBEN HIZLI SAYAR	
Üye	YRD. DOÇ. DR. EYLEM ÖZTEN	
Üye		

Yukarıda kimlik bilgileri belirtilen ve Anabilim Dalımız Yüksek Lisans Programı öğrencisinin Tez Savunma Sınav Tutanağı ve eklerinin Enstitü Yönetim Kurulunda görüşülmesi hususunda bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.

.....
Anabilim Dalı Başkanı



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
GİRİŞİMSEL OLMAYAN ARAŞTIRMALAR
ETİK KURULU BAŞKANLIĞI

SAYI: B.08.6.YÖK.2.ÜS.0.05.0.06 /2015 /154

03 Ağustos 15

Sayın Asuman Öztürk

Kurulumuza yazmış olduğunuz 15.07.2015 tarihli dilekçeniz değerlendirilmiş olup, 10.04.2015 tarihli, 04 No.lu toplantımızda etik kurul onayı aldığınız başvurunuzun başlığının *“Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışları ile İlişki Doyumu Düzeyi Arasındaki Bağlantıların Değerlendirilmesi”* başlığıyla değiştirilmesi 27.07.2015 tarihli, 09 No.lu toplantımızda uygun görülmüştür.

Bilgilerinize rica ederim.

Yrd. Doç. Dr. Cumhuri TAŞ
Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik
Kurulu Başkanı



T.C.

**ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DAVRANIŞLARI
İLE İLİŞKİ DOYUMU DÜZEYİ ARASINDAKİ BAĞLANTILARIN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

ASUMAN ÖZTÜRK

DANIŞMAN : YRD. DOÇ. DR. GÜL ERYILMAZ

İstanbul - 2015



T.C.

**ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DAVRANIŞLARI
İLE İLİŞKİ DOYUMU DÜZEYİ ARASINDAKİ BAĞLANTILARIN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

ASUMAN ÖZTÜRK

134102032

YÜKSEK LİSANS

TEZİ

DANIŞMAN : YRD. DOÇ. DR. GÜL ERYILMAZ

İstanbul - 2015

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

Bilimsel Etik Sayfası	i
Yemin Metni.....	ii
Önsöz.....	iii
Teşekkürler	iv
Özet.....	v
Abstract.....	vi
Kısaltmalar Listesi.....	vii
Tablolar Listesi.....	viii

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1.Giriş.....	1
1.2.Araştırmanın Amacı.....	3
1.3.Araştırmanın Önemi.....	3
1.4.Sınırlılıklar.....	4
1.5.Sayıtlar.....	4

İKİNCİ BÖLÜM – KONUYLA İLGİLİ KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE TANIMLAR

2.1. Konuyla İlgili Tanımlar	5
2.1.1.Sosyal Medya Kavramı	5
2.1.1.1. Sosyal Medya Platformları ve Özellikleri	6
2.1.1.2. Sosyal Ağ Siteleri	6
2.1.1.3. Blog.....	6

2.1.1.4. Mikroblog	7
2.1.1.5. Sosyal İmlleme Siteleri	7
2.1.1.6. İçerik Paylaşım Siteleri	8
2.1.1.7. Wiki	8
2.1.1.8. Podcast	8
2.1.1.9. Forum	9
2.1.2. Evlilik Kavramı	9
2.1.2.1. İlişki Doyumu	10
2.2. Konuyla İlgili Kuramsal Açıklamalar.....	11
2.2.1. Sosyal Medya Üzerine Yapılan Araştırmalar	11
2.2.2. İlişki Doyumu Üzerine Yapılan Araştırmalar.....	13

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM - YÖNTEM

3. Yöntem.....	15
3.1. Evren Örneklem.....	15
3.2. Veri Toplama Araçları.....	15
3.2.1. Sosyodemografik Form.....	15
3.2.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği	16
3.2.3. Evlilik Yaşam Ölçeği	16
3.3. Araştırma Süresi	17
3.4. Veri İstatistik Analizi	18

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM – BULGULAR

Bulgular	19
----------------	----

BEŞİNCİ BÖLÜM – SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar	60
5.2. Öneriler	62

KAYNAKÇA.....	63
----------------------	-----------

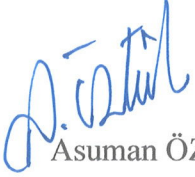
EKLER	67
--------------------	-----------

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DAVRANIŞLARI İLE İLİŞKİ DOYUMU DÜZEYİ ARASINDAKİ BAĞLANTILARIN DEĞERLENDİRİLMESİ” adlı çalışmamın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

13/06/2015



Asuman ÖZTÜRK

İmza

ÖNSÖZ

Günlük yaşam içinde sosyal medyayı sıkça kullanıyor olmam ve her ortamda sürekli ortak noktamız olması sosyal medyanın etkileri hakkında düşünmeme ve daha tez aşamasına gelemeden sosyal medyanın insanlar üzerindeki etkisi ile ilgili okumalar yapmama vesile oldu . Öncelikle sosyal medya kullananların yaşam doyumunu merak ederken sonrasında değerli hocam Yrd. Doç Dr. Gül ERYILMAZ ın yönlendirilmesiyle evli bireylerin ilişki doyum düzeyleri üzerinde çalışmaya karar verdim . Bireyler ilişki doyumunu ölçen bir araştırmaya katılmak istememeleri araştırmada veri elde etmede ve gönüllü katılımcıya ulaşmada zaman alan bir süreç oldu.

Sosyal medyanın çeşitli değişkenlerle ilişkisini ele alan araştırmaların psikoloji bölümü öğrencilerinin pek dikkatini çekmemiş olması ve bu değişkenle ilgili literatürdeki kaynak sayısının az olması motivasyonumu arttırmıştır. Bu araştırmanın literatüre önemli ölçüde katkı sağlayacağı inancı ile araştırmamı tamamladım.

İstanbul 2015


Asuman ÖZTÜRK

TEŞEKKÜRLER

Lisanstan mezun olmamın üzerinden çok zaman geçmesinin ardından yeni bir eğitim yaşamına adım atmamda en büyük destekçim olan değerli çalışma arkadaşım Recep SAYMAZ a , bu günlere gelmemde destekçi olan sevgili aileme , her zaman desteklerini hissettiğim çalışma arkadaşlarım Şengül ESEN , Gökçe GÜLTEKİN ve Rota ailesine sonsuz teşekkür ediyorum.

Tez konumu belirlediğim ilk andan itibaren yoğun temposunda bile bana zaman ayıran Danışmanım Yrd. Doç. Dr. Gül ERYILMAZ 'a destek ve teşviklerinden dolayı teşekkür ediyorum .

İstanbul 2015


Asuman ÖZTÜRK

ÖZET

Bu araştırmada “Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının İlişki Doyumu Düzeyi Arasındaki Bağlantıların Değerlendirilmesi “ incelenmiştir. Bu araştırma da ölçekler İstanbul ilinden seçilen sosyal medya kullanan 80 evli birey (50 kadın 30 erkek) e uygulanmıştır. Katılımcıların gönüllü katılımı ve sosyal medya kullanan evli bireyler olmalı esas kriterdir .

Bu araştırmada N.G.KOÇAK tarafından 2012 de hazırlanan Sosyodemografik ölçek , Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve E. TEZER tarafından 1996 da hazırlanan Evlilik Yaşam Ölçeği kullanılmıştır .Yapılan araştırmada sonuçlar % 95 güven aralığında, $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirildi.

Araştırmanın sonucunda yaş , cinsiyet , maddi durum , sosyal medya kullanım süresi, sıklığı değişkenlerinin ilişki doyumu düzeyi arasında anlamlı farklılık bulunamamışken , Bireylerin sosyal medya kullanım nedenlerinden “eğlenceli vakit geçiriyorum” , “boş zamanlarımı değerlendiriyorum” ve “popüler Şeyler ilgimi çekiyor “ maddeleri ile ilişki doyum düzeyleri arasında negatif yönde anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Sosyal Medya kullanımına yönelik ifadelerden “bir süre sonra boş zaman geçirdiğim hissine kapılıyorum “ ifadesine katılım ile evlilik doyumu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Sözcükler : Sosyal Medya, İlişki Doyumu, Medya Kullanımı

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify ‘the evaluation of the connections between individuals' social media usage behavior and relationship satisfaction levels.’ The survey was conducted where 80 married individuals (50 females , 30 males) respondents provided information who live in the city of istanbul, are users of social media. The main criteria of subjects were to be volunteer and married users of social media.

Sociodemographic Scale, Use of Social Media Scale prepared in 2012 by N.G.KOÇAK and Marriage life Scale, Prepared E. Tezer by 1996 was used in this research, with statistical analysis results in 95% confidence interval, $p < 0.05$ was considered the level of significance

At the end of this research , age, gender, financial status , social media usage time , frequency a significant difference not been found between the level of relationship’s gratifications and this variables , the reasons of social media usage by individuals " I’m having fun ," " I consider my spare time " and " interests me popular things" A significant difference been found between the level of relationship’s gratifications and this variables .

One of the statements from the use of social media “i get the feeling that i wasted my time “a significant positive correlation was found between marital satisfaction and participation in the statement.

keywords: social media , relationship gratifications, media use

KISALTMALAR LİSTESİ

S.M.K. = SOSYAL MEDYA KULLANIMI

M.K. = MEDYA KULLANIMI

S.M. = SOSYAL MEDYA

E.Y.Ö. = EVLİLİK YAŞAM ÖLÇEĞİ

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Sosyodemografik özellikler	19
Tablo2. Meslek dağılımı	21
Tablo 3. Etkinlik gerçekleştirme sıklığı	23
Tablo 4. Medya kullanımı	25
Tablo 5. Dijital platformlara üyelik ve bilgisayar varlığı	26
Tablo 6. İnternet kullanma amacı	26
Tablo 7. Sosyal medya kullanımı	27
Tablo 8. Sosyal medya kullanma süresi	29
Tablo 9. Sosyal medyada yapılan eylemlerin sıklığı	30
Tablo 10. Sosyal medya kullanım nedenleri	33
Tablo 11. Sosyal medyaya ilişkin ifadelere katılım düzeyi	38
Tablo 12. Evlilik yaşam ölçeği tanımsal bulguları	40
Tablo 13. Evlilik yaşam ölçeği cinsiyete göre ortalamalar	40
Tablo 14. Evlilik yaşam ölçeğinin yaşa göre ortalamaları	40
Tablo 15. Evlilik yaşam ölçeğinin eğitim düzeyine göre ortalamaları	41
Tablo 16. Evlilik yaşam ölçeğinin çocuk varlığına göre ortalamaları	41
Tablo 17. Evlilik yaşam ölçeğinin dijital platform üyeliğine göre ortalamaları	42
Tablo 18. Evlilik yaşam ölçeğinin bilgisayara varlığına göre ortalamaları	42
Tablo 19. Evlilik yaşam ölçeğinin çalışma durumuna göre ortalamaları	42
Tablo 20. Evlilik yaşam ölçeğinin cinsiyete göre ortalamaları	43
Tablo 21. Evlilik yaşam ölçeğinin çocuk varlığına göre ortalamaları	43
Tablo 22. Evlilik yaşam ölçeğinin yabancı dile göre ortalamaları	43
Tablo 23. Evlilik yaşam ölçeğinin sosyal medya başında geçirilen zamana göre ortalamaları	44
Tablo 24. Evlilik yaşam ölçeğinin sosyal medya platformlarını takip süresine göre Ortalamaları	44
Tablo 25. Evlilik yaşam ölçeğinin toplam gelir durumuna göre ortalamaları	45

Tablo 26 . Etkinlik gerçekleştirme sıklığı ve İlişki doyumunu düzeyi ilişkisi	45
Tablo 27. Medya kullanımı ve ilişki doyumunu düzeyi ilişkisi	48
Tablo 28. Sosyal medya kullanımı ile ilişki doyumunu düzeyi ilişkisi	48
Tablo 29. Sosyal medyada yapılan eylemlerin sıklığı ile ilişki doyumunu düzeyi ilişkisi	50
Tablo 30. Sosyal medya kullanım nedenleri ile ilişki doyumunu düzeyi ilişkisi	53
Tablo 31. Sosyal medyaya ilişkin ifadelere katılım düzeyi ile ilişki doyumunu düzeyi ilişkisi	58

BÖLÜM I

1.1.GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin ilerlemesiyle birlikte hayatın her alanına giren internet, günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Kullanıcılar bir anda istedikleri bilgilere kolaylıkla ulaşabilmekte, istedikleri güncel haberlere ulaşabilmekte, alış veriş yapabilmekte, siyasi paylaşımlarda bulunabilmekte,para kazanabilmekte, reklam yapabilmekte kısacası birçok seçeneğe sahip olmaktadır. İnternetin sunduğu bu imkanlar,interneti her yaş her meslekten kişi için cazip hale getirmekle birlikte yeni uygulamalar da ortaya çıkmaktadır. Bu uygulamalarda en çok dikkati çekenlerden biri de Web 1.0 uygulamalarından Web 2.0 uygulamalarına geçilmesidir. Böylece kullanıcılar pasif izleyicilikten aktif katılımcı bir role bürünmüş, sunulan içeriğe katkıda bulunmaya ve sürece dahil olmaya başlamışlardır. Böylelikle İnternet, çok daha etkileşimli, işbirlikçi ve katılımlı bir platforma dönüşmüştür.

Büyükşener (2009) İnterneti paylaşım ortamına çeviren Web 2.0 akımı ile sosyal ağlar ve sosyal medyanın, iletişim ve etkileşimi arttırdığı ve buna bağlı olarak daha güçlü bir potansiyelle karşımıza çıktığını belirtmiştir. Böylece internetin daha geniş imkânlar tanıyan yönü ile tanışmış oluyoruz.

Web 2.0 uygulamaları bireyin aktif olarak katıldığı, belli sistem çerçevesinde profil oluşturarak istedikleri kişi ile iletişime geçtikleri sosyal ağ olarak ifade edilen yapılardır.

Web 2.0 uygulamalarında, kullanıcıların teknik sorunlarla yüzleşmeden içerik geliştirmekte ve paylaşmaktadırlar. Böylece kullanıcılar İnternet'in işbirliği ve sosyal etkileşim olanaklarından faydalanmaktadırlar.(Akıllı & Yıldırım, 2013)

Sosyal medya yada sosyal ağ siteleri Web 2.0 in en yaygın örnekleridir, kullanıcılar içerikleri kendileri oluşturmakta, profillerini kendileri belirlemekte, hedef kitleyi kendileri seçmektedir, iletişimi istedikleri anda kesebilmekte, istedikleri anda profillerini değiştirebilmekte ve istediklerinde hedef kitleyi yenileyebilmektedirler. Profillerin de hangi bilgilere yer vereceklerini (cinsiyet, eğitim, medeni durum, hobiler,

siyasi görüş vb...) kendileri belirlemede, iletişime geçecekleri kişilerin listelerini kendileri belirlemede, bilgi paylaşımında nelere yer vereceklerini (müzik , resim , video vb...) belirleyebilmektedirler. Sosyal ağlar kullanıcılara sunduğu imkanlar ile kullanıcılar kendi listelerindeki kişilere yada tüm sosyal ağ kullanıcılarına profillerini açarak pazarlama dahi yapabilir hale gelmişlerdir. Toplumsal hareketler sosyal ağlar üzerinden daha hızlı olmakla birlikte daha çok kişiye ulaşma imkanı sağlamaktadır. Gezi eylemi bunun en güçlü örneklerindedir.

Sosyal medya kullanıcıların ne zaman iletişime geçeceklerini kendilerinin belirlemesi, kullanıcıların platformları kendi yaşantılarını paylaşmak için kullanmaları, kullanıcıların benzer ilgi alanı olan kullanıcılarla bir araya gelebilmeleri sosyal medyanın gittikçe yaygınlaşmasını hızlandırmaktadır (Barutçu ve Tomuş , 2013).

Sosyal medya dendiğinde aklımıza gelen sosyal medya siteleri: bloglar , mikrobloglar (twitter, friendfeed) sosyal ağlar (facebook, myspace, linkedin), bilgi paylaşımı (wikipedia), sosyal imleme (delicious), Fikir ve inceleme (yahoo), fotoğraf paylaşımı (flickr , picasa), video paylaşım (youtube , dailymotion) ağlarıdır.

Diğer yandan sosyal medya bireylerin birçok ihtiyacını karşılamasına rağmen bireyler yalnız yaşamaya değil, bir topluluk içinde diğer insanlarla ilişki içinde bulunmaya göre kurgulanmış varlıklardır. Karşı cinsle olan ilişkilerinde de diğer insanlarla olan ilişkilerinde olduğu gibi ihtiyaçları bulunmaktadır. Bireylerin ihtiyaçlarını karşılayabileceği en doğal ilişki biçimi ise evliliştir. Evlilik, bireyin hayatının birçok yönünü etkileyen önemli bir kurumdur (Gülsoy, 2009).Evlilik bireylerin yaşam kalitesi, iyi olma hallerini, yaşamdan aldıkları doyumunu, yaşamda kendilerini nasıl konumlandıkları gibi pek çok alanı etkilemektedir. Evlilik bireylerin pek çok ihtiyacını karşılayan bir yapı olması nedeniyle bireyler tarafından ulaşmak istedikleri bir yapı olarak öne çıkmaktadır. İlişki doyumunu; eşlerin birbirlerine karşı, sevgi ,cinsellik, iletişim, kazanç, problem çözme, birlikte karar verme gibi alanlarda ki psikolojik bir tatmindir (Çağ & Yıldırım , 2013).

