

**T.C.**  
**MARMARA ÜNİVERSİTESİ**  
**EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**  
**BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ ANA BİLİM**  
**DALI**  
**BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ ÖĞRETMENLİĞİ BİLİM**  
**DALI**

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIKLARININ**  
**DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ**

**Sema GÖKOĞLU**  
**(Yüksek Lisans Tezi)**

**2024**

**T.C.**  
**MARMARA ÜNİVERSİTESİ**  
**EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**  
**BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ ANA**  
**BİLİM DALI**  
**BİLGİSAYAR ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ ÖĞRETMENLİĞİ**  
**BİLİM DALI**

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIKLARININ**  
**DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ**

**EXAMINATION OF HIGH SCHOOL STUDENTS' SOCIAL MEDIA**  
**ADDICTIONS ACCORDING TO DEMOGRAPHIC VARIABLES**

**Sema GÖKOĞLU**  
**(Yüksek Lisans Tezi)**

**Danışman**  
**Dr. Öğr. Üyesi Abdullah DÜVENCİ**

**İstanbul, 2024**

**Tüm kullanım hakları**  
**Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü'ne aittir.**  
**© 2024**

## Özgeçmiş

2006-2010	Melek Aknil Anadolu Kız Meslek Lisesi – Bilişim Teknolojileri
2010-2014	Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi - BÖTE Lisans
2012-2014	Marmara Üniversitesi Rektörlük Kısmi Zamanlı Öğrenci
2011-2014	Uçar Muhasebe
2014-2015	Cebir Koleji
2011-2015	Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi- İşletme Bölümü Lisans
2015-2024	Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü BÖTE YL
2015-	Pendik Belediyesi

## Ön Söz

2015 yılında bir hevesle başlayıp çeşitli motivasyon eksikliklerimden dolayı uzun bir ara verdiğim ve sonrasında tez aşamasında yeniden başladığım elinizde olan tezimde deneyimi, zamanı ve ilgisini esirgemeyip benimle birlikte koşturan değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Abdullah DÜVENCİ'ye teşekkürlerimi sunuyorum. Analizler ile ilgili önerilerini ve çözümlerini sunan değerli hocam Öğr. Gör. Murat ÇAKAR'a teşekkür ediyorum. Savunma sınavımda jüri üyeliği yapan ve tezim için faydalı geri dönüşlerini ileten Doç. Dr. Yusuf KOÇ ve Doç. Dr. Tuncay AKINCI'ya teşekkür ediyorum.

Bu günlere gelmemde emeklerini benden esirgemeyen, hayatımın her anında yanımda olacaklarını bildiğim çok kıymetli anneme, babama ve kardeşlerime bana desteklerinden dolayı teşekkür ediyorum.

Son olarak; varlığıyla hayatıma neşe katan, süreç içindeki tüm sıkıntılara benimle birlikte göğüs geren, beni destekleyen, asla pes etmeme izin vermeyen, bu çalışmada kendisinin de emeğinin büyük olduğu çok kıymetli eşim Hüsamettin'e sevgilerimi ve teşekkürlerimi sunuyorum.

**Sema GÖKOĞLU**

**İstanbul, 2024**

## Özet

Gelişen teknoloji ile birlikte yeni cihazların üretilmesi internet kullanımını artırmıştır. Günümüzde, özellikle genç yaşlardaki bireylerde internet kullanımını oldukça yaygındır. İnternet kullanırken sosyal mecralar gençlerin daha çok ilgisini çekmekte olduğu bilinmektedir. Geçmiş yıllarda açık alandaki oyunların ve sosyal aktivitelerin yerini internet üzerinden oynanan oyunlar ve sosyal mecralardaki sosyalleşme aktiviteleri ve uygulamalar almıştır. Genç yaş grubunda bu mecralarda geçirilen vakit artmaktadır. Bu durum göz önüne alındığında bilinçsiz kullanım ile internet ve dolayısıyla sosyal medya bağımlılığında söz etmek mümkün hale gelmektedir. Bu çalışmada lise öğrencileri seçilmiş ve aynı ilin dört farklı ilçesindeki lise düzeyindeki okullardan uygun örnekleme tekniği ile 376 öğrenci örneklem olarak seçilmiştir. 376 katılımcının 205'i kız 171'i erkek öğrenciden oluşmaktadır. 376 katılımcının 205'i kız 171'i erkek öğrenciden oluşmaktadır. Uygulanacak anket, internet ve sosyal medya bağımlılık ölçeği ile internet ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmada Young'ın İnternet Bağımlılık Testi Kısa Formu ve Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ile değişkenlerin saptanması için araştırmacı tarafından hazırlanan Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Toplanan veriler SPSS programında analiz edilmiş ve raporlanmıştır. Çalışmada kullanılan yöntem ilişkisel tarama modelidir. Veriler toplandıktan sonra normal dağılım gösterdiği tespit edilmiş ve buna bağlı olarak araştırma analizleri bağımsız grup t-testi ve tek faktörlü ANOVA testi ile sınırlı kalmıştır.

Bağımlılık çok geniş kapsamlı bir konudur. Literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ile ilgili pek çok makaleye ve tezlere rastlamak mümkündür. Bu çalışmanın en güncel sonuçları içermesi özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçları incelendiğinde cinsiyet, internet kullanım süresi, sosyal medyada yapılan paylaşım sıklığı, sosyal medyaya ayrılan süre, not ortalaması, yeni arkadaş edinme amacıyla sosyal medya araçlarını kullanmak internet ve sosyal bağımlılığını etkileyen değişkenler olmuştur. Buna ek olarak sınıf değişkeni sosyal medya bağımlılığında da anlamlı farklılık vermiştir.

Çalışma öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları ile ilgili veriler sunmuş olup teşhisi ve tedavisi ile ilgili yeni yapılacak çalışmalara ışık olacaktır. Çalışma sonucunda elde edilen veriler ile yeni yazılacak makalelerdeki veriler ile karşılaştırma yapılarak araştırmacılara yardımcı olacaktır. Alanında uzman pedagog, psikolog, psikiyatristler ile birlikte çalışılarak

sosyal medya bağımlılığının tedavisi için yol izlenip, bağımlı bireylerin gündelik yaşamda yer alması için çalışmalar yapılabilecektir. Araştırma sonuçlandığında akademik dergilerde yayınlanabilir, ulusal kongre veya sempozyumlarda sunumu yapılabilir.

**Anahtar Kelimeler:** sosyal medya, bağımlılık, internet, internet bağımlılığı sosyal medya bağımlılığı

## **Abstract**

### **Examination Of High School Students' Social Media Addictions According To Demographic Variables**

With the developing technology, the production of new devices has increased the use of the internet. Today, internet use is quite common, especially among young individuals. It is known that social media attracts more attention of young people while using the internet. In the past years, games and social activities in the open field have been replaced by games played over the internet and socialization activities and applications in social media. The time spent on these media in the young age group is increasing. Considering this situation, it is possible to talk about unconscious use and internet and therefore social media addiction. In this study, high school students were selected and 376 students were selected as a sample with the appropriate sampling technique from high school level schools in four different districts of the same province. 205 of the 376 participants were female and 171 were male students. 205 of the 376 participants were female and 171 were male students. The survey to be applied aimed to determine the internet and social media addiction levels with the internet and social media addiction scale. In the study, Young's Internet Addiction Test Short Form and Social Media Addiction Scale for Adolescents and the Personal Information Form prepared by the researcher to determine the variables were used. The collected data were analyzed and reported in the SPSS program. The method used in the study is the relational screening model. After the data was collected, it was determined that it showed a normal distribution and accordingly the research analyses were limited to the independent group t-test and single factor ANOVA test.

Addiction is a very comprehensive subject. When the literature is examined, it is possible to come across many articles and theses about social media addiction. The fact that this study includes the most up-to-date results reveals its originality. When the research results are examined, gender, internet usage time, frequency of sharing on social media, time spent on social media, grade point average, using social media tools to make new friends were the variables affecting internet and social addiction. In addition, the class variable also gave a significant difference in social media addiction.

The study provided data on students' social media addiction and will shed light on new studies to be conducted on its diagnosis and treatment. The data obtained as a result of

the study will be compared with the data in the new articles to be written and will help researchers. By working together with expert pedagogues, psychologists, psychiatrists in the field, a path can be followed for the treatment of social media addiction and studies can be carried out to include addicted individuals in daily life. When the research is completed, it can be published in academic journals and presented at national congresses or symposiums.

**Keywords:** Social media, dependence, internet, internet addiction, social media addiction

## İçindekiler

Özgeçmiş .....	ii
Ön Söz .....	iii
Özet.....	iv
Abstract.....	vi
İçindekiler.....	viii
Kısaltmalar ve Semboller .....	xi
Tablolar Listesi .....	xii
Şekiller Listesi .....	xiv
Resimler Listesi .....	xv
Bölüm I: .....	1
Giriş .....	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Araştırma Soruları.....	4
1.3. Araştırmanın Amacı .....	5
1.3. Araştırmanın Önemi.....	5
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	6
1.5. Araştırmanın Varsayımları .....	6
1.6. Araştırma Tanımları ve Kısaltmalar .....	6
Bölüm II: .....	7
Kavramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar .....	7
2.1. İnternet .....	7
2.1.1. Yeni Medya .....	8
2.2. Sosyal Medya.....	10
2.3. Ergenlik Dönemi .....	14
2.3.1. Ergenlikte İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı .....	14
2.4. Bağımlılık Kavramı .....	16
2.4.1. Bağımlılık Nasıl Oluşur?.....	19
2.4.2. Bağımlılığın türleri.....	19
2.5. İlgili Araştırmalar .....	27
Bölüm III: .....	31
Yöntem .....	31
3.1. Araştırma Modeli .....	31
3.2. Evren ve Örneklem .....	31
3.3. Veri Toplama Araçları .....	32
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu.....	32
3.3.2. İnternet Bağımlılığı Ölçeği .....	33
3.3.3. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği .....	33
3.4. Verilerin Toplanması .....	34
3.5. Verilerin Analizi .....	34
Bölüm IV: .....	35
Bulgular ve Yorumlar .....	35
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeyleri .....	39
Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri.....	40
Lise Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Okulun Özel/Devlet Okulu Olması Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	40
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Sınıfı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	41

Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sınıfı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	41
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Cinsiyet Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	42
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Yaşı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	43
Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yaşı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	43
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Günde Kaç Saat İnternet Kullandığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	44
Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Günde Kaç Saat İnternet Kullandığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	45
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile İnternet Kullanım Süresinin Ne Kadarını Sosyal Medyaya Ayırdığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	45
Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile İnternet Kullanım Süresinin Ne Kadarını Sosyal Medyaya Ayırdığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	46
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Akademik Not Ortalaması Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	47
Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Akademik Not Ortalaması Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	48
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Sosyal Medyada Paylaşım Yapma Sıklığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	49
Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyada Paylaşım Yapma Sıklığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	49
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Twitter Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	50
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Instagram Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	51
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Tiktok Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	51
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Facebook Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	52
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile WhatsApp Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	53
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Thread Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	53
Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyayı Ne amaçla Kullandığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı? .....	54
Bölüm V: .....	57
Sonuç, Tartışma ve Öneriler .....	57
5.1. Sonuçlar ve Tartışma .....	57
5.1.1. İnternet Bağımlılığı .....	57
5.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığı .....	59
5.3. Öneriler .....	62
Kaynakça .....	64
İnternet Kaynakları .....	71
Ek 1: Kişisel Bilgi Formu .....	73
Ek 2: İnternet Bağımlılık Ölçeği .....	74

Ek 3: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği .....	75
Ek 4: Milli Eğitim Bakanlığı Araştırma İzni .....	76
Ek 5: İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formu Ölçek İzni.....	77
Ek 6: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği İzni.....	78

## **Kısaltmalar ve Semboller**

**APA:** Amerikan Psikiyatri Birliği

**DSM IV:** Ruhsal Bozuklukların Tanımsal ve Sayısal El Kitabı

**SPSS:** Statistical Package for the Social Sciences

**Akt:** Aktaran

**TDK:** Türk Dil Kurumu

**TUBİM:** Türkiye Uyuşturucu ve Uyuşturucu Bağımlılığı İzleme Merkezi

**TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu

**UNODC:** Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi

## Tablolar Listesi

Tablo 2. 1 Web 1.0 ve Web 2.0'nin Özellikleri .....	12
Tablo 4. 1 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılık Ölçekleri Betimsel İstatistikleri.....	36
Tablo 4. 2 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılık Ölçekleri Normallik Testi Sonuçları.....	39
Tablo 4. 3 Lise Öğrencilerinin İnternet Ve Sosyal Medya Bağımlılıklarının Okulun Özel/Devlet Okulu Olmasının Bağımsız Grup T-Testi İle Karşılaştırılması .....	40
Tablo 4. 4 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Sınıf Düzeylerinin ANOVA Testi ile Karşılaştırılması.....	41
Tablo 4. 5 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sınıf Düzeylerinin ANOVA Testi ile Karşılaştırılması .....	42
Tablo 4. 6 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Cinsiyetlerinin Bağımsız Grup -testi ile Karşılaştırılması.....	42
Tablo 4. 7 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Yaş Gruplarının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması.....	43
Tablo 4. 8 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yaş Gruplarının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması .....	43
Tablo 4. 9 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Günde Kaç Saat İnternet Kullandığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması .....	44
Tablo 4. 10 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Günde Kaç Saat İnternet Kullandığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması .....	45
Tablo 4. 11 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile İnternet Kullanım Süresinin Ne Kadarını Sosyal Medyaya Ayırdığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması .....	46
Tablo 4. 12 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile ANOVA Testi ile Karşılaştırılması .....	47
Tablo 4. 13 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Akademik Not ortalamasının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması .....	47
Tablo 4. 14 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Akademik Not ortalamasının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması.....	48
Tablo 4. 15 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Sosyal Medyada Paylaşım Yapma Sıklığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması.....	49
Tablo 4. 16 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyada Paylaşım Yapma Sıklığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması.....	50
Tablo 4. 17 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Twitter Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi .....	50
Tablo 4. 18 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Instagram Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi .....	51
Tablo 4. 19 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Tiktok Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi .....	52
Tablo 4. 20 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Facebook Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi .....	52
Tablo 4. 21 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının WhatsApp Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi .....	53
Tablo 4. 22 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Thread Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi .....	53
Tablo 4. 23 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Sosyalleşme Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi.....	54

Tablo 4. 24 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Sohbet Etmek Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi.....	55
Tablo 4. 25 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Yeni İnsanlarla Tanışmak Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi .....	55
Tablo 4. 26 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Yer Bildirimi Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi.....	56
Tablo 4. 27 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Fotoğraf Paylaşmak Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi.....	56

## Şekiller Listesi

Şekil 2. 1 Türkiye'de cinsiyete göre tütün kullanımının yıllar bazında değişimi (2000-2025).....	22
Şekil 4. 1 İnternet Bağımlılığı Ölçeği Normal Q-Q Plot Grafiği .....	36
Şekil 4. 2 İnternet Bağımlılığı Ölçeği Histogram Grafiği .....	37
Şekil 4. 3 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Normal Q-Q Plot Grafiği.....	37
Şekil 4. 4 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Histogram Grafiği.....	38
Şekil 4. 5 Katılımcıların İnternet Bağımlılığı Düzeyi Dağılımı .....	39
Şekil 4. 6 Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyi Dağılımı.....	40

## Resimler Listesi

Resim 1. 1 2024 Yılı İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı (We Are Social, 2024) ....	3
Resim 1. 2 Hanelerde İnternet Erişimi İmkanı ve Bireylerde İnternet Kullanımı (TÜİK, 2024).....	4
Resim 2. 1 İnternetin Gelişim Süreci ve Evreleri (Gündüz ve Daş, 2018) .....	8

## **Bölüm I:**

### **Giriş**

Araştırmanın bu bölümünde yapılmasına sebep olan problem durumu açıklanmış, araştırma amacı, önemi, sayıltıları, sınırlılıkları belirtilmiştir. Bu çalışmada internet ve sosyal medya bağımlılığının lise düzeyindeki öğrencilere etkisi araştırılmıştır.

#### **1.1. Problem Durumu**

Sosyal ağların ve internetin popülaritesinin her geçen gün daha da arttığı çağımızda isteyerek veya istemsizce her geçen gün daha fazla teknolojik cihaz tarafından etrafımız çevrelenmektedir (Tarhan, 2024). Günümüzde gelişmekte olan yeni iletişim teknolojileri ve teknolojik cihaz kullanımının yaygınlaşmasıyla internet ve sosyal medya kullanımı da artmıştır. Bu durum toplumsal, kültürel, politik, ekonomik değişimleri tetiklediği gibi aynı zamanda kullanıcıların gündelik yaşamlarını, hayat tarzlarını da değiştirmiştir (Başol ve Çömlekçi, 2019). Çağımızda insanlar bilgisayar ve internet ile çocuk yaşlarda tanışmaya başlamıştır (Canbek ve Sağıroğlu, 2007). İnternet kullanımıyla sağlanan pek çok faydanın yanında olumsuz sonuçlarla da karşılaşılmaktadır. İnternet bilgiye erişim kaynağı olma amacından çıkıp bazı insanlar için bağımlılığa dönüşmüş durumdadır (Batıgün ve Hasta, 2010).

Yaşamımızda internet kullanımının kaçınılmaz bir gereklilik olduğu aşikardır. Bu durum başta çocuklar ve gençler olmak üzere sosyal yaşamı etkilemeye başlamıştır (Cömert ve Kayıran, 2010). Gençler arasında internet kullanımı en çok sosyal medya ile tercih edilmektedir. Kullanıcılara düşüncelerini ve yaşamlarından kesitleri paylaşabilecekleri alan sunan sosyal medya alışverişten eğlenceye pek çok kullanım alanı sunmaktadır (Baz, 2018).

Güncel verilere bakacak olursak dünya üzerinde aktif olarak sosyal medya kullanan insanların sayısı 4,74 milyar olarak tespit edilmiştir. Sosyal medya uygulamalarından en çok kullanılanı 2,96 milyar aktif kullanıcı sayısı ile Facebook olmuştur. 52 milyon insan iş aramak için bu platformları tercih etmektedir. Sosyal medya mecraları 2023 yılında 190 milyon kullanıcı kazandırmıştır (Data Reportal, 2024).

