

T.C.
ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN AİLE VE GRUP AİDİYETLERİ İLE SOSYAL MEDYA VE AKILLI TELEFON KULLANIMI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: BİR KARMA MODEL ARAŞTIRMASI

DOKTORA TEZİ

Abdulkadir KARABULUT

KLİNİK ODAKLI SOSYAL HİZMET DOKTORA PROGRAMI

Ankara, 2023

T.C.
ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN AİLE VE GRUP AİDİYETLERİ İLE SOSYAL MEDYA VE AKILLI TELEFON KULLANIMI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: BİR KARMA MODEL ARAŞTIRMASI

DOKTORA TEZİ

Abdulkadir KARABULUT

KLİNİK ODAKLI SOSYAL HİZMET DOKTORA PROGRAMI

Ankara, 2023

T.C.
ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Üniversite Öğrencilerinin Aile ve Grup Aidiyetleri ile Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanımı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Karma Model Araştırması

Abdulkadir KARABULUT

Doktora Tezi

05/05/2023

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Rıza GÖKLER

Jüri Üyeleri
Prof. Dr. Emrah AKBAŞ
Prof. Dr. Rıza GÖKLER
Prof. Dr. Esra ÇALIK VAR
Doç. Dr. Ömer Faruk CANTEKİN
Dr. Öğr. Üyesi Barış DEMİREL

Okuduğumuz ve Savunmasını dinlediğimiz bu tezin bir Doktora derecesi için gereken tüm kapsam ve kalite şartlarını sağladığını beyan ederiz.

Prof. Dr. Sena KAPLAN
Enstitü Müdürü
Bu tezin Doktora derecesi için gereken tüm şartları sağladığını tasdik ederim.

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda patent ve telif haklarını ihlal edici etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tezde kullanılmış olan tüm bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi beyan ederim.

05/05/2023

Abdulkadir KARABULUT

TEŞEKKÜR

2020 yılında başladığım zorlu sürecin 2023 yılında tamamlanmış olması ve 3 yıl sürmesi, şüphesiz ki tezin olgunlaşmasına büyük fırsat tanıdı. Sürecin pandemi ile başlaması ise tezin teknoloji kullanımının arttığı bir dönemde yazılmasına, farklı kullanıcı deneyimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırladı.

Doktora sürecinde almış olduğum dersler ile doktora sürecinin başında büyük katkılar sunan, zorlu sürecin başından itibaren anlayışla yaklaşan, verdiği güven ve geri bildirimler ile tezin tamamlanmasına büyük katkı sunan tez danışmanım kıymetli hocam Prof. Dr. Rıza GÖKLER'e teşekkürlerimi sunuyorum.

Tezin yöntem kısmına, analizlerine yön veren değerli hocam Prof. Dr. Esra ÇALIK VAR'a hem tez çalışması sürecindeki destekleri hem de doktora sürecinde almış olduğum derslerdeki katkıları için teşekkür ediyorum. Tez İzleme Komitesi'nde yer alan, yapıcı eleştirileri ile katkı sunan, veri toplama sürecinde de desteğini esirgemeyen değerli hocam Doç. Dr. Ömer Faruk CANTEKİN'e teşekkür ediyorum.

Tez savunma sınavında yer alarak eleştirel bir bakış açısı ile tezin son halini almasına katkılar sunan kıymetli hocalarım Prof. Dr. Emrah AKBAŞ ve Dr. Öğr. Üyesi Barış DEMİREL'e teşekkür ediyorum.

Doktora eğitimi sürecindeki katkıları için Prof. Dr. Cengiz ÖZBESLER'e, doktora yeterlilik sürecine kadar danışmanlığımı yapan kıymetli hocam Prof. Dr. Nurdan DUMAN'a, yüksek lisans tez danışmanlığımı yaparak bana büyük katkılar sunan Prof. Dr. Sema BUZ'a da ayrı ayrı teşekkürlerimi sunuyorum.

Doktora sürecine birlikte başladığım Dr. İpen İlknur ÜNLÜ, Dr. Hakan KARAAĞAÇ, Dr. Fatma PEKER ve çok yakında doktora tezini tamamlayacağına inandığım Arş. Gör. Elmas AKIN ALTINCI'ya teşekkür ediyorum.

Tez aşamasında desteklerini esirgemeyen ve burada isimlerine yer veremediğim arkadaşlarıma, hocalarıma da teşekkür ediyorum.

Annem ve ablam, okula başladığım günden beri 33 yıldır verdiğiniz tüm emekler için her ikinize de çok teşekkür ediyorum. İyi ki varsınız.

Tez çalışmam nedeniyle bazen hayatını kısıtladığım ama hiçbir zaman desteğini esirgemeyen, gülen yüzüm Kübra'ya yürekten teşekkür ediyorum.

Son olarak sürece ve hayatıma sonradan dâhil olan, hayatıma anlam katan biricik kızım Lina, iyi ki geldin iki gözümün çiçeği. Sana ve seni gönderene teşekkür ediyorum.

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ ..... **vii**

ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **viii**

TABLOLAR DİZİNİ ..... **ix**

1. GİRİŞ **1**

2. GENEL BİLGİLER **5**

2.1. Bağımlılık Kavramı 5

2.2. Sosyal Medya Kavramı 9

2.2.1. Sosyal Medyanın Özellikleri 11

2.2.2. Sosyal Medyanın Etkileri 12

2.2.3. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci 13

2.2.4. Sosyal Medya Türleri 15

2.2.5. Sosyal Medya Bağımlılığı 18

2.3. Akıllı Telefon Bağımlılığı 20

2.3.1. Akıllı Telefon Bağımlılığına Sürükleyen Etmenler, Risk Faktörleri 22

2.3.2. Akıllı Telefon Bağımlılığının Sonuçları 23

2.4. Aidiyet Kavramı 24

2.4.1. Aile Aidiyeti 26

2.4.2. Grup Aidiyeti 31

2.5. Bağımlılık, Aidiyet ve Sosyal Hizmet 33

3. MATERYAL VE YÖNTEM **38**

3.1. Araştırmanın Modeli 38

3.2. Evren ve Örneklemi 39

3.3. Araştırmada Kullanılacak Veri Toplama Araçları 39

3.3.1. Bilgi Formu.....40
3.3.2. Aile Aidiyeti Ölçeği.....40
3.3.3. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği.....40
3.3.4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ).....41
3.3.5. Grup Aidiyeti Ölçeği.....41
3.3.6. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu.....42
3.4. Araştırmada Verilerin Toplanması.....42
3.4.1. Araştırmanın Etiği.....42
3.4.2. Veri Toplama Süreci.....42
3.4.3. Verilerin Analizi ve Yorumlanması.....43
4. BULGULAR.....45
4.1. Araştırmanın Nicel Boyutundan Elde Edilen Bulgular.....45
4.1.1. Katılımcıların Sosyoekonomik ve Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....45
4.1.2. Ölçek Puanlarının Dağılımı ve Normallik Analizleri.....47
4.1.3. Regresyon Analizi Sonuçları.....50
4.1.4. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi....56
4.1.5. Grup Aidiyeti Ölçeğinin Değerlendirilmesi.....62
4.1.6. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi.....66
4.1.7. Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi.....74
4.2. Araştırmanın Nitel Boyutundan Elde Edilen Bulgular.....83
4.2.1. Nitel Örneklemdeki Üniversite Öğrencilerini Tanıtıcı Bulgular.....84
4.2.2. Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Bulgular86
4.2.3. Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Belirtilerine İlişkin Bulgular.....104

4.2.4. Sosyal Medya ve Akıllı Telefona İlişkin Düşüncelerine Ait Bulgular....118
4.2.5. Aidiyet ve Bağımlılık İlişkisine Ait Bulgular....124
5. TARTIŞMA....127
5.1. Katılımcıların Sosyo- Demografik Özelliklerine İlişkin Bulguların Tartışılması....127
5.2. Üniversite Öğrencilerinin Aile Aidiyet Düzeylerine İlişkin Bulguların Tartışılması....128
5.3. Üniversite Öğrencilerinin Grup Aidiyet Düzeylerine İlişkin Bulguların Tartışılması....134
5.4. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların Tartışılması....136
5.5. Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların Tartışılması....145
5.6. Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanımının Bireyler Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulguların Tartışılması....153
5.7. Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Belirtilerine İlişkin Bulguların Tartışılması....155
5.8. Sosyal Medya ve Akıllı Telefona İlişkin Düşüncelerine Ait Bulguların Tartışılması....162
5.9. Değişkenlerin Birbirlerini Etkileme Durumlarına İlişkin Bulguların Tartışılması....164
6. SONUÇ VE ÖNERİLER....167
7. KAYNAKLAR....180
8. EKLER....207
EK-1. Etik Kurul İzni....207
EK-2. Araştırma İzni (Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi)....208
EK-3. Araştırma İzni (Ankara Üniversitesi Mühendislik Fakültesi)....209
EK-4. Araştırma İzni (Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi)....210

EK-5. Araştırma İzni (Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi).....211
EK-6. Araştırma İzni (AYBU Hukuk Fakültesi) 212
EK-7. Araştırma İzni (AYBU Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi) ..213
EK-8. Araştırma İzni (AYBU Sağlık Bilimleri Fakültesi) 214
EK-9. Araştırma İzni (Başkent Üniversitesi).....215
EK-10. Araştırma İzni (Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi) 216
EK-11. Araştırma İzni (Gazi Üniversitesi Mühendislik Fakültesi) 217
EK-12. Araştırma İzni (Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi) 218
EK-13. Bilgilendirilmiş Onam Formu.....219
EK-14. Anket Soruları.....220
EK-15. Aile Aidiyeti Ölçeği 221
EK-16. Grup Aidiyeti Ölçeği.....222
EK-17. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....223
EK-18. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği.....225
EK-19. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu 227
EK-20. Özgeçmiş 229

ÖZET

Üniversite Öğrencilerinin Aile ve Grup Aidiyetleri ile Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanımı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Karma Model Araştırması

Üniversite öğrencilerinin teknolojinin hızla ilerlemesinin etkisi ile akıllı telefon ve sosyal medya üzerinde bir bağımlılık geliştirdikleri gözlemlenmektedir. Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının aile ve grup aidiyetlerinden etkilenip etkilenmediğini belirlemek amaç edinilmiştir. Bu amaçla üniversite öğrencilerine yönelik; Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Aile Aidiyeti Ölçeği ve Grup Aidiyeti Ölçeği uygulanmıştır. Ayrıca araştırmacı tarafından hazırlanan derinlemesine görüşme formu ile nitel veriler elde edilmiştir. Bu verilerle üniversite öğrencilerinin aile ve grup aidiyet düzeylerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeylerine göre yordanması gerçekleştirilmiş, sonrasında ise bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanım deneyimlerine ilişkin nitel veriler ile nicel veriler desteklenmiştir. Araştırmanın nicel bölümüne toplam 635 üniversite öğrencisi katılım sağlamış, nitel bölümünde ise 10 erkek 10 kadın olmak üzere toplam 20 üniversitesi öğrencisi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Nicel verilerin analizinde regresyon, T-testi, ANOVA analizi, Kruskal Wallis testi; nitel verilerin analizinde ise N-Vivo programı kullanılmıştır. Araştırmanın nicel bölümünde üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeyleri ile aile ve grup aidiyet düzeylerine ilişkin veriler sunulmuş, nitel bölümünde ise üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanım amaçları, bağımlı olduklarını gösteren belirtiler, pandemi döneminde sosyal medya ve akıllı telefon kullanım alışkanlıklarının nasıl değiştiği, aile ve gruplara duydukları aidiyetlerine ilişkin deneyimleri ortaya çıkartılmıştır. Araştırmada üniversite öğrencilerinin aile ve grup aidiyet düzeylerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına yönelik neler yapılabileceği sosyal hizmet disiplini ile bağlantılı olarak öneri olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Aidiyet, Sosyal Medya Bağımlılığı, Üniversite Öğrencisi.

ABSTRACT

Examining the Relationship between University Students' Family and Group Belonging and Social Media and Smartphone Usage: A Mixed Model Research

It is observed that university students develop an addiction to smartphones and social media with the effect of the rapid progress of technology. The aim of the study is to determine whether the use of social media and smartphones by university students is affected by family and group belonging. For this purpose, for university students; Smartphone Addiction Scale, Social Media Addiction Scale, Family Belonging Scale and Group Belonging Scale were applied. In addition, qualitative data were obtained with the in-depth interview form prepared by the researcher himself. With these data, the family and group belonging levels of university students were predicted according to their social media and smartphone addiction levels, and then qualitative data and quantitative data on the social media and smartphone usage experiences of individuals were supported. A total of 635 university students participated in the quantitative part of the research, and in-depth interviews were conducted with a total of 20 university students, 10 male and 10 female, in the qualitative part. In the analysis of quantitative data, regression, T-test, ANOVA analysis, Kruskal Wallis test; N-Vivo program was used in the analysis of qualitative data. In the quantitative part of the study, data on social media and smartphone addiction levels, family and group belonging levels of university students were presented, and in the qualitative part, university students' social media and smartphone usage purposes, symptoms showing that they were addicted, how social media and smartphone usage habits during the pandemic period were presented and their experiences of belonging to families and groups were revealed. In the study, it was concluded that the family and group belonging levels of university students affect their social media and smartphone addictions. What can be done about the results of the research is presented as a suggestion in connection with the social work discipline.

Keywords: Belonging, Social Media Addiction, University Student.

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AAÖ : Aile Aidiyeti Ölçeği

APA : Amerikan Psikiyatri Birliği

ATBÖ : Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği

AYBU : Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

DSM : Mental Rahatsızlıkların Tanı ve İstatiksel El Kitabı

GAÖ : Grup Aidiyeti Ölçeği

SMBYÖ : Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına ilişkin genel kod haritası 86

Şekil 2. Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımına ait kod alt modeli.....87

Şekil 3. Sosyal medya kullanım amaçlarına ait kod alt modeli.....88

Şekil 4. Akıllı telefon kullanım amaçlarına ait kod alt modeli.....92

Şekil 5. Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının etkilerine ait kod alt modeli 96

Şekil 6. Sosyal medya kullanamadıklarında yaptıklarına ait kod alt modeli. 101

Şekil 7. Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı belirtilerine ait kod alt modeli 106

Şekil 8. Sosyal medya ve akıllı telefona ilişkin düşünceleri 118

Şekil 9. Aidiyet duygusu ve bağımlılık.....124

Şekil 10. Bireyi sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına sürükleyen etmenler.....167

Şekil 11. Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına yönelik uygulanabilecek sosyal hizmet çalışmaları – model önerisi 178

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Katılımcılara ilişkin sosyo-demografik bilgiler.....45

Tablo 2. Ölçek puanlarının dağılımı.....47

Tablo 3. Ölçeklere ilişkin güvenirlik analizi.....48

Tablo 4. Ölçeklerin normallik analizi.....49

Tablo 5. Çoklu bağıntı problemine ilişkin tolerans, VIF ve CI değerleri.....49

Tablo 6. Aidiyet düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi ...50

Tablo 7. Aidiyet düzeylerinin akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi.....51

Tablo 8. Yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin aile aidiyeti üzerindeki etkisi 52

Tablo 9. Yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin grup aidiyeti üzerindeki etkisi 53

Tablo 10. Yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi.....53

Tablo 11. Yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi 55

Tablo 12. Cinsiyete göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi .56

Tablo 13. Medeni duruma göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının

değerlendirilmesi 57

Tablo 14. Okunulan üniversiteye göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 57

Tablo 15. Okunulan fakülteye göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 58

Tablo 16. Aile yaşam alanına göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 59

Tablo 17. Kalınan yere göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 60

Tablo 18. Ailenin gelirine göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 60

Tablo 19. Kullanılan uygulamaya göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 61

Tablo 20. Cinsiyete göre grup aidiyetinin değerlendirilmesi 62

Tablo 21. Medeni durum açısından grup aidiyetinin değerlendirilmesi 62

Tablo 22. Okunulan üniversite açısından grup aidiyetlerinin değerlendirilmesi 63

Tablo 23. Okunulan fakülte açısından grup aidiyetlerinin değerlendirilmesi 63

Tablo 24. Yaşanılan alana göre grup aidiyetinin değerlendirilmesi 64

Tablo 25. Kalınan yere göre grup aidiyetinin değerlendirilmesi.....64

Tablo 26. Anne-baba yaşama durumuna göre grup aidiyetinin değerlendirilmesi 65

Tablo 27. Uygulama kullanımı açısından grup aidiyetinin değerlendirilmesi 65

Tablo 28. Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.....66

Tablo 29. Medeni durum açısından sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 67

Tablo 30. Okunulan üniversiteye göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 68

Tablo 31. Okunulan fakülteye göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 69

Tablo 32. Yaşanılan yere göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.....70

Tablo 33. Kalınan yere göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.....71

Tablo 34. Anne-baba yaşama durumuna göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.....72

Tablo 35. Kullanılan uygulamaya göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 73

Tablo 36. Cinsiyete göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 74

Tablo 37. Medeni duruma göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 74

Tablo 38. Okunulan üniversiteye göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 75

Tablo 39. Okunulan fakülteye göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 77

Tablo 40. Yaşanılan yere göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 78

Tablo 41. Kalınan yere göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 80

Tablo 42. Anne-baba yaşama durumuna göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 81

Tablo 43. Kullanılan uygulamaya göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi 82

1. GİRİŞ

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2022 yılında yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye'de evden internete erişim imkânı %94,1 olarak bulunmuştur. Türkiye genelinde internete erişimde bir artış olduğu görülmektedir. Özellikle uzaktan eğitim sistemi, 2019 yılından beri etkisi hissedilen Covid-19 salgını ve bu salgının oluşturduğu şartlar nedeniyle insanların zamanlarının büyük kısmını evde geçirmeleri sonucu internete erişimin arttığı düşünülmektedir. Aynı araştırma sonuçları incelendiğinde internet kullanım oranının 16-74 yaş grubundaki kişilerde %85,0 olduğu, bir önceki yıl ise bu oranın %82,6 olduğu görülmektedir (1). İlgili araştırma incelendiğinde bireylerin interneti kullanım amaçlarına bakıldığında, araştırmaya katılan bireylerin %84,9'u "sosyal medya (Facebook, Twitter, Instagram vb.) üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşma" cevabını vermiş; bireylerin cep telefonu kullanım durumu ise %95,8 olarak bulunmuştur. Bu noktadan hareketle, toplumda telefon ve internet kullanımının arttığı, bu kullanımın ise daha ziyade sosyalleşme ihtiyacından kaynaklandığı görülmektedir.

Gelişen web teknolojisi ile birlikte insanların arayışa girdikleri görülmektedir. Web 1.0 ile başlayan süreçte sadece içerik sunumları varken, Web 2.0 ile birlikte insanların bir yandan dinleyip izlemeleri, bir yandan konuşmaya başlamaları ve birbirleri ile etkileşime geçmeleri söz konusu olmuştur (2). Yaşanan bu gelişmeler sosyal medya ortamlarının oluşmasını da beraberinde getirmiştir. Akıllı telefonların da yaygınlaşması ile birlikte internete erişimin kolaylaşması sosyal medya kullanımını daha da artırmış ve "sosyal medya bağımlılığı", "akıllı telefon bağımlılığı" gibi davranışsal bağımlılık türleri ortaya çıkmıştır. Bu tür davranışsal bağımlılıkların genç nüfus arasında daha fazla olduğu düşünülmektedir. Ergenlik dönemi ile birlikte bireyler, kimlik arayışına girmeleri sonucunda sosyal medya platformları ile istedikleri biçimde kendilerini yansıtma imkânı bulmaktadırlar. Bu imkân sosyal medyanın genç ve ergenler arasında daha çekici hale gelmesine zemin hazırlamaktadır (3). Öte yandan her ne kadar sosyal medya ve gençlik doğrudan ilintili gibi gözükse de kuşaklar arasında ayrım olup olmadığını belirlemek için yapılan bir araştırmada sosyal medya kullanım düzeylerinde X, Y ve Z kuşakları arasında keskin bir çizgi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (4). Ancak yine de yapılan araştırmalara bakıldığında sosyal medya

bağımlılığı konusundaki çalışmaların daha çok lise ve üniversite öğrencileri örnekleminde gerçekleştirildiği görülmektedir (3, 4, 5, 6, 7, 8, 9).

Akıllı telefon kullanımının bireylerin yaşamlarına kolaylık sağladığı ve artık vazgeçilmez bir ihtiyaç olduğu gerçektir. Sosyal medya ise bireylerin kişiler arası iletişimlerini ve sosyal etkileşimlerini kolaylıkla gerçekleştirebilecekleri bir platform olarak görülmektedir. Ancak bireyin akıllı telefonu kötüye kullanması ve sosyal medyaya erişim düzeyinin kontrolsüzce gerçekleştirmesi çeşitli problemlere neden olabilecektir. Özellikle gelişim döneminde olan ergenlerin kontrolsüz akıllı telefon ve sosyal medya kullanımları gerek fiziksel gerek sosyal ve gerekse psikolojik yönden olumsuz yönde etkilenmelerine neden olacaktır.

Başkaları ile ilişki kurma ve etkileşim içinde olma, insanın doğasında önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle ergenlik dönemi kişilerarası ilişkilerde önemli bir dönüm noktasıdır. Bu dönemde üniversite eğitimi için ailesinden de uzaklaşan bireyin bu süreci daha sancılı geçirmesi söz konusu olmaktadır. Öte yandan günümüzde bağımlılık önemli bir psikolojik sorun olarak göze çarpmaktadır. Bağımlılık denildiğinde akıllara her ne kadar maddeyi kötüye kullanım bozukluğu gelse de oyun bağımlılığı, cep telefonu bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı, internet bağımlılığı, bilgisayar bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı gibi davranışsal bağımlılıklar da bulunmaktadır. Yapılan araştırmalarda da görüldüğü üzere gençlerin büyük bölümünün sosyal medyayı etkin olarak kullandıkları görülmektedir (8,10). Akıllı telefonların aşırı kullanımının, bireylerin günlük yaşam aktivitelerini olumsuz yönde etkilediği de bilinmektedir. Ancak bireyleri aşırı kullanıma iten nedenlerin sadece teknolojik gelişmeye bağlanmasının doğru olmayacağından hareketle bu çalışmada aile aidiyeti ve grup aidiyetinin bireyleri sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına sürükleyip sürüklemediğini tespit etmek amaçlanmıştır. Bireylerin sosyal medyada kendilerine sosyal bir çevre oluşturmaya çalıştıkları düşünülmektedir. İnsanın sosyal yaşamda anlam bulma yolculuğu evrensel bir ihtiyaç olarak tanımlanmakta ve insanın anlam bulma yeteneğini destekleyen unsurların aile, meslek, kültür ve topluma yönelik aidiyet duygusu olduğu ifade edilmektedir (11). Bu araştırma, bireylerin ailelerine ve gruplara yönelik aidiyet düzeylerinin düşük olması nedeniyle boşluğa düştükleri ve bu boşluğu sosyal medya ve akıllı telefonlar ile kapatmak istedikleri düşüncesinden hareketle gerçekleştirilmiştir.

Bağımlılık alanında çok disiplinli bir yapıya ihtiyaç duyulmaktadır. Sosyal hizmet uzmanları da bu ekip içerisinde bireylere sosyal destek sağlamaya yönelik çalışmalar yapmaktadırlar. Sosyal hizmet uzmanları, bireylerin aileleri ve toplum ile bütünleşmelerini sağlayarak bağımlılıktan uzaklaşmalarını hedeflemektedirler. Bu noktada sosyal hizmet uzmanları tedavinin toplumdaki uzantısı olarak görülmektedirler (12). Sosyal hizmet uzmanları bağımlılık tedavisinde etkin bir rol almaktadırlar ancak bağımlılık madde bağımlılığı ile sınırlı görülmemelidir. Son yıllarda davranışsal bağımlılıkların toplumsal bir sorun haline geldiği görülmektedir. Aile aidiyeti düşük düzeyde olan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığının yüksek olduğu düşüncesi de bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu araştırmanın problemi, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon ve sosyal medya bağımlılıklarının var olması ve bu bağımlılığı aile ve grup aidiyetlerinin etkilediği düşüncesi olarak gösterilebilir.

Araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarının aile ve grup aidiyet düzeylerinden etkilenip etkilenmediğini belirlemektir. Ayrıca öğrencilerin yaş, cinsiyet, aylık olarak para harcama miktarları, okudukları üniversite/fakülte gibi değişkenlerin öğrencilerin bağımlılık düzeylerinde farklılık yaratıp yaratmadıklarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Nitel bölümde elde edilen verilerle de bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanım amaçlarını belirlemek, pandemi döneminde sosyal medya ve akıllı telefon kullanım alışkanlıklarının nasıl değiştiğini değerlendirmek, aile ve gruplara duydukları aidiyetlerine ilişkin deneyimleri ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Bu araştırmada karma yöntem kullanılmıştır. Nicel ve nitel yöntemlerle çoklu veri toplanmasının araştırmanın güçlü bir yanı olduğu düşünülmektedir. Literatürde nicel veriler (istatistiki analizler) ile nitel verilerin (öyküler, kişisel deneyimler) birlikte kullanılmasının, araştırma problemini daha iyi anlamak için avantajlı olduğu belirtilmektedir (13). Araştırmada dört farklı ölçek kullanılarak üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeyleri ile aile ve grup aidiyet düzeyleri nicel araştırma yöntemiyle elde edilmiş, araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile de üniversite öğrencilerinin akıllı telefon, sosyal medya ve aidiyet hakkındaki görüşleriyle de nitel veriler elde edilmiştir. Böylelikle de her iki araştırma yönteminden elde edilen veriler sayesinde ayrıntılı bir

analiz yapılması mümkün olmuştur.

Genel amaç kapsamında nicel içerik için cevaplanmaya çalışılan alt sorular şu şekildedir:

1. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ne düzeydedir?

2. Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı ne düzeydedir?

3. Üniversite öğrencilerinin aile aidiyetleri ne düzeydedir?

3. Üniversite öğrencilerinin grup aidiyetleri ne düzeydedir?

4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri demografik değişkenlerine (cinsiyet, yaş, öğrenim gördüğü üniversite/fakülte vb.) göre farklılaşmakta mıdır?

5. Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeyleri demografik değişkenlerine (cinsiyet, yaş, öğrenim gördüğü üniversite/fakülte vb.) göre farklılaşmakta mıdır?

6. Üniversite öğrencilerinin grup aidiyet düzeyleri demografik değişkenlerine (cinsiyet, yaş, öğrenim gördüğü üniversite/fakülte vb.) göre farklılaşmakta mıdır?

7. Üniversite öğrencilerinin aile aidiyet düzeyleri demografik değişkenlerine (cinsiyet, yaş, öğrenim gördüğü üniversite/fakülte vb.) göre farklılaşmakta mıdır?

8.Üniversite öğrencilerinin aile ve grup aidiyet düzeyleri sosyal medya bağımlılık düzeylerini yordamakta mıdır?

9. Üniversite öğrencilerinin aile ve grup aidiyet düzeyleri akıllı telefon bağımlılık düzeylerini yordamakta mıdır?

Genel amaç kapsamında nitel içerik için cevaplanmaya çalışılan alt sorular şu şekildedir

10. Üniversite öğrencileri sosyal medya platformlarını hangi amaçlarla kullanmaktadırlar?

11. Üniversite öğrencileri akıllı telefonlarını hangi amaçlarla kullanmaktadırlar?

12. Üniversite öğrencileri sosyal medya hesaplarına ve akıllı telefonlarına bir süre erişemediklerinde ne hissetmektedirler?

13. Üniversite öğrencileri sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle aile bağlarında kopukluk yaşadılar mı?

14. Üniversite öğrencilerinin içerisinde oldukları sosyal gruplar (dernekler, arkadaş grubu, sivil toplum kuruluşları) var mı? Bu gruplarla kurmuş oldukları bağlılık ve güven ilişkisi ne düzeydedir?

Alanyazın incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığının aile ve grup aidiyeti ile ilişkisinin incelendiği herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bununla birlikte alanda, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına ilişkin bireylerin deneyimlerini ortaya koyacak nitel çalışma sayısı çok azdır. Bu araştırmanın mevcut bilgi birikimine ciddi derecede katkı sunacağı düşünülmektedir. Öte yandan üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlıkları ile ilgili olarak elde edilecek sonuçların, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığının yaygınlık derecesinin aile ve grup aidiyeti ile ilişkisi açısından konunun ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Bağımlılık Kavramı

Bağımlılık, bireyin kendi iradesini kullanarak hayatını sürdürme yetisini kaybetmesi olarak tanımlanabilir. Bu durum toplumda genel olarak sigara, alkol ve maddeyi kötüye kullanım olarak kabul edilse de sanal bağımlılık da son yıllarda artış gösteren bir bağımlılık türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Covid-19 sonrası sanal bağımlılığın artış gösterdiği belirtilmekte, Dünya'yı bağımlılık pandemisinin beklediğine işaret edilmektedir (14). Bağımlılık DSM-5'te addiction(bağımlılık) ve addictive disorder (bağımlılık bozukluğu) olarak tanımlanmaktadır. "Bağımlılık" kelime anlamı olarak Latince'de kendini başkasına adamak anlamına gelen "addicere" sözcüğünden türetilmiştir (15). TDK ise bağımlılığı; "psikotrop bir maddeyle merkezî sinir sistemi arasındaki etkileşmeden doğan ve maddenin keyif artırıcı psişik etkilerini duyumsamak ve bazen de yokluğunun vereceği huzursuzluktan sakınmak için

maddeyi devamlı veya periyodik olarak alma isteği" olarak tanımlamaktadır (16). Bir başka tanıma göre ise zararlı sonuçlarına rağmen, dürtüsel olarak madde veya sanal alıştırıcı arayışı ve kullanımı ile karakterize, nüksedici, kronik bir beyin hastalığı olarak kabul edilmektedir (15). Bağımlılık üzerine yapılan tanımlara bakıldığında, bağımlılık yapıcı maddelerin beyin yapısını değiştirmeleri nedeniyle beyin hastalığı olarak tanımlandığı görülmektedir. Psikolojik olarak bağımlılık ise bireylerin, kendilerinin ruhsal ve bedensel sağlığına ya da sosyal yaşamına zarar vermesine karşın, belirli bir eylemi yinelemeye yönelik önüne geçilemez bir istek duymaları hali olarak tanımlanmaktadır (17).

Bağımlılığın bileşenleri; tolerans, yoksunluk, başarısız bırakma girişimleri, zarar görmemesine rağmen kullanmaya devam etme, zamanın büyük bölümünü ayırmak, tasarladığından fazla kullanmak, kontrol edememek, madde kullanım isteği olarak belirtilmektedir (18). Şimdi sırasıyla bu kavramlar tanımlanacaktır.

Tolerans, kişinin kullanmış olduğu maddenin dozuna alışması ve bu dozun yetersiz gelmeye başlaması olarak tanımlanabilir.

Yoksunluk, uyuşturucu madde kullanan kişilerin, maddeyi bıraktıktan sonra yaşadıkları ruhsal ve bedensel rahatsızlıklardır.

Başarısız bırakma girişimleri, bağımlı olan kişinin kullanmış olduğu maddeyi bırakmaya çalışma girişimlerinin olumsuz sonuçlanması anlamına gelmektedir.

Zarar görmesine rağmen kullanmaya devam etme, bağımlı olan kişinin, bağımlılığın kendisinde ve çevresinde yarattığı olumsuz sonuçların farkında olmasına rağmen madde kullanmaya devam etmesidir.

Zamanın büyük bölümünü ayırmak, bağımlı kişinin yaşamını maddeye göre endekslemeye başlaması olarak kabul edilebilir.

Tasarladığından fazla kullanmak, kişinin kullanmış olduğu maddeyi planladığından daha fazla kullanmasıdır.

Son olarak *madde kullanım isteği* ise "craving" olarak da adlandırılır ve şiddetli bir madde isteği olarak tanımlanmaktadır (18).

Görüldüğü üzere literatürde bağımlılık üzerine birçok tanım bulunmaktadır. Ancak bağımlılıkta ortak kanı, bireyin kullanım veya davranışı üzerindeki iradesinin ortadan kalktığı ve bağımlılık davranışının devam ettiği yönündedir. Başta, birey bağımlı olacağı nesne üzerinde hakimiyet kurabilirken, bağımlılık geliştikten sonra bağımlı olunan nesnenin/davranışın birey üzerinde hakimiyet kurduğunu görüyoruz.

Bu tezin problemini oluşturan akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı DSM-V'te((The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) bir bozukluk olarak tanımlanmamaktadır. DSM- V'te teknoloji ile alakalı bağımlılık olarak sadece "İnternet Gaming Disorder (İnternette Oyun Bozukluğu)" tanımlanmıştır (19). İnternette Oyun Bozukluğu altında yeni bir kategori olarak eklenmesi gerektiğini düşünenler olduğu gibi (20); dürtü kontrol bozuklukları altında "internet bağımlılığı" olarak yeni bir alt kategori eklenmesi gerektiğini belirten araştırmacılar(21) da vardır. Bu noktada internet bağımlılığın DSM'de yer alması gerektiği düşünülmektedir. Nitekim teknoloji bağımlılığı günümüzde yaygın olarak görülmektedir ve bilgisayar, akıllı telefon, sosyal medya, oyun gibi davranışsal bağımlılıklar teknoloji bağımlılığı kategorisinde yer alabilir.

Bu noktada davranışsal bağımlılık ve bağımlılık türleri hakkında literatürde yer alan bilgileri incelemekte fayda bulunmaktadır. Davranışsal bağımlılık hem zevk üretmeyi hem de iç rahatsızlıktan kurtulmayı sağlayan bir davranışın, (a) davranışı kontrol etmekte tekrarlayan başarısızlık (güçsüzlük) ve (b) önemli olumsuz sonuçlara rağmen davranışın devam etmesi (yönetilemezlik) durumu olarak tanımlanmaktadır (22).

Aşağıdaki kriterlerden en az 5'inin bulunması halinde bireyde davranışsal bağımlılık tanısı koyulabileceği belirtilmektedir (22);

(a) davranışla veya davranışa hazırlayıcı faaliyetlerle sık sık meşgul olma,

(b) davranışa amaçlanandan daha büyük ölçüde veya daha uzun süre sık sık katılma,

(c) davranışı azaltmak, kontrol etmek veya durdurmak için çabalamak,

(d) davranışı uygulamak veya etkilerinden kurtulmak için çok fazla zaman harcanması,

(e) mesleki, akademik, ev içi veya sosyal yükümlülükleri yerine getirmesi beklenilen

zamanlarda da istenen davranışı uygulamak,

(f) davranış nedeniyle önemli sosyal, mesleki veya eğlence faaliyetlerinden vazgeçmek veya azaltmak,

(g) davranış nedeniyle kalıcı veya tekrarlayıcı sosyal, finansal, psikolojik veya fiziksel bir soruna sahip olunmasına rağmen davranışın devam etmesi,

(h) tolerans: davranışla istenen etkiyi elde etmek için davranışın yoğunluğunu veya sıklığını artırma ihtiyacı,

(i) davranış uygulanmadığında huzursuzluk veya sinirlilik,

Bir başka araştırmacı ise 6 kriter belirlemiştir (23) Bu kriterleri; belirginlik, duygu durum değişikliği, tolerans, geri çekilme semptomları, çatışma ve relaps olarak sıralamıştır. İlgili kriterlerle ilgili açıklamaları da aşağıdaki gibidir;

Belirginlik: belirli bir aktivitenin insanların hayatlarındaki en önemli aktivite haline gelmesi ve düşüncelerine (meşguliyet ve bilişsel çarpıtmalar), duygularına (istek) ve davranışa (sosyalleştirilmiş davranışta bozulma) hâkim olması durumudur. Örneğin, aslında davranışla meşgul olmasalar bile, bir dahaki sefere o davranışı uygulayacaklarını düşünürler.

Duygudurum değişikliği: İnsanların belirli bir faaliyete katılmanın bir sonucu olarak bildirdikleri ve başa çıkma stratejisi olarak görülebilecek öznel deneyimler yaşamaları.

Tolerans: Davranışın sunmuş olduğu önceki etkilere ulaşmak için belirli aktivitelerin artan miktarlarının gerekli olduğu bir süreçtir. Örneğin, bir kumarbaz, başlangıçta çok daha küçük bir bahisle elde edilen coşkulu bir etkiyi deneyimlemek için bahsin boyutunu kademeli olarak artırabilir.

Geri çekilme semptomları: hoş olmayan duygu durumları ve/veya belirli aktivite kesildiğinde veya aniden azaldığında ortaya çıkan fiziksel etkiler, örneğin 'titreme', huysuzluk veya sinirlilik.

Çatışma: Bağımlılar ve çevrelerindeki çatışmalar (kişilerarası çatışma) veya belirli bir faaliyetle ilgilenen bireyin içindeki çatışmalar.

Nüksetme: Belirli aktivitenin önceki modellerine tekrarlanan geri dönüşlerin tekrarlama eğilimi ve hatta bağımlılığın yüksekliğine özgü en uç kalıpların bile yıllarca yoksunluk veya kontrolden sonra geri kazanılması durumudur.

Davranışsal bağımlılığın türlerini kumar, alışveriş, yeme, seks ve egzersiz bağımlılığı olmak üzere 5 boyutta inceleyenler olduğu gibi (24); bilgisayar oyunları, sanal bağımlılıklar, kumar bağımlılığı, cinsel bağımlılık, alışveriş, toplama, biriktirme-istifleme bağımlılığı olarak sınıflandıranlar da vardır (15). Bununla birlikte uyuşturucu maddelere olan bağımlılıklar dışında kumar, internet ve seks bağımlılıklarından da bahsedilmektedir (18)

Görüldüğü üzere literatürde davranışsal bağımlılıklar üzerine farklı görüşler bulunmaktadır. Bu çalışmada sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıkları üzerine durulacak olup bundan sonraki bölümde sosyal medya kavramı tüm boyutlarıyla tanımlanmaya çalışılacaktır.

2.2. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya kavramının tanımına ilişkin literatürde oldukça farklı tanımlamalar olduğu görülmektedir. En geniş anlamda sosyal medya, kitlelerle bağlantı kurma amacıyla, bireylerin kişisel profillerini paylaşmalarına imkân sağlayan, diğer kullanıcıları listelerine eklemelerine ve her bir bireyin diğer tüm bireyleri görmelerine olanak sağlayan web tabanlı ortam olarak tanımlanmaktadır (25). Bir diğer araştırmacıya göre, kullanıcıların ortak bir amaç için etkileşimde bulunmalarını veya görüşlerini paylaşmalarını kolaylaştıran internet üzerinde bir topluluğun oluşumu olarak tanımlanmıştır (26). 3G teknolojisi, akıllı telefonlar ve tabletlerle iletişim hızı ile geleneksel medyadaki eğlence ve eğitimin birleşiminden oluşan yeni medya anlayışı olarak tanımlayanlar da bulunmaktadır (27). Bir başka tanımda ise sosyal medya, bireylerin toplumsal gerçekliğin dışında kalan ilişkilerinin yarattığı gerçeküstü toplumsallığın yenidünyası olarak gösterilmiştir (28). İnternetin ve iletişimin son derece önemli olduğu çağımızda telefon ve bilgisayar gibi cihazların her geçen gün hızlı bir şekilde ilerlediği görülmektedir. Son yıllardaki teknolojik gelişmeler medyanın yenilenmesini de beraberinde getirmiştir. Nihayetinde ise bireylerin iletişim tercihlerinde de değişiklikler oluşmuştur. Özellikle 2000'li yıllarda internet kullanımında sosyal medyanın da etkisini görmek mümkün olmuştur. Bireylerin

kendilerini ifade edebilmeleri, istedikleri zaman istedikleri kişi ile iletişime geçebilmeleri ve anlık olarak haberleşme olanağı sağlaması gibi imkânlar tanıması açısından sosyal medya tüm insanlar için vazgeçilmez bir hal almıştır. Sosyal medya platformlarının, özellikle üniversite öğrencileri için, memleketlerinden coğrafi olarak uzaklaşmaları nedeniyle kaybetme ihtimalleri olan ilişkilerini sürdürmeleri noktasında önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir (29). Yine sosyal medya platformları sadece iletişim imkânı sağlamakla kalmayıp bireylerin iş aramaları, satış yapıp para kazanabilmeleri gibi hayatlarına farklı noktalarda da katkı sağlayabilmektedir. Bir başka açıdan bakıldığında ise bireyler artık bir ürünü satın almadan önce o ürüne ilişkin gerçek kullanıcı deneyimlerini öğrenmek için sosyal medya ve bloglardan bilgi almaktadırlar, kendi deneyimlerini de bu platformlarda paylaşmaktadırlar (30).

Tüm bu açılardan bakıldığında sosyal medyanın, bireylerin gerçek dünyayı sanal ortamda yaşamalarına imkân sağladığını söylemek mümkündür. Özellikle Covid-19 salgın sürecinde sokağa çıkma yasağı, ev ziyaretlerinin kısıtlanması ve sosyal mesafe kuralları gereğince bireylerin sosyal medya aracılığıyla birbirleri ile iletişime geçmeleri neticesinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı önem kazanmıştır. Literatürde yeni medyanın farklı etkilerinden de bahsedilmektedir. Rogers, yeni medyanın *etkileşim, kitlesizleştirme* ve *eşzamansızlık* olmak üzere üç özelliği olduğunu ifade etmiştir (31). Kitlesizleştirme, insanların aynı anda paylaşımda bulunabildiği sosyal paylaşım platformlarında, bireysel olarak da iletişime geçebilmeleri olarak tanımlanmıştır (8). Bir diğer noktadan bakıldığında kitle içerisinde kitleden ayrı, bireysel olarak iletişime geçilmesi durumudur. Eşzamansızlık ise bireylerin birbirleri ile mesajlaşmaları için aynı anda ekran başında olma zorunluluklarının bulunmaması durumudur. Gönderilen bir mesaja kişiler istedikleri zaman erişebilmektedirler. Bu da yeni medyanın eşzamansızlık özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Son olarak yeni medyanın etkileşimli özelliği ise bireylerin aktif kullanıcı olmaları ile açıklanabilir. Geleneksel medyada bireyler dinleyici-izleyici konumunda yer alırken yeni medya ile birlikte bireyler paylaşım yapan, yorum yazan ve eleştiri yapabilen konumuna geçiş yapmış, böylelikle varlıkları etkileşimli bir hal almıştır.

Bireyin gündelik yaşamında yer alan etkileşimlerinin büyük bölümünün mekânsal boyuttan sanal boyuta taşındığı görülmektedir. İnternetin, akıllı telefonların

ve sosyal medyanın bu denli önem kazandığı toplumda, özellikle paylaşıma dayalı olarak simüle edilen sosyal medya ortamlarında, bireylerin duygu, düşünce, resim, müzik gibi birçok paylaşım yaparak sosyal etkileşimine zemin hazırlanmakta, böylelikle sosyallik ve sosyalleşmeye dair eylemleri aslına uygun olacak şekilde yeniden kurgulamaktadır (32). Öyleki artık sosyal medya platformları, iletişimi sürdürmekten öte gündelik yaşamın bir parçası haline gelmiş ve bireyler için bir rutin alışkanlık olmuştur. İzleyen bölümde sosyal medyanın özellikleri hakkında bilgi verilecektir.

2.2.1. Sosyal Medyanın Özellikleri

Gündelik yaşantımızda bu denli önemli bir yer tutan sosyal medyanın bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunlar katılım, açıklık, konuşma, topluluk ve bağlantısallık olmak üzere beş boyutta incelenmektedir (33).

Sosyal medyanın "*katılım"* özelliği, sosyal medyanın ilgilenen herkesin katkılarını ve geri bildirimlerini teşvik ettiği görülmektedir. Medya ve izleyici arasındaki sınırı görünmez hale getirdiği de sosyal medyanın katılım özelliği olarak gösterilebilir.

Sosyal medyanın "*açıklık* "özelliği, sosyal medya servislerinin geri bildirime ve katılıma açık olması ile ilgilidir. Sosyal medya servisleri; oylamayı, yorumları ve bilgi paylaşımını teşvik ederler. İçeriğe erişimde ve içeriğin kullanılmasında nadiren herhangi bir engel vardır, korumalı içerikler uygun görülmez.

Sosyal medyanın "*konuşma (sohbet)"* imkânı sunması da bir diğer özelliği olarak gösterilebilir. Geleneksel medya "yayın" (bir izleyiciye iletilen veya dağıtılan içerik) hakkındayken, sosyal medya iki yönlü bir konuşmaya imkân sağlamaktadır.

Sosyal medyanın bir diğer özelliği de "*toplumsallık*" oluşturmasıdır. Sosyal medya, toplulukların hızlı bir şekilde oluşmasını ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını sağlar. Topluluklar da sevdiği fotoğraflar, politik bir olay veya beğenilen bir TV şovu gibi ortak ilgi alanlarını paylaşırlar (34).

Son olarak sosyal medyada "*bağlantısallık*" özelliği bulunmaktadır. Çoğu sosyal medya türü; diğer sitelere, kaynaklara ve kişilere olan bağlantılardan

yararlanarak diğer sitelere ve kaynaklara link vermektedirler.

Sosyal medya platformlarında, bireyler katılım noktasında geri bildirimlerini ilgili platformun yönetimine bildirme fırsatına sahiptir. Beğenilmeyen veya uygun olmayan içerikleri şikâyet etme gibi hakları bulunmaktadır. Yine bireylerin kendi profillerinde yer alan paylaşımlarını kimlerin göreceğini kendilerinin belirlemesi de sosyal medyanın katılım özelliğini göstermektedir. Tüm bireylerin istedikleri sosyal medya alanına dâhil olması ve ilgili platformların tüm bireylerin kullanımına açık, erişilebilir olması da sosyal medyanın açıklık özelliği ile açıklanabilir. Sosyal medya kullanıcılarının birbirlerine özel mesaj gönderebilmeleri ve gönderileri altında yorum yapabilmeleri de karşılıklı konulabilmelerine imkân sağlar ve bu durum sosyal medyanın konuşma(sohbet) özelliği ile ilintilidir. Özellikle Facebook uygulamasında sıkça rastlanan ve ortak özellikleri olan bireylerin toplanmasına imkân sağlayan grup oluşturma özelliği ise sosyal medyanın topluluk özelliği ile bağlantılıdır. Sosyal medyanın kullanıcıların ortak ilgi alanlarını paylaşmalarına imkân sağlaması da topluluk özelliği ile açıklanabilir. Bağlantısallık ise sosyal medyanın beşinci özelliği olarak kabul edilmektedir. Kullanıcıların herhangi bir sosyal medya platformunda paylaşmış oldukları gönderileri, bir başka platformda da paylaşabilmesine olanak sağlayan hizmet de bağlantısallık özelliği ile açıklanabilir. Ya da herhangi bir ürünün reklamının yapılması ve bir bağlantı aracılığıyla kullanıcıyı doğrudan ilgili siteye yönlendirmesi de yine bağlantısallık özelliği ile ilintilidir.

2.2.2. Sosyal Medyanın Etkileri

Sosyal medyanın birey, grup ve toplum üzerinde birçok faktöre göre farklı etkileri bulunmaktadır. Sosyal etkileşimi güçlendirici, zayıflatıcı ve tamamlayıcı etkileri bulunmaktadır. Sosyal medyanın bireyler arası etkileşim için ucuz ve kolay bir yol sunması, zaman ve mekân kısıtlaması olmaması güçlendirici etkileri içinde yer alırken; bireylerin aile ve arkadaş çevresi ile yüz yüze etkileşimini azaltması konusunda zayıflatıcı bir etkiye sahiptir (35). Sosyal medya, toplumsal açıdan oldukça güçlü bir etkiye sahiptir. Kamuoyu oluşturma ve politik bir olay karşısında hızla reaksiyon gösterme noktasında sosyal medyanın ciddi derece etkili olduğu söylenebilir. Geleneksel medyanın, sosyal medyanın hızının gerisinde kalması ve bireylerin sosyal medya ile etkileşimi kolaylıkla sağlamaları nedeniyle sosyal medyanın toplum üzerinde ciddi etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Dünyada

meydana gelen herhangi bir olay, sosyal medya sayesinde anında tüm herkesin duyabilmesi ve bireylerin olay üzerinde reaksiyon göstermeleri, görüş ve önerilerini sunmaları mümkün olabilmektedir. Kısa süre içerisinde kitlelerin örgütlenmelerine ve organize olmalarına şahit olunmaktadır. Özellikle 2010 yılında "Arap Baharı" adı verilen halk hareketlerinin oluşmasına zemin hazırlayan da yine sosyal medya olarak gösterilebilir. Nitekim Washington Üniversitesi araştırmacılarının yaptığı bir çalışmada, Arap Baharı sürecinde özellikle Tunus ve Mısır'da özgürlük ve demokrasi temelli mesajlar ve atılan 3 milyondan fazla tweet filtrelenerek değerlendirmeye alınmış; siyasi isyanların oluşmasında ve başarıya ulaşmasında sosyal medyanın çok kritik bir işlevi olduğu kanıtlanmıştır (36).

Yapılan bir araştırmada sosyal medyanın avantajları; bireylere eğlence fırsatı sunması, ekonomik iletişim ve ticari avantajlar, gelişmeleri takip ve uyum, ifade özgürlüğü, iletişim sağlama ve bilgiye erişim, örgütlenme ve sosyalleşme olarak sıralanmıştır. (37). Yine aynı araştırmada elde edilen veriler neticesinde sosyal medyanın dezavantajları; alışkanlık yaratma, bilgi kirliliği oluşturma, etik kaygılar (taciz, bilgi hırsızlığı, sanal suçlar vb.), yalnızlık hissi oluşturma, yüzeysellik, samimiyetsizlik ve zaman kaybı olarak bulgulanmıştır (37). İzleyen bölümde sosyal medyanın gelişim süreci değerlendirilecektir.

2.2.3. Sosyal Medyanın Gelişim Süreci

İnsanoğlu için bilgiye ulaşma arzusu önem arz etmektedir ve bu bağlamda bilgi teknolojileri tarih boyunca başka dünyalar arayan insanoğluna alternatif bir uzay ile karşılaşmasına imkân sağlamış, bu uzay ise bilgiye parmak ucu ile dokunabilecek kadar yakın olmasını sağlayan, yaşantılarını etkileyen siber uzay olarak adlandırılmaktadır (38). Siber uzay ile herhangi bir veriye ulaşmak saniyeler içerisinde gerçekleşmektedir. Teknolojik gelişmelerin bu denli hız kazandığı günümüz toplumunda bireylerin alışkanlıklarında değişimler olduğu görülmektedir. İnternetin önem kazanmasına eşlik eden web sitelerinin kullanım kolaylığı, bireylerin günlük hayatlarında vazgeçilmez alışkanlıklar oluşmasına zemin hazırlamıştır. İnternet ile bilgiye ulaşmak, konuşma yapmak, görüntülü görüşme yapmak, resim-müzik paylaşımlarında bulunmak, bir haber karşısında reaksiyon göstermek mümkün olabilmiştir. İletişim teknolojilerinin etkin kullanımı standart modeldeki gazetelerin yerini yeni medyanın almasını da beraberinde getirmiştir (39). Öyle ki bu değişim,

gazetelerin de büyük ölçüde dijital ortama taşınmaları ile sonuçlanmıştır. Böylelikle basım maliyetleri de düşünüldüğünde dijital ortamda yer alan medya, yeni girişimlere ortam hazırlamış, yeni iş imkânları yaratmış, medya okuryazarlığı, görsel okuryazarlık gibi yeni çalışma alanlarının doğmasına zemin hazırlamıştır (8). Nitekim medya okuryazarlığı ile bireylerin yeni medyada yer alan haber, makale, fotoğraf gibi paylaşımlara erişimlerini doğru bir şekilde yapmaları hedeflenmektedir. Bütün bu gelişme süreçleri incelendiğinde internetin ilk dönemlerde sadece bilgi amaçlı kullanıldığı görülmektedir. Literatürde Web 1.0 olarak kabul edilen dönemde kullanıcıların aktif rol almadıkları, sadece bilgi almalarına imkân sunulduğu söylenebilir. Web 2.0 ile birlikte kullanıcıların bilgi vermelerine de imkân sunulmuş, böylelikle de iletişimin çift yönlü bir hal alması mümkün olmuştur. Web 2.0 ile birlikte kullanıcıların aktif olmalarına imkân sağladığına vurgu yapılmaktadır (40). Tom Truscott ve Jim Ellis tarafından oluşturulan ve makalelerin haber gruplarına gönderilmesini sağlayan Usenet oluşumu sosyal medyanın ilk adımı olarak kabul edilmektedir (41). Çift yönlü iletişimi sağlayan Web 2.0'ın izlerini gösteren, kullanıcılarına profil oluşturma ve arkadaşlık kurma imkânı sunan ilk sosyal medya platformu ise *"Six Degrees"* olarak kabul edilmektedir. Günümüzde en çok kullanılan sosyal medya platformlarından bazılarının kuruluş yılları ise şu şekildedir; Wikipedia 2001, Friendster 2002, Myspace ve Linkedln 2003, Facebook ve 2004, Yahoo! ve Youtube 2005, Twitter 2006, Instagram 2010, Tiktok 2016 yılında kurulmuştur. İlk sosyal medya platformları bu şekilde kabul edilmekle birlikte Kaplan ve Haenlein, sosyal medyanın Web 2.0 ve "kullanıcı tarafından oluşturulan içerik" ile bağlantılı olduğunu ifade etmektedirler (42). Web 2.0 ile birlikte içerik ve uygulamaların tüm kullanıcılar tarafından değiştirilmesinin mümkün olduğu görülmektedir. Üçüncü nesil internet ağı olarak da adlandırılan Web 3.0 ise kullanıcıların arama motorlarına yazdıklarını anlamlandırıp, verileri analiz edip yorumlayarak kullanıcıların taleplerine hızlı bir şekilde cevap vermesi ile ayrışmaktadır. Bu noktada bilgileri anlamlandıran, bilgiler arasında ilişki kuran, kullanıcılara standartlar sunan, anlamsal web olarak da adlandırılan semantik web devreye girmektedir (43). Web 3.0, kullanıcı deneyimlerine ulaşma noktasında da kolaylık sağlamaktadır. Bir restoranda yemek yemek, film seyretmek gibi bir etkinlik için kullanıcı deneyimlerine ulaşmak için arama motorlarına ilgili etkinliğin yazılması yeterli olmaktadır (44). Günümüzde yaşanan internet ağı ise Web 4.0'dır ve 2020 yılından beri etkisi görülmektedir. Web 4.0 ile birlikte yapay zekâlı makinelerin birbirleriyle ve tüketicilerle etkileşimi, internet

aracılığıyla zaman ve mekân gözetmeksizin Bulut bilişim teknolojisi ile sağlanmaktadır (45). "Simbiyotik Web" olarak da adlandırılan (46) Web 4.0 ile birlikte makinelerle ortak yaşam alanları oluşturulmaya başlanmıştır. Bununla birlikte makineler, artık bireyler olmadan da programlanarak çalıştırılabilmektedir. Bireylere bildirimler göndermesi ve bireylerden komutlar alması düşünüldüğünde ise insan ile etkileşim halinde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 2030 yılında tanışacağımız Web 5.0 ile de insanların duygu ve düşüncelerinin makineler tarafından algılanmaya başlanacağı, gelecekteki web sisteminin "duygusal web" olarak hayatımıza gireceği de bir diğer beklentidir (47).

Görüldüğü üzere internetin ortaya çıktığı günlerdeki statik görünümden oldukça uzaklaşarak, kullanıcı ile etkileşimli bir hal aldığı ve bu hali ile kullanıcı ile uyumlu hareket ettiği görülmektedir. İzleyen bölümde sosyal medya türlerine yer verilecektir.

2.2.4. Sosyal Medya Türleri

Sosyal medya türleri ile ilgili literatürde farklı sınıflandırmalar mevcuttur. Özkoyuncu aşağıdaki gibi bir sınıflandırma yapmıştır (48);

• Bloglar

• RSS(zengin site özeti)

• Wikiler

• Podcasting

• Mikro Bloglar

• Sosyal Ağlar

• Video / Hareketli Görsel Paylaşım Kanalları

Bloglar, bireylerin siteye veri aktarmalarına imkân sağlayan ücretsiz sitelerdir. Bir diyalog aracı olarak da tanımlanan (48), düşünce arşivi (49) olarak görülen blogların birçoğu okuyucularına görüşlerini, yorumlarını gönderme imkânı tanımaktadır. Bloglar, geleneksel yayın kültüründen uzaklaşması, bilgi paylaşımı

yapılması, etkileşimli habercilik sunulması, bireylerin kendilerini ifade etmelerine imkân sağlaması gibi özellikleri sayesinde kullanıcılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Bloglar, içeriklerine göre kişisel bloglar, temasal bloglar, topluluk blogları ve kurumsal bloglar olmak üzere 4'e ayrılmaktadır. Kişisel bloglar, internet üzerinden bireylerin kendi deneyimlerini ve kişisel düşüncelerini paylaşmasına imkân sağlayan, en çok tercih edilen blog türüdür. Temasal bloglar, adından da anlaşılacağı üzere belirli temalarda, belirli konularda, alanda uzman kişilerce düzenlenen ve içerik eklenebilen blog sayfalardır. Yemek, bilgisayar, moda gibi konularda oluşturulan temasal sayfalar örnek olarak gösterilebilir. Topluluk blogları, ilgili bloğun üyelik sistemine dahil olan üyelerin görüş ve önerilerini yazmalarına imkân sağlayan, bu yazılarla içerik oluşumu sağlayan blog sayfaları olarak tanımlanabilir. Son olarak kurumsal bloglar ise kurumların/şirketlerin hem kendileri hem de faaliyet sürdürdükleri alan ile ilgili haber, duyuru ve tarafsız yazılar yazmalarına imkân sağlayan blog türüdür.

RSS (rich site summary), Türkçe'ye zengin site özeti olarak çevrilebilecek olan RSS, haber sağlayacıları, web sayfalarına yüklenen içeriklerin takibini kolaylaştıran web sayfası bildirimcisi olarak tanımlanabilir.

Vikiler, kullanıcılarının siteye bilgi ekleyebildiği, resim/video/doküman yükleyebildiği, düzenleme yapabildiği, ortaklaşa hazırladıkları bir internet ansiklopedisidir. Kullanıcıları tarafından sürekli güncellenmesi söz konusudur. "What i know is" kelimesinin baş harflerinden oluştuğu ve "bildiğim kadarıyla" anlamına geldiği, katılımcıların bilgilerinin bir araya getirildiği bilgi sayfaları olarak da tamımlanmaktadır (48). En çok bilenen uygulama "Wikipedia" olarak gösterilebilir. Vikileri diğer sitelerden ayrıştıran ise birden fazla kullanıcı tarafından içerik değiştirme ve diğer sitelere yönlendirme linkleri koyma imkânı sunması olarak gösterilmektedir (50). Öğrencilerin ödev yapmak için en çok kullandıkları site olarak gösterilen (51) vikiler, bilişim teknolojileri alanında faaliyet gösteren şirketler tarafından da başarılı bir şekilde kullanılmaktadır (52).

Podcast, öncelikle Apple I-Pod için geliştirilen, ancak günümüzde tüm internet kullanıcılarının erişebileceği bir sistemdir. Bireylerin kendi seslerini, tüm kullanıcıların erişimine sunma imkânı sağlayan podcastler; yayına, kullanıcıların diledikleri zaman erişebilmeleri imkânı sunması açısından da oldukça faydalıdır.

Kullanımının yaygınlaşması ile birlikte yayın sayılarında da her geçen gün artış kazanan posdcast, uzaktan eğitim sürecinde de kullanım kolaylığı sayesinde eğitimcilere ve öğrencilere fayda sağlamıştır. Kullanıcılarına diledikleri zaman erişebilme imkânı sağlaması, internet bağlantısı olan tüm cihazlarla erişebilme imkânı sunması ve kolaylıkla yayın yapma şansı sunması gibi özellikleri sayesinde oldukça faydalı bir uygulama olarak görülmektedir.

Mikrobloglar, blog uygulamalarına benzer özellikler taşıyan, kullanıcılarının duygu ve düşüncelerini sınırlı sayıda karakter ile sunmaları beklenen, anlık haber ve bilgilendirmelerin de yer aldığı sitelerdir. Özellikle firmaların kurumsal hesapları ile kullanıcılarının sorunlarına çözüm önerileri sundukları; tüm gelişmeleri ve duyuruları yayınlamalarına imkân sağlayan mikrobloglardan en sık kullanılanı Twitter olarak gösterilebilir. Twitter dışında Foursquare, Friendfeed, Tumblr, MySpace, LinkedIn ve Google+ diğer mikrobloglardır.

Sosyal paylaşım ağları, bireylerin birbirleri ile iletişim kurmalarını sağlayan bir platform olarak kabul edilir. Bireylerin, kendi sayfalarını oluşturmalarına, video ve fotoğraf paylaşımı yapmalarına, tanıdıkları/tanımadıkları kişi ve gruplarla bağlantı kurmalarına imkân sağlayan sosyal paylaşım ağları, oldukça yaygın bir kullanıcı sayısına sahiptir. Bu tür paylaşım ağlarına en iyi örnekler, Facebook, MySpace ve LinkedIn olarak gösterilebilir (44). Bununla birlikte kullanıcı sayısı her geçen gün artan Instagram ve TikTok uygulamaları da günümüzde en çok kullanılan sosyal paylaşım ağları arasında yer almaktadırlar. Sosyal ağların bireyler üzerinde bu denli etkili olması ve yaygın bir kullanıcı kitlesine sahip olması şaşırtıcı değildir. Toplum hayatında ev yaşamı birinci mekânı, iş yaşamı ikinci mekânı oluşturmakla birlikte sosyal medya platformları Sosyolog Ray Oldenburg'un da belirttiği üzere bireylerin toplandıkları alanları ifade eden üçüncü mekân olarak kabul edilmektedir. Bu üçüncü mekân, bireylerin hayattaki endişe ve kaygılarını bir kenara bırakıp, arkadaşlık kurarak oluşturdukları sohbet ortamı ile aldıkları keyif sonucunda mutlu oldukları bir sistem olarak göze çarpmaktadır (48).

Son olarak video paylaşım kanalları ise bireylere video yükleme, paylaşım yapma, paylaşım yapılan videoları izleme imkânı sunan uygulamalardır. Youtube, Dailymotion ve İzlesene gibi uygulamalar video paylaşım kanallarına örnek olarak gösterilebilir.

Görüldüğü üzere birçok sosyal medya platformu bulunmaktadır ve günümüzde bu platformlar insanların yaşamlarında vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Özellikle 2019 sonunda başlayan ve etkisi hala devam eden pandemi sürecinde uzaktan çalışma ve uzaktan eğitim gibi uygulamaların bu platformlar üzerinden de uygulanması, sosyal medyaya olan ilgiyi bir kat daha artırmış, bu durum ise sosyal medya bağımlılığı odağında yapılacak çalışmaların önemini daha da artırmış gözükmektedir.