Günlük yaşamın hemen hemen her anına yerleşen sosyal medya, aktif olarak katıldığımız ve sonuçlarından etkilendiğimiz bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Evlilik kurumuna dahil olan birey yaşantısını evlilik kurumu çerçevesinde sürdürürken

aynı zamanda da sosyal medya ya katılmaktadır. Sosyal medya ve evlilik kurumu bireye hem ihtiyaçlarını karşılama hem de kendi sosyal ağını oluşturma imkanı sunma açısından benzerlik göstermektedir. Hem sosyal medyanın hem de evlilikte ilişki doyumu düzeyinin önemi dikkate alındığında, evlilikte ki ilişki doyumu düzeyi ile sosyal medya kullanım davranışları değişkenleri bu araştırma kapsamında incelenmiştir.

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı, bireylerin çevrimiçi sosyal ağ sitesi kullanımını etkileyen motive edici faktörlerin incelenmesi, evlilik de ilişki doyumu düzeylerinin belirlenmesi ve sosyal medya kullanım davranışları ile ilişki doyumu düzeyinin ilişkisinin değerlendirilmesidir.

1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre bireyler sosyal medyayı çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmakta ve belli doyumlara ulaşmaktadırlar. Bu bakımdan da bireylerin sosyal medyayı kullanım amaçları aradıkları doyumlar farklılaşabilmekte ve bireyler sosyal medyadan farklı bakımlardan faydalanırken kullanım nedenleri değişmektedir. Sosyal medya kullanıcıları bu bağlamda pasif değil aktiftirler ve ihtiyaçlarını karşılamak için sosyal medyayı nasıl kullanacaklarını belirler ve en fazla doyuma ulaştıracak iletişim araçlarını seçerler. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre kullanıcıların ihtiyaçları ve aradıkları doyumlar eğlence, kişisel ilişki, kişisel kimlik ve gözetim/ bilgi olarak sınıflandırılabilir.(Koçak , 2012)

Evliliğin, bireylerin ihtiyaçlarının karşılandığı, bireylerin genel sağlık durumunu iyileştiren ve yaşamlarından doyum almalarını destekleyen sosyal bir kurum olması, sosyal medya kullanımında bireylerin aradıkları; eğlence, kişisel ilişki ,kişisel kimlik ve gözetim doyumlarını, sağlamak için fırsat sunuyor olması sosyal medya kullanım motivasyonları ve ilişki doyumu düzeyi değişkenlerinin ilişkisinin ne olduğu sorusunu akla getirmektedir. Bu bağlamda bu araştırma, literatürde sosyal medya

kullanım motivasyonları ile ilişki doyumu düzeyinin ilişkisinin daha önce incelenmemiş olması ve literatüre bu konuda katkıda bulunması açısından önem taşımaktadır.

1.4. SINIRLILIKLAR

Bu araştırmanın sınırlılıkları şunlardır:

1.Yapılan araştırmanın bulguları ‘Sosyodemografik Veriler Anketi ’, ‘Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ‘ ve ‘ Evlilik Yaşam Ölçeği ‘ nin ölçtüğü nitelikler ile sınırlıdır.

2.Araştırma ; İstanbul ilinde yaşayan 80 evli birey ile sınırlıdır.

1.5. SAYILTILAR

Araştırmaya katılan bireyler, çalışma kapsamında kullanılan anket ve aile bilgi formunda yer alan sorulara samimi ve gerçekçi bir şekilde yanıt vermişlerdir.

BÖLÜM II

KONUyla İLGİLİ KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE TANIMLAR

2.1. KOnUyla İLGİLİ TANIMLAR

2.1.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya, kullanıcıların gönüllü olarak paylaşımında buldukları çevrimiçi platformlardır. Sosyal medya ile kastedilen insanların katılımı olmadığı burada kullanılan teknolojinin başarıya ulaşamayacak olmasıdır. Esas olan bireylerin gönüllü katılımı ile medyanın birbirleriyle iletişim kurdukları sosyal bir hal alıyor olmasıdır. Bununla birlikte diğer bir anahtar unsur ise kullanıcıların medyayı kontrol ediyor olmasıdır. Bireyler nerdeyse maliyetsiz olarak sosyal medyaya katılmakta, profillerinin dışındaki bireylerle temasa geçip onlardan haberdar olmakta, gündemden anında haberdar olmakta, gündeme dair fikirlerini paylaşabilmekte, siyasi oluşumlara destek olabilmekte, kendi ile ilgili fotoğraf, video, metin paylaşımı ve kendi yaşantısı ile ilgili bilgi vermekte, merak ettiği konularla ilgili görüş sormakta, başkalarının görüşlerini okumakta ve hatta kendisi de görüş bildirmektedir. Sınır ötesi pek çok kişiye ulaşma imkânı sunması, reklama izin vermesi, maliyetin düşük olması, ulaşımın kolay olması gibi nedenlerle de sosyal medya bir pazar haline gelmektedir (Koçak , 2012) .

Sosyal medya platformlarında (sosyal ağ siteleri, bloglar, wiki, mikroblog, içerik paylaşım siteleri, podcast, forum); kullanıcıların kendileri için bir profil oluşturabilmesi, kullanıcıların aktif olarak içerik oluşturabilmesi, paylaşabilmesi, değerlendirebilmesi, içeriğin diğer sosyal medya platformlarından bağımsız olması, kullanıcıların diğer kullanıcılar ile iletişim kurabilmesi , platformların sosyal etkileşime uygun olması aranan özelliklerdendir (Koçak , 2012) .

2.1.1.1. Sosyal Medya Platformları Ve Özellikleri

Sosyal medya tanımına uyabilecek platformları genel olarak; “sosyal ağ siteleri”, “blog”, “mikroblog”, “içerik paylaşım siteleri”, “sosyal imleme siteleri”, “wiki”, “podcast” ve “forum” şeklinde sınıflandırmak mümkündür (Koçak , 2012).

2.1.1.2.Sosyal Ağ Siteleri

Sosyal medya ile sosyal ağ sitesi kavramları birbirine karıştırılmaktadır. Oysaki sosyal ağ siteleri sosyal medyanın bir kategorisidir. Sosyal ağ sitelerinde bireyler kendileri ve tanıdıkları ile ilgili bilgi paylaşabilmekte, kendi profillerini oluşturarak ilgi alanlarıyla ilgili link verebilmektedirler (Koçak , 2012).

Sosyal ağ sitelerinde bireyler öncelikli olarak bir profil oluştururlar, profillerinde cinsiyet, yaş, medeni durum, politik görüş, inanç, kitap, müzik, boş zaman etkinlikleri gibi bilgiler yer almaktadır. Kullanıcılar kendi profillerini oluşturduktan sonra tanıdık olsun ya da olmasın iletişim kurmak istedikleri kişilerden oluşan kişi listelerini oluşturur ve kendileri de başkalarının kişi listesine dahil olurlar . Kullanıcılar kendi profillerinde paylaşımda bulunurken, iletişimde oldukları kişilerin paylaşımlarına da yorumlarda bulunabilirler, diğer kullanıcıların kişi listelerine bakabilir, diğer kullanıcılar üzerinden başkaları ile tanışabilirler . Diğer kullanıcıların paylaştığı bağlantılara bakabilir, bu bağlantılardan bilgiler edinebilir, kendi profillerinde paylaşabilirler (Dal & Dal , 2014).

Günümüzde yaygın olarak kullanılan sosyal ağ sitelerine örnek olarak Facebook, Twitter, MySpace, Instagram verilebilir.

2.1.1.3.Blog

Blog web-log kelimelerin birleşiminden oluşan kişilerin teknik bilgiye ihtiyaç duymadan oluşturdukları web günlükleridir. Web sitesine göre oluşturulması daha kolay ve daha maliyetsizdir, okuyucular yorum yapabilmektedir. Bloglarda okuyucular belli

içeriklere yorum yapabilmekte, bu yorumlar blogların dinamiğini oluşturmaktadır. Bloglarda okuyucuların ne zaman sisteme girip çıktığı görülebilmektedir. İçerikler güncelden eskiye doğru yer almaktadır (wikipedia). Bloglarda bireyler bazen sadece kendi günlüklerini tutarlarken, bazen spesifik konularla ilgili blog oluşturmaktadırlar (Genç , 2010).

2.1.1.4.Mikroblog

Bloglara göre daha küçük yapılardır, kullanıcılar daha kısa içerik paylaşımında bulunurlar .

Kullanıcıların kısa cümlelerle ve anlık olarak ileti paylaşımı yapabildiği, cep telefonu gibi mobil cihazlarla da kullanılabilen platformlardır. Kullanıcılar hızla gündeme dahil olabilmekte, 140 karakter ile paylaşımında bulunabilmektedirler. En bilineni Twitter'dır. Kullanım kolaylığı ve hızı bakımından profesyoneller tarafından daha çok tercih edilmektedir (<http://www.kurumsalhaberler.com/>).

2.1.1.5.Sosyal İmlleme Siteleri

Kullanıcılar beğendikleri internet sayfalarını bilgisayarlarında sık kullanılanlara ekle, yer imi ekle gibi özelliklerle etiketlediklerinde, başka bir bilgisayar üzerinden bu sayfalara ulaşmak imkansız olması nedeni ile sosyal imleme siteleri ortaya çıkmıştır. Bu siteler de kullanıcılar profil oluşturarak beğendikleri sayfaları etiketlemekte ve profilleri aracılığı ile her yerde ve her zaman ulaşabilmektedirler. Sosyal imleme siteleri etiketleme esasına dayanır. Kullanıcıların birbirlerinin paylaşım ve etiketlerini görmeleri sosyal medya tarafını oluşturmaktadır. (<http://www.sosyalmedyacci.com/>)

2.1.1.6.İçerik Paylaşım Siteleri

Teknolojinin gelişmesi ile beraber kullanıcılar video ve fotoğraflarını bilgisayarlarda saklamaya ve internet ile paylaşmaya başlamışlar ve dolayısıyla internet üzerinde fotoğraf ve videolarını biriktirmeye başlamışlardır. Bununla birlikte içerik paylaşım sitelerinin gelişmesi ile kullanıcılar kendi fotoğraf ve videolarını paylaşmaya ve bu siteler üzerinde biriktirmeye başlamışlardır. Ayrıca başkalarına ait beğendikleri video ve fotoğrafları etiketleme imkanı elde etmişlerdir. En yaygın olarak kullanılan içerik paylaşım siteleri Youtube ve Flickr'dır (Ying , 2012).

2.1.1.7.Wiki

Wiki ler birden çok kişinin düzenlemeler yapabileceği, istedikleri anda yeni bilgiler ekleyebilecekleri, teknolojik bilgi gerektirmeyen, bilgilerin belli bir formatta toplanmasına olanak sağlayan, diğer internet sayfaları ile bağlantı sağlayabilen sitelerdir. Bloglardan farkı tek bir kişi tarafından değil bir grup tarafından düzenlenebiliyor olmasıdır. Böylece her hangi bir eksiklik hızla giderilebilmektedir. (Koçak 2012) Dünyanın en bilinen ve ansiklopedik bilgi sağlayan wiki sitesi Wikipediadır (Ying , 2012) .

2.1.1.8.Podcast

Ses ve video dosyalarını her hangi bir zamanda dinleyebilmek için cep telefonu gibi teknolojik aletlere yükleme esasına dayanır. Fm ve Tv kanallarını da takip etme fırsatı sunan bir uygulamadır. Kullanıcıların bu platformlara üye olarak bir çok ses ve video dosyasına ulaşabilmekte, özellikle dizi haldeki Fm ve Tv programlarının yeni bölümlerini hızla yükleyebilmektedir. Takip edilen verileri kendiliğinden güncelliyor olması kullanım kolaylığı sağlamaktadır. Günümüzde en yaygın kullanılanı Itunes'dir (wikipedia).

2.1.1.9.Forum

Kullanıcıların düşüncelerini yazdıkları, diğer kullanıcıların yazılarını okuyabildikleri, fikir alışverişinde buldukları mesaj panolarıdır. Kullanıcılar var olan konularla ilgili yazdıkları gibi yeni başlıklarda açabilirler. Kullanıcıların konu, mekan, ilaç, yemek vb bir çok konuda sonuçlar ile ilgili bilgi paylaşımları, forumları daha haber kanalı ve bilgi kanalı haline çevirmekte ve önem kazandırmaktadır (Koçak , 2012) .

2.1.2.Evlilik Kavramı

Evlilik kadın ve erkeğin bir aile kurmak için normlara uygun olarak , hukuki ve kültürel açıdan meşru bir bağın oluşturulmasıdır. Evlilikte eşler düzenli bir yaşamı paylaşırken, sosyal bir paylaşım içindedirler, aynı zamanda evlilik toplum tarafından onaylanmış bir ilişkidir. Evlilik biyolojik yapının yanında eşlere sosyal bir yapı da sunar .Evlilik bireylerin psikolojik, sosyolojik ve biyolojik bir çok ihtiyacını karşılar. Toplumun ve kültürün devamını sağlayan bir yönü de vardır (Güleç , 2008 . bölüm :4).

Evlilik; Cinselliğin doyurulması için sağlıklı bir imkan sağlar, bireyler kendilerini güvende hisseder, toplum tarafından evli bireyler bir çok yerde daha hızlı kabul görür, evliliğin yeni yükümlülükleri toplumsal kurallar çerçevesinde bireylerin yaşamına yeni sorumluluklar, sınırlar ve düzen getirir, ekonomik güç getirir, yaşamı paylaşmak bireylerde iyi olma halini ortaya çıkarır ve yaşama bağlar (Güleç , 2008 , Bölüm: 4) .

Evliliğin gerçekleşmesinin temelde 3 motivasyon kaynağı vardır . Bunlar : Biyolojik Motivasyon; neslini devam ettirebilme, uzun süreli ve sağlıklı cinsel birliktelik, hastalıklara karşı kendini koruyabilme . Psikolojik motivasyon; birey olarak sevilme, arzu edilme, sevilme, sevme . Sosyolojik motivasyon; toplumun bireyden beklediği görevi yerine getirme ve bunla birlikte bir saygınlık kazanma hazzıdır (Güleç , 2008 , Bölüm:4) .

2.1.2.1. İlişki Doyumu

Bireyin evliliği ne kadar doyurucu algıladığı ile ilgili öznel bir değerlendirmedir .Evlilikten beklentilerini karşılama ve evliliğin işlevselliği ile ilgili bir değerlendirmedir. Literatürde bireylerin evliliklerindeki ilişki doyumu ile ilgili bulunan kuramsal yaklaşımlar şunlardır.

Sosyal Müdahale Kuramı : bu kuram ödül-bedel ilişkisine dayanır. Birey daha az çaba yada bedelle, daha fazla kar yada ödül elde etmek ister . Özellikle ilişki doyumu bu kuram üzerinden değerlendirilir . Bireyler evliliği sürdürmek için gösterdikleri çaba ile bireysel olarak elde ettikleri ödül veya toplumdan aldıkları geri dönüte göre , evliği bir bütün olarak algılar ve ilişkiye katılımları artar. Burada esas olan ödülü bedelden fazla algılayan bireyin ilişkiye katılımının artması ve ilişkiyi sürdürmek istemesidir (Anar , 2011) .

Sosyal Öğrenme Kuramı : Bu kuram bireylerin davranışlarını , doğuştan bir alt yapı ile gelmediklerini, yaşantıları içinde ebeveynlerinden edindiklerini ve kendi evlilikleri içinde de ebeveynlerinden öğrendikleri bu davranışları sergilediklerini söylemektedir. Bu kurama göre eşler kişiler arası ilişkilerindeki algı ve davranışları evliliklerine taşıyarak yanlış anlama ve algılamaların temelini oluşturmaktadırlar (Anar , 2011) .

Kişiler Arası İletişime Dair Sosyal Biliş Kuramı : ‘İnsanlar başkaları ile ilgili ne düşünmektedir’ konusuna ilişkin açıklamalar yapar. Bu kurama göre eşler , başkalarının düşünceleri yerine, kendi algısından yola çıktığında ve eşine toplumsal görevler biçmediğinde ilişki doyumunun daha yüksek algılanacağını belirtir. Böylece eşler arasında eşitlikçi ve kısıtlayıcı olmayan bir ilişki algılanır (Anar , 2011) .

Bağlanma Kuramı : Bowlby’ nin bağlanma kuramına göre çocuk ebeveyni ile olan ilişkisine göre zihinsel bir sistem geliştirir ve diğerleri ile olan ilişkisinde bu sistemden beslenir, evlilik ilişkisinde de bu sistemden beslenen davranışlar ortaya çıkar (Üncü , 2007) .

Yükleme Kuramı :Bu kuram bir olayın ortaya çıkışını kişinin algı ve yargılarından kaynaklandığını söyler. Nedensellik ve sorumluluk kavramları öne çıkmaktadır. Nedensellikten kasıt kişinin algı ve yargılarının hangi olaylara neden

olduğu ile ilgiliyken, sorumluluk ortaya çıkan olayla ilgili kişinin başkalarına hesap vermeye karşı duyduğu sorumlulukla ilgilidir, birey bir eylemde bulunurken hangi motivasyon kaynakları ile hareket ettiğini dikkate alır (Üncü , 2007).