Türkiye'deki sosyal medya kullanımına bakıldığında dünya ortalaması günde 2 saat 23 dakika iken Türkiye 2 saat 44 dakika sosyal medyada zaman geçirerek Dünya

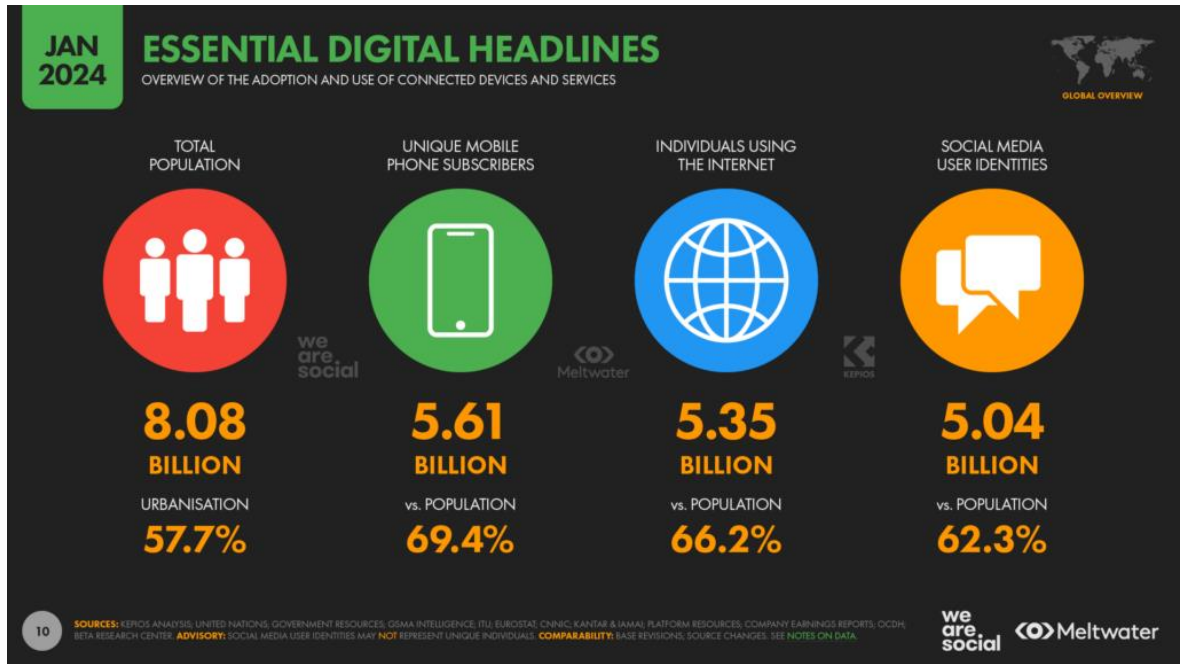
sıralamasında 14. olmuştur. Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya aracının YouTube (57,50 milyon kullanıcı) ve Instagram (57,10 milyon kullanıcı) olduğu araştırmalar sonucunda belirlenmiştir. Facebook (34,35 milyon kullanıcı) hala çok popüler bir uygulama olmasına karşın TikTok’un (37,73 milyon kullanıcı) gençler arasında hızla popülerlik kazanmasını eski sosyal medya platformlarının yeniliğe açık olması gerektiğinin göstergesidir. Facebook aylık periyotta 3 milyarın üzerinde aktif kullanıcı sayısı ile aynı zamanda dünya genelinde en çok kullanılan sosyal medya platformudur. Instagram da dünya genelinde aylık olarak 2 milyarın üstünde kullanıcı sayısına sahiptir ve Facebook’tan sonra ikinci alışveriş platformu olarak gösterilmektedir. Türkiye’de Tiktok’tan sonra X (20,67 milyon kullanıcı) ve LinkedIn (16 milyon kullanıcı) en çok kullanılan platformlar olmuştur (Data Reportal, 2024).

Gelişen teknoloji ve teknolojinin günlük hayatta yaygınlaşan kullanımı ile birlikte bilgisayar ve internet yaşamımızın bir parçası haline gelmiştir (Akkoyunlu ve Orhan, 2004). İnternet, bilgisayarları birbirine bağlayarak iş dünyası, devletler ve eğitim kuruluşları arasında dünya çapında iletişim imkanı sağlayan bir bilgisayar ağıdır (Seferoğlu, 2006). 1970’ lerde başlayan internet kullanımı 2000’ li yıllarda sosyal medyanın gelişmesiyle kullanıcı sayısını artırmış ve her kesimden insanı etkileyecek hale gelmiştir (Bat ve Vural, 2010). İnternet çok kısa sürede gelişmiş ve ulaşılması kolay durumdadır. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte yeni iletişim teknolojileri de gelişme göstermiştir. Eskiden internet erişimini yalnızca bilgisayarlarımızdan sağlanmaktaydı. Ancak günümüzde bu, yerini cep bilgisayarlarına hatta cep telefonlarına kadar indirgemmiştir (Erol, Filiz vd., 2014).

İnternet kullanıcılarının sayı olarak dünya üzerinde hızlı bir şekilde artarken, internet kullanıcılarının demografik yapılarında da hızlı değişim görülmektedir. İnternet eskiden yalnızca iş amacıyla kullanılırken, günümüzde teknolojiyle ilgisi olmayan kullanıcılar tarafından rutin hayatlarındaki işleri kolaylaştırmak veya iş hayatının yoğunluğundan kaçmak için kullanılabilir (Oğuz, Özel, Saka ve Zayim, 2008). İnternetin her türlü bilgiye kolaylıkla ve denetimsiz olarak ulaşma imkanı vermesi pek çok kolaylığın yanı sıra olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir (Karaman ve Kurtoğlu, 2009). Bu olumsuzlukların başında internet bağımlılığı gelmektedir (Doğan, 2013).

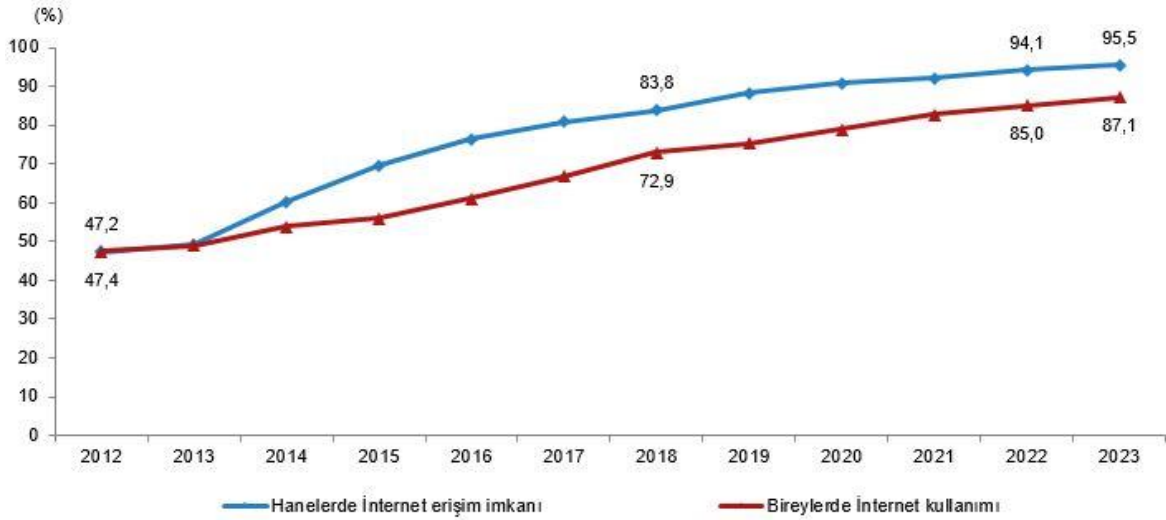
We Are Social 3 aylık periyotlarla yayınlanan dünya üzerindeki yüzlerce ülkede yapılan araştırmaların sonuçlarının paylaşıldığı bir dijital rapordur. Resim 1.1’de paylaşılan

2024 verilerine göre dünyada yaklaşık 5,35 milyar insanın internet kullandığı ve bunlardan 5,04 milyarının ise sosyal medya kullandığı bildirilmektedir (We Are Social, 2024). We Are Social raporları yıllık olarak incelendiğinde internet ve sosyal medya platformlarının da kullanıcı sayısı her geçen yıl artış göstermektedir. Bu platformlar özellikle gençlerin arkadaşları ile irtibat kurmasına olanak sağlamakta ve farklı türde bilgiler edinmesine, paylaşımında bulunmalarına ve birbirlerine olan güvenin artmasına, kimlik ve kişiliklerinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Glazzard ve Stones, 2020; Longobardi vd., 2020; Prabhakararao, 2016).



Resim 1. 1 2024 Yılı İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı (We Are Social, 2024)

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) 2023 yılında yayımladığı Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'ndan 16-74 yaş grubundaki bireylerdeki internet kullanım oranı, 2022 yılında yüzde 85, 2023 yılı verilerinde ise yüzde 87,1 olarak tespit edilmiştir. İnternete erişimi olan hane halkı oranı ise 2023 yılında 1,4 puan artış göstererek yüzde 95,5 olmuştur. Veriler incelendiğinde en çok kullanılan sosyal medya ve mesajlaşma uygulaması yüzde 84,9 kullanım oranı ile WhatsApp olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2024). Resim 1.2'de TÜİK tarafından hazırlanan hanelerde internet erişimi imkanı ve bireylerdeki internet kullanım verisi paylaşılmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere internet kullanımını yıllar ilerledikçe artış göstermektedir. İnternet ve sosyal medya kullanımının artış göstermesine bağlı olarak bağımlılık kavramının ortaya çıkışı ve özellikle genç yaştaki bireylerde bu durumun görülmesi bu çalışmanın yapılmasında etkili olmuştur.



Resim 1. 2 Hanelerde İnternet Erişimi İmkanı ve Bireylerde İnternet Kullanımı (TÜİK, 2024)

## 1.2. Araştırma Soruları

Çalışmanın amacı lise öğrencilerinde internet ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma soruları hazırlanmıştır. Lise öğrencilerinin internet ve sosyal medya bağımlılığı;

1. Cinsiyete,
2. Okuduğu okulunu özel ya da devlet okulu olmasına,
3. Okuduğu sınıf düzeyine,
4. Yaşına,
5. Günlük internet kullanım süresine,
6. İnternet kullanım süresinin ne kadarını sosyal medyaya ayırdığına,
7. Paylaşım yapma sıklığına,
8. Sosyal medyayı ne amaçla kullandığına,

9. Akademik not ortalamasına göre anlamlı olarak fark gösteriyor mu?

### 1.3. Araştırmanın Amacı

Bağımlılık, bir madde ya da davranışı bırakamama veya kontrol edememe olarak tanımlanmaktadır (Egger ve Rauterberg, 1996). Tıp literatürü incelendiğinde sosyal medya bağımlılığını resmi olarak hastalık şeklinde tanımlandığı görülmektedir. Young, internet bağımlılığını psikiyatrik bir bozukluk olarak tanımlamaktadır (Çiftçi, 2018). Young'a göre interneti yoğun olarak kullanan kişinin kişisel, ailevi veya profesyonel amaçlarında bir bozulma oluşuyorsa o kişi "Net Bağımlısı" olarak tanımlanmaktadır (Kord ve Mohmmmed, 2016).

Bu çalışmanın temel amacı lise öğrencilerinde internet ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmesidir.

### 1.3. Araştırmanın Önemi

Yapılan araştırmalar incelendiğinde internet ve sosyal medya bağımlılığı ülkemizde ve dünyada artmaktadır. Resim 1.1.1 ve Resim 1.1.2'de verilerin paylaşıldığı TÜİK raporları, dünya üzerinde güncel araştırmalar yapan We Are Social raporları her geçen yıl ülkemizde ve dünyada internet kullanımı ile birlikte sosyal medya kullanımının da arttığını göstermektedir. Verilerin her geçen gün değişmesi ile birlikte güncel araştırmalar yapılmasının önemi artmaktadır. Bu araştırma alan yazında yapılmış en güncel çalışma olması açısından önemlidir. Ayrıca çalışma aynı ildeki dört farklı ilçeden okullar seçilerek yapılmıştır. Bu ilçelerin görece çarpık kentleşme, kentsel dönüşüm sorunları, eğitim durumu göz önüne alındığında farklı yapılara sahip ilçeler olduğu görülmektedir. TÜİK verilerine göre nüfusları kıyaslandığında buldukları ilin en kalabalık ilçeleridir. Nüfus yoğunluğu, şehirleşme süreci gibi etmenlere bağlı olarak öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları değişiklik gösterebilir.

Çalışmada ergenlerin sosyal medyayı hangi amaçlarla kullandığı da araştırılacaktır. Sosyal medya kullanım amacının da sosyal medya bağımlılığını etkilediği düşünülmektedir. Bu çalışmanın yapılmasının en önemli sebebi günümüz gençlerinin göz ardı edilemez gerçeği olan sosyal medya kullanımının ne derece bağımlılık yaptığının araştırılmasıdır. Bu çalışma kapsamında ulaşılan öğrencilerin internet ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili bir

farkındalıklarının arttığı düşünülmektedir. Öğretmenlere bağımlılık ile ilgili nasıl yol izleyecekleri hakkında bilgiler verilebilir.

#### 1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Bu araştırma 2023-2024 eğitim öğretim yılında farklı ilçelerden seçilen dört okulda öğrenim gören lise öğrencileriyle sınırlıdır. Araştırmada kullanılacak veri toplama aracı araştırmacının geliştirdiği anket ile sınırlıdır.

#### 1.5. Araştırmanın Varsayımları

1. Araştırmaya katılan öğrencilerin doğru ve samimiyetle cevap verdiği varsayılmıştır.
2. Örneklem çalışma evrenini temsil ettiği varsayılmıştır.

#### 1.6. Araştırma Tanımları ve Kısaltmalar

Bu araştırmada kullanılan internet, bağımlılık, sosyal medya, internet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı kavramları literatür taranarak bu bölümde başlıklar halinde sunulmuştur.

**İnternet:** TDK (2024)'ya göre “genel ağı” olarak tanımlanan internet, ağların ağı olarak tanımlanmaktadır.

**İnternet Bağımlılığı:** DSM-V 'te internet bağımlılığı teknolojik davranışsal bir bağımlılık türü olarak geçmektedir. Bu bağımlılık türü diğerk madde bağımlılıklarında olduğu gibi vücuda herhangi bir etken kimyasal madde alınmadığı halde, alınmış gibi bazı etkileri olmaktadır. Beynin yürütücü işlevi alkol / madde bağımlılığında görüldüğü gibi bozulmaktadır. (Alyanak, 2016).

**Sosyal Medya:** TDK (2024) sosyal medyayı internet üzerinde meydana geterelen sosyal ağlar üstünden kullanıcıları arasında görsel ve işitsel olarak bilgi aktarımı ve iletişimi sağlayan ortam şeklinde tanımlamaktadır.

**Sosyal Medya Bağımlılığı:** Sosyal medya mecraları ile yoğun bir şekilde ilgilenme ve sürekli bağı kalmak konusunda istekli olma durumudur. Kişiler bu platformlarda uzun süre zaman geçirmek isteyip, günlük hayatlarını etkileyecek diğerk işlerine vakit ayıramayacak duruma gelmelerine neden olmaktadır (Afşar, 2024).

## Bölüm II:

### Kavramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

Bu bölümde internet, sosyal medya ve bağımlılık kavramı, bağımlılığın nasıl oluştuğu, bağımlılık türleri ile ilgili literatür taraması yapılacaktır. Sonrasında bu çalışma ile ilgili yapılan diğer araştırmalara yer verilmiştir.

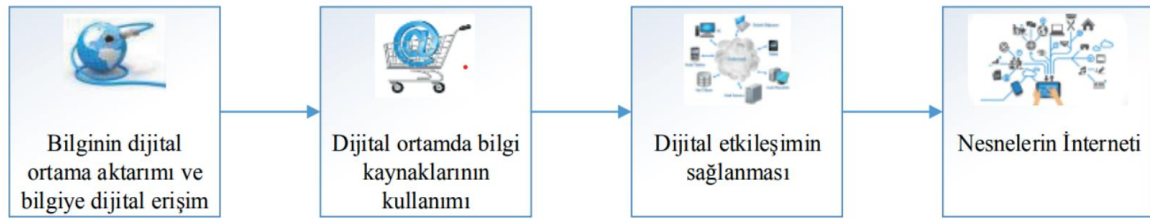
#### 2.1. İnternet

İletişimin temelleri insanlık tarihine dayanır. İnsanın olduğu her yerde iletişim için bir yol mutlaka bulunmuştur. İlk çağlardan başlayarak insanlar aralarında haberleşmek için dil, el yazısı, resim, duman gibi birçok farklı araç geliştirmiştir (Öngören, 2022). İnternetin ortaya çıkışına baktığımızda 1969 yılında ABD Savunma Bakanlığı tarafından, savaş koşullarında olası bir saldırıda iletişimi sürdürmek için teknoloji arayışına girmiştir. Bu arayış sonucunda ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network – Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı) bulunmuş ve o dönemde birkaç üniversiteyi birbirine bağlamıştır. Daha sonra ARPANET internetin bugünkü haline evrilmiştir (Çelik, 2022). İnternet ilk çıktığında 1960'lardan 1990'lara kadar görece yavaş ilerlemiş ancak 1990'lardan 2020'lere doğru çok daha hızlı gelişmiş ve gelişmeye de devam etmektedir (Öngören, 2022).

Bilgisayarlar modern şeklini almadan önce ilk bilgisayarın oluşması İkinci Dünya Savaşı yıllarına dayanır. 1941 yılında yapımı için emir verilen, 1947 yılında ise ABD'li bilim insanları tarafından bulunan bilgisayarların atası ENIAC (Electronic Numerical Integrator And Computer – Elektronik Sayısal Entegreli Hesaplayıcı) 'tır. ENIAC'ın ağırlığı 30 ton, boyutu ise 167 m<sup>2</sup> lik bir alana sığacak kadardı. Teknoloji çağı olarak adlandırdığımız 2020'li yıllara geldiğimizde ise bilgisayarlar, akıllı telefonlar avuç içimize sığabileceği ölçüde küçülmüştür (Çelik, 2022).