2.2.5. Sosyal Medya Bağımlılığı

Önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere sosyal medyanın aşırı kullanımı, alkol ve madde kullanım bozukluğu gibi bir bağımlılık türü olarak gözükmektedir. Sosyal medyaya erişimin internet üzerinden sağlanması nedeniyle öncelikle internet bağımlılığının tanımlanması gerekmektedir. İnternet bağımlılığı, internet hakkında takıntılı düşüncelere sahip olma, internet kullanımını bırakamama (53), sarhoşluk içermeyen dürtü kontrol bozukluğu (54) gibi çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ise sosyal medyaya aşırı derecede düşkün olmak, sosyal medyada sürekli çevrimiçi olma isteği ve bu durumun bireyin diğer yaşam alanlarını olumsuz etkilemesi olarak tanımlanmaktadır (55). Üniversite öğrencilerindeki internet bağımlılığı çeşitli faktörler ile ilişkilendirmiş, bunlar; ücretsiz ve kolay erişebilir bağlantı, kararlı bir kimlik oluşturmak için güçlü bir dürtü, anlamlı ve yakın ilişkiler geliştirme isteği, açık bir şekilde teşvik edilmediği takdirde gizli olarak kullanma isteği şeklinde sıralanmıştır (56). Bir başka çalışmada ise sosyal medya bağımlılığında, bağımlılık eğilimlerinin dışadönüklük ile pozitif, vicdanlı olmak ile negatif ilişkiye sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir (57). Bireylerin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmaya göre dışadönük bireylerin sosyal medyayı sosyal gelişimleri için kullandıkları, içedönük bireylerin ise sosyal alandaki eksiklerini telafi etme amaçlı olarak sosyal medyayı kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (58). Yine aynı araştırma sonuçlarına bakıldığında sosyal medyayı aşırı kullanımın, bireylerin gerçek yaşama katılım düzeylerinde düşüşe ve akademik performanslarının kötüleşmesine neden olduğu belirtilmektedir (58). Üniversite öğrencilerinde internet kullanımının artması, sosyal medya bağımlılığı ile de ilişkilidir. Özellikle genç bireylerin, kendilerini ifade etmelerine ve seslerini duyurmalarına imkân sağlayan Twitter gibi sosyal medya platformları; siyasiler, sanatçılar, sporcular, kısacası ulaşmak istedikleri herkes ile iletişim kurmalarını kolaylaştırmaktadır. Sosyal

medyanın küresel ölçekte iletişim sağlayarak ulaşılması zor, hatta imkânsız olan kişilere erişim sağladığına vurgu yapılmaktadır (59). Şu hâlde bireylerin sosyal medyayı kullanımlarının alışkanlık haline gelmesi beklenmektedir. Ancak bu alışkanlığın aşırı kullanıma dönüşmesi bağımlılık ile sonuçlanmaktadır. Yüz yüze iletişim kurulması durumunda beğenilmeme ve istenilmeme durumları ile karşılaşma endişesi taşıyan sosyal medya kullanıcısı bireylerin, sosyal medya sayesinde hayal evreninde yaşadıkları ve böylelikle mutlu oldukları ifade edilmektedir (35) Bireylerin gerçek toplumsal bağlamda kimliklerinden kopmaları durumunda aidiyet problemi yaşadıklarına ve böylelikle sanal topluluklara bağımlılık geliştirdiklerine işaret edilmektedir (28). Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin fazla olması nedeniyle günlük hayatlarındaki sorumluluklarını yerine getirme konusunda problem yaşamaları ile sonuçlanmaktadır. Bu sonuç doğrultusunda, bireylerin psikolojik sorunlar yaşamaları da söz konusu olabilmektedir. Bazı araştırmacılar, sosyal medya kullanımını bireyin kişisel özellikleri ile ilişkilendirmektedir. Narsist kişilerin sosyal medya uygulamalarını daha aktif şekilde kullandıkları belirtilmekte, bireylerin ideal benlik düzeyine ulaşmak için sosyal medya kullandıklarına işaret edilmektedir (60). Nitekim sosyal paylaşım sitelerinde yer alan profiller sosyal hayattaki kimlik inşasının bir aracı niteliğinde kabul edilmektedir (61). Gençlerin sanal dünyaya taşıdıkları toplumsal ağlarla, kendilerini yaşamda yeniden konumlandırdıkları görülmektedir (62). Bu yeniden konumlandırma durumunda ise birey olduğu kişiden farklı özellikleri ile sanal dünyada yer alabilmektedir. İdealize ettikleri benlik seviyesine ulaşmak için sosyal medyayı kullanabilmektedirler. Şu hâlde bireylerin, günlük hayatta olmak istedikleri kişi olarak yaşamak için de sosyal medyayı kullandıkları söylenebilir. Literatürde yer alan bu bilgiler ışığında sosyal medya bağımlılığını tekrar tanımlamak gerekirse; bireylerin sosyal medyayı kullanım sürelerinin günlük yaşamlarını kısıtlayıcı bir hal alması, bireyde sürekli çevrimiçi olma isteği oluşmasına, bireyin gerçek yaşamda olmak istediği kimliğini yansıtmaya çalışmasına ve nihayetinde kimlik çatışması yaşamasına neden olabilen, çok boyutlu bir bağımlılık türüdür. Nitekim bireyler bir süre sonra sosyal medya kullanımına alışarak gelişmeleri sürekli takip etmek istemeye başlamaktadırlar. Literatüre “fear of missing out” olarak geçen ve Türkçe’ye “olan biteni kaçırma korkusu” olarak çevrilen bu durum, bireyin başkalarının yaptıklarıyla sürekli olarak bağlantıda kalma arzusu (63) olarak açıklanmaktadır. Olan biteni kaçırma korkusu yaşayan birey, sürekli olarak diğerlerinin ne yaptığını merak etmektedir ve bu durum da bağımlı olmalarına neden

olmaktadır. Bundan sonraki bölümde sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu düşünülen akıllı telefon bağımlılığı üzerinde durulacaktır.

2.3. Akıllı Telefon Bağımlılığı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2022 yılında yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye'de yaşayan bireylerin cep telefonu kullanım oranı %95,8 olarak gösterilmektedir (1). Aynı araştırmada elde edilen verilerde, 16-24 yaş arasında cep telefonu kullanım oranı 94,5; 25-34 yaş aralığında ise %98,3 olarak açıklanmıştır. Bireylerin üniversite mezunu olmaları durumunda ise %99,8'inin cep telefonu kullanıldığı da yine aynı araştırma sonuçlarında elde edilen bir diğer bulgudur. Yine üniversite mezunlarının akıllı telefon kullanım oranlarına bakıldığında ise %99,7'sinin akıllı telefon kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu veriler ışığında ve toplumda cep telefonu kullanımının bu denli arttığı ve hatta cep telefonu kullanımının bir zorunluluk haline dönüştüğü göz önünde bulundurulduğunda telefon ve internet kullanımını bir araya getiren akıllı telefon kullanımının bireyleri bağımlılığa sürükleyebileceği düşünülmektedir. İnternet erişimi ile uygulama indirme fırsatı tanıyan telefonlar akıllı telefon olarak kabul edilmektedir. Başlangıçta, cep telefonları kablosuz sesli iletişimi sağlayan bir araç olarak tanımlanırken, günümüzde internete bağlantı sağlayan, kısa mesaj servisi ile yazılı iletişimi sağlayabilen, fotoğraf video gibi görsel öğeleri gönderebildiğimiz kişilerarası bir iletişim aracı haline gelmiştir (64). Cep telefonlarına eklenen küçük cep bilgisayarı özellikleri ile ortaya çıkan akıllı telefonlar, yüksek işlemci performansı (bilgisayarlarda kullanılan işletim sistemlerine benzer özelliklerdeki Microsoft Windows, Mac OS X, Linux, Android ve iOS) ile birçok özelliği beraber kullanma fırsatı sunmaktadır (65).

Akıllı telefonlarda bulunan internet erişimi, bireylere görüntülü görüşme yapma, mail ve sosyal medya hesaplarına anında erişim, anlık fotoğraf ve video gönderimi, kitap-gazete-dergilere erişim, çevrimiçi alışveriş yapılmasını sağlaması, banka hesaplarına anında erişim ve tüm işlemleri yapma kolaylığı sağlaması gibi özellikleri ile birçok alanda yaşamı kolaylaştırmaktadır. Özellikle üniversite öğrencileri için not almak yerine telefonla sunular hazırlanması ve materyallerin fotoğrafının çekilmesi gibi bir kolaylık sağlaması şeklinde birçok kolaylığa sahiptir (66). Tüm bu kolaylıklar ise akıllı telefonların bireyler için vazgeçemeyecekleri bir

nesne haline dönüşmesine ve ona bağımlı bir yaşam sürmelerine neden olmuştur. Nitekim bireyler akıllı telefonları yanlarında olmadığında boşluk hissi yaşamakta ve bu nedenle akıllı telefonlarını hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak görmeye başlamaktadırlar (67). Akıllı telefon kullanan bireylerin, sabah uyandıklarında ilk baktıkları; gece uyumadan önce son baktıkları şey cep telefonları olarak gösterilmektedir (68) Bireylerin arkadaşlık ve aile ilişkilerinin bozulduğu, birbirleri ile iletişime geçmek yerine akıllı telefonları aracılığıyla sosyal medya hesaplarında gezindikleri, bu durumun ise iletişim bozukluğu olarak kabul edildiği görülmektedir (69).

Cep telefonlarının tekrar tekrar kontrol edilmesi, zorlayıcı bir davranış olması nedeniyle kompulsif kullanım ile ilişkilendirilmektedir (68). Akıllı telefon bağımlılığı, kimyasal madde olmayan ancak kullanılmadığında psikolojik olarak olumsuz bir durum meydana getiren bir bağımlılık türü olarak tanımlanmaktadır (67). Bir başka tanımlamaya göre ise sosyal etkileşim kaygısı ve dokunma ihtiyacı (68) olarak kabul edilmektedir.

Akıllı telefon kullanımının X, Y ve Z kuşakları arasında farklılaştığını söylemek mümkündür. Y kuşağında yer alan bireyler teknolojiye yatkın olarak kabul edilmekle birlikte Z kuşağı ise Y nesline göre daha fazla teknoloji ile iç içe yaşamış ve "internetten anlayan" grup olarak anılmaktadır (70). Öte yandan X kuşağı, Y ve Z kuşaklarına göre teknolojiye uzak kalmış gibi gözükse de her geçen gün akıllı telefon kullanımlarının arttığı ve X kuşağının gerek akıllı telefon kullanımını gerekse sosyal medya kullanımını kabul ettikleri gözlemlenmektedir. Yapılan bir araştırma sonucunda X Kuşağı'nın sosyal medya kullanımı orta seviyede bulunmuş, bu durum ise sosyal medyaya ayak uydurduklarını, dolaylı yoldan teknolojiye adapte olduklarını göstermektedir (59) Daha gelenekçi olmaları nedeniyle farklılıkları kabul etmedikleri düşünülen X kuşağının, değişimi kabul ettikleri de araştırmalarda desteklenmektedir. X, Y ve Z kuşaklarının çeşitliliği kabul düzeylerine odaklanan bir araştırmada X kuşağının da farklı görünümleri kabul ettiği görülmektedir (71).

Öte yandan akıllı telefon bağımlılığı DSM V'te her ne kadar psikiyatrik bir bozukluk olarak görülmese de yapılacak çalışmalarda ortaya konacak veriler ışığında ödül sistemini uyaran yineleyici ve kompulsif davranış örüntüleri ile alışveriş, cinsellik, akıllı telefon bağımlılığı gibi durumların tanı ölçütleri belirlenmelidir (72).

Akıllı telefon bağımlısı olan bireylerin akıllı telefonları yanlarında olmadığı zaman endişe yaşadıkları bulgulanmıştır (73). Benzer şekilde bir başka çalışmada da akıllı telefon kullanım sıklığı ile depresyon, stres ve kaygı arasında ilişki bulunmuştur (74). Akıllı telefonun, birey tarafından kendisinin bir parçası gibi görülmeye başlanması panik ve stresi de beraberinde getirmekte; birey, telefonun şarjının bitmesi durumunda yoksunluk yaşamaya başlamaktadır (65). Bütün bu veriler ışığında üniversite öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığının var olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda bundan sonraki bölümde bireyleri akıllı telefon bağımlılığına sürükleyen etmenler ve risk faktörleri üzerine durulacaktır.

2.3.1. Akıllı Telefon Bağımlılığına Sürükleyen Etmenler, Risk Faktörleri

Cep telefonlarının akıllı telefonlara dönüşümü, bilgisayar kullanımı gerektirmeden e-posta gönderimi, dokümanlara erişim, oyun oynamak, video izlemek ve hatta video-film çekmek, bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek, market/yemek siparişi vermek, görüntülü-sesli arama yapabilmek gibi birçok özelliği beraberinde getirmiş bu özellikler ise bireylerin yaşamlarını kolaylaştırmıştır. Ancak her ne kadar bir kolaylıktan bahsedilse de bireylerin akıllı telefonları olmadığında eksiklik yaşadıkları görülmektedir. Yapılan araştırma sonuçları bu savı destekler niteliktedir. Bireylerin evlerinden dışarı çıkarken akıllı telefonlarını evde unutmaları durumunda tedirgin olduklarına, kendilerini güvensiz hissettiklerine vurgu yapılmaktadır (69). Akıllı telefonların yeni ve gelişmiş işlevlerinin, bireylerin iletişim becerilerini artırarak onları akıllı telefona daha bağımlı hale getirdiğine işaret edilmektedir (74). Bu bağımlılık, akıllı telefon pazarının da hızlı bir şekilde gelişmesine zemin hazırlamakta ve böylelikle de akıllı telefonlara her geçen gün yeni teknolojik gelişmeler eşlik etmektedir. Cep telefonlarının bu denli hızlı bir şekilde benimsenmesi; taşınabilir olması, azalan maliyetleri ve katma değerli hizmetler içermesi ile açıklanmaktadır (75). Yapılan bir araştırmada kullanımı hızla artan akıllı telefonların, görsel olarak hitap etmesi, çeşitli hisler uyandırması, hayal güçlerini kullanmalarına yardımcı olması ve farklı sosyal kimlik edinmelerini sağlaması gibi özellikleri nedeniyle üniversite öğrencileri tarafından tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır (76).

Öte yandan, yapılan çalışmalarda akıllı telefon kullanımının duygusal boyutla da ilişkili olduğu düşünülmektedir. Dışa dönük insanların akıllı telefonlara bağımlı olma riski içe dönük insanlara göre daha yüksek bulunmakla birlikte, nevrotik kişilik

özelliklerine sahip kişilerin de risk altında olduğu tespit edilmiştir (74) Tayvan'da üniversite öğrencileri ile yapılan bir çalışmada duygusal ve akademik stresin akıllı telefon kullanımını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır (77). Üniversite öğrencileri ile yapılan bir diğer çalışmada, bireylerin yalnızlık düzeyleri arttıkça telefon kullanımına yöneldikleri, telefonda daha fazla konuştukları ve nihayetinde mobil telefon bağımlılığı problemi yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır (78).

Görüldüğü üzere üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullanımına zemin hazırlayacak çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bundan sonraki bölümde ise bu faktörlerin olası sonuçları üzerinde durulacaktır.

2.3.2. Akıllı Telefon Bağımlılığının Sonuçları

Akıllı telefon kullanımı ile alakalı istatistiki bilgilere önceki bölümlerde yer verilmiştir. Kullanımın bu denli arttığı akıllı telefonların bireylerin benlik ve dünya algılarında köklü dönüşümlere yol açacağı öngörülmektedir (79). Yapılan bir araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin, akıllı telefonu daha çok internette gezinmek, sosyal ağ hizmetlerini kullanmak ve müzik dinlemek amaçlı kullandıkları, oyun oynamak ve e-kitap okumak için daha az kullandıkları, akıllı telefon bağımlılığı faktörleri ile yalnızlık ve utangaçlık arasında pozitif anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (66). Bireylerin çalışmaları, ödev yapmaları, diğer kaynaklardan yeni bilgiler edinmeye çalışmaları gibi durumların teknoloji ile iç içe geçmesi çoklu görev üstlenmelerine ve böylelikle de aşırı çoklu görev durumu sonucunda da bilişsel anlamda etkilenmelerine neden olmaktadır (80).

Bireylerin akıllı telefon kullanımının bu denli artması, "nomofobi", akıllı telefon ve mobil internetten yoksun kalma korkusu gibi yeni bir fobi teriminin oluşmasına neden olmuştur. Nomofobik bireylerin, cep telefonu ve bilgisayar ile temastan uzak olmaları nedeniyle rahatsızlık, endişe duymaları beklenmektedir (81). Nomofobik bireylerin karakteristik özellikleri şu şekilde sıralanmıştır;

"- Düzenli olarak cep telefonu kullanmak ve çok zaman harcamak, bir veya daha fazla cihaza sahip olmak, şarj cihazını her zaman yanında taşımak;

- Kendi el cihazını kaybetme düşüncesi ya da cep telefonu yakında bulunmadığında ya da yanlış yerleştirildiğinde ya da şebeke kapsama alanı yetersizliği, bitmiş pil ve / veya

kredi eksikliği nedeniyle kullanılamadığında endişeli ve gergin hissetmek ve cihazın kullanımının yasak olduğu yerlerden ve durumlardan (toplu taşıma, restoranlar, tiyatrolar ve havaalanları gibi) mümkün olduğunca kaçınmak;

- Mesajların veya çağrıların alınıp alınmadığını görmek için telefonun ekranına bakmak;

- Cep telefonunu her zaman açık tutmak (günde 24 saat), mobil cihazla uyumak;

- Endişe ve strese yol açacak insanlarla yüz yüze sosyal etkileşim kurmak yerine yeni teknolojileri kullanarak iletişim kurmayı tercih etmek;

- Cep telefonunu kullanımı için borç almak veya büyük masraf yapmak" şeklindedir (81).

Akıllı telefonların sağlıklı nesillerin yetişmesine tehdit edici bir yönü bulunduğuna ve "akıllı telefonkolik" gibi bir kavramın literatüre gireceğine işaret edilmektedir (65). 2019 sonunda başlayan ve etkisi halen devam eden Covid-19 salgın süreci ile birlikte akıllı telefon ve internet kullanımı ciddi düzeyde artış göstermiş; iş-eğitim hayatı, alışveriş alışkanlıkları değişime uğramış ve bütün bunlar internet kullanımı olmaksızın erişilemeyen bir hal almıştır. Pandeminin etkilerinin uzaması ile birlikte akıllı telefon kullanımı tercih olmaktan öte bir zorunluluk haline gelmiştir. Bütün bunlar özelinde bağımlı olunmasından korkulan internet, bir anda vazgeçilmez bir boyut kazanmıştır. Bu doğrultuda internet ve akıllı telefonun doğru kullanımının öğrenilmesi ve sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda akıllı telefonların doğru kullanımı noktasında aile eğitimlerine öncelik verilmesi ve akıllı telefon bağımlısı olan bireylere yönelik çok disiplinli müdahaleler geliştirilmesi gerekmektedir. İzleyen bölümde aidiyet kavramına yer verilecektir.

2.4. Aidiyet Kavramı

Kelime anlamı "ilişkinlik", "ilgi" olarak belirtilen (82) aidiyet, insanın varoluş sürecine eşlik eden önemli bir kavramdır. Aidiyet, bireyin kendisini bir grup ya da nesne ile ilişkilendirmesi, bağlılık kurması, bağlılık kurduğu grup ile bütünleşmesi sürecidir. Aidiyet; bireyin bir gruba, kuruma, ülkeye ait olduğuna dair taşıdığı bilinç ve bu bilinç ile birlikte ortaya çıkan mutluluk, güven duygusu olarak tanımlandığı gibi (83), bireyleri bir yöne, seyire bağlayan güç (84) olarak da ifade edilmektedir. Bir

başka tanıma göre aidiyet, insanın kendisini emniyet içinde hissettiği bir grupla duygusal bağ kurması olarak gösterilmekte ve çocuklukta 4-12 yaş diliminde oluştuğuna işaret edilmektedir (85).

Yaşama arzusu, bireyin ihtiyaçlarını da beraberinde getirir. Bu ihtiyaçlar, Maslow tarafından belirtildiği üzere beş düzeyde incelenmektedir. Maslow'un "ait olma ve sevgi ihtiyacı" kategorisinde yer verdiği aidiyet kavramı da bireylerin diğer bireyler ile kurmuş olduğu ilişkilerin bir sonucu olarak gösterilebilir. Birey, kurmuş olduğu bu ilişkiler neticesinde de bağlılık geliştirecektir. Bu döngü ise aidiyetin oluşum süreci olarak gösterilebilir. Birey bu ilişkilendirmeyi, insan, topluluk ya da etnik bir grup ile kurabilir (86). Yine benzer şekilde, aidiyet ilişkisi takım (futbol, basketbol takımı vb.), dini inanış, belki de herhangi bir nesne ile de kurulabilir. Bireyin kurmuş olduğu bu ilişki neticesinde aidiyet kurduğu yer ile bütün olması, orayı içselleştirmesi, ait olma hissi duyması, yüksek derecede tutku duyması beklenmektedir. Aidiyet duygusunun yetersiz olması ya da ters olması durumunda bireyin bağlılık ve ilişkilerinde kopmalar yaşanabileceği ve bireyin psikolojik olarak olumsuz etkilenmesine ve tehdit algılama düzeyinin yükselmesine neden olabileceği belirtilmektedir (87). Öte yandan aidiyetin oluşmasına neden olan bir diğer etmen de bireyin bağlılık ihtiyacı olarak gösterilebilir. Bebeklikten itibaren anneye duyulan bağlılık, bireyin ihtiyaçlarının karşılanmasını ve etraftan gelebilecek olumsuzluklardan korunmasını sağlar. Aidiyet; yakınlaşma ihtiyacı, doğuştan gelen bir ihtiyaç, kişiyi yalnızlıktan kurtaran, kişiye problem çözme yeteneği kazandıran, duygusal doyumsamayı beraberinde getiren bir kavram olarak gösterilmektedir (85).

Aidiyet kavramını toplumsal cinsiyet perspektifinde inceleyen Fenster, aidiyetin çok katmanlı bir kavram olduğuna, aidiyet duygusunun samimi bir duygu olarak bilindiğine ancak bununla birlikte resmi boyutunun da bulunduğuna, özellikle şehirlerde yer alan kamusal alanların cinsiyetlere göre düzenlendiğine, bunun da cinsiyetler arasında yaşanılan yere duyulan aidiyet duygusunu değiştirebileceğine işaret etmektedir (88)

Aidiyet duygusuna ilişkin etnik, duygusal, eylemsel ve politik boyut olmak üzere 4 farklı boyuttan bahsedilmektedir (87). Etnik boyutun kimlik ve aidiyetin yapılandırılması noktasında bireyi zorlayan tarihi bağlama sahip olması nedeniyle geleceğe dönük düşüncelerinde önemli bir bileşen olduğu ifade edilmektedir (87).

Kimilerine göre ise aidiyet tamamen duygusal bağlanma ile ilişkili görülmektedir (89, 90). Üçüncü olarak kişisel ve kolektif davranış ile ilişkili olarak toplumsal ve kültürel alanlardaki tekrarlayan pratiklerin oluşturduğu eylemsel boyuta işaret edilmektedir (87). Son olarak da politik boyuttan bahsedilmektedir. Politik boyutunda, aidiyet siyasetin temel bir yönü olarak görülmektedir (91).

Aidiyet, birey için yaşamsal bir öneme sahip olmakla birlikte esasında onun kimliğini ve ait olduğu grubun kategorisini de yansıtır. Tanınmak istenen kişinin genel kimliği öğrenilmek istendiğinde nereli olduğu, babasının ne iş yaptığı, kardeşinin olup olmadığı, ne iş yaptığı gibi sorulara cevap aranır ve bu sorular ile birlikte öğrenilmek istenen bireyin aidiyetlerinin neler olduğudur (86). Aidiyet, bu boyutuyla toplumun iç dinamiklerini etkileyici bir özelliğe sahiptir. Özellikle toplumsal hareketler, futbol takımı taraftarlarının holigan tutumları, konserlere katılan bireylerin toplu eylemleri (arabesk müzik konserlerinde jilet atma davranışları vb.) aktif aidiyet bilincinin doruk noktası olarak gösterilmektedir (86). Öyle ki özellikle futbol takımı taraftarları kendi kurdukları aidiyeti, tutmuş oldukları takımda yer alan futbolculardan da beklemektedirler ve onların bir başka futbol kulübüne transfer olmasını aidiyetsizlik, itaatsizlik olarak kabul etmektedirler. Bu toplumsal hareketlerin temelinde bireylerin itaat etmeye yönelik eğilimleri de etkili olmaktadır. Fromm, aidiyeti itaat ile ilişkilendirerek, bireylerin itaat ettiği sürece kendilerini korunaklı ve güvende hissettiklerini, itaatsiz davranmak için bireyin öncelikle itaatsizlik kapasitesine sahip olması ve özgürlükten korkmaması gerektiğine işaret etmektedir. İtaat etmenin erdemli bir davranış olarak kabul edilmesi için de bireylerin itaat etmeye yönelik korku taşımak yerine itaat etmeye gönüllü olmaları hatta itaat etmeye gereksinim duymaları gerektiğini belirtmektedir (92). Aidiyet kavramına ilişkin yapılan bu açıklamaların ardından aile aidiyeti ve grup aidiyeti hakkında da bilgiler sunulacaktır. Bundan sonraki bölümde aile aidiyeti kavramı üzerinde durulacaktır.

2.4.1. Aile Aidiyeti

Aile aidiyeti, özellikle ergen bireyler için "koruyucu bir faktör", bireyin kendisini aile ilişkileri konusunda yakın hissetme duygusuna sahip olması, önemsenmesi, aile üyeleri tarafından anlaşılması olarak tanımlanmaktadır (93). Bu "anlaşılma arzusu" ergenler için çok önemli olabilmekte ve ergenin aile üyelerinin kendilerini anlamadığına dair çıkarımlarda bulunması durumunda ailesinden

uzaklaşması ve aile aidiyetini kaybetmeye başlaması ile sonuçlanabilmektedir.

Bireyin doğumundan itibaren aidiyet duygusunun ilk şekillenmeye başladığı yer aile olarak gösterilmektedir (94). Ebeveynlerin çocuklarına yaklaşım yöntemleri, kişiliklerinin oluşumunu önemli ölçüde etkilemektedir. Bu haliyle aile aidiyeti, belirli bir ilişkiyi değil, tüm aileyi ifade eden aile düzeyinde veya bütünsel bir yapı olarak gösterilmektedir (95). Bebeklik dönemi ile birlikte yaşamak için başkalarının yardımına ihtiyaç duyan insanoğlunun, kendi ihtiyaçlarını karşılaması ve yaşamını sürdürebilecek hale gelmesi uzun yıllar sonunda mümkün olabilmektedir. Beslenmek, yürümek, kıyafetlerini giymek gibi temel ihtiyaçlarını karşılaması mümkün olsa bile insanoğlu, öteki olmadan yani yalnız yaşaması durumunda psikolojik sorunlar yaşayabilmektedir. Bu doğrultuda birey, bebeklikten itibaren ihtiyaçlarını karşılayan kişi ile bağlanma yaşar. Bebek ve bakım veren arasında oluşan duygusal yakınlık bağlanma olarak tanımlanmakta, bu bağlanmanın amacı ise bakım veren ile yakınlığı sürdürmek olarak gösterilmektedir (96). Bebeklik döneminde oluşan bağlanma stili, bireyin yaşantısında önemli izler bırakmaktadır. Nitekim yapılan çalışmalarda gelişimsel gecikmesi olan çocukların, bebeklikte anneleri ile güvenli bağlanma kuramadıklarını göstermektedir (97). Güvenli bağlanma kurulması durumunda ise bireyin kişilik gelişiminde olumlu izler bıraktığından söz edilebilir. Hazan ve Shaver, bebeklik için uyarlanan bağlanma stillerini yetişkinler için güvenli, kaçınan ve kaygılı bağlanma olmak üzere üç kategoride sınıflandırmışlardır (98). Her ne kadar yetişkinlikte bağlanmanın devam etmesi olgunlaşmamış bir davranış olarak gösterilse de (96), birey tüm yaşamı boyunca ötekinin varlığına ihtiyaç duyacak bu da bağlanmanın devam etmesi ile mümkün olabilecektir. Bebekliğin sona ermesi ile birlikte çocuklar ebeveynlerine bağlılık kurmaya devam edecektir. Bu bağlılık, aile aidiyeti ile ilişkilendirilecektir. Aile aidiyeti; ebeveynler ve çocuklar arasında kurulan karşılıklı duygusal bağ olarak tanımlanmakta, ailenin tüm üyelerinin güvende hissetmesine imkân sağlamakta ve pozitif aile ortamının anahtarı olarak kabul edilmektedir (99). Aidiyet, çocukluğun başından ergenliğin sonuna kadar benliğin koruyucu kalkanı olarak gösterilmektedir (85). Nitekim aile üyeleri arasında oluşan sosyal desteğin, bireyin benlik saygısını artırdığı bulgulanmıştır (100). Pozitif aile ortamının en önemli özelliklerinden birisi de aile üyelerinin ortak çalışmalar yapmaları, birlikte bir iş yapabilme becerileri olarak gösterilebilir. Esasında önemli olan, aile üyelerinin ortak ilgi alanları oluşturabilmeleri veya birbirlerinin ilgi

duydukları alanlara saygı göstermeleridir. Aile üyelerinin aynı duygu içerisinde olabilmeleri bile aidiyet ile ilişkilendirilebilir. Nitekim aile üyelerinin birlikte gülüp eğlenmesi, aile içerisinde aidiyetin oluşturulması sosyal bağların güçlü tutulması için kilit bir nokta olarak gösterilmektedir (101).

Çocukları vicdan, merhamet ve alturizme dayalı bir şekilde yetiştirmenin aile bireyleri arasında aidiyetin gelişmesine zemin hazırladığına, öteki ile birlikte var olmayı, öteki ile paylaşmayı anlamlandırdığına işaret edilmektedir (102). Bu noktada ailenin çocuğu yetiştirme usulünün çocuğun nasıl bir birey olacağını belirlediğini ve bu nedenle çocuk yetiştirmede ebeveynlerin çok dikkatli davranmaları gerektiğini ifade etmek gerekir. Çocuğun ebeveyn grubunu ve hangi ırka sahip olacağını seçmesi mümkün olmamakla birlikte içinde doğduğu toplumun kuralları, sınırları ve kültürel değerleri ile yetişeceğini ve gelecekte de bu yetiştirilme usulünün etkisinde çocuklar yetiştireceğine vurgu yapılmaktadır (103).

Aidiyet duygusu, sosyalleşme süreci içerisinde çoğu zaman bireyin baskın ihtiyaçlarından birisi olarak gösterilmektedir (104). Birey, aidiyet ihtiyacını aile içerisinde karşılayamazsa bunu başka yer ve kişilerde yani dışarda aramaya başlayacaktır (85). Nihayetinde bu yer ve kişiler yaşanılan çağa göre değişiklik gösterecektir. Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler ışığında bireylerin gerçekliğe ilişkin algılarında değişimler oluşmuş durumdadır. Soyutlaşan toplumsal yaşam pratikleri içinde, gerçeklik temelli kimliklerin kaybolmaya başlaması ve sanal platformlardaki sürdürülen ilişkiler neticesinde bireylerin aidiyet ihtiyacının sanal uzamlarda ortaya çıkan gruplarla tatmin edilmeye başlandığına işaret edilmektedir (28). Aitlik, bireyin özsaygısını yükseltebilmesi için bir ihtiyaç olarak tanımlanmaktadır ve kimliğin oluşumunda ve sosyal ilişkilerin devamlılığının sağlanmasında önemli bir nitelik taşımaktadır (105). Öte yandan küreselleşme ile birlikte kişinin belirli bir yöreye bağlı olmak zorunda kalmaması ve sanal olarak aynı anda birden fazla yerde olabilmesi kimlikte kökenle bağdaşma olgusunun kaybedilmesine ve "yersiz-yurtsuzluk" kavramının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (28). Eğer çocuk sağlıklı bir aile ortamında değilse, ailesine yönelik aidiyet duymuyorsa veya çeşitli nedenlerle ailesine olan aidiyetini kaybetmeye başladıysa, sosyal ilişkilerinin devamını sağlamak adına aidiyet ihtiyacını başka yerlerde aramaya başlaması muhtemel gözükmektedir. Bu noktada aile aidiyetini

olumsuz etkileyen sebepleri de sıralamak da yarar var. Aile aidiyetini olumsuz etkileyen ve aidiyeti kıran sebepler; çocuğun değersizlik hissi yaşaması, çocuğu koşullandırmak, suçluluk hissi, yetersizlik hissi, emniyetsizlik, çocuğun ebeveynlerine ulaşamaması, önyargı, çocuğun yaşından büyük beklenti içerisinde olunması, çocuğun birileri ile kıyaslanması, mükemmeliyetçilik, güvensizlik, bağlanmamış olmak olarak sıralanmaktadır (85). Ebeveynlerinde yeterince sevgi göremeyen çocuk kendisini değersiz hissedecek ve ailesi ile aidiyet yaşaması mümkün olmayacaktır. Çocuğu sürekli koşullandırmak da aidiyet düzeyini olumsuz etkileyen bir diğer faktördür. Ödül ve ceza yönteminde aşırıya kaçan anne baba tutumları çocuğun her başarısı sonrasında mükâfat beklentisi içerisinde olmasına zemin hazırlayacaktır. Bu noktada güçlü bir aile aidiyeti sağlamak için sağlıklı aile ilişkilerine ihtiyaç duyulacaktır. Bu doğrultuda aile kavramı ve sağlıklı ilişkiler üzerinde durulmasında yarar bulunmaktadır. "Düşünen bir varlık" olarak tanımlanan insan, psikolojik ve sosyal özelliklerini sosyal çevresi ile etkileşim içerisinde kazanmaktadır. Kişiliğin gelişimi, bireyin kendini gerçekleştirmesi ve toplumsal yaşama katılımı, sosyal çevresi ile ilişkilidir. Bireyin sosyal çevresi ise öncelikle kendi ailesidir. Aile kavramı, birbirlerine doğrudan akrabalık bağlarıyla bağlı olan, erişkin üyelerin çocuklara bakma sorumluluğunu üstlendiği bir insan topluluğu olarak tanımlandığı gibi (106); birbirine kan ve evlilik bağı ile bağlı iki veya daha fazla üyeden meydana gelen topluluk olarak da tanımlanmaktadır (107). Bir diğer tanımda ise aile; kadın erkek ilişkisini düzene sokan, ortak hedef ve menfaatler çerçevesinde kurulan ve gelişen, hukuk ve töreye sahip, formal ve informal örgütlülük unsurlarına sahip bir kurum olarak gösterilmektedir (11). Temel toplumsal birim olarak kabul edilen ailenin, geniş ve çekirdek aile olmak üzere iki tür olduğu kabul edilmektedir. Geniş ailede ikiden faza kuşağın bulunduğu görülürken çekirdek aile ise anne, baba ve çocuklardan oluşmaktadır. Tarımdan sanayileşmeye geçiş ve kültürün hızla değişmesi ile birlikte geniş aileden çekirdek aileye doğru bir geçiş olduğu görülmüştür.

Elliot ve Merill, ailenin görevlerini sekiz ana grupta toplayarak aşağıdaki gibi özetlemiştir;

1.*Biyolojik görev;* ailenin varlığını korumak, neslin sürekliliğini sağlamak,

2.*Ekonomik görev*; üyelerin ihtiyaçları aile içinde karşılanmaya çalışılması, gelirin aile reisinde toplanması ve harcamanın da aile reisi tarafından yapılması,

3.*Koruyuculuk görevi*; dıştan gelebilecek her türlü maddi ve manevi zararlara karşı kişinin korunması,

4.*Psikolojik görev*; aile üyelerinin birbirine karşı duygusal bağ geliştirmeleri ve güven hissinin oluşması,

5.*Eğitim görevi*; her türlü eğitim ailede başlar ve çocuğun mesleğe yönelmesi için gerekli hazırlık ve eğitim aile içinde yapılarak çocuğun o alanda yetişmesi,

6.*Dini görev*; üyelerin ibadet ve dinsel pratiklerinin organize edilmesi,

7.*Boş zamanı değerlendirme görevi*; üyelerini eğlendirme görevi,

8.*Prestij sağlama görevi*; üyelerin toplum içindeki statülerinin, sosyalleşme süreçlerinin aile tarafından belirlenmesi (108).

Elliot ve Merill tarafından belirtilen bu görevlerde zamanla değişim yaşanmıştır. Kadının çalışma hayatına katılması ile birlikte harcamanın tek elden yapılması yerine bütün aile üyelerinin kendi ihtiyaçlarını kendisinin karşılaması söz konusu olmuştur. Benzer şekilde önceleri, üretim ve tüketim aile içinde gerçekleşirken artık üretim görevinin büyük ölçüde ortadan kalktığı, işletmeler ve fabrikalarda üretimin yapıldığı, ailenin üretimden uzaklaştığı görülmektedir. Koruyuculuk görevinin de tamamen kalktığını söylemek doğru olmasa da artık bu görevin devlet tarafından karşılandığı, özellikle çocuk ve engelliler için devletin pozitif ayrımcılık ilkesi ve sosyal devlet olmanın gereği olarak koruyuculuk görevini üstlendiği söylenebilir. Koruyuculuk görevini üstlenen devlet, ailenin eğitim görevini de üstlenmektedir. Zorunlu eğitimin ortaya çıkması, işsizliği önleme amaçlı mesleki eğitimlerin verildiği Halk Eğitim Merkezi gibi kuruluşların varlığı, bireylerin eğitimi açısından önem arz etmektedir. Yine ailenin boş zamanı değerlendirme görevi de ülkelerdeki sosyalleşmeye paralel olarak hızla gelişen eğlence merkezleri, sinema, tiyatro ve benzeri yerler, bireylerin boş zamanların değerlendirilmelerine olanak sağlamaktadır.

Günümüzde bireyin sağlığı kadar aile sağlığı da önem kazanmış durumdadır. Bireyin sağlıklı olması için, esasında ailenin sağlıklı olması, aile içi ilişkilerin sağlıklı olması beklenmektedir. Sağlıklı aile ilişkilerinde ise anne, baba ve çocuk arasında birbirlerinin ruh sağlıklarını olumlu yönde destekleyici davranışlar yer alması beklenmektedir.

Sağlıklı ailenin özellikleri aşağıdaki gibi özetlenmiştir (109)

- Aile üyeleri arasında sağlıklı bir iletişim vardır,
- Aile üyeleri birbirlerine ilgi ve sevgiyle yaklaşırlar,
- Aile üyeleri birlikte vakit geçirirler,
- Aile üyeleri arasında bağlılık hissi vardır,
- Aile üyeleri birbirlerinin varlığından mutluluk duyar,
- Aile üyeleri çatışma çözme konusunda başarılıdırlar,
- Aile üyeleri birbirlerini oldukları gibi kabul ederler,
- Aile üyeleri birbirlerini takdir ederler,
- Aile üyeleri ortak zevklere sahiptirler,
- Aile üyeleri birbirlerinin fikir ve düşüncelerine saygı gösterirler.

Toplumun temeli ailedir ve sağlıklı aileler sağlıklı bir toplum oluşmasının temel şartıdır. Her ailede problemler yaşanması doğaldır hem sağlıklı ailelerde hem de sağlıksız aile yapılarında sorunlar görülebilir. İki aile yapısı arasındaki fark, sağlıklı aileler sorunlarla baş etme ve problem çözme becerisine sahiptir. Sağlıksız aile yapılarında ise en küçük sorunlarda bile ailenin parçalanmasına kadar giden bir süreç izlenebilmektedir. Aile aidiyeti de sağlıklı aile ilişkilerinde görülebilmektedir. Aile aidiyeti üzerine verilen bu bilgilerden sonra izleyen bölümde grup aidiyeti açıklanacaktır.

2.4.2. Grup Aidiyeti

Bireyin aidiyet ilişkisi aile ile başlamakta ve daha sonrasında bireyin dış dünya ile tanışması ile birlikte farklı yerler/gruplar ile aidiyet ilişkisine girmesi ile devam etmektedir. Birey eğer birincil aidiyet duygusunu ailesi ile başarılı bir şekilde oluşturduysa dış dünya ile oluşturacağı aidiyet duygusu da sağlam zemin üzerinde kurulacaktır. Aidiyetin üç farklı boyuttan oluştuğu, bu boyutların aile, sosyal ve soyut aidiyet olduğu belirtilmektedir (85). Ailesinde değer gören, ailesi ile sağlıklı bir aidiyet oluşturan ve kendisini aile içinde söz sahibi olarak gören birey, gruplarla oluşturacağı aidiyet sonrasında da kendisini gruptan biri olarak hissedebilecektir. Böylelikle de kendisini dış dünyanın bir parçası olarak görmesi mümkün olabilecektir. Aksi takdirde

grup üyeliğinden tatmin olmayan birey, çevresi tarafından kabul edilmek üzere her yolu deneyecektir (110). Bu denemelerin başarısız olması durumunda ise birey aidiyet duygusunu kaybetmeye başlayacaktır. Bireyin aidiyet duygusunu kaybetmesi ise güvensizlik hissetmesine, sosyal soyutlanma, yalnızlık ve yabancılaşma duyguları ile karşı karşıya kalmasına neden olabilmektedir (111). Nitekim bireyin gruba ve grubun üyelerine ilişkin güven düzeyi, grup aidiyetinin temel bileşenleri arasında gösterilmektedir (86).

Grup aidiyeti, bir bireyin kendisini bir dernek, arkadaş grubu vb. gibi bir ilişki ağının parçası olarak hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (112). Gençlerde belli sosyal gruplar ile var olma isteği görülmektedir. Kişiliği oluşum sürecinde olan, henüz tam anlamıyla birey olamayan, yaşam amaçları henüz netleşmemiş olan gençler aidiyet ihtiyacını daha sık hissedecek, aileden bağımsızlaşma ve birey olarak kendini kabul ettirme arayış süreçlerinde aidiyet kurabileceği farklı sosyal gruplara dahil olma ihtiyacı duyacaklardır (104). Nitekim aidiyet duygusunun, birey açısından bir gruba ait olma, birileri için önemli olma, paylaşılmış bir amaç ve birlikteliğin getirdiği ihtiyaçların karşılanması gibi durumlarda işlev gördüğüne işaret edilmektedir (111). Gruplara üye olmak, sosyal sermayenin ögelerinden biri olarak gösterilmekte, sosyal ağlar ile bağlantı kurma noktasında bir kaynak olarak ifade edilmektedir. Ayrıca grupta grup üyeliği, sosyal ağlarda gelişime yol açarak üyelerin farklı alanlarda sosyal pozisyon elde etmesine veya pozisyon geliştirmelerine olanak sağlayacaktır (112). Bireylerin aidiyet kuracakları grupları seçmeleri, gruplara dâhil olmaları, o grupların tutum ve davranış dizilerine de sistematik bir şekilde sahip olmalarına, böylelikle de toplumsal rollerini, tutumlarını ve yaşamsal ihtiyaçlarını kurgulayarak yeni davranışlara yönelmelerine yol açacaktır (86). Bireyin, aidiyet kurduğu grubun veya gruptaki üyelerin başarısı ile birlikte özgüveninin de yükseldiği belirtilmektedir (113). Özellikle futbol takımlarının taraftarlarının, takımlarının başarısı ile birlikte coşkulu kutlamalar yapmaları, bu başarılar ile övünmeleri bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

Birey, grup aidiyeti kurması sayesinde kendi düzenini kurarken yaşadığı karmaşıkları bertaraf etmek üzere kolaylıklar elde edebilecektir (86). Ait olma duygusunun kültürden kültüre değişiklik gösterdiği ifade edilmekle birlikte bireyci kültürlerde bireylerin gruplardan duygusal anlamda kopuk olduklarına, bağımsızlık ve

özerklik gereksiniminin baskın olduğuna, toplulukçu kültürlerde ise bireyin benliğinin grup içerisinde tanımlandığına işaret edilmektedir (112).

Bireylerin gruba aidiyet duymaları ve gruplara üye olmaları bireylerin toplumdan dışlanmaktan kaçınmaları ile ilişkilendirilmektedir (114). Yine grup aidiyeti, üyelerin birey olarak ayrımcılığa maruz bırakıldıklarında veya değersizleştirildiklerinde sağlıklı kalmalarını sağlayan psikolojik tehdide karşı koruyucu bir kaynak olarak gösterilmektedir (115). Bu noktada üniversite öğrencileri de ailelerinden de uzakta olmaları nedeniyle gruplara aidiyet duyarak toplumsal bir dışlanma yaşamaktan kaçınmayı tercih edebilmektedirler. Bununla birlikte gruplara duyulan aidiyetin sanal ortama taşınması sorunsalı bu araştırmanın nitel bölümünde sorgulanmıştır.

2.5. Bağımlılık, Aidiyet ve Sosyal Hizmet

Bağımlılık, bireyin kendi kararlarını verirken özgürlüğünü kaybetmesi olarak gösterilebilir. İrade yoksunluğunun oluşması ile birlikte birey, özgürlüğünü yitirmekte ve bağımlı olduğu nesnenin kontrolü ile hareket etmeye başlamaktadır. Bu nesne, bir madde olabileceği gibi bir eşya ya da bir davranış da olabilir. Bağımlılık denildiğinde toplumda genel olarak alkol, sigara ve madde bağımlılığı gibi bağımlılık türleri akla gelmektedir. Ancak özellikle 2019 sonunda başlayan ve etkisi halen devam eden Covid-19 salgını sürecinde tüm bireylerin teknoloji ile olan bağının bir kat daha arttığını söylemek mümkündür. Bu noktada bağımlılık tedavisinde bireyin biyo-psiko-sosyal özellikleri dikkate alınacak olursa çok disiplinli çalışmalara ihtiyaç duyulduğu bir gerçektir. Bağımlılık tedavisi karmaşık bir süreçtir ve yalnızca bireye/ailesine veya davranışa odaklanmak kısa vadede etkili olsa bile uzun vadede bağımlılığın tekrar yaşanması ile sonuçlanabileceği için tedavi planına sosyal çevreyi de dâhil etmek gerekmektedir (116). Bağımlılık tedavisi sunacak ekip içerisinde yer alması beklenen sosyal hizmet uzmanları, bireylerin sosyal entegrasyonunu sağlamaya yönelik çalışmalar yapacaklardır. Yapılacak olan çalışmalar bu yönüyle birey, aile ve toplum arasında bir köprü görevi görmüş olacaktır. Ayrıca sosyal hizmet mesleği, insan hakları ve sosyal adalet anlayışı çerçevesinde bağımlı bireyler ve ailelerinin sorunları çözmelerine, güçlenmelerine, özgürleşmelerine yardımcı olmayı amaçlayan bir disiplin olarak gösterilmektedir (117). Sosyal hizmet mesleği; çocuk, yaşlı, engelli gibi dezavantajlı gruplarla çalışmalar yürüten, bu yönüyle de oldukça kapsamlı bir

disiplindir. Bu nedenle de müdahale planını yürüten sosyal hizmet uzmanının, müracaatçı gruplarının ihtiyaçlarını, haklarını ve özelliklerini iyi bilmesi beklenmektedir. Bağımlılık sorunu olan müracaatçılarla çalışan sosyal hizmet uzmanları; psikolojik ve duygusal faktörler, fizyolojik konular, tanı kriterleri, yasal hususlar ve ruhsal sağlık bozuklukları ve madde kullanımının birlikte ortaya çıkması konusunda uzmanlaşmış bilgi ve anlayışa sahip olmalıdır (118). Ayrıca her vakanın öznel oluşu dikkate alınarak aile dinamiklerinin iyi anlaşılması gerekmektedir. Kanıta dayalı uygulamalar geliştirmek ve en iyi uygulamaların neler olduğunun bilinmesi de önemlidir. Bütün bunlar dikkate alındığında, bağımlılık alanının farklı bir uzmanlık alanı olduğu, sosyal hizmet uzmanının klinik hizmetler sağlamasının da gerektiği durumlar için bu alanda uzmanlık eğitimi alması, güncel kalmaya çalışması beklenmektedir. Sosyal hizmet mesleğinin amacı ve odağı aşağıdaki şekilde özetlenmiştir;

- Toplumdan dışlanma yaşayan riskli grupların sosyal yaşama katılımını sağlamak,

- Toplumsal eşitsizlik ve adaletsizlikle mücadele etmek,

- Birey, grup ve toplum düzeyinde iyilik halini ve sorun çözme becerisini artırmak,

- Hem ulusal hem de uluslararası düzeyde savunuculuk faaliyetleri yürütmek,

- Bireylerin faydasına yönelik politikalar geliştirilmesini desteklemek,

- Dezavantajlara neden olan yapısal sorunları değiştirmeye çalışmak,

- Çocuk, engelli, yaşlı ve diğer dezavantajlı grupların sorun çözümünde katkı sunmak (119).

Bağımlılık sadece bireyin sorumlu olduğu bir davranış olarak gösterilemeyeceği gibi yalnızca sosyal koşulların yol açtığı bir sosyal sorun olarak da gösterilemez, ayrıca risk faktörleri ve koruyucu faktörlerin etkileşimi ile kimi kişilik özelliklerinin sosyal riskler taşıması, belirli bölgelerde yaşamanın sosyal sistemlerden dışlanmayı da beraberinde getirebileceği bilinmektedir (116). Bireyin toplumsal işlevselliğini gerçekleştirdiği, topluma katılmasını sağlayan ilk basamak ailedir. Aile içerisinde bağımlı bir bireyin bulunması, ailede çatışmaların yaşanması, iletişim sıkıntılarının olması, güvenli olmayan bağlanmalarının gerçekleşmesi, aile

bireylerinde psikiyatrik rahatsızlıkların görülmesi, parçalanmış ailenin olması gibi nedenler kişiyi bağımlılığa iten, risk etmeni oluşturan faktörlerdir ve bu yönüyle aile, bireyi hem koruyan hem de birey için risk oluşturan çok boyutlu bir faktör olarak gösterilmektedir (120). Bu doğrultuda sosyal hizmet müdahalesi gerçekleştirirken sistem yaklaşımından faydalanılanacaktır. Bağımlı olan bireyin sistemin bir parçası olarak görülmesi beklenmektedir. Özellikle müdahale planı belirlenirken değerlendirme aşamasında bağımlı bireyin dâhil olduğu sistem göz önünde bulundurulacaktır. Yine sistem yaklaşımına benzer şekilde ekolojik yaklaşımının da vakada kullanılması beklenmektedir. Birey, grup ve aile düzeyinde bireyin çevre ile kurduğu etkileşime odaklanılması ve geniş perspektiften değerlendirme yapılması tedavinin başarılı bir şekilde sürdürülmesini sağlayacaktır. Son olarak güçlendirme yaklaşımının da bağımlılık tedavisinde kullanılması önerilmektedir. Güçlendirme yaklaşımı ile bireyin güçlü yönlerini ortaya çıkartarak tedavi planının içerisinde yer almasını sağlanması ve kendi sorunu ile başa çıkabilen bir noktaya getirilmesi hedeflenmektedir.

Sosyal hizmet mesleği; birey, grup ve toplumun iyilik halini sosyal refahını artırmayı amaç edinmiş bir disiplindir. Müdahale planı yürütülürken de sosyal adalet ve insan hakları ilkelerine bağlı kalınmak zorundadır. Bu yönüyle sosyal hizmet uzmanları, sadece var olan sorunu çözmek için bireysel düzeyde müdahale geliştirmekle kalmayıp sorunun makro boyutta çözümüne yönelik de katkı sağlamayı hedefleyeceklerdir. Sosyal politikaların geliştirilmesi noktasında politika yapıcıları etkilemek ve değişimi başlatmak sosyal hizmet uzmanlarından beklenmektedir. Bağımlı bireylerle çalışan sosyal hizmet uzmanları değerlendirme yapmak, müdahale planı yapmak, uygulamak ve tedavi sonrası süreci planlamak durumundadır. Değerlendirme aşamasında, birey ve ailenin içinde bulunduğu sistem değerlendirilmelidir. “Çevresi içerisinde birey” bakış açısı ile yapılacak olan değerlendirme sonucunda ise müdahale planı yapılması aşamasına geçilmelidir. Müdahale planı oluştururken de tüm bireylerin özel oluşu dikkate alınarak “müracaatçının bulunduğu yerden başlamak” ve “self-determinasyon” ilkesi gereğince bireyi müdahale planının içine dâhil etmek önem arz etmektedir. Başarılı bir şekilde uygulanan müdahale planı sonrasında ise süreci planlamak da bir diğer önemli husustur. Nitekim bağımlılık alanında nüksetme riski oldukça yüksektir ve bireyin tekrar bağımlı olmaması için tedavi sonrası süreci iyi planlamak gerekmektedir.

Bağımlılık tedavisinde bireyi yeni yaşamına adapte etmek uzun bir süreç alabilmektedir. Bağımlılık alanındaki vakalarda sosyal hizmet uzmanlarının dâhil olacağı süreç şu şekilde özetlenmektedir;

- *Karar öncesi:* Birey, bağımlı olmayı sorun olarak görmemektedir. Bireyin değişime hazırlanması gereken evre olarak kabul edilir.

- *Karar verme ve hazırlık:* Bireyde değişim oluşturmak için gereken motivasyonun oluşturulduğu evredir. Değişimin başlaması hedeflenmelidir.

- *Harekete geçme:* Bağımlı birey ve çevresindekilerin dâhil edildiği, yaşam tarzında değişiklik oluşturmaya yönelik eylemleri içeren evre olarak kabul edilmektedir.

- *Sürdürme:* Bağımlılıktan kurtulan bireyin, yaşadığı değişimi sürekli kılmaya çalışılan evre olarak kabul edilmektedir. Sağlanan değişimi devamlı kılmak temel hedeftir.

- *Nüksetme:* Bağımlılıktan kurtulan bireyin, bağımlı olduğu madde/nesne/davranışa tekrar yönelme ihtimali bulunmaktadır. Bireyi, sürekli değişime açık tutmak hedeflenmelidir. Bağımlı birey, hangi aşamaya gerilediyse o aşamadan tekrar başlanması gerekmektedir (121).

Sonuç olarak bağımlılık, bireyin sosyal refahını ve işlevselliğini doğrudan etkileyen bir sosyal sorundur. Toplum temelli tedavi sürecinin yürütüldüğü sosyal hizmet mesleği "çevresi içerisinde birey" odağı ile bağımlılık tedavisinde çok disiplinli bir ekip çalışmasında önemli bir konumdadır. Bağımlılık tedavisinde bireyin toplum ile bütünleşmesini sağlayacak çalışmalar önerilmektedir. Ne var ki bu noktada birey bağımlı olmadan yapılacak olan önleme çalışmalarının sosyal hizmet uzmanları tarafından planlanması beklenmektedir. Tedavi sürecinde ise bireyi tedavi planının parçası yapmak ve güçlendirme yaklaşımından faydalanmak gerekmektedir. Bağımlı olan bireyi, bağımlılığa sürükleyen risk etmenlerinin belirlenmesi, tedavi sürecinde ve sonrasında bireyi kaynaklarla buluşturarak bu risk etmenlerini minimize etmek hedeflenmelidir. Ayrıca bireyin sosyal destek sistemi olarak görülen aile ve gruplarla olan aidiyetlerinin güçlü olmalarının bağımlılık tedavisinde dikkate alınması gerekmektedir. Tüm bu yönleriyle bağımlılık tedavisini sunacak olan çok disiplinli ekipte yer alacak olan sosyal hizmet uzmanları, tedavinin başarıyla sonuçlanması ve

bağımlılığın tekrar etme riskini en aza indirme noktasında oldukça önemli bir pozisyonda yer almaktadırlar.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklemi, verilerin toplanma süreci ve analizlerinin nasıl yapıldığına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada nitel ve nicel araştırmanın bir arada kullanıldığı karma desen kullanılmıştır. Karma yöntem, araştırmacının nitel ve nicel yöntemin yaklaşım ve kavramlarını birleştirmesi olarak tanımlanmaktadır (64). Onwuegbuzie ve Leech, bu birleştirmenin nitel ve nicel araştırmalar arasında köprü kurulmasına yardımcı olduğuna işaret etmektedir (121). Nitekim bu araştırmada da nicel bölümde üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeyleri ile aile ve grup aidiyet düzeylerinin belirlenmesi ve birbirlerinin etkileyip etkilemediklerinin belirlenmesi amaç edinilmiştir. Nitel verilerle de bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanım deneyimleri ile aile ve grup aidiyetleri hakkında bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın nicel kısmında ilişkisel tarama modeli, nitel aşamasında ise fenomenolojik yaklaşım kullanılmıştır.

Karma yöntem araştırmalarının gerekçeleri; üçgenleme, tamamlayıcılık, gelişim, başlangıç ve genişletme olmak üzere beş ana başlıkta sınıflandırılmaktadır (122). Bu araştırmada nicel ve nitel verileri bir arada elde ederek üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarını farklı açılardan ölçerek zengin ve ayrıntılı bir şekilde veri elde etmek mümkün olmuştur. Bu açıdan araştırmada karma model kullanılmasının gerekçesi olarak tamamlayıcılık ilkesi benimsenmiştir. Araştırmada sadece nicel verileri sunmanın yetersiz olacağı düşüncesiyle karma model tercih edilerek nicel veriler nitel verilerle desteklenmiştir.

Karma yöntemin uygulandığı bu araştırmada yakınsayan paralel desen kullanılmıştır. Karma araştırmaların temel ilkesi, farklı yöntem ve yaklaşımlar kullanılarak çoklu veri elde etmek olarak gösterilmektedir (123). Bu araştırmada da nicel ve nitel aşamalar bağımsız bir şekilde, eş zamanlı ve ayrı ayrı gerçekleştirilmiş ve ayrı ayrı analiz edilmiştir. Son olarak da nitel ve nicel yöntemlerden elde edilen veriler birleştirilmiştir. Yöntemlerin öncelikleri eşittir birbirlerini tamamlayıcı nitelikleri bulunmaktadır.

Araştırmanın nicel bölümünde üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıkları ile aile ve grup aidiyetlerine ilişkin verileri elde etmek için ölçekler belirlenmiş ve örneklem olarak seçilen gruba ilgili ölçekler uygulanmıştır. Bununla birlikte araştırmanın nitel bölümünde de üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanım deneyimlerini elde etmek üzere hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu ile üniversite öğrencileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Daha sonrasında ise veriler ayrı ayrı analiz edilmiş, sonuçlar ilişkilendirilerek yorumlanmıştır.

3.2. Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Ankara ilinde bulunan üniversitelerde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Bu bireylerin tamamına ulaşmanın güç olması nedeniyle evrenden örneklem çekilmiştir. Araştırmanın nicel bölümünde seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçsal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçsal örnekleme yöntemlerinde de tabakalı amaçsal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın örneklemini Ankara Üniversitesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Başkent Üniversitelerinin Eğitim Fakülteleri, Hukuk Fakülteleri, Sağlık Bilimleri Fakülteleri ve Mühendislik Fakültelerinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın nitel bölümünde ise amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Derinlemesine görüşmeye katılmayı kabul eden üniversite öğrencilerine öncelikle nicel bölümdeki ölçekler uygulanmış, ardından da sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıkları yüksek olan (Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puanı en az 140 olan) 20 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

3.3. Araştırmada Kullanılacak Veri Toplama Araçları

Araştırmanın nicel boyutunda Aile Aidiyeti Ölçeği, Grup Aidiyeti Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçeklerle birlikte araştırmacı tarafından hazırlanan Bilgi Formu da nicel verileri elde etmek amacıyla kullanılmıştır. Araştırmanın nitel boyutunda ise araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır.

3.3.1. Bilgi Formu

Araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik bilgilerini elde etmeyi amaçlayan bu form, araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Ankette; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, bireylerin yaşamlarını geçirdiklerini yer, aylık gelirleri, cep telefonu kullanmaya başladıkları yaş gibi katılımcıların sosyo-demografik bilgilerini elde etme amaçlı sorular yer almaktadır.

3.3.2. Aile Aidiyeti Ölçeği

Araştırmada Mavili ve arkadaşları tarafından 2014 yılında geliştirilen, 17 maddesi ve 2 alt boyutu bulunan, Tamamen Katılmıyorum (1) ile Tamamen Katılıyorum (5) arasında 5 farklı tercih seçeneklerine sahip, üniversite öğrencilerinin aile aidiyeti düzeylerinin belirlenmesi amacıyla hazırlanmış "Aile Aidiyeti" ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin birinci alt boyutu olan "Kendilik aidiyeti" boyutu 12 maddeden oluşmaktadır. Bu maddelerin 10'u olumlu 2'si olumsuzdur. Ölçeğin ikinci alt boyutu olan "Aile aidiyeti" boyutu 5 maddeden oluşmaktadır ve bu maddelerin 3'ü olumlu 2'si olumsuzdur. Puan yükseldikçe aile aidiyeti de yükselmektedir. Kişinin ailesine beslediği duygu (kendilik aidiyeti alt boyutu), ailenin kişiye aktardığı duyguya (aile aidiyeti alt boyutu) şeklinde belirlenmiştir. Ölçeğin güvenirlik puanının test tekrar test yöntemine göre 0,84 olduğu bulunmuştur. Croncbah Alpha iç tutarlılık katsayısı her bir alt boyutta 0,82 ile 0,93 arasında değişmektedir. Ölçeğin; "Kendilik aidiyeti" birinci alt boyutunun Cronbach Alpha iç tutarlılık kat sayısı 0,93 "Aile aidiyeti" ikinci alt boyutunun Cronbach Alpha iç tutarlılık kat sayısı 0,82'dir. Ölçeğin tümü için ise elde edilen Croncbach Alpha iç tutarlılık katsayısının 0,94 olduğu görülmüştür (102).

3.3.3. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği

Akıllı telefon bağımlılığı ölçeği Kwon ve arkadaşları tarafından 2013 yılında geliştirilmiş ve toplam 33 sorudan oluşmaktadır. Her bir madde için Kesinlikle hayır (1), Hayır (2), Kısmen Hayır (3), Kısmen evet (4), Evet (5) Kesinlikle evet (6) şeklinde puanlama yer almaktadır. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeğinin güvenilirlik çalışmalarında Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0.947 olarak bulunmuş olup madde toplam korelâsyon katsayısı ise 0.572 ile 0.915 arasında değişmektedir. Türkçe uyarlaması Demirci ve arkadaşları tarafından 2014 yılında gerçekleştirilmiştir. Günlük yaşamı bozma ve tolerans, çekilme belirtileri, olumlu beklentiler, sanal ilişkiler, aşırı

kullanım, sosyal ağlara bağımlılık ve fiziksel belirtiler olmak üzere ölçeğin yedi alt boyutu bulunmaktadır. En düşük cevap puanı 33, en yüksek cevap puanı 198'dir. Ölçekten alınan puanların yüksekliği akıllı telefon bağımlılığının yüksek olduğunu göstermektedir (124).

3.3.4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını ölçebilmek üzere Tutgun Ünal tarafından 2015 yılında geliştirilen bir ölçme aracıdır. Toplam 41 maddeden oluşan ve "Her zaman", "Sık sık", "Bazen", "Nadiren" ve "Hiçbir zaman" aralığındaki sıklık ifadeleri ile derecelendirilen 5'li likert tipindedir. Ayrıca, ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olan cronbach alpha değeri ,967 bulunmuştur (8). Ölçeğin meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma olmak üzere dört alt boyutu vardır. Meşguliyet alt boyutunda sosyal medyanın kişiyi bilişsel olarak meşgul etme etkisi, duygu durum düzenleme alt boyutunda sosyal medyanın duygusal olarak etkisini, tekrarlama alt boyutunda kişinin sosyal medya kullanımını kontrol altına almak isteyip alamamasını ve kullanmaya devam etmesini, çatışma boyutunda ise sosyal medyanın kişinin hayatında problemlere yol açma etkisini ölçmektedir. Ölçekten alınacak en düşük puan 41, en fazla ise 205'dir. Ölçekten 41-73 arası puan alanlar "bağımlılık yok"; 74-106 arası puan alanlar "az bağımlı", 107- 139 arası puan alanlar "orta bağımlı"; 140-172 arası puan alanlar "yüksek bağımlı" ve 173-205 arası puan alanlar ise "çok yüksek bağımlı" olarak kabul edilmektedir.

3.3.5. Grup Aidiyeti Ölçeği

Grup aidiyeti ölçeği, Uçar tarafından 2010 yılında geliştirilmiştir. Ölçek, likert türü 6 maddeden oluşmaktadır. Katılımcılardan, ölçekte yer alan ifadelerin kendi durumlarını ne ölçüde yansıttığını 1 (bana hiç uygun değil) ile 5 (bana tamamen uygun) arasında bir puan vererek değerlendirmeleri istenmektedir. Ölçekten alınabilecek puanlar 6 ile 30 arasında değişmektedir. Grup aidiyeti ölçeği için yapılan güvenirlik analizinde Cronbach Alpha. 85 olarak bulunmuştur. Araştırmada, grup aidiyeti ölçeğinden 0 ile 10 arasında puan alanlar 1 (kendini bir gruba ait hissetme düzeyi düşük grup), 11 ile 20 arasında puan alanlar 2 (kendini bir gruba ait hissetme düzeyi orta grup), 21 ile 30 arasında puan alanlar 3 (kendini bir gruba ait hissetme

düzeyi yüksek grup) olarak gruplandırılmıştır (112).

3.3.6. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Araştırmanın nitel kısmında fenomenolojik yaklaşım çerçevesinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya/ akıllı telefon kullanımlarına ve aile/grup aidiyetlerine ilişkin derinlemesine bilgi toplamak amaçlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu gerekli literatür taraması ve alan bilgilerinin derlenmesi sonucunda oluşturulmuştur. Hazırlanan taslak üzerinden tez izleme komitesinin görüşleri alınarak bazı sorularda düzenlemeler yapılmış, forma yeni sorular eklenmiş, son olarak iki üniversite öğrencisi ile ön görüşme yapıldıktan sonra gerekli düzenlemeler yapılarak ve forma son şekli verilmiştir. Bu doğrultuda nicel verileri desteklemek amacıyla gönüllü olan üniversite öğrencilerinden seçilen 20 kişiye araştırmacı tarafından hazırlanan "yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formunda, üniversite öğrencilerinin sosyal medya/ akıllı telefon kullanım amaçları, sosyal medya/ akıllı telefon olmadığında ne hissettikleri, aile ve grup aidiyetlerine ilişkin sorular yer almaktadır.