2.2. KONUYLA İLGİLİ KURAMSAL AÇIKLAMALAR

2.2.1. Sosyal Medya Üzerine Yapılan Araştırmalar

Gençlik ve Spor Bakanlığı sosyal medya kullanımı ile ilgili yaptığı 3 aylık süreyi kapsayan araştırmasında 26 ilden 15-29 yaş arasında 2057 gençle uzmanların yaptığı görüşmeler sonunda, araştırmaya katılan gençlerin %96' sı sosyal medya kullanmakta, bu gençlerin annelerinin %40'ının, babalarının %47 sinin sosyal medya kullandığı sonucu elde edilmiştir. Araştırmaya katılan gençlerin %82 si her gün bir kez sosyal medyaya mutlaka bakarım dediği elde edilmiştir. 2057 i gencin %13 ü sosyal medya da 6 saat ve üzeri vakit geçirmektedir. Gençlerin en çok kullandığı sosyal ağ Facebook olarak öne çıkarken, ikinci sırada Youtube ve İnstagram, sonrasında da Twitter yer almaktadır. Gençlerin %60 ı sosyal medyayı eğlenmek için kullanırken %59 u bilgi almak için kullanmaktadır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre yaş ilerledikçe arkadaşlarından oluşan sosyal ağ oluşturma isteğinin arttığı ortaya çıkmıştır (www.sosyalmedya.co/gsb-sosyal-medya-arastirmasi/) .

Sosyal Medya ile ilgili Türkiye de yapılan araştırmalara baktığımızda , sosyal medyanın farklı değişkenlerle ilişkisinin incelendiği birçok araştırmanın olduğu görülmektedir (www.tez.yok.gov.tr). Bu değişkenler sosyal medya kullanım motivasyonlarının farklı gruplarda (lise, orta okul, üniversite vb..) neler olduğundan, pazarlama, markalar, siyaset, geleneksel medya gibi birçok alana ait kavramlarla ilişkisi ve etkileri ile ilgili olarak yapılmıştır.

Burada; kullanımlar doyumlar yaklaşımı bağlamında kişilik özellikleri, kullanım motivasyonları, televizyon izleme davranışlar, kamu politikası ,zihin kontrolü, sosyal medyanın toplum üzerine etkileri, toplumsal hafıza, iletişim kaygısı değişkenleri ile sosyal medyanın birlikte ele alındığı araştırmalardan elde edilen bulgulardan kısaca bahsedilecektir.

Akçay (2011) yaptığı araştırmasında sosyal medya kullanım süresinin uzaması ile bireylerin sosyal medyayı, sosyal çevre edinme, rahatlama/stresten uzaklaşma aracı olarak gördükleri bulgularına ulaşmıştır. Bu araştırmasında yapılan yüz yüze görüşmede kullanıcılar sosyal medyada zaman geçirmenin yakınları ile zaman geçirme alışkanlıklarını zayıflattığı halde sosyal medya kullanmaktan vazgeçemediklerini belirtmiştir. Bu çalışmada elde edilen diğer bulgu, kullanıcıların sosyal medyayı bilgi edinme kaynağı olarak görmüyor olmalarıdır.

Hamamcı (2015) televizyonun sosyal medya karşısındaki yeri ve gelişen teknoloji ile birlikte televizyon alışkanlığının ne olduğunu incelemiştir. Araştırmasında, sosyal medyanın yaygınlaşması ile televizyon yapımcılarının sosyal medyanın her yönünü kullanarak, sosyal medya üzerinden varlıklarını korumaya çalıştıklarını ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile televizyon izleme oranının düştüğünü, kadınların daha fazla tv izlediğini ve eğitim seviyesinin tv izleme oranı ile ters orantıda olduğunu bulmuştur. Hamamcı (2015)'ya göre televizyon kanallarının kadına yönelik programlar yapması strateji açısından doğrudur ancak bu durumda genç bir kitle olan sosyal medya kullanıcılarını daha da televizyondan uzaklaştırmaktadır.

Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla beraber bireyler öteki hakkında bilgi toplama ve sonrasında kullanma için depolama, sosyal medya platformları tarafından gözleme-gözetlenme konusu meşrulaştırılmaya çalışılmakta ve bazı otoritelerce kullanıcılar muhbir olmaya özendirilmekte olduğunu vurgulayan Kızıllarslan (2012) araştırmasında, sosyal medyada mahremiyetin bir yanığı olduğunu, bireylerin paylaşımlarında görünürde bir sınırlamaya sahip olduklarını, paylaşımlarının otoritelerce depolandığını, sosyal medyanın insanların gözünde eğlence, vakit geçirme gibi basit anlamlar yüklenmesini, eleştirel gözle bakılmasını güçleştirmekte olduğunu söylemektedir.

Ergene (2014) yaptığı araştırma sonucunda; sosyal medya kullanıcılarının ulusal siyaset, uluslararası siyaset, tv dizileri, spor alanında sosyal medyadan edindikleri bilgiler doğrultusunda bu alanlarla ilgili toplumsal hafıza oluşmasında etkili olduğu, müzik alanında diğer iletişim kaynaklarından da edinilen bilgilerin toplumsal hafızanın oluşumuna etki etmekte olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Çakmak (2014), yaptığı araştırmasında bireylerin sosyal medyayı hem yakın çevreleri ile iletişim için kullanırken hem de kitle iletişimi için kullandığını belirtmekle beraber, iletişim kaygısı ile sosyal medya değişkenlerini birlikte ele almış, yüksek

iletişim kaygısı ile sosyal medya kullanım sıklıklarının orta düzey iletişim kaygısı olan bireylere göre daha düşük olduğun , iletişim kaygısı düşük ve orta düzeyde olanların ise sosyal medyayı daha sık kullandığına ve paylaşımlara tepki gösterme gibi eylemleri daha sık gerçekleştirebildiği bulgularına ulaşmıştır.

Göçoğlu (2014), yaptığı araştırmasında; sosyal medya kullananların kamu politikasına etki edebileceklerinin farkında oldukları ,kullanıcıların bir araya gelerek kamu politikasını etkileyebileceklerine dair inançlarının olduğu, kullanıcıların sosyal medyayı haberleşme ve iletişim için daha çok tercih ettikleri bulgusuna ulaşmakla beraber kamu politikası sonucunda sosyal medya da oluşan gündem ve etkiler, buna bağlı olarak ortaya çıkan yeni gündem ve bu gündemin sonuçlarının sosyal medya üzerinden takip edebildiklerini ortaya koymuştur.

Ağırbaş (2012), sosyal medya ve zihin kontrolü değişkenlerini ele aldığı araştırmasında şu sonuçlara ulaşmıştır: Zihin kontrolü yapıldığına ilişkin algılamalar, sosyal medyanın tüm platformlar açısından bütün katılımcılara göre yüksek bir orana sahiptirler, zihin kontrolü yapıldığı algısı kadınlar da 'yüksek ' erkeklerde ise ' çok yüksek'tir, sosyal medyaya her gün kullananlar daha yüksek algılarken daha uzun aralıklarla girenler daha düşük algılamaktadırlar.

2.2.2. İlişki Doyumu Üzerine Yapılan Araştırmalar

İlişki doyumu ile ilgili araştırılan değişkenlere bakıldığında, kadınlara verilen iletişim çatışmaları eğitimi, benlik saygısı, bağlanma stilleri, kişilik özellikleri ,eş desteği, evliliğe dair inançlar, cinsiyet rolleri gibi pek çok değişken ile ilişkisini ortaya koymaya çalışan araştırmaya rastlanmaktadır. İlişki doyumu ile ilgili yapılan araştırmalar sonunda elde edilen bulgulardan kısaca bahsedilecektir.

Baran (2013) araştırmasında, kadınlara verilen iletişim çatışmaları eğitimin sonunda ilişki doyumlarının yükseldiğini, olumlu çatışma çözme stillerine daha çok başvurduklarını ortaya koymuştur .

Zeytinoğlu (2013), İlişki doyumu ile benlik saygısının düşük düzeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişkisinin olduğunu, evlilikte yaşanan çatışmalar ile ilişki doyumunun yüksek düzeyde ve ters yönde ilişkisinin olduğunu belirlemiştir. Benlik saygısı ile

yaşanan evlilik çatışması arasında yüksek düzeyde ve ters yönde bir ilişki olduğu diğer bulunan bulgudur.

Sarı (2012) araştırmasında, kaygılı ve kaçınarak bağlananların ilişki doyumunun daha düşük olduğu, annelerini duygusal bakımdan yalnız bırakan, Küçümseyen/Kusur bulan ve cezalandıran alt boyutlarında değerlendiren kişilerin ilişkiden aldıkları doyumun düşük, annelerini Koşullu/Başarı odaklı alt boyutunda değerlendiren kişilerin ilişkiden aldıkları doyumun yüksek olduğu bulunmuştur. Aynı araştırma da babalarını Kuralcı/Kalıplayıcı, Küçümseyen/Kusur Bulan, Duygusal Bakımdan Yoksun Bırakan, Sömüren/İstismar Eden ve Cezalandıran alt boyutlarında değerlendiren kişilerin ilişkiden aldıkları doyum düzeylerinin düşük olduğu saptanmıştır. Babalarını Değişime Kapalı/Kusur Bulan, Aşırı Koruyucu Evhamlı, Koşullu/başarı odaklı, Aşırı İzin Verici/Sınırsız, Kötümser/Endişeli alt boyutlarında değerlendiren kişilerin ilişkiden aldıkları doyum ile algılamalarının ilişkisinin bulunmadığı elde edilmiştir.

Çağ (2011) yaptığı araştırmanın sonucu elde edilen ilişki doyumu ile ilgili bulgular; “cinsiyet”, “cinsel yaşam”, “ev içi sorumlulukların paylaşımı” ve “dindarlık düzeyi” değişkenleri incelendiğinde evli bireylerin ilişkiden aldıkları doyum düzeylerinin etkilendiğini ortaya koymaktadır. Sorumlulukların paylaşılması ile beraber eş desteğini algılama düzeyi artan bireylerin ilişkiden aldıkları doyum düzeyi de artmaktadır.

Cinsiyet, eğitim, yaş, çocuk sayısı, evlilik süresi, profesyonel psikolojik yardım ile ilişki doyum düzeyi arasında Çınar (2008), tarafından yapılan araştırmada anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.

Güven (2005), tarafından yapılan araştırmada problem çözmenin evlilik doyumu üzerinde önemli bir etkisinin olduğu, gerçekçi olmayan ilişki beklentilerinin ilişki doyumunu etkilediği, yaş, cinsiyet ve yakınlıktan kaçınma ve zihin okumanın ilişki doyumunu yordamadığı bulgularına ulaşılmıştır.

BÖLÜM III

3.YÖNTEM

Bu bölümde araştırmada kullanılan ölçme araçları , araştırmanın evren ve örnekleme, verilerin elde edilmesinde kullanılan yol, verilerin istatistiğinde kullanılan araç ve yöntemlerden bahsedilecektir.

3.1.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde ikamet eden sosyal medya kullanan bireyler oluşturmaktadır . Araştırmanın örneklemini ise İstanbul ilinde ikamet eden sosyal medya kullanan bireylerden evli olan ve rastgele seçilen 80 birey oluşturmaktadır. Örnekleme seçilen bireyler gönüllülük esasına dayalı olarak seçilmiştir.

3.2. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada bireylerin demografik özelliklerini belirlemek için Koçak (2012) tarafından hazırlanan Sosyodemografik form, Sosyal medya kullanım oranını belirlemek için Sosyal Medya Kullanım Ölçeği, bireylerin ilişki doyumlarını belirlemek için Evlilik Doyum Ölçeği kullanılmıştır.

3.2.1. Sosyodemografik Form

Araştırmaya katılan bireylerin sosyodemografik özelliklerini belirlemek için Nazife Gizem Koçak (2012) tarafından hazırlanan form kullanılmıştır, bu formda bireylerin yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim, yabancı dil, çocuk sayısı, çalışma durumu, gelir, aile yapısı ile ilgili bilgi edinmeye yönelik sorular bulunmaktadır.

3.2.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

Araştırma da bireylerin sosyal medya kullanım oranını belirlemek için kullanılan Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Nazife Gizem Koçak tarafından 2012 yılında doktora tezi olarak hazırlanmıştır. Bu ölçek bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonlarının neler olduğunu belirlemek amacı ile genel tarama modeli ile biçimlendirilmiş ve iki aşamada oluşturulmuştur. Birinci aşamada alanyazın taranarak sosyal medyaya ilişkin kavramlar belirlenmiştir, kavramlar uzman görüşüne sunulmuş, herkes için aynı anlama gelip gelmediği sınılanmış, farklı çağrışımlarda bulunan kavramlar çıkartılmıştır, ikinci aşamada odak görüşmesi ile oluşturulacak ankete veri sağlanmıştır. Odak görüşmesinin verilerinin incelenmesinde nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Alanyazın tarama, uzman görüşü ve odak görüş ile oluşturulan anket 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm medya kullanımı, ikinci bölüm sosyal medya kullanım motivasyonlarını belirlemeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır .

Bu ölçeğin geçerlilik çalışmaları görünüş ve içerik geçerliliği ile ölçülmüştür. Veri toplama aracının sosyal medya kullanımına yönelik ikinci bölümünde yer alan ve araştırmanın genel amacına ilişkin temel verileri sağlayan 15. 19. ve 20. soruların güvenilirliği test etmek için Cronbach Alpha (α) katsayısı dikkate alınmıştır. Gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alpha katsayısının 11 alt ifadenin yer aldığı 15. soru için ($\alpha=,890$); 20 alt ifadenin yer aldığı 19. soru için ($\alpha=,914$) ve 26 alt ifadenin yer aldığı 20. soru için ($\alpha=,930$) oldukça yüksek olduğu görülmektedir. 15, 19. ve 20. sorular kapsamındaki tüm alt ifadeler ölçülmek istenen olguyu başarıyla ölçmektedir.

3.2.3. Evlilik Yaşam Ölçeği

Esin TEZER tarafından 1996'da eşlerin evlilikteki ilişki doyumu düzeyini belirlemek amacıyla oluşturulmuş 5'li likert tipi derecelendirilmiş 10 sorudan oluşmaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 50 en düşük puan 10 dur. Güvenilirlik çalışmalarında test tekrar test yöntemi kullanılmış, pearson momentler

katsayısı çarpımı ile test tekrar test güvenilirlik katsayısı 0.85 olarak bulunmuştur. Diğer bir güvenilirlik çalışması iç tutarlılık ile ölçülmüş sonuçlar cronbach alpha formulu ile hesaplanmıştır. İlk uygulamada iç tutarlılık katsayısı 0.91 ikinci uygulamada 0.89 olarak bulunmuştur. Bu bulgular ölçeğin yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Ölçeğin yapı geçerliliği bilinen grupların karşılaştırılması tekniği ile sınıanmıştır. Bunun için boşanmış bireylerle evliliğini sürdürmekte olan bireyler karşılaştırılmış, varyans homojenliği test edildikten sonra puan ortalamaları arasındaki fark T testi ile incelenmiştir. T testi 6.23 olarak bulunmuş, bu değer $p < 0.01$ oranında anlamlıdır. Bu bulgu bu ölçeğin doyum açısından evli ve boşanmış bireyleri birbirinden ayırt ettiğini göstermiş ve dış ölçüte göre geçerliliğinin kanıtı olarak gösterilmiştir. Ölçeğin sosyal beğenilirlik açısından nasıl etkilendiğini değerlendirmek için bireylerin evlilik yaşam ölçeği ve kişisel davranış anketinden elde ettikleri puanlar arasındaki korelasyon 0.21 bulunmuştur, bu puan anlamlı değildir, ölçek bireylerin sosyal beğenilirlikleri evlilik yaşam ölçeğinden aldıkları puanları çok az etkilemektedir bu da ölçeğin geçerliliğe dolaylı bir kanıttır. Ölçeğin test-tekrar test yöntemi ile belirlenen güvenilirlik kat sayısı 0.85, Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı ise erkek grubunda 0.88, kadın grubunda 0.91 olarak bulunmuştur. Bu bulgular ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Tezer , 1996).

3.3. Araştırma Süresi

Araştırma için veriler Şubat – Nisan 2015 tarihleri arasında gönüllük esasına dayalı olarak seçilen katılımcıların kendileri tarafından doldurulmuştur. Ölçeklerin doldurulması yaklaşık 20-25 dk sürmüştür. Katılımcıların sosyal medya kullanan evli bireyler olması aranan kriter olarak alınmıştır.

3.4. Verilerin İstatistiksel Analizi

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için SPSS 21.0 İstatistik paket programı kullanıldı. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotların (Frekans, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) yanı sıra normal dağılımın incelenmesi için Kolmogorov - Smirnov dağılım testi kullanıldı.

Niceliksel verilerin karşılaştırılmasında iki grup durumunda, parametrelerin gruplar arası karşılaştırmalarında Mann Whitney U test kullanıldı. Niceliksel verilerin karşılaştırılmasında ikiden fazla grup durumunda, parametrelerin gruplar arası karşılaştırmalarında Kruskal Wallis testi ve farklılığa neden olan grubun tespitinde Mann Whitney U test kullanıldı. İki niceliksel verinin karşılaştırılmasında Spearman Korelasyon Analizi kullanıldı.

Sonuçlar % 95 güven aralığında, $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirildi.