Globalleşen dünyamızda internet vazgeçilmez derecede mühim hale gelmiştir. Yediden yetmişe herkesin elindeki akıllı telefon ve tabletler sayesinde internete erişim de kolaylaşmıştır. İnsanlar için bu kadar önemli olan internet en başta aslında askeri bir amaç ile haberleşmek için icat edilmiştir. Bugünkü internet sanayi devrinin bir ürünüdür. Dijital devir şeklinde ifade ettiğimiz günümüz dönemi aslında ikinci iletişim devrimidir. Dijital çağın bileşenlerini ise internet, bilgisayar ağları, veri ağı, iletişim ağları oluşturur (Biricik, 2022). Resim 2.1'de internetin gelişim süreç ve evreleri verilmiştir. Bilginin dijital ortama aktarımı

ve bilgiye dijital erişim, dijital ortamda bilgi kaynaklarının kullanımının ardından dijital etkileşimin sağlanmasının sonucunda nesnelerin interneti ortaya çıkmaktadır.



Resim 2.1 İnternetin Gelişim Süreci ve Evreleri (Gündüz ve Daş, 2018)

İnternetin kullanım amaçlarına baktığımızda başlarda askeri sebeplerle geliştirilmiş ancak aradan yıllar geçtikçe ve geliştikçe de insan hayatının vazgeçilmezlerinden olmuştur. Hayatımızın her alanında interneti görmek artık mümkündür. İnternetin kullanım amaçları ve kullanım yerleri Öngören (2022) tarafından şu şekilde sıralanmıştır;

- **Bilgi/Eğitim (information and education):** Temel eğitim kurumları, üniversiteler, kütüphaneler, elektronik dergiler, e-devlet vd.
- **İletişim (communication):** Sosyal medya, forumlar, müşteri hizmetleri kullanımı, operatörler vd.
- **Eğlence (entertainment):** Sanal gazino, şans oyunları, sanal müzeler, bilgi yarışmaları, bilgisayar oyunları vd.
- **Ticaret (trade):** E- ticaret siteleri, şirketlere ait web sayfaları vd. olmak üzere çeşitli kullanımlara sahiptir (Öngören, 2022).

### 2.1.1. Yeni Medya

Lev Monovich (2001), internetin devamlı olarak güncellenmesi ile birlikte gelen teknolojinin dijital program ve animasyon gibi teknolojik unsurların tamamını yeni medya olarak tanımlamıştır. Yeni medyanın tanımı konusunda alan yazında pek çok farklı görüş bulunmaktadır. Ancak konuyla ilgili ilk fikri ortaya atan kişi olması bakımından Monovich'in ifadesini baz almak mümkündür. Yeni medya kavramı kronolojik süreç içinde farklı bakış açılarıyla incelenmiştir. Bazı araştırmacılar başlarda bu kavramı “dijital medya araçları” olarak tanımlamışlardır. Yeni medya kavramı, Yanık (2016) tarafından hareketli bir

yapı olup, içerisinde bilişim aygıtlarını ihtiva eden yer olarak tanımlamıştır. Başka bir açıklamada ise yeni medya, onu kullananların arzu ettikleri zaman bilgiye ulaşma ve istedikleri şekilde veri transferi sağladıkları iletişim ortamı olarak tanımlanmıştır. Görüldüğü gibi alan yazında farklı tanımlamaları olan kavramın en yaygın ve en sık görülen tanımı “geleneksel medya ortamlarından farklı, internet teknolojisinin medya ortamlarına entegre edilmesi ile oluşan medya ortamlarıdır” olarak bulunmaktadır (Bayer ve Özek, 2021).

Dünyayı tümünden değiştiren yeni medyanın üç temel özelliğinden söz etmek mümkündür. Bu özellikler Richard Rogers tarafından ortaya konmuştur (Geray, 2003).

- **Etkileşim (Interaction):** Süreç olarak iletişim etkileşimin mevcudiyetine ihtiyaç duymaktadır. Böylece alıcı ve verici birbirinden etkilenmektedir.
- **Kitlesizleştirme (Demassification):** Büyük gruplar içinde herkesle ayrı ve özel mesajlaşma sağlayabilmesi kitlesizleştirici özelliğinin bir sonucu olmaktadır. Böylece herkese ayrı mesaj gönderilebilir olmaktadır.
- **Eşzamansızlık (Asenkron):** Kişiyi yeni iletişim teknolojileri istenen zamanda mesaj gönderme ya da alma olanağı sunmaktadır. Aynı anda olmak zorunda değildir.

Bu özelliklerin içinde en önemlisi sayılabilecek olan etkileşimdir. Geleneksel medya kişileri pasif (edilgen) konumda bırakırken yeni medyada aktif (etken) konuma gelmişlerdir. Böylece kaynak ve alıcı çift taraflı olarak bilgi akışı içine girmiş ve alıcı kaynak boyutuna geçmiştir. Yeni medyanın etkileşime olanak vermesinin sebeplerinden en önemlisi internettir (Aydoğan ve Kırık, 2012).

Yeni iletişim teknolojileri ile ilgili Manuel Castells, bireysel iletişimi geliştirirken, kitle iletişimini heterojenleştirdiğini, geleneksel medya örgütlenmelerinin yapı değiştirdiğini söylemektedir. Castells, yeni iletişim teknolojilerinin inşa ettiği reel sanallık kültürü, zaman ve mekan algısını da dönüştürdüğünü ifade etmektedir. Yeni medya biyolojik zaman veya saat zamanı sınırlandırmasını kaldırarak zaman dışı zamanı oluştururlar. Bu hal ise bir taraftan global medya gruplarının yereldeki piyasaya ulaşmasını sağlarken diğer yandan insanlara uzakta olanlarla etkileşim sağlama imkanı vermektedir (Aydoğan ve Kırık, 2012).

## 2.2. Sosyal Medya

Sosyal medya internet teknolojileri ile iletişim sağlamayı, bilgi paylaşımı için ortam hazırlayan platform olarak tanımlanabilir (Semiz ve Bora, 2014). Sayımer (2008)'e göre sosyal medya, kullanıcılara haberleşme, düşünce, alaka ve veri paylaşma imkanı sağlayarak karşılıklı etkileşim oluşturan online araçlar ve web sitelerinin müşterek adıdır. Geleneksel medyadan farklılık gösteren sosyal medyanın özgün oluşunun en önemli nedeni, herhangi bir kişinin içerik oluşturabilmesi, yorumda bulunup katkı sağlayabilmesidir. Kullanıcıların dünya çapında düşüncelerini paylaştığı bir ortam sunmaktadır (Yağmurlu, 2011).

Temelinde paylaşım ve iletişim yatan sosyal medya, kelimeler, sesler, resimler ve videolar aracılığıyla teknolojiyi bir araya getirir. Sosyal medya; medya, kullanıcı ve teknoloji gibi üç farklı boyutu olan bir kavramdır (Keskin ve Baş, 2015). Sosyal medyanın medya boyutuyla ilgili; geleneksel olmayan medya ortamlarını yeni mekanlar, eski teknolojiler ve eski mekanlar yeni teknolojiler olarak iki şekilde sınıflandırmak mümkündür. Yeni mekanlar eski teknolojiler grubunda kullanıcının alışkın olduğu alışveriş merkezleri gibi dolaşımın yüksek olduğu bölgelere teknolojinin uyarlanmasıdır. Eski mekanlar yeni teknolojiler seçeneğinde ise yeni çıkan teknolojilerin medya aracı olarak kullanımı söz konusudur (Sever, 2000). İletişim araçlarında yaşanan hızlı gelişmeler medyaların da farklılaşmasına yol açmış ve ortaya çıkan geleneksel olmayan medyaya 'yeni medya' adı verilmiştir (İşlek ve Alagöz, 2012). Yeni medyanın geleneksel medyadan farklarından biri de yalnızca farklı kanallardan bilgiye erişme imkanı sunmakla kalmayıp, kişileri bilgiye ulaştıkları ortamda sosyal ağlarla birbirine bağlıyor olmasıdır. İnteraktif olması da yeni medyanın bir diğer özelliğidir. Bu açıdan bakıldığında geleneksel medya pasif bir tüketim sunarken yani medya etkileşim imkanı verir (Lister vd., 2009). Kişi bu şekilde içeriğin oluşturulmasına katılım göstererek aktif bir yol izlemiş olur. Simülasyon da yeni medyanın bir başka özelliğidir.

Yeni medyanın özellikleri farklı kaynaklarda farklı şekillerde belirtilmiştir. Akar (2010)'a göre dijital kod, bütünleşme ve interaktivite olarak belirtilirken, Tosun (2009) etkileşim, multimedya, hedefin iletişim temasını kontrolü, sosyal görünüm ve güçlü hafıza olarak açıklamıştır Tosun, 2009).

Sosyal medyanın kullanıcı boyutuyla ilgili; kullanıcı tabanlı içerik, teknolojiyi kullananlar tarafından oluşturulan farklı medya biçimlerinin ve yazılı, görsel, sesli veya bütünleşik yaratıcı çalışmaların tümünü kapsamaktadır (OECD, 2007:17; akt. İşlek ve

Alagöz, 2012). Sosyal medya, kullanıcılara bilgi alışverişine imkan vermekte, “bilgi demokrasisi” ortamı oluşturmaktadır. Kullanıcılar da bu ortamda fikirlerini paylaşmaktadırlar. Sanal grupların bilgi demokrasisinde çok daha fazla etkili olduğu bilinmektedir. Bu şekilde sohbet sistemleri, tartışma ve yorum siteleri internet üzerindeki demokratik katılımı artırmakta ve kullanıcı güdümlü içerik sanal demokrasinin bir türü olarak belirtilmektedir (Özbay ve Sarıışık, 2018).

En anlaşılır olarak “son kullanıcı olan tüketicinin ürettiği çeşitli medya türleri içeriği” olarak tanımlanabilen (OECD, 2007:17; İşlek ve Alagöz, 2012) kullanıcı tabanlı içerik, yayınlama zorunluluğu, yaratıcı çaba ve profesyonel rutin ve uygulamalardan bağımsız olma olarak üç temel özelliğe sahiptir (Keskin ve Baş, 2015).

- **Yayınlama Zorunluluğu:** Kullanıcı tabanlı içeriğin en temel özelliği yapılan çalışmaların yayınlanmış olması gerekliliğidir. Yayımlanan ortam herkesçe görülebilir web sitesi ya da belirli kullanıcıların gördüğü sosyal medya profilleri de olabilir. Yayınlama zorunluluğu kullanıcı tabanlı içeriğin e-posta ve anlık mesajlaşmadan farkını ortaya çıkarmaktadır (Keskin ve Baş, 2015).
- **Yaratıcı Çaba:** Kullanıcı tarafından içerik oluşturulurken veya mevcut çalışmalardan bir içerik üretirken yaratıcı bir çaba ortaya konulmalıdır. Bu kullanıcının içeriğe kendinden bir değer katması, içeriğin özgün olması anlamına gelmektedir (Keskin ve Baş, 2015).
- **Profesyonel rutin ve uygulamalardan bağımsız olmak:** Kullanıcı tabanlı içerik oluşturulurken profesyonel bir rutine ve uygulamaya bağlı kalmaksızın oluşturulmaktadır. Bu içeriği oluşturanlar kurumsal ve/veya ticari bir içerik oluşturmazlar. İçerikten gelir elde etme amaçları da yoktur. Motivasyon için genelde itibar sahibi olmak, ünlenmek, diğer kullanıcılar ile iletişim sağlamak yeterli olabilir (Keskin ve Baş, 2015).

Sosyal medyanın teknoloji boyutuyla ilgili; web, internet üzerinde yayınlanan birbiriyle ilintili hiper metin elemanlarının oluşturduğu bilgi sistemidir. Bu kelimeye İngilizce anlamında kumaş dokusundan esinlenerek bu ad verilmiştir. Dilimizde ağ anlamına gelmektedir. Web internet üzerinde yazı, resim, grafik, ses ve videolardan oluşmuş verileri başka bir bilgisayara ileten internet servislerinin bütünüdür (WM Aracı, 2024).

Teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler ve insanların webde fazla zaman geçirmeye başlaması web teknolojisinin sosyal yöne kaymasını zorunlu hale getirmiştir. İnternet üzerinde içeriğin kullanıcılar tarafından oluşturulması ve iletişimde bulunan tarafların birbirleriyle etkileşiminin ön planda tutulması Web 2.0 olarak tanımlanır. Bu kavram ilk defa Tim O'Reilly tarafından 2004 yılında kullanılmıştır (Genç, 2010). Web 2.0 teknolojileri sağlamış olduğu dinamik yapıyla internet kullanıcılarını yalnızca içerik tüketen değil aynı zamanda içerik üretebilen duruma getirmiştir. Bu şekilde kullanıcılar hiçbir bilgisayar bilgisine sahip olmadan kolay bir şekilde içerik üretip paylaşabilir hale gelmiştir (Filiz, Erol vd., 2014). Tablo 2.1'de Web 1.0 ve Web 2.0 özellikleri karşılaştırmalı olarak verilmiştir.

Tablo 2. 1. Web 1.0 ve Web 2.0'ın Özellikleri (Bozarth, 2010)

<b>Web 1.0 Özellikleri</b>	<b>Web 2.0 Özellikleri</b>
Programcı tarafından yapılmış Web sayfası	Kullanıcı tarafından yapılmış internet sayfası
Uzmanların içerik oluşturması	Herkesin içerik oluşturması
Kişiler internet sitesini ziyaret eder ve oku	İnsanlar paylaşılan bilgiyi birlikte oluşturur
Sıkı kontrol edilen siteler	Daha seyrek kontrol edilen siteler
Tek yönlü (Tekten çoğa)	Çift yönlü (Çoktan çoğa)
Britannica Online Ansiklopedi	Wikipedia
Yayınlama	Katılım
Hiyerarşik	Dinamik ve Serbest
Statik, durağan içerik, çok az değişim	Sürekli güncellenen içerik

Web 2.0, kullanıcıların bilgi üretip paylaştığı, birbirleriyle arkadaşlık kurduğu, interaktif oyun oynadığı, fotoğraf, müzik ve video paylaştığı, web günlükleri yazdığı, alışveriş yaptığı çok boyutlu, mega yapılı canlı ve dinamik bir organizmadır. Milyonlarca insanın ortak paydada bulunduğu, yenilikçi ve bağımsız görünen ancak bir o kadar da kişileri yalnızlığa ve tekilliğe iten ironik bir yapıdır (Parsa, 2009). Web 2.0 ile birlikte ortaya çıkan ve zamanla kullanımı kolaylaşıp yaygınlaşan uygulamalar arasında bloglar, wikiler, sosyal ağlar, RSS, podcasting sayılabilir. Bu teknolojiyle kullanıcıların değer yaratması, ağların etkilerinin çoğalması, insanların bağlantılar kurması, yeninin eskiyle tekrar şekillenmesi ve şirketlerin yeterliliklere yatırım yapması gibi bir takım sosyal ve ekonomik değerler ortaya çıkmıştır (Schuen, 2008).

Sosyal medyanın ortaya çıkış sürecini incelerken webin gelişimini de göz önünde bulundurmak gerekir. Aynı zamanda internetin de gelişim süreci buna etki etmektedir. Sosyal

medyanın ortaya çıkışı tarihsel olarak 1979 yılında Jim Ellis ve Tom Truscott tarafından kurulan dünyadaki internet kullanıcılarına mesaj gönderme olanağı tanıyan “Usenet” adındaki tartışma platformu ile başlamıştır. Günümüzdeki kullanımı şeklindeki sosyal medya ise tarihsel olarak 1989 yılında Bruce ve Susan Abelson tarafından kurulan Open Diary Web sitesi ile online günlük yazan kişileri tek bir toplulukta toplaması ile başlamıştır. Blog kavramı online günlük yazarlarının “we blog” (blogluyoruz) şeklinde weblog terimini kullanmasıyla meydana gelmiştir. Teknolojinin gelişmesi ve internet hızının artmasıyla da MySpace (2003) ve Facebook (2004) gibi sosyal ağ mecraları kurulmuş ve sosyal medya gelişmeye başlamıştır (Kaplan ve Haenlein, 2009:60).

Sosyal medya, zamandan ve mekandan bağımsız olarak (mobil tabanlı) paylaşımın ve tartışmanın esas olduğu bir insani iletişim şeklidir. Sosyal medyada toplu gruplar ve sosyal ağlar bulunur (Vural ve Bat, 2010). Kaplan ve Haenlein’e (2009) göre ise sosyal medya Web 2.0’ın teknolojik yapısında oluşturulan ve kullanıcı tabanlı içeriğin hazırlanmasına ve güncellenmesine olanak sağlayan web temelli uygulamaların tümüdür. Sosyal medyanın bazı özellikleri mevcuttur. Bunlar (ICrossing, 2008:5; İşlek, 2012);

- **Katılım:** Sosyal medya, katılımcıları cesaretlendirir. Dolayısıyla medya ve topluluk arasındaki ayrımın minimuma indirilmesine yol açar.
- **Açıklık:** Sosyal ağların pek çoğu katılım ve feedback’e (geri bildirim) açıktır. Birçok içeriğe erişimde giriş engelleri bulunmamaktadır. Parola ile korunan içerik de kullanıcı tarafından benimsenmeyen içeriklerdir.
- **Konuşma:** Geleneksel medya daha çok yayına ilişkin (içerik aktarımı veya bilgi ulaştırma), sosyal medya karşılıklı konuşmaya imkan sağlamaktadır (Vural ve Bat, 2010).
- **Topluluk:** Sosyal medya, toplulukların hızlı bir şekilde oluşmasına ve iletişimin etkili olmasına izin verir.
- **Bağlantılılık:** Sosyal medyada web sitelerin çoğu diğer sitelere, kaynak veya kişilere link vererek bağlantılı olmayı sağlamaktadırlar.