3.4. Araştırmada Verilerin Toplanması

3.4.1. Araştırmanın Etiği

Araştırmada kullanılacak olan anket ve ölçeklerin belirlenmesinin ardından AYBÜ Etik Kurulundan izinler alınmıştır. Etik kurul izninin ardından örneklemi oluşturan üniversitelerin her bir fakültesinden gerekli izinler alınmıştır. Araştırma öncesinde katılımcılara onam formu okunmuş gönüllü olmaları durumunda araştırmaya dâhil edilmeleri sağlanmıştır. Online olarak katılım sağlayanlardan da araştırmaya başlamadan önce araştırmaya gönüllü olarak katıldıklarına ilişkin onam formunu onaylamaları sağlanmıştır. Nitel bölümde ise katılımcıların araştırmaya gönüllü olarak katılım sağladıkları ve görüşmelerin ses kayıt cihazı ile kaydedilmesine izin verdiklerine ilişkin sözlü onamları alınmış, bireylerin isimleri gizli tutulmuş, görüşmecilere 1'den 20'ye kadar numaralandırma yapılmıştır.

3.4.2. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın verileri Eylül 2021- Haziran 2022 tarihleri arasında araştırmacı

tarafından toplanmıştır. Araştırmanın nicel verileri toplanırken çalışmanın yapılacağı fakültelere öncesinden bilgi verilmiş ve eğitim-öğretim faaliyetlerini aksatmayacak şekilde ölçekler uygulanmıştır. Online toplanan veriler, QR kod aracılığıyla öğrencilere iletilmiş ve Google forms üzerinden toplanmıştır.

Araştırmanın nitel verileri de yine araştırmacının kendisi tarafından zoom programı aracılığıyla yapılan görüşmeler sonucunda toplanmıştır. Araştırmanın nitel verileri için hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla yapılan görüşmelerin, en uzunu 1 saat 32 dakika en kısası ise 46 dakika sürmüştür. Görüşmecilerin tamamı görüşmelerin ses kayıt cihazı ile kaydedilmesini kabul etmiştir. Gizlilik ilkesi gereği, görüşmeler doküman haline getirildikten sonra ses kayıtları silinmiştir.

3.4.3. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Araştırmanın nicel verileri IBM SPSS Statistics 24 programında analiz edilmiştir. Öğrenciler ile ilgili kişisel bilgiler araştırmacının kendisinin hazırladığı sosyo-demografik bilgi edinme formu ile değerlendirilmiştir. Araştırmada verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle parametrik testler kullanılmıştır. Ancak bazı gruplardaki kişi sayısının 30'dan az olması nedeniyle non-parametrik testler de kullanılmıştır.

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile ölçeklerden aldıkları puanlar açısından farklılaşmayı ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) ve Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizinde de Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) uygulandığında LSD ve Tukey; Kruskal Wallis Testi uygulandığında ise Tamhane's T2 post-hoc istatistiği kullanılmıştır. İstatistiksel testlerin anlamlılık düzeyi olarak Büyüköztürk'ün belirttiği üzere $p<.05$ değeri kabul edilmiştir (125).

Verilerin analizinde araştırma kapsamında toplanılan tüm bilgilerin bütüncül bir yaklaşım çerçevesinde değerlendirmek amaçlanmıştır. Bu amaçla N-Vivo nitel veri analiz programından yararlanılmıştır. Bu kapsamda derinlemesine görüşmeler esnasında elde edilen veriler N-Vivo programı yardımıyla yorumlanmıştır. Aynı zamanda araştırmanın kuramsal çerçevesi tekrar tekrar okunarak elde edilen veriler ile kuramsal bilgiler arasında bağlantılar kurulmuş ve kodlamalar yapılmıştır. Bu

kodlamalardan ise temalar oluşturulmuştur. Hazırlanan kodlar raporlanarak analiz tamamlanmıştır. N-Vivo programında yer alan görsel araçlarla analizin görsel içeriği hazırlanmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde araştırma amaçları çerçevesinde gerçekleştirilen istatistiki analizlere ilişkin bulgular yer almaktadır. Araştırmada öncelikle katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulguları açıklanacaktır. Daha sonrasında regresyon analizi sonuçlarına yer verilecektir. Ardından da T-testi, ANOVA analizi ve Kruskal Wallis testi sonuçları sunulacaktır. Nicel verilerin ardından da nitel bulguların temaları ve kategorileri sunulacaktır.

4.1. Araştırmanın Nicel Boyutundan Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde araştırmanın amaçları doğrultusunda gerçekleştirilen istatistiksel analizlere ait bulgular yer almaktadır. Üniversite öğrencilerinin "Sosyo demografik Bilgi Formu"na verdikleri cevaplar tablo halinde sayı ve yüzde olarak bu başlık altında açıklanacak ve tablolarda mevcut verilerin açıklamaları ise tablo altlarına yapılacaktır. Bu verilerin haricinde bu başlık altında katılımcıların "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği "; "Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği"; "Aile Aidiyeti Ölçeği" ve "Grup Aidiyeti Ölçeği"ne verdikleri cevaplara ilişkin bulgular ile yorumlara yer verilecektir.

4.1.1. Katılımcıların Sosyoekonomik ve Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde katılımcıların Sosyo-demografik özellikleriyle ilgili sorulara verdikleri yanıtlar sonucu ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara ilişkin sosyo-demografik bilgiler.

Değişken	N	%	X±Ss
Cinsiyet			
Kadın	458	72,1	
Erkek	177	27,9	
Toplam	635	100,0	
Medeni Durum			
Evli	16	2,5	
Bekar	616	97,0	
Boşanmış	3	0,5	
Toplam	635	100,0	
Üniversite			
Ankara Üniversitesi	142	22,4	
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	112	17,6	
Başkent Üniversitesi	163	25,7	
Gazi Üniversitesi	218	34,3	
Toplam	635	100,0	

Tablo 1 (devam).

Fakülte			
Sağlık Bilimleri Fakültesi	298	46,9	
Mühendislik Fakültesi	111	17,5	
Eğitim Fakültesi	159	25,0	
Hukuk Fakültesi	67	10,6	
Toplam	635	100,0	
Yaşadığı Alan			
Köy	49	7,7	
Kasaba-İlçe	95	15,0	
Küçükşehir	104	16,4	
Büyükşehir	387	60,9	
Toplam	635	100,0	
Kalınan Yer			
Yurt	327	51,5	
Ev	129	20,3	
Aile Yanı	179	28,2	
Toplam	635	100,0	
Aile Geliri			
2000 TL'den az	44	6,9	
2001-4000 TL	109	17,2	
4001-6000 TL	151	23,8	
6001-8000 TL	125	19,7	
8001 TL ve üzeri	206	32,4	
Toplam	635	100,0	
Bireysel Gelir			
300 TL'den az	97	15,3	
301-500 TL	58	9,1	
501-700 TL	48	7,6	
701-900 TL	135	21,3	
901-1100 TL	107	16,9	
1100 TL ve üzeri	190	29,9	
Toplam	635	100,0	
Anne-Baba Yaşama Durumu			
İkisi de hayatta	613	96,5	
İkisi de vefat	1	0,2	
Anne hayatta, baba vefat	20	3,1	
Baba hayatta, anne vefat	1	0,2	
Toplam	635	100,0	
Kullanılan Uygulamalar			
Facebook	3	0,5	
Instagram	500	78,7	
Twitter	119	18,7	
Tik-Tok	13	2,1	
Toplam	635	100,0	
Cep Telefonu Yaşı			14,89±2,79
Yaş			21,63±3,01

X±Ss: Ortalama değer ± Standart sapma değeri

Yapılan frekans analizi sonucunda katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı tespit edilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların %72,1'inin kadın olduğu, %97'sinin bekâr olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların bulundukları üniversite dağılımına bakıldığında %34,3'ünün Gazi Üniversitesi, %25,7'sinin Başkent Üniversitesi, %22,4'ünün Ankara Üniversitesi ve %17,6'sının Ankara Yıldırım

Beyazıt Üniversitesi'nde okuduğu tespit edilmiştir. Fakülte bazlı dağılım değerlendirildiğinde %46,9'unun Sağlık Bilimleri Fakültesi, %25,0'sinin Eğitim Fakültesi, %17,5'inin Mühendislik Fakültesi, %10,6'sının da Hukuk Fakültesi okuduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların kendilerinin ve ailelerinin %60,9'unun büyükşehirde yaşadığı; okuduğu üniversitede yarısından fazlasının (%51,5) yurtta kaldığı tespit edilmiştir. Katılımcıların ailelerinin gelirlerinde sırasıyla %32,4'ünün 8001 TL ve üzeri, %23,8'inin 4001-6000 TL arasında ve %19,7'sinin 6001-8000 TL arasında gelirlerinin bulunduğu; öğrenci gelirlerinin ise sırasıyla en çok %29,9'unun 1100 TL ve üzeri, %21,3'ünün 701-900 TL arası ve %16,9'unun 901-1000 TL arasında gelirinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %96,5'inin anne ve babasının hayatta olduğu; %78,7'sinin Instagram, %18,7'sinin ise Twitter kullandığı tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş ortalamasının 21,63; cep telefonu kullanma yaşı ortalamasının ise 14,89 olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 1).

4.1.2. Ölçek Puanlarının Dağılımı ve Normallik Analizleri

Bu bölümde katılımcıların verdikleri yanıtların ölçek puanlarının dağılımı, ölçeklere ilişkin güvenirlik analizleri, ölçeklerin normallik analizi, regresyon analizi için çoklu bağıntı problemine ilişkin tolerans, VIF ve CI değerleri sunulmuştur.

Tablo 2. Ölçek puanlarının dağılımı.

Ölçek/alt boyut	Ortalama	Standart sapma	Varyans	Minimum	Maksimum
Kendilik Aidiyeti	50,86	7,83	61,42	12	60
Aile Aidiyeti	17,69	3,57	12,81	5	25
Toplam Aidiyet	68,56	10,68	114,10	17	85
Grup Aidiyeti	22,29	4,59	21,11	6	30
Meşguliyet	35,69	11,37	129,47	12	60
Duygu	14,21	5,99	35,93	5	25
Tekrarlama	11,79	5,72	32,75	5	25
Çatışma	37,58	16,68	278,44	19	95
Sosyal Medya Bağımlılığı	99,28	34,50	1190,81	41	203
Günlük Kullanım	19,31	7,44	55,44	8	40
Yoksunluk	13,64	6,07	36,84	7	35
Olumlu Kullanım	11,84	4,58	20,99	5	25
Siber	6,63	3,19	10,22	4	20
Aşırı Kullanım	8,64	3,49	12,19	4	19
Sosyal Ağ	4,34	2,12	4,52	2	10
Fiziksel	7,49	2,72	7,41	3	15
Akıllı Telefon Bağımlılığı	71,94	24,18	584,89	33	145

Katılımcıların ölçeklere verdikleri cevapların dağılımını değerlendirmek adına frekans analizi yapılmıştır. Sonuç olarak katılımcıların kendilik aidiyeti alt boyutunda ortalamasının 50,86; aile aidiyeti boyutunda 17,69 ve aidiyetin genelinde ise

ortalamanın 68,56 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların grup aidiyetinde ise genel ortalamanın 22,29 olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutları üzerinden değerlendirme yapıldığında meşguliyet alt boyutunda ortalamanın 35,69; duygu alt boyutunda 14,21; tekrarlama alt boyutunda 11,79; çatışma alt boyutunda 37,58 ve sosyal medya bağımlılığın genelinde ortalamanın 99,28 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Akıllı telefon bağımlılığı ölçeğinin alt boyutlarından olan günlük kullanımda ortalamanın 19,31; yoksunluk alt boyutunda 13,64; olumlu kullanım alt boyutunda 11,84; siber alt boyutunda 6,63; aşırı kullanım alt boyutunda 8,64; sosyal ağ alt boyutunda 4,34; fiziksel alt boyutunda 7,49 ve akıllı telefon bağımlılığının genelinde ise ortalamanın 71,94 olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 2).

Tablo 3. Ölçeklere ilişkin güvenirlik analizi.

Ölçek/alt boyut	**Cronbach Alpha Değeri**
Kendilik Aidiyeti	,854
Aile Aidiyeti	,754
Toplam Aidiyet	,912
Grup Aidiyeti	,868
Meşguliyet	,937
Duygu	,925
Tekrarlama	,929
Çatışma	,957
Sosyal Medya Bağımlılığı	,972
Günlük Kullanım	,907
Yoksunluk	,914
Olumlu Kullanım	,849
Siber	,853
Aşırı Kullanım	,779
Sosyal Ağ	,701
Fiziksel	,713
Akıllı Telefon Bağımlılığı	,955

Yapılan güvenirlik analizi sonucunda aile aidiyeti, grup aidiyeti, sosyal medya bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığı ölçekleri ve alt boyutlarında güvenirlik katsayısının .70'in üstünde olduğu ve analiz için güvenilir ölçekler oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 3).

Tablo 4. Ölçeklerin normallik analizi.

Ölçek/ alt boyut	Çarpıklık	Basıklık
Kendilik Aidiyeti	-1,273	1,498
Aile Aidiyeti	-,273	,389
Toplam Aidiyet	-1,084	2,000
Grup Aidiyeti	-,749	1,139
Meşguliyet	-,122	-,747
Duygu	,129	-,995
Tekrarlama	,585	-,667
Çatışma	,989	,297
Sosyal Medya Bağımlılığı	,444	-,394
Günlük Kullanım	,449	-,395
Yoksunluk	,966	,528
Olumlu Kullanım	,329	-,414
Siber	1,375	1,681
Aşırı Kullanım	,4041	-,564
Sosyal Ağ	,666	-,264
Fiziksel	,366	-,267
Akıllı Telefon Bağımlılığı	,548	,084

Ölçeklere verilen cevapların normal dağılımını tespit etmek adına yapılan normallik analizinde çarpıklık ve basıklık değerinin -2 ile +2 arasında bir değer alması beklenmektedir (126) Analiz sonucunda tüm ölçekler ve alt boyutlarının normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 4).

Son olarak regresyon analizinde çoklu bağıntı probleminin var olup olmadığını test etmek için VIF, tolerans ve CI değerleri incelenmiştir. Regresyon analizi yapılan değişkenlerin çoklu bağıntı problemine ilişkin sonuçlar Tablo 5'te sunulmaktadır.

Tablo 5. Çoklu bağıntı problemine ilişkin tolerans, VIF ve CI değerleri.

Değişkenler	Tolerans	VIF	CI
Yaş	,691	1,448	6,56
Cep telefonu kullanma yaşı	,702	1,425	8,72
Aile geliri	,763	1,311	10,43
Bireysel gelir	,740	1,351	13,50
Aile Aidiyeti	,896	1,116	18,64
Grup Aidiyeti	,948	1,054	23,43
Sosyal Medya Bağımlılığı	,928	1,078	15,56
Akıllı Telefon Bağımlılığı	,867	1,154	16,92

Tablo 5 değerlendirildiğinde değişkenler arasında çoklu bağıntı problemi olmadığı sonucuna varılmıştır. Tolerans değerlerinin 0 olması (127), VIF değerlerinin 10'a eşit veya büyük olması (128) ve CI değerlerinin 30'dan büyük olması (129)

durumunda çoklu bağıntı probleminin varlığından söz edilmektedir. Tabloda görüldüğü üzere, tolerans değerleri sıfırdan farklı, VIF değerleri 10'dan küçük ve CI değerleri 30'dan küçüktür. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde veri setinin çoklu regresyon yapmaya uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4.1.3. Regresyon Analizi Sonuçları

Bu bölümde bağımlı değişken olan sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığının yordanmasına ilişkin aile ve grup aidiyeti ölçekleriyle çoklu regresyon analizi yapılmış ve sonuçları açıklanmıştır. Bununla birlikte bireylerin yaş, cep telefonu kullanım yaşları, bireysel ve aile gelir durumlarının aile aidiyeti, grup aidiyeti, sosyal medya bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi de değerlendirilmiştir.

Tablo 6. Aidiyet düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi.

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Model 1					
(Sabit)	141,102	8,749		16,12	,000
Aile aidiyeti	-,610	,126	-,189	-4,83	,000
Model 2					
(Sabit)	141,127	9,992		14,12	,000
Aile aidiyeti	-,610	,129	-,189	-4,72	,000
Grup aidiyeti	-,002	,300	,000	-,005	,996
Model 1 için R^2 :0,36 F: 23,39 Model 2 için R^2 :0,36 F: 11,67					

Araştırmada; aile aidiyeti ve grup aidiyetinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Aşamalı regresyon analizi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir. Tablo 6'da görüldüğü üzere model istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır ($F=11,67$; $p<.000$). Analiz iki aşamada tamamlanmıştır. Analize ilk aşamada aile aidiyeti değişkeni dâhil edilmiş ve sosyal medya bağımlılığı değişkeninde %36 ile en fazla varyansı açıklayan değişken olmuştur. Analize ikinci aşamada grup aidiyeti değişkeni dâhil olmuştur ancak açıklanan varyans oranında değişme olmamıştır.

Modelde aile ve grup aidiyeti değişkenleri bağımsız; sosyal medya bağımlılığı ise bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Modele göre aile aidiyetinin ($\beta=-,610$) sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif yönde ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

İkinci modelde ise grup aidiyetinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi irdelenmiştir. Modele göre grup aidiyetinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Bu bulgulara göre aile aidiyetindeki azalma sosyal medya bağımlılığının artmasına neden olmaktadır. Bir başka ifadeyle aile aidiyetindeki artış sosyal medya bağımlılığını azaltmaktadır (Tablo 6).

Tablo 7. Aidiyet düzeylerinin akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi.

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Model 1					
(Sabit)	116,352	5,983		19,44	,000
Aile aidiyeti	-,648	,086	-,286	-7,51	,000
Model 2					
(Sabit)	124,056	6,803		18,23	,000
Aile aidiyeti	-,604	,088	-,267	-6,86	,000
Grup aidiyeti	-,481	,204	-,091	-2,35	,019
Model 1 için R^2 :0,80 F: 56,431 Model 2 için R^2 :0,87 F: 31,182					

Araştırmada; aile aidiyeti ve grup aidiyetinin akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Aşamalı regresyon analizi sonuçları Tablo 7'de verilmiştir. Tablo 7'de görüldüğü üzere model istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır (F=31,182; p<.000). Analiz iki aşamada tamamlanmıştır. Analize ilk aşamada aile aidiyeti değişkeni dâhil edilmiş ve sosyal medya bağımlılığı değişkeninde %80 ile en fazla varyansı açıklayan değişken olmuştur. Analize ikinci aşamada varyansa %7 katkı sağlayan grup aidiyeti değişkeni dâhil olmuştur. İki aşamada tamamlanan regresyon analizi sonuçlarına göre açıklanan varyans %87'ye yükselmiştir.

Modelde akıllı telefon bağımlılığı toplam varyansın %87'sini açıklamaktadır. Modelde aile ve grup aidiyeti değişkenleri bağımsız; akıllı telefon bağımlılığı ise bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Modele göre aile aidiyetinin (β=-,604) akıllı telefon bağımlılığı üzerinde negatif yönde ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. İkinci modelde ise grup aidiyetinin akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi irdelenmiştir. Model incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır (F=31,182; p<.000). Modelde akıllı telefon bağımlılığının (β=-,481) grup aidiyeti üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgulara göre aile ve grup aidiyetindeki azalma akıllı telefon bağımlılığının artmasına neden olmaktadır. Bir başka ifadeyle aile ve grup aidiyetinde artış olması akıllı telefon bağımlılığını

azaltmaktadır (Tablo 7).

Tablo 8. Yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin aile aidiyeti üzerindeki etkisi.

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Model 1					
(Sabit)	64,22	1,224		52,45	,000
Aile geliri	1,22	,325	,148	3,77	,000
Model 2					
(Sabit)	63,09	1,307		48,28	,000
Aile geliri	-,604	,366	,098	2,22	,027
Bireysel gelir	,814	,265	,107	2,41	,016
Model 3					
(Sabit)	57,65	3,119		18,48	,000
Aile geliri	,765	,366	,092	2,08	,037
Bireysel gelir	,588	,266	,098	2,21	,027
Yaş	,269	,140	,076	1,91	,055
Model 4					
(Sabit)	56,10	3,263		17,19	,000
Aile geliri	,811	,367	,098	2,20	,028
Bireysel gelir	,646	,268	,108	2,41	,016
Yaş	,128	,166	,036	,772	,440
Cep telefonu kullanma yaşı	,282	,177	,074	1,59	,111

Model 1 için R^2 :0,22 F: 14,22 Model 2 için R^2 :0,31 F: 10,07
Model 3 için R^2 :0,32 F: 7,97 Model 2 için R^2 :0,34 F: 6,63

Araştırmada; aidiyet düzeylerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına etkisi değerlendirildikten sonra yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin; aile aidiyeti, grup aidiyeti, sosyal medya bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığına etkisini değerlendirmek için de regresyon analizi yapılmıştır.

Araştırmada; yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin aile aidiyetine etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Aşamalı regresyon analizi sonuçları Tablo 8'de verilmiştir. Tablo 8'de görüldüğü üzere model istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır (F=6,63; p<.000). Dört aşamada tamamlanan analize ilk aşamada aile geliri değişkeni dâhil olmuş ve aile aidiyeti değişkeninde %22 ile en fazla varyansı açıklayan değişken olmuştur.

Analize ikinci aşamada bireysel gelir değişkeni dâhil olmuş ve varyansa %9 katkı sağlamıştır. Analizin üçüncü aşamasında ise yaş değişkeni dâhil olmuş ve

varyansa %1 katkı sağlamıştır. Son aşamada ise cep telefonu kullanma yaşı analize dâhil olmuş ve %2 katkı sağlamıştır. Ancak yaş ve cep telefonu kullanma değişkenlerinin etkisi anlamlı bulunamamıştır (p>.05).

Modelde yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelir bağımsız değişken; aile aidiyeti bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Modele göre yaş ve cep telefonu kullanma yaşının aile aidiyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Modele göre aile gelirinin aile aidiyeti üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır (β=,098). Bir diğer modele göre bireysel gelirin aile aidiyeti üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır (β=,108). Modelde aile aidiyeti toplam varyansın %34'ünü açıklamaktadır. Bu bulgulara göre aile gelirindeki ve bireysel gelirdeki artış aile aidiyetinin de yükselmesini sağlamaktadır. (Tablo 8).

Tablo 9. Yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin grup aidiyeti üzerindeki etkisi.

Değişken	**B**	**Standart Hata**	**β**	**t**	**P**
(Sabit)	21,83	1,42		15,32	**,**000
Aile geliri	**,**158	,160	**,**045	,989	,323
Bireysel gelir	,210	,117	,082	1,79	,073
Yaş	,057	,072	,038	,795	,427
Cep telefonu kullanma yaşı	,020	,077	,012	,258	,797
R^2 :0,12 F: 1,83					

Araştırmada; yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin aile aidiyetine etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Modelde yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelir bağımsız değişken; aile aidiyeti bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Modele göre yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin grup aidiyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır (Tablo 9).

Tablo 10. Yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi.

Değişken	**B**	**Standart Hata**	**β**	**t**	**P**
Model 1					
(Sabit)	124,701	7,353		16,96	,000
Cep telefonu kullanma yaşı	-1,706	,485	-,138	-3,51	,000

Tablo 10 (devam).

Model 2					
(Sabit)	137,665	8,166		16,85	,000
Cep telefonu kullanma yaşı	-1,852	,483	-,150	-3,83	,000
Bireysel gelir	-2,665	,757	-,138	-3,51	,000
Model 3					
(Sabit)	148,602	10,300		14,42	,000
Cep telefonu kullanma yaşı	-1,328	,568	-,108	-2,33	,020
Bireysel gelir	-2,362	,776	-,122	-3,04	,002
Yaş	-,923	,531	-,081	-1,73	,083
Model 4					
(Sabit)	145,361	10,511		13,82	,000
Cep telefonu kullanma yaşı	-1,261	,570	-,102	-2,21	,027
Bireysel gelir	-2,935	,863	-,152	-3,40	,001
Yaş	-1,004	,533	-,088	-1,88	,060
Aile geliri	-1,785	1,182	-,067	-1,51	,131

Model 1 için R^2 :0,18 F: 12,36 Model 2 için R^2 :0,35 F: 12,48
Model 3 için R^2 :0,38 F: 9,35 Model 2 için R^2 :0,40 F: 7,60

Araştırmada; yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin sosyal medya bağımlılığına etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Aşamalı regresyon analizi sonuçları Tablo 10'da verilmiştir. Tablo 10'da görüldüğü üzere model istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır (F=7,60; p<.000).

Dört aşamada tamamlanan analize ilk aşamada cep telefonu kullanma yaşı değişkeni girmiş ve sosyal medya bağımlılığı değişkeninde %18 ile en fazla varyansı açıklayan değişken olmuştur. Analize ikinci aşamada bireysel gelir değişkeni dahil olmuş ve varyansa %17 katkı sağlamıştır. Analizin üçüncü aşamasında ise varyansa %3 katkı sağlayan yaş değişkeni analize girmiştir. Son aşamada ise aile geliri analize dahil olmuş ve %2 katkı sağlamıştır. Ancak yaş ve aile geliri değişkenlerinin etkisi anlamlı bulunamamıştır (p>.05).

Modelde yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelir bağımsız değişken; sosyal medya bağımlılığı bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Modele göre yaş ve aile gelirinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır (p>.05). Cep telefonu kullanma yaşının sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır (β=-,102). Bireysel gelirin de sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır (β=-,152). Modelde sosyal medya bağımlılığı toplam varyansın %40'ını açıklamaktadır.

Bu bulgulara göre bireylerin cep telefonu kullanma yaşı düştükçe sosyal medya bağımlılıkları yükselmektedir. Bununla birlikte bireysel gelirdeki artış, sosyal medya bağımlılığın azalmasına neden olmaktadır (Tablo 10).

Tablo 11. Yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi.

Değişken	B	Standart Hata	β	t	P
Model 1					
(Sabit)	90,167	5,151		17,50	,000
Cep telefonu kullanma yaşı	-1,224	,340	-,142	-3,60	,000
Model 2					
(Sabit)	100,382	5,705		17,59	,000
Cep telefonu kullanma yaşı	-1,339	,337	-,155	-3,96	,000
Bireysel gelir	-2,100	,529	-,155	-3,96	,000
Model 3					
(Sabit)	95,435	5,99		15,90	,000
Cep telefonu kullanma yaşı	-1,314	,336	-,152	-3,91	,000
Bireysel gelir	-2,807	,595	-,207	-4,72	,000
Aile geliri	-2,102	,820	-,112	-2,56	,011
Model 4					
(Sabit)	99,945	7,33		13,63	,000
Cep telefonu kullanma yaşı	-1,087	,397	-,126	-2,73	,006
Bireysel gelir	-2,706	,602	-,200	-4,49	,000
Aile geliri	-2,191	,824	-,117	-2,65	,008
Yaş	-,398	,372	-,050	-1,07	,285
Model 1 için R^2 :0,21 F: 12,96 Model 2 için R^2 :0,41 F: 14,50					
Model 3 için R^2 :0,49 F: 11,94 Model 2 için R^2 :0,50 F: 9,24					

Araştırmada; yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin akıllı telefon bağımlılığına etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Aşamalı regresyon analizi sonuçları Tablo 11'de verilmiştir. Tablo 11'de görüldüğü üzere model istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır (F=9,24; p<.000).

Dört aşamada tamamlanan analizin ilk aşamasında cep telefonu kullanma yaşı girmiş ve akıllı telefon bağımlılığı değişkeninde %21 ile en fazla varyansı açıklayan değişken olmuştur. Analize ikinci aşamada bireysel gelir değişkeni dâhil olmuş ve varyansa %20 katkı sağlamıştır. Analizin üçüncü aşamasında ise aile geliri değişkeni analize girmiş ve varyansa %8 katkı sağlamıştır. Son aşamada ise yaş değişkeni analize dâhil olmuş ve %1 katkı sağlamıştır. Ancak yaş değişkeninin etkisi anlamlı bulunamamıştır (p>.05).

Modelde yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelir bağımsız değişken; akıllı telefon bağımlılığı bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Modele göre yaşın akıllı telefon bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır (p>.05). Cep telefonu kullanma yaşının akıllı telefon bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır (β=-,126). Bireysel gelirin sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır (β=-,200). Aile gelirinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır (β=-,117). Modelde akıllı telefon bağımlılığı toplam varyansın %50'sini açıklamaktadır. Bu bulgulara göre bireylerin cep telefonu kullanma yaşı düştükçe akıllı telefon bağımlılıkları yükselmektedir. Bununla birlikte bireylerin aile gelirleri ile bireysel gelirlerindeki artış, akıllı telefon bağımlılığın azalmasına neden olmaktadır (Tablo 11).

4.1.4. Aile Aidiyeti Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi

Bu bölümde, araştırmanın alt amaçları doğrultusunda, katılımcıların aile aidiyeti ölçeği ve alt boyutlarından aldıkları puanların sosyo demografik özelliklerine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla uygulanan T-testi, ANOVA analizi, Kruskal Wallis testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 12. Cinsiyete göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/alt boyut	Cinsiyet	N	X	Standart sapma	t	p
Kendilik Aidiyeti	Kadın Erkek	458 177	50,64 51,41	7,51 8,64	,252	,882
Aile Aidiyeti	Kadın Erkek	458 177	17,59 17,94	3,61 3,48	3,242	,721
Toplam Aidiyet	Kadın Erkek	458 177	68,23 69,35	10,37 11,49	,677	**,**085

1=Kadın, 2=Erkek,

Katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin cinsiyet açısından farklılaşmasını ölçmek adına T-testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 12).

Tablo 13. Medeni duruma göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Medeni Durum	N	X	Standart sapma	X^2	p	Post-Hoc
Kendilik Aidiyeti	Evli	16	52,69	7,19	1,252	,535	
	Bekâr	616	50,81	7,86			
	Boşanmış	3	51,33	2,30			
Aile Aidiyeti	Evli	16	21,50	3,09	3,659	**,001**	**1>2**
	Bekâr	616	17,59	3,58			**1>3**
	Boşanmış	3	17,90	3,46			
Toplam Aidiyet	Evli	16	74,19	9,70	2,489	**,000**	**1>2**
	Bekâr	616	68,40	10,71			**1>3**
	Boşanmış	3	69,23	5,77			

1=Evli, 2=Bekâr, 3=Boşanmış.

Katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin medeni durum açısından farklılaşmasını ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların medeni durumları arasında anlamlı farklılıklarının olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<.05$). (Tablo 13). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizi sonuçlarına göre aile aidiyeti alt boyutunda evli olanların (X:21,50±Ss:3,09) bekârlara (X:17,59±Ss:3,58) ve boşanmış olanlara (X:17,90±Ss:3,46) göre aile aidiyetlerinin yüksek olduğu; toplam aidiyette de evli olanların (X:74,19±Ss:9,70) bekârlara (X:68,40±Ss:10,71) ve boşanmış olanlara (X:69,23±Ss:5,77) göre toplam aidiyetlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 14. Okunulan üniversiteye göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/alt boyut	Üniversite	N	X	Standart sapma	F	p
Kendilik Aidiyeti	Ankara	142	50,49	8,13	5,259	,154
	AYBU	112	50,18	7,55		
	Başkent	163	51,91	7,44		
	Gazi	218	50,67	8,04		

Tablo 14 (devam).

Aile Aidiyeti	Ankara	142	17,38	3,57	1,766	,152
	AYBU	112	17,48	3,37		
	Başkent	163	18,23	3,57		
	Gazi	218	17,60	3,67		
Toplam Aidiyet	Ankara	142	67,88	10,97	1,706	,164
	AYBU	112	67,66	10,18		
	Başkent	163	70,14	10,33		
	Gazi	218	68,27	10,93		

1=Ankara Üniversitesi,

2=Yıldırım Beyazıt Üniversitesi,

3=Başkent Üniversitesi,

4=Gazi Üniversitesi.

Katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin okunulan üniversite açısından farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların okunulan üniversiteler arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 14).

Tablo 15. Okunulan fakülteye göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	**Fakülte**	**N**	**X**	**Standart sapma**	**F**	**p**
Kendilik Aidiyeti	Sağlık Bilimleri	298	50,57	8,51	6,343	,084
	Mühendislik	111	51,67	7,08		
	Eğitim	159	50,56	7,51		
	Hukuk	67	51,50	5,20		
Aile Aidiyeti	Sağlık Bilimleri	298	17,18	3,45	3,998	,082
	Mühendislik	111	18,08	3,73		
	Eğitim	159	18,08	3,92		
	Hukuk	67	18,40	2,65		
Toplam Aidiyet	Sağlık	298	67,75	11,23	5,876	,061
	Mühendislik	111	69,75	10,19		
	Eğitim	159	68,84	10,71		
	Hukuk	67	69,90	7,09		

1=Sağlık Bilimleri Fakültesi,

2=Mühendislik Fakültesi,

3=Eğitim Fakültesi,
4=Hukuk Fakültesi.

Katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin okunulan fakülte açısından farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların okunulan üniversiteler arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 15).

Tablo 16. Yaşanılan alana göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Yaşanılan Alan	N	X	Standart sapma	F	p	Post-Hoc Analizi
Kendilik Aidiyeti	Köy	49	48,83	6,37	11,395	**,010**	**1>4**
	Kasaba-İlçe	95	50,12	7,67			
	Küçükşehir	104	50,97	9,95			
	Büyükşehir	387	51,27	7,36			
Aile Aidiyeti	Köy	49	17,12	3,19	,715	,543	
	Kasaba-İlçe	95	17,71	3,47			
	Küçükşehir	104	17,47	4,25			
	Büyükşehir	387	17,82	3,45			
Toplam Aidiyet	Köy	49	65,95	8,46	1,449	**,032**	**1>4**
	Kasaba-İlçe	95	67,84	10,50			
	Küçükşehir	104	68,44	13,61			
	Büyükşehir	387	69,10	10,04			

1=Köy, 2=Kasaba-İlçe, 3=Küçükşehir, 4=Büyükşehir

Katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin yaşanılan bölge açısından farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların kendilik aidiyeti alt boyutunda ve toplam aidiyette yaşanılan bölgeye göre anlamlı farklılık gösterdiği (p<.05); aile aidiyeti alt boyutunda ise anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizi sonuçlarına göre kendilik aidiyeti alt boyutunda köyde yaşayan bireylerle (X: 48,83±Ss: 6,37) büyükşehirde yaşayan bireyler arasında (X: 51,27±Ss: 7,36) köyde yaşayan bireylerin kendilik aidiyetinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Toplam aidiyette de yine köyde yaşayan bireylerle (X: 65,95±Ss: 8,46) büyükşehirde yaşayan bireyler arasında (X: 69,10±Ss: 10,04) köyde yaşayan bireylerin

toplam aidiyetlerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 16).

Tablo 17. Kalınan yere göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Kalınan Yer	N	X	Standart sapma	F	p	Post-Hoc
Kendilik Aidiyeti	Yurt	327	51,30	7,61	7,143	**,028**	**3>1**
	Ev	129	51,91	6,66			**3>2**
	Aile Yanı	179	49,31	8,78			
Aile Aidiyeti	Yurt	327	17,53	3,34	2,721	,067	
	Ev	129	18,34	3,56			
	Aile Yanı	179	17,51	3,95			
Toplam Aidiyet	Yurt	327	68,84	10,09	4,151	**,016**	**2>1**
	Ev	129	70,26	9,51			**2>3**
	Aile Yanı	179	66,82	12,21			

1=Yurt, 2=Ev, 3=Aile Yanı

Katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin kalınan yer açısından farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda kendilik aidiyeti alt boyutu ve genel aidiyette gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır ($p<.05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizi sonuçlarına göre kendilik aidiyeti alt boyutunda aile yanında kalanların (X: 49,31±Ss: 8,78) yurtta kalanlara (X: 51,30±Ss: 7,61) ve evde kalanlara (X: 51,91±Ss: 6,66) göre kendilik aidiyetlerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel aidiyette ise aile yanında kalanların (X: 66,82±Ss: 12,21); yurtta kalanlara (X: 68,84±Ss: 10,09) ve evde kalanlara (X: 70,26±Ss: 9,51) göre genel aidiyetlerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 17).

Tablo 18. Anne baba yaşama durumuna göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek / alt boyut	Anne-Baba Yaşama Durumu	N	X	Standart sapma	X^2	p
Kendilik Aidiyeti	İkisi de hayatta	613	50,84	7,88	2,670	,445
	İkisi de vefat	1	57,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	51,85	6,17		
	Baba hayatta, anne vefat	1	42,00	-		

Tablo 18 (devam).

Aile Aidiyeti	İkisi de hayatta	613	17,66	3,60	4,978	,173
	İkisi de vefat	1	23,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	18,55	2,60		
	Baba hayatta, anne vefat	1	14,00	-		
Toplam Aidiyet	İkisi de hayatta	613	68,50	10,74	3,805	,283
	İkisi de vefat	1	80,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	70,40	8,19		
	Baba hayatta, anne vefat	1	56,00	-		

1=İkiside hayatta,

2=İkisi de vefat,

3=Anne hayatta, baba vefat,

4=Baba hayatta, anne vefat

Katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin anne-baba yaşama durumu açısından farklılaşmasını ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların anne-baba yaşama durumu arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 18).

Tablo 19. Kullanılan uygulamaya göre aile aidiyeti ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	**Kullanılan Uygulama**	**N**	**X**	**Standart sapma**	**X^2**	**p**
Kendilik Aidiyeti	Facebook	3	53,66	7,09	5,548	,236
	Instagram	500	51,02	7,63		
	Twitter	119	50,44	8,48		
	TikTok	13	48,23	6,79		
Aile Aidiyeti	Facebook	3	20,00	,00	9,493	,052
	Instagram	500	17,67	3,39		
	Twitter	119	17,88	4,12		
	TikTok	13	15,87	3,87		
Toplam Aidiyet	Facebook	3	73,66	7,09	6,112	,191
	Instagram	500	68,69	10,23		
	Twitter	119	68,32	12,08		
	Tiktok	13	64,53	9,93		

1=Facebook, 2=Instagram, 3=Twitter, 4=TikTok

Katılımcıların aile aidiyeti düzeylerinin kullanılan uygulama durumu açısından farklılaşmasını ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların kullanılan uygulama durumları arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 19).

4.1.5. Grup Aidiyeti Ölçeğinin Değerlendirilmesi

Bu bölümde, araştırmanın alt amaçları doğrultusunda, katılımcıların grup aidiyeti ölçeğinden aldıkları puanların sosyo demografik özelliklerine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla uygulanan T-testi, ANOVA analizi, Kruskal Wallis testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 20. Cinsiyete göre grup aidiyetinin değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Cinsiyet	N	X	Standart sapma	t	p
Grup Aidiyeti	Kadın	458	22,10	4,50	2,430	,297
	Erkek	177	22,77	4,86		

1=Kadın, 2=Erkek

Katılımcıların grup aidiyeti düzeylerinin cinsiyet durumu açısından farklılaşmasını ölçmek adına T-testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların grup aidiyetlerinin cinsiyet açısından anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 20).

Tablo 21. Medeni durum açısından grup aidiyetinin değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Medeni Durum	N	X	Standart sapma	X^2	p
Grup Aidiyeti	Evli	16	22,68	3,62	,090	,956
	Bekâr	616	22,29	4,60		
	Boşanmış	3	21,00	8,66		

1=Evli, 2=Bekâr, 3=Boşanmış

Katılımcıların grup aidiyeti düzeylerinin medeni durum açısından

farklılaşmasını ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların medeni durumları arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 21).

Tablo 22. Okunulan üniversite açısından grup aidiyetlerinin değerlendirilmesi.

Ölçek / alt boyut	Üniversite	N	X	Standart sapma	F	p
Grup Aidiyeti	Ankara	142	22,26	4,35	3,236	,122
	AYBU	112	21,93	5,65		
	Başkent	163	22,41	4,56		
	Gazi	218	22,40	4,06		

1=Ankara Üniversitesi,

2=Yıldırım Beyazıt Üniversitesi,

3=Başkent Üniversitesi,

4=Gazi Üniversitesi.

Katılımcıların grup aidiyeti düzeylerinin okunulan üniversite açısından farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların grup aidiyetlerinin okunulan üniversiteye göre anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 22).

Tablo 23. Okunulan fakülte açısından grup aidiyetlerinin değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Fakülte	N	X	Standart sapma	F	p
Grup Aidiyeti	Sağlık Bilimleri	298	22,01	4,96	1,398	,242
	Mühendislik	111	22,10	4,24		
	Eğitim	159	22,90	4,02		
	Hukuk	67	22,41	4,67		

1=Sağlık Bilimleri Fakültesi,

2=Mühendislik Fakültesi,

3=Eğitim Fakültesi,

4=Hukuk Fakültesi.

Katılımcıların grup aidiyeti düzeylerinin okunulan fakülte açısından farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların grup aidiyetlerinin okunulan fakülteye göre anlamlı bir farkının bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 23).

Tablo 24. Yaşanılan alana göre grup aidiyetinin değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Yaşanılan Alan	N	X	Standart sapma	F	p
Grup Aidiyeti	Köy	49	20,91	4,83	1,874	,133
	Kasaba-İlçe	95	22,09	4,64		
	Küçükşehir	104	22,25	4,97		
	Büyükşehir	387	22,52	4,42		

1=Köy,

2=Kasaba-İlçe,

3=Küçükşehir,

4=Büyükşehir

Katılımcıların grup aidiyeti düzeylerinin yaşanılan alan açısından farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların grup aidiyetlerinin yaşanılan alana göre anlamlı bir farkının bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 24).

Tablo 25. Kalınan yere göre grup aidiyetinin değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Kalınan yer	N	X	Standart sapma	F	p
Grup Aidiyeti	Yurt	327	21,93	4,88	2,103	,123
	Ev	129	22,64	4,21		
	Aile Yanı	179	22,70	4,26		

1=Yurt,

2=Ev,

3=Aile Yanı

Katılımcıların grup aidiyeti düzeylerinin kalınan yer açısından farklılaşmasını

ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların grup aidiyetlerinin kalınan yere göre anlamlı bir farkının bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 25).

Tablo 26. Anne-baba yaşama durumuna göre grup aidiyetinin değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Anne-Baba Yaşama Durumu	N	X	Standart sapma	X^2	p
Grup Aidiyeti	İkisi de hayatta	613	22,28	4,60	2,682	,443
	İkisi de vefat	1	23,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	22,25	4,33		
	Baba hayatta, anne vefat	1	30,00			

1=İkisi de hayatta,

2=İkisi de vefat,

3=Anne hayatta, baba vefat,

4=Baba hayatta Anne vefat

Katılımcıların grup aidiyeti düzeylerinin anne-baba yaşama açısından farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların grup aidiyetlerinin anne-baba yaşama durumuna göre anlamlı bir farkının bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 26).

Tablo 27. Uygulama kullanımı açısından grup aidiyetinin değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Uygulama	N	X	Standart sapma	X^2	p
Grup Aidiyeti	Facebook	3	24,33	2,09	4,101	,392
	Instagram	500	22,36	4,60		
	Twitter	119	22,15	4,49		
	Tik-Tok	13	20,53	5,79		

1=Facebook, 2=Instagram, 3=Twitter, 4=Tik-Tok

Katılımcıların grup aidiyeti düzeylerinin kullanılan uygulama açısından farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların grup aidiyetlerinin kullanılan uygulamaya göre anlamlı bir farkının bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 27).

4.1.6. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi

Bu bölümde, araştırmanın alt amaçları doğrultusunda, katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve alt boyutlarından aldıkları puanların sosyo demografik özelliklerine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla uygulanan T-testi, ANOVA analizi, Kruskal Wallis testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 28. Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Cinsiyet	N	X	Standart sapma	t	p	Post-Hoc
Meşguliyet	Kadın	458	36,62	11,51	4,393	**,021**	**1>2**
	Erkek	177	33,27	11,02			
Duygu	Kadın	458	14,62	5,87	2,073	**,048**	**1>2**
	Erkek	177	13,14	6,29			
Tekrarlama	Kadın	458	12,03	5,81	4,188	,123	
	Erkek	177	11,08	5,49			
Çatışma	Kadın	458	37,79	16,76	1,902	,386	
	Erkek	177	36,94	16,72			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kadın	458	101,06	34,86	2,895	**,001**	**1>2**
	Erkek	177	94,43	33,86			

1=Kadın,

2=Erkek,

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının cinsiyete göre farklılaşmasını ölçmek adına T-testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<.05$). Sosyal medya bağımlılığında erkeklerin (X: 94,43±Ss: 33,86) kadınlara (X: 101,06±Ss: 34,86) göre sosyal medya bağımlılık seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Meşguliyet alt boyutunda erkeklerin (X: 33,27±Ss: 11,02) kadınlara göre (X: 36,62±Ss: 11,51) meşguliyet düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Duygu alt boyutunda ise erkeklerin (X: 13,14±Ss: 6,29) kadınlara göre (X: 14,62±Ss: 5,87) duygusal bağımlılıklarının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 28).

Tablo 29. Medeni durum açısından sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Medeni Durum	N	X	Standart sapma	X^2	p	Post-Hoc
Meşguliyet	Evli	16	30,31	10,60	3,143	**,008**	1>2
	Bekâr	616	35,82	11,40			
	Boşanmış	3	35,00	3,46			
Duygu	Evli	16	10,31	4,97	6,507	,**039**	1>2
	Bekâr	616	14,32	6,00			
	Boşanmış	3	13,66	2,88			
Tekrarlama	Evli	16	9,62	5,81	3,844	,146	
	Bekâr	616	11,84	5,72			
	Boşanmış	3	12,00	,00			
Çatışma	Evli	16	35,18	17,51	1,027	,598	
	Bekâr	616	37,68	16,70			
	Boşanmış	3	30,66	6,35			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Evli	16	85,42	35,85	2,512	**,000**	1>2
	Bekâr	616	99,66	34,51			
	Boşanmış	3	91,32	5,77			

1=Evli,

2=Bekâr,

3=Boşanmış.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının medeni duruma göre farklılaşmasını ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları ile medeni durumları arasında anlamlı bir farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<.05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizi sonuçlarına göre sosyal medya bağımlılığında evlilerin (X: 84,42±Ss: 33,85) bekârlara (X: 99,66±Ss: 34,51) göre sosyal medya bağımlılık seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Meşguliyet alt boyutunda evlilerin (X: 30,31±Ss: 10,60) bekârlara göre (X: 35,82±Ss: 11,40) meşguliyet düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Duygu alt boyutunda evlilerin (X: 10,56±Ss: 4,97) bekârlara göre (X: 14,32±Ss: 6,00) duygusal bağımlılıklarının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 29).

Tablo 30. Okunulan üniversiteye göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Üniversite	N	X	Standart sapma	F	p
Meşguliyet	Ankara	142	35,45	11,50	1,262	,286
	AYBU	112	36,48	11,35		
	Başkent	163	34,36	11,84		
	Gazi	218	36,44	10,91		
Duygu	Ankara	142	14,77	5,98	1,543	,202
	AYBU	112	14,37	5,91		
	Başkent	163	13,38	6,36		
	Gazi	218	14,38	5,72		
Tekrarlama	Ankara	142	12,05	5,78	1,434	,232
	AYBU	112	12,16	5,74		
	Başkent	163	10,99	5,84		
	Gazi	218	12,02	5,56		
Çatışma	Ankara	142	38,32	17,09	1,283	,279
	AYBU	112	39,63	16,88		
	Başkent	163	35,80	17,02		
	Gazi	218	37,38	16,01		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Ankara	142	100,61	34,92	1,507	,212
	AYBU	112	102,65	34,21		
	Başkent	163	94,55	35,64		
	Gazi	218	100,23	33,38		

1=Ankara Üniversitesi,

2=Yıldırım Beyazıt Üniversitesi,

3=Başkent Üniversitesi,

4=Gazi Üniversitesi.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının okunulan üniversiteye göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların okunulan üniversiteye göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>.05$) (Tablo 30).

Tablo 31. Okunulan fakülteye göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Fakülte	N	X	Standart sapma	F	p	Post-Hoc
Meşguliyet	Sağlık Bilimleri	298	36,01	11,05	5,192	**,002**	**4>1**
	Mühendislik	111	33,75	12,41			**4>2**
	Eğitim	159	34,57	11,59			**4>3**
	Hukuk	67	40,14	9,21			
Duygu	Sağlık Bilimleri	298	14,12	5,62	4,895	**,032**	**4>1**
	Mühendislik	111	12,97	5,62			**4>2**
	Eğitim	159	14,30	6,25			**4>3**
	Hukuk	67	16,47	6,24			
Tekrarlama	Sağlık Bilimleri	298	12,06	5,38	,774	,509	
	Mühendislik	111	11,13	5,73			
	Eğitim	159	11,64	6,12			
	Hukuk	67	12,00	6,19			
Çatışma	Sağlık Bilimleri	298	39,22	16,91	5,641	**,001**	**4>2**
	Mühendislik	111	31,97	13,02			
	Eğitim	159	37,52	17,47			
	Hukuk	67	39,74	17,42			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Sağlık Bilimleri	298	101,42	33,98	4,860	**,000**	**4>1**
	Mühendislik	111	89,83	31,82			**4>2**
	Eğitim	159	98,05	36,18			**4>3**
	Hukuk	67	108,37	34,06			

1=Sağlık Bilimleri Fakültesi,

2=Mühendislik Fakültesi,

3=Eğitim Fakültesi,

4=Hukuk Fakültesi

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının okunulan fakülteye göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizi sonuçlarına göre meşguliyet seviyesinde hukuk fakültesi öğrencilerinin (X: 40,14±Ss: 9,21) sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerine (X: 36,01±Ss: 11,05), mühendislik fakültesi öğrencilerine (X: 33,75±Ss: 12,41) ve eğitim fakültesi öğrencilerine (X: 34,57±Ss: 11,59) göre meşguliyet seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Duygu alt boyutunda hukuk fakültesi öğrencilerinin (X:

16,47±Ss: 6,24) sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerine (X: 14,12±Ss: 5,62), mühendislik fakültesi öğrencilerine (X: 12,97±Ss: 5,62) ve eğitim fakültesi öğrencilerine (X: 14,30±Ss: 6,25) duygu seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çatışma alt boyutunda mühendislik fakültesi öğrencilerinin hukuk fakültesi öğrencilerine (X: 39,74±Ss: 17,42) göre çatışma seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılığında mühendislik fakültesi öğrencilerinin (X: 89,83±Ss: 31,82) sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerine (X: 101,42±Ss: 33,98) ve hukuk fakültesi öğrencilerine (X: 108,37±Ss: 34,06) göre sosyal medya bağımlılık seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 31).

Tablo 32. Yaşanılan yere göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Yaşanılan Yer	N	X	Standart sapma	F	p
Meşguliyet	Köy	49	36,91	11,48	3,582	,142
	Kasaba-İlçe	95	36,20	10,64		
	Küçükşehir	104	35,79	9,05		
	Büyükşehir	387	35,38	11,96		
Duygu	Köy	49	14,83	5,12	1,144	,331
	Kasaba-İlçe	95	14,53	5,94		
	Küçükşehir	104	14,14	5,46		
	Büyükşehir	387	14,07	6,23		
Tekrarlama	Köy	49	12,67	5,18	1,642	,179
	Kasaba-İlçe	95	12,58	6,01		
	Küçükşehir	104	12,53	5,44		
	Büyükşehir	387	11,28	5,77		
Çatışma	Köy	49	39,69	16,09	,415	,742
	Kasaba-İlçe	95	38,24	17,52		
	Küçükşehir	104	37,75	15,05		
	Büyükşehir	387	37,11	16,99		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Köy	49	104,10	33,14	1,044	,372
	Kasaba-İlçe	95	101,55	35,41		
	Küçükşehir	104	100,21	28,73		
	Büyükşehir	387	97,84	35,83		

1=Köy,

2=Kasaba-İlçe,

3=Küçükşehir,

4=Büyükşehir

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının yaşanılan bölgeye göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Meşguliyet seviyesi açısından değerlendirildiğinde katılımcılardan köyde yaşayanların (X: 38,91±Ss: 9,05) küçükşehirde yaşayanlar (X: 33,79±Ss: 11,48), kasaba-ilçede yaşayanlar (X: 35,20±Ss: 10,64) ve büyükşehirde yaşayanlara göre (X: 35,19±Ss: 11,96) meşguliyet seviyelerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p<.05) (Tablo 32).

Tablo 33. Kalınan yere göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Kalınan Yer	N	X	Standart sapma	F	p	Post-Hoc
Meşguliyet	Yurt	327	35,70	10,83	2,298	,101	
	Ev	129	34,05	11,58			
	Aile Yanı	179	36,86	12,09			
Duygu	Yurt	327	13,85	5,56	4,149	**,016**	**3>2**
	Ev	129	13,63	6,57			**3>1**
	Aile Yanı	179	15,29	6,21			
Tekrarlama	Yurt	327	11,69	5,50	,139	,870	
	Ev	129	11,79	6,29			
	Aile Yanı	179	11,97	5,71			
Çatışma	Yurt	327	36,65	15,66	1,622	,198	
	Ev	129	37,37	17,50			
	Aile Yanı	179	39,43	17,79			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Yurt	327	97,90	32,07	1,967	,141	
	Ev	129	96,86	37,45			
	Aile Yanı	179	103,56	36,36			

1=Yurt, 2=Ev, 3=Aile Yanı

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının kalınan yere göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizi sonuçlarına göre duygu seviyesinin aile yanında kalanların, (X: 15,29±Ss: 6,21) evde kalanlar (X: 13,63±Ss: 6,57) ve yurtta kalanlara (X:13,85±Ss: 5,56) göre duygu seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p<.05) (Tablo 33).

Tablo 34. Anne-baba yaşama durumuna göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Anne-Baba Yaşama Durumu	N	X	Standart sapma	X^2	p
Meşguliyet	İkisi de hayatta	613	35,83	11,37	4,049	,256
	İkisi de vefat	1	27,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	31,55	11,39		
	Baba hayatta, anne vefat	1	41,00			
Duygu	İkisi de hayatta	613	14,24	6,03	2,199	,532
	İkisi de vefat	1	7,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	13,55	4,62		
	Baba hayatta, anne vefat	1	18,00	-		
Tekrarlama	İkisi de hayatta	613	11,80	5,72	1,016	,797
	İkisi de vefat	1	11,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	11,15	6,01		
	Baba hayatta, anne vefat	1	15,00	-		
Çatışma	İkisi de hayatta	613	37,72	16,73	3,084	,379
	İkisi de vefat	1	21,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	33,85	15,31		
	Baba hayatta, anne vefat	1	46,00	-		
Sosyal Medya Bağımlılığı	İkisi de hayatta	613	99,60	34,58	3,687	,297
	İkisi de vefat	1	66,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	90,10	32,11		
	Baba hayatta, anne vefat	1	120,00			

1=İkisi hayatta,

2=İkisi de vefat,

3=Baba hayatta, anne vefat,

4=Anne hayatta, baba vefat

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının anne-baba yaşama durumuna göre farklılaşmasını ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarında anne-baba yaşama durumuna göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>.05$) (Tablo 34).

Tablo 35. Kullanılan uygulamaya göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Uygulama	N	X	Standart sapma	X^2	p	Post-Hoc
Meşguliyet	Facebook	3	33,33	7,57	10,931	**,027**	**2>3**
	Instagram	500	36,34	11,35			
	Twitter	119	33,24	11,21			
	Tiktok	13	33,76	11,83			
Duygu	Facebook	3	13,33	4,04	16,893	,082	
	Instagram	500	14,53	5,87			
	Twitter	119	12,73	6,24			
	TikTok	13	15,67	4,94			
Tekrarlama	Facebook	3	11,66	3,05	2,681	,613	
	Instagram	500	11,91	5,77			
	Twitter	119	11,42	5,54			
	Tiktok	13	10,52	5,79			
Çatışma	Facebook	3	36,00	4,35	4,836	,305	
	Instagram	500	37,81	16,38			
	Twitter	119	36,32	18,07			
	TikTok	13	34,53	17,08			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Facebook	3	94,32	17,24	7,552	,109	
	Instagram	500	100,60	34,01			
	Twitter	119	93,71	36,30			
	TikTok	13	94,48	34,97			

1=Facebook, 2=Instagram, 3=Twitter, 4=TikTok

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının kullanılan uygulamaya göre farklılaşmasını ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizi sonuçlarına göre meşguliyet seviyesinde Instagram kullananların (X: 36,34±Ss: 11,35) Twitter kullananlara göre (X: 33,47±Ss: 11,21) göre seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<.05$) (Tablo 35).

4.1.7. Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi

Tablo 36. Cinsiyete göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Cinsiyet	N	X	Standart sapma	t	p
Günlük	Kadın	458	19,62	7,39	4,010	,135
	Erkek	177	18,48	7,63		
Yoksunluk	Kadın	458	13,71	5,80	7,565	,223
	Erkek	177	13,23	6,47		
Olumlu	Kadın	458	11,88	4,52	3,854	,146
	Erkek	177	11,61	4,63		
Siber	Kadın	458	6,71	3,10	7,586	,083
	Erkek	177	6,39	3,43		
Aşırı	Kadın	458	8,72	3,48	1,967	,374
	Erkek	177	8,41	3,50		
Sosyal Ağ	Kadın	458	4,32	2,04	1,665	,435
	Erkek	177	4,34	2,27		
Fiziksel	Kadın	458	7,55	2,69	2,186	,335
	Erkek	177	7,28	2,76		
Akıllı Telefon Bağımlılığı	Kadın	458	72,52	23,84	4,731	,094
	Erkek	177	69,77	24,69		

1=Kadın, 2=Erkek,

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının cinsiyete göre farklılaşmasını ölçmek adına T-testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarında cinsiyet açısından istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 36).

Tablo 37. Medeni duruma göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Medeni Durum	N	X	Standart sapma	X^2	p
Günlük	Evli	16	17,87	8,17	2,918	,232
	Bekâr	616	19,38	7,43		
	Boşanmış	3	13,00	1,73		

Tablo 37 (devam)

Yoksunluk	Evli	16	12,68	5,96	1,327	,515
	Bekâr	616	13,68	6,08		
	Boşanmış	3	10,33	2,30		
Olumlu	Evli	16	10,68	4,77	1,262	,532
	Bekâr	616	11,88	4,58		
	Boşanmış	3	11,00	1,73		
Siber	Evli	16	6,43	3,89	,681	,712
	Bekâr	616	6,64	3,18		
	Boşanmış	3	6,33	4,04		
Aşırı	Evli	16	8,87	3,98	3,005	,223
	Bekâr	616	8,65	3,48		
	Boşanmış	3	5,33	1,15		
Sosyal Ağ	Evli	16	3,75	1,77	1,713	,425
	Bekâr	616	4,35	2,13		
	Boşanmış	3	5,33	2,30		
Fiziksel	Evli	16	7,06	2,64	,211	,900
	Bekâr	616	7,50	2,73		
	Boşanmış	3	7,66	1,15		
Akıllı Telefon Bağımlılığı	Evli	16	67,37	27,71	1,689	,430
	Bekâr	616	72,12	24,13		
	Boşanmış	3	59,00	8,66		

1=Evli, 2=Bekâr, 3=Boşanmış

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının medeni duruma göre farklılaşmasını ölçmek adına Kruskal Wallis Testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarında medeni durumlar arasında anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 37).

Tablo 38. Okunulan üniversiteye göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	**Üniversite**	**N**	**X**	**Standart sapma**	**F**	**P**
Günlük	Ankara	142	19,26	7,57	,642	,588
	AYBU	112	19,96	7,65		
	Başkent	163	18,73	7,40		
	Gazi	218	19,46	7,30		

Tablo 38 (devam).

Ölçek/ alt boyut	Üniversite	N	X	Standart sapma	F	P
Yoksunluk	Ankara	142	14,40	6,31	4,208	,266
	AYBU	112	14,72	6,70		
	Başkent	163	13,52	5,16		
	Gazi	218	13,51	6,05		
Olumlu	Ankara	142	12,09	4,40	1,402	,241
	AYBU	112	12,18	4,79		
	Başkent	163	11,22	4,61		
	Gazi	218	11,98	4,54		
Siber	Ankara	142	7,00	3,16	1,623	,183
	AYBU	112	6,72	3,55		
	Başkent	163	6,21	2,94		
	Gazi	218	6,67	3,19		
Aşırı	Ankara	142	8,73	3,69	2,496	,059
	AYBU	112	8,88	3,63		
	Başkent	163	8,01	3,18		
	Gazi	218	8,94	3,46		
Sosyal Ağ	Ankara	142	4,33	2,06	2,083	,101
	AYBU	112	4,60	2,17		
	Başkent	163	4,01	1,95		
	Gazi	218	4,46	2,24		
Fiziksel	Ankara	142	7,76	2,69	3,308	,260
	AYBU	112	7,65	2,67		
	Başkent	163	7,92	2,66		
	Başkent	218	7,65	2,77		
Akıllı Telefon Bağımlılığı	Ankara	142	73,59	25,14	2,598	,051
	AYBU	112	74,74	25,66		
	Başkent	163	67,55	21,78		
	Gazi	218	72,69	24,20		

1=Ankara Üniversitesi,

2=Yıldırım Beyazıt Üniversitesi,

3=Başkent Üniversitesi,

4=Gazi Üniversitesi

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının okudukları

üniversiteye göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarında öğrencilerin okudukları üniversite arasında anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 38).

Tablo 39. Okunulan fakülteye göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Üniversite	N	X	Standart sapma	F	p	Post-Hoc
Günlük	Sağlık Bilimleri	298	19,58	7,00	1,013	**,002**	**3>4**
	Mühendislik	111	19,32	7,56			
	Eğitim	159	18,06	7,69			
	Hukuk	67	21,04	8,47			
Yoksunluk	Sağlık Bilimleri	298	14,18	6,38	6,624	**,000**	**3>1**
	Mühendislik	111	14,02	6,63			**3>2**
	Eğitim	159	11,97	4,96			**3>4**
	Hukuk	67	14,58	5,22			
Olumlu	Sağlık Bilimleri	298	11,90	4,35	,781	,505	
	Mühendislik	111	11,71	4,35			
	Eğitim	159	11,56	4,87			
	Hukuk	67	12,49	4,28			
Siber	Sağlık Bilimleri	298	7,23	3,56	9,106	,214	
	Mühendislik	111	6,27	2,61			
	Eğitim	159	5,50	3,10			
	Hukuk	67	7,30	1,54			
Aşırı	Sağlık Bilimleri	298	8,77	3,61	2,118	,097	
	Mühendislik	111	8,51	3,46			
	Eğitim	159	8,29	3,32			
	Hukuk	67	9,13	3,24			
Sosyal Ağ	Sağlık Bilimleri	298	4,65	2,11	4,753	**,003**	**3>4**
	Mühendislik	111	3,83	1,98			
	Eğitim	159	3,75	2,10			
	Hukuk	67	5,20	2,28			
Fiziksel	Sağlık	298	7,59	2,67	1,862	,135	
	Mühendislik	111	7,34	2,81			
	Eğitim	159	7,33	2,79			
	Hukuk	67	7,64	2,56			

Tablo 39 (devam).

Akıllı Telefon Bağımlılığı	Sağlık Bilimleri	298	73,90	24,77	2,142	,056
	Mühendislik	111	71,00	25,73		
	Eğitim	159	66,46	22,80		
	Hukuk	67	77,38	21,21		

1=Sağlık Bilimleri Fakültesi,

2=Mühendislik Fakültesi,

3=Eğitim Fakültesi,

4=Hukuk Fakültesi

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının okudukları fakülteye göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda günlük kullanım, yoksunluk ve sosyal ağ alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<.05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizi sonuçlarına göre günlük kullanım alt boyutunda Eğitim Fakültesi'nde okuyanların (X: 18,06±Ss: 7,69) Hukuk Fakültesi'nde okuyanlara (X: 21,04±Ss: 8,47 göre yoksunluk seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yoksunluk alt boyutunda Eğitim Fakültesi'nde okuyanların (X: 11,97±Ss: 4,96) Sağlık Bilimleri Fakültesi'nde okuyanlar (X: 14,18±Ss: 6,38), Mühendislik Fakültesi'nde okuyanlar (X: 14,02±Ss: 6,63) ve Hukuk Fakültesi'nde okuyanlara (X: 14,58±Ss: 5,22 göre yoksunluk seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ağ alt boyutunda Eğitim Fakültesi'nde okuyanların (X: 4,65±Ss: 2,11) Hukuk Fakültesi'nde okuyanlara (X: 5,20±Ss: 2,28) göre sosyal ağ kullanım seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Tablo 39).

Tablo 40. Yaşanılan yere göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	**Yaşanılan Yer**	**N**	**X**	**Standart sapma**	**F**	**p**
Günlük	Köy	49	19,20	6,39	1,873	,133
	İlçe-Kasaba	95	18,85	6,82		
	Küçükşehir	104	18,77	6,53		
	Büyükşehir	387	18,76	7,90		

Tablo 40 (devam).