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, araştırma probleminin çözümü için, araştırmaya katılan bireylerin ölçekler yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

Tablo 1. Sosyo-demografik özellikler

		Frekans(n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	50	62,5
	Erkek	30	37,5
	Toplam	80	100,0
Yaş	15-19	1	1,3
	20-24	3	3,8
	25-29	18	22,8
	30-34	23	29,1
	35-39	11	13,9
	40-44	4	5,1
	45-49	8	10,1
	50-54	3	3,8
	55-59	6	7,6
	60-64	2	2,5
	Toplam	79	100,0
Eğitim Düzeyi	İlköğretim Mezunu	16	20,3
	Lise ve Dengi Okul Mezunu	21	26,6
	Yüksekokul Fakülte mezunu	35	44,3
	Lisansüstü Eğitim Mezunu	7	8,9
	Toplam	79	100,0
Yabancı Dil	Evet	29	36,2
	Hayır	51	63,7
	Toplam	80	100,0
Bildiği Yabancı Dil	Almanca	3	3,8
	Arapça,İngilizce,Fransızca	1	1,2
	İngilizce	18	22,5

	İngilizce,Almanca	1	1,2
	Rusça	2	2,5
	Toplam	25	-
Medeni Durum	Evli	80	100,0
Çocuk varlığı	Evet	54	69,2
	Hayır	24	30,8
	Toplam	78	100,0
Uygun İfade	Tek başıma yaşıyorum	1	1,2
	Ailemle birlikte yaşıyorum	4	5,0
	Eşimle çocuklarımla birlikte yaşıyorum	74	92,5
	Ev arkadaşım ile birlikte yaşıyorum	1	1,2
	Toplam	80	100,0
Çalışma Durumu	Çalışıyor	48	60,0
	Öğrenci	1	1,2
	Ev Kadını	23	28,7
	Emekli	2	2,5
	İş Arıyor	6	7,5
	Toplam	80	100,0
Gelir Durumu	750 tl ve altı	5	6,6
	751 tl - 1500 tl	23	30,3
	1501 tl - 2250 tl	20	26,3
	2251 tl - 3000 tl	14	18,4
	3001 tl ve üzeri	14	18,4
	Toplam	76	100,0

Araştırmaya katılanlar cinsiyet değişkenine göre 50'si (%62,5) kadın, 30'u (%37,5) erkek olarak dağılmaktadır (Tablo.1)

Araştırmaya katılanlar yaş değişkenine göre 1'i (%1,3) 15-19, 3'ü (%3,8) 20-24, 18'i (%22,8) 25-29, 23'ü (%29,1) 30-34, 11'i (%13,9) 35-39, 4'ü (%5,1) 40-44, 8'i (%10,1) 45-49, 3'ü (%3,8) 50-54, 6'sı (%7,6) 55-59, 2'si (%2,5) 60-64 olarak dağılmaktadır (Tablo.1).

Araştırmaya katılanlar eğitim düzeyi değişkenine göre 16'sı (%20,3) İlköğretim mezunu, 21'i (%26,6) Lise ve Dengi Okul Mezunu, 35'i (%44,3) Yüksekokul Fakülte Mezunu, 7'si (%8,9) Lisansüstü Eğitim Mezunu olarak dağılmaktadır (Tablo.1).

Araştırmaya katılanlar yabancı dil değişkenine göre 29'u (%36,2) evet, 51'i (%63,7) hayır olarak dağılmaktadır (Tablo.1).

Araştırmaya katılanlar bildiği yabancı dil değişkenine göre 55'i (%68,8) hayır, 3'ü (%3,8) almanca, 1'i (%1,2) arapça, ingilizce, fransızca, 18'i (%22,5) ingilizce, 1'i (%1,2) ingilizce, almanca, 2'si (%2,5) rusça olarak dağılmaktadır (Tablo.1).

Araştırmaya katılanlar medeni durum tümü evliydi (Tablo.1) .

Araştırmaya katılanlar çocuk varlığı değişkenine göre 54'ü (%69,2) evet, 24'ü (%30,8) hayır olarak dağılmaktadır (Tablo.1) .

Araştırmaya katılanlar uygun ifade değişkenine göre 1'i (%1,2) Tek başıma yaşıyorum, 4'ü (%5,0) Ailemle birlikte yaşıyorum, 74'ü (%92,5) Eşimle çocuklarımla birlikte yaşıyorum, 1'i (%1,2) Ev arkadaşım ile birlikte yaşıyorum olarak dağılmaktadır (Tablo.1) .

Araştırmaya katılanlar çalışma durumu değişkenine göre 48'i (%60,0) Çalışıyor, 1'i (%1,2) Öğrenci, 23'ü (%28,7) Ev kadını, 2'si (%2,5) Emekli, 6'sı (%7,5) İş arıyor olarak dağılmaktadır (Tablo.1) .

Araştırmaya katılanlar gelir durumu değişkenine göre 5'i (%6,6) 750 TL ve altı, 23'ü (%30,3) 751 TL - 1500 TL, 20'si (%26,3) 1501 TL - 2250 TL, 14'ü (%18,4) 2251 TL - 3000 TL, 14'ü (%18,4) 3001 TL ve üzeri olarak dağılmaktadır (Tablo.1) .

Tablo 2. Meslek Dağılımı

	n	%
Akademisyen	1	2,6
Ayakkabıcı	1	2,6
Bankacı	2	5,1
Diş Hekimi	1	2,6
Diş Hekimi Asistanı	1	2,6
Doktor Asistanı	1	2,6
Halkla İlişkiler	3	7,7
Hemşire	1	2,6

Hostes	3	7,7
İdare Amiri	1	2,6
İnsan Kaynakları Müdürü	1	2,6
İşçi	1	2,6
Kuyumcu	1	2,6
Mimar	1	2,6
Mobilyacı	1	2,6
Muhasebeci	1	2,6
Mühendis	2	5,1
Mütahit	1	2,6
Okul Öncesi Öğretmen	1	2,6
Öğretmen	6	15,4
Psikolojik danışman	1	2,6
Psikolog	1	2,6
Sanayici	1	2,6
Sekreter	1	2,6
Serbest	1	2,6
Tasarımcı	1	2,6
Uçak Teknisyeni	1	2,6
Usta Öğretici	1	2,6

Araştırmaya katılanların 1'i (% 2,6) akademisyen, 1'i (% 2,6) ayakkabıcı, 2'si (% 5,1) bankacı, 1'i (% 2,6) diş hekimi, 1'i (% 2,6) diş hekimi asistanı, 1'i (% 2,6) doktor asistanı, 3'ü (% 7,7) halkla ilişkiler, 1'i (% 2,6) hemşire, 3'ü (% 7,7) hostes, 1'i (% 2,6) idare amiri, 1'i (% 2,6) insan kaynakları müdürü, 1'i (% 2,6) işçi, 1'i (% 2,6) kuyumcu, 1'i (% 2,6) mimar, 1'i (% 2,6) mobilyacı, 1'i (% 2,6) muhasebeci, 2'si (% 5,1) mühendis, 1'i (% 2,6) mütahit, 1'i (% 2,6) okul öncesi öğretmen, 6'sı (% 15,4) öğretmen, 1'i (% 2,6) psikolojik danışman, 1'i (% 2,6) psikolog, 1'i (% 2,6) sanayici, 1'i (% 2,6) sekreter, 1'i (% 2,6) serbest, 1'i (% 2,6) tasarımcı, 1'i (% 2,6) uçak teknisyeni, 1'i (% 2,6) usta öğretici olduğunu söyledi (Tablo.2).

Tablo 3. Etkinlik Gerçekleştirme Sıklığı

	Hemen hemen hergün		Haftada bir ya da birkaç kez		Ayda bir ya da birkaç kez		Yılda bir ya da birkaç kez		Hiçbir zaman yada çok nadir	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
Sinemaya giderim	0	0	4	5	31	40	27	35	15	19
Tiyatroya giderim	0	0	0	0	9	12	29	38	38	50
Konsere giderim	0	0	0	0	1	1	32	43	41	55
Opera bale gösterilerine giderim	0	0	0	0	1	1	7	9	66	89
Kitap okurum	19	25	19	25	15	19	15	19	9	12
Dergi okurum	12	16	19	25	25	33	5	7	15	20
Spor yaparım	12	16	21	28	16	21	14	18	13	17
Ailemle arkadaşlarımla zaman geçiririm	40	51	33	42	4	5	0	0	1	1
Kafeye bara restorana giderim	9	12	20	27	30	40	8	11	8	11
Bilgisayar oyunları oynarım	8	11	17	23	6	8	12	16	32	43
İnternette dolaşırım	58	74	14	18	5	6			1	1
Hobilerimle uğraşırım	22	29	27	35	17	22	6	8	5	6
Tatile çıkarım	1	1	2	3	5	6	60	76	11	14
Yurtdışına çıkarım	0	0	1	1	2	3	16	22	54	74
Bir iki günlük gezilere giderim	0	0	1	1	14	19	31	42	28	38

Araştırmaya katılanların “sinemaya giderim” ifadesine 4’ü (%5,2) Haftada bir ya da birkaç kez, 31’i (%40,3) Ayda bir ya da birkaç kez, 27’si (%35,1) Yılda bir ya da birkaç kez, 15’i (%19,5) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3) .

Araştırmaya katılanların “tiyatroya giderim” ifadesine 9’u (%11,8) Ayda bir ya da birkaç kez, 29’u (%38,2) Yılda bir ya da birkaç kez, 38’i (%50,0) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3) .

Araştırmaya katılanların “konsere giderim” ifadesine 1’i (%1,4) Ayda bir ya da birkaç kez, 32’si (%43,2) Yılda bir ya da birkaç kez, 41’i (%55,4) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3) .

Araştırmaya katılanların “opera bale gösterilerine giderim” ifadesine 1'i (%1,4) Ayda bir ya da birkaç kez, 7'si (%9,5) Yılda bir ya da birkaç kez, 66'sı (%89,2) Hiçbir zaman ya da çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3).

Araştırmaya katılanların “kitap okurum” ifadesine 19'u (%24,7) Hemen hemen hergün, 19'u (%24,7) Haftada bir ya da birkaç kez, 15'i (%19,5) Ayda bir ya da birkaç kez, 15'i (%19,5) Yılda bir ya da birkaç kez, 9'u (%11,7) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3).

Araştırmaya katılanların “dergi okurum” ifadesine 12'si (%15,8) Hemen hemen hergün, 19'u (%25,0) Haftada bir ya da birkaç kez, 25'i (%32,9) Ayda bir ya da birkaç kez, 5'i (%6,6) Yılda bir ya da birkaç kez, 15'i (%19,7) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3) .

Araştırmaya katılanların “spor yaparım” ifadesine 12'si (%15,8) Hemen hemen her gün, 21'i (%27,6) Haftada bir ya da birkaç kez, 16'sı (%21,1) Ayda bir ya da birkaç kez, 14'ü (%18,4) Yılda bir ya da birkaç kez, 13'ü (%17,1) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3).

Araştırmaya katılanların “ailemle arkadaşlarımla zaman geçiririm” ifadesine 40'ı (%51,3) Hemen hemen hergün, 33'ü (%42,3) Haftada bir ya da birkaç kez, 4'ü (%5,1) Ayda bir ya da birkaç kez, 1'i (%1,3) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3) .

Araştırmaya katılanların “kafe'ye, bar'a restorana giderim” ifadesine 9'u (%12,0) Hemen hemen hergün, 20'si (%26,7) Haftada bir ya da birkaç kez, 30'u (%40,0) Ayda bir ya da birkaç kez, 8'i (%10,7) Yılda bir ya da birkaç kez, 8'i (%10,7) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3) .

Araştırmaya katılanların “bilgisayar oyunları oynarım” ifadesine 8'i (%10,7) Hemen hemen hergün, 17'si (%22,7) Haftada bir ya da birkaç kez, 6'sı (%8,0) Ayda bir ya da birkaç kez, 12'si (%16,0) Yılda bir ya da birkaç kez, 32'si (%42,7) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3).

Araştırmaya katılanların “internette dolaşırım” ifadesine 58'i (%74,4) Hemen hemen hergün, 14'ü (%17,9) Haftada bir ya da birkaç kez, 5'i (%6,4) Ayda bir ya da birkaç kez, 1'i (%1,3) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3).

Araştırmaya katılanların “hobilerimle uğraşırım” ifadesine 22'si (%28,6) Hemen hemen hergün, 27'si (%35,1) Haftada bir ya da birkaç kez, 17'si (%22,1) Ayda bir ya da birkaç kez, 6'sı (%7,8) Yılda bir ya da birkaç kez, 5'i (%6,5) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3) .

Araştırmaya katılanların “tatile çıkarım” ifadesine 1'i (%1,3) Hemen hemen hergün, 2'si (%2,5) Haftada bir ya da birkaç kez, 5'i (%6,3) Ayda bir ya da birkaç kez, 60'ı (%75,9) Yılda bir ya da birkaç kez, 11'i (%13,9) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3).

Araştırmaya katılanların “yurtdışına çıkarım” ifadesine 1'i (%1,4) Haftada bir ya da birkaç kez, 2'si (%2,7) Ayda bir ya da birkaç kez, 16'sı (%21,9) Yılda bir ya da birkaç kez, 54'ü (%74,0) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3).

Araştırmaya katılanların “bir iki günlük gezilere giderim” ifadesine 1'i (%1,4) Haftada bir ya da birkaç kez, 14'ü (%18,9) Ayda bir ya da birkaç kez, 31'i (%41,9) Yılda bir ya da birkaç kez, 28'i (%37,8) Hiçbir zaman yada çok nadir yanıtını vermişlerdir (Tablo.3).

Tablo 4. M.K.

	1-3 saat		4-6 saat		7 saatten fazla	
	n	%	n	%	n	%
TELEVİZYON	41	52	13	16	1	1
GAZETE	11	14	0	0	0	0
RADYO	19	26	6	8	3	4
İNTERNET	41	51	12	15	6	8

Araştırmaya katılanlar televizyon için 24'ü (%30,4) 1 saatten az, 41'i (%51,9) 1-3 saat, 13'ü (%16,5) 4-6 saat, 1'i (%1,3) 7 saatten fazla kullandığını söyledi (Tablo.4) .

Araştırmaya katılanlar gazete için 66'sı (%85,7) 1 saatten az, 11'i (%14,3) 1-3 saat kullandığını söyledi (Tablo.4) .

Araştırmaya katılanlar radyo için 46'sı (%62,2) 1 saatten az, 19'u (%25,7) 1-3 saat, 6'sı (%8,1) 4-6 saat, 3'ü (%4,1) 7 saatten fazla kullandığını söyledi (Tablo.4).

Araştırmaya katılanlar internet için 21'i (%26,2) 1 saatten az, 41'i (%51,2) 1-3 saat, 12'si (%15,0) 4-6 saat, 6'sı (%7,5) 7 saatten fazla kullandığını söyledi (Tablo.4).

Tablo 5. Dijital Platformlara üyelik ve Bilgisayar Varlığı

		Frekans(n)	Yüzde (%)
Dijital Platformlara üyelik	Evet	50	63,3
	Hayır	29	36,7
	Toplam	79	100,0
Bilgisayar Varlığı	Evet	68	86,1
	Hayır	11	13,9
	Toplam	79	100,0

Araştırmaya katılanlar dijital platformlara üyelik sorusuna 50'si (%63,3) evet, 29'u (%36,7) hayır yanıtını vermişlerdir. Araştırmaya katılanlar bilgisayar varlığı sorusuna 68'i (%86,1) evet, 11'i (%13,9) hayır yanıtını vermişlerdir (Tablo.5)

Tablo 6. İnterneti kullanma amacı

	Frekans(n)	Yüzde (%)
E-posta işlemleri için	44	55,0
Sosyal medya platformlarına girmek için	62	77,5
Gazete okumak için	53	66,2
Tv programlarını, dizileri vb. İzlemek için	29	36,2
Müzik dinlemek için	42	52,5
Alışveriş yapmak için	38	47,5
Merak ettiğim, ilgilendiğim konularda araştırma yapmak için	68	85,0
Ürünlerle ilgili bilgi edinmek için	41	51,2
Oyun oynamak için	27	33,8
Program/müzik/film vb. İndirmek için	26	32,5
Banka işlemleri için	41	51,2

Seyahat planı yapmak için	30	37,5
İş aramak için	18	22,5
Diğer	2	2,5

Bireylerin 44'ü (%55,0) posta işlemleri için, 62'si (%77,5) sosyal medya platformlarına girmek için, 53'ü (%66,2) gazete okumak için, 29'u (%36,2) tv programlarını, dizileri vb. izlemek için, 42'si (%52,5) müzik dinlemek için, 38'i (%47,5) alışveriş yapmak için, 68'i (%85,0) merak ettiğim, ilgilendiğim konularda araştırma yapmak için, 41'i (%51,2) Ürünlerle ilgili bilgi edinmek için, 27'si (%33,8) oyun oynamak için, 26'sı (%32,5) program/müzik/film vb. indirmek için, 41'i (%51,2) banka işlemleri için, 30'u (%37,5) seyahat planı yapmak için, 18'i (%22,5) iş aramak için, 2'si (%2,5) diğer amaçlarla internet kullandığını söyledi (Tablo.6)

Tablo 7. S.M.K. İle İlgili Bulgular

	Her zaman		Sıklıkla		Ara sıra		Nadiren		Hiçbir zaman		bilgim yok	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Sosyal ağ siteleri	28	35	27	34	17	21	2	3	6	8		
Mesleki ağ siteleri	8	11	7	10	9	13	8	11	24	33	16	22
Video paylaşım siteleri	12	16	22	29	21	28	9	12	9	12	3	4
Fotoğraf paylaşım siteleri	6	8	10	13	22	29	5	7	21	28	11	15
Müzik paylaşım siteleri	2	3	13	19	10	15	10	15	23	34	9	13
Mikroblog uygulamaları	5	8	10	16	10	16	9	14	22	35	7	11
Sosyal İmlleme Siteleri	2	3			2	3	6	9	24	37	31	48
Forumlar	1	2	5	8	14	21	13	20	20	30	13	20
Bloglar			1	2	15	23	13	20	20	30	17	26
Wikiler	3	5	6	10	8	13	13	21	16	26	15	25
Podcastlar	4	6	2	3	7	11	13	21	20	32	16	26

Diğer			1	5	1	5	1	5	10	45	9	41
-------	--	--	---	---	---	---	---	---	----	----	---	----

Araştırmaya katılanların “sosyal ağ siteleri” ifadesine 28'i (%35,0) Her zaman, 27'si (%33,8) sıklıkla, 17'si (%21,2) Ara Sıra, 2'si (%2,5) Nadiren, 6'sı (%7,5) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.7).