### 2.3. Ergenlik Dönemi

İnsan ömrü doğumdan ölüme kadar biyolojide çeşitli evrelere ayrılmıştır. Bu evrelerin tamamı birbirinden farklı fiziksel ve ruhsal özellikler göstermektedir. Bunlar genel olarak çocukluk, ergenlik, yetişkinlik ve yaşlılık gibi evrelerdir. Bahis konusu insan olduğundan bu evreler ile ilgili kesin bir başlama ve bitiş tarihi belirlemek zordur. Ancak bilimsel çalışmaların zorunlulukları gereği hususiyetle gelişim psikolojisi alanında yapılan çalışmalarda her döneme ait belli yaş sınırlılıkları yapılmıştır (Koç, 2004).

Ergenlik dönemi, latince büyümek manasına gelen biyolojik, sosyal ve psikolojik değişimin hızlı olduğu, bireylerin birbirleri ile çok fazla etkileşime girdiği dönemdir. Genç birey ergenlik döneminde sosyal dünyada kendine yer edinmeye çalışırken kendisiyle alakalı bireysel planlarını oluşturma ve hayata geçirmeye çalışmaktadır. Geçmiş yıllara nazaran günümüzde ergenlikteki ruh sağlığı problemleri artmaktadır. Aynı zamanda ergenlik döneminde çocukluk dönemine göre prevalans artmaktadır (Alpaslan, 2012).

Ergen bireyin çocukluk dönemine göre üstesinden gelmek zorunda olduğu biyopsikososyal değişimler artmaktadır. Biyolojik süreç olarak eren bedeninde ortaya çıkan yeniliklere uyum sağlamak ve dolayısıyla gelişen cinsel dürtülerle baş etmek konumundadır. Olgunlaşmasıyla doğru orantılı olarak meydana gelen bilişsel yetiler ergen bireyi kendisi ve çevresiyle alakalı sorgulamalara itmektir. Ergen, bu dönemde “Ben Kimim?” sorusuna cevap aramaktadır. Sosyal çevresi olarak da ergenlerden beklenenler artmakta ve bazı sorumlulukları üstlenmesi gerekmektedir (Alpaslan, 2012).

#### 2.3.1. Ergenlikte İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

Kişi ergenlik dönemini eğitim öğretiminin olduğu dönemde geçirmektedir. Böyle bakıldığında ergenlik döneminde yaşadığı uyum problemlerinin yanı sıra eğitim öğretimini de devam ettirmek zorundadır. Bulduğumuz yüzyılın getirdiği bir olanak olarak internete ulaşımın kolay ve yaygın olması eğitim hayatında ödev yapma, derslere hazırlık gibi aşamalarda kolaylık sağlamaktadır. Ergenler, interneti yalnızca ders yapma amacıyla değil, sosyal medyayı kullanarak arkadaşlarıyla iletişim sağlamak, yeni arkadaşlar edinmek ve gündemdeki olayları takip etmek için de kullanırlar. Bunun yanında ergenler interneti oyun oynamak için de kullanmaktadırlar. Bu sebeple de internetin olumsuz etkilerine daha fazla maruz kaldıkları bilinmektedir (Arslantaş, Kocairi, Söylemez ve Yüksel, 2020).

Ögel (2014), internetin emek ve sorumluluk getirmeden, sosyallik ortamı sunması, ulaşmanın kolaylığı, gizemli bir ortam sağlaması, yeni bir kimlik oluşturmaya imkan sağlaması gibi özellikleri bakımından ergenlik döneminin kendine has yönleri göz önüne alındığında gençlerin interneti kullanmasını sağlayabildiği görülmektedir (Ögel, 2004).

### *2.3.1.1. Ergenlikte İnternet Kullanımının Bireye Pozitif Etkileri*

İnternet doğru olarak kullanıldığında fiziksel olarak el-göz koordinasyonu, fare kullanımına bağlı olarak ince motor gelişimi, dopamin salgılaması nedeniyle konsantrasyonu artırdığı gözlemlenmektedir. Ruhsal yönden bakıldığında uzaktaki arkadaşlarıyla haberleşmesi, anlık mesajlaşmalar, sınır ötesindeki arkadaşlarla iletişim kurmayı sağlaması açısından olumlu etki gösterdiği görülmektedir. Özellik yüz yüze iletişim kurmaktan kaçınan ergen bireyler için sanal ortamda yazışmak ve haberleşmek rahatlatıcı olmaktadır. Ayrıca internet, kullanan ergenlere ödev hazırlama, kaynak bulma, derslerle ilgili arkadaşlarıyla iletişim sağlama gibi konularda da zaman ve enerji bakımından tasarruf sağlamaktadır (Günlü, 2016).

### *2.3.1.2. Ergenlikte İnternet Kullanımının Bireye Negatif Etkileri*

Gelişim dönemi olarak bakıldığında ergenlik bireyin ruhsal, psikolojik, sosyolojik ve fiziksel olarak olumsuz etkileri olduğu yapılan araştırmalarla kanıtlanmıştır. Fiziksel açıdan bakıldığında yoğun internet kullanımının göz sağlığını etkilediği, sağlıksız beslenme, yeme problemleri, aşırı kilo alımına bağlı olarak obezite, eklem, boyun, bel ve sırt ağrıları gibi etkileri bulunmaktadır (Günlü, 2016). Sosyal medya üzerinde kurulan arkadaşlıkların her ne kadar ergen için psikolojik ve sosyal açıdan olumlu etkileri bulunsa da internet ve sosyal medya ergenlerin uygunsuz arkadaşlık ilişkisine yönelmelerine de sebebiyet vermektedir. Sosyal medya arkadaşlıkları yüz yüze iletişim becerilerinin gelişmesini engellemektedir (Ceyhan, 2008; akt. Günlü 2016). İnternetin doğru bir şekilde kullanılmaması kişiler üzerinde yalnızlık, depresyon gibi sorunların meydana gelmesine neden olmaktadır.

Bilişsel düzeyde bakıldığında, internet bilgiyi hazır halde ergenlerin önüne sunduğundan düşünme becerisinin olumsuz olarak etkilendiği görülmektedir. İnternette edinilen bilgiler doğruluğu araştırılmadan kullanıldığından ergenler araştırdıkları konular hakkında yanlış bilgelere erişebilmektedirler. Devamlı internetle ilgilenen ergenler rutin

işlerini, ödev ve sorumluluklarını aksatabilmekte, öğrenim hayatında devamsızlık yapabilmektedirler (Young, 1998; akt. Günlü, 2016).

Ergenin öğrenim hayatındaki başarısızlık ailesiyle problemler yaşamasına, bağlı olarak ailesinin interneti kontrol etmesi ancak aile ve ergen arasındaki ilişkinin kopmasına kadar neden olabilmektedir. Ailesiyle ilişkisi kopan ergen akademik başarısını da göz ardı ederek internette geçirdiği süreyi artırmaktadır. Bu durum, ergenin interneti aşırı ve yanlış kullanmasından kaynaklanan bazı sorunların da eklenmesine neden olmaktadır. Bu aşırı kullanım internet ve sosyal medya bağımlılığına yol açmaktadır (Günlü, 2016).

#### **2.4. Bağımlılık Kavramı**

Bağımlılık, Türk Dil Kurumu sözlüğünde geçen tanımıyla “bir şeye veya bir kimseye bağlı olma durumu; tabiiyet” anlamına gelmektedir (TDK, 2024). Ülkemizde bağımlılıkla mücadelede eden öncü kurum Yeşilay ise bağımlılığı “kişinin kullandığı bir madde, nesne veya davranış, eylem üzerindeki kontrolünü kaybetmesi” olarak tanımlamaktadır (Yeşilay, 2024). Aktaş (2019), bağımlılık ile ilgili bireylerin kullandıkları maddeleri bırakmak isteyip bırakamaması ve madde kullanımının sıklığının artması ve madde ile ilgili zararların bilincinde olmasına rağmen kullanmaya devam etmesi hastalığı olarak tanımlamıştır. Bağımlılık, “beyin hastalığı” olarak tanımlanmaktadır. Bağımlı kişiler, rutin yaşamlarını devam ettirebilmek için madde kullanımına devam etmektedirler (Aktaş, 2019).

Bağımlılık kavramı bir madde ya da davranışı bırakamama yahut kontrol edememe olarak tanımlanabilir (Egger ve Rauterberg, 1996). Alkol ilaç uyuşturucu gibi maddeleri kişinin yaşamında vazgeçilmez hale getirmesi durumu madde bağımlılığı olarak tanımlanmaktadır. Kişiler yalnızca bir maddeye değil zarar verici olan davranışa da bağımlı olabilmektedirler. Bu şekilde fiziki olarak bir maddeye bağlı olmayan bağımlılıklar, davranış tabanlı bağımlılıklar şeklinde tanımlanmaktadır. Yeme bağımlılığı, oyun bağımlılığı, bilgisayar, televizyon bağımlılığı, internet bağımlılığı davranış tabanlı bağımlılıklara örnek gösterilebilir (Kim ve Kim, 2002; akt Kayri ve Günüş, 2010).

Toplumlar insanlığı korkutan ve sosyal yapıya zarar vermekte olan madde kullanımına eski zamanlardan beri meyillidir. Antik çağlardan beri insan bilincini etkileyen bitkiler bilinir duruma gelmiş, “içki tanrısı” gibi mefhumlar ortaya çıkmış ve üzerine kitaplar yazılmıştır (Tarhan ve Nurmedov, 2011). Toplumlar madde kullanımının negatif tesirlerini

kaldırmak için arayışlara girmişler, modern tıbbın gelişmesi ile birlikte etkiler azaltılsa da bağımlılık çeşitlerindeki artış devam etmektedir (Çavuş vd. 2016).

Bağımlılık, denildiğinde akla ilk gelen madde bağımlılığı olmaktadır. Yeşilay, madde bağımlılığının bedeni uyuşturan etken bir maddeye olan bağımlılık, ihtiyaç karşılanmadığında ortaya çıkan yoksunluk hissi olarak tanımlamıştır. Madde bağımlılığı “kullanılan bir psikoaktif maddeye kişinin daha önceden değer verdiği diğer uğraşlardan ve nesnelere belirgin olarak daha yüksek bir öncelik tanıma davranışı” olarak Dünya Sağlık Örgütü tarafından tanımlanmıştır (Dünya Sağlık Örgütü, 2016). Bireylerin zarar verdiğinin farkında olmasına karşın alkol, sigara, uyuşturucular gibi maddeleri kullanmaya devam etmesine “zararlı kullanım” denmektedir. Tehlikeli düzeyde her madde kullanan insan bağımlı değildir. Ancak zararlı kullanımı olan kişinin bağımlı olma riski de yüksektir (Duyan ve Gövebakan, 2021).

Türkiye Uyuşturucu ve Uyuşturucu Bağımlılığı İzleme Merkezi (TUBİM) 2023 yılı raporunda, 2022 yılında 246 tane olan madde bağımlılığı bağlantısı bulunan ölüm vakalarının %56,9 (140) ‘u metamfetamin, %27,2 (67) ‘si eroin, %18,7 (46) ‘si ecstasy kaynaklıdır (TUBİM, 2023).

Bağımlılık üzerine yapılan araştırmaların temelinde sigara, alkol, uyuşturucu gibi madde bağımlılığı olarak isimlendirilen zararlı maddelerin etkisini anlama ve kaldırma gayreti vardır. Fakat gelişen teknolojiyle birlikte madde bağımlılığının yanında başka bağımlılık çeşitleri de ortaya çıkmıştır. Örnek olarak bilgisayarın yaygınlaşması ile birlikte sanal bağımlılık ve dolaylı olarak internet bağımlılığı, cep telefonu ve sosyal medya bağımlılığı araştırmacıların yoğunlaştığı, literatüre giren yeni bağımlılık türleri arasındadır (Çavuş vd., 2016). Kişiler alkol, sigara gibi pek çok maddeye bağımlı olabilirler. Fakat bağımlılık dendiğinde akla yalnızca madde bağımlılıkları değil, maddeye bağlı olmadan bağımlılık yapan internet bağımlılığı, teknoloji bağımlılığı, oyun bağımlılığı, televizyon bağımlılığı da gelmelidir. (Kayri ve Günüç 2010).

Tıp alanyazında bağımlılık (addiction), işlevlerin yerine getirilmesi için maddeye fizyolojik ve psikolojik olarak bağlanma şeklinde tanımlanmaktadır. Maddeye duyulan ihtiyaç normal seviyenin üzerine çıktığında fonksiyon bozukluklarının çıkması bağımlılık halinin en önemli göstergesidir. Dolayısıyla kişi bağımlı hale geldiğinde, bağımlı olduğu nesneyi bırakmamakta, sürekli onunla ilgilenmekte ve hep onu düşünmektedir (Horzum,

2011). Madde veya ona karşılık gelen eylem, beynin işleyişini değiştirir ve beyindeki işlev bozuklukları da davranışları etkilemektedir.

Psikolojik ve fizyolojik davranışları yerine getirmek için madde almak zorunda olmak, hayatın normal akışını bozmakta, alınan maddenin de karakterine bağlı olarak ruh ve beden sağlığını negatif etkilemektedir. Dolaylı olarak bu hal sendrom olarak belirtilmekte ve bağımlılık beyin hastalığı olarak tanımlanmaktadır (Ögel, 2014).

American Psikiyatri Derneği (APA), DSM-IV'te bağımlılığın bir hastalık olması için aşağıdaki maddelerden üç tanesine sahip olması yeterlidir;

- Tolerans gelişimi,
- Maddeye ulaşamadığında yoksunluk belirtilerinin görülmesi,
- Madde kullanımının sona ermesi ile ilgili yapılan fakat işe yaramayan uğraşlar,
- Maddeyi elde etmek, kullanmak veya bırakmak amacıyla vakit harcama,
- Bedensel veya ruhsal olumsuzlukların oluşmasına rağmen madde kullanımına devam etmek,
- Maddenin bireyin düşündüğünden daha fazla alınması,
- Madde kullanımı dolayısıyla sosyal, kişisel veya mesleki etkinliklerin azalması (Duyan ve Gövebakan, 2021).

Bağımlılığın psikolojik boyutu, bireyin ruh sağlığını etkileyen, alışkanlıkla açıklanan ve karşılandığında haz, doyum ve rahatlama ortaya çıkaran bağımlılıktır. Fiziksel bağımlılık türünde ise maddenin varlığına ilişkin fizyolojik bir istek meydana gelir. Madde alınmadığında da vücudun sağladığı uyum bozulur ve fiziksel belirtiler ortaya çıkar (Ögel, 2014).

Sanal bağımlılıklar için de madde bağımlılığında görülen bu ve benzeri belirtiler görülmektedir. Madde bağımlılığında, maddenin uyarıcı kimyevi özellikleri olduğu gibi, sanal bağımlılıkta beyin içerisinde bazı kimyevi maddelerin salgılanmasına yol açmaktadır. Bu maddeler beynin iletişim biçimlerine müdahale etmektedir (Tarhan ve Nurmedov, 2011).

Bu değişiklikler beynin işleyişini, alışkanlıkları, belleği, öğrenme ve şartlanma şekillerini dönüştürmeye başlamaktadır. (Çavuş vd., 2016).

Kişilerin bağımlılık ile ilgili davranışları göstermelerinin pek çok sebebi bulunmaktadır. Bu sebepler çeşitli araştırmacılar tarafından türlü isimlerle incelenmiştir. Kişilerin karşılanamayan gereksinimlerinden ötürü kaçınma yoluyla başa çıkma bu sebeplerden yalnızca biridir (Eryılmaz ve Deniz, 2019).

#### **2.4.1. Bağımlılık Nasıl Oluşur?**

Bireyler bağımlılık yapıcılarını kullanmaya başladıklarında sebep olarak önceleri kaygıyı giderme stresi azaltma ve daha mutlu hissetme olduğunu söylemektedirler. İlk defa madde kullanan kişilerin çoğunlukla gergin, stresli bir ruh hali içindeki dönemler olduğu tespit edilmiştir (Uzbay, 2009). Kaya 2019'a göre bağımlılık yapıcı madde bir defa kullanıldığında bağımlılık oluşmaz. Bağımlılık oluşması için davranışın düzenli olarak devam etmesi gerekmektedir. Ve durum bireyin genetik yapısı ve kullandığı maddenin bağımlılık oluşturma durumu ile ilgili olarak değişebilmektedir (akt. Karakuş vd., 2021). Madde ilk kez kullanıldıktan sonra birey kendini daha mutlu hisseder. Kaygı ve stresi azalır, bireye keyif verir. Bu etki maddenin tekrar kullanılmasını teşvik eder ve bağımlılık süreci başlamış olur. Uzbay (2009)'a göre alınan bu keyif "ödüllendirme" olarak adlandırılmaktadır. Bağımlılığın psikolojik safhasındaki en mühim periyot maddeye karşı aşırma ve karşı koyulamaz bir isteğın olduğu dönemdir. Bu dönem de "crawing" olarak tanımlanmaktadır (Uzbay, 2009). Bu safha "impulsivite" olarak da adlandırılmaktadır ve beyin içinde etkili bölgesi ventral striatumdur. Süreç devam ettiği müddetçe kişinin kullandığı madde miktarı daha az keyif verir ve daha fazla kullanmaya başlar. Bu safhaya ise "tolerans gelişme" denmektedir. Bu dönemdeki etkili beyin bölgesi dorsal striatumdur ve "kompulsivite" şeklinde isimlendirilmektedir. Bu dönemde maddeye karşı fiziksel safha gelişmektedir. Maddenin kullanımıyla ilgili olarak fiziksel olarak bağımlı olmanın en görünen belirtisi, kullanılan maddenin bir anda bırakılması halinde yoksunluk durumunun ortaya çıkmasıdır (Karakuş vd., 2021).

#### **2.4.2. Bağımlılığın türleri**

Literatürü incelendiğinde bağımlılığın çok farklı türü olduğu konusunda bilgi edinilebilmektedir. Bağımlılık çeşitlerinden bazılarını bu bölümde yer verilmiştir.