Yoksunluk	Köy	49	14,01	5,89	1,240	,294
	İlçe-Kasaba	95	13,81	5,87		
	Küçükşehir	104	13,63	6,64		
	Büyükşehir	387	13,27	5,97		
Olumlu	Köy	49	11,93	3,97	2,637	,059
	İlçe-Kasaba	95	11,63	4,40		
	Küçükşehir	104	11,48	4,27		
	Büyükşehir	387	11,17	4,74		
Siber	Köy	49	6,91	3,30	,530	,662
	İlçe-Kasaba	95	6,64	3,17		
	Küçükşehir	104	6,51	3,43		
	Büyükşehir	387	6,41	3,12		
Aşırı	Köy	49	8,81	3,55	,485	,693
	İlçe-Kasaba	95	8,76	3,33		
	Küçükşehir	104	8,67	3,23		
	Büyükşehir	387	8,58	3,59		
Sosyal Ağ	Köy	49	4,51	2,01	1,465	,223
	İlçe-Kasaba	95	4,45	2,02		
	Küçükşehir	104	4,31	1,82		
	Büyükşehir	387	4,28	2,23		
Fiziksel	Köy	49	7,59	2,29	,738	,530
	İlçe-Kasaba	95	7,37	2,57		
	Küçükşehir	104	7,83	2,49		
	Büyükşehir	387	7,41	2,86		
Akıllı Telefon Bağımlılığı	Köy	49	72,96	22,60	1,334	,262
	İlçe-Kasaba	95	71,51	23,02		
	Küçükşehir	104	71,20	21,61		
	Büyükşehir	387	69,88	25,24		

1=Köy, 2=İlçe-Kasaba, 3=Küçükşehir, 4=Büyükşehir

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının yaşanılan bölgeye göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>.05$). (Tablo 40).

Tablo 41. Kalınan yere göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Kalınan yer	N	X	Standart sapma	F	p	Post-Hoc
Günlük	Yurt	327	19,01	7,24	3,301	**,037**	**3>1**
	Evde	129	18,47	7,44			**3>2**
	Aile Yanı	179	20,48	7,70			
Yoksunluk	Yurt	327	13,69	6,13	,280	,756	
	Evde	129	13,89	6,09			
	Aile Yanı	179	13,38	5,96			
Olumlu	Yurt	327	11,76	4,34	,750	,473	
	Evde	129	11,59	4,48			
	Aile Yanı	179	12,18	5,05			
Siber	Yurt	327	6,82	3,16	1,408	,245	
	Evde	129	6,29	3,24			
	Aile Yanı	179	6,54	3,22			
Aşırı	Yurt	327	8,37	3,42	3,342	**,036**	**3>1**
	Evde	129	8,56	3,55			
	Aile Yanı	179	9,20	3,51			
Sosyal Ağ	Yurt	327	4,36	2,06	2,075	,126	
	Evde	129	4,03	2,06			
	Aile Yanı	179	4,53	2,26			
Fiziksel	Yurt	327	7,41	2,68	,894	,409	
	Evde	129	7,37	2,89			
	Aile Yanı	179	7,72	2,66			
Akıllı Telefon Bağımlılığı	Yurt	327	71,45	23,79	1,077	,341	
	Evde	129	70,23	24,42			
	Aile Yanı	179	74,06	24,70			

1=Yurt, 2=Evde, 3=Aile Yanı

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının kalınan yere göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda günlük ve aşırı alt boyutunda gruplar arasında anlamlı farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<.05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için yapılan Post Hoc Analizi sonuçlarına göre

günlük alt boyutunda aile yanında kalanların (X: 20,48±Ss: 7,70) evde kalanlar (X: 18,47±Ss: 7,44) ve yurtta kalanlara göre (X: 19,01±Ss: 7,24) seviyelerinin yüksek olduğu; aşırılık alt boyutunda aile yanında kalanların (X: 9,20±Ss: 3,51) yurtta kalanlara göre (X: 8,37±Ss: 3,42) puanlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 41).

Tablo 42. Anne-baba yaşama durumuna göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Anne-Baba Yaşama	N	X	Standart sapma	X^2	p
Günlük	İkisi de hayatta	613	19,34	7,44	1,079	,782
	İkisi de vefat	1	17,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	18,40	7,84		
	Baba hayatta, anne vefat	1	24,00	-		
Yoksunluk	İkisi de hayatta	613	13,66	6,06	2,924	,403
	İkisi de vefat	1	15,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	12,60	6,50		
	Baba hayatta, anne vefat	1	21,00	-		
Olumlu	İkisi de hayatta	613	11,88	4,57	2,901	,407
	İkisi de vefat	1	10,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	10,60	4,82		
	Baba hayatta, anne vefat	1	15,00	-		
Siber	İkisi de hayatta	613	6,64	3,19	2,885	,410
	İkisi de vefat	1	7,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	6,20	3,33		
	Baba hayatta, anne vefat	1	12,00	-		
Aşırı	İkisi de hayatta	613	8,65	3,49	2,481	,479
	İkisi de vefat	1	11,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	8,15	3,66		
	Baba hayatta, anne vefat	1	12,00	-		
Sosyal Ağ	İkisi de hayatta	613	4,37	2,13	5,245	,155
	İkisi de vefat	1	4,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	3,45	1,90		
	Baba hayatta, anne vefat	1	6,00	-		
Fiziksel	İkisi de hayatta	613	7,50	2,73	1,168	,761
	İkisi de vefat	1	8,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	7,05	2,52		
	Baba hayatta, anne vefat	1	9,00	-		

Tablo 42 (devam).

Akıllı Telefon Bağımlılığı	İkisi de hayatta	613	72,07	24,13	2,803	,423
	İkisi de vefat	1	72,00	-		
	Anne hayatta, baba vefat	20	66,45	26,29		
	Baba hayatta, anne vefat	1	99,00	-		

1=İkisi de hayatta,

2=İkisi de vefat,

3=Anne hayatta, baba vefat,

4=Baba hayatta, anne vefat.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının anne-baba yaşama durumuna göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>.05) (Tablo 42).

Tablo 43. Kullanılan uygulamaya göre akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının değerlendirilmesi.

Ölçek/ alt boyut	Kullanılan Uygulama	N	X	Standart sapma	X^2	p
Günlük	Facebook	3	12,00	2,64	5,292	,259
	Instagram	500	19,30	7,54		
	Twitter	119	19,31	6,95		
	TikTok	13	21,45	8,58		
Yoksunluk	Facebook	3	8,66	1,52	4,702	,319
	Instagram	500	13,79	6,01		
	Twitter	119	13,09	6,21		
	TikTok	13	14,38	7,46		
Olumlu	Facebook	3	7,66	1,52	7,569	,109
	Instagram	500	11,98	4,54		
	Twitter	119	11,27	4,69		
	Tiktok	11	12,84	4,47		
Siber	Facebook	3	4,00	,00	3,505	,477
	Instagram	500	6,66	3,23		
	Twitter	119	6,64	3,12		
	TikTok	11	6,30	2,82		

Tablo 43 (devam).

Aşırı	Facebook	3	4,66	,57	5,757	,218
	Instagram	500	8,71	3,51		
	Twitter	119	8,38	3,32		
	Tiktok	13	9,60	4,02		
Sosyal Ağ	Facebook	3	2,66	,57	3,457	,484
	Instagram	500	4,35	2,05		
	Twitter	119	4,42	2,42		
	Tiktok	13	3,68	2,04		
Fiziksel	Facebook	3	5,00	1,00	5,544	,236
	Instagram	500	7,45	2,70		
	Twitter	119	7,65	2,78		
	Tiktok	11	8,07	3,28		
Akıllı Telefon Bağımlılığı	Facebook	3	44,66	4,50	5,618	,230
	Instagram	500	72,25	24,29		
	Twitter	119	70,80	23,69		
	TikTok	11	76,37	26,21		

1=Facebook, 2=Instagram, 3=Twitter, 4=TikTok

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarının kullanılan uygulama durumuna göre farklılaşmasını ölçmek adına Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>.05$) (Tablo 43).

4.2. Araştırmanın Nitel Boyutundan Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde, araştırmanın nitel boyutundan elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmanın nitel bölümünde üniversite öğrencilerinden 10 erkek 10 kadın olmak üzere toplam 20 kişi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Katılımcıların araştırmaya katılımı tamamen gönüllülük ilkesine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Nitel bulgular, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerini tanıtıcı bilgilerin sunumu ile başlayacak, ardından da derinlemesine görüşme formunda yer alan sorulara verdikleri cevaplar neticesinde kategorileştirilen bulguların sunumu ile tamamlanacaktır. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerini tanımlayıcı bulgular aşağıdaki gibidir.

4.2.1. Nitel Örneklemdeki Üniversite Öğrencilerini Tanıtıcı Bulgular

Görüşme 1; 22 yaşında, kadın, bekâr, babası emekli, annesi işçi, lise mezunu, toplam gelir 10000 TL, üç kardeşler, 10 ve 17 yaşlarında iki kız kardeşi var, Yozgat'ta yaşıyor.

Görüşme 2; 20 yaşında, kadın, bekâr, babası emekli, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 5500 TL, 3 kardeşler, 22 ve 18 yaşlarında iki kız kardeşi var, İstanbul'da yaşıyor

Görüşme 3; 19 yaşında, kadın, bekâr, babası işçi, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 5500 TL, dört kardeşler, 6,8 ve 14 yaşlarında üç erkek kardeşi var, Çorum'da yaşıyor

Görüşme 4; 21 yaşında, kadın, bekâr, babası çiftçi, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 10000 TL, tek kardeş, Antalya'da yaşıyor

Görüşme 5; 20 yaşında, kadın, bekâr, babası mevsimlik işçi, annesi işçi, lise mezunu, toplam gelir 8000 TL, iki kardeşler, 18 yaşında bir erkek kardeşi var, Çorum'da yaşıyor

Görüşme 6; 23 yaşında, kadın, bekâr, babası emekli memur, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 8000 TL, 3 kardeşler, 35 ve 18 yaşlarında iki erkek kardeşi var, Gaziantep'te yaşıyor

Görüşme 7; 21 yaşında, kadın, bekâr, babası işçi, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 8000 TL, iki kardeşler, 30 yaşında bir erkek kardeşi var, Ankara'da yaşıyor

Görüşme 8; 22 yaşında, kadın, bekâr, babası mevsimlik işçi, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 10000 TL, üç kardeşler, 32 ve 25 yaşlarında iki erkek kardeşi var, Ordu'da yaşıyor

Görüşme 9; 24 yaşında, kadın, bekâr, babası emekli, annesi işçi, lise mezunu, toplam gelir 8500 TL, iki kardeş, 21 yaşında kız kardeşi var, Eskişehir'de yaşıyor

Görüşme 10; 25 yaşında, kadın, bekâr, babası emekli, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 10000 TL, iki kardeş, 29 yaşında erkek kardeşi var, Samsun'da yaşıyor

Görüşme 11; 19 yaşında, erkek, bekâr, babası emekli, annesi vefat etmiş, lise mezunu,

toplam gelir 5500 TL, 3 kardeşler, 18(kız) ve 20(erkek) yaşlarında iki kardeşi var, Kırıkkale'de yaşıyor

Görüşme 12; 25 yaşında, erkek, bekâr, babası işçi, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 8000 TL, 2 kardeşler, 12 yaşında bir kız kardeşi var, Ankara'da yaşıyor

Görüşme 13; 25 yaşında, erkek, bekâr, babası emekli, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 8000 TL, iki kardeş, 32 yaşında kız kardeşi var, Çorum'da yaşıyor

Görüşme 14; 24 yaşında, erkek, bekâr, babası öğretmen, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 12000 TL, üç kardeş, 32 ve 36 yaşlarında iki kız kardeşi var, Ankara'da yaşıyor)

Görüşme 15; 23 yaşında, erkek, bekâr, babası mühendis, annesi doktor, lise mezunu, toplam gelir 40000 TL, tek kardeş, Ankara'da yaşıyor

Görüşme 16; 21 yaşında, erkek, bekâr, babası işçi, annesi işçi, lise mezunu, toplam gelir 12000 TL, iki kardeş, 25 yaşında bir kız kardeşi var, Ankara'da yaşıyor

Görüşme 17; 22 yaşında, erkek, bekâr, babası işçi, annesi işçi, lise mezunu, toplam gelir 15000 TL, iki kardeş, 24 yaşında bir erkek kardeşi var, Ankara'da yaşıyor

Görüşme 18; 27 yaşında, erkek, bekâr, babası mühendis, annesi memur, lise mezunu, toplam gelir 30000 TL, tek kardeş, Ankara'da yaşıyor

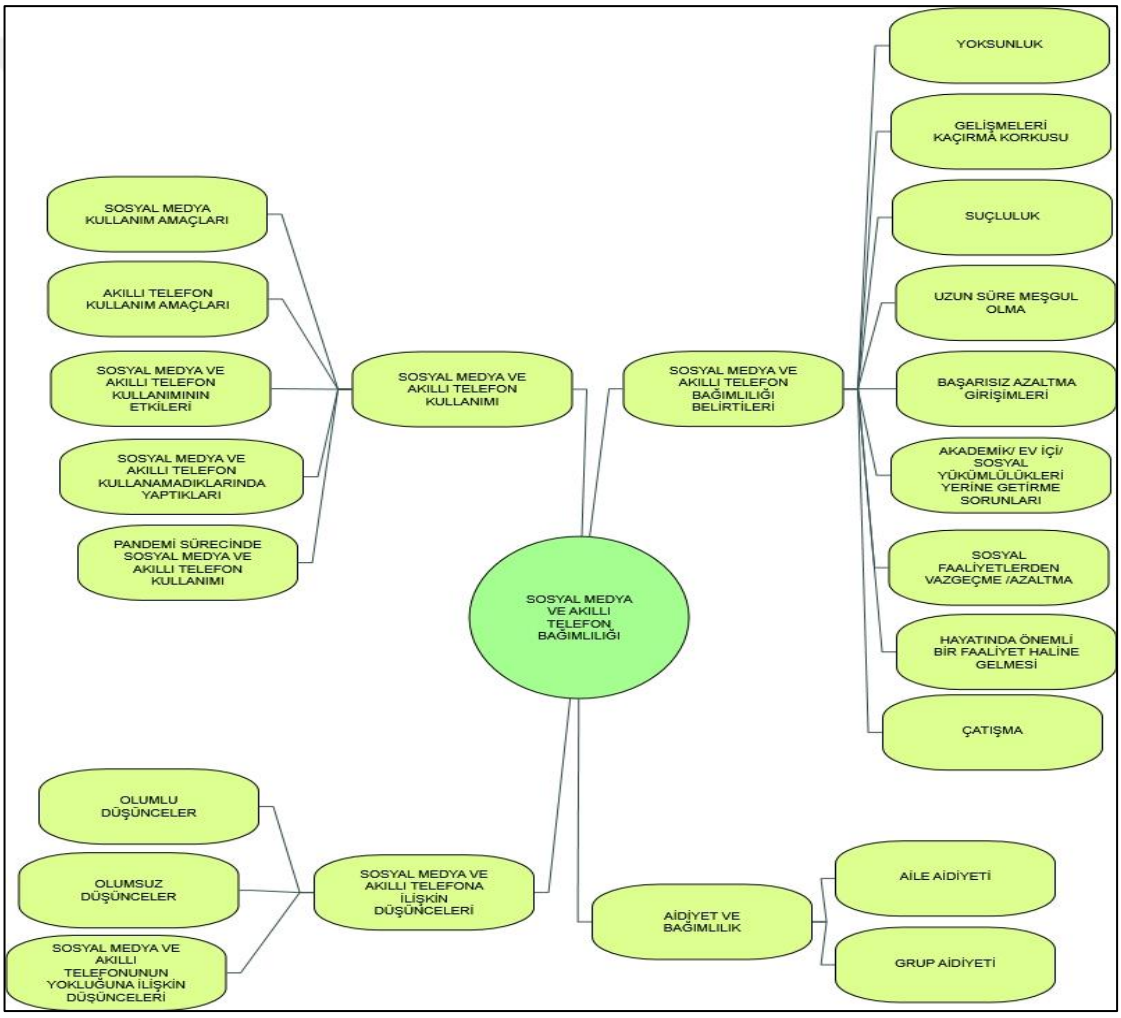
Görüşme 19; 24 yaşında, erkek, bekâr, babası öğretmen, annesi memur, lise mezunu, toplam gelir 20000 TL, tek kardeş, Ankara'da yaşıyor

Görüşme 20; 27 yaşında, erkek, bekâr, babası emekli, annesi ev hanımı, lise mezunu, toplam gelir 10000 TL, üç kardeş, 30 ve 28 yaşında iki erkek kardeşi var, İstanbul'da yaşıyor.

Araştırmanın nitel kısmında derinlemesine görüşme yapılan 20 üniversite öğrencisine ilişkin tanıtıcı bilgiler yukarıda sunulmuştur. Katılımcıların yaşları 19-27 arasındadır. Katılımcıların tamamı bekârdır. Tüm katılımcılar lise mezunu olup halen üniversite öğrencisidir. Görüşmeye katılan üniversite öğrencilerinden 1'i tek ebeveynli olup diğer 19 katılımcının anne babası hayattadır. Katılımcıların büyük bölümünün (17 kişi) ailesinin gelir düzeyi 5500 ile 15000 TL arasındadır. Diğer 3 katılımcının

ailesinin gelir düzeyi ise 20000-40000 TL arasındadır.

Araştırma verileri, araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formuna bağlı kalınarak üniversite öğrencileri ile yüz yüze yapılan görüşmeler sonucu toplanmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi ile çözümlenmiştir. "Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanımı", "Sosyal Medya ve Akıllı Telefona İlişkin Düşünceleri", "Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Belirtileri" ve "Aidiyet Duygusu ve Bağımlılık" olmak üzere dört ana tema belirlenmiştir. Bu temalara göre de kategoriler oluşturulmuştur. İlgili tema ve kategorilere ilişkin veriler aşağıda paylaşılmıştır.

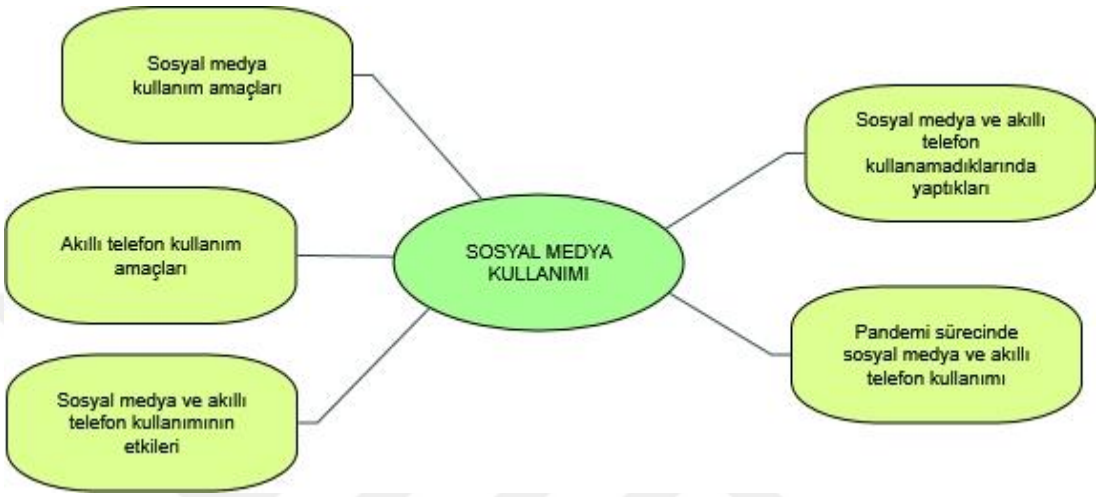


Şekil 1. Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına ilişkin genel kod haritası.

4.2.2. Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanımına İlişkin Bulgular

Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına ilişkin ilk tema; "sosyal medya

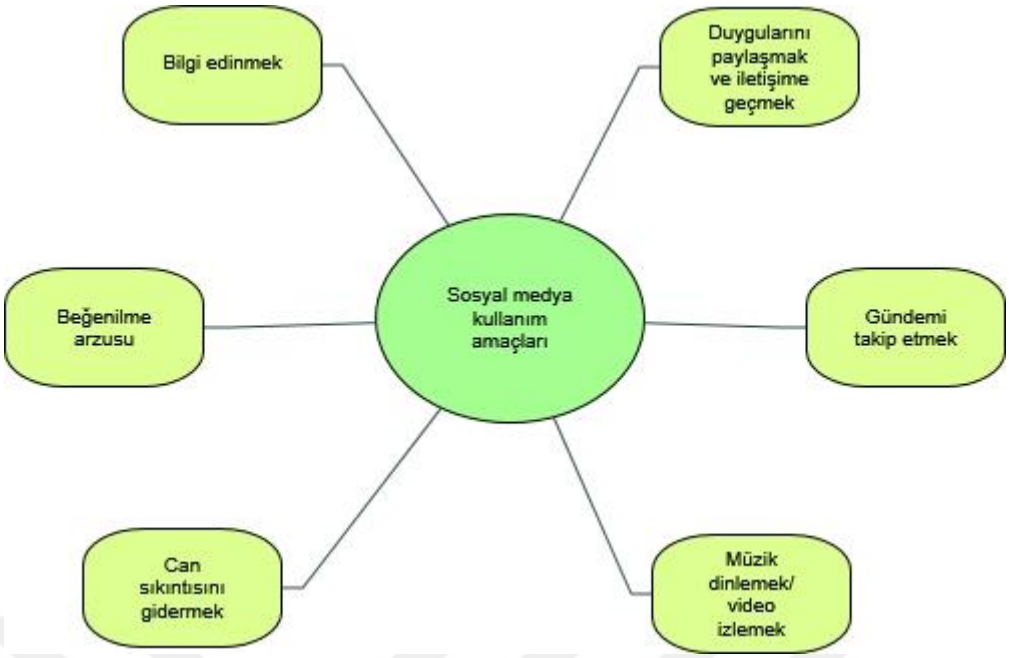
kullanım amaçları", "akıllı telefon kullanım amaçları", "sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının etkileri", "sosyal medya ve akıllı telefon kullanamadıklarında yaptıkları" ve "pandemi sürecinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı" olmak üzere beş kategoride toplanmıştır. İlgili tema ve kategorilerine ilişkin veriler aşağıda paylaşılmıştır.



Şekil 2. Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımına ait kod alt modeli.

Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı hangi amaçla kullandıklarını belirlemek amacıyla "Sosyal medyayı hangi amaç için kullanıyorsunuz?" sorusu yöneltilmiş ve katılımcıların anlatıları doğrultusunda altı alt kategori belirlenmiştir. Bu alt kategoriler; bilgi edinmek, duygularını paylaşmak ve iletişime geçmek, beğenilme arzusu, can sıkıntısını gidermek, gündemi takip etmek, müzik dinlemek / video izlemek şeklinde sıralanmaktadır.



Şekil 3. Sosyal medya kullanım amaçlarına ait kod alt modeli.

Bilgi Edinmek

Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarına ilişkin anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medyayı bilgi edinmek amacıyla kullananlar olduğu görülmektedir. Sosyal medya ve akıllı telefonun doğru kullanımı bireylerin istedikleri bilgiye anında erişimlerini sağlayacaktır. Nitel görüşmelere katılan ve sosyal medyayı bilgi edinmek amacıyla kullananların görüşleri bu şekildedir;

İki amaçlı kullanıyorum. İlk amacım bilgi edinmek. Her gece yatmadan önce mutlaka bu bilgi edinmek için girerim bu sitelere. (Görüşme 9, kadın)

Kafamı dağıtıyorum. Keyif alıyorum. Mutlu oluyorum sosyal medyada. Bir de bilgi almak için kullanıyorum. (Görüşme 1, kadın)

Beğenilme Arzusu

Sosyal medya kullanımının bireyin öteki tarafından beğenilme arzusu ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Sosyal medya platformlarında bulunan beğeni butonu beynin ödül sistemini harekete geçirerek dopamin hormonu salgılanmasına imkân sağlamaktadır. Bireyler ise görünür olmak ve ötekiler tarafından beğenilerek ödüllendirilmek istemektedir. Özellikle narsist kişiler için beğenilmek önem arz etmektedir. Narsist kişiler sosyal medya platformlarında kendi varoluşlarını

hayranlıkla izlemekte, hayranlık duyduğu kendisi için başka hayranlar bulma yoluna gidebilmektedir. Bununla birlikte sosyal medya platformları narsist kişilik özelliği taşımayanları da etkileyebilmektedir (130). Bu araştırmada elde edilen veriler de üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım nedenleri arasında beğenilme arzusunun önemli bir yer edindiğini göstermektedir. Beğenilme arzusu amacıyla sosyal medya kullandığını ifade edenlerin tamamını kadınlar oluşturmaktadır. Bu noktada cinsiyetin, sosyal medya kullanım amaçlarına etkisinin olduğu söylenebilir. Görüşmeye katılan ve sosyal medyayı beğenilme arzusunu karşılamak amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

Söyleyecek sözüm var demek için kullanıyorum esasında. Buradayım demek için. Fotoğraf paylaşarak takdir edilmek, beğenilmek istiyorum. Beğenilme arzumu karşılıyor sosyal medya. Ve fikirlerimi paylaşabileceğim bir mecra. (Görüşme 1, kadın)

En çok da fotoğraf paylaşmak için kullanıyorum. Gün içerisinde neler yaptığımı paylaşıyorum. Beğeni almak hoşuma gidiyor. (Görüşme 2, kadın)

Ben kendime ait kişisel blog oluşturmak için kullanıyorum. Takipçi sayımı büyüterek tanınmak, beğenilmek ve para kazanmak istiyorum. 80 bin takipçim vardı ama çok büyütemedim hesabımı. Para yükleyip reklam verip hesabımı büyütmüştüm ama hesabımı şikâyet ettiler sonra da kapatıldı hesabım. Geri almak için bununla ilgilenen kişilere para da verdim ücret ödedim yani. Sonra hesabımı aldım ama geri kapatıldı. (Görüşme 3, kadın).

Acaba beni merak eden olmuş mudur diye düşünüyorum. İlgiye düşkün olduğum için bana ilgi gösteren olmayınca oturur ağlarım. Sosyal medyada ilgi arıyorum sanki öyle gibi. (Görüşme 4, kadın)

En çok instagram kullanıyorum. Fotoğraf paylaşmak amaçlı. Gerçekçi olmak gerekirse beğenilme arzusu var altında. En temel amacım beğenilmek ve görünür olmak. (Görüşme 6, kadın)

Can Sıkıntısını Gidermek

Dijitalleşen çağ ile birlikte bireylerin alışkanlıkları da değişiklere uğramaktadır. Geçmiş yıllarda can sıkıntısı ile baş etmek için dışarıya çıkıp oyun

oynamak ya da gezmek gibi aktiviteler yerine getirilirken bugün tüm bu aktiviteler akıllı telefon aracılığıyla yapılmaktadır. Bu araştırmada yapılan nitel görüşmelerde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının can sıkıntısı ile de ilişkili olduğu bulgusu edinilmiştir. Görüşmeye katılan ve sosyal medyayı can sıkıntısını gidermek amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

Yeni insanlarla tanışmak için kullanıyorum sosyal medyayı, özellikle canım sıkıldığında bir şeyler paylaşmak için kullanıyorum. (Görüşme 1, kadın)

Birçok imkân sunuyor. İletişime geçmek, bilgiler edinmek, yeni arkadaşlar edinmek gibi birçok noktada kullanıyoruz. Ben en çok can sıkıntısı ve vakit geçirme amaçlı kullanıyorum. (Görüşme 10, kadın)

Vakit geçirmek için aslında. Can sıkıntısı sebepli. Keyifli vakit geçirmiş oluyorum. (Görüşme 15, erkek)

Bilimsel konuşmak gerekirse bağımlılık benimki. Can sıkıntısı kaynaklı olarak can sıkıntımı gidermek için sosyal medyayı kullanıyorum. (Görüşme 19, erkek)

Duygularını Paylaşmak ve İletişime Geçmek

Sosyal medya uygulamaları bireylerin tanımadıkları insanlarla da iletişime geçmelerine ve duygularını paylaşmalarına imkân sağlayan bir platform olmuştur. Bireyler, mutlu oldukları veya üzgün oldukları zaman bu duygularını sosyal medya aracılığıyla takipçileri ile paylaşabilmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medyayı duygularını paylaşmak amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

Üzüldüğümde ya da sevindiğimde sürekli bir şeyler paylaşıyorum hani yanımdaki bir insana değil de sosyal medyaya aktarıyorum yaşadıklarımı, üzüntümü de sevincimi de olsun sosyal medyada paylaşıyorum. (Görüşme 1, kadın)

Bir de kendimi daha iyi ifade edebildiğimi düşünüyorum. Ruh halimi paylaşmak hoşuma gidiyor. Ama tabi mutlu anlarımı. O gün mutluysam her şeyi paylaşırım. Yediğim yemek, giydiğim kıyafet, içtiğim su. Daha çok mutlu olduğum zamanlar kullanıyorum. Mutsuz olduğum zaman paylaşım yapıp düşman güldürmek istemiyorum. (Görüşme 6, kadın)

İkinci amacım story atmak. Daha çok fotoğraf paylaşmak yerine story

paylaşırım yaptıklarımla ve hissettiklerimle ilgili. Instagram ve twitter kullanıyorum. (Görüşme 9, kadın)

Herkesle iletişim halinde olmamı sağlıyor aslında. İnsanlara tek tek nerdesin ne yapıyorsun diye sorsam bu kadar ulaşamam. Kimseye nerdesin diye sormadan herkesin nerde ne yaptığını öğrenmiş oluyorum. (Görüşme 12, erkek)

Gündemi Takip Etmek

Sosyal medya uygulamaları, habercilik ve haberlere erişme anlayışını da değişikliğe uğratmıştır. Geçmişte olduğu gibi belirli saatlerde haberlere erişmek yerine her dakika yeni bir haberle karşı karşıya kalınabilmektedir. Tüm bunlar ise yeni medya anlayışı içerisinde sosyal medya aracılığıyla takip edilmektedir. Öte yandan bireyler; diğer insanların neler yaptığını merak etmekte ve bu merak duygusu ile birlikte sosyal medya uygulamalarından kopamamaktadır. Özellikle bazı sosyal medya uygulamalarında yer alan trend konular, bireylerin sosyal medyada geçirdikleri süreyi uzatabilmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medyayı gündemi takip etmek amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

Ben genellikle arkadaşlarımı takip etmek, fotoğraf paylaşmak, paylaşılan fotoğrafları görmek, ünlülerin durumlarını, yaptıklarını izlemek, biraz da stalk yapmak için kullanıyorum. Bir de Twitter'da gündemleri takip ediyorum. Zaten çoğunlukla Instagram ve Twitter kullanıyorum. (Görüşme 2, kadın)

Mesela arkadaşlarım ne yapıyor, nerelere gitmişler, merak ediyorum, hatta tanımadığım insanların da neler yaptığını merak ediyorum. Bu yüzden kullanıyorum. (Görüşme 11, erkek)

Kim ne yapıyor merak ediyorum. Merak ettiğim için giriyorum sosyal medyaya. Girmezsem yaşananlardan geri kalıyorum gibi geliyor. (Görüşme 12, erkek)

Twitter'a bakma sebebim haberleri, gelişmeleri kaçırmamak. Çünkü TV'de bile olmayan haberler orada var. Takip ediyorum gündemi. (Görüşme 13, erkek)

Müzik Dinlemek – Video İzlemek

Sosyal medya uygulamalarında yer alan ve trend olan müzikler, videolar da bireylerin sosyal medya kullanım sebepleri arasında yer almaktadır. Görüşmeye

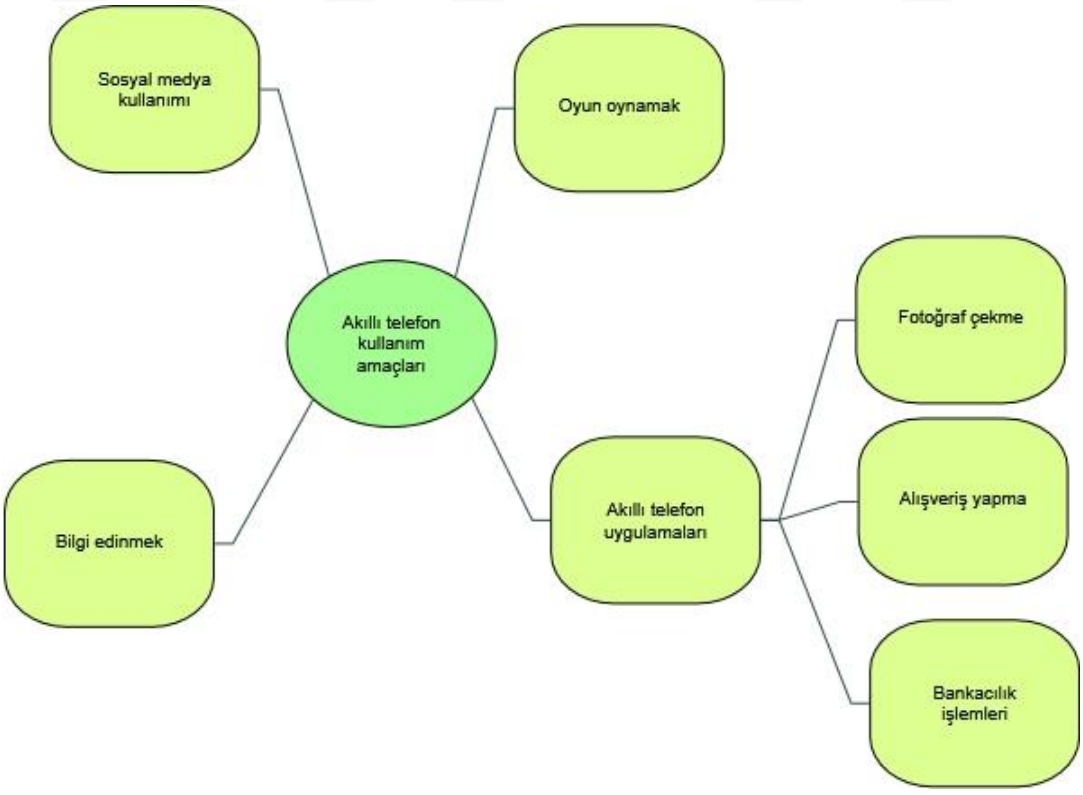
katılan ve sosyal medyayı müzik dinlemek, video izlemek amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

Bir de müzik dinlemeyi seviyorum. Özellikle arabada yolculuk halinde kesin açarım o müziği. Dinlemesem bile açık olacak. (Görüşme 20, erkek)

Instagram olsun, YouTube olsun istediğim zaman müzik dinleyip video izleyebiliyorum. (Görüşme 11, erkek)

Akıllı Telefon Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular

Cep telefonlarının ortaya çıkış noktası bireylerin iletişime geçmesini sağlamak olarak bilinmektedir. 21.yy. ile birlikte üretilmeye başlanan akıllı telefonlar ise sadece iletişim aracı olmaktan öte bireylerin günlük yaşamlarını kolaylaştırıcı bir boyut kazanmış durumdadır. Bu doğrultuda, üniversite öğrencilerinin akıllı telefonu hangi amaçla kullandıklarını belirlemek amacıyla "Akıllı telefonunuzu hangi amaç için kullanıyorsunuz?" sorusu yöneltilmiş ve katılımcıların anlatıları doğrultusunda "sosyal medya kullanımı", "oyun oynamak", "bilgi edinmek" ve "akıllı telefon uygulamaları" olmak üzere dört alt kategori belirlenmiştir



Şekil 4. Akıllı telefon kullanım amaçlarına ait kod alt modeli.

Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal ve akıllı telefon bağımlılığının araştırıldığı bu çalışmada nitel görüşmelere katılan üniversite öğrencilerinin büyük bölümü akıllı telefon kullanma amaçları olarak sosyal medyayı göstermektedirler. Görüşmeye katılan ve akıllı telefonu sosyal medya kullanımı amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

Aslında akıllı telefonu sadece sosyal medyaya girdiğim için kullanıyorum, Instagram olmasa çok da önemli değil, tuşlu telefon kullanabilirim. (Görüşme 1, kadın)

Sadece sosyal medya için kullanıyorum. Başka hiçbir işe yaramıyor bence. (Görüşme 3, kadın)

Sosyal medyayı daha çok kullanıyorum. Sosyal medya dışında insanlarla iletişime geçmeme imkân sağlıyor. (Görüşme 19, erkek)

Oyun Oynamak

Akıllı telefonların özelliklerinin gün geçtikçe gelişmesi ile birlikte bilgisayarda oynanan oyunların akıllı telefonlar aracılığıyla oynanması söz konusu olmaktadır. Görüşmeye katılan ve akıllı telefonu oyun oynamak amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

Bir oyunum var. Instagramı dondurduğum olmuştu ama bu sefer de sürekli o oyunu oynadım. Sabah kalktığımda başlardım oynamaya, şarjım ne zaman biterse o zaman bırakırdım. Şarjımı hemen biraz doldurur geri oyuna başlardım. Öyle bir delilik. Pubgy diye bir oyun. (Görüşme 1, kadın)

Telefonu da vakit geçirmek ve oyun oynamak için kullanıyorum. Akşamları dersler falan bittikten sonra arkadaşlarımla 1-2 saatliğine oyun oynuyoruz. O şekilde. (Görüşme 2, kadın)

Her şey. En çok da oyun. Oyun benim yaşam tarzım. Oyun oynamadan günüm geçmiyor. Çalışırken bile oyun oynarım ben. Yani başka hayatta yapacak bir şey yok ki. Telefon kullanmadım diyelim. Ne yapabilirim ki başka? (Görüşme 20, erkek)

Bilgi Edinmek

İnternetin gelişmesi ile birlikte bilgiye erişimde kolaylaşmış durumdadır. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinden interneti ve dolayısıyla akıllı telefonunu bilgiye erişim amacıyla kullananlar bulunmaktadır. Görüşmeye katılan ve akıllı telefonu bilgi edinmek amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

Google üzerinden istediğim zaman istediğim konuda araştırma yapabiliyorum. Hatta mesela şu an yeni bir dil bile öğrenebiliyorum. (Görüşme 11, erkek)

Sosyal medya dışında bir şeyler araştırmak için kullanıyorum. (Görüşme 4, kadın)

Konum bulma, kitap okuma, araştırma yazısı okuma, haber okuma için de kullanıyorum. (Görüşme 2, kadın)

Akıllı Telefon Uygulamaları

Akıllı telefonlarda yer alan çeşitli uygulamalar bireylerin alışkanlıklarını değiştirmiş durumdadır. Örneğin bir bankacılık işlemini, bankaya gitmeden akıllı telefon uygulamaları aracılığıyla yapmak mümkün olabilmektedir. Mağazaya gitmeye gerek kalmadan alışveriş yapmak mümkün olabilmektedir. Görüşmeye katılan ve akıllı telefonu akıllı telefon uygulamaları amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

Fotoğraf Çekme

Fotoğraf çekmeyi de çok seviyorum. Oyun oynarken de zevk alıyorum. Dizi-film izlerken de oldukça mutluyum. (Görüşme 8, kadın)

Alışveriş Yapma

Sosyal medya dışında alışveriş yapmak için kullanıyorum. Trendyol bağımlısıyım diyebilirim kendim için. İhtiyacım olmasa bile bir kıyafet görüp beğenirsem kesin alıyorum. Maddi yönden de zorluyor aslında. (Görüşme 7, kadın)

Sosyal medya kullanımlarımdan bağımsız olarak alışveriş çok yapıyorum. Reklamlardan kaynaklı aslında. Bunu biliyorum ama engel olamıyorum. Hiç ihtiyacım yokken almış olduğum ürünler var. (Görüşme 14, erkek)

Bankacılık Uygulamaları

Yine bankacılık işlemleri falan onları da kullanıyorum. Faturaları ödemek, para transferleri yapmak açısından hayatımızı kolaylaştırıyor. (Görüşme 12)

Sosyal medya dışında işimize çok yarıyor telefon. Mesela insanlar artık not defteri kalem taşımıyor. Telefonumuzdaki not defteri bölümü gayet işlevsel. Bununla birlikte mesela birine para göndermek için falan da telefon oldukça işimi kolaylaştırıyor. (Görüşme 10, kadın)

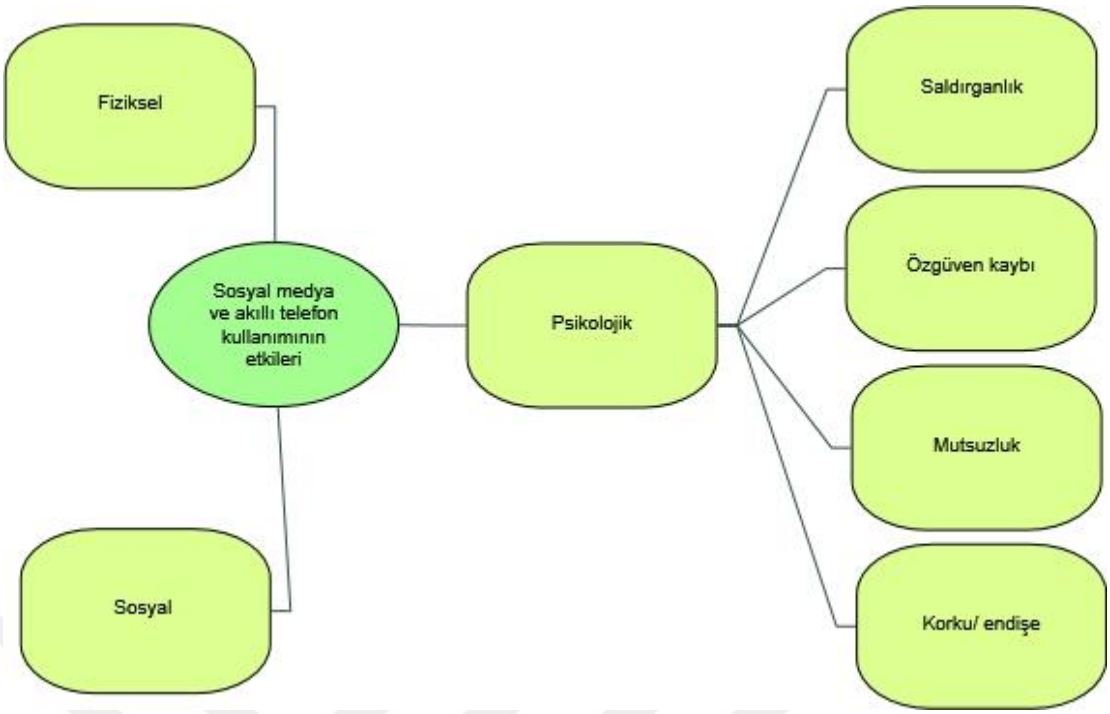
Telefon konuşmalarım, mesajlaşmalar, banka işlemlerim olsun, e-devlet üzerindeki işlemler, böyle işte tabi sosyal medyada telefon kullanımımın büyük bölümünü kapsıyor diyebilirim. (Görüşme 11, erkek)

Sosyal medya dışında bankacılık uygulamaları, fotoğraf düzenleme uygulamaları falan onlara da bakıyorum. Telefondan keyif alıyorum esasında. (Görüşme 13, erkek)

İletişime geçmemizi sağlıyor aynı zamanda banka olsun derslerimiz olsun tüm işlemlerimizi akıllı telefon ile yapabiliyoruz. (Görüşme 18, erkek)

Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanımının Etkilerine İlişkin Bulgular

Sosyal medyanın insan hayatına hızlı girişi sonrasında bireylerin yaşantılarına etkisi de oldukça fazla olmuştur. Sosyal medya ve akıllı telefonun doğru kullanımı, bireylerin diğer insanlarla iletişim kurmalarını, güncel olayları takip edebilmelerini ve gündelik işlerini kolaylıkla halledebilmelerini sağlamaktadır. Ancak bireyin kullanım üzerinde iradesini kaybetmeye başlaması ve kullanım süresinin artması ile birlikte kişide çeşitli problemler oluşması söz konusu olmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanmaları nedeniyle karşılaştıkları sorunları ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının etkilerini belirlemek amacıyla "Uzun süre sosyal medya ve akıllı telefon ile zaman geçirmek günlük yaşamınızda olumlu/olumsuz ne tür etkiler oluşturmaktadır?" sorusu yöneltilmiş ve katılımcıların anlatıları doğrultusunda üç alt kategori belirlenmiştir. Bu alt kategoriler; "fiziksel", "psikolojik" ve "sosyal" şeklinde sıralanmaktadır.



Şekil 5. Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının etkilerine ait kod alt modeli.

Fiziksel

Akıllı telefon ile çok fazla zaman geçirmek; bireyin gözlerinde, ellerinde ve bellerinde sağlık sorunları yaşamalarına neden olabilmektedir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin büyük bölümü fiziksel sorunlar yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle fiziksel sorunlar yaşayanların görüşleri şu şekildedir;

Gözümü açıyorum direk yatağın içinde ve hemen telefonuma bakıyorum. O andan itibaren akşama kadar telefon elimde oluyor. Öyle olunca da gözümde yanmalar oluyor bazen. (Görüşme 1, kadın)

Telefonu elime bir alırsam 1-2 saat duruyor. Bazen elimin uyuştuğunu fark ediyorum o zaman bırakıyorum. Bazen de başım çatlıyor telefondan. Telefonu bırakıp yataktan kalkmak istiyorum ama yapamıyorum. (Görüşme 5, kadın)

Fiziksel olarak olumsuz etkileri var. Uzun süreli kullanımda ışığa bağlı olarak gözümde yanmalar oluşturuyor. Bir de parmağımda problem oluyor. Sertleşme oluyor. Uzun süre kullanırsam. Telefonu tutuş açımla alakalı sanırım. (Görüşme 10, kadın)

Bazen elimin uyuştuğu oluyor. Beynim de uyuşuyor sanki. Bazen söylenenleri anlayamadığım oluyor. Bir de çok konuşuyorum. Bazen yoruluyorum konuşmaktan da mesajlaşmaktan da. Fiziksel bir yorgunluğa sebep oluyor. (Görüşme 16, erkek)

Boynumda gözümde ağrılara sebep oluyor. Fiziksel problemlere neden oluyor yani. Mesela gece 2-3 gibi hala oyun oynadığım oluyor. Ve hatta bir yerden sonra ellerim uyuşmaya başlıyor. Sonra diyorum ki hadi neyse artık uyuyum. Sabah da yorgun kalkıyorum. (Görüşme 20, erkek)

Sosyal

Sosyal medya ve akıllı telefon kullanım sürelerinin artması ve yanlış kullanım ile birlikte bireyin sosyal yaşantısında da olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle sosyal sorunlar yaşayanların görüşleri şu şekildedir;

Yurtta mesela hep yatmak istiyorum. Yatakta telefonla uğraşıyorum. Bir de çok film izlediğim için bazen hayatım ile filmi karıştırıyorum. Bir de mesela arkadaşlarım çok ağırlaştın diye uyarıyor. Film izlemekten oldu sanki. Benim için çok önemli telefon. Az önce de söylediğim gibi çok film izlediğim için günlük hayatta bazen film karakterlerinin davranışlarını yansıtabiliyorum. (Görüşme 8, kadın)

Davranışlarımızı çok değiştiriyor. Mesela biz normalde çayı koyarken bardağı çalkalar yeniden doldururuz ama sosyal medyaya fotoğraf koyacaksak en özenli bardakla çekip koyuyoruz. Filtre olayı da öyle. Kişiyi tanımasam koyduğu fotoğraftan tanıyamam. Sahtekârlık yapılıyor. Yapmayan da abes karşılanıyor. Bu noktadan bakarsak evet davranışlarımızı değiştiriyor. Sosyal yaşantımızı sosyal medyaya göre kurguluyoruz. (Görüşme 10, kadın)

Böyle özellikle yeni bir akım falan çıkınca onunla ilgili konuşuyorum etrafımdakilerle. Arkadaşlarla yani. Davranışlarımızı da etkiliyor bu yüzden. Sosyal hayatımızı da etkilemiş oluyor. Mesela artık beğeni almak için özelini mahremini paylaşmaya başlıyor insanlar. Ve dahası yediğini içtiğini paylaşmaya başlıyor insanlar. Bu da yanlış bence. Yine birilerine bir şeyler gösterme çabasında olması da çok komik. (Görüşme 18, erkek).

Çok oyun oynayınca açıkçası olumsuz etkiliyor. Hele bazen yataktan kalkıp

doğrudan oyunun başına geçiyorum. Hatta odamın perdeleri siyah. Oyun da ekranı daha net göreyim diye siyah perde aldım. Odama güneş girmiyor. Bazen hiç dışarı çıkmadan, güneşi hiç görmeden günümü bitiriyorum. Bu biraz olumsuz geliyor. (Görüşme 20, erkek)

Yani bugün yaşadığım bir durum var aslında. Bugün arkadaşlarla eğlenmeye bir yere gittik. Gitmeden telefonu şarja takmıştım ama şarj olmamış. Elime bir aldım şarjı %60. Gidene kadar biraz kurcaladım kaldı %50. Neyse gittik. Orda yana döne şarj aleti arıyorum. Herkese soruyorum şarj aletiniz var mı, powerbank var mı diye. Herkes eğleniyor ve telefonun derdindeyim. En son buldum, taktım şarja. Bu kez de aklım telefonda. Güvenli yerde ama biri arar mı, biri telefonumu arar mı gerildim. Herkes eğlenirken benim tek derdim telefon oldu. Telefon yanımda olmayınca gergin oluyorum. (Görüşme 20, erkek).

Psikolojik

Sosyal medya ve akıllı telefonun doğru kullanılmaması nedeniyle yaşanan bir diğer sorun alanı da bireylerin psikolojileri olarak gösterilebilir. Bu araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin anlatıları, sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle saldırganlık, özgüven kaybı, mutsuzluk ve korku/endişe yaşadıklarını göstermektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle psikolojik sorunlar yaşayanların görüşleri şu şekildedir;

<u>Saldırganlık</u>

Davranışlarım konusunda da mesela sosyal medya gördüklerim aniden sinirlenmeme ve bunu yanımdakilere yansıtmama neden olabiliyor. Özellikle Twitter'da kadına şiddet veya cinsel istismar durumları gördüğümde aşırı sinirleniyorum. (Görüşme 2, kadın)

Herkesin mutlu anlarını görünce bazen sinirleniyorum. Bakıyorum birileri geziyor ben evdeyim. O zaman çok sinirleniyorum ve ailemle çatışıyorum. Saldırganlaşıyorum. Aileme baskı yapmışım herhalde. Artık herkes benim telefona bağımlı olduğumu biliyor ve ona göre hareket ediyor. Kimse karışmıyor çünkü karışırlarsa sinirleneceğimi, hırçınlaşacağımı bilirler. (Görüşme 6, kadın)

Şarjım az kalınca çok geriliyorum. Bu da davranışlarıma yansıyor. Etrafıma

saldırganca yaklaşabiliyorum. Mutlu olmadığı halde herkes mutlu gibi görünüyor. Nasıl söyleyim, mutluluğunu pazarlıyor aslında. Ve biz ona bakıp kendi hayatımızı beğenmiyoruz. Bu da davranışlarımıza yansıyor. Daha agresif olabiliyoruz. (Görüşme 14, erkek)

Oyun hesabım çalınmıştı bir keresinde. Oyunda da seviyeler var. Leveller. Onlara geri ulaşmak zor oluyor. Çok sinirlenmiştim. İster istemez etkiliyor tabi. Kötü davranışlar edinmeme sebep olabiliyor. Örneğin oynadığım bir oyun biraz şiddet içerikli. O oyunu oynadıktan sonra normal hayatta daha agresif davranışlar sergilemeye başlıyorum. (Görüşme 17, erkek)

Bir şeyleri yapmanın kolayı varken zor yolu seçmek zorundaymışım gibi geliyor. Mesela bir ödeme yapmam gerekiyor. Babam bazen sorumluluk alıyım diye faturaları ödememi istiyor, ben normalde hemen telefondan yaparım. Ama bazen uygulamalar da problem çıkıyor. Ödeyemiyorum ve fatura ödeme merkezine falan gidince ya da bankada sıra bekleyince çok sinirleniyorum. (Görüşme 18, erkek)

Özgüven Kaybı

Günlük yaşam açısından bakacak olursak da diğer insanlarının yaptıklarını görmek bazen olumsuz etkiliyor. Falanca şuraya gitmiş, şu eğitimi almış. Ben yapmıyorum diyorum. Özgüven kaybına neden oluyor. Bir de mesela ben çok gönderi paylaşmam. Fotoğraf koyduğumda biri bir şey der diye düşünüyorum. Acaba kendini beğenmiş derler mi diyorum. Ne biliyim. (Görüşme 13, erkek)

Mutsuzluk

Milleti çok gezerken eğlenirken görünce de sinirleniyorum. Millet gezsin sen otur diyorum geri üzülüyorum. (Görüşme 4, kadın)

Bir de şöyle bir durum var. Sosyal medyada herkes mutlu anını paylaştığı için sen onları izlediğin zaman herkesin hayatı mükemmel diye düşünüp, benim niye böyle değil diye üzülüyorum bazen. (Görüşme 6, kadın)

Beğeni sayım önemli mesela. Fotoğraf yüklüyorum, tüm takipçilerim bile beğense bu kez de takipçi sayım az diye üzülüyorum. (Görüşme 18, erkek)

Korku/Endişe

Geçen hesabımı çaldılar. Çok korktum. Zor aldım. Biri hesabımı çalışmış, giremiyorum, şifren değiştirilmiş dedi. Allah'tan e-posta ve telefon numara bilgilerimle geri alabildim. O şekilde aldım. Korktum ama. Hesabımla farklı şeyler yaparlar diye korktum. İşte bu dönemde çıkan şeyler var ya, size 1000 lira yardım yapacağız falan diye. Öyle milleti benim hesabımla dolandırırlar diye korktum. Çünkü benim takipçim de çok biraz, akrabalar falan da ekli. Dedim böyle bir şey yaparlarsa ben bittim. (Görüşme 1, kadın)

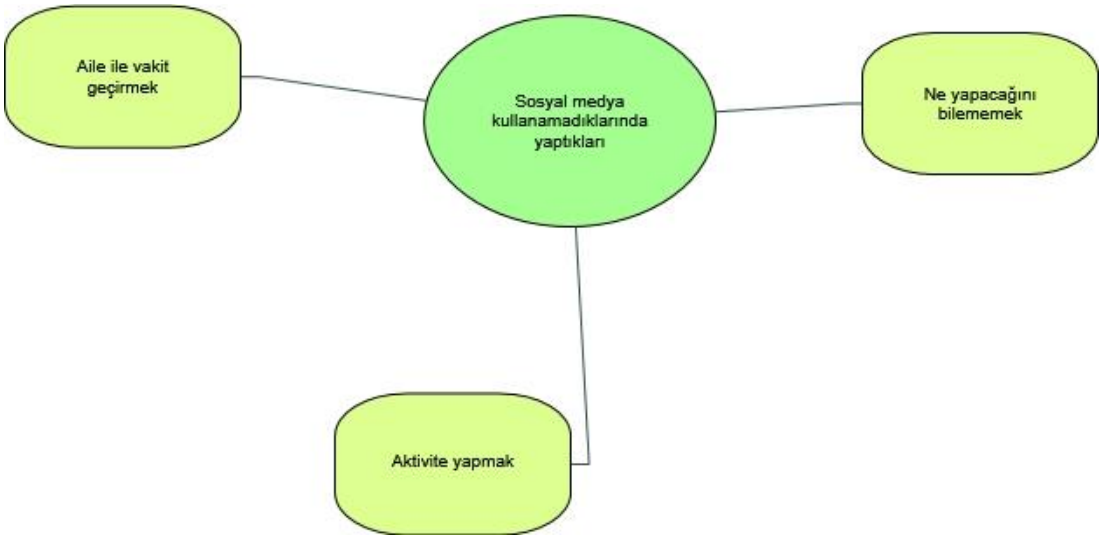
Bir de erişemediğimde biri hesabımı mı çaldı diye endişe ediyorum. Çalındı bir kere hesabım. Çıldıracak gibi oldum. İnanılmaz derecede terledim. Korktum. Hani yanlış bir şey yapınca ya da zorda kalınca insan çaresiz kalır. Öyle oldum. Sosyal medya çok tehlikeli aslında. Hesabım birinin eline geçtiği an biri benim yerime geçiyor ve benim yerime konuşuyor, bir şeyler yapıyor. Çok tehlikeli. (Görüşme 15, erkek)

Telefonum bozulacak diye korkuyorum. Korku, endişe, huzursuzluk. Bu üçüyle açıklayabilirim duygularımı. Hesabım çalındı diye korkuyorum en çok da. Telefonum bir keresinde bozuldu. Köye gidecektik o gün de. Baya telaşlanmıştım. Zaten köyde yapacak bir şey yok. Telefonla oynarım diye düşünüyordum, telefonumda bozulunca hepten kafayı yemiş gibi oldum. Korku, telaş oldu o gün. Sonradan neyse ki kapattım bir süre sonra açtım. Sonra düzeldi. (Görüşme 16, erkek)

Korku oluyor haliyle. Hesabımdaki bilgiler başkalarının eline geçti diye endişe ediyorum. Geri almak için uğraşıyorum sonra da. (Görüşme 17, erkek)

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanamadıklarında Yaptıklarına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanamadıklarına ne yaptıklarını ve vakitlerini ne şekilde geçirdiklerini belirlemek amacıyla "Sosyal medya hesaplarınıza erişemediğinizde ne hissediyorsunuz? ve "Akıllı telefonunuzu kullanamadığınızda ne hissediyorsunuz?" şeklinde sorular yöneltilmiş ve katılımcıların anlatıları doğrultusunda üç alt kategori belirlenmiştir. Bu alt kategoriler; "aile ile vakit geçirmek", "aktivite yapmak" ve "ne yapacağını bilememek" şeklinde sıralanmaktadır.



Şekil 6. Sosyal medya kullanamadıklarında yaptıklarına ait kod alt modeli.

Aile ile Vakit Geçirmek

Bu araştırmanın temel amacından hareket edilecek olursa sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının temel sebebi aile aidiyetinin düşük olması olarak gösterilebilir. Bu noktada, aile aidiyet düzeyi yüksek olan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefonla geçirdikleri zamanın daha az olması, böylelikle de sosyal medya ve akıllı telefonla geçirecekleri zamanı da ailelerine ayırmaları beklenmektedir. Nitekim araştırmaya katılan üniversite öğrencileri, aileleri ile kaliteli vakit geçirdikleri takdirde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının azaldığını dile getirmişlerdir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanamadıkları zaman aileleri ile birlikte vakit geçirenlerin görüşleri şu şekildedir;

Akıllı telefonun olmaması durumunda mesela tuşlu telefonla kalınca onu elime almıyorum. Evdekilere yardım etmeye, onlarla ilgilenmeye başlıyorum. (Görüşme 2, kadın)

Şimdilerde biraz daha ailemle vakit geçiriyorum. Şunu da söyleyim onlarla kaliteli vakit geçirirsem daha iyi oluyorum. Yani iyi derken sosyal medyayı, akıllı telefonu kullanmayı azaltıyorum. (Görüşme 4, kadın)

Annemle güzel vakit geçiriyorum. Vakit geçirmezsem de telefonla daha çok uğraşıyorum. Yani eğer yapacak güzel etkinlikler varsa telefonumu aramıyorum. (Görüşme 9, kadın)

Aktivite Yapmak

Bu araştırmada elde edilen sonuçlardan biri de üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefona yönelmelerinin kaliteli vakit geçirememekle ilişkili olduğu görülmektedir. Bu noktada aktiviteler yapan, bu aktivitelerden keyif alan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının azalacağı düşünülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanamadıkları zaman çeşitli aktiviteler yaparak vakit geçirenlerin görüşleri şu şekildedir;

Ama mesela bazen Instagram çökünce ya da şarjım bitince resim çiziyorum. Mesela geçen gün telefonum arızalandı 2 gün giremedim. Resim çizdim hep. Benim aslında lisede bölümüm resim, çizim alanıydı. Telefonum olmadığında 2 gün resime verdim kendimi. Çizim yaptım yani. (Görüşme 1, kadın)

Kaliteli vakit geçirirsem aramıyorum telefonu. O bir kaçış noktası gibi. Sevmediğim bir şey yapıyorsam telefonumu arıyorum. (Görüşme 4, kadın)

Geçen gün telefon çekmedi o gün telefonu elime alıp fotoğraf çektim. Bir keresinde de pikniğe gitmiştik orada da çekmemişti telefon. O gün keyifli geçmişti. Etkinlik olunca çok da aramıyorum aslında. (Görüşme 7, kadın)

Askerde de her gün kitap okudum ama. Boş kaldığım zamanlar. Askere gitmeden önce Tolstoy'u bilmezdim askere tüm kitaplarını okudum. Aslında kâbus diyorum ama belki de her şey daha güzel olurdu. (Görüşme 20, erkek)

Ne Yapacağını Bilememek

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin bir kısmı ise bağımlılık kriterleri arasında yer alan "yoksunluk" belirtileri göstermektedir. Sosyal medya ve akıllı telefon olmadığında ne yapacağını bilemeyenler, yoksunluk belirtilerini çeşitli yollarla ifade etmişlerdir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanamadıkları zaman ne yapacağını bilemeyenlerin görüşleri şu şekildedir;

Sosyal medya ile bağlantım kesildiğinde böyle sanki beni bir yere kapatmışlar. Böyle bir odaya, her şeyden habersizim. Sanki günlerce oradaymışım ve yapayalnızım gibi hissediyorum. (Görüşme 6, kadın)

Sanki bir organımı kaybetmiş gibi hissediyorum. Bu çok kötü bir şey. (Görüşme

11, erkek)

Boşluğa düşerim. Uçurumdan boşluğa düşmüş gibi olurum. Bazen sosyal medya çöküyor sinir oluyorum. Başka uygulamalara sarıyorum hemen. Keşke alışmamış olsaydım. Hiç olmasaydı böyle olmazdım belki ama her an ulaşabilmeliyim sosyal medyaya. (Görüşme 12, erkek)

Birileri bir şeyler yapıyor ve onları görmüyorum. Sanki kalabalık bir ortamdayım herkes kulaktan kulağa fısıldaşarak konuşuyor ve o ortamda sadece ben konuyu bilmiyorum. Böyle hissediyorum. Soyutlanmış gibi. (Görüşme 14, erkek)

Üniversite Öğrencilerinin Pandemi Sürecinde Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanımlarına İlişkin Bulgular

2019 yılında Çin'de başlayan Covid-19 pandemisi ile birlikte insanların yaşamlarında büyük değişiklikler olmuştur. Pandemi ilan edilmesi ile birlikte sokağa çıkma yasaklarının da olması, bireylerin psikolojik olarak da etkilenmelerine ve davranışsal değişikler oluşmasına zemin hazırlamıştır. Aktif olarak çalışan bireylerin işlerini evden yürütmeleri ve eğitimine devam eden öğrencilerin derslerini evden takip etmeleri gerekmiştir. Tüm bunlar ise dijital araçlar ile yürütülmüştür. Nihayetinde ise dijital araçların kullanım süreleri artmış, bireylerin dijital araçlara bağımlı olmalarının önü açılmıştır. Araştırma katılan tüm bireyler, pandemi nedeniyle sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının arttığını, hayatlarını olumsuz etkilediğini ifade etmişlerdir. Üniversite öğrencilerinin pandemi sürecinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanım durumlarını belirlemek amacıyla "Sosyal medya kullanım süreniz pandemi sürecinden nasıl etkilendi?" ve "Akıllı telefon kullanım süreniz pandemi sürecinden etkilendi? şeklinde sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların anlatıları şu şekildedir;

Daha uzun kullanım süreleri olmasına neden oldu. Eskiden mesela telefonu elime almaya bu kadar vakit bulamıyordum. Geçen seneki yaşantımızdan çok farklı bir yaşantıya dönüştük. Başka şeylerle ilgileniyordum. Kursa gidiyordum. Arkadaşlarımla gezerdim, ailemle vakit geçirir pikniklere giderdik. Böyle vakit geçirince de o süreler de telefon aklıma gelmiyordu. Bu sene sürekli evde olunca vakit bol, telefon da elimden düşmüyor. Görüntülü sohbetler, mesajlaşmalar derken

kullanım sürelerimiz uzuyor gibi. (Görüşme 2, kadın)

Ben daha bağımlı oldum. Kullanma sürem çok arttı. Dışarı çıkamıyorsun, evde uzun süre kalınca kaos ortamı da oldu aslında. Normal hayatımıza dönmeyi çok istedik hepimiz de. Dışarda kurmak istediğimiz ilişkileri kuramadığımız için uzaktan görüşmek durumunda kaldık. Bu da haliyle sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarımızı, televizyon izleme sürelerimizi artırdı. (Görüşme 8, kadın)

Kullanım sürem de kullanım şeklim de değişti. Mesela Kırıkkale'deki arkadaşlarımla yüz yüze pek görüşemiyorum, bu yüzden mesela artık görüntülü görüşme yapıyoruz, vakit geçirmeye çalışıyoruz, eğlenceleri artık sosyal medya üzerinden yapıyor olduk. Aslında bu açıdan bakıldığında sosyal medya iyi bir şey, düşünsenize pandemide evde dört duvar bak bak nereye kadar? İyi ki sosyal medya var dedik. Ayrıca telefon kullanım sürem de arttı. Sosyal medyayı fazlaca kullanınca, görüşmeler yüz yüze değil de telefondan olunca kullanım sürem çok arttı. (Görüşme 11, erkek)

Pandemi herkesi etkiledi bence. Yaşlılar bile akıllı telefon kullanır oldu. Gençleri de daha çok etkiledi. Okul yok, üniversite yok. Çalışmak yok. Dışarda gezmek yok. Evde ne yapılabilir ki? Herkes telefona yöneldi. (Görüşme 13, erkek)

Hepimizi etkilediği gibi beni de oldukça etkiledi. 4 saat sosyal medyada zaman geçiriyorsam 8 saat oldu. Daha fazla hatta. Uyumadığım her dakika çevrimiçiydim diyebilirim. Pandemide sokağa çıkma kısıtlaması da olunca akıllı telefonu daha çok kullanır olduk. Şimdi de o alışkanlık devam ediyor. Örneğin bir mağazaya gidip kıyafet almak yerine internetten sipariş veriyorum. (Görüşme 18, erkek)

4.2.3. Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Belirtilerine İlişkin Bulgular

Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı, davranışsal bir bağımlılık olarak kabul edilmektedir. Davranışsal bağımlılık ise hem zevk üretmeyi hem de iç rahatsızlıktan kurtulmayı sağlayan bir davranışın, davranışı kontrol etmekte tekrarlayan başarısızlık ve önemli olumsuz sonuçlara rağmen davranışın devam etmesi durumu olarak tanımlanmaktadır (22).