Araştırmaya katılanların “mesleki ağ siteleri” ifadesine 8'i (%11,1) Her zaman, 7'si (%9,7) sıklıkla, 9'u (%12,5) Ara Sıra, 8'i (%11,1) Nadiren, 24'ü (%33,3) Hiçbir Zaman, 16'sı (%22,2) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7).

Araştırmaya katılanların “video paylaşım siteleri” ifadesine 12'si (%15,8) Her zaman, 22'si (%28,9) sıklıkla, 21'i (%27,6) Ara Sıra, 9'u (%11,8) Nadiren, 9'u (%11,8) Hiçbir Zaman, 3'ü (%3,9) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7).

Araştırmaya katılanların “fotoğraf paylaşım siteleri” ifadesine 6'sı (%8,0) Her zaman, 10'u (%13,3) sıklıkla, 22'si (%29,3) Ara Sıra, 5'i (%6,7) Nadiren, 21'i (%28,0) Hiçbir Zaman, 11'i (%14,7) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7) .

Araştırmaya katılanların “müzik paylaşım siteleri” ifadesine 2'si (%3,0) Her zaman, 13'ü (%19,4) sıklıkla, 10'u (%14,9) Ara Sıra, 10'u (%14,9) Nadiren, 23'ü (%34,3) Hiçbir Zaman, 9'u (%13,4) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7).

Araştırmaya katılanların “mikroblog uygulamaları” ifadesine 5'i (%7,9) Her zaman, 10'u (%15,9) sıklıkla, 10'u (%15,9) Ara Sıra, 9'u (%14,3) Nadiren, 22'si (%34,9) Hiçbir Zaman, 7'si (%11,1) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7) .

Araştırmaya katılanların “sosyal imleme siteleri” ifadesine 2'si (%3,1) Her zaman, 2'si (%3,1) Ara Sıra, 6'sı (%9,2) Nadiren, 24'ü (%36,9) Hiçbir Zaman, 31'i (%47,7) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7) .

Araştırmaya katılanların “forumlar” ifadesine 1'i (%1,5) Her zaman, 5'i (%7,6) sıklıkla, 14'ü (%21,2) Ara Sıra, 13'ü (%19,7) Nadiren, 20'si (%30,3) Hiçbir Zaman, 13'ü (%19,7) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7).

Araştırmaya katılanların “bloglar” ifadesine 1'i (%1,5) sıklıkla, 15'i (%22,7) Ara Sıra, 13'ü (%19,7) Nadiren, 20'si (%30,3) Hiçbir Zaman, 17'si (%25,8) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7) .

Araştırmaya katılanların “wikiler” ifadesine 3'ü (%4,9) Her zaman, 6'sı (%9,8) sıklıkla, 8'i (%13,1) Ara Sıra, 13'ü (%21,3) Nadiren, 16'sı (%26,2) Hiçbir Zaman, 15'i (%24,6) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7).

Araştırmaya katılanların “podcastlar” ifadesine 4'ü (%6,5) Her zaman, 2'si (%3,2) sıklıkla, 7'si (%11,3) Ara Sıra, 13'ü (%21,0) Nadiren, 20'si (%32,3) Hiçbir Zaman, 16'sı (%25,8) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7) .

Araştırmaya katılanların “diğer” ifadesine 1'i (%4,5) sıklıkla, 1'i (%4,5) Ara Sıra, 1'i (%4,5) Nadiren, 10'u (%45,5) Hiçbir Zaman, 9'u (%40,9) Bilgim Yok yanıtını vermişlerdir (Tablo.7).

Tablo 8. S.M.K. Süresi İle İlgili Bulgular

		Frekans(n)	Yüzde (%)
Ne Kadar Zamandır Sosyal Medya Platformlarını Takip	1 Yıldan Az	6	7,8
	1-2 Yıldır	16	20,8
	3-4 Yıldır	21	27,3
	5 Yıl Ve üzeri	34	44,2
	Toplam	77	100,0
Sosyal Medya Başında Yaklaşık Zaman	1 Saatten Az	21	27,6
	1-3 Saat	42	55,3
	4-6 Saat	13	17,1
	Toplam	76	100,0

Araştırmaya katılanların ne kadar zamandır S.M. platformlarını takip sorusuna 6'sı (%7,8) 1 yıldan az, 16'sı (%20,8) 1-2 yıldır, 21'i (%27,3) 3-4 yıldır, 34'ü (%44,2) 5 yıl ve üzeri yanıtını vermişlerdir. Araştırmaya katılanların SM başında yaklaşık zaman sorusuna 21'i (%27,6) 1 saatten az, 42'si (%55,3) 1-3 saat, 13'ü (%17,1) 4-6 saat yanıtını vermişlerdir (Tablo.8).

Tablo 9. S.M. Yapılan Eylemlerin Sıklığı

	Her zaman		Sıklıkla		Ara sıra		Nadiren		Hiçbir zaman	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Video izlerim	13	18	28	38	22	30	8	11	3	4
Kendi çektiğim videoları paylaşırım	5	7	10	14	14	19	24	33	19	26
Hoşuma giden fotoğrafları paylaşırım	7	10	14	19	22	31	22	31	7	10
Fotoğraflara bakarım	24	32	27	36	16	22	6	8	1	1
Kendime ait fotoğrafları paylaşırım	10	13	14	19	21	28	24	32	6	8
Hoşuma giden fotoğrafları paylaşırım	9	13	17	24	22	31	20	28	4	6
Müzik dinlerim	10	13	21	28	28	37	10	13	7	9
Hoşuma giden müzikleri paylaşırım	4	5	15	21	22	30	17	23	15	21
Kendi ürettiğim müziği paylaşırım			1	1	4	6	6	9	59	84
İlgimi çeken konularla ilgili yazıları okurum	13	17	41	54	16	21	4	5	2	3
Yazılarımı/görüşlerimi paylaşırım	2	3	16	22	19	26	23	32	13	18
İçeriklere yorum yazarım	2	3	15	21	26	36	20	27	10	14
İlgimi çeken konulardaki tartışmalara katılırım	4	5	12	16	15	21	21	29	21	29
İlgilendiğim kişilerin sayfalarını takip ederim	16	22	19	26	22	30	15	20	2	3
Chat yaparım	8	11	4	5	14	19	11	15	36	49
Hoşuma giden gruplara üye olurum	3	4	13	18	15	21	28	39	12	17
Durumumu/ruh halimi/konumumu belirtirim	7	10	3	4	14	19	10	14	39	53
Etkinlik sayfalarını takip ederim	10	14	17	23	21	29	19	26	6	8
Kişisel/mesleki bilgilerimi düzenli olarak güncellerim	10	14	5	7	16	22	15	21	26	36
Sosyal medyada yer alan oyun uygulamalarına katılırım	7	10	8	11	10	14	19	26	29	40
Diğer	0	0	1	20	0	0	0	0	4	80

Araştırmaya katılanların “video izlerim” ifadesine 13’ü (%17,6) Her zaman, 28’i (%37,8) sıklıkla, 22’si (%29,7) Ara Sıra, 8’i (%10,8) Nadiren, 3’ü (%4,1) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “kendi çektiğim videoları paylaşırım” ifadesine 5'i (%6,9) Her zaman, 10'u (%13,9) sıklıkla, 14'ü (%19,4) Ara Sıra, 24'ü (%33,3) Nadiren, 19'u (%26,4) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9) .

Araştırmaya katılanların “hoşuma giden fotoğrafları paylaşırım” ifadesine 7'si (%9,7) Her zaman, 14'ü (%19,4) sıklıkla, 22'si (%30,6) Ara Sıra, 22'si (%30,6) Nadiren, 7'si (%9,7) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “fotoğraflara bakarım” ifadesine 24'ü (%32,4) Her zaman, 27'si (%36,5) sıklıkla, 16'sı (%21,6) Ara Sıra, 6'sı (%8,1) Nadiren, 1'i (%1,4) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “kendime ait fotoğrafları paylaşırım” ifadesine 10'u (%13,3) Her zaman, 14'ü (%18,7) sıklıkla, 21'i (%28,0) Ara Sıra, 24'ü (%32,0) Nadiren, 6'sı (%8,0) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9) .

Araştırmaya katılanların “hoşuma giden fotoğrafları paylaşırım” ifadesine 7'si (%9,7) Her zaman, 14'ü (%19,4) sıklıkla, 22'si (%30,6) Ara Sıra, 22'si (%30,6) Nadiren, 7'si (%9,7) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “müzik dinlerim” ifadesine 10'u (%13,2) Her zaman, 21'i (%27,6) sıklıkla, 28'i (%36,8) Ara Sıra, 10'u (%13,2) Nadiren, 7'si (%9,2) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “hoşuma giden müzikleri paylaşırım” ifadesine 4'ü (%5,5) Her zaman, 15'i (%20,5) sıklıkla, 22'si (%30,1) Ara Sıra, 17'si (%23,3) Nadiren, 15'i (%20,5) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “kendi ürettiğim müziği paylaşırım” ifadesine 1'i (%1,4) sıklıkla, 4'ü (%5,7) Ara Sıra, 6'sı (%8,6) Nadiren, 59'u (%84,3) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “ilgimi çeken konularla ilgili yazıları okurum” ifadesine 13'ü (%17,1) Her zaman, 41'i (%53,9) sıklıkla, 16'sı (%21,1) Ara Sıra, 4'ü (%5,3) Nadiren, 2'si (%2,6) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “yazılarımı/görüşlerimi paylaşırım” ifadesine 2'si (%2,7) Her zaman, 16'sı (%21,9) sıklıkla, 19'u (%26,0) Ara Sıra, 23'ü (%31,5) Nadiren, 13'ü (%17,8) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “içeriklere yorum yazarım” ifadesine 2'si (%2,7) Her zaman, 15'i (%20,5) sıklıkla, 26'sı (%35,6) Ara Sıra, 20'si (%27,4) Nadiren, 10'u (%13,7) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “ilgimi çeken konulardaki tartışmalara katılıyorum” ifadesine 4'ü (%5,5) Her zaman, 12'si (%16,4) sıklıkla, 15'i (%20,5) Ara Sıra, 21'i (%28,8) Nadiren, 21'i (%28,8) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “ilgilendiğim kişilerin sayfalarını takip ederim” ifadesine 16'sı (%21,6) Her zaman, 19'u (%25,7) sıklıkla, 22'si (%29,7) Ara Sıra, 15'i (%20,3) Nadiren, 2'si (%2,7) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9) .

Araştırmaya katılanların “chat yaparım” ifadesine 8'i (%11,0) Her zaman, 4'ü (%5,5) sıklıkla, 14'ü (%19,2) Ara Sıra, 11'i (%15,1) Nadiren, 36'sı (%49,3) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “hoşuma giden gruplara üye olurum” ifadesine 3'ü (%4,2) Her zaman, 13'ü (%18,3) sıklıkla, 15'i (%21,1) Ara Sıra, 28'i (%39,4) Nadiren, 12'si (%16,9) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “durumumu/ruh halimi/konumumu belirtirim” ifadesine 7'si (%9,6) Her zaman, 3'ü (%4,1) sıklıkla, 14'ü (%19,2) Ara Sıra, 10'u (%13,7) Nadiren, 39'u (%53,4) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “etkinlik sayfalarını takip ederim” ifadesine 10'u (%13,7) Her zaman, 17'si (%23,3) sıklıkla, 21'i (%28,8) Ara Sıra, 19'u (%26,0) Nadiren, 6'sı (%8,2) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “kişisel/mesleki bilgilerimi düzenli olarak güncellerim” ifadesine 10'u (%13,9) Her zaman, 5'i (%6,9) sıklıkla, 16'sı (%22,2) Ara Sıra, 15'i (%20,8) Nadiren, 26'sı (%36,1) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “S.M. yer alan oyun uygulamalarına katılımım” ifadesine 7’si (%9,6) Her zaman, 8’i (%11,0) sıklıkla, 10’u (%13,7) Ara Sıra, 19’u (%26,0) Nadiren, 29’u (%39,7) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Araştırmaya katılanların “diğer” ifadesine 1’i (%20,0) sıklıkla, 4’ü (%80,0) Hiçbir Zaman yanıtını vermişlerdir (Tablo.9).

Tablo 10. S.M.K. Nedenleri

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	N	%	N	%	n	%	n	%
Eğlenceli zaman geçiriyorum	1	1	7	10	9	12	49	67	7	10
Boş zamanlarımı değerlendiriyorum	3	4	9	12	4	5	50	67	9	12
Günlük yaşamın stresinden uzaklaşıyorum	1	1	12	16	12	16	36	49	12	16
Popüler şeyler ilgimi çekiyor	3	4	10	14	10	14	39	53	12	16
Kendimi özel ve önemli hissediyorum	7	10	30	41	14	19	16	22	6	8
Arkadaşlarım ve tanıdıklarım ile sürekli iletişim içinde olabiliyorum	1	1	4	5	2	3	54	72	14	19
Yeni insanlarla tanışabiliyorum	12	16	17	23	12	16	25	34	8	11
Kendimi bir gruba ait hissediyorum	16	22	22	30	14	19	13	18	8	11
Yalnızlık hissinden kurtuluyorum	14	20	26	38	5	7	15	22	9	13
Yüzyüze iletişime göre kendimi daha rahat hissediyorum	20	27	19	26	6	8	18	25	10	14
Arkadaşlarımla bir araya geldiğimde sohbet konusu sağlıyor	13	17	10	13	6	8	36	47	11	14
Sosyal medya kullanmamak çevrem	17	24	24	33	9	13	7	10	15	21

tarafından bir eksiklik olarak algılanıyor										
Yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum	5	7	6	8	3	4	41	56	18	25
Güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum	2	3	6	8	1	1	46	65	16	23
Çeşitli etkinliklerden kolaylıkla haberdar oluyorum	2	3	6	8	3	4	49	66	14	19
Diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum	6	8	9	13	12	17	30	42	15	21
Merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum	3	4	8	11	10	14	41	56	11	15
Durumları ve olayları farklı bakış açılarından değerlendirebiliyorum	2	3	5	7	8	11	48	68	8	11
Kendim gibi düşünen insanlarla biraraya gelebiliyorum	3	4	15	21	12	17	35	49	7	10
Düşüncelerimi özgür bir şekilde ifade edebiliyorum	5	7	9	13	14	19	34	47	10	14
Kendime güvenim artıyor	17	23	28	37	10	13	13	17	7	9
Potansiyelimi keşfetmemi sağlıyor	15	20	27	36	10	13	15	20	8	11
Kendimi farklı bir kimlikle tanıtabiliyorum	26	35	29	39	4	5	9	12	6	8
Fikirlerimin dikkate alındığını düşünüyorum	8	11	23	32	10	14	28	38	4	5
Tepkilerimi özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğime inanıyorum	15	20	19	25	14	19	18	24	9	12
Toplumsal/siyasal konularda inançlarım ve değerlerim doğrultusunda tepki verebiliyorum	11	15	17	23	9	12	29	39	8	11

Araştırmaya katılanların “eğlenceli zaman geçiriyorum” ifadesine 1'i (%1,4) Kesinlikle katılmıyorum, 7'si (%9,6) Katılmıyorum, 9'u (%12,3) Kararsızım, 49'u

(%67,1) Katılıyorum, 7'si (%9,6) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (tablo.10)

Araştırmaya katılanların “boş zamanlarımı değerlendiriyorum” ifadesine 3'ü (%4,0) Kesinlikle katılmıyorum, 9'u (%12,0) Katılmıyorum, 4'ü (%5,3) Kararsızım, 50'si (%66,7) Katılıyorum, 9'u (%12,0) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir. (Tablo.10)

Araştırmaya katılanların “günlük yaşamın stresinden uzaklaşıyorum” ifadesine 1'i (%1,4) Kesinlikle katılmıyorum, 12'si (%16,4) Katılmıyorum, 12'si (%16,4) Kararsızım, 36'sı (%49,3) Katılıyorum, 12'si (%16,4) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “popüler şeyler ilgimi çekiyor” ifadesine 3'ü (%4,1) Kesinlikle katılmıyorum, 10'u (%13,5) Katılmıyorum, 10'u (%13,5) Kararsızım, 39'u (%52,7) Katılıyorum, 12'si (%16,2) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “kendimi özel ve önemli hissediyorum” ifadesine 7'si (%9,6) Kesinlikle katılmıyorum, 30'u (%41,1) Katılmıyorum, 14'ü (%19,2) Kararsızım, 16'sı (%21,9) Katılıyorum, 6'sı (%8,2) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “arkadaşlarım ve tanıdıklarımla sürekli iletişim içinde olabiliyorum” ifadesine 1'i (%1,3) Kesinlikle katılmıyorum, 4'ü (%5,3) Katılmıyorum, 2'si (%2,7) Kararsızım, 54'ü (%72,0) Katılıyorum, 14'ü (%18,7) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10)

Araştırmaya katılanların “yeni insanlarla tanışabiliyorum” ifadesine 12'si (%16,2) Kesinlikle katılmıyorum, 17'si (%23,0) Katılmıyorum, 12'si (%16,2) Kararsızım, 25'i (%33,8) Katılıyorum, 8'i (%10,8) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “kendimi bir gruba ait hissediyorum” ifadesine 16'sı (%21,9) Kesinlikle katılmıyorum, 22'si (%30,1) Katılmıyorum, 14'ü (%19,2)