#### 2.4.2.1. Madde bağımlılığı

Dünya Sağlık Örgütü, madde bağımlılığını “alkol ve yasadışı uyuşturucular da dahil olmak üzere, psikoaktif maddelerin zararlı veya tehlikeli bir biçimde kullanılması durumu” olarak tanımlamaktadır. Uzun süre boyunca madde kullanan bireylerde ortaya çıkan madde bağımlılığı kişilerin psikolojik ve fiziksel halinde belli olan değişikliklere neden olmaktadır (Sapancı ve Şen, 2024). Bolatlı (2021)’ya göre madde bağımlılığı, insan sağlığını toplumsal yapıyı ve ülke ekonomisini etkilemektedir. Madde kullanımı bireysel ve toplumsal pek çok problemin sebebi ve neticesi durumundadır (Asya ve Yüksel, 2024). Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi (UNODC), 2020 verilerinde dünya genelinde 15-64 yaş arasında olan 284 milyon insandan yüzde 5,6’sı bir önceki sene içinde uyuşturucu kullanmıştır. Bu bireylerin yüzde 13,6’lık bir bölümüne denk gelen 38 milyon kişi “madde kullanım bozukluğu” tanısı almıştır (Sapancı ve Şen, 2024).

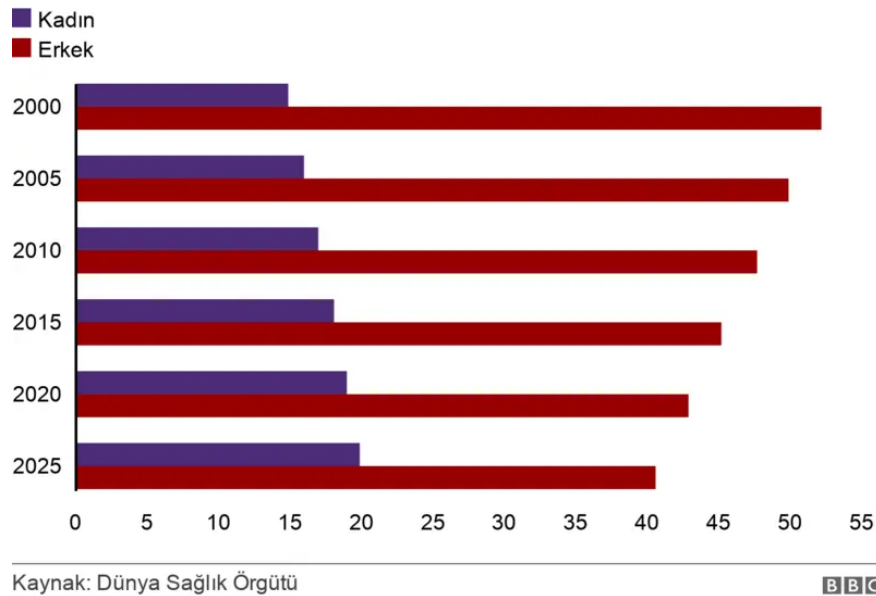
2023 Türkiye Uyuşturucu Raporunda uyuşturucu türleri eroin, kök haşhaş, kokain, esrar, kök kenevir, ecstasy, captagon, metamfetamin, sentetik katinon ve sentetik kannabinoidler olarak başlıklar halinde sunulmuştur. Raporda şüpheli sayıları ve yakalama istatistikleri belirtilmiştir. Uyuşturucu suçlarına yönelik müdahale ve şüpheli sayıları ile ilgili veriler bu alandaki başarıya veya başarısızlığın tek başına ifade edememektedir. Bu başarı, ihbarlar, narkotik madde çeşitliliği, fiyat endeksi, ölümler ve doz aşımı gibi değişkenler dikkate alındığında daha anlamlı bir veri elde edilecektir. 2022 yılında Türkiye’de 246237 narkotik vaka gerçekleşmiştir. Bunların yüzde 82,2’si kullanma amacıyla uyuşturucu madde almak, kabul etmek ve bulundurmamak, yüzde 15,1’i narkotik madde ticareti ve imalatı, yüzde 2,3’ü uyuşturucu maddenin murakabesi hakkında kanuna muhalefet, yüzde 0,2’si uyuşturucu maddeyi özendirme, yüzde 0,1’i 3298 sayılı Uyuşturucu Maddelerle ilgili Kanuna muhalefet suçunun oluşturduğu tespit edilmiştir.

#### 2.4.2.2. Sigara Bağımlılığı

Jensen ve Sofuoğlu (2016), dünya üzerindeki önemli halk sağlığı tehditlerinden birinin sigara olarak kabul edildiğini belirtmektedir (Jensen ve Sofuoğlu, 2016). Tütünde bağımlılık yapan madde nikotindir. Sigara alışkanlık yapıcı ve daha az zevk verici bağımlılık türü olarak kabul edilmektedir (Türkiye Psikiyatri Derneği, 2024). Sigara çocuk, yaşlı, genç fark etmeden her yaş gurubu insanın erişebileceği şekilde ve yaygın olarak kullanılmaktadır. Sigaranın ölümcül hastalıklara yol açtığı herkes tarafından bilinmektedir. Ancak yine de

toplum tarafından eroin, alkol gibi maddeler daha zararlı görülmekte olduğundan sigara rahatlıkla kullanılmaktadır. Zarar bakımından bakıldığında diğer narkotik maddelerle yaklaşık olarak aynı etkiye sahiptir. Fakat sigarayı önemli yapan yalnızca verdiği zararlar değil, diğer uyuşturucu maddelere geçiş için aynı zamanda bir basamak oluşturmaktadır. Yapılan araştırmalarda sigarayı kullanan herkesin alkolik olmadığı ancak alkolik kimselerin tamamının sigara bağımlısı olduğu tespit edilmiştir (Başkurt, 2003). BBC (2023) haberine göre Türkiye OECD ülkeleri arasında 15 yaş ve üzeri nüfusta sigara içenlerin bütün nüfusa oranında yüzde 28'lik bir bölümünü oluşturmaktadır. Yine aynı habere göre Türkiye'de kadınların sigara kullanma oranı yıllar geçtikçe artmakta ve erkeklerin sigara kullanım oranı da düşüş göstermektedir. Şekil 2.1 Türkiye'deki kadın ve erkekler arasındaki tütün kullanımının senelere göre değişimini göstermektedir.

### Türkiye'de kadın ve erkekler arasında tütün kullanımının yıllara göre değişimi (2000-2025)



Şekil 2. 2Türkiye'de cinsiyete göre tütün kullanımının yıllar bazında değişimi (2000-2025)

#### 2.4.2.3. Alkol Bağımlılığı

Bir psikoaktif madde olarak alkol tesirini belli bir reseptöre bağlanarak ortaya çıkarmamaktadır. Bu sebeple etkilerinin neye bağlı olduğu bilinmemektedir. Bir görüşe göre alkol dopamin-serotonin sistemleri üzerinde etki göstermektedir. Bunun da alkol bağımlılığı üzerinde etkisi büyüktür (Ögel, Karali, Tamar ve Çakmak, 1998). Alkol bağımlısı olan ebeveynlerin çocuklarının da yüksek risk taşıdığı belirtilmektedir. Bunun sebebi alkol

bağımlılığının karmaşık genetik bir bozukluk olması olarak gösterilmektedir. Ayrıca yapılan çalışmalarda alkol bağımlısı ebeveynlerin çocuklarının “dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu (DEHB), karşı gelme bozukluğu (KGB) ve davranım bozukluğu (DB)” gibi dışa yönelim bozuklukları bulunmaktadır. Alkol bağımlılığı bulunan bireylerde boşanma, çatışmalı ortam, eksik sosyal destek ve işsizlik gibi ek stres yapıcı durumlar meydana gelmekte olduğu bilinmektedir (Çengel Kültür, Ünal ve Özusta, 2006).

#### 2.4.2.4. Teknoloji Bağımlılığı

Teknoloji, zamanla geliştikçe, insanları birbirine bağlamaya devam ettiği sürece günlük hayatta daha fazla yer almaya başlamıştır. Teknoloji kelime anlamı olarak TDK’da “Bir sanayi dalı ile ilgili yapım yöntemlerini, kullanılan araç, gereç ve aletleri, bunların biçimlerini kapsayan uygulama bilgisi; uygulayım bilimi.” ve “İnsanın maddi çevresini denetlemek ve değiştirmek amacıyla geliştirdiği araç gereçlerle bunlara ilişkin bilgilerin tümü.” olarak iki farklı şekilde tanımlanmıştır (TDK, 2024). İnternet ve dijital medya bireyleri anlamlı olarak birbirine bağlar. İnsanların birbirini fark edip ortak yönlerini bularak birbiriyle bağlantı kurmasını sağlar. Bilgi ve iletişim teknolojisi de insanların bilgi ve fikirlerini birbirileri arasında taşımaya olanak verir. Uzun yıllar boyunca insanlar televizyon, film, gazete gibi büyük oranda, sosyal medya ve bloglar gibi daha orta boyuttaki ve mesajlaşma uygulamaları, görüntülü konuşma teknolojileri gibi küçük veya iki insan arasındaki iletişim ile teknolojiyi kullanmışlardır (Akkaş, 2019).

Yoğun teknolojik kullanımın getirdiği problemlerden biri, davranışsal bağımlılık türü olan teknoloji bağımlılığıdır. Halley vd (2015) teknoloji bağımlılığını “insan madde etkileşimini içeren kimyasal olmayan bağımlılık” olarak tanımlar (Akt. Akkaş,2019). Bir başka tanımda teknoloji bağımlılığı insan ve teknolojinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan internet, televizyon, sosyal medya gibi unsurlardan bir veya birkaçını aşırı kullanan, eksikliğinde yoksunluk belirtileri gösteren bağımlılık türüdür (Akkaş, 2019).

Teknolojik araçlar günümüzde sosyo-ekonomik statünün sembolü haline gelmiştir. Kuşaklar arası teknoloji kullanımının ve sahip olunan teknolojik cihazların farklılığı yaş grupları arasında farklı kıstaslar ile farklı yaş gruplarına yönelik araştırmaların yapılmasına neden olmaktadır. Teknolojiye olan ilgi yanında önemli sonuçlar da getirmiştir. Örnek olarak anne babaların çocukları için cep telefonuna bağımlı olduklarını sıklıkla belirtmeleri, video oyunları oynama ve televizyon seyretme ile ilgili şikayetleri verilebilir. Hafta tatillerinin ve

boş zamanlarının çoğunu cihazlar önünde sürdürmeyi seçen yetişkinler eski değerlerden uzaklaşmaktadır. Yetişkinlerin teknolojik cihazları fazlaca kullanmaları kendilerini daha pasif duruma getirmektedir, çocuklar da video oyunları nedeniyle daha agresif davranışlar göstermektedir (Küçükvardar ve Tıngöy, 2018).

Platon, asırlar önce “Phaidros” adlı eserinde Mısır kültürüne ait yazı teknolojisi hakkında Sokrates ile arasında geçen diyalogdan söz etmektedir. Buna göre Sokrates, yazı teknolojisinin insanların belleklerine dayanan hatıraların silinmesini tetikleyeceği ve kişilerin unutkan olmasına neden olacağı ile ilgili kaygılarından söz etmiştir (Platon, 2014. akt. Küçükvardar ve Tıngöy, 2018). Sokrates’in yüzyıllar önce öngördüğü şekilde günümüzde de insanlar teknolojiler nedeniyle insani ilişkilerini ikinci plana atmaktadırlar. Gerçeklik artık bulunduğu yerden uzaklaşmakta ve sanal dünyaya doğru yol almaktadır (Küçükvardar ve Tıngöy, 2018).

Teknoloji tabanlı olarak meydana gelen davranış bozuklukları, teknoloji bağımlılığını ifade eder. İnternet bağımlılığı, bilgisayar bağımlılığı, oyun bağımlılığı gibi alt bağımlılıkları da içine alan geniş bir tanıımı yoksa da, teknoloji bağımlılığı bunları ortaya çıkarabilecek potansiyele sahiptir.

Teknoloji bağımlılığının belirtileri, uykusuzluk, depresyon, anksiyete gibi sorunlarla ortaya çıkmaktadır. Diğer insanlarla iletişim kurmakta güçlük çeken bireyler sosyal ilişkilerinden uzaklaşmanın kolay yolu olarak teknolojiyi görmektedirler. Online ilişkilerin gerçek hayatın önüne geçtiği durumlarda kişiler teknolojik bağımlılığa daha yakındırlar. Günlük hayatın stresiyle başa çıkabilmek için, mevcut sorunlardan uzaklaşabilmek için insanlar teknolojiye başvurabilirler. Bu ve benzeri durumlar ise kişilerin teknoloji bağımlısı olması ile ilgili önemli adımları içermektedir (Küçükvardar ve Tıngöy, 2018).

#### 2.4.2.5. Alışveriş Bağımlılığı

Teknolojik cihazların kullanımıyla gelen internetin de etkin kullanımı alışverişin de çevrim içi ortamda yapılmasına olanak sağlamıştır. Kişiler ihtiyacına yönelik olarak, bütçesine uygun ve rasyonel olarak alışverişin yapıldığı kabul edilmektedir. Ancak bazı kişiler isteklerine yenik düşerek gereksinim duymadığı şeyleri satın alma eğilimi göstererek alışveriş yapmaktadır. Alışveriş bağımlılığı;

- Akılcı ve rasyonel olmayan,
- Kişinin kendisini yapmaktan vazgeçiremediği şekilde tekrarlayıcı olan,
- Kişinin arzuları sonucu meydana gelen,
- Kendisine ve etrafındaki insanlara farklı insanlarla etkileşimlerindeki yaşantısına maddi-manevi anlamda zararlı olma meylinde olan,
- Kişinin yaşamının kontrolünü kaybetmesine neden olan şekilde meydana gelmektedir (Deniz ve Eryılmaz, 2019).

Davranış bağımlılıklarından biri olan alışveriş bağımlılığı da bireylerin kontrol edemediği içten gelen dürtülerle hareket ettiği ve depresyon, anksiyete gibi psikolojik sorunlarla ilişkilendirilen ciddi bir bağımlılık türü olduğu söylenebilmektedir. İnternetin kullanım kolaylığı online alışverişi tetiklemektedir. Online alışveriş bağımlılığının artmasının sebeplerinden biri ve en önemlisi internet üzerinden her zaman ve her yerde yapılabilmesidir. Çevrim içi alışverişte, mağazalar günün her saati açıktır, birkaç tıklama ile istenilen ürün evinize kadar teslim edilebilmektedir. Sık yapılan kampanyalar ve mağazalar arasında ürün ve fiyatları karşılaştırma konusundaki kolaylık, çevrim içi reklamlar alışverişi cazip hale getirmektedir (Bal, Fatih ve Okkay, 2022).

#### 2.4.2.6. Oyun Bağımlılığı

DSM-V 'te internette oyun oynama bozukluğu ile ilgili 9 ölçüt sunulmuştur. Bunlar; zihnin internet oyunları ile meşgul olması, oyun oynayamadığında içe çekilme belirtisi görülmesi, oyun oynadığı zamanın artırmaya ihtiyaç duyulması, oyun oynamayı kontrol etmek için farklı başarılı olmayan denemelerde bulunma, psikososyal sorunların farkında olmasına karşın yüksek dozda internet üzerinden oyun oynamaya devam etme, çevresindeki insanları internette oyun oynadığı süre ile ilgili olarak kandırma, mutsuz ruh halinden oyun oynayarak kaçınmaya çalışma ve oyun oynama nedeniyle kariyerini kaybetme olarak belirtilmiştir (Nazlıgül ve Yılmaz, 2019).

İnternette oyun oynama bağımlılığı ile ilgili içerisinde "internet" sözcüğünün geçmesi ile ilgili olarak ihtilaflar mevcuttur. Şöyle ki, bazı araştırmacılar oyun bağımlılığının yalnızca internette oynanan oyunlar olmadığını savunmaktadır. DSM-V'te de internette

oyun oynama bozukluğunun çevrimiçi oynanmayan oyunları da kapsadığı belirtilmektedir (Nazlıgül ve Yılmaz, 2019).

İnternette oynanan oyunların da içeriğinde pek çok tür barındırmaktadır; çok oyunculu rol yapma oyunları, çok oyunculu çevrim içi savaş oyunları, gerçek zamanlı savaş oyunları gibi. Popülaritesinin en çok olduğu çok oyunculu çeşitli karakterleri barındıran oyunlardan olan rol yapma oyunlarının oyunculara gerçek zamanlı bir dünya sunmaları, diğer oyuncuların karakterlerini okuma gibi özelliklere sahip olmaları oyuncuların bağımlılık düzeylerini artırmaktadır.

#### 2.4.2.7. İnternet Bağımlılığı

İnternet ve bilişim teknolojileri 20. asrın yarısından sonra iki ana itici güç haline gelmiştir (Yıldırım ve Bayran, 2023). Bir iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanan internet sonraki yıllarda sosyal medyanın da ortaya çıkmasıyla günlük yaşantının vazgeçilmezleri arasına girmiştir (Çelik, 2022). Öyle ki WhistleOut tarafından yapılan bir araştırmaya göre günümüzde ortalama bir insan hayatında 76 bin 500 saat yani 8,74 yılını akıllı telefonuna bakarak geçirmektedir. Sosyal medya yönetim platformu olan Hootsuite'e göre Türkiye aylık ortalama 20,2 saat ile Instagram kullanımında dünya genelinde ilk sırada yer almaktadır (Çelik, 2022). Dünya genelinde internet kullanım oranının artması "internet bağımlılığı" kavramını ortaya çıkarmıştır (Can ve Tozoğlu, 2019).

DSM-V 'te internet bağımlılığı teknolojik davranışsal bir bağımlılık türü olarak geçmektedir. Bu bağımlılık türü diğer madde bağımlılıklarında olduğu gibi vücuda herhangi bir etken kimyasal madde alınmadığı halde, alınmış gibi bazı etkileri olmaktadır. Beynin yürütücü işlevi alkol / madde bağımlılığında görüldüğü gibi bozulmaktadır. (Alyanak, 2016).

Artan internet kullanımı ile birlikte günümüz dünyasında çocuklar da internetle erken yaşlarında tanışmakta ve yüksek dozda kullanmaktadır. İnternetin çocuklara istenildiği kadar pratik yapma, konular üzerinde tekrar edebilme, bağımsız olarak karar alabilme gibi olanaklar sunmaktadır. (Ayyıldız vd., 2023). Ayrıca interneti kullanmanın gençler arasında benimsenen bir etkinlik olarak görülmesi gençlerin ve çocukların interneti aşırı kullanımına sebep olmaktadır (Can ve Tozoğlu, 2019).