Goodman aşağıdaki kriterlerden en az 5'inin bulunması halinde bireyde davranışsal bağımlılık tanısı koyulabileceğini belirtmiştir (22);

(1) davranışla veya davranışa hazırlayıcı faaliyetlerle sık sık meşgul olma

(2) davranışa amaçlanandan daha büyük ölçüde veya daha uzun süre sık sık katılma

(3) davranışı azaltmak, kontrol etmek veya durdurmak için çabalamak

(4) davranışı uygulamak veya etkilerinden kurtulmak için çok fazla zaman harcanması

(5) mesleki, akademik, ev içi veya sosyal yükümlülükleri yerine getirmesi beklenilen zamanlarda da istenen davranışı uygulamak

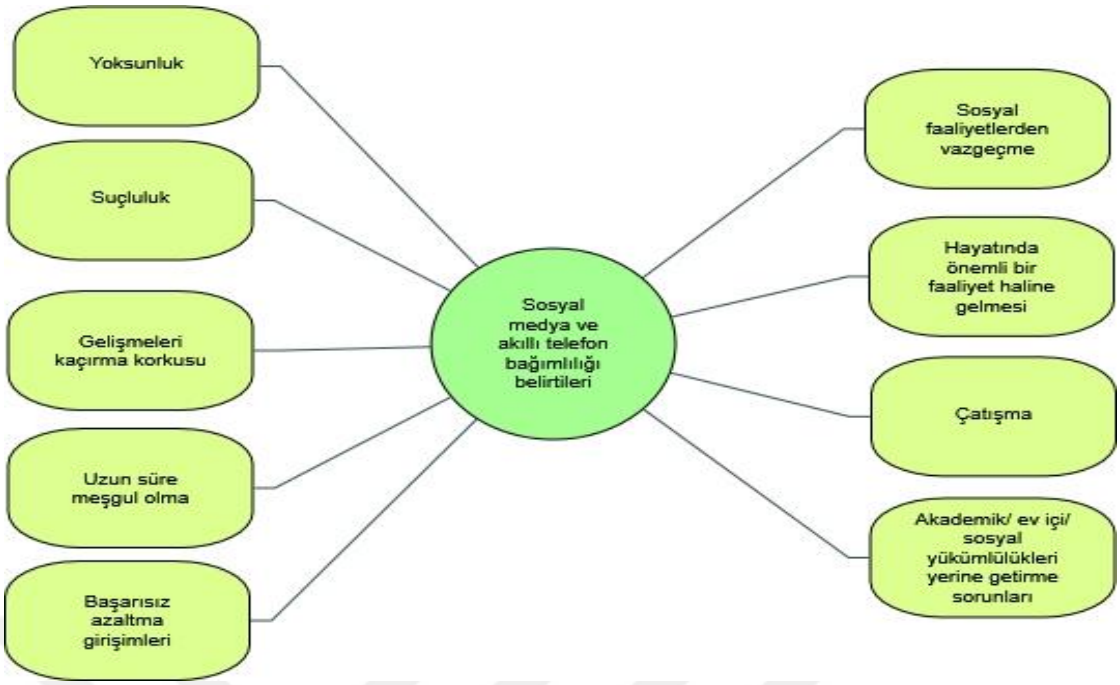
(6) davranış nedeniyle önemli sosyal, mesleki veya eğlence faaliyetlerinden vazgeçmek veya azaltmak

(7) davranış nedeniyle kalıcı veya tekrarlayıcı sosyal, finansal, psikolojik veya fiziksel bir soruna sahip olunmasına rağmen davranışın devam etmesi

(8) tolerans: davranışla istenen etkiyi elde etmek için davranışın yoğunluğunu veya sıklığını artırma ihtiyacı

(9) davranış uygulanmadığında huzursuzluk veya sinirlilik

Bireyde bu 9 kriterden 5'inin bulunması durumunda davranışsal bağımlılık varlığından söz edilebilmektedir. Bu araştırmada sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına ilişkin ikinci tema; "yoksunluk", "suçluluk", "gelişmeleri kaçırma korkusu", "uzun süre meşgul olma", "başarısız azaltma girişimleri", "sosyal faaliyetlerden vazgeçme", "hayatında önemli bir faaliyet haline gelmesi", "çatışma" ve "akademik/ ev içi/ sosyal yükümlülükleri yerine getirme sorunları" olmak üzere yukarıdaki kriterlerden esinlenilerek dokuz kategoride toplanmıştır. İlgili tema ve kategorilerine ilişkin veriler aşağıda paylaşılmıştır.



Şekil 7. Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı belirtilerine ait kod alt modeli.

Yoksunluk

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle yoksunluk belirtileri yaşayanların oldukça fazla olduğu görülmektedir. Katılımcılar sosyal medya ve akıllı telefon yokken kendilerini boşlukta hissetmekte, organları yokmuş gibi düşünmekte ve boğulacakmış gibi hissederek ne yapacaklarını bilememektedirler. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle yoksunluk yaşayanların görüşleri şu şekildedir;

Canım çok sıkılıyor sosyal medyaya girmediğimde. Boşlukta gibi oluyorum. Elim telefona gidiyor ama açılmıyor. Hani bir organ gibi hissediyorum telefonumu, mesela bir böbreğiniz yok gibi düşünün o şekilde hissediyorum ben. O olmayınca olmuyor. (Görüşme 2, kadın)

Çok takipçim olduğu için şikâyet alıyorum bazen ve hesabım kapatılıyor. O zaman sanki dünya başıma yıkılıyor. Bazen diyorum napıyorum ben. 1-2 saat kullanmayım diye karar veriyorum ama olmuyor. Organım gibi gerçekten. Hiç ayırmıyorum yanımdan. Boşlukta hissederim. Benim için telefon tam anlamıyla bir

organ. Sizin bir organınız olmadığında ne hissederseniz ben de öyle hissederim. Telefon bozulduğu zaman boşluğa düşüyorum. Tamirciye verince normal hayatta ne yapacağımı bilmiyorum. Normal hayatta ne yaptığımı bilmiyorum. Yürüyüş mü yapıyormuşum, kafeye mi gidip oturuyormuşum hiçbir şeye hevesim kalmadı. Telefonu kaybettiğim an sosyal aktivitelere de yönelmedim. İçimden gelmedi. (Görüşme 3, kadın)

Böyle boğulacak gibi oluyorum. Yaşamım durmuş gibi oluyor. Hesabım çalındı ve 3 gün boyunca ağladım. Hesabımı da geri alamadım yeniden açmak zorunda kaldım. Böyle sanki büyüttüğüm çocuk elimden alınmış da geri büyütmek zorunda kalmışım gibi oldu. Bir keresinde telefonum bozuldu. Nefes alamıyor gibi hissettim. Boğulacak gibiydim. 2 gün tuşlu telefon kullanmak zorunda kaldım. Sonra yalvar yakar babama yeni telefon aldırdım. Geçen gün de telefonum yine bozuldu. Tuşlu telefon kullanmak istemediğim için, hemen sabah gittim 7 buçukta telefon tamircisi buldum. Başında bekledim. Yapana kadar başında bekledim. Telefon elimde olmayınca canımdan can gidiyor sanki. Bir keresinde 3 gün telefonu kapalı tuttum ama cebimde durdu. Boşluğunu hissetmeyim diye. 3 gün boyunca hayatıma sokmadım. Cebimden de ayıramazdım. Boşluğa düşerdim. Kötü hissedersem açabilmek için taşıdım aslında. Hani nasıl ki sigara içen biri sigarasını içmese bile yanında taşıyorsa telefonu da kullanmasak bile yanımızda taşımalıyız. Bana öyle geliyor. İnternet çekmeyince kötü hissediyorum. Hayatımın sonu gibi benim için. (Görüşme 4, kadın)

Bir keresinde babam yüzünden kapatmak zorunda kaldım. Kendimi çok kötü hissettim. Böyle evsiz barksız gibi. Kopuk hissettim. Kolum bacağım kopmuş gibiydi. Bağımlılık bu. Sanki bir organımı kaybetmiş gibi hissediyorum. Bu çok kötü bir şey. (Görüşme 11, erkek)

Bir keresinde instagram hesabıma erişemedim. Giremedim yani. Kendimi çok kötü hissettim. Nasıl anlatıyım sanki böyle çocuğumu kaybetmiş gibi hissettim. Çok yalnız hissettim. Hatta o gün dedim ki evet ben teknoloji bağımlısıyım. Çok kötüydü. Bir şeyler eksik kalıyor gibi. Kahvaltıda çayın olmaması gibi sosyal medyanın olmayışı. Şarja takmaktan nefret ediyorum. Şarjı bitmeyen telefon üretilse keşke. Ya da daha çabuk dolsa şarjı. Genelde yatmadan önce takıyordum şarja. Ama bu kez de uyumadan önce bakamadığım için powerbank aldım. Gündüz powerbanki doldurup akşam kullanıyorum. Yani aslında yedi yirmi dört bir şeyler şarjda oluyor. Prizin biri

benim olmalı gittiğim yerde. En sevdiği oyuncağı elinden alınmış çocuk gibi oluyorum telefon yokken. Bildirim yoksa bile saate bakarım. (Görüşme 13, erkek)

Tek kelime ile yokluk diyebilirim. Yoksunluk hissediyorum. Mahrum bırakılmış hissediyorum. Hissettim hatta. İşte 2 yıl önce babam telefonumu aldı ve 47 gün zindana düşmüş gibiydim. Mağaradan çıktım sanki. Her şey değişmişti. Sosyal medyada yapılan esprileri falan anlamıyordum. Mesela nasıl ki ekmeğe, suya muhtacız bence telefon da öyle. Yokluk hissi. Yemek yerken önünüzden yemeğinizin alınması gibi. Su içerken suyunuz alınması. Sosyal medyaya girip girmemeyi ben tercih etmeliyim. İşler benim kontrolümden çıkarsa olmaz. (Görüşme 15, erkek)

Suçluluk

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle suçluluk duyanların olduğu görülmektedir. Yoksunluk belirtisi kadar suçluluk duygusu da araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin oldukça fazla yaşadığı bir belirti olarak gösterilebilir. Artan kullanım süreleri ve kontrolü yitiriyor olmanın etkisi ile birlikte bireylerde suçluluk duygusunun oluştuğu düşünülmektedir. Bununla birlikte farklı aktiviteler yapmak istemelerine rağmen sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarını engelleyemedikleri için suçluluk duymaktadırlar. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle suçluluk duygusu yaşayanların görüşleri şu şekildedir;

Bazen şöyle suçluluk hissediyorum, mesela ailemdeki sıkıntılarla ilgili hiçbir şey bilmiyorum. Mesela babam kanser, ama durumu iyi mi kötü mü onu bile bilmiyorum. Sorsanız ki kaçıncı evre, ben onu bile bilmem. Bu kötü bir şey aslında. Ve bana suçluluk hissettiriyor. Yani mesela babamın durumunun şu an sadece kötüye gittiğini biliyorum. Başka bir şey bilmiyorum. Detaylı olarak. Ve bu çok kötü. Sosyal medyaya çok vakit ayırıyorum ve ailem için hiçbir şey yapmıyorum. (Görüşme 1, kadın)

Suçluluk hissediyorum bazen. Derste bile telefondadır gözüm. Bildirim gelirse hemen bakmalıyım. Bir de şimdi mesaj gönderen kişi sen bakmazsan mesajı geri silebiliyor. Eğer bakmazsam ve mesaj silinirse o ne yazdıydı diye içim içimi yiyor. Keşke bu silme olayı gelmeseydi. Annemle konuşurken suçluyorum kendimi bazen.

Üzülüyorum da aslında. O bir şeyler anlatıyor ama benim telefon elimde. Saygısızlık aslında bu. (Görüşme 13, erkek)

Vakit geçirmek için kullandığım uygulama bütün vaktimi çalıyor. Vaktimin boşa geçtiğini görünce de suçluluk duyuyorum aslında. Kısır döngü gibi. Canımın sıkılmasından kaynaklı sosyal medyada geziniyorum ve fazla vakit harcadığım için yine canım sıkılıyor. Çok fazla suçluluk duygusu yaşıyorum. Keşke vaktimi boşa harcamasaydım dediğim çok oluyor. Bir de zamanı kaçırdığımı hissediyorum. Bu da suçluluğa sebep oluyor. Oyunu bırakamadığım için aileme vakit ayıramıyorum o zaman da yine suçluluk hissediyorum ama bağımlılık. Bırakmak istesem de bırakamıyorum. (Görüşme 17, erkek)

Sosyal medyayı samimi bulmuyorum, samimi bulmadığım ortamda neden bulunduğumu sorguluyorum bazen. Mesela sanki herkes mutluymuş gibi orda. Ama mutluyken, keyif alırken fotoğraf paylaşılması da enteresan. Ya keyif alınmıyor ya da samimiyet problemi var. Böyle olunca da diyorum ki madem burayı samimi bulmuyorsun neden buradasın? O zaman bende suçluyum bende samimi değilim diyorum. (Görüşme 18, erkek)

Her şeyin sahte olduğunu bile bile sosyal medyadayım. Kızıyorum bu yüzden. Ben sosyal medya kullanıyorum ancak sosyal medya doğallıktan ve samimiyetten uzak bir yer. Fotoğraflar bile sahte. Bir de filtre kullanımı mecburi gibi oldu. Garip bir şey. Tozpembe bir hayat var sosyal medyada. Bunu bilmeme rağmen kendime engel olamadığım için suçluyorum kendimi. Faydalı bir şeye baktığımda olmuyor ama eğer sosyal medyadaysam ya da oyun oynuyorsam kendimi suçluyorum. Ama genelde vakti harcadıktan sonra kızıyorum. Başında çok keyifli geliyor. (Görüşme 19, erkek)

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu

Sosyal medyaya erişimin kolaylaşması ile birlikte bireylerin sosyal medyada yaşananlardan uzak kalmaktan endişe duymaları söz konusu olmaktadır. FoMo olarak bilinen "Fear of Missing Out", Türkçe adıyla "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu", bireyin çevresindeki gelişmelere katılamaması, gelişmelerden uzak kalma endişesi olarak tanımlanabilir. Esasında bir sosyal anksiyete olarak da ifade edilebilir. Sosyal medyadaki gündemden geri kalmak, bu araştırmaya katılanların da büyük bölümünde yer alan bir kaygı olarak gözükmektedir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve

akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanamadıkları zaman gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayanların olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayanların görüşleri şu şekildedir;

Eksiklik hissediyorum, bir şey olmuş da olayı kaçırmışım gibi oluyor. Eksiklik hissediyorum. Nasıl söyleyeyim, mesela bir şeyleri kaçırıyormuşum gibi oluyor. Bir şey mi oldu, haberim mi yok, öyle hissediyorum. (Görüşme 1, kadın)

Kim ne yapıyor merak ediyorum. Merak ettiğim için giriyorum sosyal medyaya. Girmezsem yaşananlardan geri kalıyorum gibi geliyor. Sosyal medyaya girmezsem gelişmeleri kaçırıyorum gibi geliyor. Boş boş bakınıyorum etrafa. Her an sosyal medyada olmalıyım. (Görüşme 12, erkek)

Nelerden uzak kaldım diye düşünüyorum. Sosyal medyaya 24 saat girmesem her şey değişiyor sanki. Tuhaf bir mecra. Sürekli çevrimiçi olmanız gerekiyor. Yoksa piyasadan silinme diye bir tabir vardır hani, öyle silinmiş gibi oluyorsunuz. (Görüşme 16, erkek)

Kontrolü kaybetmiş hissediyorum instagrama falan girmeyince. Sosyal medyaya girmeyince bir şeyleri kaçırıyormuşum gibi hissediyorum. Ben orda olmazsam beni unuturlar korkusu mu yoksa diğerlerinin öğrendiğini öğrenememe korkusu mu tam bilmiyorum ama kesin olarak bildiğim bir şey var bir şeyleri kaçırma korkusu ile sürekli sosyal medyadayım. (Görüşme 18, erkek)

Sosyal medyayı bir süre kullanamadım ve sonra girdim diyelim. Her an her gün espriler değişiyor. Gönderiler görüyorum millet yorumlarda gülüyor. Ben anlamıyorum çünkü kaçırmışım muhabbeti. İnternette bunu arıyorum ne oldu diye. (Görüşme 20, erkek)

Uzun Süre Meşgul Olma

Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı, günlük hayatta vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Yaşanılan çağda, sosyal medya ve akıllı telefonu kullanmamak hayattan soyutlanmak ile özdeşleştirilmektedir. Şu hâlde sosyal medya ve akıllı telefon

kullanımını sıfırlamak yerine doğru kullanılmayı öğrenmek hedeflenmelidir. Bu noktada sosyal medyaya ve akıllı telefona ayırılan sürenin fazla olması bağımlılığa giden bir süreç olarak gösterilebilir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon ile uzun süre meşgul olanların olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon ile uzun süre meşgul olanların görüşleri şu şekildedir;

Mesela annem bana yemek yap diyor bazen. Tamam diyorum ama video izlemeye ne biliyim işte instagramda stalk yamaya bir başlıyorum 2-3 saat geçiyor. Sonra unutuyorum yemeği falan. (Görüşme 4, kadın)

Tüm vaktimi alıyor. Önemli bir iş yapmam gerektiğinde bazen bakıyorum 2-3 saat yatakta telefonla vakit geçmiş. (Görüşme 6, kadın)

Aslında arkadaşlarımla da vakit geçiriyorum. Çıkıp dolaşıyorum. Ama mesela onlarla beraberken de sosyal medya hesabıma erişmem gerekiyor sanki. Sürekli bakma ihtiyacı duyuyorum. (Görüşme 11, erkek)

Arkadaşlarımla vakit geçirmem gerekmesine rağmen sosyal medyada vakit geçiriyorum. Zamanı boşa harcıyorum aslında. Tuvalette bile öyle. 5-10 dakikada tuvaletten çıkacakken 20-30 dakika sürüyor. Kitap okumak, arkadaşlarımla vakit geçirmek, ailemle ilgilenmek gibi şeylere zaman ayırmam gerekirken tamamen sosyal medyadayım. Sürekli akışı yenilemekten yoruluyorum aslında. Ama engel olamıyorum kendime. Boş kaldığım her an telefonlayım. (Görüşme 14, erkek)

Oyun oynarken vakit nasıl geçiyor bilmiyorum. Hayata geç kalıyorum öyle olunca da. Online oyunlar bir de. Ayıp olmasın diye oyunu da bırakamıyorum. İşim olunca oyun oynuyorsam çok arada kalıyorum. (Görüşme 17, erkek)

Başarısız Azaltma Girişimleri

Bağımlılık döngüsü içerisinde yer alan "istersem bırakırım" ve bunu takip eden "bu meret bırakılmaz" süreçleri sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığında da benzer şekilde ilerlemektedir. Birey, sosyal medya ve akıllı telefon kullanımını azaltmak istediğinde başarısız olmakta, kendisini boşlukta hissetmekte ve yoksunluk

belirtilerini ortadan kaldırmak için akıllı telefonunu tekrar kullanmaya yönelmektedir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarını azaltmak istediği halde başaramayanların olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarını azaltma konusunda başarısız deneyimlerini olanların görüşleri şu şekildedir;

Üniversitenin ilk günlerinde hesabımı dondurmuştum. Onunla ilgilenmek yerine derslerime dönmek istedim ama kendimi büyük bir boşlukta hissettim. Sanki böyle en sevdiğim kişi hayatımdan çıkmış gibi oldu. Çok garip hissettim. Hesabımı açınca iyi oldum. Boşluk doldu. Üniversite sınavına girerken de kapatmıştım. Ama sonradan dayanamadım. Fake hesap açıp başkaları ne yapıyor diye baktım. (Görüşme 3, kadın)

Azaltma girişimlerinde bulundum ama başaramadım. İşim varsa bile şu iş bir bitse de telefonu elime alsam diye düşünüyorum. (Görüşme 6, kadın)

Azaltma girişimlerim oldu ama başaramadım. Sınav dönemlerinde özellikle azaltıyorum biraz ama yine tamamen bırakmıyorum. Odağımdan gitmemeli telefon ve sosyal medya. (Görüşme 12, erkek)

Benim açımdan problem yok aslında. Ben oyun oynamayı çok seviyorum. Ama kız arkadaşımla problem yaşamıştık. Oyun oynarken arasın, yazsın hiç açmam. Mobil verimle oynadığım için oyunda saniyelik kasmalar yaşatıyor. Sen beni niye arıyorsun diye kızarım arayana da. Sonra kız arkadaşımla ayrılacak noktaya geldik ve dedim ki tamam siliyorum oyunları. Sildim, 1 hafta oynamadım. Böyle öyle kötü oldum ki. Bir yere oturuyoruz normal bir insan evladı, kafeye oturur arkadaşları ile iki muhabbet eder. Etrafı izler, insanlara bakar. Ben bir yere gittiğim zaman oyun oynuyorum ve etrafımda kim var kim yok, kim masadan kalktı, yenisi mi geldi hiç görmüyorum. Oyunları sildiğim zaman sağıma soluma bakıyorum, elimde telefon ama boş. Hiçbir işe yaramıyor ki. Ha 3310 ha akıllı telefon. Kendimi boş hissettim. Sonra kız arkadaşımdan gizli oyunu yeniden kurdum. Ondan sonra telefonda oyun oynarken açmak zorunda kaldım falan ama öyle de olmadı. Sonunda da ayrıldık. En büyük kavgalarımız bu yüzdendi işte. (Görüşme 20, erkek)

Sosyal Faaliyetlerden Vazgeçme

Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının artması ve bağımlılık ile sonuçlanması durumunda birey sosyal yaşantısından vazgeçmeye başlamakta ve sosyal faaliyetlerini azaltmakta ya da tamamen sosyal faaliyetlerinden tamamen vazgeçmektedir. Öte yandan sosyal faaliyetlerini de yine sosyal medyaya göre şekillendirmeye başlamaktadırlar. Örneğin gideceği bir kafede çekineceği fotoğrafın sosyal medyadaki etkileşimini düşünerek hareket etmesi olasıdır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle sosyal faaliyetlerinden vazgeçenlerin olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle sosyal faaliyetlerinden vazgeçtiği ifade edenlerin görüşleri şu şekildedir;

Yolu gitmektense telefonla konuşmak daha kolay. Mesaj atmak daha kolay. Görmek gibi olmuyor ama daha kolay. Çok da dışarı çıkmak istemiyorum. Ailemle de oturamıyorum. İlgilenmiyorlar. Sıkılsam bile "hadi biraz yürüyüş yapıyım" demek yerine telefonu elime alıyım diye düşünüyorum. Bu da aslında tüm yaşantımı olumsuz etkiliyor. (Görüşme 6, kadın)

Normalmiş gibi geliyor her şey. Alışkanlık oldu artık. İnternetsiz bir şey yapamıyoruz ki. Buluşsak bile telefonla fotoğraf çekinip sosyal medyaya koyuyoruz. Ailemle vakit geçirirken de sosyal medya ve telefon hayatımızda. Pikniğe gidiyoruz annem hemen video çekip hesabında paylaşıyor. Yani aslında birlikte geçirdiğimiz vakitler bile sosyal medya için gibi geliyor bana. Dediğim gibi kimse gelmiyor görüşmeye. Hele şu virüs çıktı çıkalı kimse dışarı gelmiyor. Görüşmek de istemiyorlar. Ne yapıyım bende telefonumla vakit geçiriyorum. (Görüşme 8, kadın)

İnsanlarla iletişime geçmeyi çok seven birisi değilim. Gizliden gizliye takip etmek daha iyi. Mesela şöyle düşünün bir arkadaşınızla bir konu hakkında konuşacaksınız. Sosyal medyadan ya da telefonunuzdan bu konuyla ilgili ona yazarsınız ya da ararsınız 5-10 dakikada işiniz biter. Ama bunu yüz yüze yapacaksanız bir sürü vaktiniz gider. Dünya'dan kopup başka bir âleme giriyorsun sosyal medya sayesinde. Bu bence hayatımızda olmalı ama yeterli kullanım şartlı. Keyif alıyorum sosyal medyada gezinirken. Arkadaşımla buluşmak için bir emek harcamam gerekiyor. Para harcamam gerekiyor. Sosyal medyada bunlara gerek yok. (Görüşme 13, erkek)

Arkadaşlarımla vakit geçirmek istemiyor değilim. İstiyorum ama artık herkesin ortak noktası sosyal medya. Örnek veriyorum bir kafede otururken de videolar hakkında konuşuyoruz birbirimize videolar gönderip gülüyoruz o video o akım hakkında konuşuyoruz. Sosyal medya günlük konuşmalarımızın büyük bölümünü oluşturuyor. Nasılsın iyi misinden öteye gitmiyor ki rutin konuşmalarımız. Ailemle kuşak farkı var. Babamla da annemle de muhabbetimiz çok yok. Sağ olsunlar benimle ilgilenirler hiçbir şeyimi eksik etmezler. Ne istersem alırlar ama muhabbet etmek, birlikte vakit geçirmek için ortak düşünceler olmalı. (Görüşme 15, erkek)

Arkadaşlarımla buluşuyorum. Buluşuyorum ama oyun için buluşuyoruz. Oyunu tek başıma oynamak yerine arkadaşlarımla oynayınca daha keyifli oluyor. Normal oturduğum arkadaşım pek yok. Otursak bile 10-15 dakika muhabbet edip oyuna başlıyoruz. Hatta oyun oynamayan arkadaşlarımda vardı biz hep oyuna dalınca onlar da artık gelmemeye başladı. Annem babamla da çok vakit geçiremiyorum. Onlar genelde yazlıkta oluyor. Evde yalnız olduğum için de oyuna daldım sanki. Onlar varken de rahatsız oluyorum çünkü babam oyun oynamamı istemiyor. O zaman da uyumam gereken vakitten çalıp oyun oynamak zorunda kalıyorum. (Görüşme 20, erkek)

Hayatında Önemli Bir Faaliyet Haline Gelmesi

Önceki belirtilerden de anlaşılacağı üzere sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı birey için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Kullanımın azalması durumunda bireyde yoksunluk belirtileri ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyada alacakları beğeni sayıları, oyunlarda geçecekleri leveller, videolarda izledikleri davranışlar tüm yaşantılarına yansımaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefonun hayatlarında önemli bir faaliyet haline geldiği görülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının hayatlarında önemli bir faaliyet haline geldiği gösteren görüşler şu şekildedir;

Sosyal medyanın benim hayatımdaki yeri çok önemli. Günlük yaşamımda da keşfette gördüklerimi, videoları, sözleri anlatırım. Yani aslında günlük yaşantımda da oradaki komik davranışları yansıtarak mutlu oluyorum. (Görüşme 1, kadın)

Çok önemli benim için. Davranışlarımı da etkiliyor. Takipçi sayım da fazla olduğu için özgüvenim artıyor. Yorumlar beğeniler mutlu ediyor. Orada beğenildiğimi biliyorum, ne yapsam beğenilecek. Bu da özgüvenimi artıyor. (Görüşme 3, kadın)

Ders çalışmam gerekiyor, yürüyüş yapmam gerekiyor bunları biliyorum ama benim için birinci plan telefon. Sosyal medyada vakit geçirdikten sonra sıkılırsam, o zaman diğerlerine vakit ayırabilirim. (Görüşme 6, kadın)

Mesela geçen ay telefonumu garantiye yollamıştım. Tuşlu telefonum vardı onu kullandım birkaç gün. Ama elimi telefona atıyorum bakıyorum tuşlardan ibaret, hiçbir yere giremiyorum, çok büyük bir hayal kırıklığına uğruyorum. Çok kötü hissetmiştim kendimi. Bir fotoğraf çekmeye kalkışsam çekilmiyor, işe yaramaz bir alet haline dönüyor o zaman. Akıllı telefonsuz hayat çekilmez bence. Evde mesela hangi odadaysam şarja orda takmam gerekiyor. Diyelim oturma odasındayım ve kendi odama gitmem gerekiyor. Telefonu şarjdan çıkartıp odama alırım. Hastalık gibi bu. Bu huyumu sevmiyorum. Ama kendimi de alamıyorum. (Görüşme 12, erkek)

Sosyal medya bizi kontrol eden bir araç haline geldi. Ertelemeye neden oluyor. Bir şey yapacaksam onu yapmama engel oluyor. Kendi kendime kalmama engel oluyor. Böylelikle de hayatımı olumsuz etkiliyor. (Görüşme 19, erkek)

Uykusuzluk sebebim diyebilirim. Uykumdan alıp ona veriyorum vaktimi. Sosyal medyanın değil de telefonun yeri büyük. Bilgisayar da öyle. Bazen bilgisayarda oynadığım oyunları açarken açılma süresi var işte mesele 5 dakika falan oyunun açılması sürüyor. O sürede bile telefonda oynadığım 5-10 dakikalık oyunlar var. Onları oynuyorum. Oyun benim her şeyim olmuş durumda. Oyunlardaki karakterleri de yaşıyorum bazen. Sözlerini falan ezberliyorum. Filmlerde hani replikler aklınızda kalırya benim de oyundaki karakterlerin sözleri ve davranışları hayatıma yansıyor. Kendimi, onunla özdeşleştiriyorum. (Görüşme 20, erkek)

Çatışma

Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı fazla olan bireyler, yakın çevrelerini ihmal ettikleri için onlarla çatışma yaşayabilmektedir. Yüz yüze buluştukları kişi ile iletişime geçmek yerine sosyal medyadaki birisi ile iletişime geçmeleri söz konusu olabilmektedir. Bu durum ise karşı tarafın kendisini değersiz hissetmesi ve bağımlı

kişi ile çatışması ile sonuçlanmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle yakın çevresi ile çatışma yaşayanların olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle çatışma yaşayanların görüşleri şu şekildedir;

Babamı da zaten pek görmüyorum erken gidiyor geç geliyor o. Annemle çatışma yaşıyoruz genelde. Gözlerin bozulacak artık bırak şu telefonu diyor. Ben sosyal medyaya video çekerken kardeşlerim rahatsız ediyor onlarla da pek anlaşamıyorum bu yüzden. (Görüşme 3, kadın)

Annemle oluyor. Şöyle oluyor. Arkadaşlarımla bazen telefonla konuşurken konuşma uzun sürerse annemden tepki alabiliyorum. Hadi telefonu kapat da yanımıza gel gibi tepki alıyorum bazen. (Görüşme 10, kadın)

Babam da genelde kızıyor. Çok vakit harcadığım için. Annem çok karışmaz da babam çok kızıyor. Ama mesela bu da kötü. Yanında oturmak istiyorum bazen. Ama sırf babam telefona kızdığı için genelde odamda oluyorum. (Görüşme 15, erkek)

Annem hassastır bu konuda. Yediğimizi içtiğimizi paylaşma der. Fotoğraf çektiğim an kızıyor. Bizimle birlikte olmak için değil de fotoğraf yüklemek için yanımıza geliyorsun diyor. İstemsizce bir hareket olmaya başladı bu. Kızsa bile tekrar yapıyorum aynı davranışı. (Görüşme 18, erkek)

Babam oyun oynanama, telefona bakmama çok kızıyor bu nedenle o evde olduğunda babam uyuyunca oyun oynayabiliyorum. Bırakın oyun oynamamı, telefon ışığını açık görse ağzına geleni sayar bana. Sevgilim vardı ayrıldık. Şimdi yeni bir kız arkadaşım var. Oyun ona çocuksu geliyor. Çok fazla oynuyorum deyince biraz küçümsedi ama bakalım oynamam dedim üstünü kapattım. Genelde tartışmak yerine olayların üstünü kapatmayı tercih ediyorum. (Görüşme 20, erkek)

Akademik/ Ev İçi/ Sosyal Yükümlülükleri Yerine Getirme Sorunları

Sosyal medya ve akıllı telefon ile geçirilen vaktin giderek artması ve sosyal medyada geçirilen süreninin kontrol edilememesi bireyin akademik/ev içi ve sosyal yükümlülükleri yerine getirmesine engel olmaktadır. Özellikle bireyin üniversite

öğrencisi olması durumunda derslere ve sınavlara hazırlık dönemlerinde sosyal medya kullanımı nedeniyle sınavlara yeterince çalışmaması ile sonuçlanmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı, bireyin sosyalleşmesine ve ev içi görevlerini yerine getirmesine de engel olabilmektedir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle akademik/ev içi/sosyal yükümlülükleri yerine getirme sorunları yaşayanların olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle akademik/ev içi/sosyal yükümlülükleri yerine getirme sorunları yaşayanların görüşleri şu şekildedir;

Şöyle söyleyeyim mesela ben 4 sene boyunca mezuna kaldım. Üniversiteyi kazanamadım. Sosyal medya ve aşırı telefon kullanımım nedeniyle. Çünkü hiç derse bakmadım. Dershaneye falan gittim ama derslerde öyle hep aklım telefonumdaydı. Sosyal medyada gezindim, derse bakmadım, çalışmadım. Yine mesela annem sürekli kızıyor. Telefonda ne var ya diyor bana, biraz bana yardım et diyor. Bir işin ucundan tutuyorum ama çok kısa süre yardım edip hemen işten kaçmanın telefona bakmanın bir yolunu buluyorum. (Görüşme 1, kadın)

Üniversite sınavına hazırlanırken babam bana online kurs satın almıştı. Çünkü dershaneye gitmeyeceğimi biliyordu. Ama işte bu kez de evde ders dinlerken telefon yanımda oluyordu. Ders dinlerken bildirim sesi geldiği an telefona bakıyordum sonrası da malum. Bir daha da kaçırmış oluyordum dersi. (Görüşme 4, kadın)

Genellikle geri kalıyorum. İşler aksıyor annem de babam da kızıyor. Akademik anlamda da mesela herkes bilir ki finaller vizeler döneminde kimsenin canı ders çalışmak istemez. Kafamız dağılsın diye telefona dalıyorduk o zaman da sınava çalışmadan giriyorduk. Bu anlamda bence sosyal medyanın hayatımıza etkisi çok fazla. (Görüşme 16, erkek)

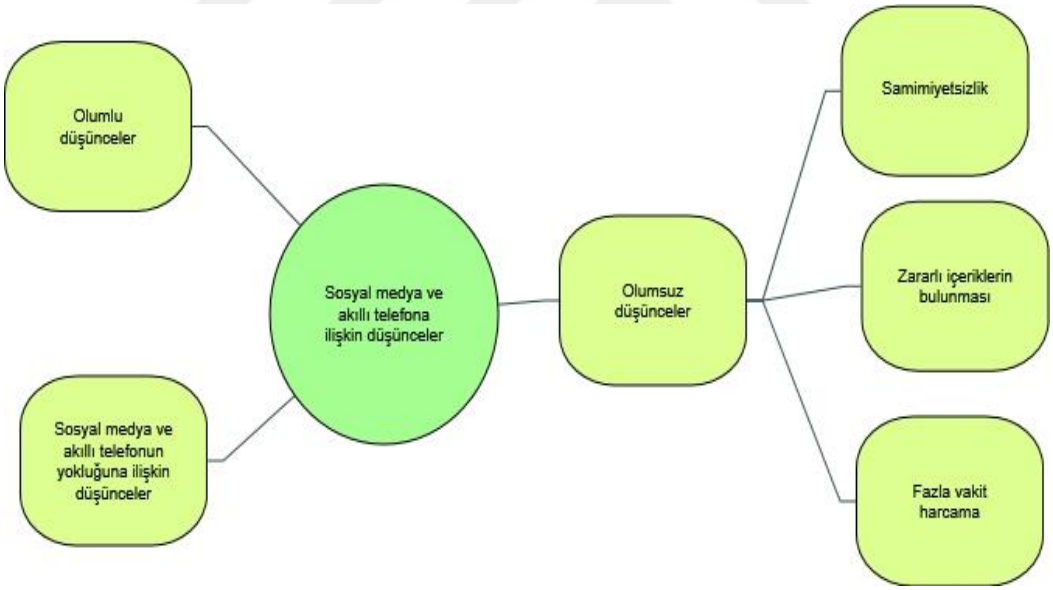
Bir şey yapmam gerekiyorsa ertelemek zorunda kalıyorum. Erteletiyor. Ders çalışmamı, arkadaşlarla buluşmamı, annemin, babamın benden istediği bir görevi yerine getirmemi. Hepsini engelliyor, erteletiyor. (Görüşme 19, erkek)

Yazın babamla birlikte çalışıyorum. O zaman çok zor oluyor. Oynadığım oyunlarda bazı modlar var sadece yılda 1-2 kez geliyor ve 10-15 gün sürüyor. O günler

ızdırap gibi geliyor çalışmak. Oyunlardaki farklı modlar açıldığı an ne uyumak istiyorum ne çalışmak ne başka bir şey. Sadece oyun oynamak istiyorum. Çalışırken de aklım hep oyunda. Parayı sonra da kazanırız, ama oyun yılda bir kez gelir diyorum. Beklemek zorunda kalırız diye bırakıyorum çalışmayı. Bir keresinde gece çalışacaktım. Taksi var bizim, onu kullanıyorum tatil zamanları. İşe çıkıyorum yani. Bir gün çıktım böyle. Gece çalışacaktım. Telefona bir baktım oyunun yeni modu açılmış. Arabayı çektim kenara, 3-4 saat oyun oynadım. Çalışmam, para kazanmam gereken saatte oyun oynadım. (Görüşme 20, erkek)

4.2.4. Sosyal Medya ve Akıllı Telefona İlişkin Düşüncelerine Ait Bulgular

Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına ilişkin üçüncü tema; "olumlu düşünceler", "olumsuz düşünceler", ve "sosyal medya ve akıllı telefonun yokluğuna ilişkin düşünceler" olmak üzere üç kategoride toplanmıştır. İlgili tema ve kategorilerine ilişkin veriler aşağıda paylaşılmıştır.



Şekil 8. Sosyal medya ve akıllı telefona ilişkin düşünceleri.

Olumlu Düşünceler

Sosyal medya, bireylerin bilgi edinmelerine, yüz yüze görüşme imkânlarının olmaması durumunda görüntülü görüşme gerçekleştirmelerine, kendilerini ifade etmelerine ve işlevsel kullanılması durumunda para kazanmalarına imkân sağlamaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefona ilişkin

düşünceleri değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefona ait olumlu düşüncelere sahip olanların olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefona ait olumlu düşünceler bildirenlerin görüşleri şu şekildedir;

Çok utangaç ve çekingen biri olduğum için sürekli içime atıyorum. Hani biriyle konuşamıyorum, o sebepten dolayı da sosyal medya üzerinden kendimi ifade etme şansı elde etmiş oluyorum. Orda utanacak kimse yok, yüz yüze konuşmuyorum, konuşmayı sürdürmek istemezsem sohbet etmiyorum, utanmıyorum, çekinmiyorum, direk içimde ne varsa hepsini paylaşıyorum. İyi veya kötü ne varsa paylaşma şansım oluyor. (Görüşme 1, kadın)

Mesela bu yıl pandemi sürecindeyiz ve arkadaşlarımla görüşemiyorum. Sosyal medya sayesinde arkadaşlarımla görüşebiliyorum, bu yönden de olumlu. (Görüşme 2, kadın)

Olumlu bir etkisi aslında hesabımı büyüterek para kazanmak. (Görüşme 3, kadın)

Depresif bir insanım. İnternette pozitif bilgiler okuduğumda iyi geliyor. Ben bunu yapabilirim. Ayağa kalkabilirim diyorum. Motive ediyor. (Görüşme 4, kadın)

Olumlu anlamda düşünürsek aradığım tüm bilgilere erişebiliyorum mesela. Maçlar kaç kaç bunları anında öğrenemezdik mesela. Televizyondan bilgi gelene kadar beklerdik. Bu da aslında biz istediğimiz zaman değil de kanallar istediği zaman haberlere erişmemiz ile sonuçlanırdı. Sporla alakalı videoları da izleyemezdim. Dil öğrenmek için telefon üzerinden erişebiliyorum, olmasaydı yüz yüze bir kursa gitmem gerekirdi. Ki mesela şu an yüz yüze eğitim yok, telefon olmasa uzaktan eğitime de erişemezdim. Bence olmazsa olmaz olmuş durumda. (Görüşme 11, erkek)

Olumsuz Düşünceler

Sosyal medya hakkında olumlu düşüncelere sahip olanlar olduğu gibi araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin büyük bölümü sosyal medya hakkında olumsuz görüş bildirmiştir. Sosyal medyada paylaşılan gönderiler bazen gerçeği yansıtmamakta ve bu durum diğer kullanıcılar tarafından fark edilebilmektedir. Bu durum sosyal medyanın samimiyetten uzak olduğunun göstergesidir. Öte yandan

sosyal medyada zararlı içerikler bulunmakta ve bu durum özellikle çocuklar için tehdit edici bir unsur olarak gözükmektedir. Son olarak sosyal medya kullanıcıları, vakitlerinin büyük bölümünü sosyal medyada geçirmektedir. Böylelikle de vakitlerini doğru yönetememektedirler. Katılımcıların anlatıları doğrultusunda üç alt kategori belirlenmiştir. Bu alt kategoriler; "*samimiyetsizlik*", "*zararlı içeriklerin bulunması*" ve "*fazla vakit harcama*" şeklinde sıralanmaktadır.

Samimiyetsizlik

Sosyal medya yarışma ortamı gibi. Savaşıyoruz resmen. Ne yedin ne içtin nerde gezdin kimleydin. Kim daha çok gezdi yarışmasına döndü sosyal medya. Bu yüzden de çok da samimi bularak kullandığım söylenemez. (Görüşme 9, kadın)

İnsanların hayatlarında 24 saat var ama sadece keyifli ve mutlu oldukları anları paylaşıyorlar. Bu nedenle kimsenin samimi olunduğunu düşünmüyorum. (Görüşme 10, kadın)

Twitter'ı daha çok kullanıyorum. Takip ettiğim ve beni takip eden kişi sayısı arttıkça mutlu oluyorum. Aslında sahte rakamlar bunlar ama bilmiyorum mutlu oluyorum. İçine bir kez düşünce de çıkamıyor ki insan. Sosyal medyada çok arkadaşım var. Aslında gerçek arkadaş değil ama ne biliyim sayıca daha fazla işte. Sayı çok önemli artık. Doğum gününüzde sizi kaç kişi kutladı artık herkes oraya bakıyor. Doğum günü kutlamaları farklı oldu. Birinin doğum gününü birileri kutluyor, o da diğerlerine bu mesajları gösterme gereği duyuyor. Aslında oldukça tezat bir durum var. Sevildiğini gösterme çabası gibi. Bazen sanal olanı gerçeğe tercih etmiş gibi hissediyorum. (Görüşme 14, erkek)

Bilmiyorum aslında sosyal medyadaki arkadaşlığa güvendiğim söylenemez. Arkadaş dediğin kişinin her an ulaşılabilir olması lazım mesela. Yani mesaj attığımda acaba dönecek mi diye beklemeyip anında arayabildiğim kişidir arkadaş. Ben o yüzden arkadaşlık konusunda sosyal medyanın oldukça sahte olduğunu düşünenlerdenim. Aile konusunda da öyle. Mesela sosyal medya fenomenleri biz bir aileyiz falan derler. Aslında hiç inandırıcı gelmiyor. Aile derdinle dertlenendir. Fenomenler benim ailem olamaz ki. Benim tek ailem annem ve babamdır. Ama tabi bunu bilmeme rağmen o fenomenleri takip etmeye ve aileme vakit ayırmamaya devam ediyorum. Bu nedenle

suçluyorum bazen kendimi. (Görüşme 18, erkek)

Samimi bulduğum söylenemez ama samimi olmadığı için de sosyal medyayı bırakacağımı söyleyemem. İnsanlar sosyal medyada hep mutlu. Oldukça samimiyetsiz bir döngü. Mesela biri öldüğünde onunla ilgili bir fotoğraf paylaşıp ve hatta sadece siyah bir fotoğraf paylaşıp ve belki de hiçbir şey paylaşıp hiçbir şey olmamış gibi devam edebiliyoruz ama mutluysak ya da mutlu gibi gözükmek istiyorsak insanların gözüne soka soka mutlu anlarımızı paylaşıyoruz. (Görüşme 19, erkek)

Zararlı İçeriklerin Bulunması

İnternet ortamında çok fazla zararlı içerik var. Herkesin erişeceği şekilde her içerik var. Buna dikkat çekmeliyiz. Güvenli kullanım var ama bunu aşmak oldukça kolay. Çocuklar açısından tehdit edici bir unsur bu. (Görüşme 1, kadın).

Ama ben mesela akıllı telefonun olumsuz olarak özellikle çocuklar için çok zararlı olduğunu düşünüyorum. Evet, belki şu an 19 yaşındayım ama çocukken de telefon elimdeydi ve istediğim her kötü videoya erişme şansım vardı. Bence bu çok kötü bir şey. (Görüşme 11, erkek)

Fazla Vakit Harcama

Olumsuz yanı ise daha fazla. Uyandığım andan itibaren elime alıyorum, uyumadan önce de elimde oluyor. Son kez şuna da bakıyım buna da bakıyım diyorum bir bakıyorum saatler geçmiş. Uyuyamıyorum da aslında. O son kez şuna bakıyım dediğimdeki son hiç gelmiyor. O yüzden hep sanal olarak yaşıyorum gibi geliyor. (Görüşme 3, kadın)

Olumsuz etkiliyor tamamen. Bazen diyorum ki şu telefonla uğraşacağıma kitap okuyum ama telefon elimden düşmüyor. Bir video izleyim bırakıyım diyorum sonra bir tane daha sonra bir tane daha. Bir bakıyorum saatler geçmiş. Çok sıkılıyorum, bırakmak istiyorum ama canımın sıkıntısını da bir tek telefon alıyor. Zaman kaybı aslında. (Görüşme 5, kadın)

Ailemle oturamıyorum mesela. Bazen hani çağırıyorlar gel sohbet edelim diye, hemen gidemiyorum. Belli bir süre geçiyor sonra gidiyorum yanlarına. (Görüşme 7,

kadın)

Olumsuz etkisi çok fazla. Bazen dikkat ediyorum da hiç kitaba vakit ayıramıyorum. Ki ben kitap okumayı çok severim. Özellikle video izlemeye bir başlarsam 3-4 saat geçiyor. (Görüşme 9, kadın)

Olumsuz olarak da çok vakit harcadığım için ailemden arkadaşlarımdan uzak kalıyorum. Yeterince vakit geçiremiyorum. Sosyal çevremden uzak kalıyorum. Tüm sosyal hayatımı telefon veya sosyal medya üzerinden yaşamaya çalışıyorum. (Görüşme 16, erkek)

Sosyal Medya ve Akıllı Telefonun Yokluğuna İlişkin Düşünceler

Diğer bağımlılık türlerinde olduğu gibi sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığında da yoksunluk belirtileri görülmektedir. Bağımlı olan bireylerin yoksunluk belirtileri nedeniyle bağımlı oldukları nesnenin yokluğunu kabul etmemeleri beklenecektir. Öte yandan sosyal medya ve akıllı telefonun yokluğu, bireylerin çevreleri ile daha fazla etkileşime girmelerine imkân sağlayacaktır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefonun yokluğuna ilişkin düşüncelerini öğrenmek amacıyla "Hayatınızda akıllı telefon ve sosyal medya olmasaydı ne olurdu? Aile ve arkadaşlık ilişkileriniz nasıl olurdu?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların anlatıları doğrultusunda iki alt kategori belirlenmiştir. Bu alt kategoriler; "*çevre ile daha fazla etkileşim*" ve "*yoksunluk/ soyutlanmışlık hissi*" şeklinde sıralanmaktadır.

Çevre ile Daha Fazla Etkileşim

Sosyal medya ve akıllı telefonun yokluğu durumunda bireylerin çevreleri ile daha fazla etkileşime girmeleri ve sosyalleşmeleri beklenmektedir. Ayrıca sosyal medya ve akıllı telefon olmaması durumunda bireylerin aileleri ile daha iyi anlaşacakları, daha kuvvetli bağ kuracakları düşünülmektedir. Nitekim görüşmeye katılan üniversite öğrencilerinin görüşleri de bu kanıyı desteklemektedir.

Aslında telefon hayatımıza hiç girmeseydi bence daha güzel daha samimi olurduk. İletişimler gerçek olurdu. Yüz yüze görmek, mimiklerini görmek ve kahkahasını görmek daha güzel olurdu. Emojilerde kalmamalı. Kişi gülen surat atıyor

ama kendi gülmüyor. Benim çok oldu öyle. (Görüşme 4, kadın)

Hiç kimse de telefon olmasaydı etkilerdi. Sosyal medyada görüştüğümüz kişiyle yüz yüze görüşecektik. Filtre de olmayacaktı. Yani kimsenin maskesi olmayacaktı. Bu da tüm davranışlarımızı daha samimi bir hale getirecekti. Sağlıklı iletişim yüz yüze olur ve şu anki iletişim tarzımız olumsuz bir iletişim. (Görüşme 10, kadın)

Şu bir gerçek ki olmaması güzel olurdu. Kitap okurduk, ailemle, arkadaşlarımla daha çok vakit geçirirdim. Şu anda telefon kalksa, herkesten gitse muhtemelen her şey daha güzel olur. Sigara kullanan birisiyim. Geçen gün ailemle pikniğe gittik. Sigarayı unuttum. Hiç aklıma bile gelmedi. Yani şunu söylemek istiyorum. Telefonun, sosyal medyanın olmayacağı ortam olsa, yani ihtiyacım olmasa aklıma gelmez. (Görüşme 12, erkek)

Bir dönem sosyal medyayı kapattım ve yokmuş gibi yaşadım. O kadar güzeldi ki. Daha dinç, daha mutluydum. Sohbet edince yüz yüze bana çok iyi geldi. Aslında sosyal medyadan bir süre sonra sıkılıyor insan ama bırakamıyor elinden. Bence doğru ortam ve doğru kişiler etrafımızda olsa herkes bırakır telefonu da sosyal medyayı da. Bence her şey çok daha güzel olurdu. İstediğim yerleri gezer kafa dinlerdim herhalde. Soyutlanıyoruz gibi. (Görüşme 16, erkek)

Sosyal medya hiç olmasaydı herhalde daha doğal davranışlar sergilerdik. Ama telefon olmasaydı benim için büyük yük olurdu. Evet, daha sosyal ve insanlarla daha fazla iletişime geçen biri olabilirdim ama telefon benim hayatımı çok kolaylaştırıyor. Olmasaydı daha doğal davranan insanlar olurduk. Hepimiz için gerçek bu. (Görüşme 18, erkek)

Yoksunluk/ Soyutlanmışlık Hissi

Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları davranışsal bir bağımlılığa dönüşen bireylerin sosyal medya ve akıllı telefonun yokluğunu düşünmeleri zor olacaktır. Bu yokluk, yoksulluk ile ilintili olacak ve günlük hayata adapte olmaları güçleşecektir. Görüşmeye katılan üniversite öğrencilerinin görüşleri de bu kanıyı desteklemektedir.

Yokluğunu düşünemiyorum. 13 yaşımdan beri kullanıyorum. Mesela deseler ki artık telefon yok. Günlerce ağlarım. Normal hayata adapte olmak için de uzun bir süre geçmesi gerekir sanki. Yokluğunu kabullenmem çok zor olur. Hayatıma devam etmem

çok zor. Dışarda sosyalleşmek yerine telefonla sosyalleşiyorum ben. Eğer telefon olmazsa, belki birileriyle sohbet edebilirim ama aklım yine telefonda olur. (Görüşme 6, kadın)

Taş devrine, ilkçağa dönmüş gibi olurum. Hele müzik dinleyemezsem büyük sıkıntı. Yalnızlık çekerim. (Görüşme 9, kadın)

Uzun süre bakmamak değil de şöyle söyleyim. Sevdiğim arkadaşlarım var. Onların bazıları ile farklı şehirlerdeyiz ve yüz yüze görüşemiyoruz. Onlarla konuşma ihtiyacı hissederim. (Görüşme 10, kadın)

Şu bir gerçek ki çağın dışında hissederim. Yaptığım her hareketi orada paylaşmam gerekiyor gibi. (Görüşme 18, erkek)

Ne yapardım bilmiyorum. Hayal bile edemiyorum. Askerde yaşadım aslında. Kâbus gibiydi. (Görüşme 20, erkek)

4.2.5. Aidiyet ve Bağımlılık İlişkisine Ait Bulgular

Aidiyet ve bağımlılık ilişkisine ait dördüncü tema; "aile aidiyeti" ve "grup aidiyeti" olmak üzere iki kategoride toplanmıştır. İlgili tema ve kategorilerine ilişkin veriler aşağıda paylaşılmıştır.



Şekil 9. Aidiyet duygusu ve bağımlılık.

Aile Aidiyeti

Nitel görüşmelere katılan üniversite öğrencilerinin aile aidiyet düzeyleri değerlendirildiğinde aile aidiyet düzeylerinin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan bireyler, aileleri ile kaliteli vakit geçiremedikleri için sosyal medya ve akıllı telefona yöneldiklerini ifade etmektedirler. Bu noktada görüşmeye katılanların ifadelerinin bu araştırmanın temel amacını oluşturan "aile aidiyeti sosyal

medya ve akıllı telefon bağımlılığını etkilemektedir" hipotezini desteklediği söylenebilir. Görüşmeye katılan üniversite öğrencileri, aileleri ile iletişim kuramadıklarını, fikirlerinin uyuşmadığını, vakitlerinin büyük bölümünü kendi odalarında geçirdiklerini, ailedeki diğer üyelerinde sosyal medya ve akıllı telefon bağımlısı olduklarını ifade etmektedirler. Görüşmeye katılan ve aile aidiyetleri hakkında bilgi verenlerin görüşleri şu şekildedir;

Ailemle ilgili de şöyle söyleyim onlarla fikirlerim çok uyuşmuyor gibi. Ortak bir konuda sohbet edemiyoruz. Telefonum olmadığında yanlarına gidiyorum ama konuşurken sataşıyorum hemen. Konuşmak için bir şeyler üretmeye çalışıyorum ama özellikle babamla fikirlerimiz hiç uyuşmuyor. Sürekli tartışıyoruz o yüzden de konuşmak istemiyorum. Düşünce yapımız çok farklı. (Görüşme 2, kadın)

Aslında zaten aileme aidiyet duymadığım için lise dönemimde sosyal medyaya yöneldim. Ailemde herkes sosyal medyada. Babama bir şey anlatıyorum. Hiç bakmıyor. Elinde telefon. Sonra bende alıyorum telefonu. Aile içi sohbet yok ki. Telefonu bana iten ailemdir. Bir insan çocuk yaşta ne görürse ona bakar. Annem babam da bağımlı benim. Hiçbir şekilde aidiyet hissetmiyorum. Aidiyet hissetseydim zaten böyle olmazdı. Telefon kullanıyor olmazdım. (Görüşme 4, kadın)

Aidiyet hissetmiyorum aileme. Bana kalsa yurttan hiç dönmem yanlarına. Aslında yanlarında olduğum zaman güvende hissediyorum ama işte çok da etkili bir iletişimimiz yok. Hayata bakış açısı da bunda etkili. Yeterince vakit geçirebildiğim de söylenemez. Herkes çalışıyor. Akşam eve gelindiğinde de herkesin elinde telefonu. Annem mutfakta, ben kendi odamda, abim kendi odasında babam da TV izliyor. Bireysellik çok artmış durumda. (Görüşme 6, kadın)

Ailemle yeterince vakit geçirdiğim söylenemez. İstemediğim için mi bilmiyorum ama birlikte bir yere bile gitsek mesela pikniğe gitsek ben yine telefonla ilgilenirim. (Görüşme 13, erkek)

Şunu itiraf etmeliyim ki ailemle geçirdiğim vakitlerde bile bunu sosyal medyaya yüklerken ne yazıyım diye düşünüyorum. Gidilecek yere göre değil çekilecek fotoğrafa göre kıyafet giyiyorum. (Görüşme 18, erkek)

Pazar günleri oluyor gibi. Ama onların çok evde olmasını da istiyor musun

diye sorsanız yok derim. Çünkü onlar evdeyken çok oyun oynayamıyorum. Bazen de ölümü düşünüyorum. Ailemin yüzünü görmüyorum, diyorum ki yarın öbür gün ölseler kendimi suçlarım. Oyunu bırak ailenle vakit geçir diyorum ama yine oyunla sonlanıyor. (Görüşme 20, erkek)

Grup Aidiyeti

Üniversite öğrencilerinin grup aidiyet düzeyleri değerlendirildiğinde grup aidiyet düzeylerinin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Görüşmeye katılan bireylerin; arkadaşlıklara güvenmedikleri, güvene dayalı bir arkadaşlık geliştiremedikleri için de herhangi bir gruba aidiyet hissetmedikleri, var olan arkadaşlık gruplarını da samimi bulmadıkları anlaşılmaktadır. Arkadaşlık kuranların da bu arkadaşlığı çevrimiçi oyunlar amacıyla edindikleri görülmektedir. Görüşmeye katılan ve grup aidiyetleri hakkında bilgi verenlerin görüşleri şu şekildedir;

Whatsapp üzerinden arkadaş grubumuz var. Üniversiteden arkadaşlarımla. Onlarla konuşuyoruz. Üniversiteden arkadaşlarımla hiç yüz yüze gelmediğim için aslında çok da bağlı olduğumuzu düşünmüyorum. (Görüşme 1, kadın).

En yakın arkadaşım dediğim kişi ile yaşadığım bir problem vardı. Bu yüzden yeni bir arkadaşlık da edinmek istemiyorum. Sosyal medyadaki arkadaşlıkları çok da önemsemiyorum. Bu nedenle oradaki arkadaşlık kötü bile çıksa önemli değil. (Görüşme 5, kadın).

Ben çok arkadaş gruplarını sevmiyorum. Bir de grupça olduğumda grubun lideri ben olmalıyım. O yüzden çok da gruplara girmek istemiyorum. (Görüşme 6, kadın).

Yani arkadaşlarım benim için önemli, kıymetli. Güveniyorum onlara. Instagramdan birbirimize video falan atıyoruz, görüntülü arıyoruz konuşuyoruz, muhabbet ediyoruz. Her gün birbirimize video atıyoruz diyebilirim, şu güzelmiş, şu komikmiş sende izle diye. (Görüşme 11, erkek).

Arkadaş grubum var. Oyun arkadaşlarım. Güven gibi değil de. İyi insanlar ama oyun içi bir arkadaşlık bizimki. Güvendiklerim de var ama. (Görüşme 20, erkek).

5. TARTIŞMA

5.1. Katılımcıların Sosyo- Demografik Özelliklerine İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin büyük bölümünü kadınlar oluşturmaktadır. Toplam 635 öğrenci ile gerçekleştirilen araştırmaya, 458 kadın ve 177 erkek öğrenci katılım sağlamıştır. Katılımcıların %72,1'inin kadın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilmesi nedeniyle büyük bölümünün evli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. 635 katılımcının 616'sı bekâr, 16'sı ise evli olup 3 kişi ise daha önce evlilik yapıp boşanmıştır. Yani katılımcıların %97'si bekârdır. TÜİK tarafından 15-24 yaş aralığındaki gençlerle yapılan bir çalışmada da gençlerin yalnızca %9,1'inin evlilik yaptığı, %90,6'sının hiç evlilik yapmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yine aynı araştırmanın 2017 yılındaki verilerine bakıldığında ise %11,8'inin daha önce evlilik yaptığı görülmektedir. Bu sonuçlardan da anlaşılacağı üzere genç yaşta yapılan evliliklerin azaldığı görülmektedir. Bunda gençlerin üniversite eğitimi almaları önemli bir neden olarak gözükmektedir. Öte yandan bu araştırmanın üniversite öğrencileri ile yapılması nedeniyle evli bireylerin sayılarının düşük olduğu düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin 387'si büyükşehirde yaşamaktadır. 104'ü küçükşehirde, 95'i ilçede, 49'u ise köyde yaşamaktadır. Bu noktada genç nüfusun yerleşim yeri olarak belde ve köylerden uzaklaştığı, büyük yerleşim yerlerini tercih ettikleri görülmektedir. Bu araştırmaya katılan gençlerin %7,71'i köyde yaşamaktadır. Bu sonuçlardan da anlaşılacağı üzere genç nüfus yaşam yerini, kırsaldan kente doğru, büyükşehirlere doğru değiştirmektedir.

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin üçte birinden fazlası (%71,5) yurtta ve ailesi olmadan evde kalmaktadır. Yurtta kalanların sayısı 327; ailesi olmadan evde kalan öğrencilerin sayısı ise 129; ailesi ile birlikte kalan öğrenci sayısı ise 179'dur.

Öğrencilerin ailelerinin gelirlerinde sırasıyla %32,4'ünün 8001 TL ve üzeri, %23,8'inin 4001-6000 TL arasında ve %19,7'sinin 6001-8000 TL arasında gelirlerinin

bulunduğu; öğrenci gelirlerinin ise sırasıyla en çok %29,9'unun 1100 TL ve üzeri, %21,3'ünün 701-900 TL arası ve %16,9'unun 901-1000 TL arasında gelirinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların %96,5'inin anne ve babasının hayatta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin büyük bölümü (%97,4) ağırlıklı olarak Instagram ya Twitter kullanmaktadır. Katılımcıların %78,7'sinin Instagram, %18,7'sinin ise Twitter kullandığı tespit edilmiştir. Diğer sosyal medya uygulamalarını kullananların oranı %2,6'dır. Bu sonuç literatür ile uyumludur (131, 132, 133, 134). Bireylerin fotoğraf ve video paylaşmalarına imkân sağlaması ve tüm bireylerin ilgi alanlarına hitap etmesi nedeniyle Instagram'ın diğer uygulamalara göre daha fazla kullanıldığı düşünülmektedir. Özellikle pandemi döneminde canlı yayınlar aracılığıyla bireylerin etkileşimine imkân sağlaması sayesinde Instagram'ın diğer uygulamalardan bir adım öne geçtiği söylenebilir.

Katılımcıların yaş ortalamasının 21,63; cep telefonu kullanma yaşı ortalamasının ise 14,89 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. TÜİK'in Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre ise bu yaş ortalaması çok daha aşağıda gözükmektedir. 2021 yılında yapılan TÜİK araştırma sonuçlarına göre çocukların bilgisayar kullanmaya başladıkları yaş ortalaması 8,2; akıllı telefon kullanım yaşları ise 9,0 olarak açıklanmıştır (135). Bu sonuçla birlikte TÜİK'in 2013 yılında yaptığı araştırma sonuçları karşılaştırıldığında ise kullanım yaşının yıldan yıla azaldığı görülmektedir. 2013 yılında yapılan TÜİK araştırmasında akıllı telefon kullanım yaşının 10,1 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu veriler ışığında, akıllı telefon kullanım yaşının gittikçe azaldığı, bu sebeple akıllı telefon bağımlılığının ciddi bir toplumsal sorun olmaya başladığı söylenebilir.

5.2. Üniversite Öğrencilerinin Aile Aidiyet Düzeylerine İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırmanın bu bölümünde, üniversite öğrencilerinin aile aidiyet düzeylerine ilişkin nicel ve nitel bulguların birlikte tartışılması uygun bulunmuştur. Aile Aidiyeti Ölçeği aracılığıyla elde edilen nicel bulgular ile derinlemesine görüşme formu aracılığıyla nitel görüşmelerde elde edilen bulgular ilgili alan yazın çerçevesinde

tartışılmıştır.