Kararsızım, 13'ü (%17,8) Katılıyorum, 8'i (%11,0) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “yalnızlık hissinden kurtuluyorum” ifadesine 14'ü (%20,3) Kesinlikle katılmıyorum, 26'sı (%37,7) Katılmıyorum, 5'i (%7,2) Kararsızım, 15'i (%21,7) Katılıyorum, 9'u (%13,0) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “yüzyüze iletişime göre kendimi daha rahat hissediyorum” ifadesine 20'si (%27,4) Kesinlikle katılmıyorum, 19'u (%26,0) Katılmıyorum, 6'sı (%8,2) Kararsızım, 18'i (%24,7) Katılıyorum, 10'u (%13,7) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “arkadaşlarımla bir araya geldiğimde sohbet konusu sağlıyor” ifadesine 13'ü (%17,1) Kesinlikle katılmıyorum, 10'u (%13,2) Katılmıyorum, 6'sı (%7,9) Kararsızım, 36'sı (%47,4) Katılıyorum, 11'i (%14,5) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “S.M. kullanmamak çevrem tarafından bir eksiklik olarak algılanıyor” ifadesine 17'si (%23,6) Kesinlikle katılmıyorum, 24'ü (%33,3) Katılmıyorum, 9'u (%12,5) Kararsızım, 7'si (%9,7) Katılıyorum, 15'i (%20,8) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum” ifadesine 5'i (%6,8) Kesinlikle katılmıyorum, 6'sı (%8,2) Katılmıyorum, 3'ü (%4,1) Kararsızım, 41'i (%56,2) Katılıyorum, 18'i (%24,7) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum” ifadesine 2'si (%2,8) Kesinlikle katılmıyorum, 6'sı (%8,5) Katılmıyorum, 1'i (%1,4) Kararsızım, 46'sı (%64,8) Katılıyorum, 16'sı (%22,5) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “çeşitli etkinliklerden kolaylıkla haberdar oluyorum” ifadesine 2'si (%2,7) Kesinlikle katılmıyorum, 6'sı (%8,1) Katılmıyorum, 3'ü (%4,1)

Kararsızım, 49'u (%66,2) Katılıyorum, 14'ü (%18,9) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum” ifadesine 6'sı (%8,3) Kesinlikle katılmıyorum, 9'u (%12,5) Katılmıyorum, 12'si (%16,7) Kararsızım, 30'u (%41,7) Katılıyorum, 15'i (%20,8) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum” ifadesine 3'ü (%4,1) Kesinlikle katılmıyorum, 8'i (%11,0) Katılmıyorum, 10'u (%13,7) Kararsızım, 41'i (%56,2) Katılıyorum, 11'i (%15,1) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “durumları ve olayları farklı bakış açılarından değerlendirebiliyorum” ifadesine 2'si (%2,8) Kesinlikle katılmıyorum, 5'i (%7,0) Katılmıyorum, 8'i (%11,3) Kararsızım, 48'i (%67,6) Katılıyorum, 8'i (%11,3) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “kendim gibi düşünen insanlarla biraraya gelebiliyorum” ifadesine 3'ü (%4,2) Kesinlikle katılmıyorum, 15'i (%20,8) Katılmıyorum, 12'si (%16,7) Kararsızım, 35'i (%48,6) Katılıyorum, 7'si (%9,7) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “düşüncelerimi özgür bir şekilde ifade edebiliyorum” ifadesine 5'i (%6,9) Kesinlikle katılmıyorum, 9'u (%12,5) Katılmıyorum, 14'ü (%19,4) Kararsızım, 34'ü (%47,2) Katılıyorum, 10'u (%13,9) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “kendime güvenim artıyor” ifadesine 17'si (%22,7) Kesinlikle katılmıyorum, 28'i (%37,3) Katılmıyorum, 10'u (%13,3) Kararsızım, 13'ü (%17,3) Katılıyorum, 7'si (%9,3) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “potansiyelimi keşfetmemi sağlıyor” ifadesine 15'i (%20,0) Kesinlikle katılmıyorum, 27'si (%36,0) Katılmıyorum, 10'u (%13,3)

Kararsızım, 15'i (%20,0) Katılıyorum, 8'i (%10,7) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “kendimi farklı bir kimlikle tanıtabiliyorum” ifadesine 26'sı (%35,1) Kesinlikle katılmıyorum, 29'u (%39,2) Katılmıyorum, 4'ü (%5,4) Kararsızım, 9'u (%12,2) Katılıyorum, 6'sı (%8,1) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10) .

Araştırmaya katılanların “fikirlerimin dikkate alındığını düşünüyorum” ifadesine 8'i (%11,0) Kesinlikle katılmıyorum, 23'ü (%31,5) Katılmıyorum, 10'u (%13,7) Kararsızım, 28'i (%38,4) Katılıyorum, 4'ü (%5,5) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Araştırmaya katılanların “tepkilerimi özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğime inanıyorum” ifadesine 15'i (%20,0) Kesinlikle katılmıyorum, 19'u (%25,3) Katılmıyorum, 14'ü (%18,7) Kararsızım, 18'i (%24,0) Katılıyorum, 9'u (%12,0) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10) .

Araştırmaya katılanların “toplumsal/siyasal konularda inançlarım ve değerlerim doğrultusunda tepki verebiliyorum” ifadesine 11'i (%14,9) Kesinlikle katılmıyorum, 17'si (%23,0) Katılmıyorum, 9'u (%12,2) Kararsızım, 29'u (%39,2) Katılıyorum, 8'i (%10,8) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.10).

Tablo 11. S.M. İlişkin İfadelere Katılım Düzeyi

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum	9	11	22	28	10	13	29	37	9	11
Mahremiyetime zarar verdiğini düşünüyorum	15	19	23	30	11	14	20	26	8	10
Yüzyüze kurduğum ilişkilerin yerini	9	12	10	13	9	12	33	42	17	22

tutmadığını düşünüyorum										
Beklentilerimi tam olarak karşılamadığımı düşünüyorum	5	7	21	28	23	30	24	32	3	4
Sosyal medyadaki hesabımı hesaplarımı kapatacağım	21	28	25	33	18	24	4	5	8	11

Araştırmaya katılanların “belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum” ifadesine 9'u (%11,4) Kesinlikle katılmıyorum, 22'si (%27,8) Katılmıyorum, 10'u (%12,7) Kararsızım, 29'u (%36,7) Katılıyorum, 9'u (%11,4) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.11).

Araştırmaya katılanların “mahremiyetime zarar verdiğini düşünüyorum” ifadesine 15'i (%19,5) Kesinlikle katılmıyorum, 23'ü (%29,9) Katılmıyorum, 11'i (%14,3) Kararsızım, 20'si (%26,0) Katılıyorum, 8'i (%10,4) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.11) .

Araştırmaya katılanların “yüzyüze kurduğum ilişkilerin yerini tutmadığını düşünüyorum” ifadesine 9'u (%11,5) Kesinlikle katılmıyorum, 10'u (%12,8) Katılmıyorum, 9'u (%11,5) Kararsızım, 33'ü (%42,3) Katılıyorum, 17'si (%21,8) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.11).

Araştırmaya katılanların “beklentilerimi tam olarak karşılamadığımı düşünüyorum” ifadesine 5'i (%6,6) Kesinlikle katılmıyorum, 21'i (%27,6) Katılmıyorum, 23'ü (%30,3) Kararsızım, 24'ü (%31,6) Katılıyorum, 3'ü (%3,9) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.11) .

Araştırmaya katılanların “S.M.’daki hesabımı hesaplarımı kapatacağım” ifadesine 21'i (%27,6) Kesinlikle katılmıyorum, 25'i (%32,9) Katılmıyorum, 18'i (%23,7) Kararsızım, 4'ü (%5,3) Katılıyorum, 8'i (%10,5) Kesinlikle Katılıyorum yanıtını vermişlerdir (Tablo.11) .

Tablo 12. E.Y.Ö. Tanımsal Bulguları

	N	Ort	Ss	Min.	Max.
İlişki Doyumu	80	36,825	9,262	10	50

Araştırmaya katılanların İlişki Doyumu ortalaması ($36,825 \pm 9,262$); düzeyde katıldıkları görülmektedir (Tablo.12) .

Tablo 13. E.Y.Ö. Cinsiyete Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	MW	p
İlişki Doyumu	Kadın	50	35,660	9,805	574,500	0,081
	Erkek	30	38,767	8,063		

Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır(Mann Whitney $U=574,500$; $p=0,081>0,05$) (Tablo.13) .

Tablo 14. E.Y.Ö. Yasa Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	KW	p
İlişki Doyumu	29 Ve Altı	22	38,318	9,843	2,232	0,328
	30-39	34	37,353	9,355		
	40 Ve üstü	23	35,087	8,554		

Araştırmaya katılan Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının yas değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır($p>0,05$) (Tablo.14) .

Tablo 15. E.Y.Ö. Eğitim Düzeyine Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	KW	p
İlişki Doyumu	İlköğretim Mezunu	16	34,125	9,885	11,513	0,009
	Lise Ve Dengi Okul Mezunu	21	32,619	9,064		
	Yüksekokul Fakülte Mezunu	35	40,057	8,178		
	Lisansüstü Eğitim Mezunu	7	39,143	9,118		

*İstatistiksel açıdan anlamlı

Araştırmaya katılan bireylerin ilişki doyumu toplam puanları ortalamalarının eğitim düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur (KW=11,513; p=0,009<0.05). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Buna göre; eğitim düzeyi Yüksekokul Fakülte Mezunu olanların ilişki doyumu toplam puanları (40,057 ± 8,178), eğitim düzeyi İlköğretim mezunu olanların evlilik yaşam toplam puanlarından (34,125 ± 9,885) yüksek bulunmuştur. eğitim düzeyi Yüksekokul Fakülte Mezunu olanların ilişki doyumu puanları (40,057 ± 8,178), eğitim düzeyi Lise ve Dengi Okul Mezunu olanların ilişki doyumu toplam puanlarından (32,619 ± 9,064) yüksek bulunmuştur (Tablo.15).

Tablo 16. E.Y.Ö. Çocuk Varlığına Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	MW	p
İlişki Doyumu	Evet	54	35,537	10,048	535,000	0,220
	Hayır	24	39,625	6,749		

Bireylerin ilişki doyumu toplam puanları ortalamalarının çocuk varlığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır (Mann Whitney U=535,000; p=0,220>0,05) (Tablo.16) .

Tablo 17. E.Y.Ö. Dijital Platformlara Üyeliğe Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	MW	P
İlişki Doyumu	Evet	50	36,740	9,512	708,500	0,866
	Hayır	29	36,552	8,850		

Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının dijital platformlara üyelik değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır(Mann Whitney U=708,500; p=0,866>0,05)(Tablo.17)

Tablo 18. E.Y.Ö. Bilgisayar Varlığına Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	MW	p
İlişki Doyumu	Evet	68	36,618	9,514	357,000	0,809
	Hayır	11	37,000	7,497		

Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının bilgisayar varlığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır(Mann Whitney U=357,000; p=0,809>0,05) (Tablo.18) .

Tablo 19. E.Y.Ö. Çalışma Durumuna Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	MW	p
İlişki Doyumu	Çalışıyor	48	37,854	9,494	638,500	0,203
	Çalışmıyor	32	35,281	8,825		

Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının çalışma durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır(Mann Whitney U=638,500; p=0,203>0,05) (Tablo .19) .

Tablo 20. E.Y.Ö. Cinsiyete Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	MW	p
İlişki Doyumu	Kadın	50	35,660	9,805	574,500	0,081
	Erkek	30	38,767	8,063		

Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır(Mann Whitney U=574,500; p=0,081>0,05) (Tablo.20)

Tablo 21. E.Y.Ö. Çocuk Varlığına Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	MW	p
İlişki Doyumu	Evet	54	35,537	10,048	535,000	0,220
	Hayır	24	39,625	6,749		

Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının çocuk varlığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır(Mann Whitney U=535,000; p=0,220>0,05) (Tablo.21)

Tablo 22. E.Y.Ö. Yabancı Dile Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	MW	p
İlişki Doyumu	Evet	29	37,690	9,358	660,000	0,425
	Hayır	51	36,333	9,264		

Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının yabancı dil değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır(Mann Whitney U=660,000; p=0,425>0,05) (Tablo.22) .

Tablo 23. E.Y.Ö. S.M. Basında Gecirilen Zamana Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	KW	p
İlişki Doyumu	1 Saatten Az	21	39,048	9,091	2,014	0,365
	1-3 Saat	42	35,881	8,253		
	4-6 Saat	13	35,385	12,217		

Araştırmaya katılan Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının S.M. başında geçirilen zaman değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır(p>0.05) (Tablo.23) .

Tablo 24. E.Y.Ö. S.M. Platformlarını Takip Süresine Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	KW	p
İlişki Doyumu	1 Yıldan Az	6	34,000	9,187	3,503	0,320
	1-2 Yıldır	16	34,000	10,185		
	3-4 Yıldır	21	35,333	10,461		
	5 Yıl Ve üzeri	34	38,882	7,807		

Araştırmaya katılan Bireylerin İlişki Doyumu toplam puanları ortalamalarının S.M. platformlarını takip süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır(p>0.05) (Tablo.24) .

Tablo 25. E.Y.Ö. Toplam Gelir Durumuna Göre Ortalamaları

		N	Ort	Ss	KW	p
İlişki Doyumu	1500 Tl Ve Altı	28	35,321	7,484	2,376	0,498
	1501 Tl - 2250 Tl	20	37,500	11,274		
	2251 Tl - 3000 Tl	14	39,143	8,752		
	3001 Tl Ve üzeri	14	34,571	10,120		

Araştırmaya katılan bireylerin ilişki doyumu toplam puanları ortalamalarının gelir durumu değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($p > 0.05$) (Tablo.25).

Tablo 26. Etkinlik Gerçekleştirme Sıklığı ile İlişki Doyumu İlişkisi

	İ.D.		
	n	r	p
Sinemaya giderim	77	0,033	0,777
Tiyatroya giderim	76	-0,212	0,066
Konsere giderim	74	0,055	0,643
Opera_bale gösterilerine giderim	74	0,011	0,926
Kitap okurum	77	-0,005	0,964
Dergi okurum	76	0,004	0,975
Spor yaparım	76	-0,063	0,587
Ailemle_arkadaşlarımla zaman geçiririm	78	-0,116	0,313
Kafeye bara restorana giderim	75	-0,245	0,034
Bilgisayar oyunları oynarım	75	0,061	0,600
İnternette dolaşırım	78	-0,085	0,460
Hobilerimle uğraşırım	77	-0,013	0,914
Tatile çıkarım	79	-0,121	0,286
Yurtdışına çıkarım	73	-0,191	0,106
Bir iki günlük gezilere giderim	74	-0,196	0,094

*İstatistiksel açıdan anlamlı

Sinemaya giderim ifadesine katılım düzeyi ile ilişki doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmamıştır. ($r=0,033$; $p=0,777 > 0,05$) (Tablo.26).

Tiyatroya giderim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,212$; $p=0,066>0,05$) (Tablo.26) .

Konsere giderim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,055$; $p=0,643>0,05$) (Tablo.26).

Opera, bale gösterilerine giderim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,011$; $p=0,926>0,05$) (Tablo.26) .

Kitap okurum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,005$; $p=0,964>0,05$) (Tablo.26).

Dergi okurum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,004$; $p=0,975>0,05$) (Tablo.26).

Spor yaparım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,063$; $p=0,587>0,05$) (Tablo.26).

Ailemle arkadaşlarımla zaman geçiririm ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,116$; $p=0,313>0,05$) (Tablo.26).

Kafeye bara restorana giderim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %24,5 düzeyinde negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. ($r=-0,245$; $p=0,034<0,05$). Buna göre kafeye bara restorana ifadesine katılım düzeyi arttıkça İlişki Doyumu düzeyi puanı azalmaktadır. (Tablo.26).

Bilgisayar oyunları oynarım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,061$; $p=0,600>0,05$) (Tablo.26).

İnternette dolaşırım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,085$; $p=0,460>0,05$) (Tablo.26).

Hobilerimle uğraşırım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,013$; $p=0,914>0,05$) (Tablo.26).

Tatile çıkarım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,121$; $p=0,286>0,05$) . (Tablo.26)

Yurtdışına çıkarım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,191$; $p=0,106>0,05$) (Tablo.26)

Bir iki günlük gezilere giderim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,196$; $p=0,094>0,05$) (Tablo.26).

Tablo 27. M.K. ile İlişki Doyumu İlişkisi

	İ.D.		
	n	r	p
Televizyon	79	0,068	0,552
Gazete	77	0,047	0,686
Radyo	74	-0,130	0,270
İnternet	80	0,121	0,287

Televizyon kullanımı ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,068$; $p=0,552>0,05$) (Tablo.27).

Gazete kullanımı ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,047$; $p=0,686>0,05$) (Tablo.27).

Radyo kullanımı ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,130$; $p=0,270>0,05$) (Tablo.27).

İnternet kullanımı ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,121$; $p=0,287>0,05$) (Tablo.27).

Tablo 28. S.M.K. ile İlişki Doyumu İlişkisi

	İ.D.		
	n	r	p
Sosyal ağ siteleri	80	-0,013	0,911
Mesleki ağ siteleri	56	0,221	0,101
Video paylaşım siteleri	73	0,014	0,909
Fotoğraf paylaşım siteleri	64	0,181	0,153
Müzik paylaşım siteleri	58	0,000	0,999
Mikroblog uygulamaları	56	-0,065	0,635
Sosyal İmlleme Siteleri	34	0,034	0,847
Forumlar	53	0,075	0,592

Bloglar	49	0,140	0,337
Wikiler	46	0,059	0,697
Podcastlar	46	0,066	0,665

Sosyal ağ siteleri ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,013$; $p=0,911>0,05$) (Tablo.28).