Türkçe'de genellikle "internet bağımlılığı" şeklinde kullanılan tanım uluslararası literatüre ilk kez 1996 yılında Dr. Ivan Goldberg tarafından gönderilen şaka amaçlı bir mail

yoluyla girmiştir (Goldberg'den aktaran Kayri ve Günüç, 2010). İnternet bağımlılığını tanımlayan ilk kişi olan Young, buna en yakın bozukluğun “Ruhsal Bozuklukların Tanımsal ve Sayısal El Kitabı” (DSM IV)’ndaki “dürtü kontrol bozuklukları” başlığı altındaki “patolojik kumar oynama” olduğunu tespit etmiştir (Hahn ve Jerusalem'den aktaran Şahin ve Tuğrul, 2012). İnternetin aşırı kullanma isteğinin kontrol edilememesi, internet olmadığında aşırı sinirlilik ve saldırganlık, internette geçirilen zamanın öneminin olmaması şeklinde tanımlanan “internet bağımlılığı” aynı zamanda “patolojik internet kullanımı (PİK)”, “aşırı internet kullanımı” veya “uygun olmayan internet kullanımı” gibi çeşitli tanımlamalar da yapılmıştır. Bunların hangisinin kullanılacağına dair bir uzlaşma bulunmamaktadır (Arısoy, 2009). Bu araştırma kapsamında adı geçen dürtü kontrol bozukluğu “internet bağımlılığı” olarak kullanılmıştır.

İnternet bağımlılığı, Amerikan Psikiyatri Birliği (APA) tarafından 1994'te yayınlanan DSM IV'te hastalık olarak tanımlanmamaktadır.

2019'un Aralık'ında Çin'in Wuhan şehrinde ilk kez görülen COVID-19 pandemisi ile ülkemizde sağlık tedbirleri kapsamında “Evde Kal” kampanyası başlamış ve kapanmalar yaşanmıştır. Datareportal raporuna göre 2020 Ocak ayı ile 2021 Ocak ayı verileri karşılaştırıldığında İnternet kullanıcısı yaklaşık 3 milyon kişi ve sosyal medya kullanıcıları ise 6 milyon kişi arttığı görülmüştür (Data Reportal, 2020). Buradan yapılacak çıkarım pandeminin insanların evde dolayısıyla internette geçirdiği sürenin artmasına neden olduğudur. Bu da bağımlılığı tetikleyen bir faktördür.

#### 2.4.2.8. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bu bağımlılık türü sosyal ağ mecraları ile ilgilenen internet bağımlılığının bir alt kümesidir. Özellikle modern ortamlarda internet teknolojilerine kolay ulaşılabilirlik ile yaygınlığı artmıştır. Eraslan (2018), sosyal medyayı kişilerin fikirlerini görüş ve deneyimlerini farklı mesaj ya da görseller ile paylaşmak ve kendi aralarında irtibat kurmak için kullandıkları platformlar olarak tanımlamaktadır.

Griffiths (2005), sosyal medya bağımlılığı belirtilerini kişinin yaşamında internet kullanımının tek aktivite haline gelmesi, ruh halinde meydana gelen negatif değişimler, internet olmadığında yoksunluk belirtileri, etrafında bulunan kişilerle çatışma hali olarak ifade etmektedir. Davies ve Cranston (2008) da sosyal medyanın olması gerekenden fazla

kullanıldığı takdirde yüz yüze iletişimin önüne geçebileceğini ve özellikle genç yaş grubu arasında hem psikolojik hem de okul ile ilgili sorunlar yaşayabileceğini vurgulamaktadır (Hasırcı, Örücü ve Kurt, 2024). Yeşilay (2017) yayınladığı Türkiye Bağımlılıkla Mücadele Eğitim Programı'nda ergenlerin sosyal medya bağımlısı olmasına ilişkin birtakım şartları belirtmiştir. Bunlara göre can sıkıntısı anında akla sosyal medya geliyorsa, bireyin gerçek hayatının önüne geçiyorsa, günlük yaşamındaki sorumluluklarını aksatmasına neden oluyorsa, kişinin çok fazla vaktini alıyorsa, sosyal medyada takip ettiği kişilerin gerçek hayatları yerine paylaştıkları gönderiler daha önemli duruma gelmişse, devamlı bir şeyler paylaşma ihtiyacı duyuyorsa bu ergenlerin sosyal medya bağımlısı olabileceği ifade edilmektedir (Güney ve Taştepe, 2020).

Yapılan araştırmada lise öğrencilerindeki sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonları içinde “Sıkıldığımda vakit geçirmek için” seçeneğinin en çok tercih edildiği görülmektedir. “Eğlenceli video izlemek” ve “çeşitli müzik parçası dinlemek” bu listenin devamını getirmektedir (Doğan, 2021).

## 2.5. İlgili Araştırmalar

Literatür incelendiğinde bağımlılık, internet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili uzun yıllardır çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde yıllara göre internet ve sosyal medya bağımlılıkları kullanılan cihazların da gelişmesiyle geçmişten günümüze farklı sonuçlar ortaya koymuştur. Bu bölümde literatürde bulunan internet ve sosyal medya bağımlılıkları ile ilgili yapılmış çeşitli çalışmalara yer verilmiştir.

Yıldırım ve Baydan (2023), ülkemizi ve tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisinde uzaktan eğitim sürecinde Siirt Merkez Sosyal Bilimler Lisesi'nde öğrenim gören öğrencilerin internet bağımlılığı ile ilgili yaptığı çalışmada Günüş (2009) tarafından hazırlanan “İnternet Bağımlılığı Ölçeği”ni kullanmış ve 228 öğrenciye bu ölçeği uygulamıştır. Bulgularında katılımcı öğrencilerin salgın öncesine göre internetteki çevrim içi kalma sürelerinin arttığını ancak internet bağımlılıklarının düşük olduğunu saptamıştır. Sonuçlar incelendiğinde erkek öğrencilerin internet bağımlılığının kız öğrencilere göre anlamlı olarak yüksek olduğu, internet bağımlılığının katılımcıların sosyo-ekonomik düzeyi ile ilgili olduğu ve sosyo-ekonomik durum arttıkça bağımlılığın arttığı gözlemlenmiştir.

Anne-babanın eğitim durumları incelendiğinde eğitim durumları arttıkça internet bağımlılığının da anlamlı düzeyde arttığı görülmektedir.

Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığını incelemek isteyen Çiftçi (2018), 2017-2018 eğitim öğretim yılı, Meslek Yüksekokulunun Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programında eğitim gören 37 erkek, 77 kız olmak üzere toplam 114 öğrenciye Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği”ni uygulamıştır. Araştırmaya katılanların sosyal medyaya en çok cep telefonu ile giriş yaptığı, interneti bilgi amaçlı kullandığı tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha bağımlı olduğu, kontrollü olmadığı ve kendileriyle çatışma içinde olduğu tespit edilmiştir. Eğitim düzeyi arttıkça bağımlılığın da arttığı tespit edilmiştir. Günde 5 saatin üzerinde internet kullananların asosyal eğilimli olup benlik çatışması yaşadıkları görülmüştür.

Çömlekçi ve Başol (2019) tarafından yapılan sosyal medya bağımlılığı ile ilgili olan bir başka araştırma, gençlerin sosyal medyayı en çok hangi amaçlarla ve hangi sıklık düzeyinde sosyal medyayı kullandığı ile bağımlılık düzeylerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmaya 763 üniversite öğrencisi katılmış, katılımcıların sosyal medyayı in çok eğlence, iletişim ve gündemi takip etme amacıyla kullandığı tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre gençler ortalama olarak günde 4 saat 16 dakikayı sosyal medya kullanırken geçirmektedirler. İnsanları daha iyi tanımak, boş vakitlerini değerlendirmek, kişisel sunum, bilgi paylaşımı ve mesajlaşmak ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülürken, iletişim, müzik dinlemek, gündemi takip etmek ve çeşitli bilgilere erişmek ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür.

Ünlü (2017), sosyal medya bağımlılığının orta yaş üstü olarak adlandırılan kesimde nasıl görüldüğü üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırma kapsamında 16 kişi ile sosyal medya ortamında yüz yüze gelmeden sanal etnografi yöntemiyle sonuçlara ulaşılmıştır. Ortak kullanılan hesaplar Facebook, Twitter (X), Instagram ve Swarm olarak tespit edilmiştir. Evli ve kadın olan bireyin sosyal medya kullanım sıklığının diğerlerine göre anlamlı bir şekilde az olması dikkat çekmiştir. Katılımcılardan 10 tanesi sosyal medyada çok fazla vakit geçirdikten sonra gerçek hayatta iletişim kurmakta zorlandığını ifade etmiştir. Yalnız ve

bekar olan iki erkek katılımcı sanal ortamda yalnızlığını gidermek için vakit geçirdiğini belirtmiştir.

Deniz ve Gürültü (2018), İstanbul ili Eyüp ilçesinde dört farklı lisede öğrenim görmekte olan 473 öğrenci ile sosyal medya bağımlılıklarını incelemiştir. Araştırma 2014-2015 eğitim öğretim yılı içinde yapılmıştır. Araştırma sonucunda lise öğrencilerinin sosyal medyaya orta düzeyde bağımlı oldukları ortaya çıkmıştır. Cinsiyet, okul türü, sınıf, sosyal medya kullanım yılı ve internette geçirilen günlük süre gibi değişkenlerin sosyal medya bağımlılığında etkili olduğu görülmüştür.

Balcı ve Gülnar (2009), üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı ve bağımlıların profili hakkında bir çalışma yapmıştır. Selçuk Üniversitesi'nden 953 öğrenci üzerinden elde edilen veriler analiz edildiğinde, bulgular yüzde 23,2 oranındaki katılımcının internet bağımlılığı belirtisi gösterdiğini saptamıştır. Araştırmacılar bu bağımlılık üzerinden araştırılan demografik değişkenlerin ayırt edici bir etkisi bulunmadığını belirtmiştir. İnternet kullanım süresi ve internete duyulan güvenin internet bağımlılarını bağımlı olmayanlardan ayıran en güçlü iki değişken olarak söylemek mümkündür. Araştırma sonuçlarına göre internet bağımlıları daha uzun süre internet kullanıp internete daha çok güven duymaktadırlar.

Ortaöğretim öğrencilerindeki internet bağımlılığını araştıran Gökçearslan ve Günbatar (2012), çalışmasında internet bağımlılığının hangi değişkenlerle ilişkili olduğunun belirlenmesini amaçlamıştır. 2010-2011 yılında, Bursa ilindeki bir lisenin son sınıf öğrencilerine uygulanan çalışmaya 172 öğrenci katılmıştır. Çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin yüzde 2,33'ü internet bağımlısı, yüzde 17,45'i eşik ve risk grubunda internet bağımlısı olarak tespit edilmiştir. Değişkenlerden cinsiyet ve internet kullanım süresinin internet bağımlılığında anlamlı olarak fark oluşturduğu gözlenmiştir.

Literatür taraması ve yapılan araştırmalar incelendiğinde internet ve sosyal medya bağımlılığının varlığından söz edilebileceği artık kesinlikle söylenebilmektedir. Bu bağımlılıklar çevredeki insanlarda sıklıkla görülebilmekte ancak farkında olunmamaktadır. Düzenli araştırmalar yapan dergiler ve web platformları da her geçen gün artan internet ve sosyal medya kullanımını belgeler niteliktedir. Yapılan araştırma sonuçlarına bakıldığında internet kullanımının artması sonucu oluşan bağımlılık ile ilgili yaş, anne babanın eğitim

durumu, cinsiyet, internette geçirilen süre gibi farklı değişkenlerin de bağımlılığa olan etkisinden söz edilmektedir. Farklı yaş gruplarında farklı sonuçları olabilen bağımlılık ile ilgili bu çalışmada ergen grubu lise düzeyindeki öğrencilerde farklı değişkenlere göre internet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı incelenecektir.

## **Bölüm III:**

### **Yöntem**

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren, örneklem, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerin analizi ile ilgili bilgiler sunulacaktır.

Bu çalışma öğrencilerin cinsiyet, yaş, okul, sosyal medya kullanım durumu, kullanım süresi, günlük geçirdiği vakit, paylaşım yapma sıklığı, arkadaş çevresi edinme veya başka hangi amaçla kullandığı, akademik not ortalaması gibi farklı değişkenler incelenerek internet ve sosyal medya bağımlılık düzeyi saptanacaktır. Bu saptama yapılırken veri toplama aracı olarak araştırmacının hazırladığı kişisel bilgi formu, Young'ın İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formu ve İbrahim Taş tarafından Türkçe formunun geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılan van den Eijnden, Lemmens ve Valkenburg tarafından 2016 yılında geliştirilen Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği kullanılmıştır (Kutlu vd., 2016; Taş, 2017).

#### **3.1. Araştırma Modeli**

Çalışmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, bir durumu mevcut olduğu şekliyle betimleyen, öğrenmenin gerçekleşmesi, istenen davranışların gelişmesi için uygulanan süreçlere denir (Bahtiyar ve Can, 2016). Genel tarama modellerinden olan ilişkisel tarama modelinde iki veya fazla sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığı veya derecesini belirlemek amaçlanmaktadır (Keskin, 2013).

#### **3.2. Evren ve Örneklem**

Bu bölümde öncelikle evreni tanımlamak gerekirse Karasar'a göre iki tür evren vardır. Soyut, tanımlanabilen ve ulaşılabilirliği imkansız olan "genel evren" e karşılık, somut, ulaşılabilir, araştırmacının gözlemleyebildiği ve bu gözlemi sonucu içinden örneklem seçebildiği "çalışma evreni" kavramı geliştirilmiştir (Karasar, 2013).

Örneklem (sample), çalışma evreninden belli kurallara göre seçilen ve çalışma evrenini temsil ettiği varsayılan küçük kümedir. Örneklem ile çalışmanın maliyet güçlükleri, kontrol güçlükleri ve etik zorunluluklar gibi üç ana sebebi vardır (Karasar, 2013). Başka bir tanıma göre ise evren bir araştırma probleminin çözümü için gerekli olan verilerin tamamının oluşturduğu büyük grup, örneklem ise evrenden seçilmiş ve evreni temsil eden küçük gruba verilen isimlerdir (Kadıoğlu, 2021).

Bu çalışmanın evreni 2023-2024 eğitim öğretim yılında lise düzeyindeki okullarda eğitim gören öğrencilerdir. Örneklem olarak ise aynı ilin 4 farklı ilçesinde farklı lise düzeyindeki okullarda öğrenim gören 376 öğrenci uygun örnekleme yoluyla seçilmiştir. İlçeler seçilirken demografik yapılar, ailelerin eğitim durumları, ekonomik ve kültürel durumlar incelenmiştir. İlçeler ekonomik ve sosyal durumu iyi ve görece daha düşük olan, içerisinde farklı kültürlerde insanlar yaşamakta olan karma yapılara sahip oldukları bilinmektedir. Okullar seçilirken uygun örnekleme tekniği kullanılmıştır. Öncelikle Milli Eğitim Bakanlığı'ndan gerekli izinler alınmıştır. İzinler Ek 3'te verilmiştir. Gidilen okullarda anketler ilgili okulun rehberlik öğretmeni tarafından uygulanmıştır. Okuldaki tüm lise düzeyindeki öğrenciler anketlere katılmıştır. Katılmak istemediğini belirten olmamıştır. Öğrencilerin gönüllülük esasına göre katılması sağlanmıştır.

Okul	Cinsiyet	n
Okul 1	Kız	89
	Erkek	83
Okul 2	Kız	44
	Erkek	41
Okul 3	Kız	11
	Erkek	4
Okul 4	Kız	61
	Erkek	43
Toplam	Kız	205
	Erkek	171

Tablo 3. 1. Örneklem Grubunun Cinsiyete Göre Dağılımı

### 3.3. Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak araştırmacının hazırladığı anket, Young'ın İnternet Bağımlılığı Testi kısa formu ve İbrahim Taş tarafından Türkçe formunun geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılan van den Eijnden, Lemmens ve Valkenburg tarafından 2016 yılında geliştirilen Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği kullanılmıştır (Kutlu vd., 2015; Taş, 2016). Her iki ölçeğin de ergenlerde kullanılmasında bir sakınca bulunmamaktadır.

#### 3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Anket sorularında öğrencilerin cinsiyet, yaş, okul, günde kaç saat internet kullandığı, bu sürenin ne kadarını sosyal medyaya ayırdığı, paylaşım yapma sıklığı, sosyal medyayı

arkadaş çevresi edinme veya başka hangi amaçla kullandığı, akademik not ortalaması gibi farklı değişkenler bulunmaktadır.

### 3.3.2. İnternet Bağımlılığı Ölçeği

Kutlu ve arkadaşları (2015) İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formunun, Young tarafından geliştirilmiş olduğu ve Pawlikowski ve arkadaşları tarafından da kısa formu dönüştürüldüğünü aktarmıştır. Beşli Likert tipi olan ölçek 12 maddeden oluşmaktadır. Katılımcılar “1= Hiçbir Zaman” ve “5= Çok Sık” seçenekleri arasında maddelere cevap vermektedirler. Kutlu ve arkadaşları (2015) tarafından geçerlik ve güvenirlik testleri yapılan ölçekte tersten puanlanan madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınan yüksek puanlar internet bağımlılığı düzeyinin de yüksek olduğunu göstermektedir. Doğrulamalı faktör analizi sonucunda ölçeğin iyi uyum verdiği ve iç tutarlık katsayısının 0,85 olarak hesaplandığı belirtilmiştir (Kutlu, Aysan vd., 2015). Yüksek puanların internet bağımlılığının ne kadar yüksek düzeyde olduğunu belirtmektedir. Uzman görüşü alınarak burada bir puanlandırmaya ihtiyaç duyulmuştur. Araştırmacı tarafından toplanan veriler SPSS 27.0 programına aktarıldıktan sonra verilere göre analiz programında üçlü bölümlendirme yapılmış ve 24 puanın altında olanlar “Bağımlı Değil”, 24-34 puan arası işaretleme yapan katılımcılar “Az Bağımlı” ve 34 puanın üzerinde olanlar da “Bağımlı” olarak tanımlanmıştır. Ölçekteki sorulardan ikisi aşağıda verilmiştir;

1. Hangi sıklıkla planladığınızdan daha fazla internette kalırsınız?
2. Hangi sıklıkla ailenizle ilgili işleri ihmal ederek internette daha fazla zaman harcarsınız?