Üniversite öğrencilerinin aile aidiyet düzeylerinin belirlenmesi için uygulanan Aile aidiyeti ölçeğinde katılımcıların kendilik aidiyeti alt boyutunda ortalama puanlarının 50,86; aile aidiyeti boyutunda 17,69 ve aidiyetin genelinde ise ortalamanın 68,56 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların aile düzeyleri değerlendirildiğinde, kesme puan olmamasına karşın aile aidiyet puan ortalamalarının yüksek olduğu düşünülmektedir. Bireylerin aidiyet düzeylerinin yüksek çıkması aslında ailelerine bağlılık duyduklarını ve ailelerinin duygusal desteğine ihtiyaç duyduklarını göstermektedir. Araştırma örneklemini oluşturan üniversite öğrencilerinin ailelerinden uzak kaldıklarında duygusal desteğe daha fazla ihtiyaç duyuyor olmaları nedeniyle aile aidiyet düzeylerinin yüksek çıktığı düşünülmektedir. Nitekim aile aidiyet düzeyleri yüksek olan bireylerin sosyal medya bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığı puan ortalamaları da düşük çıkmıştır. Araştırmanın nitel bölümünde, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı yüksek çıkan bireylerle görüşmeler gerçekleştirilmiş ve bu bireylerin aile aidiyetlerinin oldukça düşük olduğuna ilişkin bulgular elde edilmiştir. Araştırmanın nitel bölümüne katılan bireylerin aile aidiyet düzeylerinin düşük olduğu görülmektedir. Görüşme 4'ün *"...Aslında zaten aileme aidiyet duymadığım için lise dönemimde sosyal medyaya yöneldim. Ailemde herkes sosyal medyada. Aile içi sohbet yok ki…"* ve Görüşme 6'nın *"...Aidiyet hissetmiyorum aileme. Bana kalsa yurttan hiç dönmem yanlarına..."* sözleri bu kanıyı desteklemektedir.

Katılımcıların aile aidiyet düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda cinsiyetler arasında anlamlı farklılıkların olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bu sonucu daha önce yapılan araştırmalarla uyumlu gözükmektedir (94, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142). Bu araştırmadan farklı olarak, kadınların aile aidiyet düzeylerinin erkeklere göre yüksek olduğu sonucuna ulaşan araştırmalar da bulunmaktadır (97; 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149). Tek ebeveynli bireyler ve tam aileye sahip bireyler arasındaki aile aidiyet düzeylerinin incelendiği bir araştırmada tam aileye sahip katılımcıların aile aidiyet düzeylerinde kadınların erkeklere göre daha yüksek puan aldıkları sonucuna ulaşılmıştır (97). Bir başka çalışmada da yine kız çocuklarının erkek çocuklardan daha yüksek aidiyet düzeyine sahip olduğu bulgulanmıştır (95). Araştırmada kadın ve erkeklerin aile aidiyet düzeyleri arasında farklılık bulunamamış ancak erkeklerin

aidiyet düzeyleri daha yüksek çıkmıştır. Bununla birlikte kadınların sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı puanları ise erkeklere göre yüksek bulunmuştur. Bu sonuç, kadınların aidiyet düzeylerinin erkeklere göre düşük olma nedeninin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarının erkeklere göre yüksek olmasından kaynaklandığını düşündürmektedir.

Üniversite öğrencilerinin aile aidiyet düzeylerinin medeni durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda katılımcıların medeni durumları ile aidiyet puanları arasında anlamlı farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Evli bireylerin aile aidiyeti alt boyutu ve toplam aidiyet puanları bekârlara göre daha yüksek bulunmuştur. Aile aidiyetinin medeni duruma göre farklılaşıp farklılaşmadığını bulgulamaya çalışan araştırma sayısı kısıtlıdır. Genç yetişkinlerle yapılan bir araştırmada (143) bireylerin kendilik aidiyeti puanları ile medeni durumları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Buna karşın aile aidiyet puanları ile medeni durumları arasında anlamlı farklılıklar olmadığı tespit edilmiştir. Evli bireylerin kendilik aidiyet düzeyleri bekâr olanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Medeni durum ile aile yapısı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir diğer araştırmada ise (150), evli olan bireylerin aile yapısı puanları daha yüksek bulunmuş, evli olan bireylerin aile yapısına daha fazla önem verdikleri ve eşleriyle birlikte daha özel zaman geçirdikleri, aile üyelerinin birbirlerine daha fazla sevgi gösterdikleri sonucuna ulaşmıştır.

Alan yazında bireylerinin okudukları üniversite/ eğitim aldıkları fakülte ile aile aidiyet düzeyleri arasında ilişki olmadığı saptanmıştır (97, 140). Bu araştırmada da üniversite öğrencilerinin okudukları üniversite / eğitim aldıkları fakülte ile aile düzeyleri arasında istatiksel olarak anlamlı bir fark saptanmaması sonucu araştırmalarla uyumludur.

Araştırmada bireylerin aile aidiyet düzeylerinin yaşanılan bölge açısından farklılaşmasını ölçmek için yapılan analizde de üniversite öğrencilerinin aile aidiyet düzeylerinin kendilik aidiyeti alt boyutunda ve toplam aidiyette yaşanılan bölgeye göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kendilik aidiyeti alt boyutu ve toplam aidiyet düzeyinde köyde yaşayan bireylerin, büyükşehirde yaşayan bireylere göre ortalama puanlarının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer gruplar arasında farklılık bulunmamasına karşın aile aidiyet düzeyinin, bireyin yaşadığı yer büyüdükçe

arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bu sonucu daha önce yapılan araştırmalarla uyumlu gözükmektedir (137, 138, 142, 148). Bu araştırmada elde edilen bulgulardan farklı sonuçlar elde eden araştırmalar da bulunmaktadır. Aile aidiyet düzeyi ile yaşanılan yer arasında farklılık olmadığını tespit eden çalışmalar (139, 147) bulunduğu gibi yerleşim yerinin yapısının büyüklüğü aile aidiyet duygusunun etkilendiği ve yaşanan yerin büyüklüğü artıkça aile aidiyet duygusu azaldığı sonucuna ulaşan çalışmalar (145) da bulunmaktadır. Aile aidiyeti düzeyi ile yaşanılan yer arasında farklılık olmadığını tespit eden araştırmalarda bireyin yaşadığı yer büyüdükçe aidiyet düzeylerinin de yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen yerleşim yeri ile aile aidiyet düzeyi sonuçlarıyla tutarlı olarak araştırmanın nitel kısmında da üniversite öğrencilerinin yaşadıkları yer ile aile aidiyetleri arasında farklılık oluştuğu görülmektedir. Araştırmanın nitel verilerini oluşturan görüşmeye katılan bir katılımcı şu sözleriyle bu bulguyu desteklemektedir: *"...Aslında ailemle bağım daha kuvvetliydi eskiden daha çok aidiyet duyuyordum aileme. Sonradan babamın işi dolayısıyla taşındık. Sonra kızdım mı bilmiyorum hem çevremden oldum hem de şu an yaşadığımız yerde yapacak hiçbir şey yok. Bir aktivite falan yapmak istesem bir kursa gitmek istesem hiçbir şey yok. Bu yüzden de kızıyorum babama. Aileme duyduğum sevgiyi ve aidiyeti de azaltıyor tabi bu durum..." (Görüşme 1)*

Üniversite öğrencilerinin aile aidiyet düzeylerinin üniversite öğrenimleri süresince kaldıkları yere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda katılımcıların kaldıkları yer ile aidiyet puanları arasında anlamlı farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kendilik aidiyeti alt boyutunda aile yanında kalanların; yurtta kalanlara ve evde kalanlara göre kendilik aidiyet düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel aidiyette ise yine aile yanında kalanların; yurtta kalanlara ve evde kalanlara göre genel aidiyetlerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır**.** Bu araştırmada elde edilen bulgulardan farklı sonuçlar elde eden araştırmalar da bulunmaktadır. Aile aidiyet düzeyi ile kalınan yer arasında farklılık olmadığını tespit eden çalışmalar (97, 146, 147) bulunmaktadır. Araştırmada elde edilen sonuç, bireylerin aileleri ile birlikte kalmalarına rağmen onlara aidiyet hissetmediklerini, sağlıklı aile ilişkilerinin olmadığını düşündürmektedir.

Araştırmada bireylerinin anne baba yaşam durumu ile aile aidiyet düzeyleri arasında ilişki olmadığı saptanmamıştır. Araştırmanın bu sonucu daha önce yapılan

araştırmalarla uyumlu gözükmektedir (147) Bu araştırmada elde edilen bulgulardan farklı sonuçlar elde eden araştırmalar da bulunmaktadır. Aile aidiyet düzeyi ile anne baba yaşam durumu arasında farklılık tespit eden çalışmalar (145) bulunmaktadır. İlgili araştırmada ebeveynlerden birinin hayatını kaybetmesi sonucunda aidiyet duygusunun arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç ise katılımcıların kullandıkları uygulama ile aile aidiyet düzeyleri arasında bir farklılık bulunmadığıdır. Literatürde bu konuyla ilgili herhangi bir araştırma bulunamamıştır.

Araştırmada yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin aile aidiyetine etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre bireylerin yaşı ve cep telefonu kullanma yaşının aile aidiyetine etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Aile geliri ve bireysel gelirin ise aile aidiyetine pozitif yönde etkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada bireylerin gelir düzeyleri yükseldikçe aile aidiyet düzeylerinin yükseleceği sonucuna ulaşılacaktır. Benzer şekilde bir başka araştırmada ailesinin ekonomik durumunun daha iyi olduğunu düşünen gençlerde aile aidiyetinin daha güçlü olduğu sonucuna ulaşmıştır (142). Yine bir başka çalışmada gelir düzeyi yüksek olanların kendilik aidiyeti puanlarının anlamlı düzeyde yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (147). Yine bu araştırmadaki sonuçlara benzer şekilde bireylerin ekonomik durumları ile aidiyet arasında pozitif yönde ilişki bulan, gelir düzeyi yükseldikçe aile ilişkilerinin olumlu etkilendiğini belirten başka araştırmalar da bulunmaktadır. (68,140, 151, 152, 153, 154). Bununla birlikte gelir düzeyi ile aile aidiyeti arasında farklılık olmadığını tespit eden araştırmalar da bulunmaktadır (137, 138, 148, 149). Farklılık olmadığını tespit eden araştırmalarda ise yine gelir düzeyi yüksek olanların gelir düzeyi düşük olanlara göre aidiyet düzeyleri daha yüksektir. Bu sonuçlardan farklı olarak gelir durumu düşük ve yüksek olan üniversite öğrencilerinin orta gelirli üniversite öğrencilerine göre daha yüksek seviyede aidiyet duygusu yaşadığı sonucuna da ulaşan araştırmalar da mevcuttur (145). Tüm sonuçlara göre düşük sosyo ekonomik düzeye sahip bireylerin yakın aile desteği kuramadıkları ve bu nedenle aileleri ile kuramadıkları aidiyet duygusunu sosyal medya ve akıllı telefonları ile kurmaya çalıştıkları düşünülmektedir.

Yapılan bazı araştırmalarda (133, 145) bireylerin yaşı azaldıkça aile aidiyet düzeylerinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin yaşı ve aile aidiyet düzeyleri

arasında farklılık olmadığını tespit eden araştırmalar (97, 137, 138, 147) da bulunmaktadır. Bu araştırmada da yaşın, aile aidiyetine etkisi bulunamamıştır.

Nitel görüşmelere katılan üniversite öğrencilerinin aile aidiyet düzeylerinin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca aileleri ile kaliteli vakit geçirmedikleri için sosyal medya ve akıllı telefon kullanımına yöneldikleri düşünülmektedir. Öte yandan evlerde ortak sohbet ortamın bulunmadığı ve aile içi yaşantıların bireysel yaşantıya dönüştüğü görülmektedir. Araştırmanın nitel verilerini oluşturan görüşmeye katılan katılımcılardan Görüşme 6'nın *"... Ailemle yeterince vakit geçirebildiğim de söylenemez. Herkes çalışıyor. Akşam eve gelindiğinde de herkesin elinde telefonu. Annem mutfakta, ben kendi odamda, abim kendi odasında babam da TV izliyor. Bireysellik çok artmış durumda..."* sözleri ve Görüşme 4'ün *"...Aile içi sohbet yok ki. Telefonu bana iten ailemdir. Bir insan çocuk yaşta ne görürse ona bakar. Annem babam da bağımlı benim. Hiçbir şekilde aidiyet hissetmiyorum. Aidiyet hissetseydim zaten böyle olmazdı. Telefon kullanıyor olmazdım..."* sözleri bu bulguyu desteklemektedir.

Araştırmanın nitel bölümünde elde edilen bir diğer bulgu ise aile içi kuşak çatışmalarının var olduğu ve bu nedenle üniversite öğrencilerinin aileleri ile fikirlerinin uyuşmaması nedeniyle iletişim kuramadıkları, bu nedenle de akıllı telefonları ile vakit geçirdikleri görülmektedir. Araştırmanın nitel verilerini oluşturan görüşmeye katılan katılımcılar şu sözleriyle bu bulguyu desteklemektedir.

"… *Ailemle ilgili de şöyle söyleyim onlarla fikirlerim çok uyuşmuyor gibi. Ortak bir konuda sohbet edemiyoruz. Konuşmak için bir şeyler üretmeye çalışıyorum ama özellikle babamla fikirlerimiz hiç uyuşmuyor. Düşünce yapımız çok farklı." (Görüşme 2, kadın)*

"... Çok da etkili bir iletişimimiz yok. Hayata bakış açısı da bunda etkili."

Son olarak nitel bölümde elde edilen bir diğer bulgu ise bireylerin aileleri ile birlikteyken bile sosyal medyayı düşündükleri, aileleri ile birlikte yaptıklarını da sosyal medyada gönderi paylaşmak amacıyla gerçekleştirdikleri görülmektedir.

"...Ailemle birlikte bir yere bile gitsek mesela pikniğe gitsek ben yine telefonla ilgilenirim". (Görüşme 13, erkek)

"... Şunu itiraf etmeliyim ki ailemle geçirdiğim vakitlerde bile bunu sosyal medyaya yüklerken ne yazıyım diye düşünüyorum. Gidilecek yere göre değil çekilecek fotoğrafa göre kıyafet giyiyorum." (Görüşme 18, erkek)

"Ailemle vakit geçirirken de sosyal medya ve telefon hayatımızda. Pikniğe gidiyoruz annem hemen video çekip hesabında paylaşıyor. Yani aslında birlikte geçirdiğimiz vakitler bile sosyal medya için gibi geliyor bana..." (Görüşme 8, kadın)

Sonuç olarak aile aidiyeti ile ilgili bulgular, aileleri ile etkili vakit geçiren ve ailelerine aidiyet duyan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıkların düşük olduğu; aile aidiyet düzeyleri düşük olan bireylerin ise sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarının yüksek olduğu sonucuna işaret etmektedir. Bu noktada aile aidiyetleri güçlendirilen bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin azaltılabileceği sonucuna varılabilir.

Üniversite öğrencileri için aile faktörü, bireylerin gelişimi açısından önemli bir figürdür. Üvey aileye sahip ergenlerle yapılan bir çalışmada (95) ergenlerin ebeveynleri ile kurdukları ilişkinin kalitesinin aile aidiyetlerini etkileyen önemli bir faktör olduğuna işaret edilmiştir. Bu noktada hem anne hem de baba ile kurulan sağlıklı bir ilişki aile aidiyetinin yüksek olmasının en önemli şartı olarak gözükmektedir. Yapılan bir başka araştırmada (277) üniversite öğrencilerinin büyük bölümü (%78,4) ailelerinin eğitimleri ve sosyalleşmeleri noktasında hayatlarında önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Ebeveynler çocukları için duygusal destek, yardım, bilgi, rehberlik ve danışmanlık kaynağı olmak durumundadır (97). Ailelerinden bu duygusal desteği, yardımı, rehberliği alamayan çocukların bir arayış içerisine girdikleri ve bu arayışı da sanal dünya üzerinden kurguladıkları düşünülmektedir.

5.3. Üniversite Öğrencilerinin Grup Aidiyet Düzeylerine İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırmanın bu bölümünde, üniversite öğrencilerinin grup aidiyet düzeylerine ilişkin nicel ve nitel bulguların birlikte tartışılması uygun bulunmuştur. Grup Aidiyeti Ölçeği aracılığıyla elde edilen nicel bulgular ile derinlemesine görüşme formu aracılığıyla nitel görüşmelerde elde edilen bulgular ilgili alan yazın çerçevesinde tartışılmıştır.

Katılımcıların grup aidiyetinde genel ortalama puanlarının 22,29 olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin grup aidiyet düzeylerinin "yüksek" olduğunu göstermektedir. Bu bulgu nitel veriler ile uyuşmamaktadır. Araştırmanın nitel verilerini oluşturan görüşmeye katılanların gruplara duydukları aidiyetin oldukça sınırlı olduğu gözükmektedir. Araştırmanın nitel kısmında katılımcıların grup aidiyeti ile ilgili düşünceleri şu şekildedir;

"... Aslında çok da bağlı olduğumuzu düşünmüyorum. Evet, arkadaşlarımla, gruplarla kardeş gibiyiz ama içine baktığın zaman öyle değil. (Görüşme 1, kadın).

"... Ben çok arkadaş gruplarını sevmiyorum. Arkadaşlıklar da sahte geliyor. (Görüşme 6, kadın)."

Öte yandan grup aidiyetinin sosyal medya üzerinden de kurgulanmaya başlandığı bu araştırmada elde edilen bir diğer sonuç olarak gözükmektedir. Araştırmanın nitel kısmında katılımcıların sosyal medya üzerinden kurguladıkları grup aidiyeti ile ilgili düşünceleri şu şekildedir;

"... Sosyal medyadaki arkadaşlıklar güvene dayalı olmadığı için çok da önemsemiyorum. Bu nedenle oradaki arkadaşlık kötü bile çıksa önemli değil. (Görüşme 5, kadın).

"... Arkadaş grubum var. Oyun arkadaşlarım. Oyun içi bir arkadaşlık bizimki. (Görüşme 20, erkek).

Bu bulguya benzer şekilde araştırmanın nitel bölümüne katılan bireylerin arkadaşları ile olan iletişimlerinin sosyal medyadan birbirlerine video atmak ve bu videolar üzerinden konuşmak ile yürütüldüğü anlaşılmaktadır. Görüşme 11'in *"Yani arkadaşlarım benim için önemli, kıymetli. Güveniyorum onlara. Instagramdan birbirimize video falan atıyoruz, görüntülü arıyoruz konuşuyoruz, muhabbet ediyoruz. Her gün birbirimize video atıyoruz diyebilirim, şu güzelmiş, şu komikmiş sende izle diye."* sözleri araştırmanın bu sonucuyla uyumludur.

Araştırmada katılımcıların cinsiyetleri, medeni durumları, okudukları üniversite/ eğitim aldıkları fakülte, yaşadıkları yer, anne baba yaşam durumu, kullandıkları sosyal medya uygulaması gibi değişkenler ile grup aidiyet puanları arasında istatiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. Literatürde grup aidiyeti

ölçeği kullanılarak yapılan çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Yapılan araştırmalarda da cinsiyet, yaş, okul ve bölüm ile grup aidiyeti arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır (112)

Sonuç olarak grup aidiyeti ile ilgili nitel bulgular, gruplara aidiyet duyan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarının düşük olduğu yönündedir. Bu noktada bireylerin grup aidiyet düzeyleri yüksek olması durumunda sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarının azalacağı sonucuna varılabilir.

5.4. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırmanın bu bölümünde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin nicel ve nitel bulguların birlikte tartışılması uygun bulunmuştur. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği aracılığıyla elde edilen nicel bulgular ile derinlemesine görüşme formu aracılığıyla nitel görüşmelerde elde edilen bulgular ilgili alan yazın çerçevesinde tartışılmıştır.

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutları üzerinden değerlendirme yapıldığında meşguliyet alt boyutunda ortalamanın 35,69; duygu alt boyutunda ortalamanın 14,21; tekrarlama alt boyutunda ortalamanın 11,79; çatışma alt boyutunda ortalamanın 37,58 ve sosyal medya bağımlılığı genelinde ortalamanın 99,28 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin meşguliyet ve duygu alt boyutunda "orta bağımlı"; tekrarlama ve çatışma alt boyutunda ise "az bağımlı" oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden alınan toplam puan ise araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin "az bağımlı" olduklarını göstermektedir. Araştırmanın bu sonucu daha önce yapılan araştırmalarla uyumlu gözükmektedir (8, 134, 155). Elde edilen bu sonuçlara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medyada uzun süre vakit geçirdikleri ve sosyal medyayı en çok da duygusal destek almak için kullandıkları söylenebilir.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda cinsiyetler arasında anlamlı farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların meşguliyet ve duygu alt boyutu ile toplam sosyal medya bağımlılığı puanları erkeklere göre daha yüksek bulunmuştur.

Araştırmanın bu sonucu daha önce yapılan araştırmalarla uyumlu gözükmektedir (134, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164). Yapılan bir araştırmada (157) kadınların daha fazla bağımlı olma sebebi olarak, kadınların arkadaşları ile aralarına mesafe girse bile iletişimini sürdürmeye devam etmeleri olarak gösterilmiştir. Bir başka çalışmada (165) ise kadınların daha fazla bağımlı olma nedenleri genetik farklılıklara bağlanmıştır. Öte yandan kadınlar ve erkekler arasında sosyal medyayı kullanım amaçları açısından da farklılıklar olduğu araştırma sonuçlarıyla da desteklenmiştir. Kadınların arkadaşlarıyla iletişimde kalmak için, erkeklerin ise öğrenme ve sosyal bir kimlik inşa etme amacıyla kullandıkları (166), ayrıca erkeklerin kişisel bilgilerini ifşa etme olasılıklarının daha yüksek olduğu (167) ve yine erkeklerin kadınlara göre daha fazla oyun bağımlısı oldukları (168) yapılan araştırmalarda elde edilen sonuçlardandır. Bu araştırmada elde edilen bulgulardan farklı sonuçlar elde eden araştırmalar da bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılık düzeyi ile cinsiyet arasında farklılık olmadığını tespit eden (7, 9, 10, 69, 71, 132, 169, 170, 171, 172, 173, 174) erkeklerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar (175, 176) da bulunmaktadır. Öte yandan 2020 yılında İngiltere'de yapılan bir çalışmada (177), 13-21 yaş aralığındaki bireylerin öz çekim beklentileri ve sosyal görünüş kaygılarının sosyal medya kullanımlarını etkileyip etkilemediği araştırılmıştır. Araştırmada kadınların erkeklere göre öz çekim beklentileri ve sosyal görünüş kaygıları daha yüksek olarak bulunmuş ancak bu kaygının erkeklerin sosyal medya kullanımlarını etkilediği, kadınların sosyal medya kullanımlarını ise etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmada elde edilen sonuçlar, kadınların erkeklere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğu ve sosyal medyadan duygusal destek aldıklarını göstermektedir. Nitel bölümde edilen sonuç ise sosyal medya kullanım amaçlarının da cinsiyetlere göre farklılaştığını göstermektedir. Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarını öğrenmeye yönelik soruya, kadın katılımcıların büyük bölümü "beğenilme arzusu" ile ilgili anlatı gerçekleştirmiş, erkek katılımcılardan ise beğenilme arzusu ile ilgili dönüt alınmamıştır. Sosyal medya kullanımının bireyin öteki tarafından beğenilme arzusu ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medyayı beğenilme arzusunu karşılamak amacıyla kullananların görüşlerinden bazıları şu şekildedir;

"... Fotoğraf paylaşarak takdir edilmek, beğenilmek istiyorum. Beğenilme arzumu karşılıyor sosyal medya..." (Görüşme 1, kadın)

"... Beğeni almak hoşuma gidiyor." (Görüşme 2, kadın)

"...İlgiye düşkün olduğum için bana ilgi gösteren olmayınca oturur ağlarım. Sosyal medyada ilgi arıyorum sanki öyle gibi. (Görüşme 4, kadın)"

"...Gerçekçi olmak gerekirse beğenilme arzusu var altında. En temel amacım beğenilmek ve görünür olmak..." (Görüşme 6, kadın)

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin medeni durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda katılımcıların medeni durumları ile sosyal medya bağımlılık puanları arasında anlamlı farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Evli bireylerin meşguliyet ve duygu alt boyutu ile toplam sosyal medya bağımlılık puanları bekarlara göre daha yüksek bulunmuştur. Literatürde bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının medeni durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını ele alan araştırma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu araştırmada çıkan sonuç, daha önce yapılan araştırmalarla uyumlu gözükmektedir (134, 164, 171) Bu araştırmada elde edilen bulgulardan farklı sonuçlar elde eden araştırmalar da bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılık düzeyi ile medeni durum arasında farklılık olmadığını tespit eden çalışmalar (178) bulunmaktadır. Ancak ilgili araştırmada da evli bireylerin sosyal medya bağımlılık puanları, bekar bireylere göre düşük bulunmuştur. Araştırmada elde edilen bu sonucun, duygusal ilişkilerdeki yalnızlık ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bireylerin duygusal olarak yalnız olmaları durumunda bu yalnızlığı sosyal medya üzerinden kapatmaya çalıştıkları düşünülmektedir. Nitekim yapılan bir araştırmada (179), duygusal ilişkilerde yalnızlığın internet bağımlılığını yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yine aynı araştırmada sosyal ilişkilerde yalnızlık, duygusal ilişkilerde yalnızlık ve aile ilişkilerinde yalnızlık yaşayan bireylerin sosyal medya bağımlılık puanları yüksek bulunmuştur. Şu hâlde evli olan bireylerin duygusal ilişkilerinin var olması sebebiyle sosyal medya bağımlılık puanlarının düşük çıktığı yargısına varılabilir.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin okudukları üniversite ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında istatiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. Alan yazında bireylerinin okudukları üniversite ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışma bulunamamıştır.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin öğrenim gördükleri

fakülteye göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda fakülteler arasında anlamlı farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre meşguliyet seviyesinde hukuk fakültesi öğrencilerinin; sağlık bilimleri fakültesi, mühendislik fakültesi ve eğitim fakültesi öğrencilerine göre meşguliyet seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Duygu alt boyutunda hukuk fakültesi öğrencilerinin sağlık bilimleri fakültesi, mühendislik fakültesi ve eğitim fakültesi öğrencilerine göre ortalama puanlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çatışma alt boyutunda mühendislik fakültesi öğrencilerinin hukuk fakültesi öğrencilerine göre çatışma seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılığında hukuk fakültesi öğrencilerinin sağlık bilimleri fakültesi, mühendislik fakültesi ve eğitim fakültesi öğrencilerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakülteler arası farklılıkları ölçen bir araştırmada (8) Eğitim Fakültesi, Fen-Edebiyat ve İletişim Fakültesine devam eden öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanları Mühendislik Fakültesine devam edenlere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu araştırmada da bölümler arasında sosyal medya bağımlılık puanı en düşük çıkan bölüm Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin olmuştur. Fakültelere göre sosyal medya bağımlılık puanları incelendiğinde, fakültelerin daha çok Hukuk Fakültesinden ayrıştığı görülmektedir. Hukuk Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin ortalama puanları diğer fakültelere göre yüksek çıkmıştır. Bunun sebebinin Hukuk Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin Resmî Gazete'de yayımlanan kanunlar, Cumhurbaşkanlığı kararnameleri, yönetmelikler ve tebliğlere erişmek amacıyla daha fazla sosyal medyaya erişmelerinin olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Hukuk Fakültesinde öğrenim görüp bu araştırmaya katılan bireylerin büyük bölümünün kadın olması nedeniyle de böyle bir farklılık olabileceği düşünülmektedir. Nitekim, bu araştırmada elde edilen bir diğer sonuç, kadınların erkeklere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı oldukları yönündedir. Tüm bunlarla birlikte söz konusu düşünceler tahmin niteliğinde olup, derinlemesine çalışmalar ile sebep-sonuç ilişkisi ortaya konulabilecektir.

Araştırmada katılımcıların yaşadıkları yer ile sosyal medya bağımlılık puanları arasında istatiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. Ancak katılımcıların sosyal medya bağımlılık puanları bireylerin yaşadıkları yer büyüdükçe azalmaktadır. Literatürde bireylerin kaldıkları yer ile sosyal medya bağımlılık puanları arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışma bulunamamıştır. Bu araştırmada elde edilen sonuç,

bireylerin yaşadıkları yerde sosyal aktivite bulmaları durumunda sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşeceğini göstermektedir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin üniversite öğrenimleri süresince kaldıkları yere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda katılımcıların kaldıkları yer ile sosyal medya bağımlılık puanları arasında anlamlı farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre duygu alt boyutunda aile yanında kalanların; evde kalanlar ve yurtta kalanlara göre duygu seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı genel puan ortalaması ile yaşanılan yer arasında ise anlamlı bir fark bulunmamıştır. Araştırmanın bu sonucu, bireylerin ailelerinden duygusal destek alamadıkları için bu desteği sosyal medyada aradıklarını göstermektedir. Yurtta ve evde kalan bireylerin arkadaşlarından duygusal destek almaları nedeniyle bağımlılık puanlarının düşük olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin kullandıkları uygulamaya göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda kullanılan uygulamalar arasında anlamlı farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre meşguliyet seviyesinde Instagram kullananların, Twitter kullananlara göre ortalama puanlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatür bilgisi de bu sonucu destekler niteliktedir. Sosyal medya platformlarından Instagram'ın bireyleri bağımlı yapma potansiyelinin yüksek olduğu belirtilmektedir (180). Ayrıca ilgili araştırmada bireylerin kendilerini beğenme özellikleri ile günlük kullanım sürelerinin Instagram bağımlısı olmalarında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Instagram kullanıcıları ile yapılan bir diğer çalışmada (181) bireylerin yorum alma, beğenilme, izlenme gibi durumları değerli bulup, bu durumlardan duygusal doyum sağladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yine ilgili araştırmada, bireylerin beğeni almak için sosyal medyada vakit geçirdikleri ve karşılıklı beğeni yaptıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Üniversite öğrencileri ile yapılan bir diğer çalışmada, Instagram kullanan bireylerin Instagram kullanmayan bireylere göre sosyal medya bağımlılık puanlarının anlamlı derecede yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır (173). Bir diğer araştırmada da üniversite öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulaması Instagram olarak bulunmuştur (181). Araştırmada, Facebook'a olan ilginin düşmesine de işaret edilerek, Instagram'ın, bireylerin fotoğraflarına uyguladıkları filtre süreleri de katıldığında daha

fazla meşguliyete sebebiyet verdiği, bireylerin daha bağımlı olmalarına neden olduğu ifade edilmektedir (181).

Araştırmada, yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin sosyal medya bağımlılığına etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yaş ve aile gelirinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Cep telefonu kullanma yaşının sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Bireysel gelirin de sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Bu bulgulara göre bireylerin cep telefonu kullanma yaşı düştükçe sosyal medya bağımlılıkları yükselmektedir. Bununla birlikte bireysel gelirdeki artış, sosyal medya bağımlılığın azalmasına neden olmaktadır. Araştırmada ailenin gelir düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerine etkisi bulunamamıştır. Araştırmanın bu sonucu daha önce yapılan araştırmalarla uyumlu gözükmektedir. Bireylerin gelirleri ile sosyal medya bağımlılık puanları arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir (71, 174, 182, 183). Öte yandan araştırmada bireysel gelirdeki artışın sosyal medya bağımlılığını azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, bireylerin gelirlerindeki artış sayesinde sosyal yaşama katılımlarının arttığını, böylelikle de sosyal medya üzerinden kurguladıkları iletişim biçimini terk ettiklerini düşündürmektedir. Lise öğrencileri ile yapılan bir çalışmada, gelir düzeyi düşük olan grubun sosyal medya bağımlılık puanlarını yüksek olarak bulunmuştur (184). Nitekim yapılan bir diğer çalışmada (35) bireylerin ilişki kurmak için harcadıkları bedellerin azaldığına (zaman, emek, para vb.) vurgu yapmaktadır. Bu noktada bireylerin gelirlerindeki azalmanın sosyal medyayı kullanma alışkanlıklarını artırıcı bir etkisi olduğu söylenebilir. Bireylerin sosyal medya bağımlılık puanlarının yaş değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için yapılan araştırmalarda yaş ilerledikçe sosyal medya bağımlılığın azaldığını bulgulayan araştırmalar olduğu gibi (134, 155, 164, 171) yaş ile sosyal medya bağımlılığı arasında farklılık olmadığını tespit eden (71, 173) araştırmalar da bulunmaktadır. Bu sonucu literatür bilgisi ile genel olarak değerlendirildiğinde, ergenlik dönemi ve genç yetişkinlik döneminde bireylerin teknolojik cihazlarla daha fazla ilgilendiklerini, sosyal medyada daha fazla zaman geçirdiklerini ve bu doğrultuda davranışsal bağımlılıklarının daha fazla olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu sonuç literatür bilgisi ile de uyumludur (185, 186, 187). Öte yandan bu araştırmada elde edilen bir diğer sonuç ise bireylerin sosyal medyayı kullanmaya ne kadar erken

başlarlarsa bağımlılık puanlarının yüksek çıktığını göstermektedir. Erken yaşta sosyal medya kullanımı, bireylerin kişilik gelişimlerini etkilemekte ve kurguladıkları arkadaşlık ilişkilerini daha çok sosyal medya üzerinden gerçekleştirdiklerini düşündürmektedir.

Bireylerin sosyal medya kullanım amaçları benlik saygılarını yükseltme (188), beceri kazanma ve yeterlilik geliştirme (189), ilgi alanlarına yönelik sayfaları takip etme ve paylaşım yapma (190), fotoğraf paylaşımı yapma (191) ve yeni arkadaşlıklar edinme (192) olarak gösterilmektedir. Araştırmanın nitel bölümünde elde edilen veriler neticesinde bireylerin sosyal medya kullanım amaçları; bilgi edinmek, duygularını paylaşmak ve iletişime geçmek, beğenilme arzusu, can sıkıntısını gidermek, gündemi takip etmek, müzik dinlemek/video izlemek olarak sıralanmıştır. Bireylerin sosyal medya kullanım amaçları ile ilgili yapılan bir araştırmada (180) bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarında ilk sırayı "Sevdiklerimle iletişim ve bağ içinde olmak" seçeneğinin yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarının yeni arkadaşlıklar edinmekten öte mevcut arkadaşlarıyla olan bağlantılarını sürdürmek olduğunu ifade eden araştırmalar (193) da mevcuttur. Bu araştırmada ise hem yeni arkadaşlıklar edinmek hem de mevcut arkadaşlık ilişkilerini sürdürmek amacıyla sosyal medya kullanımı gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca iletişime geçerken merak duygularını da karşıladıkları görülmektedir. Araştırmanın nitel görüşmelerine katılan bir katılımcının şu sözleri bu yargıyı desteklemektedir; *"Herkesle iletişim halinde olmamı sağlıyor aslında. İnsanlara tek tek nerdesin ne yapıyorsun diye sorsam bu kadar ulaşamam. Kimseye nerdesin diye sormadan herkesin nerde ne yaptığını öğrenmiş oluyorum. (Görüşme 12, erkek)"*

Yapılan bir araştırmada sosyal medya kullanım sürelerinin artmasıyla birlikte bireylerin iletişime geçmek için yapılması gereken yataktan kalmak, hazırlanmak, makyaj yapmak, arabaya/otobüse binmek, eve gelmek gibi rutinleri yok ederek, ilişki kurmak için harcanan zamanın azaldığına, ilişkilerin sıradanlaştığına vurgu yapılmıştır (35). Nitekim nitel görüşmelerde elde edilen veriler bu bilgiyi desteklemektedir;

"…Yolu gitmektense telefonla konuşmak daha kolay. Mesaj atmak daha kolay. Görmek gibi olmuyor ama daha kolay…" (Görüşme 6, kadın)

"Mesela şöyle düşünün bir arkadaşınızla bir konu hakkında konuşacaksınız.

Sosyal medyadan ya da telefonunuzdan bu konuyla ilgili ona yazarsınız ya da ararsınız 5-10 dakikada işiniz biter. Ama bunu yüz yüze yapacaksanız bir sürü vaktiniz gider. Arkadaşımla buluşmak için bir emek harcamam gerekiyor. Para harcamam gerekiyor. Sosyal medyada bunlara gerek yok." (Görüşme 13, erkek)

Bireylerin iletişim biçimlerine ilişkin bir diğer bulgu ise, sosyal medya ve akıllı telefonun kullanımı bireyler yüz yüzeyken iletişime geçmeleri için bir araç haline dönüşmesidir. Bu bulguyu destekleyen görüşler şu şekildedir;

"... Normal oturduğum arkadaşım pek yok. Otursak bile 10-15 dakika muhabbet edip oyuna başlıyoruz... (Görüşme 20, erkek)

"...Artık herkesin ortak noktası sosyal medya. Örnek veriyorum bir kafede otururken de videolar hakkında konuşuyoruz birbirimize videolar gönderip gülüyoruz o video o akım hakkında konuşuyoruz. Sosyal medya günlük konuşmalarımızın büyük bölümünü oluşturuyor. Nasılsın iyi misinden öteye gitmiyor ki rutin konuşmalarımız..." (Görüşme 15, erkek)

Bireylerin boş zamanları olduğunda can sıkıntısı yaşamaları söz konusu olabilmektedir. Birey bu can sıkıntısını ise psikolojik bir ödül ile gidererek haz yaşamak isteyecektir. Nitekim yapılan bir araştırmada (194) can sıkıntısı ile akıllı telefon bağımlılığı arasında pozitif yönlü ilişki bulmuştur. Benzer şekilde akıllı telefon kullanan bireylerde can sıkıntısı ve phubbing davranışı arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmada anlamlı ilişki bulunmuştur (195). Bu araştırmada yapılan nitel görüşmelerde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının can sıkıntısı ile de ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Görüşmeye katılan ve sosyal medyayı can sıkıntısını gidermek amacıyla kullananların görüşleri şu şekildedir;

"Ben en çok can sıkıntısı ve vakit geçirme amaçlı kullanıyorum..." (Görüşme 10, kadın)

"Can sıkıntısı kaynaklı olarak can sıkıntımı gidermek için sosyal medyayı kullanıyorum..." (Görüşme 19, erkek)

Can sıkıntısı kaynaklı kullanımın temel sebebi ise kaliteli vakit geçirememekle ilgili gözükmektedir. Bu araştırmada elde edilen sonuçlardan biri de üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefona yönelmelerinin kaliteli vakit

geçirememekle ilişkili olduğu görülmektedir. Aktiviteler yapan, bu aktivitelerden keyif alan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının azalacağı düşünülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanamadığı zaman çeşitli aktiviteler yaparak vakit geçirdiği ifade eden Görüşme 4'ün şu sözleri bu yöndedir; *"...Kaliteli vakit geçirirsem aramıyorum telefonu. O bir kaçış noktası gibi. Sevmediğim bir şey yapıyorsam telefonumu arıyorum..." (Görüşme 4, kadın)*

Bireylerin sosyal medya üzerinden kendilerini gösterme çabaları ve tanınır bir kişi olarak para kazanmak istemeleri de sosyal medya kullanımlarına neden olabilmektedir. Nitel görüşmelere katılan bir katılımcının şu sözleri bu yargıyı desteklemektedir; *"...Ben kendime ait kişisel blog oluşturmak için kullanıyorum. Takipçi sayımı büyüterek tanınmak, beğenilmek ve para kazanmak istiyorum..." (Görüşme 3, kadın).* Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere sosyal medya, bireylerin para kazanmalarına fırsat sunan bir platform haline dönüşmüştür. Ancak bu elbette ki bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Bireylerin para kazanmaları için takipçi sayılarının fazla olması, takipçi sayılarının fazla olması içinse para ödeyerek reklam satın almaları gerekmektedir. Ancak elbette ki takipçi sayısı fazla olan tüm hesapların maddi getiri almaları söz konusu olmayabilmektedir. Hesabın çalınması, şikâyet edilmesi gibi nedenlerle kişi para kazanamadığı gibi para harcamak durumunda da kalabilmektedir. Nitekim görüşmelerdeki anlatılar bu yöndedir; "*Para yükleyip reklam verip hesabımı büyütmüştüm ama hesabımı şikâyet ettiler sonra da kapatıldı hesabım. Geri almak için bununla ilgilenen kişilere para da verdim ücret ödedim yani. Sonra hesabımı aldım ama geri kapatıldı." (Görüşme 3, kadın).*

Sosyal medya kullanan bireyler kendilerini diğerlerinin gözünde nasıl görmek istiyorlarsa o şekilde gösterebilmek için taktikler geliştirebilmektedirler. Paylaşım yapmadan önce fotoğraflarını çektikleri alanı düzenleyebilmekte, çekilen fotoğrafa filtre uygulayabilmekte, hem de paylaşımı ne zaman yapacaklarına kendileri karar vermektedir. Böylelikle de başkalarının gözünde kendilerini nasıl görmek istiyorlarsa öyle göstererek hedefledikleri yüksek beğeni sayısına ulaşmaları söz konusu olabilmektedir. Bireylerin başkaları tarafından nasıl görünmek ve nasıl algılanmak istediklerine ilişkin birtakım beklentiler içine girdiklerine ve bu beklentilere göre bir kimlik ortaya koyabildiklerine işaret edilmektedir (61). Nitel görüşmelerdeki şu ifadeler bu yargıyı desteklemektedir; *"...Mesela biz normalde çayı koyarken bardağı*

çalkalar yeniden doldururuz ama sosyal medyaya fotoğraf koyacaksak en özenli bardakla çekip koyuyoruz. Filtre olayı da öyle. Kişiyi tanımasam koyduğu fotoğraftan tanıyamam. Sosyal yaşantımızı sosyal medyaya göre kurguluyoruz…" (Görüşme 10, kadın)

Sosyal medya, yaşamın ve hikâyenin kusursuzlaştırılması olarak özetlenmektedir (62). Bireylerin sosyal medya üzerinden sürekli başarı hikâyeleri sunduğuna, aldığı ödülleri, elde ettiği başarıları göstermeye çalıştığına, bu yönüyle de hayatında yolunda gitmeyen hiçbir şey yokmuş gibi bir izlenim oluşturmaya çalıştığına işaret edilmektedir (62). Sosyal medyada bireylerin yaşantılarındaki keyifli zaman dilimlerini paylaştıklarına vurgu yapılmaktadır (196). Bu yönüyle bakıldığında, bireylerin profillerinin mutlu anlarla dolu olduğu, paylaşımları ile diğerlerinin gözünde görünür olmaya çalıştığı düşünülmektedir. Nitekim bu durum nitel görüşmelerde elde edilen verilerle de desteklenmektedir;

"…Mutlu olmadığı halde herkes mutlu gibi görünüyor. Nasıl söyleyim, mutluluğunu pazarlıyor aslında…" (Görüşme 14, erkek)

"…Mesela sanki herkes mutluymuş gibi orda. Ama mutluyken, keyif alırken fotoğraf paylaşılması da enteresan. Ya keyif alınmıyor ya da samimiyet problemi var…"(Görüşme 18, erkek)

5.5. Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırmanın bu bölümünde, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerine ilişkin nicel ve nitel bulguların birlikte tartışılması uygun bulunmuştur. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği aracılığıyla elde edilen nicel bulgular ile derinlemesine görüşme formu aracılığıyla nitel görüşmelerde elde edilen bulgular ilgili alan yazın çerçevesinde tartışılmıştır.

Akıllı telefon bağımlılığı ölçeğinin alt boyutlarından olan günlük kullanımda ortalamanın 19,31; yoksunluk alt boyutunda 13,64; olumlu kullanım alt boyutunda 11,84; siber alt boyutunda 6,63; aşırı kullanım alt boyutunda 8,64; sosyal ağ alt boyutunda 4,34; fiziksel alt boyutunda 7,49 ve akıllı telefon bağımlılığının genelinde ise ortalamanın 71,94 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık düzeyleri değerlendirildiğinde, kesme puan olmamasına karşın akıllı telefon bağımlılık puan ortalamalarının düşük olduğu düşünülmektedir. Buna paralel olarak da akıllı telefon bağımlılık düzeyleri düşük çıkan bu grubun, aile aidiyeti ve grup aidiyeti puan ortalamaları da yüksek çıkmıştır. Araştırmanın nitel bölümünde, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı yüksek çıkan bireylerle görüşmeler gerçekleştirilmiş ve bu bireylerin aile aidiyetlerinin oldukça düşük olduğuna ilişkin bulgular elde edilmiştir. Bu sonuç, araştırmanın "aile ve grup aidiyeti sosyal medya/akıllı telefon bağımlılığını etkilemektedir" hipotezini desteklemektedir.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda cinsiyetler arasında anlamlı farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak kadınların akıllı telefon bağımlılığı puanları erkeklere göre daha yüksektir. Akıllı telefon bağımlılığı ile cinsiyet arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu araştırmaların büyük bölümünde bu araştırmada olduğu gibi cinsiyet ile akıllı telefon kullanım düzeyi arasında ilişki bulunamamıştır (197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208). Buna karşın kadınların erkeklere göre akıllı telefon bağımlılık puanlarının yüksek olduğunu bulgulayan araştırmalar da mevcuttur (209, 210, 211, 212). İlişki bulunamayan çalışmalarda ise genel olarak kadınların akıllı telefon bağımlılık puanları, erkeklere göre yüksek çıkmıştır. Çok az sayıda araştırmada ise erkeklerin akıllı telefon bağımlılık puanları kadınlara göre yüksek bulunmuştur (213, 214). Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarını çeşitli değişkenlere göre incelendiği bir araştırmada, kadınların akıllı telefon bağımlılık puanlarının erkeklere göre yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (215). Yine üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen bir diğer araştırmada (216), kadınların akıllı telefon bağımlılık puanları erkeklere göre yüksek bulunmuştur. Bu noktada sosyal medya bağımlılığına benzer şekilde kadınların erkeklere göre akıllı telefon bağımlılık puanlarının yüksek olduğu söylenebilir. Özellikle sosyal medya bağımlılığı bulgularında bahsedildiği üzere kadınlar, erkeklere göre daha fazla duygusal destek aramakta, bu desteği ise sosyal medya ve akıllı telefon aracılığıyla gerçekleştirmektedirler.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin medeni durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amaç edinilmiştir.

Yapılan analiz sonucunda akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutlarında medeni durumlar arasında anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde bu araştırmada olduğu gibi farklılık olmadığını tespit eden araştırmalar (204, 217, 218, 219) olduğu gibi bu araştırmada elde edilen bulgulardan farklı sonuçlar elde eden araştırmalar da bulunmaktadır. Akıllı telefon bağımlılık düzeyi ile medeni durum arasında farklılık olduğunu tespit eden çalışmalar (220, 221, 222) bulunmaktadır.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin okudukları üniversite ile akıllı telefon bağımlılık düzeyleri arasında istatiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. Alan yazında bireylerinin okudukları üniversite ile akıllı telefon bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışma bulunamamıştır.

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin öğrenim gördükleri fakülteye göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda fakülteler arasında anlamlı farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre "günlük kullanım" alt boyutunda Eğitim Fakültesi'nde öğrenim görenlerin; Hukuk Fakültesi'nde öğrenim görenlere göre günlük kullanım seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. "Yoksunluk" alt boyutunda Eğitim Fakültesi'nde öğrenim görenlerin; Sağlık Bilimleri Fakültesi, Mühendislik Fakültesi ve Hukuk Fakültesi'nde öğrenim görenlere göre yoksunluk seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. "Sosyal ağ" alt boyutunda Eğitim Fakültesi'nde öğrenim görenlerin; Hukuk Fakültesi'nde öğrenim görenlere göre sosyal ağ kullanım seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre, Hukuk Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin, Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilere göre akıllı telefonlarını günlük kullanım süreleri daha fazladır. Ayrıca Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hukuk Fakültesi ve Mühendislik Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefonları nedeniyle yaşadıkları yoksunluk düzeyleri, Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek çıkmıştır. Son olarak Hukuk Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefonlarını sosyal ağ için kullanım düzeyleri, Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilere göre daha fazladır. Bu sonuç sosyal medya bağımlılık düzeylerinin fakülteler arasında farklılığını gösteren sonuç ile genel olarak uyumlu gözükmektedir. Bu araştırmada, Hukuk Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı diğer fakültelerde öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek bulunmuştur. Fakülteler arası farklılıkları ölçen bir diğer araştırmada

(223), Fen Fakültesi, Hukuk Fakültesi, Tıp Fakültesi, Hemşirelik Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İnsan Bilimleri Fakültesi olmak üzere 7 fakülte arasındaki ilişkiyi incelemiştir. İstanbul'daki özel bir üniversitede gerçekleştirilen çalışmada fakülteler arasında farklılık bulunmamasına karşın, Hukuk ve Hemşirelik Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefon bağımlılık puanları daha yüksek çıkmıştır. Bu noktada bu araştırmada elde edilen verilerle uyumlu gözükmektedir. Sosyal medya bağımlılık puanlarında tartışıldığı üzere Hukuk Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin mesleki bilgilerini güncel tutmak adına daha fazla sosyal medya ve akıllı telefon ile vakit geçirmeleri nedeniyle böyle bir farklılık olabileceği düşünülmektedir. Tüm bunlarla birlikte söz konusu düşünceler tahmin niteliğinde olup, derinlemesine çalışmalar ile sebep-sonuç ilişkisi ortaya konulması gerektiği düşünülmektedir.

Araştırmada katılımcıların yaşadıkları yer ile akıllı telefon bağımlılık puanları arasında istatiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. Ancak katılımcıların akıllı telefon bağımlılık puanları bireylerin yaşadıkları yer büyüdükçe azalmaktadır. Bu araştırmada elde edilen sonuç, sosyal medya bağımlılığı ile yaşanılan yer arasındaki ilişkiye benzerdir. İlgili bölümde de ifade edildiği üzere bireyleri sosyal medyaya, dolayısıyla da akıllı telefona iten sebeplerden birisi "ne yapacağını bilememek, yapacak bir şey bulamamak"tır. Nitekim nitel verilerdeki şu iki görüş bu yargıyı desteklemektedir; "

Kaliteli vakit geçirirsem aramıyorum telefonu. O bir kaçış noktası gibi. Sevmediğim bir şey yapıyorsam telefonumu arıyorum. (Görüşme 4, kadın)

Geçen gün telefon çekmedi o gün telefonu elime alıp fotoğraf çektim. Bir keresinde de pikniğe gitmiştik orada da çekmemişti telefon. O gün keyifli geçmişti. Etkinlik olunca çok da aramıyorum aslında. (Görüşme 7, kadın)

Sonuç olarak, bireylerin yaşadıkları yerde sosyal aktivite bulmaları durumunda sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin düşeceği düşünülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin üniversite öğrenimleri süresince kaldıkları yere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda katılımcıların kaldıkları yer ile akıllı telefon bağımlılık puanları arasında anlamlı farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz

sonuçlarına göre "günlük kullanım" alt boyutunda aile yanında kalanların; evde kalanlar ve yurtta kalanlara göre ortalama puanlarının yüksek olduğu; "aşırılık" alt boyutunda aile yanında kalanların; yurtta kalanlara göre puanlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Akıllı telefon bağımlılığı genel puan ortalaması ile yaşanılan yer arasında ise anlamlı bir fark bulunmamıştır. Literatürde bireylerin kaldıkları yer ile akıllı telefon bağımlılık puanları arasındaki ilişkiyi araştıran çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Bir araştırmada (215), bireylerin kaldıkları yer ile akıllı telefon bağımlılık puanları arasındaki ilişki değerlendirilmiş ve sonuç olarak yalnız yaşayan bireylerin akıllı telefon bağımlılık puanları yüksek bulunmuştur. Diğer bir araştırmada ise (224) bireylerin kaldıkları yer ile akıllı telefon bağımlılık puanları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Araştırmanın bu sonucu, bireylerin aileleri ile iletişime geçmedikleri için akıllı telefon kullanımı ile ilişkilerini sürdürdüklerini göstermektedir. Yurtta ve evde kalan bireylerin arkadaşları ile iletişimde olmaları nedeniyle bağımlılık puanlarının düşük olduğu düşünülmektedir. Yurtta ya da evde olan bireyler, arkadaşları ile aynı ortamda oldukları için akıllı telefon kullanım süreleri azalmaktadır. Aileleri ile kaldıklarında ise bireyler arkadaşları ile iletişime geçmek durumunda kalmakta, böylelikle de bireylerin akıllı telefon kullanım süreleri uzamaktadır. Nitekim nitel bölümde görüşmecilerin şu sözleri bu yargıyı desteklemektedir;

"... Arkadaşlarımla bazen telefonla konuşurken konuşma uzun sürerse annemden tepki alabiliyorum. Hadi telefonu kapat da yanımıza gel gibi tepki alıyorum bazen. (Görüşme 10, kadın)"

"...Yanında oturmak istiyorum bazen. Ama sırf babam telefona kızdığı için genelde odamda oluyorum. (Görüşme 15, erkek)"

Katılımcıların akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin kullandıkları uygulamaya göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan analiz sonucunda kullanılan uygulamalar arasında anlamlı farklılıkların olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada, yaş, cep telefonu kullanma yaşı, aile geliri ve bireysel gelirin akıllı telefon bağımlılığına etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yaşın akıllı telefon bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuç literatür bilgisi ile uyumlu gözükmektedir (205, 209, 210, 211, 225). Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin yaş aralığının çok az olması

nedeniyle farklılık bulunamadığı düşünülmektedir. Bununla birlikte cep telefonu kullanma yaşının akıllı telefon bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Bu bulgulara göre bireylerin cep telefonu kullanma yaşı düştükçe akıllı telefon bağımlılıkları yükselmektedir. Bu sonuç bireyler akıllı telefon kullanımına ne kadar erken yaşta başlarlarsa bağımlılık puanlarının yüksek çıktığını göstermektedir. Bu araştırmada benzer şekilde sosyal medya için de aynı sonuç bulunmuştur. Bireylerin erken yaşta cep telefonu kullanmaya başlamaları ve sosyal medya ile tanışmaları hem sosyal medyaya hem de akıllı telefona bağımlılık geliştirilmesine sebep olmaktadır.

Bireysel gelirin akıllı telefon bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Aile gelirinin de akıllı telefon bağımlılığı üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Bireylerin aile gelirleri ile bireysel gelirlerindeki artış, akıllı telefon bağımlılığın azalmasına neden olmaktadır. Literatürde ekonomik durum ile akıllı telefon bağımlılığı arasında ilişki olmadığı sonucuna ulaşan çalışmalar olduğu gibi (205, 208, 209, 210, 221, 226, 227) ekonomik durum ile akıllı telefon bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar (217) da bulunmaktadır. Yapılan bir araştırmada da düşük sosyo ekonomik düzeye sahip bireylerin akıllı telefon kullanım süreleri daha yüksek çıkmıştır (228). Bir diğer araştırmada (215) ise, bireylerin geliri arttıkça akıllı telefon bağımlılık puanları yükselmektedir. Bu araştırmada elde edilen sonuç ise sosyal medya bağımlılığında olduğu gibi gelir düzeyindeki yükselmenin bağımlılığı azaltıcı etkisi olduğu yönündedir. Gelir düzeyi düşük olan bireylerin sosyal yaşama katılım düzeyleri azalmakta, böylelikle de sosyal yaşamlarını sosyal medya ve akıllı telefon aracılığıyla kurgulamaya çalışmaktadırlar.

Literatürde bireylerin akıllı telefon kullanım nedenleri; iletişim kurmak, sosyal medya kullanımı, bilgi edinmek, müzik dinlemek, fotoğraf çekmek, oyun oynamak, e-posta kullanımı olarak gösterilmektedir (229, 230). Benzer şekilde araştırmanın nitel bölümünde elde edilen veriler neticesinde bireylerin akıllı telefon kullanım amaçları; sosyal medya kullanımı, oyun oynamak, bilgi edinmek ve akıllı telefon uygulamaları (fotoğraf çekme, bankacılık uygulamaları, alışveriş yapma) olarak sıralanmıştır.

Akıllı telefonu sosyal medya için kullanan bireyler, sosyal medyaya giremediklerinde akıllı telefonun anlamını yitirdiğini, sadece iletişime geçmek için

kullandıklarını dile getirmektedirler. Katılımcıların şu sözleri bu yargıyı desteklemektedir; *"Instagram olmasa çok da önemli değil, tuşlu telefon kullanabilirim. (Görüşme 1, kadın)".* Literatürde akıllı telefon kullanım amaçlarının cinsiyete göre farklılaştığına yönelik sonuçlar elde edilmiştir (229). İlgili araştırmada erkeklerin oyun oynama ve eğlence amaçlı; kadınların ise konuşmak, iletişime geçmek, sosyal medya kullanımı amaçlı kullandığı yönünde bir sonuç elde edilmiştir. Bu araştırmada ise hem nicel bölümde hem de nitel bölümde akıllı telefon kullanımları açısından cinsiyet arası bir farklılık bulunamamıştır.

Akıllı telefonlarını oyun oynamak için kullanan bireyler için oyun, hayatlarında önemli bir konumda gözükmektedir. DSM-V'te "internette oyun oynama bozukluğu" olarak kabul edilen oyun oynama durumu, can sıkıntısını gidermek amacıyla başlayıp bireyin yaşamı kaçırmasına neden olabilecek bir davranışsal bozukluk olarak gösterilebilir. İnternette oyun oynama bozukluğu üzerine yapılan araştırmalarda, bireylerin dijital oyunlara yönelik farkındalık düzeyleri arttıkça bağımlı olma risklerinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır (231, 232). Araştırmalarda oyun oynama bozukluğunda cinsiyetler arasında farklılık olduğu, erkeklerin kadınlara göre bağımlılık riskinin yüksek olduğu (233); bireylerin oyun bağımlısı olmaları durumunda psikolojik iyilik hallerinin olumsuz etkilendiği (234); ebeveynleri oyun bağımlısı olan çocukların oyun bağımlısı olma riskinin arttığı (235, 236) sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu araştırmada da oyun oynayan bireylerin oyunun hayatlarında önemli bir yere koydukları görülmektedir. Nitel görüşmelerde elde edilen şu veri bu yargıyı desteklemektedir; "*...bazen yataktan kalkıp doğrudan oyunun başına geçiyorum. Hatta odamın perdeleri siyah. Oyun da ekranı daha net göreyim diye siyah perde aldım. Odama güneş girmiyor. Bazen hiç dışarı çıkmadan, güneşi hiç görmeden günümü bitiriyorum…"(Görüşme 20, erkek)*

Bireylerin akıllı telefon kullanım nedenleri arasında akıllı telefon uygulamaları da bulunmaktadır. Fotoğraf çekme, çekilen bir fotoğrafı düzenleme, alışveriş yapma, bankacılık uygulamaları gibi uygulamalar bireyler için kolaylık sağladığı gibi bağımlılık oluşturucu bir noktaya da ulaşabilmektedir. Nitekim bireyler fotoğraflarına uyguladıkları filtreler için fazlaca vakit harcayabilmektedirler. Üniversite öğrencilerinin Instagram kullanım pratikleri üzerine yapılan bir çalışmada (181); görülmekten haz duyan bireylerin, Instagram'da kusursuz bir performans sergilemek

amacıyla paylaşım öncesinde tasarım için zaman harcadıkları, profillerindeki görünürlüklerine özen gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

İnsanlar için alışveriş bir ihtiyaçtır ve ihtiyaçları doğrultusunda alışveriş yapmaları doğal karşılanmaktadır. TÜİK verilerine göre son 12 ayda internet üzerinden özel sipariş verme (e-ticaret) oranı, 2021 yılında %44,3 iken 2022 yılında %46,2 olmuştur (1). Bu veriden de anlaşılacağı üzere internetin alışveriş amaçlı kullanımı artış göstermektedir. Alışveriş bağımlısı olan bireyler ise bir ihtiyaç kaynaklı olmaktan öte, kompulsif satın alma davranışları sergilerler. Özellikle pandemi döneminde sokağa çıkma kısıtlamaları ile bireylerin çevrimiçi alışveriş davranışı sergilemeleri söz konusu olmuştur. Bu davranışın bireyin kontrolünden çıkması ise çevrimiçi alışveriş bağımlılığı sorununu beraberinde getirmiştir. Kompulsif alışveriş bağımlılığının nedenleri; plansız satın alma, keşfedici satın alma, hedonik satın alma, reklamlar ve kredi kartı kullanımı olarak gösterilmektedir (237). Kompulsif alışveriş bağımlısı bireylerle yapılan bir çalışmada (238) bireylerin alışveriş esnasında rahatladıkları, mutlu hissettikleri ancak daha sonrasında suçluluk ve pişmanlık duyguları yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Pişmanlığın sebebinin ihtiyacı olmadığı için aldığı bir ürüne ödediği maddi bedelle ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Bireylerin alışveriş yapmak amacıyla da akıllı telefon kullandıkları bu araştırmada elde edilen bir diğer bulgudur. Alışverişin bireyin kontrolünden çıkması ise davranışsal bir bağımlılık olabileceğini göstermektedir. Görüşmecilerin şu sözleri bireyler için alışverişin ihtiyaçtan öte davranışsal bir bağımlılığa dönüştüğünü göstermektedir;

"*...Trendyol bağımlısıyım diyebilirim kendim için. İhtiyacım olmasa bile bir kıyafet görüp beğenirsem kesin alıyorum. Maddi yönden de zorluyor aslında. (Görüşme 7, kadın)*

"... Alışveriş çok yapıyorum. Reklamlardan kaynaklı aslında. Bunu biliyorum ama engel olamıyorum. Hiç ihtiyacım yokken almış olduğum ürünler var." (Görüşme 14, erkek)

5.6. Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Kullanımının Bireyler Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırmanın nitel bölümünde üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının etkileri, sosyal medya ve akıllı telefon kullanamadıklarında ne yaptıkları ve pandemi sürecinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanım alışkanlıkları anlaşılmaya çalışılmıştır.

Akıllı telefon kullanımının bireyler üzerinde birçok olumsuz etkisinden bahsedilebilir. Literatürde akıllı telefon kullanımının bireylerin akademik başarısızlık yaşamalarına (77); uykusuzluk problemleri yaşamalarına (239); saldırgan tutumlar sergilemelerine (240) neden olduğu yönünde bilgiler yer almaktadır. Bu araştırmada da bireylerin bu problemleri dile getirdikleri görülmektedir. Sosyal medya kullanımı nedeniyle bireylerin fiziksel, sosyal ve psikolojik sorunlarla karşılaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle saldırganlık sorunları yaşayanlar bu sorunlarını şu şekilde dile getirmişlerdir;

Sosyal medyada gördüklerim aniden sinirlenmeme ve bunu yanımdakilere yansıtmama neden olabiliyor. (Görüşme 2, kadın)

Herkesin mutlu anlarını görünce bazen sinirleniyorum. Bakıyorum birileri geziyor ben evdeyim. O zaman çok sinirleniyorum ve ailemle çatışıyorum. Saldırganlaşıyorum (Görüşme 6, kadın)

Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle fiziksel sorunlar yaşadığını ifade eden katılımcılar, gözlerinde yanma, bellerinde ağrı ve ellerinde uyuşma yaşadıklarını dile getirmişlerdir.

"…Bazen elimin uyuştuğunu fark ediyorum o zaman bırakıyorum. Bazen de başım çatlıyor telefondan."(Görüşme 5, kadın)

"Bazen elimin uyuştuğu oluyor. Beynim de uyuşuyor sanki…" (Görüşme 16, erkek)

"…Boynumda gözümde ağrılara sebep oluyor. Fiziksel problemlere neden oluyor yani…"(Görüşme 20, erkek)

Önceki bölümlerde de ifade edildiği üzere bireylerin sosyal medyada hep mutlu anlarını paylaşmaları, paylaşımı gördüğü anda mutsuz olan bireyi daha da mutsuz olmaya sürükleyebilmekte, özgüven kaygı yaşamasına neden olabilmektedir;

"...Günlük yaşam açısından bakacak olursak da diğer insanlarının yaptıklarını görmek bazen olumsuz etkiliyor. Falanca şuraya gitmiş, şu eğitimi almış. Ben yapmıyorum diyorum. Özgüven kaybına neden oluyor..." (Görüşme 13, erkek)

"...Bir de şöyle bir durum var. Sosyal medyada herkes mutlu anını paylaştığı için sen onları izlediğin zaman herkesin hayatı mükemmel diye düşünüp, benim niye böyle değil diye üzülüyorum bazen..." (Görüşme 6, kadın)

Bireylerin sosyal medya nedeniyle siber zorbalığa maruz kaldıklarına, kişisel bilgileri ve fotoğraflarının başkaları tarafından çalınabildiğine işaret edilmektedir (134). Nitekim nitel görüşmelere katılan birçok üniversite öğrencisi, hesaplarının çalınmasına yönelik kaygı duyduklarını ifade etmişlerdir.