Mesleki ağ siteleri ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,221$; $p=0,101>0,05$) (Tablo.28).

Video paylaşım siteleri ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,014$; $p=0,909>0,05$) . (Tablo.28) .

Fotoğraf paylaşım siteleri ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,181$; $p=0,153>0,05$) (Tablo.28).

Müzik paylaşım siteleri ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,000$; $p=0,999>0,05$) (Tablo.28).

Mikroblog uygulamaları ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,065$; $p=0,635>0,05$) (Tablo.28).

Sosyal imleme siteleri ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,034$; $p=0,847>0,05$) (Tablo.28).

Forumlar ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,075$; $p=0,592>0,05$) (Tablo.28).

Bloglar ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,140$; $p=0,337>0,05$) (Tablo.28).

Wikiler ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,059$; $p=0,697>0,05$) (Tablo.28) .

Podcastlar ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,066$; $p=0,665>0,05$) (Tablo.28).

Tablo 29. S.M. Yapılan Eylemlerin Sıklığı ile İlişki Doyumu İlişkisi

	İ.D.		
	n	r	p
Video izlerim	74	-0,114	0,333
Kendi çektiğim videoları paylaşıyorum	72	-0,125	0,296
Hoşuma giden fotoğrafları paylaşıyorum	72	-0,031	0,793
Fotoğraflara bakarım	74	-0,106	0,369
Kendime ait fotoğrafları paylaşıyorum	75	-0,113	0,336
Müzik dinlerim	76	-0,144	0,216
Hoşuma giden müzikleri paylaşıyorum	73	-0,040	0,737
Kendi ürettiğim müziği paylaşıyorum	70	-0,032	0,795
İlgimi çeken konularla ilgili yazıları okurum	76	-0,110	0,343
Yazılarımı/görüşlerimi paylaşıyorum	73	-0,039	0,745
İçeriklere yorum yazarım	73	-0,004	0,976
İlgimi çeken konulardaki tartışmalara katılırım	73	0,069	0,564
İlgilendiğim kişilerin sayfalarını takip ederim	74	-0,018	0,879
Chat yaparım	73	0,160	0,175
Hoşuma giden gruplara üye olurum	71	0,076	0,530
Durumumu/ruh halimi/konumumu belirtirim	73	0,053	0,653
Etkinlik sayfalarını takip ederim	73	-0,013	0,912
Kişisel/mesleki bilgilerimi düzenli olarak güncellerim	72	0,149	0,211
Sosyal medyada yer alan oyun uygulamalarına katılırım	73	0,037	0,758

Video izlerim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,114$; $p=0,333>0,05$) (Tablo.29) .

Kendi çektiğim videoları paylaşırım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,125$; $p=0,296>0,05$) (Tablo.29) .

Hoşuma giden fotoğrafları paylaşırım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,031$; $p=0,793>0,05$) (Tablo.29).

Fotoğraflara bakarım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,106$; $p=0,369>0,05$) (Tablo.29) .

Kendime ait fotoğrafları paylaşırım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,113$; $p=0,336>0,05$) (Tablo.29) .

Müzik dinlerim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,144$; $p=0,216>0,05$) (Tablo.29) .

Hoşuma giden müzikleri paylaşırım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,040$; $p=0,737>0,05$) (Tablo.29).

Kendi ürettiğim müziği paylaşırım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar

arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,032$; $p=0,795>0,05$) (Tablo.29) .

İlgimi çeken konularla ilgili yazıları okurum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,110$; $p=0,343>0,05$) (Tablo.29).

Yazılarımı/görüşlerimi paylaşırım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,039$; $p=0,745>0,05$) (Tablo.29).

İçeriklere yorum yazarım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,004$; $p=0,976>0,05$) (Tablo.29).

İlgimi çeken konulardaki tartışmalara katılıyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,069$; $p=0,564>0,05$) (Tablo.29) .

İlgilendiğim kişilerin sayfalarını takip ederim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,018$; $p=0,879>0,05$) (Tablo.29).

Chat yaparım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,160$; $p=0,175>0,05$) (Tablo.29) .

Hoşuma giden gruplara üye olurum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,076$; $p=0,530>0,05$) (Tablo.29) .

Durumumu/ruh halimi/konumumu belirtirim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,053$; $p=0,653>0,05$) (Tablo.29).

Etkinlik sayfalarını takip ederim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,013$; $p=0,912>0,05$) (Tablo.29) .

Kişisel/mesleki bilgilerimi düzenli olarak güncellerim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,149$; $p=0,211>0,05$) (Tablo.29) .

S.M. 'da yer alan oyun uygulamalarına katılırim ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,037$; $p=0,758>0,05$) (Tablo.29) .

Tablo 30. S.M.K. Nedenleri ile İlişki Doyumu İlişkisi

	İ.D.		
	n	r	p
Eğlenceli zaman geçiriyorum	73	-0,292	0,012
Boş zamanlarımı değerlendiriyorum	75	-0,260	0,024
Günlük yaşamın stresinden uzaklaşıyorum	73	-0,198	0,094
Popüler şeyler ilgimi çekiyor	74	-0,301	0,009
Kendimi özel ve önemli hissediyorum	73	-0,073	0,537
Arkadaşlarım ve tanıdıklarımla sürekli iletişim içinde olabiliyorum	75	-0,059	0,615
Yeni insanlarla tanışabiliyorum	74	0,109	0,354
Kendimi bir gruba ait hissediyorum	73	0,044	0,710
Yalnızlık hissinden kurtuluyorum	69	-0,092	0,451
Yüzyüze iletişime göre kendimi daha rahat hissediyorum	73	-0,128	0,281

Arkadaşlarımla bir araya geldiğimde sohbet konusu sağlıyor	76	0,108	0,353
Sosyal medya kullanmamak çevrem tarafından bir eksiklik olarak algılanıyor	72	0,026	0,828
Yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum	73	-0,080	0,499
Güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum	71	-0,099	0,411
Çeşitli etkinliklerden kolaylıkla haberdar oluyorum	74	-0,114	0,335
Diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum	72	-0,080	0,506
Merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum	73	0,228	0,052
Durumları ve olayları farklı bakış açılarından değerlendirebiliyorum	71	-0,015	0,900
Kendim gibi düşünen insanlarla biraraya gelebiliyorum	72	0,031	0,795
Düşüncelerimi özgür bir şekilde ifade edebiliyorum	72	-0,032	0,789
Kendime güvenim artıyor	75	0,147	0,207
Potansiyelimi keşfetmemi sağlıyor	75	0,032	0,786
Kendimi farklı bir kimlikle tanıtabiliyorum	74	0,037	0,752
Fikirlerimin dikkate alındığını düşünüyorum	73	0,052	0,662
Tepkilerimi özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğime inanıyorum	75	-0,032	0,786
Toplumsal/siyasal konularda inançlarım ve değerlerim doğrultusunda tepki verebiliyorum	74	-0,046	0,699

*istatistiksel açıdan anlamlıdır

Eğlenceli zaman geçiriyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %29,2 düzeyinde negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. ($r=-0,292$; $p=0,012<0,05$). Buna göre eğlenceli zaman geçiriyorum alt boyutu ifadesine katılım düzeyi arttıkça İlişki Doyumu ifadesine katılım düzeyi azalmaktadır (Tablo.30).

Boş zamanlarımı değerlendiriyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %26,0 düzeyinde negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. ($r=-0,260$; $p=0,024<0,05$). Buna göre boş zamanlarımı değerlendiriyorum alt boyutu ifadesine katılım düzeyi arttıkça İlişki Doyumu ifadesine katılım düzeyi azalmaktadır . (Tablo.30).

Günlük yaşamın stresinden uzaklaşıyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,198$; $p=0,094>0,05$) (Tablo.30).

Popüler şeyler ilgimi çekiyor ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %30,1 düzeyinde negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. ($r=-0,301$; $p=0,009<0,05$). Buna göre popüler şeyler ilgimi çekiyor alt boyutu ifadesine katılım düzeyi arttıkça İlişki Doyumu ifadesine katılım düzeyi azalmaktadır (Tablo.30).

Kendimi özel ve önemli hissediyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,073$; $p=0,537>0,05$) (Tablo.30).

Arkadaşlarım ve tanıdıklarımla sürekli iletişim içinde olabiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,059$; $p=0,615>0,05$) (Tablo.30).

Yeni insanlarla tanışabiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,109$; $p=0,354>0,05$) (Tablo.30).

Kendimi bir gruba ait hissediyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,044$; $p=0,710>0,05$) (Tablo.30).

Yalnızlık hissinden kurtuluyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,092$; $p=0,451>0,05$) (Tablo.30).

Yüzyüze iletişime göre kendimi daha rahat hissediyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,128$; $p=0,281>0,05$) (Tablo.30).

Arkadaşlarımla bir araya geldiğimde sohbet konusu sağlıyor ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,108$; $p=0,353>0,05$) (Tablo.30).

S.M. kullanmamak çevrem tarafından bir eksiklik olarak algılanıyor ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,026$; $p=0,828>0,05$) (Tablo.30).

Yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,080$; $p=0,499>0,05$) (Tablo.30).

Güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İ.D. arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,099$; $p=0,411>0,05$) (Tablo.30).

Çeşitli etkinliklerden kolaylıkla haberdar oluyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,114$; $p=0,335>0,05$) (Tablo.30).

Diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,080$; $p=0,506>0,05$) (Tablo.30).

Merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,228$; $p=0,052>0,05$) (Tablo.30).

Durumları ve olayları farklı bakış açılarından değerlendirebiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,015$; $p=0,900>0,05$) (Tablo.30) .

Kendim gibi düşünen insanlarla bir araya gelebiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,031$; $p=0,795>0,05$) (Tablo.30).

Düşüncelerimi özgür bir şekilde ifade edebiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,032$; $p=0,789>0,05$) (Tablo.30).

Kendime güvenim artıyor ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,147$; $p=0,207>0,05$) (Tablo.30) .

Potansiyelimi keşfetmemi sağlıyor ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,032$; $p=0,786>0,05$) (Tablo.30).

Kendimi farklı bir kimlikle tanıtabiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,037$; $p=0,752>0,05$) (Tablo.30).

Fikirlerimin dikkate alındığını düşünüyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,052$; $p=0,662>0,05$) (tablo.30).

Tepkilerimi özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğime inanıyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,032$; $p=0,786>0,05$) (Tablo.30).

Toplumsal/siyasal konularda inançlarım ve değerlerim doğrultusunda tepki verebiliyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=-0,046$; $p=0,699>0,05$) . (Tablo.30)

Tablo 31. S.M. İlişkin İfadelere Katılım Düzeyi ile İlişki Doyumu İlişkisi

	İ.D.		
	n	r	p
Belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum	79	0,228	0,044
Mahremiyetime zarar verdiğini düşünüyorum	77	0,087	0,453
Yüz yüze kurduğum ilişkilerin yerini tutmadığını düşünüyorum	78	0,209	0,067
Beklentilerimi tam olarak karşılamadığını düşünüyorum	76	0,024	0,838
Sosyal medyadaki hesabımı hesaplarımı kapatacağım	76	0,136	0,241

*İstatistiksel açıdan anlamlı

Belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan

korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında %22,8 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. ($r=0,228$; $p=0,044<0,05$). Buna göre belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum ifadesine katılım düzeyi arttıkça İlişki Doyumu ifadesine katılım düzeyi da artmaktadır (Tablo.31).

Mahremiyetime zarar verdiğini düşünüyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,087$; $p=0,453>0,05$) (Tablo.31) .

Yüz yüze kurduğum ilişkilerin yerini tutmadığını düşünüyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,209$; $p=0,067>0,05$) (Tablo.31).

Beklentilerimi tam olarak karşılamadığını düşünüyorum ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,024$; $p=0,838>0,05$) (Tablo.31).

S.M.'daki hesabımı hesaplarımı kapatacağım ifadesine katılım düzeyi ile İlişki Doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır. ($r=0,136$; $p=0,241>0,05$) (Tablo.31).

BÖLÜM V

5.1. Sonuçlar

Sosyal medya kullanan 15-64 yaş arası %62 kadın %38 erkek olan 80 evli bireye uygulanan Sosyal Medya Kullanım ve Evlilik Yaşam Ölçeği uygulanmıştır. Katılımcıların tamamı evlidir .Katılımcılar eğitim düzeylerine göre % 16 sı ilköğretim , % 21 lise ve dengi, %35 Yüksekokul, %7 Lisansüstü mezunudur . Çalışma durumu değişkenine göre %48 çalışıyor, %1 öğrenci, %23 ev kadını, %2 si emekli %6 sı iş aramaktadır.

Katılımcıların %77.5 i İnternet kullanım nedenlerine sosyal medya platformlarına girebilmek cevabı vermişlerdir. Katılımcılar sosyal medya platformlarından sosyal ağları kullanım sıklıklarını %35 oranında her zaman yanıtı vermişler, %52 si sosyal medyayı 1-3 saat arası kullandığını söylemişlerdir.

Katılımcılar yakın çevremden haberdar oluyorum ifadesine katılım düzeyine % 22.5 i kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Katılımcıların %21 i yüzyüze kurulan ilişkilerin yerini tutmadığı cevabına kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

İlişki doyumu açısından katılımcılarda yaş ve cinsiyete göre farklılığa rastlanmazken eğitim düzeyi açısından farklılık bulunmuştur . Eğitim değişkeni açısından Yüksekokul fakülte mezunlarının lise ve ilköğretim mezunlarına göre ilişki doyumu puanları daha yüksek bulunmuştur. Çocuk varlığı, çalışma durumu ve gelir düzeyi değişkenine göre bir farklılığa rastlanmamıştır.

İlişki doyumu ile dijital platformlara üyelik, bilgisayar varlığı, sosyal medya başında geçirilen zaman, sosyal medya platformları takip süresi, medya kullanımı ,sosyal medya kullanımı, sosyal medya da yapılan eylemlerin sıklığı değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Katılımcıların gerçekleştirdiği etkinliklerden kafe bara restorana giderim ifadesine katılım düzeyi ile ilişki doyumu %24.5 düzeyinde negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Kafeye bara restorana giderim alt boyutu ifadesine katılım arttıkça ilişki doyumu düzeyi düşmektedir. Katılımcılar gerçekleştirdiği diğer (sinema, hobi, tiyatro, spor, konser, kitap okuma vb..) etkinlikler ile ilişki doyumu düzeyleri arasında anlamlı fark bulunamamıştır.

Katılımcıların sosyal medya kullanım nedenlerinden eğlenceli vakit geçiriyorum ifadesine katılım düzeyi ile ilişki doyum düzeyleri ilişkisi incelendiğinde eğlenceli zaman geçiriyorum ifadesine katılım ile ilişki doyumu arasında %29.2 düzeyinde negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. buna göre eğlenceli zaman geçiriyorum alt boyutu ifadesine katılım düzeyi arttıkça ilişki doyumu düzeyi azalmaktadır.

Katılımcıların sosyal medya kullanım nedenlerinden boş zamanlarımı değerlendiriyorum ifadesine katılım düzeyi ile ilişki doyumu düzeyi arasında % 26 düzeyinde negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Boş zamanlarımı değerlendiriyorum alt boyutu ifadesine katılım arttıkça ilişki doyum düzeyi azalmaktadır.

Katılımcıların sosyal medya kullanım nedenlerinden popüler şeyler ilgimi çeker ifadesine katılım düzeyi ile ilişki doyumu düzeyi arasında %30.1 düzeyinde negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre popüler şeyler ilgimi çekiyor alt boyutu ifadesine katılım düzeyi arttıkça ilişki doyumu düzeyi azalmaktadır.

Bulgularda sosyal medya kullanım nedenleri değişkenlerinden üçü ile ilişki doyumu düzeyinin negatif yönde anlamlı bir ilişki içinde olması , bireylerin ilişki doyumu düştükçe iyi olma halini sürdürmek için sosyal medyaya yöneldiğini akla getirmektedir.

Katılımcıların sosyal medyaya ilişkin ifadelerden Belirli bir süre kullandıktan sonra boş vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum ifadesine katılım düzeyi ile ilişki doyumu düzeyi arasında %22.8 düzeyinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur . Buna göre belirli bir süre kullandıktan sonra boş vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum alt boyu ifadesine katılım düzeyi arttıkça ilişki doyumu düzeyi artmaktadır.

Tüm bulgular ışında Sosyal Medya Kullanım nedenleri ile İlişki Doyum düzeyi arasından ki ilişki anlamlı bulunmuştur.

5.2.Öneriler

Sosyal medya da geçirilen süre ve sosyal medya kullanımı ile ilişki doyumu düzeylerinde anlamlı farklılık ortaya çıkmamaktadır buna rağmen sosyal medya kullanım nedenleri ile ilişki doyum düzeyi arasında negatif yönde anlamlı fark ortaya çıkmaktadır buna bağlı olarak, bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonlarının farklılaştığını düşünölmektedir. Bundan sonraki araştırmalar bu bilgiler dikkate alınarak gerçekleştirilebilir .

Eğitim düzeyi ile ilişki doyum düzeyi farklılaşmaktadır, başka bir araştırmada eğitim düzeyi arttıkça ilişki doyumunun artmasının nedenleri araştırılabilir.

Araştırmada katılımcıların gerçekleştirdiği etkinliklerden sadece kafeye bara restorana gitme ile ilişki doyumu arasında negatif de olsa anlamlı bir ilişki bulunması göz önüne alınarak kafe bara restorana gitme motivasyonlarının neler olduğu ve ilişki doyumu düzeyi ile ilişkisi başka bir araştırma ile derinlemesine araştırılabilir.