### 3.3.3. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği

Araştırmada kullanılan diğer ölçek olan Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği van den Eijnden vd. (2016) tarafından geliştirilmiştir. Başta 27 madde olarak geliştirilen ölçek daha sonra 9 maddelik kısa formu hazırlanmıştır. Ölçek tek boyutludur. Katılımcılar “Evet” ve “Hayır” şeklinde ölçek sorularına yanıt vermektedirler. 9 maddeden oluşan ölçeğin kesme puanı 5’tir. Ölçeğe 0-4 arası “Evet” cevabı verenler “Bağımlı Değil” 5 ve üzeri “Evet” yanıtı verenler “Bağımlı” olarak gruplandırılmıştır. Yapılan doğrulamalı faktör analizi sonucunda iyi uyum gösterdiği, 9 maddelik kısa formun 27 maddelik ölçekle güçlü bir korelasyona sahip olduğu görülmüştür. Ölçeğin güvenirliği Cronbach Alfa (0.82) ile ölçülmüş ve iyi bir güvenirliği olduğu tespit edilmiştir (Taş, 2017). Ölçekteki sorulardan ikisi aşağıda verilmiştir;

1. Son bir yılda sürekli olarak kendinizi sosyal medyaya tekrar girebileceğiniz andan başka bir şey düşünemez halde buldunuz mu?
2. Son bir yılda sürekli olarak sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istediğiniz için kendinizi mutsuz hissettiniz mi?

### 3.4. Verilerin Toplanması

Çalışma verileri aynı ilin dört farklı ilçesinde uygun örnekleme ile seçilen 4 ayrı lisede öğrenim gören öğrencilere yapılan anket ile toplanmıştır. Anket ve ölçek soruları katılımcılara ders gördükleri sınıfta, basılı kağıt üzerinde sunulmuş ve verecekleri cevaplara herhangi bir müdahale yapılmamıştır. Uygulama yaklaşık 10 dakika sürmüştür. Sonrasında öğrencilerden formlar sırasız şekilde toplanmıştır. Sınıfta katılmayan öğrenci olmamıştır. Aynı lisedeki tüm sınıflara uygulanmıştır. Anketler ders saati içinde rehberlik öğretmeni gözetiminde uygulanmıştır.

### 3.5. Verilerin Analizi

Bu araştırmada verilerin istatistiksel analizleri SPSS 27.0 programı kullanılarak yapılmıştır. Okullardaki öğrencilerden toplanan veriler öncelikle basılı kağıt ortamından MS Excel formuna, ardından SPSS 27.0 programında değişkenler tanımlanarak aktarılmıştır. Öncelikle verilerin normal dağılım gösterip gösterilmediğine bakılmış sonrasında analiz için testlere geçilmiştir. Normallik dağılımına göre Bağımsız Örneklem T-Testi ve Tek Faktörlü ANOVA testleri uygulanmıştır. Analizler araştırmacı tarafından SPSS 27.0 programında yapılmıştır. Analizler yapılırken Büyüköztürk (2007)'ün Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı'ndan yararlanılmıştır. Bağımsız örneklem T-Testi iki ilişkisiz örneklemin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını analiz etmek için kullanılır. Tek Yönlü ANOVA ise ilişkisiz ikiden fazla örneklemin ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını test eder (Büyüköztürk, 2007). Yapılan analizlerin sonuçları bulgular bölümünde açıkça anlatılmıştır.

## **Bölüm IV:**

### **Bulgular ve Yorumlar**

Çalışmanın bu bölümünde araştırma soruları kapsamında analizler yapılmıştır. Örnekleme ait demografik bilgiler, sayılar, sosyal medya ve internet bağımlılık durumlarına yönelik yapılan analizlerin bulguları paylaşılmıştır.

İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçekleri aracılığıyla toplanan verilerin normal dağılımı istatistiksel olarak hangi testlerin kullanılacağına belirlenmesi bakımından önemlidir. Normallik dağılımına bakmak için 3 yöntem bulunmaktadır (Büyüköztürk, 2007). Bunlar:

- Betimsel İstatistiklerin Kullanılması
- Grafiklerin Kullanılması
- Testlerin Kullanılması

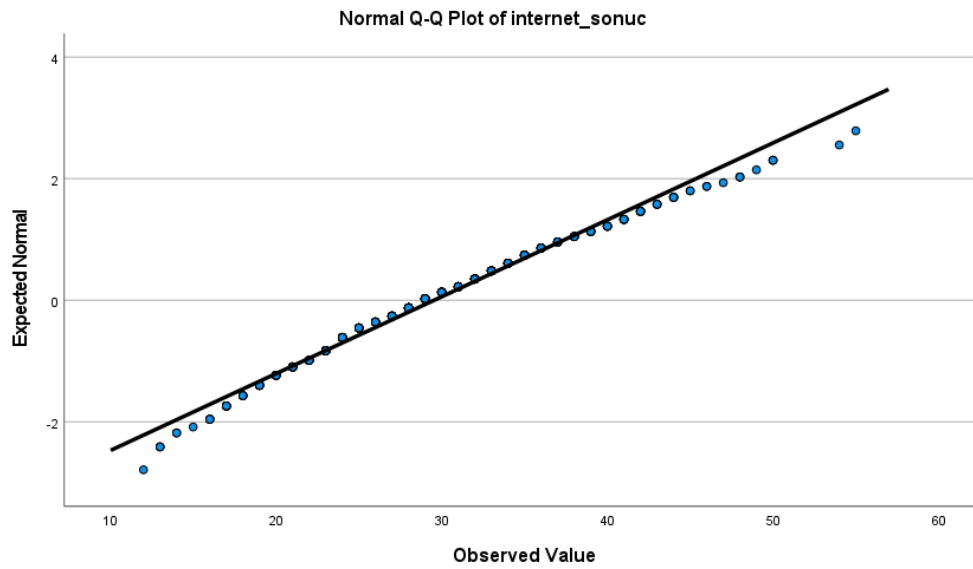
İlk yöntem çarpıklık katsayısı, aritmetik ortalama, mod ve ortanca gibi betimsel istatistiklerin kullanılmasıdır. Çarpıklık katsayısının 0 olması, ortalamaya göre tam simetrik dağılımı, 0'ın altında değer vermesi negatif, üzerinde değer vermesi pozitif çarpıklığı göstermektedir. Çarpıklık katsayısı -1 ve 1 değerleri arasında ise puanların normal dağılım gösterdiği söylenebilmektedir. Bir başka kriter ise mod, ortalama ve ortancanın eşit olmasıdır (Büyüköztürk, 2007).

SPSS 27.0 programına veriler girildikten sonra ölçek puanları üzerinde yapılan normallik testinde Skewness ve Kurtosis değerlerine bakıldığında Tablo 4.2'de görüleceği gibi değerlerin -1,5 ve 1,5 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013) 'e göre bu sonuçlar dağılımın normal olduğunu göstermektedir. Mod, medyan ve ortalama değerleri de her iki ölçekte birbirine yakın sonuçlar vermiştir.

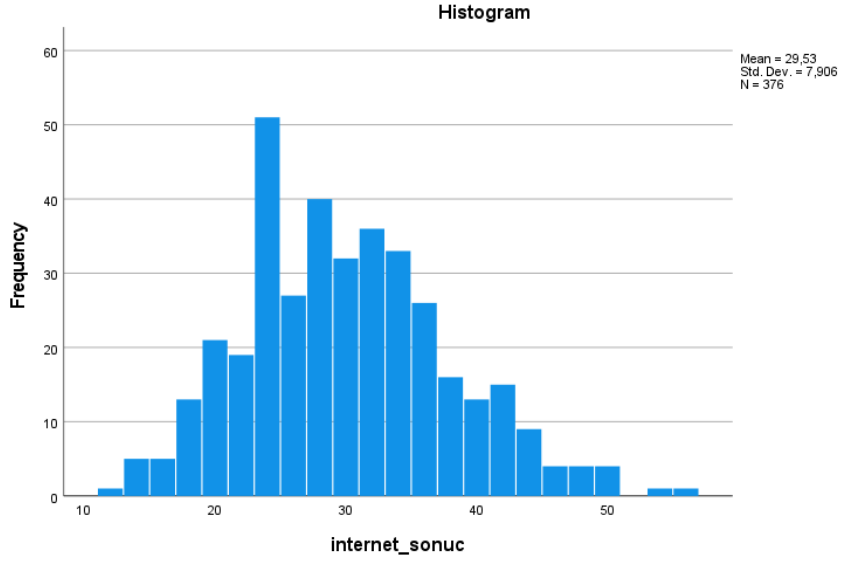
Tablo 4. 1 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılık Ölçekleri Betimsel İstatistikleri

	$\bar{X}$	Median	Mode	Skewness	Kurtosis
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	29.53	29.00	24.00	0.41	-0.16
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	3.04	3.00	2.00	0.44	-0.32

Normallik dağılımının tespitinde bir başka yöntem grafiklere bakmaktır. Bunun için sıklıkla kullanılan grafikler normal Q-Q grafiği, histogram ve box plottur (Büyüköztürk, 2007). Aşağıdaki grafikler İnternet Bağımlılığı Ölçeğine aittir.

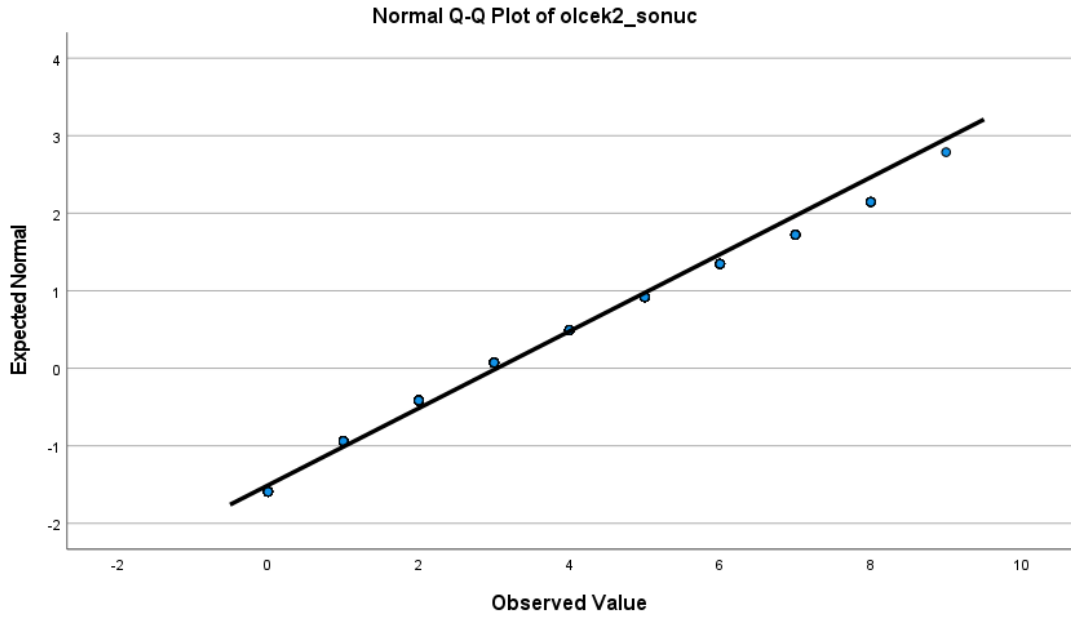


Şekil 4. 1 İnternet Bağımlılığı Ölçeği Normal Q-Q Plot Grafiği

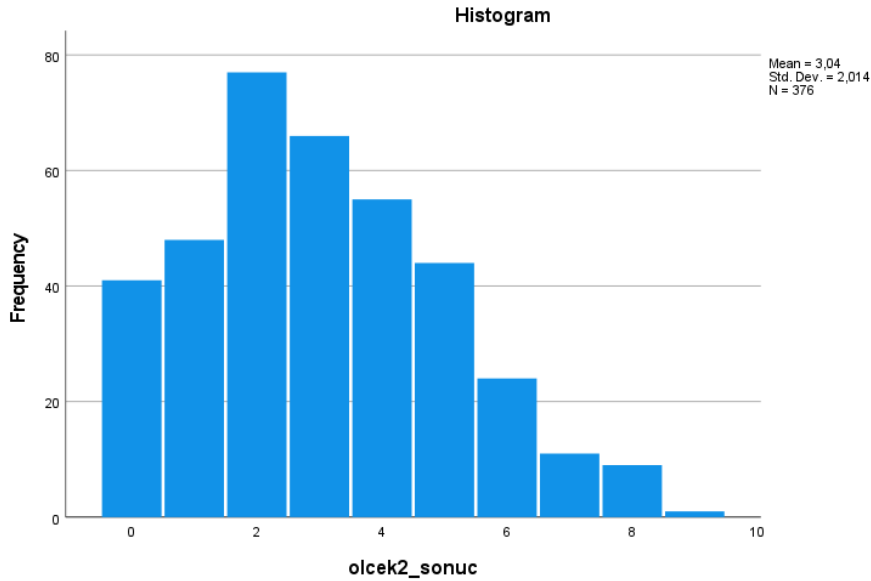


Şekil 4. 2 İnternet Bağımlılığı Ölçeği Histogram Grafiği

Şekil 4.1 ve Şekil 4.2 incelendiğinde İnternet Bağımlılığı Ölçeği verilerin normal dağılım gösterdiği görülmektedir. Aşağıda Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği grafikleri bulunmaktadır.



Şekil 4. 3 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Normal Q-Q Plot Grafiği



Şekil 4. 4 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Histogram Grafiği

Şekil 4.3 ve Şekil 4.4 incelendiğinde Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği verilerinin normal dağılım gösterdiği görülmektedir.

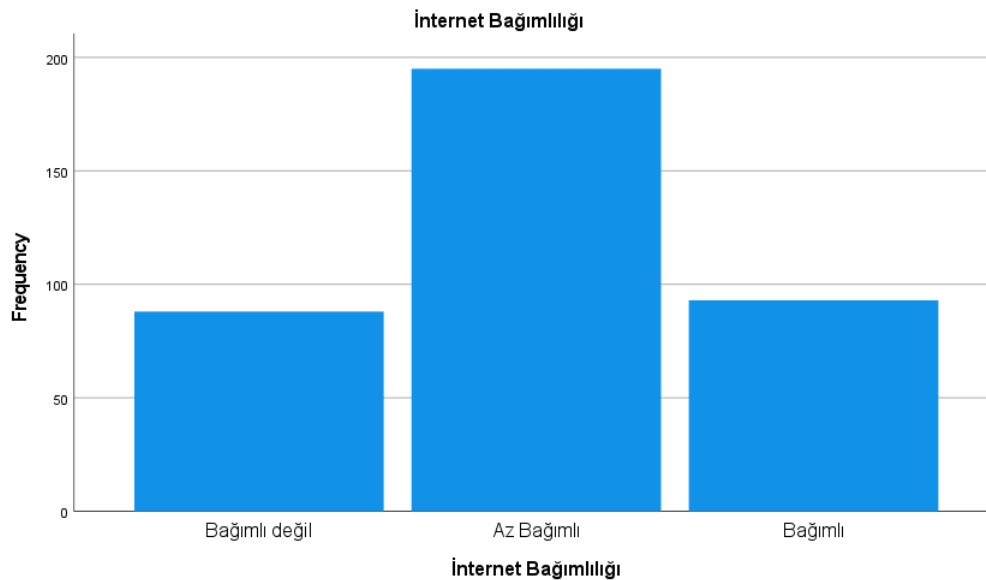
Normallik dağılımı ile ilgili son yöntem olan normallik testlerine bakılmıştır. Örneklem büyüklüğünün 50'nin altında olması durumlarında Shapiro- Wilks, 50'den büyük olduğu durumlarda ise Kolmogorov-Smirnov testi kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2007). Bu çalışmada örneklem sayısının 376 olması nedeniyle Kolmogorov-Smirnov Testine bakılmıştır. Tablo 4.2 incelendiğinde p değeri 0.05'in altında olması nedeniyle verilerin normal dağılım göstermediği görülmektedir. Ancak Kılıç ve Uysal (2021) Normallik İnkilemi ile ilgili çalışmasında Kolmogorov-Smirnov yönteminin örneklem büyüklüğü ne olursa olsun normal dağılan verilerin normal dağılmadığını belirlediği sonucuna ulaşmıştır. Basıklık katsayısının tek başına tercih edilmemesi veya çarpıklık katsayısı ile birlikte kullanılmasını ve önceliğin de çarpıklık katsayısına verilmesini önermiştir. Çepikkurt, Özkan ve Uzun (2024)'un çalışmasında normallik değerleri basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Bu kaynaklar göz önünde bulundurularak bu çalışmada da verilerin normal dağıldığı göz önüne alınarak parametrik testler uygulanmıştır.