Geçen hesabımı çaldılar. Çok korktum. Hesabımla farklı şeyler yaparlar diye korktum. İşte bu dönemde çıkan şeyler var ya, size 1000 lira yardım yapacağız falan diye. Öyle milleti benim hesabımla dolandırırlar diye korktum. (Görüşme 1, kadın)

Korku oluyor haliyle. Hesabımdaki bilgiler başkalarının eline geçti diye endişe ediyorum. Geri almak için uğraşıyorum sonra da. (Görüşme 17, erkek)

Problemli internet kullanımı ve davranışsal sorunlar arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan bir araştırmada (241), internet bağımlılık düzeyi arttıkça davranışsal sorunlar görülme olasılığının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer araştırmada da (242), sosyal medya bağımlılığı ve ruhsal sorunlar arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Bu sonuca göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça bireyin ruhsal sorunlar yaşama riskinin artacağı söylenebilir. Sosyal medya ve akıllı telefon kullanım sürelerinin artması ve yanlış kullanım ile birlikte bireyin sosyal yaşantısında da olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle sosyal sorunlar yaşayan bir katılımcının görüşleri şu şekildedir; "*…Bugün arkadaşlarla eğlenmeye bir yere gittik. Gitmeden telefonu şarja takmıştım ama şarj olmamış. Orda yana döne şarj aleti arıyorum. Herkese soruyorum şarj aletiniz var mı, powerbank var mı diye. Herkes eğleniyor ve telefonun*

derdindeyim. En son buldum, taktım şarja. Bu kez de aklım telefonda. Güvenli yerde ama biri arar mı, biri telefonumu arar mı gerildim. Herkes eğlenirken benim tek derdim telefon oldu. Telefon yanımda olmayınca gergin oluyorum. (Görüşme 20, erkek).

Araştırmada, pandemi sürecinin bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanım alışkanlıklarına etkileri de değerlendirilmiştir. Pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının oldukça arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmada elde edilen veriler değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı nedenleri arasında can sıkıntısı da bulunmaktadır. Pandemi sürecinde sokağa çıkma kısıtlamalarının olması, eğitimin uzaktan sürdürülmesi gibi nedenler can sıkıntısı problemini de beraberinde getirmiş, bunun sonucunda ise bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının artması söz konusu olmuştur. Nitel bölümdeki katılımcının şu sözleri bu yargıyı desteklemektedir; "…*Okul yok, üniversite yok. Çalışmak yok. Dışarda gezmek yok. Evde ne yapılabilir ki? Herkes telefona yöneldi…" (Görüşme 13, erkek)*. Pandemi döneminde dokuz farklı üniversitede yapılan bir araştırmada da bireylerin can sıkıntı hissettikleri, sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır (243). Bu araştırmanın nitel bölümündeki veriler değerlendirildiğinde de katılımcıların tamamının pandemi sürecinde akıllı telefon ve sosyal medya kullanımlarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan görüşmelerde elde edilen veriler değerlendirildiğinde pandemi döneminde kazanılan davranışların etkisinin devam ettiği, bireylerde davranışsal değişikliklere de neden olduğu anlaşılmaktadır. "…*Pandemide sokağa çıkma kısıtlaması da olunca akıllı telefonu daha çok kullanır olduk. Şimdi de o alışkanlık devam ediyor. Örneğin bir mağazaya gidip kıyafet almak yerine internetten sipariş veriyorum…" (Görüşme 18, erkek)*

5.7. Sosyal Medya ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Belirtilerine İlişkin Bulguların Tartışılması

Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı, davranışsal bir bağımlılık olarak kabul edilmektedir. Davranışsal bağımlılık ise hem zevk üretmeyi hem de iç rahatsızlıktan kurtulmayı sağlayan bir davranışın, davranışı kontrol etmekte tekrarlayan başarısızlık ve önemli olumsuz sonuçlara rağmen davranışın devam etmesi

durumu olarak tanımlanmaktadır (22).

Aşağıdaki kriterlerden en az 5'inin bulunması halinde bireyde davranışsal bağımlılık tanısı koyulabileceği belirtilmektedir (22);

(1) davranışla veya davranışa hazırlayıcı faaliyetlerle sık sık meşgul olma

(2) davranışa amaçlanandan daha büyük ölçüde veya daha uzun süre sık sık katılma

(3) davranışı azaltmak, kontrol etmek veya durdurmak için çabalamak

(4) davranışı uygulamak veya etkilerinden kurtulmak için çok fazla zaman harcanması

(5) mesleki, akademik, ev içi veya sosyal yükümlülükleri yerine getirmesi beklenilen zamanlarda da istenen davranışı uygulamak

(6) davranış nedeniyle önemli sosyal, mesleki veya eğlence faaliyetlerinden vazgeçmek veya azaltmak

(7) davranış nedeniyle kalıcı veya tekrarlayıcı sosyal, finansal, psikolojik veya fiziksel bir soruna sahip olunmasına rağmen davranışın devam etmesi

(8) tolerans: davranışla istenen etkiyi elde etmek için davranışın yoğunluğunu veya sıklığını artırma ihtiyacı

(9) davranış uygulanmadığında huzursuzluk veya sinirlilik

Bireyde bu 9 kriterden 5'inin bulunması durumunda davranışsal bağımlılık varlığından söz edilebilmektedir. Literatürle uyumlu olarak bu araştırmada bireylerin "yoksunluk", "suçluluk", "gelişmeleri kaçırma korkusu", "uzun süre meşgul olma", "başarısız azaltma girişimleri", "sosyal faaliyetlerden vazgeçme", "hayatında önemli bir faaliyet haline gelmesi", "çatışma" ve "akademik/ ev içi/ sosyal yükümlülükleri yerine getirme sorunları" yaşadıkları tespit edilmiştir.

Literatürde akıllı telefonların, bireylerin gerçek yaşamdaki sorunlardan kaçmak amacıyla da kullanılabileceği yönünde bilgiler yer almakla birlikte bu tür amaçla kullanımların "compensatory use" olarak adlandırıldığı görülmektedir (244). Akıllı telefon kullanımı ile anlık bir memnuniyet/haz yaşayan bireylerin gerçek yaşamda karşılaştıkları sorunların psikolojik etkilerinden kurtulmaları söz konusu

olmaktadır. Öte yandan sadece akıllı telefon kullanımı ile kazanılan haz, akıllı telefonun kullanılmadığı anlarda ortadan kalkmaktadır. Bu durum, bireyin akıllı telefon kullanmadığı durumlarda yoksunluk yaşamasına neden olmaktadır. Bireyler; sosyal medyaya erişemediklerinde, akıllı telefonlarını kullanamadıklarında kendilerini yalnız ve eksik hissetmekte, böylelikle de mutsuz olabilmektedirler (245). Görüşme 4*; "…Böyle boğulacak gibi oluyorum. Yaşamım durmuş gibi oluyor…"*; Görüşme 11*; "…Bir keresinde babam yüzünden kapatmak zorunda kaldım. Kendimi çok kötü hissettim. Böyle evsiz barksız gibi. Kopuk hissettim…";* Görüşme 13; *"…Bir şeyler eksik kalıyor gibi. Kahvaltıda çayın olmaması gibi sosyal medyanın olmayışı…"* sözleriyle bu yoksunluğu tanımlamaya çalışmışlardır. Bireyin yoksunlukla birlikte olumsuz duygu durumu geliştireceğine ve bu duygu durumunu olarak aşırı kullanım ile çözmeye çalışacağına, böylelikle de kısır bir döngüye gireceğine işaret edilmektedir (246). Görüşme 17'nin şu sözleri bu kısır döngüye örnek olarak gösterilebilir; "…*Canımın sıkılmasından kaynaklı sosyal medyada geziniyorum ve fazla vakit harcadığım için yine canım sıkılıyor…" (Görüşme 17, erkek)*

Akıllı telefonların insanların birbirleri ile iletişime geçmelerini kolaylaştırıcı etkisi görmezden gelinemez. Bununla birlikte bireylerin birisi ile yan yana olduklarında onu görmezden gelerek akıllı telefonları ile ilgilenmeleri söz konusu olabilmektedir. Bu durum literatüre "Phubbing" kavramının ortaya atılmasına zemin hazırlamıştır. Phubbing, bireyin bulunduğu bir ortamda etrafındaki kişilerle sohbet etmek yerine telefonuna odaklanarak yanındakileri yok saydığı bir davranış olarak tanımlanmaktadır (247). Phubbing davranışı, bireylerin iletişim problemleri yaşamalarına neden olmakla birlikte, phubbing davranışı sergileyen bireyler, akıllı telefonlarını vücutlarındaki bir uzuv gibi tanımlayabilmektedirler (248). Sosyal medya ve akıllı telefon olmadığında yoksunluk yaşadığı anlaşılan katılımcıların akıllı telefonlarını organ gibi gördükleri de yine literatürdeki verileri desteklemektedir.

"Hani bir organ gibi hissediyorum telefonumu, mesela bir böbreğiniz yok gibi düşünün o şekilde hissediyorum ben…" (Görüşme 2, kadın)

"…Benim için telefon tam anlamıyla bir organ. Sizin bir organınız olmadığında ne hissederseniz ben de öyle hissederim…" (Görüşme 3, kadın)

"…Bir keresinde babam yüzünden kapatmak zorunda kaldım. Kolum bacağım

kopmuş gibiydi... (Görüşme 11, erkek)

Phubbing davranışı sergileyen bireyler, birisi ile yan yana olduklarında onu görmezden gelerek akıllı telefonları ile ilgilenmeleri sonucunda yanlarındaki kişiden tepki alabilmekte ve çatışma yaşayabilmektedirler. Ailenin birlikte olduğu durumlarda, bireyin akıllı telefonu ile meşgul olması diğer aile üyelerinin öfkelenmesine ve tepki göstermelerine neden olabilmektedir (249). Araştırmada elde edilen veriler de bu yöndedir. Bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle özellikle yakın çevreleri ile çatışma yaşadıkları görülmektedir. Görüşmeye katılan ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle çatışma yaşayanların görüşleri şu şekildedir;

"...Annemle çatışma yaşıyoruz genelde. Gözlerin bozulacak artık bırak şu telefonu diyor. Ben sosyal medyaya video çekerken kardeşlerim rahatsız ediyor onlarla da pek anlaşamıyorum bu yüzden..." (Görüşme 3, kadın)

Babam oyun oynanama, telefona bakmama çok kızıyor. Bırakın oyun oynamamı, telefon ışığını açık görse ağzına geleni sayar bana. (Görüşme 20, erkek)

Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlısı bireylerde akademik/ev içi/ sosyal yükümlükleri yerine getirme sorunları yaşadıkları bilinmektedir. Akademik başarı ile problemli internet kullanımı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalarda, sosyal medya ve akıllı telefon kullanım süresi arttıkça bireylerin akademik başarılarında azalma olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (250, 251, 252). Bu araştırmada da sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının bağımlılık boyutunda olduğunu gösteren anlatıları değerlendirildiğinde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle akademik/ev içi/sosyal yükümlülükleri yerine getirme sorunları yaşayanların olduğu görülmektedir. Nitel görüşmelerdeki şu sözler bu yargıyı desteklemektedir. *"...Bir şey yapmam gerekiyorsa ertelemek zorunda kalıyorum. Erteletiyor. Ders çalışmamı, arkadaşlarla buluşmamı, annemin, babamın benden istediği bir görevi yerine getirmemi..."(Görüşme 19, erkek).* Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere bireyler yapacakları eylemi ertelemek zorunda hissetmektedir. Lise öğrencileri ile yapılan bir araştırmada ise öğrencilerin ders esnasında da sürekli telefonları kontrol ettikleri, akıllarının telefonlarında olduğu sonucuna ulaşılmıştır (253). Bu araştırmadaki katılımcının şu sözleri bu sonucu desteklemektedir; *"...Dershaneye falan gittim ama*

derslerde öyle hep aklım telefonumdaydı. Sosyal medyada gezindim, derse bakmadım, çalışmadım…" (Görüşme 1, kadın). Öte yandan oyun bağımlısı olduğunu ifade eden bir katılımcı bu bağımlılığın çalışma hayatına olumsuz etkilerine şu sözleriyle işaret etmiştir; "*... Taksi var bizim, onu kullanıyorum tatil zamanları. Bir gün çıktım böyle. Gece çalışacaktım. Telefona bir baktım oyunun yeni modu açılmış. Arabayı çektim kenara, 3-4 saat oyun oynadım. Çalışmam, para kazanmam gereken saatte oyun oynadım..." (Görüşme 20, erkek)*

Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının bağımlılık boyutuna ulaştığını gösteren belirtilerden birisi de "gelişmeleri kaçırma korkusu" olarak gözükmektedir. Gelişmeleri kaçırma korkusu; bireyin, başkalarının kendisinden daha tatmin edici deneyimler yaşadığına ilişkin düşünceye sahip olması ve bu nedenle sürekli çevrimiçi olarak sanal çevresini takip etmeye yönelik güçlü bir istek duyması olarak tanımlanmaktadır (254). FoMo olarak da bilinen "Fear of Missing Out", Türkçe adıyla "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu", bireyin çevresindeki gelişmelere katılamaması, gelişmelerden uzak kalma endişesi olarak da tanımlanabilir. Görüşme 12, şu sözleri ile bu endişeyi tanımlamıştır; *"...Kim ne yapıyor merak ediyorum. Merak ettiğim için giriyorum sosyal medyaya. Girmezsem yaşananlardan geri kalıyorum gibi geliyor. Sosyal medyaya girmezsem gelişmeleri kaçırıyorum gibi geliyor…" (Görüşme 12, erkek)* Can sıkıntısında olduğu gibi gelişmeleri kaçırma korkusu da hem akıllı telefon kullanımını hem de sosyal medya kullanımını artırmaktadır. Nitekim yapılan araştırmalarda da gelişmeleri kaçırma korkusu ve akıllı telefon kullanımı, sosyal medya kullanımı arasında pozitif ilişki bulunmuştur (255, 256). Bununla birlikte yapılan birçok çalışmada gelişmeleri kaçırma korkusu ve can sıkıntısının phubbing davranışına neden olduğu ve dolayısıyla akıllı telefon kullanımına etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır (195, 257, 258, 259). Bu araştırmaya katılan ve gelişmeleri kaçırma korkusu yaşadığı görülen katılımcılar şu sözleriyle araştırmalarda elde edilen bulguları desteklemişlerdir;

"...Eksiklik hissediyorum, bir şey olmuş da olayı kaçırmışım gibi oluyor..." (Görüşme 1, kadın)

"... Kesin olarak bildiğim bir şey var bir şeyleri kaçırma korkusu ile sürekli sosyal medyadayım…" (Görüşme 18, erkek)

Bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusu ile birlikte diğer insanlar tarafından unutulacaklarına dair endişe taşıdıkları, bu araştırmada elde edilen bir diğer sonuç olarak gözükmektedir. Görüşme 16, şu sözleri ile bu endişesini dile getirmiştir; *"…Sürekli çevrimiçi olmanız gerekiyor. Yoksa piyasadan silinme diye bir tabir vardır hani, öyle silinmiş gibi oluyorsunuz…" (Görüşme 16, erkek)*

Literatürde sosyal medya kullanımı ve suçluluk duygusu ile ilgili net bir bilgi olmamasına karşın bu araştırmada elde edilen bir diğer bulgu ise sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının bireylerde suçluluk duygusu oluşturduğudur. Önceki bölümlerde de tartışıldığı üzere bireylerin görünür olma ve mükemmel olma istekleri, yetersizlik ve suçluluk duygularına neden olabilmektedir. Bununla birlikte bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarındaki kontrol yetilerini yitirmeleri suçluluk duygusuna neden olabilmektedir. Nitel bölümde edilen şu sözler bu yargıyı desteklemektedir;

Çok fazla suçluluk duygusu yaşıyorum. Keşke vaktimi boşa harcamasaydım dediğim çok oluyor. Bir de zamanı kaçırdığımı hissediyorum. Bu da suçluluğa sebep oluyor… (Görüşme 17, erkek)

Toz pembe bir hayat var sosyal medyada. Bunu bilmeme rağmen kendime engel olamadığım için suçluyorum kendimi… (Görüşme 19, erkek)

Bireyler, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlısı olmaları durumunda sosyal medya ve akıllı telefonları ile uzun süre meşgul olmaya başlamakta, böylelikle sosyal medya ve akıllı telefon bireylerin hayatlarında önemli bir faaliyet haline gelmektedir. Bunun sonucunda ise bireyler diğer sosyal faaliyetlerinden vazgeçerek yaşantılarını sosyal medya ve akıllı telefonlarına göre sürdürmeye başlamaktadırlar. Görüşme 14; "*Boş kaldığım her an telefonlayım." (Görüşme 14, erkek)*; Görüşme 6; "*Önemli bir iş yapmam gerektiğinde bazen bakıyorum 2-3 saat yatakta telefonla vakit geçmiş..."* sözleriyle sosyal medya ve akıllı telefonları ile uzun süre meşgul olduklarını dile getirmişlerdir. Bir sonraki adımda ise uzun süren meşguliyet nedeniyle sosyal medya ve akıllı telefonları bireylerin hayatında önemli bir faaliyet haline gelmektedir. Görüşme 12'nin şu sözleri sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının bireyler için ne denli önemli bir faaliyet haline geldiğini gözler önüne sermektedir; "*Akıllı telefonsuz hayat çekilmez bence. Evde mesela hangi odadaysam şarja orda takmam gerekiyor.*

Diyelim oturma odasındayım ve kendi odama gitmem gerekiyor. Telefonu şarjdan çıkartıp odama alırım. Hastalık gibi bu…" Tüm bunlarla birlikte bireylerin sosyal medyada paylaştıkları gönderinin beğenilme sayısı, oyunlardaki ilerlemeleri mutlu ya da mutsuz hissetmelerini doğrudan etkilemeye başlamaktadır. Görüşme 3'ün sözleri bu yargıyı desteklemektedir; "…*Yorumlar beğeniler mutlu ediyor. Orada beğenildiğimi biliyorum, ne yapsam beğenilecek. Bu da özgüvenimi artıyor…" (Görüşme 3, kadın)* Nihayetinde ise bireyler sosyal faaliyetlerinden vazgeçmeye başlamaktadırlar. Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlısı olan bireyler yaşantılarını sosyal medya ve akıllı telefonlarına göre kurgulamaya başlamaktadır. Görüşme 6; *"Sıkılsam bile "hadi biraz yürüyüş yapıyım" demek yerine telefonu elime alıyım diye düşünüyorum…"* sözleriyle bu yargıyı desteklemektedir. Ayrıca bireyler, sosyal yaşamda da sosyal medyanın etkili olduğunu, iletişimin sosyal medya üzerinden kurgulandığını dile getirmişlerdir.

"... Aslında birlikte geçirdiğimiz vakitler bile sosyal medya için gibi geliyor bana... (Görüşme 8, kadın)

"... Bir kafede otururken de videolar hakkında konuşuyoruz birbirimize videolar gönderip gülüyoruz o video o akım hakkında konuşuyoruz. Sosyal medya günlük konuşmalarımızın büyük bölümünü oluşturuyor…" (Görüşme 15, erkek)

Yukarıda sıralanan belirtilere eşlik eden, bireyin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlısı olduğunu gösteren son belirti ise "*başarısız azaltma girişimleri"* olarak gösterilebilir. Bağımlılık döngüsü içerisinde yer alan "istersem bırakırım" ve bunu takip eden "bu meret bırakılmaz" süreçleri sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığında da benzer şekilde ilerlemektedir. Nitel görüşmelerde elde edilen verilerden de anlaşılacağı üzere bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımının olumsuz sonuçlarını bilmelerine rağmen sosyal medya ve akıllı telefon kullanmaya devam ettikleri görülmektedir. Nitekim bireyler, sosyal medya ve akıllı telefon kullanmadıklarında yoksunluk belirtileri göstermektedirler. Görüşme 3, "*Üniversitenin ilk günlerinde hesabımı dondurmuştum. Onunla ilgilenmek yerine derslerime dönmek istedim ama kendimi büyük bir boşlukta hissettim. Sanki böyle en sevdiğim kişi hayatımdan çıkmış gibi oldu. Çok garip hissettim. Hesabımı açınca iyi oldum. Boşluk doldu."* sözleriyle hem yaşadığı yoksunluğu tarif etmiş hem de başarısız azaltma girişimi olduğunu dile getirmiştir.

5.8. Sosyal Medya ve Akıllı Telefona İlişkin Düşüncelerine Ait Bulguların Tartışılması

Bireylerin sosyal medya ve akıllı telefona bağımlı olmalarına karşın hem sosyal medyaya hem de akıllı telefona ilişkin olumsuz düşünceleri de bulunmaktadır. Araştırmanın nitel bölümünde elde edilen veriler bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon olmadan yaşayamayacaklarını düşündüklerini ancak sosyal medya olmadığında farklı aktivitelere yönelerek yoksunluk hissetmediklerini de göstermektedir. Öte yandan bu çalışmada her ne kadar sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığın bireyde oluşturduğu olumsuz etkilerden bahsedilse de şu bir gerçek ki gerek sosyal medya gerekse akıllı telefon bireylerin hayatında önemli kolaylıklar da sağlamaktadır. Bilgi edinmek, yüz yüze görüşme imkânı olmadığında iletişim kurabilmek, para kazanmak, vakit ayrılması gereken bazı eylemleri çok kısa sürede çözüme kavuşturmak sosyal medya ve akıllı telefonlar sayesinde mümkün olabilmektedir. TÜİK'in 2022 yılında yaptığı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması sonuçlarında da interneti çevrimiçi öğrenme faaliyeti olarak kullananların oranı %15,9 olarak rapor edilmiştir (1). Özellikle pandemi döneminde sokağa çıkma kısıtlamalarının olduğu günlerde bireylerin iletişimde kalmasını sağlamıştır. Görüşme 2 şu sözleri ile bu yargıyı desteklemektedir; "*Mesela bu yıl pandemi sürecindeyiz ve arkadaşlarımla görüşemiyorum. Sosyal medya sayesinde arkadaşlarımla görüşebiliyorum."* Bununla birlikte yine pandemi döneminde bireylerin eğitim almalarına, uzaktan kurslara katılım sağlamalarına imkân sağlamıştır. Görüşme 11 bu konudaki düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir; "*Dil öğrenmek için telefon üzerinden erişebiliyorum, olmasaydı yüz yüze bir kursa gitmem gerekirdi. Ki mesela şu an yüz yüze eğitim yok, telefon olmasa uzaktan eğitime de erişemezdim. Bence olmazsa olmaz olmuş durumda.*

Sosyal medya ile ilgili veriler tartışılırken de ifade edildiği üzere bireylerin görünür olma arzuları kendilerini oldukları gibi değil, olmak istedikleri kişi olarak sunmalarına neden olmaktadır. Ayrıca yine önceki bölümlerde işaret edildiği üzere sosyal medya kullanıcıları mutlu oldukları anları paylaşmaktadırlar. Nitel görüşmelere katılan bireyler bu durumun ***"samimiyetsizlik"*** göstergesi olduğunu ifade etmektedirler. Görüşmelere katılan bireyler şu sözleri ile bu yönde görüş bildirmişlerdir;

"*İnsanların hayatlarında 24 saat var ama sadece keyifli ve mutlu oldukları anları paylaşıyorlar. Bu nedenle kimsenin samimi olunduğunu düşünmüyorum." (Görüşme 10, kadın)*

"…İnsanlar sosyal medyada hep mutlu. Oldukça samimiyetsiz bir döngü…"(Görüşme 19, erkek)

Öte yandan bireyler sosyal medyanın samimiyetsizliğe neden olduğunu, sosyal medyanın olmadığı bir dünyada ise "*doğal bir ortam"* olacağını ifade etmektedirler. Görüşme 18'in bu konudaki düşünceleri şu şekildedir; *"…Olmasaydı daha doğal davranan insanlar olurduk. Hepimiz için gerçek bu…"* Bireyler sosyal medya üzerinden görüşmeleri samimi bulmadıkları gibi, kullanılan simgelerin de bireylerin gerçek duygularını yansıtmadığına işaret etmektedirler. Akıllı telefonlarda sohbet ederken kullanılan emojilerin gerçek duygulardan farklı olabildiğini ifade eden Görüşme 4'ün şu sözleri oldukça önemli gözükmektedir; *"Yüz yüze görmek, mimiklerini görmek ve kahkahasını görmek daha güzel olurdu. Emojilerde kalmamalı. Kişi gülen surat atıyor ama kendi gülmüyor. Benim çok oldu öyle…"*

Bireylerin sosyal medya ve akıllı telefona ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde *zararlı içeriklerin bulunması* nedeniyle endişelendikleri görülmektedir. İnternette bulunan zararlı içeriklerin özellikle çocuklar için tehdit unsuru olduğu yönünde görüş bildirenler bulunmaktadır. Görüşme 1; **"…***İnternet ortamında çok fazla zararlı içerik var. Herkesin erişeceği şekilde her içerik var. Güvenli kullanım var ama bunu aşmak oldukça kolay. Çocuklar açısından tehdit edici bir unsur bu…"* sözleriyle bu düşünceyi desteklemektedir. Yetişkinler için de özellikle *fazla vakit harcamalarına neden olduğu* ve *diğer aktiviteleri yapmaya fırsat bırakmadığı* yönünde görüş bildirenler de bulunmaktadır. Fazla vakit harcayanlar, bu durumun farkında oldukları halde bu davranışlarını değiştiremediklerini ifade etmektedirler. Görüşme 3 şu sözleri ile bu duruma işaret etmektedir; **"***Uyandığım andan itibaren elime alıyorum, uyumadan önce de elimde oluyor. Son kez şuna da bakıyım buna da bakıyım diyorum bir bakıyorum saatler geçmiş. Uyuyamıyorum da aslında. O son kez şuna bakıyım dediğimdeki son hiç gelmiyor…"*

Bireylerin sosyal medya ve akıllı telefonun yokluğuna ilişkin düşünceleri değerlendirildiğinde ise bazı katılımcıların *çevre ile daha fazla etkileşim* kurdukları,

bazılarının ise yoksunluk hissi yaşayarak kendilerini *soyutlanmış* gördükleri anlaşılmaktadır. Sosyal medyanın yokluğunda çevre ile daha fazla etkileşim içerisinde olduğunu ifade edenler, sosyal medya ve akıllı telefonun yok olmasının, ilişkilerine olumlu yansıyacağını düşünmektedirler. Görüşme 12, şu sözleri ile sosyal medyanın yok olması halinde sağlıklı ilişkiler kuracağını ifade etmektedir; "…*Şu bir gerçek ki olmaması güzel olurdu. Kitap okurduk, ailemle, arkadaşlarımla daha çok vakit geçirirdim. Şu anda telefon kalksa, herkesten gitse muhtemelen her şey daha güzel olur…"*

Sosyal medya ve akıllı telefonun yok olması düşüncesini olumlu karşılayanlar olduğu gibi olumsuz karşılayan, hatta yaşamlarında vazgeçilmez bir unsur olarak görenler de bulunmaktadır. Sosyal medya ve akıllı telefonun olmaması durumunu düşünmek bile istemeyen, yoksunluk belirtilerini tarif edecek şekilde günlük hayata adapte olamayacağını dile getirenler de bulunmaktadır. Görüşmeye katılan bireylerin şu sözleri ile bu yargıyı desteklemektedir;

"…*Günlerce ağlarım..." (Görüşme 6, kadın)*

"…Taş devrine, ilkçağa dönmüş gibi olurum…" (Görüşme 9, kadın)

"…Çağın dışında hissederim…" (Görüşme 18, erkek)

"...Hayal bile edemiyorum…" (Görüşme 20, erkek)

5.9. Değişkenlerin Birbirlerini Etkileme Durumlarına İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırmada aile aidiyeti ve alt boyutları ile grup aidiyeti arasındaki ikili korelasyona bakılmıştır. Katılımcıların aile aidiyeti ve grup aidiyeti seviyeleri arasındaki ilişkiyi ölçmek adına yapılan korelasyon analizi değerlendirildiğinde grup aidiyeti ile kendilik aidiyeti, aile aidiyeti ve genel aidiyet arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları ile akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutları arasındaki ikili korelasyona bakılmıştır. Literatürde sosyal medya bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara bakıldığında çoğunda aralarında bir korelasyon olduğu görülmektedir.

Sosyal ağ ve oyun kullanımları akıllı telefon bağımlılığının pozitif yönlü belirleyicileri olarak bulunmuştur (246). Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile akıllı telefon bağımlılığı düzeyleri arasındaki ilişkiyi ölçmek için yapılan korelasyon analizi değerlendirildiğinde katılımcıların sosyal medya düzeyleri ve alt boyutları ile akıllı telefon bağımlılığı ve alt boyutları arasında pozitif yönde ve anlamlı bir korelasyon ilişkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada bireylerin aile ve grup aidiyet düzeylerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Araştırmada sosyal medya bağımlılığının aile ve grup aidiyetine olan etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizi sonuçlarına göre, aile aidiyetindeki artışın sosyal medya bağımlılığını azaltacağı söylenebilir. Araştırmada akıllı telefon bağımlılığının aile ve grup aidiyetine olan etkisini ölçmek için regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizi sonuçlarına göre, aile ve grup aidiyetindeki artışın akıllı telefon bağımlılığını azaltacağı söylenebilir. Bu bulgulara göre aile ve grup aidiyetinin yükselmesi ile sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığının azalacağı söylenebilir. Bu bulgular literatür ile uyuşmaktadır. Üniversite öğrencileri ile yapılan bir çalışmada (71) bireylerin sosyal medya bağımlılıkları ile sosyal destek durumları arasındaki ilişki incelenmiş, araştırmada öğrencilerin algıladığı sosyal destek düzeyi arttıkça sosyal medyaya bağımlılığının azaldığı ya da algıladığı sosyal destek düzeyi azaldıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer araştırmada (260) ise aile, arkadaş ve öğretmen desteğinin artması ile internet bağımlılığının azalacağı sonucuna ulaşılmıştır. Lise öğrencileri ile yapılan bir araştırmada (261) da bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin aile içi yaşam kalitelerine etkisi incelenmiş, araştırma sonuçlarına göre bireylerin aile içi yaşam kalitelerinin azalması, yalnızlık hissetmelerine neden olmakta, bu yalnızlık ise bireyin sosyal medya kullanımının artması ile sonuçlanmaktadır. Aile içi yaşam kalitesinde artış ile de sosyal medya kullanım düzeyinde azalma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin sosyal medya kullanımı ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştıran bir diğer çalışmada, yalnızlık hisseden bireylerin sosyalleşme davranışlarını sosyal medya üzerinden kurguladıkları, sosyal medyayı daha fazla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (262). Literatür bilgisinde de görüldüğü üzere bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanım nedenleri sosyal destek arayışı ile açıklanmaktadır. Ailesi ve çevresinden sosyal destek alan, aile ve grup aidiyeti yüksek olan bireylerin sosyal medya ve akıllı

telefon kullanımlarının azalacağı düşünülmektedir. Araştırmanın nitel bölümünde elde edilen veriler de bu yargıyı desteklemektedir.

"... Telefonun, sosyal medyanın olmayacağı ortam olsa, yani ihtiyacım olmasa aklıma gelmez ..." (Görüşme 12, erkek)

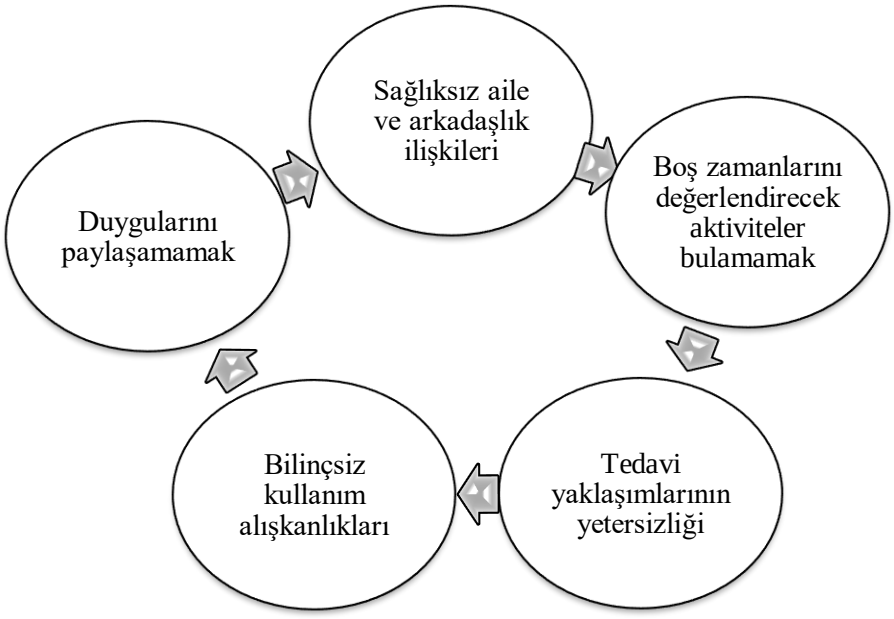
"... onlarla kaliteli vakit geçirirsem daha iyi oluyorum. Yani iyi derken sosyal medyayı, akıllı telefonu kullanmayı azaltıyorum. (Görüşme 4, kadın)

"...çok vakit harcadığım için ailemden arkadaşlarımdan uzak kalıyorum. Yeterince vakit geçiremiyorum. Sosyal çevremden uzak kalıyorum. Tüm sosyal hayatımı telefon veya sosyal medya üzerinden yaşamaya çalışıyorum..." (Görüşme 16, erkek)

Bu sonuçlar bireyler sağlıklı ilişkiler kurabildikleri durumlarda sosyal medya ve akıllı telefon arayışına girmediklerine işaret etmektedirler. Bireylerin aileleri ile kaliteli vakit geçirdikleri takdirde sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının azalacağı düşünülmektedir

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde, elde edilen nitel ve nicel veriler neticesinde ulaşılan sonuçlara ve ortaya çıkan sonuçlara yönelik önerilere yer verilmiştir. Araştırmada üniversite öğrencilerinin aile aidiyeti ve grup aidiyeti düzeylerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisini ölçmek amaç edinilmiştir. Ayrıca bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarına ilişkin deneyimlerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, daha ayrıntılı veri elde etmek için karma model araştırma tercih edilmiştir. Üniversite öğrencilerinden elde edilen hem nicel bulgular hem de nitel bulgular aile ve grup aidiyetinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığını etkilediğini göstermektedir. Araştırmanın nicel bölümünde üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeyleri, aile ve grup aidiyet düzeylerine ilişkin veriler sunulmuş, nitel bölümünde ise üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon kullanım amaçları, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlısı olduklarını gösteren belirtiler, sosyal medya ve akıllı telefon olmadığında ne hissettikleri, pandemi döneminde sosyal medya ve akıllı telefon kullanım alışkanlıklarının nasıl değiştiği, aile ve gruplara duydukları aidiyetlerine ilişkin deneyimleri ortaya çıkartılmıştır. Bu sonuçlar aşağıdaki tabloda özetlenmiş ve bu sonuçlara yönelik neler yapılabileceği sosyal hizmet disiplini ile bağlantılı olarak öneri olarak sunulmuştur.



Şekil 10. Bireyi sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına sürükleyen etmenler.

Sağlıksız Aile ve Arkadaşlık İlişkileri

Araştırmanın nicel bölümünde elde edilen veriler göz önünde bulundurulduğunda aile ve grup aidiyet düzeyleri yüksek olan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık puanlarının düşük; aile ve grup aidiyet düzeyleri düşük olan bireylerin ise sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık puanlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada, aile ve grup aidiyet düzeyinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçtan hareketle bireylerin aileleri ve gruplarla kuracakları sosyal destek sistemleri sayesinde sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarının azalacağı düşünülmektedir. Bireylerin aile aidiyeti ve grup aidiyeti arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur. Bu sonuç, bireylerin ailelerine duydukları aidiyet arttıkça gruplara duyacakları aidiyetin de artacağını göstermektedir. Öte yandan sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkiye bakıldığında da sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur. Bu sonuç, bireylerin akıllı telefon bağımlılıkları arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de artacağını göstermektedir. Tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde bireylerin ailelerine ve gruplara yönelik aidiyet düzeylerinin yükseltmeye odaklanmak gerekmektedir. Bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanım nedenleri sosyal destek arayışı ile açıklanmaktadır. Ailesi ve çevresinden sosyal destek alan, aile ve grup aidiyeti yüksek olan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının azalacağı düşünülmektedir. Bireylerin aidiyet düzeylerindeki artış, sosyal medya ve akıllı telefondan uzaklaşmalarını sağlayacaktır. Bireylerin ailelerine ve gruplara duyacakları aidiyet, sosyal destek hissetmelerini sağlayacak ve sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları azalacaktır. Özellikle sosyal hizmet perspektifinden bakıldığında bireylerin sağlıklı aile ilişkileri kurmaları gerektiği, sosyal destek sistemlerinin güçlendirilmesi gerektiği görülecektir. Bu noktada Merkezi Yönetimi temsilen Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın aile içi sağlıklı ilişkiler oluşturulması ve bireylerin aile aidiyet düzeylerini artıracak hizmet modellerinin geliştirilmesi amacıyla projeler geliştirmeleri önerilebilir. Bununla birlikte Yerel Yönetimlerin de şehirlerde ailelerin kaliteli vakit geçirebilecekleri alanlar oluşturmaları önerilebilir. Oluşturulacak hizmet modellerinde ise sosyal hizmet uzmanlarının ailelerle çalışmalar yapması, aileye yönelik psikososyal ve sosyo ekonomik destek sunulması noktasında *bağlantı kurucu* ve *danışmanlık* rollerini kullanmaları gerekecektir.

Boş Zamanlarını Değerlendirecek Aktiviteler Bulamamak

Araştırmada, bireylerin yaşadıkları yer büyüdükçe aile aidiyetlerinin arttığı, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarının azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Köyde yaşayan bireylerin aile aidiyet düzeyleri, büyükşehirde yaşayanlara göre düşük çıkmıştır. Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıkları karşılaştırıldığında ise köyde yaşayan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeyleri, büyükşehirde yaşayanlara göre yüksek çıkmıştır. Bu durum yaşanılan yer büyüdükçe bireylerin aileleri ile aktivite yapabilmeleri sayesinde ailelerine duydukları aidiyetin artması ile açıklanabilir. Aile aidiyeti artan, sosyal faaliyetlere katılan bireylerin de sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları düşmektedir. Nitekim nitel verilerde elde edilen veriler, küçük şehirde yaşayan bireylerin yaşadıkları bölgede aktivite yapamamaları durumunda ailelerini suçladıkları ve onlara öfke duymaya başladıklarını göstermektedir. Aileleri ile kaliteli vakit geçiremeyen bireylerin de yapacak bir şey bulamamaları nedeniyle sosyal medya ve akıllı telefonlarına yöneldikleri görülmektedir. Şu hâlde şehirlerde ailelerin birlikte vakit geçirebilecekleri, bireylerin kaliteli vakit geçirmelerine imkân sağlayan etkinliklerin varlığı bireylerin aile aidiyetlerini artıracak, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarını azalacaktır. Yerel yönetimlerde görev alan sosyal hizmet uzmanlarının bölge halkının ihtiyaç tespitini yapmak üzere sosyal incelemeler gerçekleştirmeleri ve bu incelemeler neticesinde tespit edilen ihtiyaç ve taleplere yönelik makro ölçekte sosyal, kültürel ve sosyal projeler geliştirmeleri önerilebilir.

Araştırmada bireylerin gelir durumlarının aile aidiyetine pozitif yönde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aile ve bireysel gelirdeki artış, aile aidiyetini artırmaktadır. Bu sonucunda yine aktivite yoksunluğu ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bireylerin gelir durumları düşük olması durumunda sosyal yaşama katılım düzeyleri azalmakta, bu durum ise ailelerine duydukları aidiyeti azaltmaktadır. Nitekim araştırmada elde edilen bir diğer sonuç, bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarının gelir durumlarından etkilendiği yönündedir. Bireylerin gelir düzeyi arttıkça sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıkları azaltmaktadır. Tüm bu veriler ışığında bireylerin gelir düzeylerindeki artışın sosyal faaliyetlere katılımlarını artırdığı, sosyal faaliyetlere katılan bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeylerini azalttığı düşünülmektedir. Düşük sosyo ekonomik düzeye sahip bireyler

yakın aile desteği kuramamakta ve bu nedenle aileleri ile kuramadıkları aidiyet duygusunu sosyal medya ve akıllı telefonları ile kurmaya çalışmaktadırlar. Bireylerin hem aileleri ile hem de bireysel olarak sosyal yaşama katılımlarını sağlamanın sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıklarını azaltacağı yorumu yapılabilir. Şu hâlde bireylerin sosyalleşme pratiklerini geliştirmeye yönelik makro düzeyde projeler yapılması önerilebilir.

Araştırmada pandemi sürecinde bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Pandemi döneminde ülke genelinde ilan edilen sokağa çıkma kısıtlamaları nedeniyle zamanlarının büyük bölümünü evlerinde geçiren bireylerin can sıkıntısı yaşamaları nedeniyle akıllı telefon kullanımına yöneldikleri düşünülmektedir. Bu noktada pandeminin etkisinin hale devam ettiğini dikkate alarak bireylerin can sıkıntılarını gidecek etkinliklere yönelmelerini sağlamak hedeflenmelidir. Özellikle sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığını azaltmak için tiyatro çalışmaları yapılması, müzik çalışmaları yapılması, bireylerin hobi alanlarına yönelik kurslar düzenlenmesi, sosyal etkinlikler gerçekleştirilmesi önerilebilir. Böylelikle bireylerin sosyal medyadan uzaklaşmaları sağlanabilecektir. Bu noktada sosyal hizmet uzmanlarının bireyleri kaynaklarla buluşturmaları da önemli gözükmektedir.

Özellikle nitel bölümde elde edilen veriler, sağlıklı aile ilişkilerinin bulunmadığı evlerde, bireylerin aile aidiyet düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir. Ailelerde ortak sohbet ortamının bulunmadığı, tüm aile üyelerinin telefonları ile vakit geçirdikleri, aile içi kuşak çatışmalarının var olduğu, bireylerin aileleri ile birlikteyken bile sosyal medyayı düşündükleri sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu sonuç, aile içi yaşantıların bireysel yaşantıya dönüştüğünü ve aileleri ile sağlıklı iletişim kuramayan çocukların sosyal medya ve akıllı telefon kullanımına yöneldiklerini düşündürmektedir. Bu nedenle aile içi iletişimin sağlıklı bir zemine oturtulması ve tüm aile üyelerinin dâhil olduğu sohbet ortamlarının geliştirilmesi önerilebilir. Ailelere yönelik aile içi sağlıklı iletişim ve sosyal medya ve akıllı telefonun doğru kullanımına ilişkin seminerler verilmesi de yine doğru bir adım olacaktır. Araştırmada elde edilen sonuçlar, bağımlılığın sadece üniversite öğrencilerinde olmadığını, aileleri sosyal medya ve akıllı telefon bağımlısı olan bireylerin kendilerinin de bağımlı olma ihtimallerinin daha yüksek olduğunu

göstermektedir. Yapılan araştırmalarda aile ile birlikte eğlenceli vakit geçirmenin aile aidiyetini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada evlerde ortak sohbet ortamlarının oluşturulması, aile içi sağlıklı iletişim kurulabilmesi ve kaliteli vakit geçirmelerinin sağlanması gerekmektedir. Böylelikle bireylerin bağımlılıklarının azalacağı düşünülmektedir. Aileler çocukları için hem duygusal destek sunmalı, yardıma ihtiyaçları olduğunda koşulsuz yardım edebilmeli, ihtiyaç duydukları tüm bilgilere erişebilme imkânı sunmalı, çocuklarına rehberlik ve danışmanlık kaynağı olmalıdır. Sosyal hizmet uzmanlarının *eğiticilik* rolü kapsamında ailelere yönelik çocuklarına nasıl davranabileceklerine ilişkin ebeveynlik becerilerini kazandırmaya yönelik bilgilendirici çalışmalar yapılması önerilebilir.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç bireylerin gruplara yönelik bakış açısının farklılaştığı, grupların sosyal medya üzerinden kurgulanmaya başlandığı, bireylerin arkadaşları ile buluşurken, iletişime geçerken de sosyal medya ve akıllı telefonu kullandıkları yönündedir. Bu noktada bireylerin sanal ortamdaki aidiyet ile gerçek yaşamdaki aidiyetin farkına varmalarını sağlayacak bilinçlendirme çalışmalarının yapılması önerilebilir. Bununla birlikte sosyal medyanın ilişkileri sıradanlaştırdığı, bireylerin arkadaşları ile yüz yüze görüşmek yerine sosyal medyayı tercih ettikleri bu araştırmada elde edilen bir diğer sonuçtur. Bu noktada bireylerin kurmuş oldukları ilişki biçimleri hakkında bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Yüz yüze görüşme ve çevrimiçi görüşmeye arasındaki farklar, her ikisinin de olumlu ve olumsuz yanları hakkında öğrencilerin katılım sağlayacağı çalıştaylar düzenlemesi, böylelikle de farkındalık oluşturulması sağlanması mümkün olabilecektir.

Duygularını Paylaşamamak

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medyada uzun süre vakit geçirdikleri ve sosyal medyayı en çok da duygusal destek almak için kullandıkları görülmektedir. Ayrıca araştırmada kadınların sosyal medya bağımlılık düzeyleri erkeklere göre yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların erkeklere göre daha fazla sosyal medya ve akıllı telefon kullanmasının nedenlerinden birinin kadınların daha fazla duygusal desteğe ihtiyaç duymaları ve iletişim kurma isteklerinin erkeklere göre daha fazla olması ile açıklanabilir. Ayrıca sosyal medyanın alışveriş yapma, sağlıklı beslenme, fotoğraf paylaşımı gibi özellikleri barındırması nedeniyle kadınlar tarafından daha sık kullanıldığı düşünülmektedir. Nitekim

araştırmada kadın katılımcıların çoğu "beğenilme arzusu" amacıyla sosyal medya kullandıklarını ifade etmişlerdir. Öte yandan TÜİK'in 2022 yılında yaptığı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması sonuçlarında da lise veya üniversite mezunu olan kadın ve erkeklerin internet kullanım oranlarına bakıldığında kadınların erkeklere göre daha fazla internet kullandıkları görülmektedir. Bu noktada kadınların duygu durumlarını düzenlemelerine imkân sağlayacak çalışmalar yürütülmesi önerilebilir. Yine yerel yönetimler tarafından düzenlenebilecek olan yaratıcı drama etkinlikleri bu soruna çözüm olarak sunulabilir.

Elde edilen tüm bu sonuçlara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefonları ile uzun süre vakit geçirdikleri ve sosyal medyayı en çok da duygusal destek almak için kullandıkları söylenebilir. Bu sonuç, bireylerin sosyal medyada olmadıklarında gelişmeleri kaçırma korkusu yaşadıklarını ve sosyal medyanın her zaman akıllarının bir köşesinde olduğunu göstermektedir. Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı bireylerin sosyal ve duygusal destek almak için kullandıkları bir noktaya ulaşmış durumdadır. Bu anlamda sosyal medya ve akıllı telefonun, bireyler için sosyalleşme aracı haline geldiği, stresle baş etmelerine imkân sağladığı, can sıkıntılarını gidermeye yardımcı olduğu, bilgiye ulaşmalarını sağladığı, arkadaşlık ilişkisi kurmalarına, kurdukları ilişkiyi sürdürmelerine olanak sağlayan, bireyler için vazgeçilmez bir unsur haline geldiği söylenebilir. Bu noktada bireyler için bir araç olan bu iki unsur, bireylerin bağımlı olmasına neden olmaktadır. Özellikle bireylerin gerek psikolojik gerekse duygusal ihtiyaçlarını karşılama istekleri, sosyal medya ve akıllı telefon olmadığında bireyleri "*ne yapacağını bilemez*" bir hale büründürebilmektedir. Özellikle sosyal medya üzerinden kimlik inşası oluşturmakla birlikte, bireylerin ideal bir benlik oluşturmalarına ve bu ideal benliği sosyal medya üzerinden kurgulamalarına zemin hazırlamaktadır. Kurguladıkları bu düzen ise onlar için sanal bir yaşam olmaktadır. Bireylerin kapıldıkları sanal yaşam ise gerçek yaşamdan soyutlanmalarına neden olmaktadır. Bu noktada hem üniversite öğrencilerine hem de ailelere sosyal medyanın doğru kullanımı konusunda bilgilendirici çalışmalar yapılması gerekmektedir. Ayrıca araştırma sonuçlarından görüldüğü üzere bireyler gerçek yaşamda sosyal destek bulamadıkları için sosyal medyaya yönelmektedir. Bireylerin aile ve grup aidiyetinin düşük çıkması nedeniyle sosyal medyaya yöneldikleri göz önünde bulundurulursa bebeklikten itibaren birey ve ailesi arasında kurulacak olan sağlıklı bir aile aidiyeti bireyi bağımlılık riskinden

kurtaracaktır. Böylelikle de hem sanal bir kimlik inşasına gerek kalmayacak hem de bireyler gerçek yaşamdan uzaklaşmamış olacaktır. Bu hedefe ulaşmak için makro boyutta yapılacak olan çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Sosyal hizmet uzmanlarından sorun ortaya çıkmadan önce önleyici çalışmalar yapmaları beklenmektedir. Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılıkları da bağımlılık oluşmadan yapılacak olan tedbirler ile önlenebilir. Çocukların sosyal medya ve akıllı telefonu güvenli ve bilinçli kullanmaları, bilgiye erişim amaçlı kullanmaları ve yaşlarına uygun olacak şekilde gün içinde belirli süre kullanabilmeleri noktasında aileye bilinçlendirici eğitimler düzenlenmesi önerilebilir.

Bilinçsiz Kullanım Alışkanlıkları

Araştırmada sosyal medya bağımlılık ölçeği meşguliyet alt boyutunda hukuk fakültesi öğrencilerinin; sağlık bilimleri fakültesi, mühendislik fakültesi ve eğitim fakültesi öğrencilerine göre meşguliyet seviyelerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Duygu alt boyutunda hukuk fakültesi öğrencilerinin sağlık bilimleri fakültesi, mühendislik fakültesi ve eğitim fakültesi öğrencilerine göre ortalama puanlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çatışma alt boyutunda mühendislik fakültesi öğrencilerinin hukuk fakültesi öğrencilerine göre çatışma seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılığında hukuk fakültesi öğrencilerinin sağlık bilimleri fakültesi, mühendislik fakültesi ve eğitim fakültesi öğrencilerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Akıllı telefon bağımlılığı ölçeği "günlük kullanım" alt boyutunda Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin; Hukuk Fakültesi'nde öğrenim görenlere göre günlük kullanım seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. "Yoksunluk" alt boyutunda Eğitim Fakültesi'nde öğrenim görenlerin; Sağlık Bilimleri Fakültesi, Mühendislik Fakültesi ve Hukuk Fakültesi'nde öğrenim görenlere göre yoksunluk seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. "Sosyal ağ" alt boyutunda Eğitim Fakültesi'nde öğrenim görenlerin; Hukuk Fakültesi'nde öğrenim görenlere göre sosyal ağ kullanım seviyelerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre, Hukuk Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin, Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilere göre akıllı telefonlarını günlük kullanım süreleri daha fazladır. Ayrıca Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hukuk Fakültesi ve Mühendislik Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefonları nedeniyle yaşadıkları yoksunluk düzeyleri, Eğitim

Fakültesinde öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek çıkmıştır. Son olarak Hukuk Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefonlarını sosyal ağ için kullanım düzeyleri, Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilere göre daha fazladır. Tüm bu sonuçlar ışığında uygulamada Hukuk Fakültelerine öncelik vermek üzere tüm üniversite öğrencilerine sosyal medya ve akıllı telefonun doğru kullanımına yönelik farkındalık oluşturma ve bilinçlendirme çalışmaları yapılması önerilebilir. Bu çalışmaların üniversitelerin Mediko Sosyal Merkezleri aracılığıyla yürütülmesinin daha sağlıklı olacağı düşünülmektedir. Bu noktada öncelikle öğrencilere uygulanacak olan ölçekler aracılığıyla bağımlılık riski yüksek olan bireylerin belirlenmesi ve belirlenen öğrencilere yönelik gerek bireysel gerekse grup çalışmaları ile bireylerin bağımlılıktan uzaklaştırılabilmeleri mümkün olabilecektir. Bu çalışmaların yürütülmesinde çok disiplinli bir ekip çalışmasına ihtiyaç duyulduğu bir gerçektir. Sosyal hizmet uzmanları da bu ekibin içerisinde yer almalıdır. Öte yandan özellikle üniversite öğrencilerinin birbirleri ile iletişime geçmeleri sağlayacak etkinlikler düzenlenmesi de fayda sağlayacaktır. Bununla birlikte üniversitelerde uygulanmaya başlanan "Teknoloji Bağımlılığı" dersinin tüm fakülte ve bölümlere seçmeli ders olarak sunulması de diğer bir öneri olarak sunulabilir.

Araştırmada sosyal medya bağımlılık ölçeği meşguliyet alt boyutunda Instagram kullananların, Twitter kullananlara göre ortalama puanlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Instagram'ın daha fazla meşguliyete sebebiyet verdiğini göstermektedir. Üniversite öğrencileri, fotoğraf ve video paylaşmalarına imkân sağlaması ve tüm bireylerin ilgi alanlarına hitap etmesi nedeniyle Instagram'ı diğer uygulamalara göre daha fazla kullanmaktadır. Bu noktada sosyal medya bağımlılığını azaltmak için yapılacak çalışmalarda Intagram kullananlara öncelik verilmesi önerilebilir. Ayrıca Instagram'ın bağımlılık riskine ilişkin bilgilendirici ve farkındalık oluşturucu çalışmalar yapılması önerilebilir.

Araştırmada akıllı telefon kullanım yaşı 14,89 olarak bulunmuş ve bireylerin cep telefonu kullanma yaşı düştükçe sosyal medya bağımlılıklarının yükseldiği sonucuna ulaşılmıştır. Erken yaşta sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı, bireylerin kişilik gelişimlerini olumsuz etkilemektedir. Bireylerin sosyal medya aracılığıyla kurdukları arkadaşlık ilişkileri de yine kişilik gelişimlerini olumsuz etkileyen bir diğer faktördür. Bu noktada ailelerin çocuklarını sosyal medya ve akıllı telefon ile ne kadar

geç tanıştırırlarsa bağımlı olma risklerini o derece azaltacakları hakkında bilgilendirilmeleri gerektiği düşünülmektedir.

Araştırmada sosyal medya kullanan bireylerin çoğunlukla güzel anılarını paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bireyler, profillerini mutlu anlarla doldurarak görünür olmaya çalışmaktadırlar. Bu durum ise diğer kullanıcıların kendi olumsuz yaşantılarını dramatize etmelerine ve daha fazla çatışma yaşamalarına neden olabilmektedir. Bu nedenle yapılacak olan bilgilendirme çalışmalarında sosyal medyanın bu yönüne dikkat çekilmeli ve sosyal medyada görünenin ötesinde yaşamlar olduğu konusunda farkındalık oluşturulmalıdır. Öte yandan "kusursuz bir profil oluşturma" amacında olan sosyal medya kullanıcılarının daha fazla vakit harcadıkları bir gerçektir. Ayrıca mükemmeliyetçi olmak için psikolojik problemler yaşamaları da olasıdır. Bu noktada onların da gerekiyorsa psikolojik yardım almaları için yönlendirilmeleri sağlanmalıdır. Sosyal medya kullanıcısı bireyler, sosyal medyadaki gördüklerinin gerçeği yansıtmadığını, sosyal medyanın samimiyetten uzak bir mecra olduğunu, internette bulunan zararlı içeriklerin özellikle çocuklar için tehdit unsuru belirtmektedirler. Bu sonuç bireylerin sosyal medyayı samimiyetsiz ve zararlı olarak ifade ettikleri halde kullanmaya devam ettiklerini, sosyal medyayı ve akıllı telefonu bırakmak istedikleri halde başarısız olduklarını göstermektedir. Bu noktada bireylerin sosyal medya ve akıllı telefonlarından uzaklaşmaları ve bilinçli kullanmalarını sağlamak için yönlendirilmeye ihtiyaç duyduklarını göstermektedir. Bu noktada davranışsal bağımlılıkları önleme amaçlı olarak, tüm kurumlar arası eşgüdüm sağlanarak sürdürülebilir politikalar üretilmesi gerekmektedir.

Araştırmada akıllı telefonlarını oyun oynamak için kullananların oyun bağımlısı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bireyin can sıkıntısını gidermek amacıyla başlayan oyun oynama bozukluğu, bireyin yaşamı kaçırmasına neden olabilecek davranışsal bozukluk haline dönüşebilmektedir. Bu noktada özellikle çocukluk döneminde oyunun birey için son derece önemli olduğu da göz önünde bulundurularak bireylerin sanal oyunlardan olabildiğince uzaklaştırılmaları konusunda ailelerin bilinçlendirilmelerine yönelik eğitim çalışmaları düzenlenmelidir.

Akıllı telefonlarını alışveriş yapmak amacıyla kullananların da bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğu bu araştırmada elde edilen bir diğer sonuçtur. Kompulsif satın alma davranışı sergileyen bireylerin de psikolojik yardım almaları ve alışverişi

yalnızca ihtiyaçları doğrultusunda yapmalarını sağlayacak hale gelmeleri hedeflenmelidir. Araştırmada bireylerin sosyal medya ve akıllı telefon kullanımları nedeniyle fiziksel, sosyal ve psikolojik sorunlar yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle bireylerin sosyal medyayı yoğun kullanımları sonrasında saldırganlık, özgüven kaybı, kaygı gibi psikolojik sorunlarda yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte bireylerin sürekli telefona ya da bilgisayara odaklanmaları nedeniyle ellerinde uyuşma, gözlerinde yanma ve bel ağrısı gibi fiziksel sorunlarda yaşadıkları öğrenilmiştir. Tüm bu olumsuz sonuçların sosyal medya ve akıllı telefondan kaynaklı oluşundan bireylerin farkında olduğu da bu araştırmada elde edilen bir diğer sonuçtur. Şu hâlde sağlık kuruluşlarında davranışsal bağımlılıklarla mücadele konusunda çalışmalar başlatılması önerilebilir. Ayrıca Millî Eğitim Bakanlığı'nın yıl içerisinde öğretmenler için düzenledikleri hizmet içi eğitimlerde "teknolojinin doğru kullanılması" ve "davranışsal bağımlılıklar mücadele" konuları eklenmelidir. Diğer taraftan özellikle erken müdahalenin önemi göz önünde bulundurulursa Millî Eğitim Bakanlığı'nın okul sosyal hizmeti uygulamasını bir an önce başlatması gerektiği düşünülmektedir. 2016 yılında Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın hazırladığı "Ulusal Çocuk Hakları Stratejisi ve Eylem Planı'nda MEB'e bağlı tüm okullarda, "sosyal hizmet birimleri" kurulacağı ifade edilmesine rağmen okul sosyal hizmeti uygulamaları başlatılamamıştır. Okul sosyal hizmet uygulamasının başlaması ile birlikte çocukların teknolojiyi bilinçli kullanmaları yönünde çalışmalar yapılabilecek, böylelikle de teknoloji bağımlılığına erken yaşta müdahale edilmesi mümkün olabilecektir. Bununla birlikte önceki sonuçlarda da tartışıldığı üzere sağlıklı aile ilişkilerinin sağlanması noktasında da okul sosyal hizmetinin fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Tüm bunlarla birlikte sosyal medya ve akıllı telefonu bireylerin günlük yaşamından tamamen uzaklaştırmak soyutlanmalarına ve hem sosyal medyanın hem de akıllı telefonun sunmuş olduğu kolaylıkları kullanamamalarına neden olacaktır. Özellikle pandemi döneminde bireylerin çevrimiçi öğrenme faaliyetlerine katılımı, bilgi edinmeleri, yüz yüze görüşme imkânı olmadığında iletişim kurabilmeleri, para kazanmaları, vakit ayrılması gereken bazı eylemleri çok kısa sürede çözüme kavuşturmaları noktalarında önemli kolaylıklar sağlanmaktadır. Bu noktada sosyal medya ve akıllı telefonun doğru kullanılması yönünde ebeveynlerin çocuklarını yetiştirmeleri, toplumun tamamında "teknolojiyi doğru kullanım" hakkında

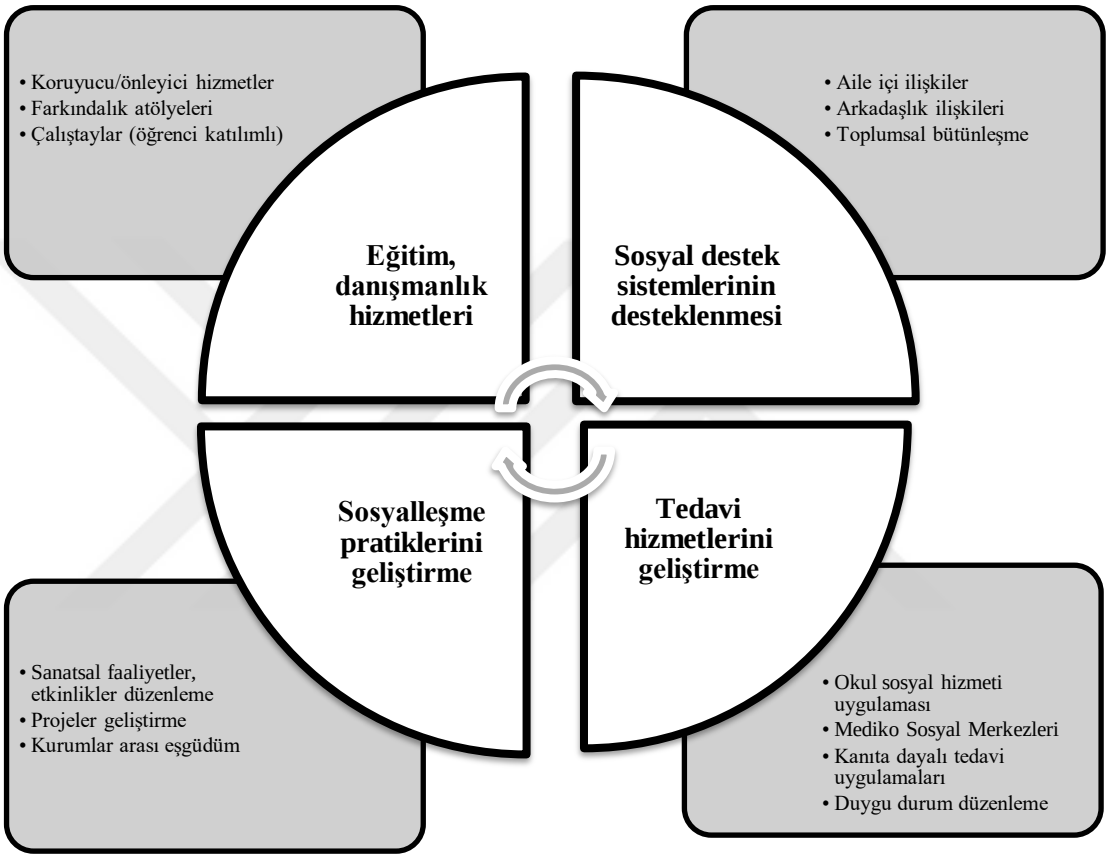
bilinçlendirme çalışmalarının yapılması önerilebilir. Yine öğrencilerin derslerde de akıllı telefonlarını kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda eğitimcilerin dersleri ilgi çekici hale getirmeleri ve teknolojiyi yok saymak yerine derslerde aktif ve işlevsel olarak kullanmaları önerilebilir.

Tedavi Yaklaşımlarının Yetersizliği

Araştırmada sosyal medya ve akıllı telefon bağımlısı olan bireylerin "yoksunluk", "suçluluk", "gelişmeleri kaçırma korkusu", "uzun süre meşgul olma", "başarısız azaltma girişimleri", "sosyal faaliyetlerden vazgeçme", "hayatında önemli bir faaliyet haline gelmesi", "çatışma" ve "akademik/ ev içi/ sosyal yükümlülükleri yerine getirme sorunları" yaşadıkları tespit edilmiştir. Akıllı telefon kullanmadığında ve sosyal medyaya erişemediğinde yoksunluk yaşayan bireyler, yaşadıkları durumu "organ eksikliği" ile bağdaştırmakta ve vücutlarındaki bir uzuv kadar gerekli olduğunu dile getirmektedirler. Tüm bu ciddi belirtilere rağmen DSM-V'te sosyal medya ve akıllı telefon bağımlığına dair bir tanı kriteri bulunmamaktadır. Bununla birlikte diğer tüm davranışsal bağımlılıkların da DSM V'te yeterince yer almadığı görülmektedir. DSM V'te sadece "İnternette Oyun Oynama Bozukluğu" için tanı kriterleri belirlenmiştir. Öte yandan davranışsal bağımlılıklara ilişkin tanı kriterlerinin net olmadığı gibi tedavi yöntemlerine ilişkin de yeterince araştırma olmadığı görülmektedir. Bu noktada davranışsal bağımlılığın tanı kriterlerine DSM'de yer verilmesi ve tedavi yöntemlerine ilişkin uygulamalı araştırmalar yapılması önerilebilir. Böylelikle alanda çalışan meslek elemanlarının tanı koymaları ve uygun tedavi yöntemleri uygulamaları mümkün olabilecektir. Özellikle belirtiler içerisinde yer alan "başarısız azaltma girişimleri" bireylerin sosyal medya ve akıllı telefonlarından uzak kalmak istediklerini ancak profesyonel yardım olmadan başaramadıklarını göstermektedir. Şu hâlde bireylere doğru tanı ve uygun tedavi yöntemleri ile müdahale edilmesinin gerekliliğinin doğru bir tespit olduğu görülmektedir. Sosyal hizmet uzmanlarının davranışsal bağımlılıklarla mücadele ederken bireylere serbest zaman planları ve yeni hobi, beceriler kazandırmaları, akademik becerilerini geliştirmeleri için teşvik etmeleri, mesleki beceri ve istihdam sağlamak için yönlendirmeleri ve stresle baş etme becerileri kazandırmaları önerilebilir. Ayrıca bağımlılık tedavisinde yer alan sosyal hizmet uzmanları, bireyin bağımlılıktan kurtulabileceğine yönelik inancının olmaması, değişime giden yolları bilmemesi nedeniyle bağımlı olarak

yaşamaya devam ettiğinin bilincinde olarak bireylere stratejiler sunmaları ve onları motive etmeleri gerekmektedir.