Sosyal medya kullanım nedenlerinden günlük yaşam stresinden uzaklaşıyorum katılımcıların yüksek oranda cevaplandırmasına rağmen ilişki doyum düzeyi ile arasında anlamlı bir ilişki bulunmaması akla ilişki doyum düzeyi düşmesinin stres oluşturup oluşturmadığını akla getirmektedir. Sonraki araştırmalarda ilişki doyum düzeyinin düşmesi ile ortaya çıkan stres düzeyini yordamaya yönelik çalışmalar gözönüne alınabilir.

Sosyal medya kullanım nedenlerinden Günlük yaşamın stresinden uzaklaşıyorum alt boyutuna katılımcıların %49 oranında katılıyorum demiştir , literatürde stresle başa çıkma yolları ve sosyal medya kullanımını yordayan araştırma bulunmamaktadır, bu iki değişkeni yordayan bir araştırma literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

AĞIRBAŞ , V. (2012) . Sosyal Medya Araç Ve Ortamları İle zihin Kontrolü . Yüksek Lisans Tezi . Ufuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü . Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı . Ankara .

AKÇAY , H. (2011) . Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı . İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi , Güz Sayısı, Sayı :33.

AKILLI , G.K. ve Yıldırım, Ç. (Erişim Tarihi :21/05/2015). Web 1.0,2.0,3.0,4.0..., Web , <http://seset.ceit.metu.edu.tr/category/sayilar/03-sayi> .

ANAR , B. (2011) . Evli Ve Çalışan Yetişkinlerin Toplumsal Cinsiyet Rollerini İle Evlilik Doyumu Ve İş Doyumu İlişkisinin İncelenmesi . Yüksek Lisans Tezi . Çukurova Üniversitesi. Adana.

BARAN , M. (2013) . Kadınlara Verilen İletişim Çatışmaları Eğitiminin Evlilik Doyumu Üzerine Etkisi. Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü . Psikiyatri Hemşireliği Anabilim Dalı . Erzurum.

BARUTÇU , S. Ve TOMAŞ, Melda (2013) . Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü . İnternet Uygulamaları Ve Yönetimi Dergisi.Cilt.4 , Sayı .1(ss. 5-24) .

BÜYÜKŞENER , E. (2009) . Türkiyede Sosyal Ağların Yeri Ve Sosyal Medyaya Bakış . inet-tr'09 - XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri .12-13 Aralık 2009 .Bilgi Üniversitesi, İstanbul.

ÇAĞ , P. (2011) . Evli Bireylerde Eş Desteği Ve Evlilik Doyumu . Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü . Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı. Ankara.

ÇAĞ , P. Ve YILDIRIM, İ.(2013) . Evlilik Doyumunu Yordayan İlişkisel ve Kişisel Değişkenler . Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi , Cilt :4, Sayı :39 (ss:13-23) .

ÇAKMAK , V. (2014) . İletişim Kaygısının Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Olan Etkisi . Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi . Sosyal Bilimler Enstitüsü . Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı . Konya .

ÇINAR ,L.(2008). Evlilik Doyumu Cinsiyet Roller ve Yardım Arama Tutumu . Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi . Eğitim Bilimleri Enstitüsü .Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı . Ankara.

DAL , N.E. ve DAL , V. (2014) . Kişilik Özellikleri Ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları .Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi . Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , Cilt:6 ,Sayı :11 (ss:144-162) .

ERGENE ,T. (2014) .Sosyal Medyanın Toplumsal Hafızadaki Rolü . Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi . Sosyal Bilimler Enstitüsü . Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı . Ankara.

EŞSİZOĞLU , A.& GÜLEÇ , G.& YENİLMEZ , Ç.& YAZICIOĞLU , Y. (2012) . Aile Yapısı Ve İlişkileri. Açık Öğretim Fakültesi Yayını No: 2542 . Bölüm :4

GENÇ , H. (2010) . İnternetteki etkileşim Merkezi Sosyal Ağlar Ve E-İş:2.0 Uygulamaları .Muğla Üniversitesi . Akademik Bilişim '10 – XII Akademik Bilişim Konferans Bildirileri . 10-12 Şubat 2010 .

GÜLSOY , T. (2009) . Etkileşimli medya ve Pazarlama Terimleri Sözlüğü . L.BARUH ve M. YÜKSEL içinde , Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama (ss.223-251) . İstanbul :Doğan Kitap .

GÜVEN , N. (2005) . İlişkilerle İlgili bilişsel Çarpıtmalar Ve Evlilikte Problem Çözme Becerilerinin Evlilik Doyumu İle ilişkisi.Ankara Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı . Ankara.

GÖÇÖĞLU ,V. (2014) . Kamu Politikası Ve Sosyal Medya İlişkisi . Yüksek Lisans Tezi. Hacetepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Siyaset Bilimi Ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı . Ankara.

HAMAMCI , E. (2015) Televizyon Ve Sosyal Medya İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi . Sosyal Bilimler Enstitüsü .Radyo Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı . İstanbul.

KIZILARSLAN , A.(2015) . Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkilerini Eleştirel Bir Yaklaşım. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi .Sosyal Bilimler Enstitüsü. Gazetecilik Anabilim Dalı . İstanbul .

KOÇAK , N.G. (2012). Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının Ve Tezi. Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi. Doktora Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

SARI , T. (2012) . Evli Bireylerin ebeveyn Algıları ,Otomatik Düşünceleri Ve Bağlanma Stilllerinin Evlilik Doyumu İle İlişkisi . Yüksek Lisans Tezi . Haliç Üniversitesi . Sosyal Bilimler Enstitüsü . Psikoloji Anabilim Dalı . İstanbul.

TEZER ,E. (1996) . Evlilik İlişkisinden Sağlanan Doyum : Evlilik Yaşam Ölçeği . Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Dergisi , cilt : 2 ,sayı:7 (ss:1-7) .

ÜNCÜ , S. (2007) . Duygusal Zeka Ve Evlilik Doyumu İlişkisi . Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi .Eğitim Bilimleri Enstitüsü Anabilim Dalı . Ankara.

YİNG , M. (2012) . Sosyal Medya Platformları Üzerinde Pazarlama Ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler . Yüksek Lisans Tezi .Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü . İşletme Anabilim Dalı . İstanbul .

ZEYTİNOĞLU ,E. (2013) . Evli Bireylerin Benlik Saygısı , Kıskançlık Düzeyi , Evlilikteki Çatışmalar ve Evlilik Doyumu Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi .Yüksek Lisans Tezi . Dokuz Eylül Üniversitesi . Eğitim Bilimleri Enstitüsü . Aile Eğitim Ve Danışmanlığı Anabilim Dalı . İzmir.

(<http://www.kurumsalhaberler.com/>)

(www.sosyalmedya.co/gsb-sosyal-medya-arastirmasi/)

(<http://www.sosyalmedyacci.com/>)

(www.tez.yok.gov.tr).

EKLER :

EK:1 SOSYODEMOGRAFİK FORM VE SOSYAL MEDYA KULLANIM
ÖLÇEĞİ

EK:2 EVLİLİK YAŞAM ÖLÇEĞİ

BİRİNCİ BÖLÜM – KİŞİSEL BİLGİLER

Aşağıda kişisel bilgilerinize yönelik sorular yer almaktadır. Lütfen seçeneklerden size en uygun olanını (X) işaretleyiniz.

1. Cinsiyetiniz: KADIN ERKEK

2. Lütfen yaş aralığınızı işaretleyiniz:

- 15-19 20-24 25-29 30-34 35-39
 40-44 45-49 50-54 55-59 60-64
 65-69

3. Eğitim durumunuz:

- İlköğretim mezunu
 Lise ve Dengi Okul Mezunu
 Yüksekokul/Fakülte Mezunu
 Lisansüstü Eğitim Mezunu (Yüksek Lisans/Doktora)

4. Yabancı dil biliyor musunuz?

- Evet (Lütfen belirtiniz:)
 Hayır

5. Medeni durumunuz: Evli Bekar Boşanmış/Dul

6. Çocuğunuz var mı? Evet Hayır

7. Aşağıdaki ifadelerden hangisi sizin durumunuza en iyi şekilde uymaktadır?

- Tek başıma yaşıyorum
 Ailemle (anne, baba, kardeş vb.) birlikte yaşıyorum
 Eşimle/çocuklarımla birlikte yaşıyorum
 Ev arkadaşım ile birlikte yaşıyorum

8. Aşağıda çalışma durumunuza ilişkin ifadelere yer verilmiştir.

Lütfen sizin için en uygun ifadeyi işaretleyiniz.

- Çalışıyorum (Lütfen mesleğinizi belirtiniz:)
 Öğrenciyim
 Ev kadınıyım
 Emekliyim
 İş arıyorum

9. Aylık gelir durumunuz:

- 750 TL ve altı
 751 TL - 1500 TL
 1501 TL - 2250 TL
 2251 TL - 3000 TL
 3001 TL ve üzeri

10. Lütfen 2014 yılını düşünerek aşağıdaki etkinlikleri gerçekleştirmesıklığınızın ilgili kutucuğa (X) işaretleyin	Hemen hemen hergün	Haftada bir ya da birkaç kez	Ayda bir ya da birkaç kez	Yılda bir ya da birkaç kez	Hiçbir zaman yada çok nadir
Sinemaya giderim					
Tiyatroya giderim					
Konsere giderim					
Opera/bale gösterilerine giderim					
Kitap okurum					
Dergi okurum					
Spor yaparım					
Ailemle/arkadaşlarımla zaman geçiririm					
Kafeye/bara/restorana giderim					
Bilgisayar oyunları (play station vb.) oynarım					
İnternette dolaşırım					
Hobilerimle uğraşırım					
Tatile çıkarım					
Yurtdışına çıkarım (tatil, iş vb. nedenlerle)					
Bir-iki günlük gezilere giderim					

İKİNCİ BÖLÜM – MEDYA KULLANIMI

Aşağıda medya kullanımınıza yönelik sorular yer almaktadır. Lütfen seçeneklerden size en uygun olanını (X) işaretleyiniz.

11. Lütfen aşağıda belirtilen medya türlerine bir günde ortalama ne kadar zaman ayırdığınızı ilgili kutucuğa (X) işaretleyiniz	Takip etmiyorum	1 saatten az	1-3 saat	4-6 saat	7 saatten fazla
TELEVİZYON					
GAZETE					
RADYO					
İNTERNET					

12. Dijital platformlara (Digitiürk, D-smart, Tivibu, Teledünya vb.) üyeliğiniz var mı?

EVET

HAYIR

13. Bilgisayarınız var mı?

EVET

HAYIR

14. Lütfen İnterneti aşağıda belirtilen amaçların hangileri için kullandığınızı işaretleyiniz. (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

e-posta işlemleri için

Sosyal medya (Facebook, Twitter, Youtube vb.) platformlarına girmek için

Gazete okumak için

TV programlarını, dizileri vb. izlemek için

Müzik dinlemek için

Alışveriş yapmak için

Merak ettiğim, ilgilendiğim konularda araştırma yapmak için

Ürünlerle ilgili bilgi edinmek için

Oyun oynamak için

Program/müzik/film vb. indirmek için

Banka işlemleri için

Seyahat planı yapmak için

İş aramak için

Diğer (Lütfen belirtiniz):.....

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM – SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Aşağıda sosyal medya platformlarını kullanımınıza yönelik ifadeler yer almaktadır.

Lütfen seçeneklerden size uygun olanını (X) işaretleyiniz.

15. Lütfen aşağıdaki sosyal medya platformlarını hangi sıklıkla kullandığınızı ilgili kutucuğa işaretleyiniz.	Her zaman	sıklıkla	Ara Sıra	Nadiren	Hiçbir Zaman	Bilgim Yok
Sosyal ağ siteleri (Facebook, MySpace, Friendfeed, Google plus, vb.)						
Mesleki ağ siteleri (LinkedIn, XING, Academia vb.)						
Video paylaşım siteleri (Youtube, Dailymotion vb.)						
Fotoğraf paylaşım siteleri (Flickr vb.)						
Müzik paylaşım siteleri (Jamendo, LastFM vb.)						
Mikroblog uygulamaları (Twitter vb.)						
Sosyal İmleme Siteleri (Digg, dei.icio.us., Stumbleupon, Linkibol vb.)						
Forumlar						

Bloglar						
Wikiler (Wikipedia vb.)						
Podcastlar (Apple iTunes vb.)						
Diğer (Lütfen belirtiniz):						

16. Lütfen en çok takip ettiğiniz sosyal medya platformunu (Facebook, Twitter vb. gibi isim vererek) belirtiniz:

17. Ne kadar zamandır sosyal medya platformlarını takip ediyorsunuz?

- 1 yıldan az 1-2 yıldır 3-4 yıldır 5 yıl ve üzeri

18. Sosyal medya başında yaklaşık ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

- 1 saatten az 1-3 saat 4-6 saat 7 yıl ve üzeri

19. Lütfen sosyal medyada aşağıda belirtilen eylemleri gerçekleştirme sıklığınızı ilgili kutucuğa işaretleyiniz	Her zaman	sıklıkla	Ara Sıra	Nadiren	Hiçbir Zaman
Video izlerim					
Kendi çektiğim videoları paylaşırım					
Hoşuma giden videoları paylaşırım					
Fotoğraflara bakarım					
Kendime ait fotoğrafları paylaşırım					
Hoşuma giden fotoğrafları paylaşırım					
Müzik dinlerim					
Hoşuma giden müzikleri paylaşırım					
Kendi ürettiğim müziği paylaşırım					
İlgimi çeken konularla ilgili yazıları okurum					
Yazılarımı/görüşlerimi paylaşırım					
İçeriklere (video, müzik, fotoğraf, görüş, metin vb.) yorum yazarım					
İlgimi çeken konulardaki tartışmalara katılırım					
İlgilendiğim kişilerin sayfalarını (yazdıklarını, yükledikleri içerikleri vb.) takip ederim					
Chat (çevrimiçi sohbet) yaparım					
Hoşuma giden gruplara üye olurum					
Durumumu/ruh halimi/konumumu belirtirim					
Etkinlik sayfalarını takip ederim					
Kişisel/mesleki bilgilerimi düzenli olarak güncellerim					
Sosyal medyada yer alan oyun uygulamalarına katılırım					

Diğer (Lütfen belirtiniz):					
----------------------------	--	--	--	--	--

20. Aşağıda SOSYAL MEDYA KULLANMA NEDENLERİNİZE yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen bu ifadelere katılım durumunuzu ilgili kutucuğa (X) işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Karasızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Eğlenceli zaman geçiriyorum					
Boş zamanlarımı değerlendiriyorum					
Günlük yaşamın stresinden uzaklaşıyorum					
Popüler şeyler ilgimi çekiyor					
Kendimi özel ve önemli hissediyorum					
Arkadaşlarım ve tanıdıklarımla sürekli iletişim içinde olabiliyorum					
Yeni insanlarla tanışabiliyorum					
Kendimi bir gruba ait hissediyorum					
Yalnızlık hissinden kurtuluyorum					
Yüzyüze iletişime göre kendimi daha rahat hissediyorum					
Arkadaşlarımla bir araya geldiğimde sohbet konusu sağlıyor					
Sosyal medya kullanmamak çevrem tarafından bir eksiklik olarak algılanıyor					
Yakın çevremde olup bitenlerden haberdar oluyorum					
Güncel gelişmeleri sürekli takip edebiliyorum					
Çeşitli etkinliklerden kolaylıkla haberdar oluyorum					
Diğerlerinin hayatında olup bitenleri takip edebiliyorum					
Merak ettiğim konularda görüş ve tavsiyelere başvurabiliyorum					

Durumları ve olayları farklı bakış açılarından değerlendirebiliyorum					
Kendim gibi düşünen insanlarla biraraya gelebiliyorum					
Düşüncelerimi özgür bir şekilde ifade edebiliyorum					
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Kendime güvenim artıyor					
Potansiyelimi keşfetmemi sağlıyor					
Kendimi farklı bir kimlikle tanıtabiliyorum					
Fikirlerimin dikkate alındığını düşünüyorum					
Tepkilerimi özgürce ifade ederek bir değişim yaratabileceğime inanıyorum					
Toplumsal/siyasal konularda inançlarım ve değerlerim doğrultusunda tepki verebiliyorum					

21. Lütfen sosyal medyaya ilişkin aşağıdaki ifadelere katılım durumunuzu ilgili kutucuğa (X) işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Belirli bir süre kullandıktan sonra boşa vakit geçirdiğim hissine kapılıyorum					
Mahremiyetime zarar verdiğini düşünüyorum					
Yüzyüze kurduğum ilişkilerin yerini tutmadığını düşünüyorum					
Beklentilerimi tam olarak karşılamadığını düşünüyorum					
Sosyal medyadaki hesabımı/hesaplarımı kapatacağım					

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı :Asuman ÖZTÜRK

Doğum Tarihi : 26/01/1982

Görev Yeri :Özel Rota Özel Eğitim Kurumları (2008-görevini sürdürmekte)

Yabancı Dil Bilgileri : 1. Seviyede İngilizce

Eğitim Düzeyi :Üsküdar Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Öğrencisi

(2013-2015)

Dicle Üniversitesi - Psikoloji bölümü 2002-2006

Katıldığı Eğitim Programları :

- Gestalt Eğitim Programı
- Aile ve Çift Terapisi Programı
- WISC-R Uygulama Sertifikası
- DENVER Uygulama Sertifikası
- Çocuk Değerlendirme Testleri Uygulaması
- Bilişsel Davranışçı Terapi 1. Kur
- Zihinsel engelli bireylerde Cinsel Eğitim
- Müzik Terapi Eğitimi
- Oyun Terapisi Eğitimi
- Konuşma Bozuklukları Eğitimi

13/06/2015