Tüm bu sonuçlar ve öneriler neticesinde sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına yönelik sosyal hizmet çerçevesinde uygulanabilecek çalışmalara yönelik model önerisi oluşturulmuştur. Bu model önerisi Şekil 11'de sunulmuştur.



Şekil 11. Sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına yönelik uygulanabilecek sosyal hizmet çalışmaları – model önerisi.

Şekil 11'de belirtilen öneriler uygulayıcı kurumlar için aşağıda ayrı ayrı sunulmuştur.

Millî Eğitim Bakanlığı;

- Okul sosyal hizmeti uygulamasının başlatılması,
- Öğretmenler için gerçekleştirilen hizmet içi eğitimlerde teknoloji bağımlılığı hakkında bilgilendirme yapılması.

Gençlik Bakanlığı;

- Gençlik kamplarının düzenlenmesi ve gençlerin bu kamplar aracılığıyla arkadaşlık ilişkilerinin güçlendirilmesi

YÖK- Üniversiteler;

- Üniversitelerde "Teknoloji Bağımlılığı" dersinin tüm bölümlerde seçmeli ders olarak yer alması
- Üniversite öğrencilerinin katılımı ile teknoloji bağımlılığı hakkında çalıştaylar düzenlenmesi
- Mediko-sosyal merkezleri aracılığıyla üniversite öğrencilerine sosyal medya ve akıllı telefonun doğru kullanımına yönelik farkındalık oluşturma ve bilinçlendirme çalışmaları yapılması
- Teknoloji bağımlılığına yönelik bilimsel araştırmaların teşvik edilmesi

Sağlık Bakanlığı;

- Kanıta dayalı tedavi yaklaşımlarının geliştirilmesi,
- Teknoloji bağımlılığına ilişkin farkındalık eğitimlerinin düzenlenmesi ve koruyucu/önleyici hizmetlerin geliştirilmesi

Yerel Yönetimler;

- Toplumun sosyalleşme pratiklerinin geliştirilmesi (halkın ihtiyaç ve beklentilerinin belirlenerek boş zamanlarını değerlendirebilecekleri alanlar oluşturulması)
- Sanatsal faaliyetler ve etkinlikler düzenlenmesi

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı;

- Aile içi sağlıklı ilişkilerin geliştirilmesine yönelik projeler

Yukarıda sıralanan bu çalışmaların kurumlar arası eşgüdüm sağlanarak yürütülmesi ve ortak projeler geliştirilmesi de üniversite öğrencilerinde var olan sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığını en aza indirecektir.

7. KAYNAKLAR

1. Türkiye İstatistik Kurumu. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587. 24 Ekim 2022.

2. Gelişken U. *A'dan Z'ye Yeni Nesil Tekniklerle Web Tasarımı ve Web Programlama*, 3.baskı. İstanbul, Level Kitap, 2017.

3. Aşantuğrul N. Bilişsel-Davranışçı Yaklaşıma Dayalı Psiko-Eğitim Programının Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine Etkisi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Doktora tezi, Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, 2020.

4. Tutgun Ünal A, Deniz L. Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri, *OPUS- Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi,* 2020, 15(22): 1289-1319.

5. Bedir A. Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi, 2016.

6. Demir Türkdoğan R. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Kayseri: Erciyes Üniversitesi, 2019.

7. Kaya G. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İnternet Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bilgi Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Mersin: Mersin Üniversitesi, 2018.

8. Tutgun Ünal A. Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Doktora tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2015.

9. Yılmazsoy B, Kahraman M. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyayı eğitsel amaçlı kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Facebook örneği, *Journal of Instructional Technologies ve Teacher Education,*

2017, 6(1): 9-20.

10. Baz FÇ. Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine çalışma, *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi,* 2018, 9(16):276-295.

11. Mavili, A. *Ben ve Ailem*. Konya: Dizgi Ofset, 2015.

12. Karataş AM. Madde bağımlılarının tedavisinde sosyal hizmetin rolü ve önemi. http://www.yedam.org.tr/madde-bagimlilarinin-tedavisinde-sosyal-hizmetin-rolu-ve-onemi. 6 Mayıs 2020.

13. Creswell JW. *Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş*. Çeviri: Sözbilir M. Ankara, Pegem Akademi, 2017.

14. Atasoy S, Tarhan N. COVİD 19'dan sonra dünyayı bağımlılık pandemisi bekliyor. https://www.e-psikiyatri.com/covid-19-dan-sonra-dunyayi-bagimlilik-pandemisi-bekliyor. 13 Ekim 2020.

15. Tarhan N, Nurmedov S. *Sanal veya Gerçek Bağımlılıkla Başa Çıkma*, 8.baskı. İstanbul, Timaş Yayınları, 2020.

16. Türk Dil Kurumu. Bağımlılık. https://kelimeler.gen.tr/bagimlilik-nedir-ne-demek-30502. 14 Ekim 2020.

17. Yıldız E. *Bağımlılık Terimleri Sözlüğü*, 1.baskı. İstanbul, Truva Yayınları, 2016.

18. Ögel K. *Bağımlılık ve Tedavisi Temel Kitabı,* 3.baskı. İstanbul, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, 2020.

19. Köroğlu E. *DSM-V Tanı Kriterleri*, Ankara, HYB Yayıncılık, 2013.

20. Young, K. S. Internet addiction: diagnosis and treatment consideration, *Journal of Contemporary Psychotherapy,* 2009: 39: 241-246.

21. Shapira NA, Lessig MC, Goldsmith TD, Szabo ST, Lazoritz M, Gold MS, Stein DJ. Problematic internet use: Proposed classification and diagnostic criteria. *Depression and Anxiety*, 2003: 17, 207–216.

22. Goodman A. Addiction: definition and implications. *British Journal of Addiction,*

1990, 85: 1403-1408.

23. Griffiths M. Nicotine, tobacco and addiction. https://www.nature.com/articles/384018a0. 13 Ocak 2022.

24. Bektaş M. Davranışsal Bağımlılık: Tanımı, Türleri ve Sınıflandırılması. İçinde: Ateş H, Koçak A. (editör). *Bir Kamu Politikası Olarak Bağımlılıkla Mücadele,* 1.basım, Ankara, Nobel, 2018: 147-159.

25. Vural ZBA, Bat M. Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma, *Journal of Yaşar University,* 2010, 20 (5): 3348-3382.

26. Preeti M. Use of social networking in a linguistically and culturally rich India. *The International Information & Library Review,* 2009, 41(3): 129-136.

27. Peltekoğlu FB. Sosyal Medya, Sosyal Değişim. İçinde: Kara T, Özgen E (editör). *Sosyal Medya Akademi,* İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş, 2012: 3-9.

28. Elitaş T. Keskin S. Sanal aidiyet bağlamında zihinsel diaspora: facebook örneği, *Atatürk İletişim Dergisi*, 2014, 7: 161-186.

29. Steinfield C, Ellison NB, Lampe C. Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 2008, 29(6): 434–445.

30. Sevinç SS. *Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya*. İstanbul: Optimist Yayın ve Dağıtım, 2012.

31. Geray H. *İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. 1.baskı. Ankara, Ütopya Yayınevi, 2003.

32. Göker G, Doğan A, Demir M. Ağ toplumunda sosyalleşme ve paylaşım: Facebook üzerine ampirik bir araştırma, *E-Journal of New World Sciences Academy,* 2010, 5(2): 184-206.

33. Mayfield A. What is Social Media. http://crmxchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Medi

a_iCrossing_ebook.pdf. 7 Şubat 2023.

34. Gürbüz ME. Konaklama İşletmelerinde Dijital Dönüşüm Antalya Örneği, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Konya: KTO Karatay Üniversitesi, 2021.

35. Hazar M. Sosyal medya bağımlılığı, bir alan çalışması, *İletişim ve Kuram Araştırmaları Dergisi,* 2011, 32: 151-176.

36. Korkmaz A. Arap baharı sürecinde internet ve sosyal medyanın rolü. International Symposium Language and Communication: Research Trends and Challenges İzmir, 2012, *Kongre Bildiri Özetleri Kitabı:* 2147-2153.

37. Koçak N. Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Doktora tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2012.

38. Erciş S. Siber uzay iletişiminde pazarlama ve ürün satışlarına faydaları, *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, 2004, 19: 435-445.

39. Törenli, N. *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*, 1.baskı, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.

40. Yazıcı S, Ocak İ, Bozkurt M. Web 2.0 araçları ile ilgili eğitim çalışmalarının incelenmesi, *JRES*, 2021, 8(2): 474-487.

41. Yolcu Ö. Yeni İletişim Ortamları. 1.baskı. İstanbul, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları.

42. Kaplan AM, Michael H. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, 2010, 53(1): 59-68.

43. Okur M. Web 2.0 ve Sonrası. İçinde: Yüzer TV, Mutlu ME (editör). *Yeni İletişim Teknolojileri* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2013: 128-149.

44. Güçdemir Y. *Sanal Ortamlarda İletişim, Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*. 1.baskı. İstanbul, Derin Yayınları, 2010.

45. Özden AT. 1.0'dan 5.0'a Dünya: web, pazarlama, endüstri ve toplum, *Journal of Business in The Digital Age* 2022, 5(1): 29 – 44.

46. Solanki MR, Dongaonkar A. A journey of human comfort: Web 1.0 to web 4.0, *International Journal of Research and Scientific Innovation*, 2016, 3(9): 124-134.

47. Saklı E. Murat Uluk ve hakikat sonrası çağda yeni medya & yalan haber kitabı üzerine bir değerlendirme, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2020, 10(1): 1-11.

48. Özkoyuncu F. *Sosyal Medya.* 1.basım. İstanbul, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları.

49. Yılmaz E. Yeni Medya ve Halkla İlişkiler: Hedef Kitleye Ağ Üzerinden Erişmek. İçinde: Işık M, Akdağ M (editör). *Dünden Bugüne Halkla İlişkiler,* Ankara, Eğitim Akademi Yayınları, 2011: 37-148.

50. Akyol C., Aydın F, Debbağ G, Öztürk S, Karademir T, Kemeriz Z. *Sosyal Ağlar.* Ankara, Pelikan Yayıncılık, 2012.

51. Kahraman M. *Sosyal Medya 101- Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş.* İstanbul: MediaCat, 2013.

52. Karabulut N. Yeni Medya Teknolojileri ve Halkla İlişkiler. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Doktora tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2008.

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

54. Young KS. Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1998, 1(3), 237-244.

55. Şahin C, Yağcı M. Sosyal medya bağımlılığı ölçeği- yetişkin formu: geçerlilik ve güvenirlik çalışması, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2017, 18(1): 523-538.

56. Yang S, Tung C. Comparison of internet addicts and non-addicts in Taiwanese

high schools. *Computers in Human Behavior*, 2007, 23(1): 79-96.

57. Andreassen CS, Torsheim T, Brunborg GS, Pallesen S. Development of a facebook addiction scale, *Psychological Reports*, 2012: 110(2): 501-517.

58. Kuss DJ, Griffiths MD. Online social networking and addiction, a review of the psychological literatüre, *International Journal of Environmental and Public Health,* 2011: 8(9): 3528-3552.

59. Tutgun Ünal A. Social media addiction of new media and journalism students, *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2020, 19(2): 1-12.

60. Mehdizadeh, S. Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 2010, 13(4): 357-364.

61. Bakıroğlu CT. Sosyalleşme ve kimlik inşası ekseninde sosyal paylaşım ağları. *Akademik Bilişim*. 2013, 13: 1047-1054.

62. Yıldız M. Postmodern iletişim süreçleri ve sanal şöhret, *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 2017, 2(1): 16-23.

63. Przybylski AK, Murayama K, DeHaan CR, Gladwell V. Motivational, emotional, and behavioural correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 2013, 29(4), 1841-1848.

64. Özaşçılar M. Cep Telefonu Kullanımının Sosyolojik Boyutu. Adli Tıp Enstitüsü, Sosyal Bilimler Anabilim Dalı, Doktora tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, 2009.

65. Kuyucu M. Gençlerde akıllı telefon kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı sorunsalı: "akıllı telefon(kolik)" üniversite gençliği, *Global Media Journal TR Edition*, 2017, 7(14): 328-359.

66. Aktaş H, Yılmaz N. Üniversite gençlerinin yalnızlık ve utangaçlık unsurları açısından akıllı telefon bağımlılığı, *International Journal of Social Sciences and Education Research,* 2017, 3(1): 85-100.

67. Minaz A, Çetinkaya Bozkurt Ö. Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin ve kullanım amaçlarının farklı değişkenler açısından incelenmesi,

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2017, 9(21): 268-286.

68. Lee RM, Draper M, Lee S, Social connectedness, dysfunctional interpersonal behaviours, and psychological distress: testing a mediator model, *Journal of Counselling Psychology*, 2001, 48(3): 310-318.

69. Çiftçi H. Üniversite Öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2018, 7 (4): 417-434.

70. Choudhary A. Smartphones and their impact on net income per employee for selected U.S. *Firms, Review of Business and Finance Studies,* 2014, 5(2): 9-17.

71. Ünal S. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin, Yalnızlık, Algılanan Sosyal Destek ve Stresle Başa Çıkma Arasındaki İlişkisi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, 2021.

72. Noyan CO, ve Enez Darçın A, Nurmedov S, Yılmaz O, Dilbaz N. Akıllı telefon bağımlılığı ölçeğinin kısa formunun üniversite öğrencilerinde Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması, *Anadolu Psikiyatri Dergisi,* 2015, 16(1): 73-81.

73. Cheever NA, Rosen LD, Carrier LM, Chavez A. Out of sight is not out of mind: The impact of restricting wireless mobile device use on anxiety levels among low, moderate and high. *Computers in Human Behavior,* 2014, 37: 290-297.

74. Karaaziz M, Keskindağ B. Akıllı telefonumu seviyorum: akıllı telefon bağımlılığı ve psikolojik risk faktörleri üzerine gözden geçirme, *Bağımlılık Dergisi,* 2015, 16(2): 78-85.

75. Park, WK. Mobile Phone Addiction. In: Ling, R, Pedersen PE (eds). *Mobile Communications*, Springer, London, 2005: 253-272.

76. Tatlı H. Akıllı telefon seçiminin belirleyicileri: üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi,* 2015, 5(2): 549-567.

77. Chiu SI. The relationship between life stress and smartphone addiction on Taiwanese university student: a mediation model of learning self-efficacy and

social selfefficacy". *Computers in Human Behavior*, 2014, 34: 49-57.

78. Şar A. Examination of loneliness and mobile phone addiction problem observed in teenagers from some variables, *International Journal of Social Science*, 2013, 6(2): 1207-1220.

79. Townsend AM. Life in the real time city: mobile telephones and urban metabolism, *Journal of Urban Technology,* 2000, 7(2):85-104.

80. Carrier LM, Rosen LD, Cheever NS, Lim AF. Causes, effects, and practicalities of everyday multitasking, *Developmental Review,* 2015, 35: 64-78.

81. Bragazzi NL, Puente GD. A proposal for including nomophobia in the new DSM-V, *Psychology Research and Behavior Management*, 2014, 7, 155-160.

82. Türk Dil Kurumu. Aidiyet. https://kelimeler.gen.tr/aidiyet-nedir-ne-demek-6704. 1 Mart 2021.

83. Güngör V. *Bizimkilerin Pedagojisi: Göç, Kültür, Kimlik Hollandalı Türkler*. Ankara, Liman Yayıncılık, 2005.

84. Meyer JP, Herscovitch L. Commitment in the workplace toward a general model, *Human Resource Managemet Review*, 2001, 11(3): 299-326.

85. Güneş A. *Aile ile Bağlanma: Aidiyet*, 7.baskı. İstanbul, Timaş Yayınları, 2018.

86. Alptekin D. Toplumsal Aidiyet ve Gençlik: Üniversite Gençliğinin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Doktora tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, 2011.

87. Kırlı Özer G, Çahantimur A, Kırlı S. Aidiyet duygusu kentlerin algılanmasında etkili etkenlerden birisi midir? Bir pilot çalışma, *Anadolu Psikiyatri Dergisi,* 2020, 21(3): 285-291.

88. Fenster T. Gender and The City: The Different Formations of Belonging. In: Nelson, L, Seager J (eds). *A Companion To Feminist Geography*, Oxford, Blackwell, 2005: 242- 257.

89. Davis NY. Belonging and politics of belonging. *Patterns Prejudice,* 2006, 40(3):

197-214.

90. Bell V. Performativity and belonging: an introduction. *Theory Cult Soc* 1999, 16(2): 1-10.

91. Crowley J. The politics of belonging: some theore-tical considerations. In: A Geddes, A Favell (eds.), *The Politics of Belonging: Migrants and Minorities in Contemporary Europe,* Aldershot: Ashgate, 2009:15-41.

92. Fromm E. *İtaatsizlik Üzerine*, Çeviri: Sayın A. İstanbul, Kariyer Yayınları, 2001.

93. Leake VS. Personal, familial, and systemic factors associated with family belonging for stepfamily adolescents, *Journal of Divorce & Remarriage,* 2007, 47(1): 135-155.

94. Arslan K, Şahin H, Erkal S. Üniversite öğrencilerinin aile aidiyetinin aile içi şiddete ilişkin görüşlerine ve bireysel özelliklerine göre karşılaştırılması, *Social Science Studies,* 2019, 7(1): 168-180.

95. King V, Boyd LM, Thorsen ML. Adolescents' perceptions of family belonging in stepfamilies, *Journal of Marriage and Family,* 2015, 77(3): 761-774.

96. Bowlby, J. Attachment and loss: sadness and depression, New York, Basic Books, 1980.

97. Aslantürk H, Saruç S. Investigation of Attachment Styles of Mothers of Children with developmental delay according to various variables, *Journal of Current Researches on Health Sector,* 2018, 8 (2): 221-232.

98. Hazan C, Shaver PR. Romantic love conceptualizing as an attachment process, *Journal of Personality and Social Psychology,* 1987, 52(3): 511-524.

99. Açıkel Gülel E, Daşbaş S. Suça sürüklenmiş erkek çocuklarla aile aidiyeti ve yaşam doyumu ilişkisi. *Toplum ve Sosyal Hizmet,* 2019, 30(3): 965-987.

100. Kang S, Jeon H, Kwon S. Parental attachment as a mediator between parental social support and self-esteem as perceived by Korean sports middle and high school athletes perceptual and motor skills. *Physical Development &*

Measurement, 2015, 1(120): 288-303.

101. Hedin L. Foster youth's sense of belonging in kinship, network, and traditional foster families: an interactive perspective on foster youth's everyday life, Doctoral dissertation, Örebro: Örebro University, 2012.

102. Mavili A, Kesen NF. Daşbaş, S. Aile aidiyeti ölçeği: bir ölçek geliştirme çalışması, *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi,* 2014, 33: 29-45.

103. Yakut İpekoğlu H. Aile ve akrabalık konularındaki sosyal medya paylaşımları üzerine bir değerlendirme, *International Journal of Social Sciences and Education Research,* 2015, 1(1), 241-249.

104. Kadıoğlu ZK. Kitle iletişim araçlarının şekillendirdiği sosyal kimlikler ve aidiyet duygusu ekseninde tüketici davranışları, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2013, 2(45): 101-114.

105. Karaduman S. Modernizmden postmodernizme kimliğin yapısal dönüşümü, *Journal of Yasar University,* 2010, 17(5): 2886-2899.

106. Bora A. Aile, Ataerkillik ve Toplumsal Cinsiyet. İçinde: Gökalp E (editör), *Sosyal Bilimlerde Temel Kavramlar*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2015: 80-108.

107. Özkalp E. Aile Kurumu. İçinde: Gökalp E (editör). *Davranış Bilimlerine Giriş*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2008: 110-126.

108. Gökçe B. Aile ve aile tipleri üzerine bir inceleme, *Hacettepe Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi,* 1976, 8(1): 45-67.

109. Canel AN. *Evlilik ve Aile Hayatı*. İstanbul, Nakış Ofset, 2011.

110. Şerif M, Şerif CW. *Sosyal Psikolojiye Giriş I*, Çeviri: Atakay M, Yavuz A. *Sosyal Psikolojiye Giriş I*, İstanbul, Sosyal Yayınlar, 1996.

111. Duru E. Sosyal bağlılık ölçeğinin Türk kültürüne uyarlanması, *Eğitim Araştırmaları Dergisi,* 2007, 26: 85-94.

112. Uçar ME. Üniversite Öğrencileri ve Üniversiteden Mezun Olan Bireylerin

Sosyal Sermaye Düzeylerinin Benlik Biçimleri ve Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitimde Psikolojik Hizmetler Anabilim Dalı, Doktora tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi, 2010.

113. Kağıtçıbaşı Ç. *Yeni İnsan ve İnsanlar / Sosyal Psikolojiye Giriş*, 10. Basım, Ankara, Evrim Yayınevi, 2006.

114. Prooijen JW, Bos KV, Wilke HAM. Group belongingness and procedural justice: social ınclusion and exclusion by peers affects the psychology of voice, *Journal of Personality and Social Psychology,* 2004: 87(1):66-79.

115. Reddy KS. *Benefits of Belonging: Dynamic Group İdentity as a Protective Resource Against Psychological Threat*. New York: Columbia University, 2011.

116. Polat G. Madde bağımlılığı tedavisinde sosyal hizmet mesleği, *Okmeydanı Tıp Dergisi*, 2014, 30(2): 143-148.

117. Mutlu E. Madde bağımlılığının tedavisinde sosyal hizmet uzmanlarının rol ve işlevleri: Ankara Numune Eğitim ve Araştırma Hastanesi alkol ve madde bağımlılığı tedavi ve eğitim merkezi örneği, *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*, 2015, 5: 16-23.

118. NASW. *Clients with Substance Use Disorders*. Washington: National Association of Social Workers, 2013.

119. Yaman ÖM, Karaman H. Sosyal Hizmetin Bağımlılık Alanındaki Rolü. İçinde: Zavalsız YS (editör). *Sosyal Hizmet ve Bütün Yönleriyle Bağımlılık*. Ankara, Grafiker Yayınları, 2020: 253-268.

120. Aktürk İ, Bozdoğan ÖF, Çuhacı G, Ögel K, Şimşek GM, Tokluoğlu N. *Bağımlılıkta Sosyal Hizmet Uygulamaları*. İstanbul, Yeşilay Yayınları, 2019.

121. Onwuegbuzie AJ, Leech NL. Enhancing the ınterpretation of "significant" findings: the role of mixed methods research. *The Qualitative Report*, 2004, 9(4): 770-792.

122. Giannakaki, MS. Using mixed-methods to examine teachers' attitudes to educational change: the case of the skills for life strategy for ımproving adult

literacy and numeracy skills in England. *Educational Research and Evaluation,* 2005, 11(4): 323- 348.

123. Johnson B, Turner LA. Data Collection Strategies in Mixed Methods Research. In: Tashakkori A, Teddlie C. (eds). *Handbook Of Mixed Methods in Social and Behavioural Research,* Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2003: 297-319.

124. Demirci K, Orhan H, Demirdaş A, Akpınar A, Sert, H. Validity and reliability of the Turkish version of the smartphone addiction scale in a younger population. *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni,* 2014, 24(3): 226-234.

125. Büyüköztürk, Ş. *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*, Ankara, Pegem Yayıncılık, 2018.

126. George D, Mallery P. IBM SPSS Statistics 19 Step by Step a Simple Guide and Reference. UK, Pearson Higher Education, 2012.

127. Büyükuysal MÇ, Öz İ.İ. Çoklu doğrusal bağıntı varlığında en küçük karelere alternatif yaklaşım: ridge regresyon, *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2016; 6 (2): 110-114.

128. Albayrak AS. Çoklu doğrusal bağlantı halinde en küçük kareler tekniğinin alternatifi yanlı tahmin teknikleri ve bir uygulama, *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 2005, 1(1): 105-26.

129. Paulson DS. *Handbook of Regression and Modeling*. Florida: Chapman & Hall/CRC, 2007.

130. Alanka Ö, Cezik A. Dijital kibir: sosyal medyadaki narsistik ritüellere ilişkin bir inceleme. *TRT Akademi,* 2016, 1(2): 548-570.

131. Buluk B, Eşitti B, Boz M. Sosyal medyanın kullanım amaçları: üniversite çalışanları örneği, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 2017, 5(10): 219-234.

132. Sağar ME. Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının irdelenmesi, *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi,* 2019, 2(1): 29-42.

133. Aslan İ, Yaşar ME. Measuring social media addiction among unıversity students, *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 2020, 10(2), 468-492.

134. Uslu M. The analysis of social media addiction and usage in Turkey. *Turkish Academic Research Review*, 2021, 6 (2): 370-396.

135. TÜİK. Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132. 1 Ocak 2022.

136. Hallers Haalboom, ET, Mesman J, Groeneveld MG, Endendijk JJ, Van Berkel SR, Van Der Pol LD, Bakermans Kranenburg MJ. Mothers, fathers, sons and daughters: parental sensitivity in families with two children, *Journal of Family Psychology*, 2014, 28(2): 138-147.

137. Avşar E. Boşanmış ve Boşanmamış Ailelerin Çocuklarının Aile Aidiyeti ve Psikolojik Sağlamlığının Karşılaştırılması, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Hizmet Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, 2019.

138. Tunç S. Üniversite Öğrencilerinin Aile Aidiyeti, Evlilik Beklentileri ve Evlilik Tutumları Arasındaki İlişki, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi, 2019.

139. Uysal Aİ. Üniversite Öğrencilerinin Mizah Tarzları ile Aile Aidiyetleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Sebahattin Zaim Üniversitesi, 2019.

140. Yeter Sİ. Üniversite Öğrencilerinin Mutluluk Düzeylerinin Aile Aidiyeti ve Manevi Yönelimlerine Göre Yordanması, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2019.

141. Özdemir SG, Daşbaş S, Kesen NF. Üniversite öğrencilerinin aile aidiyeti ve özgeci davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Konya ili örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 2020, 23(1): 101-111.

142. Akyüz İ. Üniversite öğrencilerinde aile aidiyetinin sosyo-demografik değişkenler bağlamında incelenmesi, *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2021, 7(1): 33-44.

143. Güneş F. Genç Yetişkinlerde Güvengenlik ve Utangaçlık: Aile Aidiyet Duygusunun ve Duygu-Düzenlemede Öz-Yeterlik Algısının Belirleyici Etkisi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2018.

144. Saki Ü. Üniversite Öğrencilerinin Aile Aidiyet Düzeylerinin Spor ve Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi, 2018.

145. Yusufoğlu ÖŞ, Cerev G. Gençlerde aidiyet düzeyinin akademik başarıya etkisi: Fırat Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi örneği, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2019, 29(2): 289-302.

146. Erözkan S. Üniversite Öğrencilerinin Aile Aidiyetinin Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışlarına Etkisi, Tıp Fakültesi, Uzmanlık tezi, Edirne: Trakya Üniversitesi, 2020.

147. Korkut G, Gençtürk Z. Üniversite öğrencilerinin yalnızlık düzeyi ile aile aidiyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 2020, 8(24): 209-231.

148. Karip S, Kesen NF, Daşbaş S. Genç yetişkinlerin kullandıkları duygu stilleri ile aile aidiyetinin ilişkisi üzerine bir araştırma. *Toplum ve Sosyal Hizmet,* 2020, 31(3): 823-848.

149. Kıraç R, Erişen A, Filiz E, Çiftçi Kıraç F. Üniversite öğrencilerinde aile aidiyeti ile aile içi şiddet tutumu ilişkisinin değerlendirilmesi, *Toplum ve Sosyal Hizmet,* 2020, 32(1): 79-95.

150. Kirişoğlu Ş. Genç Yetişkinlerin Aile Yapıları ile Benlik Saygısı ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Haliç Üniversitesi, 2016.

151. Amato PR. *More Than Money? Men's Contributions to Their Children's Lives.* New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates Publishers.1998.

152. Halpern Meekin S, Tach L. Heterogeneity in two-parent families and adolescent well-being, *Journal of Marriage and Family*, 2008, 70(2): 435-51.

153. Karaca S, Barlas Ü, Nevin O, Öz YC. 16-20 yaş grubu ergenlerde aile işlevleri ve kişilerarası ilişki tarzının incelenmesi: bir üniversite örneklemi, *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi, 2013,* 2(3): 139-146.

154. Bardakcı Ş. Devlet Koruması Altında Yetişen Bireylerin Sosyal Destek Algısı ve Aile Aidiyetinin İncelenmesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aile Eğitimi ve Danışmanlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, 2019.

155. Sarı A. Sosyal Medya Kullanımının Z Kuşağı Üzerindeki Bağımlılık Yansımaları, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, 2022.

156. Kraut R, Kiesler S, Mukhopadhyay T, Scherlis W, Patterson M. Social impact of the internet: what does it mean? *Communications of the ACM,* 1998, 41(12): 21- 22.

157. Shaw M, Black DW. Internet addiction definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs,* 2008, 22(5): 353-365.

158. Balcı Ş, Gölcü A. Facebook addiction among university students in Turkey: Selçuk university example. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 2013, 34:255-278.

159. Brys S. Internet addiction treatment programs on the rise. https://www.psychcongress.com/article/internet-addiction-treatmentprograms-rise. 6 Ocak 2023.

160. Okumuş V. Çocukların Sosyal Medya Kullanımları ile Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aile Danışmanlığı Bilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2018.

161. Şeker VT. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon ve Anksiyete Arasındaki

İlişki, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi. Ankara: Başkent Üniversitesi, 2018.

162. Taşçı B, Ekiz S. Serbest Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı", 2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme, İstanbul, 2018, *Kongre Bildiri Özetleri Kitabı:* 224-235.

163. Gürgan U, Demirel N. Ergenlerin sosyal medya kullanımlarının sosyal ilişkilerine ve sosyal kaygı düzeylerine etkisi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi.* 2021, 8(3): 79-104.

164. Özer EC. Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyinin Duygudurum, Mental İyi Oluş ve Stres Boyutları ile İlişkisi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Nörobilim ABD Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, 2022.

165. Nakaya AC. *Internet and Social Media Addiction*. San Diego, CA: Reference Point Press, 2015.

166. Barker, V. Older adolescents' motivations for social network site use: the influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2009, 12: 209-213.

167. Fogel J, Nehmad E, Internet social network communities: risk taking, trust, and privacy concerns. *Comput. Hum. Behav.* 2009, 25: 153-160.

168. Zhou SX, Leung L. Gratification, loneliness, leisure boredom, and self-esteem as predictors of SNS-game addiction and usage pattern among Chinese college students, *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 2012, 2(4), 34-48.

169. Aktan E. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi, *Erciyes İletişim Dergisi*, 2018, 5(4): 405- 421.

170. Gül Ş, Diken, EH. Fen bilgisi öğretmeni adaylarının sosyal medya bağımlılıklarının incelenmesi, *Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2018, 5(1): 41-50.

171. Ümmet D, Batal Ö, Kaya A, Alkan H. Farklı yaş gruplarındaki bireylerde sosyal

medya bağımlılığı: çeşitli değişkenlere göre bir incelenme. 21. Uluslararası Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi, Antalya, 2019, *Kongre Bildiri Özetleri Kitabı:* 325-332.

172. Silkü-Bilgilier HA. Sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Ege Üniversitesi örneği, *Erciyes İletişim Dergisi*, 2018, 5(4): 351-369.

173. Başbayram R. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği. İşletme Enstitüsü, Yönetim Bilişim Sistemleri ABD, Yüksek Lisans tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, 2021.

174. Duman D. Sosyal Medya Bağımlılığı Görülen Ergenlerde Bireysel ve Sosyal Sorunların İncelenmesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Ankara: Ufuk Üniversitesi, 2022.

175. Yukay Yüksel M, Çini A, Yasak B. Genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve yaşam doyumunun incelenmesi, *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi,* 2020, 40: 66-85.

176. Zorbaz O, Dost M. Lise öğrencilerinin problemli internet kullanımının cinsiyet, sosyal kaygı ve akran ilişkileri açısından incelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 2014, 29(1): 298-310

177. Boursier V, Gioia F, Griffiths MD. Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use? *Computers in Human Behavior*, 2020, 110: 106-395

178. Şafak B, Kahraman S. Sosyal medya kullanımının yalnızlık ve narsistik kişilik özelliği belirtileri ile ilgili ilişkinin incelenmesi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 2019, 6(2): 54-69.

179. Anlı G. İnternet bağımlılığı: sosyal ve duygusal yalnızlık, *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 2018, 3(2): 389-397.

180. Kırcaburun K, Griffiths MD. Instagram addiction and the big five of personality: the mediating role of self-liking, *Journal of Behavioural Addictions*, 2018, 7(1):

158-170.

181. Tutgun Ünal, A. Social media generations' levels of acceptance of diversity, *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2021, 20(2): 155-168.

182. Bilginer A. Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Öz Yeterlik Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Mardin İli Örneği, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Mersin: Çağ Üniversitesi, 2020.

183. Çelik M. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelenmesi: Kültür üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, Antalya, 2017.

184. Dalvi Esfahani M, Niknafs, A, Alaedini Z, Barati Ahmadabadi H, Kuss DJ, Ramayah T. Social media addiction and empathy: moderating impact of personality traits among high school students. *Telematics and Informatics*, 2021, 57: 1-15.

185. Lemmens JS, Valkenburg PM, Peter J. Development and validation of a game addiction scale for adolescents, *Media Psychology*, 2009, 12(1): 77- 95.

186. Valkenburg PM, Peter J. Online communication among adolescents: an integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *J Adolesc Health*, 2011, 48(2): 121-127.

187. Young KS, Yue XD, Ying L. Prevalence Estimates and Etiologic Models of Internet Addiction. In: Young KS, Abreu CN (eds). *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc, 2011: 19-31.

188. Andreassen CS, Ståle P, Griffiths MD. The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: findings from a large national survey. *Addictive Behaviors* 2017, 64: 287-293.

189. Blank G, Christoph L. Representativeness of social media in Great Britain: investigating facebook, linkedin, twitter, pinterest, google+ and ınstagram.

American Behavioral Scientist 2017, 61(7): 741-756.

190. Kim, W, Ok Ran J, Sang-Won L. On Social Web Sites. *Information Systems* 2010, 35(2): 215-236.

191. Solmaz B, Tekin G, Herzem G, Demir M. İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama, *Selçuk İletişim Fakültesi Dergisi*, 2013, 7(4): 23-32.

192. Akçay H. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi üzerine bir araştırma, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 2011, 33: 137-161.

193. Kuss DJ, Griffiths MD. Internet gaming addiction: A systematic review of empirical research, *International Journal of Mental Health and Addiction*, 2012, 10(2): 278–296.

194. Leung L. Linking psychological attributes to addiction and improper use of the mobile phone among adolescents in Hong Kong, *Journal of Children & Media*, 2008, 2(2): 93-113.

195. Al Saggaf Y, MacCulloch R, Wiener K. Trait boredom is a predictor of phubbing frequency, *Journal of Technology in Behavioral Science,* 2019, 4(3): 245-252.

196. Uğurlu Ö. Kadının benlik sunumunun güncel bir aracı olarak sosyal ağlar bir tasarım unsuru: kusursuzlaştırma, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 2014, 8(1): 231-248.

197. Dirik K. Ergenlerde Akıllı Telefon Bağımlılığı ile Öz-Güven Arasındaki İlişkilerin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antrenman Eğitim Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi, 2016.

198. Süler M. Akıllı Telefon Bağımlılığının Öznel Mutluluk Düzeyine Etkisinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, 2016.

199. Atıcı ÖB. Ergenlerin Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Kontrol Hissi Düzeyleri

Arasında İlişkinin İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi, 2017.

200. Uğurlukol M. Üsküdar Üniversitesi Öğrencilerinde Tütün Kullanım Bozukluğu ile Akıllı Telefon Bağımlılığı Arasındaki İlişki. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, 2017.

201. Akbal S. Sosyal Anksiyete Bozukluğu ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi, 2018.

202. Ataş, MB. Ergenlerde Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, 2018.

203. Demir, S. Lise Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığının Duygusal Zekâ ile İlişkisinin İncelenmesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi, 2018.

204. Derici HT. Evli Çiftlerde Facebook ve Akıllı Telefon Bağımlılığı ile Çatışma Çözüm Stilleri ve Evlilik Uyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, 2018.

205. Aggül M. Tıp Fakültesi Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığının Yaygınlığı, Öngörücüleri, Karakter-Mizaç Özellikleri ile Olan İlişkisi ve Akademik Başarıya Etkisi, Tıp Fakültesi, Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Uzmanlık tezi, Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi, 2019.

206. Daysal B. Alaca İlçe Merkezindeki Lise Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Psikososyal Faktörler, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Hemşirelik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Çorum: Hitit Üniversitesi, 2019.

207. Doğan S. Problem Çözme Becerileri ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Belirtilerinin Ebeveyn Çocuk İletişimi Üzerindeki Etkisi. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Beykent Üniversitesi,

2019.

208. Boyalı C. Öz-Kontrol ile Akademik Erteleme Arasındaki İlişkide Akıllı Telefon Bağımlılığının Aracı Rolünün İncelenmesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2020.

209. Alkın S. Lise Öğrencilerinde Sosyal İlişkilerin Niteliği ve Akıllı Telefon Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi, 2018.

210. Çelik Ö. Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığı Düzeyleri ve Başa Çıkma Stratejilerinin İncelenmesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Elâzığ: Fırat Üniversitesi, 2019.

211. Çetinkaya, S. Algılanan Anne Baba Tutumlarının Ergenlerde Akıllı Telefon Bağımlılığı ile İlişkisinin İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aile Danışmanlığı ve Eğitim Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, 2019.

212. Göymen R. Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Oyun Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitimde Psikolojik Hizmetler Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, 2019.

213. Ölmeztoprak VK. Üniversite Öğrencilerinde Dikkat Eksikliği Hiperaktivite Bozukluğu ve Dürtüselliğin Akıllı Telefon Bağımlılığın Üzerine Etkisi, Tıp Fakültesi, Psikiyatri Anabilim Dalı, Uzmanlık tezi, Malatya: İnönü Üniversitesi, 2019.

214. Görür B. Ergenlerin Bağlanma Stilleri ve Sosyal Kaygıları ile Akıllı Telefon Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi, 2019.

215. Kumcağız H, Terzi Ö, Koç B, Terzi M. Üniversite öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı, *İnsan ve Toplum Bilimleri*

Araştırmaları Dergisi, 2020, 9 (1): 13-39.

216. Aljomaa SS, Al.Qudah MF, Albursan IS, Bakhiet SF, Abduljabbar AS. Smartphone addiction among university students in the light of some variables. *Computers in Human Behavior,* 2016, 61: 155-164.

217. Karahancı P. Üniversite Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığı ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi, 2018.

218. Özata M. Akıllı Telefon Bağımlılığı Belirtilerinin Uyku Kalitesi ve Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Beykent Üniversitesi, 2019.

219. Yiğit YE. Ergenlerde Akıllı Telefon Bağımlılığının Yalnızlık Üzerine Etkisi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Hemşirelik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Biruni Üniversitesi, 2019.

220. Demircan Uza C. Üniversite Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Nomofobi ile Mizaç Karakter Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Tıp Fakültesi, Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı, Uzmanlık tezi, Hatay: Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, 2019.

221. Mazılı S. Ergenlerde Akıllı Telefon Bağımlılığının Özdenetim Açısından İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, 2019.

222. Üstündağ Öcal N. Üniversite Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığı Riski, Uyku Kalitesine Etkisi ve Ruhsal Belirtiler ile İlişkisi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Doktora tezi, Kayseri: Erciyes Üniversitesi, 2019.

223. Dikeç, G. Kebapçı A. Smartphone addiction level among a group of university students, *Bağımlılık Dergisi,* 2018, 19(1): 1-9.

224. Sanal Y, Özer Ö. Smartphone addiction and the use of social media among university students, *Mediterranean Journal of Humanities*, 2017, 7(2): 367-377.

225. Güneş E. Zorbalık Eğilimi, Duygusal Özerklik ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, 2018.

226. Büdük S. Obez Bireylerde Obezite Düzeyi ile Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı İlişkisi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, 2018.

227. Gültekin Ş. 15-18 Yaş Grubundaki Ergenlerin Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun İncelenmesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Programı, Yüksek Lisans tezi, Ankara: Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, 2019.

228. Koivusilta, LK, Lintonen TP, Rimpela AH. Orientations in adolescent use of information and communication technology: a digital divide by 84 sociodemographic background, educational career, and health. *Scand J Public Health*, 2007, 35(1): 95-103.

229. Bal E, Balcı Ş. Akıllı cep telefonu bağımlılığı, *Erciyes İletişim Dergisi*, 2020, 7(1): 369-394.

230. Yıldırım S, Tekin Ergüzel T, Hızlı Sayar, G. Akıllı telefon bağımlılığı, *Güncel Bağımlılık Araştırmaları*, 2019, 3(1): 25-30.

231. Dönmez Ş. Çevrimiçi Oyun Bağımlılığının Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Doyumu ile İlişkisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, 2018.

232. Sezgin E, Altun Ekiz M, Kır S. Genç ve Yetişkinlerde Dijital Oyun Bağımlılığına İlişkin Farkındalık Düzeyi, *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2021, 2(3): 87-97.

233. Çakır Ö, Ayas T, Horzum MB. Üniversite öğrencilerinin internet ve oyun bağımlılıklarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi,* 2011, 44(2): 73-96.

234. Keskin B. Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Bağımlılığı ile Psikolojik Sağlamlık ve Bilinçli Farkındalık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Bursa: Uludağ Üniversitesi, 2019.

235. Hazar Z. An analysis of the relationship between digital game playing motivation and digital game addiction among children, *Asian Journal of Education and Training*, 2019, 5(1): 31-38.

236. Karademir Coşkun T, Filiz O. Okul öncesi öğretmen adaylarının dijital oyun bağımlılığına yönelik farkındalıkları, *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 2019, 6(2): 239−267.

237. Arıduru Ayazoğlu B, Aksu M, Ünübol H, Hızlı Sayar G. Alışveriş bağımlılığı, *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2019, 2(4): 44-64.

238. Miltenberger RG, Redlin J, Crosby R, Stickney M, Mitchell J, Wonderlich S, Faber R, Smyth J. Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying, *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 2003, 34(1): 1–9.

239. Davey S, Davey A. Assessment of smartphone addiction in Indian adolescents: a mixed method study by systematic-review and meta-analysis approach, *International Journal of Preventive Medicine*, 2014, 12: 1500-1511.

240. Rebold MJ, Lepp A, Kobak MS, McDaniel J, Barkley JE. The effect of parental involvement on children's physical activity, *Journal of Pediatrics*, 2016, 170: 206-210.

241. Machado MR, Bruck I, Antoniuk SA, Cat MNL, Soares MC, Silva AF. Internet addiction and its correlation with behavioural problems and functional impairments – a cross-sectional study, *Journal Brasileiro de Psiquiatria*, 2018, 67(1): 34-38.

242. Cuma Y. Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Ruhsal Sorunlar ve Sosyal Beceri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim

Üniversitesi, 2020.

243. Özdoğru AA, Erden HG, Çoksan S, Ögel Balaban H, Ergül Topçu A, Yasak Y, Altınoğlu Dikmeer İ, Azak Y, Kıral Uçar G, Baytemir G. COVID-19 salgınında üniversite öğrencilerinin iyilik hali: Türkiye'den dokuz üniversite örneği, 56. Ulusal Psikiyatri Kongresi, Türkiye, 2020, *Kongre Bildiri Özetleri Kitabı.*

244. Kardefelt Winther D. Problematizing excessive online gaming and its psychological predictors. *Computers in Human Behavior,* 2014, 31: 118-122.

245. Gezgin, DM. Gelişen teknolojinin Türkiye'de üniversite öğrencileri üzerindeki sosyopsikolojik etkileri. XI. IBANESS Congress, Tekirdağ, 2019, *Kongre Bildiri Özetleri Kitabı*: 238.

246. Yanık A, Özçiçek S. Akıllı telefon bağımlılığında sosyal medya ve oyunların etkilerini anlamak, *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi,* 2021, 4(7): 177-192.

247. Parmaksız İ. İletişimde ve ilişkilerde phubbing, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 2020, 24(2): 359-372.

248. Aydoğdu Karaaslan İ, Budak L. Üniversite öğrencilerinin cep telefonu özelliklerini kullanımlarının ve gündelik iletişimlerine etkisinin araştırılması, *Journal of Yasar University,* 2012, 26(7): 4548-4525.

249. Oduor E, Neustaedter C, Odom W, Tang A, Moallem N, Tory M, Irani P. The frustrations and benefits of mobile device usage in the home when co-present with family members. ACM Conference on Designing Interactive Systems, Brisbane 2016:1315-1327.

250. Anderson KJ. Internet use among college students: an exploratory study. *Journal of American College Health,* 2001, 50:21-26.

251. Kubey RW, Lavin MJ, Barrows JR. Internet use and collegiate academic performance decrements: early findings, *Journal of Communication,* 2001, 52(2): 366-382.

252. Büyükgebiz E. Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına

Etkileri Üzerine Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, 2018.

253. Gezgin DM, Arslantaş TK, Şumuer E. meslek lisesi öğrencilerinin siber aylaklık düzeyinin farklı değişkenlere göre incelenmesi, *Ege Eğitim Dergisi*, 2018, 19(2), 408-424.

254. Alt D. Students' social media engagement and fear of missing out (FoMO) in a diverse classroom, *Journal of Computing in Higher Education*, 2017, 29(2): 388-410.

255. Traş, Z, Öztemel K. Examining the relationships between Facebook intensity, fear of missing out, and smartphone addiction. *Addicta,* 2019, 6(1): 91-113.

256. Wolniewicz CA, Rozgonjuk D, Elhai JD. Boredom proneness and fear of missing out mediate relations between depression and anxiety with problematic smartphone use. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2020, 2(1): 61-70.

257. Holte AJ, Ferraro, FR. Anxious, bored, and (maybe) missing out: evaluation of anxiety attachment, boredom proneness, and fear of missing out (FoMO). *Computers in Human Behavior,* 2020, 112, 1-12.

258. Franchina V, Vanden Abeele M, Van Rooij AJ, Lo Coco G, De Marez L. Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents, *International Journal of Environmental Research and Public Health,* 2018, 15(10): 2319.

259. Sepetçi P, Özdemir S, Sever M. Canım sıkılıyor! Can sıkıntısı, sosyotelizm ve gelişmeleri kaçırma korkusu, *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergisi*, 2021, 5(1): 26-36.

260. Tanrıverdi S. Ortaöğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ile Algılanan Sosyal Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi, Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi, 2012.

261. Mangır M. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ve Aile Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Hizmet Anabilim Dalı Yüksek Lisans tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, 2021.

262. Morahan Martin J, Schumacher P. Incidence and correlates of pathological internet use among college students, *Computers in Human Behavior*, 2000, 16(1): 13-29.

EK-13. Bilgilendirilmiş Onam Formu

BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

LÜTFEN BU DÖKÜMANI DİKKATLİCE OKUMAK İÇİN ZAMAN AYIRINIZ

Sizi Abdulkadir KARABULUT tarafından yürütülen "Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin aile ve grup aidiyeti yönelimlerine göre yordanması" başlıklı **araştırmaya** davet ediyoruz. Bu araştırmaya katılıp katılmama kararını vermeden önce, araştırmanın neden ve nasıl yapılacağını bilmeniz gerekmektedir. Bu nedenle bu formun okunup anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Eğer anlayamadığınız ve sizin için açık olmayan şeyler varsa, ya da daha fazla bilgi isterseniz bize sorunuz.

Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. Çalışmaya **katılmama** veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmadan **çıkma** hakkında sahipsiniz. **Çalışmayı yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz** biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen **formlardaki** soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır.

1. Araştırmayla İlgili Bilgiler:

a. Araştırmanın Amacı: Bu araştırmada, aile aidiyeti ve grup aidiyetinin bireyleri sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığına sürükleyip sürüklemediğini tespit etmek amaçlanmıştır.
b. Araştırmanın İçeriği: Araştırmada aile aidiyeti, grup aidiyeti, sosyal medya bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkiler incelenecektir.
c. Araştırmanın Nedeni: ☐ Bilimsel araştırma ■ Tez çalışması
d. Araştırmanın Öngörülen Süresi: 18 ay
e. Araştırmaya Katılması Beklenen Katılımcı/Gönüllü Sayısı: 500
f. Araştırmanın Yapılacağı Yer(ler: Ankara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, AYBU, Başkent Üniversitesi

2. Çalışmaya Katılım Onayı:

Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce katılımcıya/gönüllüye verilmesi gereken bilgileri okudum ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları tamamen anladım. **Çalışma hakkında yazılı ve sözlü açıklama aşağıda adı belirtilen araştırmacı tarafından yapıldı, soru sorma ve tartışma imkânı buldum ve tatmin edici yanıtlar aldım. Bana, çalışmanın muhtemel riskleri ve faydaları sözlü olarak da anlatıldı.** Bu çalışmayı istediğim zaman ve herhangi bir neden belirtmek zorunda kalmadan bırakabileceğimi ve bıraktığım takdirde herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşmayacağımı anladım.

Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Katılımcının (Kendi el yazısı ile)
Adı-Soyadı :
İmzası :

(Varsa) Velayet veya Vesayet Altında Bulunanlar İçin;
Veli veya Vasisinin (kendi el yazısı ile)
Adı-Soyadı :
İmzası :

EK-14. Anket Soruları

1.Cinsiyetiniz? 1.Kadın 2.Erkek 3.Belirtmek istemiyorum

2. Kaç yaşındasınız? ……

3.Medeni durumunuz nedir? 1. Evli 2.Bekâr 3.Boşanmış

4. Hangi üniversitede eğitim görmektesiniz?

1.Ankara 2.AYBU 3.Başkent 4.Gazi

5. Üniversitede hangi fakülte/yüksekokulda eğitim görmektesiniz?

1.Sağlık 2.Mühendislik 3.Eğitim 4.Hukuk

6. Yaşamınızın büyük bir kısmını nerede geçirdiniz?

1. Köy 2.Kasaba-İlçe 3.Küçükşehir 4.Büyükşehir

7. Şu an nerde kalıyorsunuz? 1.Yurt 2.Ev 3.Aile yanı

8. Ailenizin aylık ortalama geliri ne kadardır?

1. 2000 TL'den az 2.2001-4000 TL 3. 4001-6000 TL 4. 6001-8000 TL 5.8001 TL üzeri ( )

9. Kendinize ait aylık ortalama geliriniz ne kadardır?

1. 300 TL'den az 2.301-500 3.501-700 4.701-900 5. 901-1100 6. 1101 ve üzeri ( )

10. Anneniz, babanız hayatta mı?

1. İkisi de hayatta 2.Annem hayatta, babam vefat etti

3. İkisi de vefat etti 4.Babam hayatta, annem vefat etti

11. Cep telefonuna ilk olarak kaç yaşınızda sahip oldunuz? ……

12. En çok kullandığınız sosyal medya uygulaması hangisidir?

1.Facebook 2.Instagram 3.Twitter 4.TikTok

EK-15. Aile Aidiyeti Ölçeği

No	**Ölçek Maddeleri**	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
1	Aileme güçlü bir şekilde bağlılık hissediyorum.					
2	Ailemde hayır deme hakkımız hep korunur.					
3	Ailemin önemli bir parçasıyım.					
4	Ailemin beni desteklediğini hissediyorum.					
5	Ailemdeki birçok kişi benim için bazı zevklerinden vazgeçmez.					
6	Ailemde kendimi değerli hissediyorum.					
7	Ailemin bana güvendiğini hiç hissetmedim					
8	Ailemin bana saygı gösterdiğini hep görmüşümdür.					
9	Ailemde kararları birlikte almayız					
10	İhtiyaç içinde ve hasta olduğumda ailem hemen destek olur.					
11	Ailemle birlikte zaman geçirebiliyoruz					
12	Kendimi evimde ve ailemle birlikte mutlu hissetmiyorum.					
13	Sevgi ve hoşgörü ailemin önemli bir parçasıdır.					
14	Ailem bana özen gösterir.					
15	Ben de aileme özen gösteririm.					
16	Ailemde eleştiri hakkımız özenle korunur.					
17	Bir daha dünyaya gelsem aynı ailede doğmak isterdim.					

EK-16. Grup Aidiyeti Ölçeği

Açıklama: Aşağıda, toplumsal yaşamda etkileşime girdiğimiz gruplardaki davranışlar hakkında bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadeleri okuyarak her bir ifadeye katılma derecenizi ilgili sütuna (X) işaret koyarak belirtiniz. Bazı if*adelerin size tam olarak uygun olmadığını düşünebilirsiniz ama yine de size en yakın seçeneği işaretleyiniz. LÜTFEN hiçbir maddeyi boş bırakmayınız.*

No	**Ölçek Maddeleri**	**Hiç katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kararsızım**	**Katılıyorum**	**Tamamen katılıyorum**
1	İçinde olduğum sosyal gruplarda (Örneğin dernekler, arkadaş grubu, sivil toplum kuruluşları gibi) genellikle paylaştığımız ortak bir amacımız olduğunu düşünürüm					
2	İçinde olduğum sosyal gruplardaki kişilerle (Örneğin dernekler, arkadaş grubu, sivil toplum kuruluşları gibi) aramızda karşılıklı bir güven ilişkisi olduğuna inanıyorum					
3	İçinde olduğum sosyal gruplardaki kişilerle (Örneğin dernekler, arkadaş grubu, sivil toplum kuruluşları gibi) birbirimizi desteklemek önemlidir					
4	İçinde olduğum sosyal gruptan (Örneğin dernekler, arkadaş grubu, sivil toplum kuruluşları gibi) mutlaka olumlu sonuçlar elde edeceğimi düşünüyorum					
5	İçinde olduğum sosyal gruplara (Örneğin dernekler, arkadaş grubu, sivil toplum kuruluşları gibi) dâhil olduğum için yeni olanaklar elde ettiğimi düşünüyorum.					
6	İçinde olduğum sosyal gruplarda (Örneğin dernekler, arkadaş grubu, sivil toplum kuruluşları gibi) herkesin birbirini destekleyeceğine inanıyorum.					

EK-17. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Madde No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
1	Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.					
2	Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.					
3	Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.					
4	Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.					
5	İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.					
6	Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.					
7	Sosyal medyada düşündüğümden daha fazla zaman geçirdiğim olur.					
8	Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime "birkaç dakika daha" derim.					
9	Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.					
10	Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur.					
11	Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.					
12	Sosyal medya ile ilgili eylemlere (oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs) uzun süreler ayırırım.					
13	Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.					
14	Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.					
15	Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyada gezinmeyi tercih ederim.					
16	Problemlerimden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.					
17	Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.					
18	Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.					
19	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.					
20	Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
21	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					

EK- 17. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (devamı)

22	Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.					
23	Mesleğime/çalışmalarıma olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.					
24	Sosyal medyadan dolayı hobilerime, boş zaman ve dinlenme faaliyetlerime daha az öncelik veririm.					
25	Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
26	Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
27	Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.					
28	Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmaları ihmal ederim.					
29	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.					
30	Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.					
31	Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.					
32	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.					
33	İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.					
34	Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezindiğimi saklamaya çalışırken bulurum.					
35	Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.					
36	Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımıma daha az vakit ayırdığım olur.					
37	Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur.					
38	Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrıları, vb) yaşadığım olur.					
39	Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle olan ilişkilerimde problem yaşamama neden olur.					
40	Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur.					
41	Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.					

EK-18. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği

Madde No		Kesinlikle Hayır	Hayır	Kısmen Hayır	Kısmen Evet	Evet	Kesinlikle Evet
1	Akıllı telefon kullanımım sebebiyle planlanmış işlerimi yetiştiremiyorum	1	2	3	4	5	6
2	Akıllı telefon kullanımım sebebiyle sınıfta, ödev yaparken veya çalışırken konsantre olmakta güçlük çekiyorum	1	2	3	4	5	6
3	Aşırı akıllı telefon kullanımına bağlı baş dönmesi ya da bulanık görme yaşıyorum.	1	2	3	4	5	6
4	Akıllı telefon kullanırken bileklerimde ya da boynumun arkasında ağrı hissediyorum	1	2	3	4	5	6
5	Aşırı akıllı telefon kullanımı sebebiyle yeterli uykumu alamıyorum ve kendimi yorgun hissediyorum	1	2	3	4	5	6
6	Akıllı telefon kullanırken sakinleşiyor ve rahatlıyorum	1	2	3	4	5	6
7	Akıllı telefon kullanırken kendimi keyifli ve coşkulu hissediyorum.	1	2	3	4	5	6
8	Akıllı telefon kullanırken kendimi güvende hissediyorum.	1	2	3	4	5	6
9	Akıllı telefon ile stresten kurtulmak mümkündür.	1	2	3	4	5	6
10	Akıllı telefon kullanmaktan daha eğlenceli bir şey yoktur.	1	2	3	4	5	6
11	Akıllı telefonum olmazsa hayatım bomboş olur.	1	2	3	4	5	6
12	Kendimi en çok akıllı telefon kullanırken özgür hissediyorum.	1	2	3	4	5	6
13	Akıllı telefon kullanmak hayatımdaki en eğlenceli şeydir.	1	2	3	4	5	6
14	Akıllı telefonumun olmamasına dayanamam.	1	2	3	4	5	6
15	Akıllı telefonum elimde değilken kendimi sabırsız ve sinirli hissediyorum.	1	2	3	4	5	6
16	Kullanmadığım zamanlarda bile aklımda akıllı telefonum var.	1	2	3	4	5	6
17	Günlük hayatımı büyük ölçüde etkilese bile akıllı telefonumu kullanmaktan asla vazgeçmem.	1	2	3	4	5	6
18	Akıllı telefonumla meşgul iken rahatsız edilmek beni sinirlendirir.	1	2	3	4	5	6
19	Tuvalete acilen gitmek zorunda olsam bile akıllı telefonumu yanıma alırım.	1	2	3	4	5	6

EK- 18. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği (devamı)

20	Akıllı telefon aracılığıyla daha fazla insanla tanışmak harika bir duygudur.	1	2	3	4	5	6
21	Akıllı telefondaki arkadaşlarımla olan ilişkilerimin gerçek yaşamdaki arkadaşlarımla olan ilişkilerimden daha samimi olduğunu düşünüyorum	1	2	3	4	5	6
22	Akıllı telefonumu kullanamamak bir arkadaşımı kaybetmek kadar acı verici olabilir.	1	2	3	4	5	6
23	Akıllı telefonumdaki arkadaşlarımın, gerçek hayattaki arkadaşlarıma göre beni daha iyi anladıklarını düşünüyorum.	1	2	3	4	5	6
24	İnsanların Twitter ya da Facebook'taki konuşmalarını kaçırmamak için akıllı telefonumu sürekli kontrol ederim.	1	2	3	4	5	6
25	Twitter ya da Facebook gibi sosyal ağları uyanır uyanmaz kontrol ederim.	1	2	3	4	5	6
26	Akıllı telefondaki arkadaşlarımla zaman geçirmeyi gerçek yaşamdaki arkadaşlarımla ya da diğer aile bireyleriyle zaman geçirmeye tercih ediyorum.	1	2	3	4	5	6
27	Diğer insanlara sormaktansa akıllı telefonumdan araştırmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5	6
28	Akıllı telefonumun bataryası tam doluyken bile bir gün gitmez.	1	2	3	4	5	6
29	Akıllı telefonumu planladığımdan daha fazla kullanıyorum.	1	2	3	4	5	6
30	Akıllı telefonumu kullanmayı bıraktıktan hemen sonra yine kullanma ihtiyacı hissediyorum	1	2	3	4	5	6
31	Akıllı telefonumu kullanma süremi kısaltmayı defalarca denedim fakat her defasında başarısız oldum.	1	2	3	4	5	6
32	Akıllı telefon kullanma süremi kısaltmam gerektiğini hep düşünüyorum						
33	Çevremdeki insanlar akıllı telefonumu çok fazla kullandığımı söylüyorlar.						

EK-19. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

1. Bireyi tanıtıcı sosyo-demografik bilgiler: (yaş, cinsiyet, medeni durum, ekonomik durumu, eğitim, anne-babası ve kardeşleri ile ilgili bilgiler)
2. Sosyal medyayı hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?
3. Akıllı telefonunuzu hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?
4. Uzun süre sosyal medyada zaman geçirmek günlük yaşamınızda olumlu/olumsuz ne tür etkiler oluşturmaktadır?
5. Uzun süre akıllı telefonunuzla zaman geçirmek günlük yaşamınızda olumlu/olumsuz ne tür etkiler oluşturmaktadır?
6. Sosyal medya hesaplarınıza erişemediğinizde ne hissediyorsunuz?
7. Akıllı telefonunuzu kullanamadığınızda ne hissediyorsunuz?
8. Sosyal medyada zaman geçirirken suçluluk hissettiğiniz oluyor mu? Bu konudaki düşünceleriniz/ deneyimleriniz nelerdir?
9. Akıllı telefonunuzla zaman geçirirken suçluluk hissettiğiniz oluyor mu? Bu konudaki düşünceleriniz/ deneyimleriniz nelerdir?
10. Sosyal medya kullanımınız nedeniyle akademik/ ev içi veya sosyal yükümlülüklerinizi yerine getirmekte güçlük yaşıyor musunuz? Bu konudaki düşünceleriniz/ deneyimleriniz nelerdir?
11. Akıllı telefon kullanımınız nedeniyle akademik/ ev içi veya sosyal yükümlülüklerinizi yerine getirmekte güçlük yaşıyor musunuz? Bu konudaki düşünceleriniz/ deneyimleriniz nelerdir?
12. Daha önce sosyal medyaya erişim sürenizi azaltmak için girişimde bulundunuz mu? O süreçte neler deneyimlediniz?
13. Daha önce akıllı telefon kullanım sürenizi azaltmak için girişimde bulundunuz mu? O süreçte neler deneyimlediniz?
14. Sosyal medyaya erişiminizin hayatınızda önemli bir faaliyet haline geldiğini düşünüyor musunuz? Sosyal medyaya erişiminiz davranışlarınızı ne şekilde etkiliyor?
15. Akıllı telefon kullanımının hayatınızda önemli bir faaliyet haline geldiğini düşünüyor musunuz? Akıllı telefon kullanmak davranışlarınızı ne şekilde etkiliyor?
16. Sizi arkadaşlarınızla dışarda buluşmak/ ailenizle birlikte vakit geçirmek yerine sosyal medyada vakit geçirmeye iten sebepler nelerdir?

EK- 19. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu (devamı)

17. Sizi arkadaşlarınızla dışarda buluşmak/ ailenizle birlikte vakit geçirmek yerine akıllı telefonunuzla vakit geçirmeye iten sebepler nelerdir?
18. Sosyal medya kullanımınız nedeniyle aile ve arkadaşlarınızla çatışma yaşadığınız oluyor mu?
19. Akıllı telefon kullanımınız nedeniyle aile ve arkadaşlarınızla çatışma yaşadığınız oluyor mu?
20. Sosyal medyada uzun süre çevrimiçi olmamak size neler hissettirir?
21. Akıllı telefonunuza gün içerisinde uzun süre bakmamak size neler hissettirir?
22. Hayatınızda akıllı telefon olmasaydı ne olurdu? Aile ve arkadaşlık ilişkileriniz nasıl olurdu?
23. Hayatınızda sosyal medya olmasaydı ne olurdu? Aile ve arkadaşlık ilişkileriniz nasıl olurdu?
24. Sosyal medya kullanım süreniz pandemi sürecinden nasıl etkilendi?
25. Akıllı telefon kullanım süreniz pandemi sürecinden etkilendi?
26. Ailenize yönelik aidiyet hissediyor musunuz? Onlarla birlikte yeterince vakit geçirdiğinizi düşünüyor musunuz?
27. İçinde olduğunuz sosyal gruplar (dernekler, arkadaş grubu, sivil toplum kuruluşları) var mı? Bu gruplarla kurmuş olduğunuz aidiyet ve güven ilişkisinden bahseder misiniz?
28. Eklemek istediğiniz herhangi bir şey var mı?