Tablo 4. 2 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılık Ölçekleri Normallik Testi Sonuçları

	Kolmogorov-Smirnov Testi		
	Statistic	Df	p
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	0.064	376	0.001
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	0.138	376	0.000

### Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeyleri

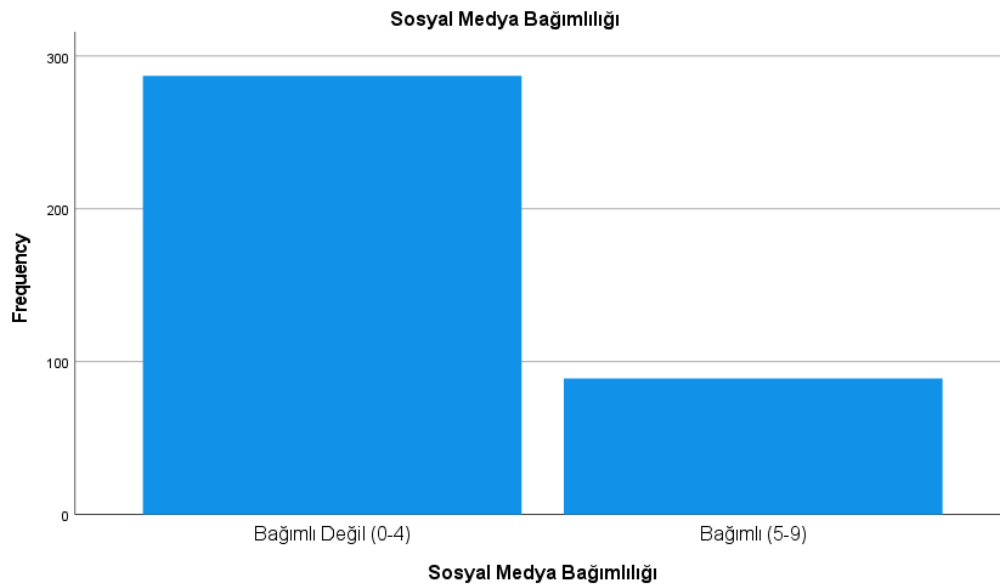
Araştırma kapsamında toplanan veriler ışığında katılımcıların internet bağımlılık düzeyleri aşağıdaki grafikte gösterilmiştir. İnternet Bağımlılığı Ölçeği sorularına verilen yanıtların toplam puanı arttıkça bağımlılık düzeyi artmaktadır. Ancak daha rahat yorumlanabilmesi adına verilen puanlara göre SPSS 27 programında 3'lü bölümlendirme yapılmış ve 24 puanın altındakiler “Bağımlı Değil” 24-34 puan arasındakiler “Az Bağımlı”, toplam puanı 34'ün üzerinde olanlar ise “Bağımlı” olarak gruplandırılmıştır. Buna göre veriler incelendiğinde 376 katılımcının 88'i “Bağımlı Değil”, 195'i “Az Bağımlı” ve 93'ü de “Bağımlı” olduğu belirlenmiştir.



Şekil 4. 5 Katılımcıların İnternet Bağımlılığı Düzeyi Dağılımı

## Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri

Araştırma kapsamında toplanan veriler ışığında katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri aşağıdaki grafikte gösterilmiştir. Veriler incelendiğinde 376 katılımcının 287'si ölçek sorularının en çok 0-4 tanesine "Evet" yanıtı vererek "Bağımlı Değil" grubunda, 5 ve üzeri "Evet" yanıtını veren 89 katılımcı ise "Bağımlı" grubunda yer almaktadır.



Şekil 4. 6 Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyi Dağılımı

## Lise Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Okulun Özel/Devlet Okulu Olması Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var mı?

Katılımcıların bulunduğu okullar özel okul devlet okulu olarak gruplandırılmış ve internet ve sosyal medya bağımlılıklarının bu durum ile bağlantılı olup olmaması durumuna Bağımsız Grup T-Testi ile bakılmıştır. Sonuçlar Tablo 4.3'te verilmiştir.

Tablo 4. 3 Lise Öğrencilerinin İnternet Ve Sosyal Medya Bağımlılıklarının Okulun Özel/Devlet Okulu Olmasının Bağımsız Grup T-Testi İle Karşılaştırılması

	Okul	n	$\bar{X}$	Ss	Sd	p
İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı	Özel	187	29.42	8.05	374	0.77
	Devlet	189	29.65	7.77		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanı	Özel	187	3.01	1.84	374	0.76
	Devlet	189	3.07	2.17		

Okulun özel okul veya devlet okulu olması ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda okulun okulun özel okul veya devlet okulu olmasına göre internet ve sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

### **Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Sınıfı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?**

Öğrencilerin eğitim gördükleri sınıf ile internet bağımlılıkları arasında anlamlı olarak bir farklılık olup olmadığına bakılmıştır. ANOVA testi en az üç grup arasındaki ortalamaları karşılaştırmak için kullanılan bir istatistiksel analiz yöntemidir. Sınıf değişkeni 9-10-11 ve 12. Sınıf olmak üzere 4 gruptan oluşmaktadır. Bu durumda Tek Faktörlü ANOVA testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 4.4'te verilmiştir.

Tablo 4. 4 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Sınıf Düzeylerinin ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Sınıf	n	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p
9	106	28.47	7.38	Gruplararası 3	2.35	0.07
10	145	30.70	7.68			
11	54	30.07	9.78	Gruplarıçi 372		
12	71	28.32	7.27			
Toplam	376	29.53	7.90	Toplam 375		

Tablo 4.4'te sonuçları verilen İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı ile sınıf düzeyleri arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

### **Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sınıfı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?**

Öğrencilerin eğitim gördükleri sınıf ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı olarak bir farklılık olup olmadığına bakılmıştır. ANOVA testi en az üç grup arasındaki ortalamaları karşılaştırmak için kullanılan bir istatistiksel analiz yöntemidir. Sınıf değişkeni 9-10-11 ve 12. Sınıf olmak üzere 4 gruptan oluşmaktadır. Bu durumda Tek Faktörlü ANOVA testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 4.5'te verilmiştir.

Tablo 4. 5 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sınıf Düzeylerinin ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Sınıf	n	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p	Anlamlılık
9	106	2.65	1.98	Gruplararası 3	2.78	0.04	10-9
10	145	3.38	2.10				
11	54	2.94	1.82	Gruplarıçi 372			
12	71	2.99	1.91				
Toplam	376	3.04	2.01	Toplam 375			

İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı ile sınıf düzeyleri arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0.05$ ). Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin hangi sınıflara göre farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre 10. sınıfların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ( $\bar{X} = 3,37$ ) 9. sınıf ( $\bar{X} = 2,65$ ) sosyal medya bağımlılık düzeyine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

#### Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Cinsiyet Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

Öğrencilerin internet ve sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyet ile anlamlı bir fark olup olmadığına Bağımsız Grup T-Testi ile bakılmıştır. T-Testi iki farklı örneklem grubunun ortalamaları açısından fark olup olmadığının araştırılmasında kullanılır. Cinsiyet Kız ve Erkek olmak üzere iki gruptan oluşmaktadır. Bu nedenle burada T-testi yapılmasına karar verilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.6'da paylaşılmıştır.

Tablo 4. 6 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Cinsiyetlerinin Bağımsız Grup -testi ile Karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	Ss	Sd	p
İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı	Kız	205	30.32	8.22	374	0.03
	Erkek	171	28.60	7.41		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanı	Kız	205	3.39	1.95	374	0.01
	Erkek	171	2.62	2.01		

Cinsiyet ve internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda cinsiyetlere göre internet ve sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Kız öğrencilerin internet bağımlılığı ( $\bar{X}=30,31$ )

ve sosyal medya bağımlılığı ( $\bar{X}=3,38$ ) erkek öğrencilerin internet ve sosyal medya bağımlılığına göre daha yüksektir.

### Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Yaşı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

İnternet bağımlılığının öğrencilerin yaşına göre farklılık gösterip göstermemesine Tek Yönlü ANOVA testi ile bakılmıştır. Yaş grupları 14-15-16-17 ve 18 ve üzeri şeklinde beş gruptan oluşmaktadır. ANOVA testi sonuçları Tablo 4.7’de verilmiştir.

Tablo 4. 7 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Yaş Gruplarının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Yaş	n	$\bar{X}$	Ss		Sd	F	p
14	61	28.92	7.38	Gruplararası	4	2.15	0.07
15	99	29.04	7.89				
16	126	31.15	8.50				
17	79	28.16	7.05	Gruplarıçi	371		
18 ve üzeri	11	28.72	7.74				
<b>Toplam</b>	<b>376</b>	<b>29.53</b>	<b>7.90</b>	<b>Toplam</b>	<b>375</b>		

İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı ile yaş grupları arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

### Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yaşı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

Sosyal medya bağımlılığının öğrencilerin yaşına göre farklılık gösterip göstermemesine Tek Yönlü ANOVA testi ile bakılmıştır. Yaş grupları 14-15-16-17 ve 18 ve üzeri şeklinde beş gruptan oluşmaktadır. ANOVA testi sonuçları Tablo 4.8’de verilmiştir.

Tablo 4. 8 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yaş Gruplarının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Yaş	n	$\bar{X}$	Ss		Sd	F	p
14	61	2.88	1.94	Gruplarara	4	0.75	0.55
15	99	2.96	2.19	s1			
16	126	3.28	2.01				
17	79	2.87	1.84	Gruplarıçi	371		
18 ve üzeri	11	2.81	1.88				
<b>Toplam</b>	<b>376</b>	<b>3.03</b>	<b>2.01</b>	<b>Toplam</b>	<b>375</b>		

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanı ile yaş grupları arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

### **Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Günde Kaç Saat İnternet Kullandığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?**

Günlük internet kullanım süresi ile internet bağımlılığının arasında anlamlı bir fark olup olmadığı durumu tek yönlü ANOVA ile karşılaştırılmıştır. Öğrencilerin günlük internet kullanım süreleri “2 saatten az”, “2-4 saat”, “4-6 saat” ve “6 saat ve üzeri” şeklinde 4 farklı grup olarak sorulmuştur. Analiz sonuçları Tablo 4.9’da verilmiştir.

Tablo 4. 9 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Günde Kaç Saat İnternet Kullandığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

<b>Günlük İnternet Kullanımı</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>	<b>Sd</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
2 saatten az	48	24.81	6.66	Gruplar arası 372	20.05	0.00
2-4 saat	145	27.7	7.38			
4-6 saat	124	31.22	7.31			
6 saat üzeri	59	34.32	7.94			
Toplam	376	29.53	7.90	Toplam 375		

İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı ile öğrencinin günde kaç saat internet kullandığı arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p<0,05$ ). Öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin günlük internet kullanım sürelerine göre farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre günde 4-6 saat arası internet kullanan öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin ( $\bar{X} = 31,22$ ) günde 2 saatten az internet kullananlara ( $\bar{X} = 27,81$ ) ve günde 2-4 saat arası internet kullananlara göre ( $\bar{X} = 27,70$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Günde 6 saat ve üzeri internet kullanan öğrencilerin internet kullanım düzeylerinin ( $\bar{X} = 34,32$ ) 2 saatten az internet kullanan ( $\bar{X} = 24,81$ ) ve 2-4 saat arası internet kullananlara ( $\bar{X} = 27,70$ ) göre anlamlı olarak fark gösterdiği görülmüştür.

### Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Günde Kaç Saat İnternet Kullandığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

Günlük internet kullanım süresi ile sosyal medya bağımlılığının arasında anlamlı bir fark olup olmadığı durumu tek yönlü ANOVA ile karşılaştırılmıştır. Öğrencilerin günlük internet kullanım süreleri “2 saatten az”, “2-4 saat”, “4-6 saat” ve “6 saat ve üzeri” şeklinde 4 farklı grup olarak sorulmuştur. Analiz sonuçları Tablo 4.10’da verilmiştir.

Tablo 4. 10 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Günde Kaç Saat İnternet Kullandığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Günlük İnternet Kullanımı	n	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p	
2 saatten az	48	1.93	1.65	Gruplararası	3	12.05	0.00
2-4 saat	145	2.68	1.80				
4-6 saat	124	3.54	2.06	Gruplariçi	372		
6 saat üzeri	59	3.71	2.12				
Toplam	376	3.03	2.01	Toplam	375		

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanı ile öğrencinin günde kaç saat internet kullandığı arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin günlük internet kullanım sürelerine göre farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre günde 6 saat ve üzeri internet kullanan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ( $\bar{X} = 3,71$ ) günde 2 saatten az ( $\bar{X} = 1,93$ ) ve 2-4 saat arası internet kullanan öğrencilere göre ( $\bar{X} = 2,68$ ) sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Günde 4-6 saat arası internet kullanan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ( $\bar{X} = 3,54$ ) günde 2 saatten az internet kullananlara ( $\bar{X} = 1,93$ ) ve günde 2-4 saat arası internet kullananlara göre ( $\bar{X} = 2,68$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

### Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile İnternet Kullanım Süresinin Ne Kadarını Sosyal Medyaya Ayırdığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

Öğrencilerin günlük internet kullanım süresinin ne kadarını sosyal medyaya ayırdıkları ile internet bağımlılıklarının karşılaştırılmıştır. “Tamamı”, “Yarısı” ve “Yarısından Azı”

grupları olmak üzere üç grup vardır. ANOVA testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 4.11’de verilmiştir.

Tablo 4. 11 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile İnternet Kullanım Süresinin Ne Kadarını Sosyal Medyaya Ayırdığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Sosyal Medyaya Ayrılan Süre	n	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p
Tamamı	72	34.00	8.53	Gruplara 2	26.73	0.00
Yarısı	197	29.92	7.56	<sup>S1</sup>		
Yarisından Azı	107	25.82	6.23	Grupları 373		
Toplam	376	29.53	7.90	Toplam 375		

İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı ile öğrencinin günde kaç saat internet kullandığı arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin günlük internet kullanım süresinin ne kadarını sosyal medyaya ayırdığına göre farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre internet kullanım süresinin tamamını sosyal medyaya ayıran öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin ( $\bar{X} = 34,00$ ) internet kullanım süresinin yarısını sosyal medyaya ayıran ( $\bar{X} = 29,92$ ) ve yarisından azını sosyal medyaya ayıran öğrencilere göre ( $\bar{X} = 25,82$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İnternet kullanım süresinin yarısını sosyal medyaya ayıran öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin de ( $\bar{X} = 29,92$ ) yarisından azını ( $\bar{X} = 25,82$ ) sosyal medyaya ayıran öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

#### Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile İnternet Kullanım Süresinin Ne Kadarını Sosyal Medyaya Ayırdığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

Öğrencilerin günlük internet kullanım süresinin ne kadarını sosyal medyaya ayırdıkları ile sosyal medya bağımlılıkları karşılaştırılmıştır. “Tamamı”, “Yarısı” ve “Yarisından Azı” grupları olmak üzere üç grup vardır. ANOVA testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 4.12’de verilmiştir.

Tablo 4. 12 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Sosyal Medyaya Ayrılan Süre	n	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p
Tamamı	72	3.94	2.20	Gruplararası 2	22.07	0.00
Yarısı	197	3.22	1.84	S1		
Yarisından Azı	107	2.09	1.82	Gruplarıçi 373		
Toplam	376	3.04	2.01	Toplam 375		

İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı ile öğrencinin günde kaç saat internet kullandığı arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin günlük internet kullanım süresinin ne kadarını sosyal medyaya ayırdığına göre farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre internet kullanım süresinin tamamını sosyal medyaya ayıran öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ( $\bar{X} = 3,94$ ) internet kullanım süresinin yarısını sosyal medyaya ayıran ( $\bar{X} = 3,22$ ) ve yarisından azını sosyal medyaya ayıran öğrencilere göre ( $\bar{X} = 2,09$ ) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İnternet kullanım süresinin yarısını sosyal medyaya ayıran öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de ( $\bar{X} = 3,22$ ) yarisından azını ( $\bar{X} = 2,09$ ) sosyal medyaya ayıran öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

### Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Akademik Not Ortalaması Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

Tablo 4. 13 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Akademik Not ortalamasının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Not Ortalaması	n	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p
0-60	116	2.14	0.63	Gruplararası 2	7.61	0.03
60-80	123	2.07	0.70	Gruplarıçi 373		
80-100	137	1.85	0.71	Toplam 375		
Toplam	376	2.01	0.69			

İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı ile öğrencinin akademik not ortalaması arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin akademik not ortalamalarına göre farklılık

gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre akademik not ortalaması “Kötü” olarak tanımlanan 0-60 aralığında nota sahip öğrencilerin ( $\bar{X} = 2,14$ ) ve “İyi” olarak tanımlanan 60-80 aralığında nota sahip öğrencilerin ( $\bar{X} = 2,07$ ), “Çok İyi” olarak tanımlanan 80-100 aralığında nota sahip öğrencilere ( $\bar{X} = 1,85$ ) göre anlamlı düzeyde internet bağımlılığının farklı olduğu görülmüştür.

### **Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Akademik Not Ortalaması Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?**

Lise öğrencilerinin akademik not ortalamaları ile internet bağımlılıkları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı Tek faktörlü ANOVA ile bakılmıştır. Akademik not ortalaması 0-60, 60-80 ve 80-100 arası not şeklinde üç grupta incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4.14’te verilmiştir.

Tablo 4. 14 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Akademik Not ortalamasının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

<b>Not Ortalaması</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>Ss</b>		<b>Sd</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
0-60	116	2.14	0.63	Gruplararası	2	7.61	0.01
60-80	123	2.07	0.70	Gruplarıçi	373		
80-100	137	1.85	0.71	Toplam	375		
Toplam	376	2.01	0.69				

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanı ile öğrencinin akademik not ortalaması arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin akademik not ortalamalarına göre farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre akademik not ortalaması “Kötü” olarak tanımlanan 0-60 aralığında nota sahip öğrencilerin ( $\bar{X} = 2,14$ ) ve “İyi” olarak tanımlanan 60-80 aralığında nota sahip öğrencilerin ( $\bar{X} = 2,07$ ), “Çok İyi” olarak tanımlanan 80-100 aralığında nota sahip öğrencilere ( $\bar{X} = 1,85$ ) göre anlamlı düzeyde internet bağımlılığının farklı olduğu görülmüştür.

### Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Sosyal Medyada Paylaşım Yapma Sıklığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

Tablo 4.15'te sosyal medyada paylaşım yapma sıklığı ile internet bağımlılığı arasında anlamlı bir fark olup olmadığı paylaşılmıştır. Paylaşım yapma sıklığı “Günde 1”, “Günde 2 ve üzeri”, “Haftada 1”, “Ayda 1” ve “Yapmıyorum” şeklinde 5 gruptan oluşmaktadır. Tek Faktörlü ANOVA ile test edilmiştir.

Tablo 4. 15 Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Sosyal Medyada Paylaşım Yapma Sıklığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Paylaşım Sıklığı	n	$\bar{X}$	Ss		Sd	F	p
Günde 1	40	31.30	7.17	Gruplararası	4	3.37	0.01
Günde 2 ve +	21	33.42	7.39				
Haftada 1	96	29.77	8.22	Gruplariçi	371		
Ayda 1	201	29.04	7.93				
Yapmıyorum	18	25.27	5.36	Toplam	375		
Total	376	29.53	7.90				

İnternet Bağımlılığı Ölçek Puanı ile öğrencinin sosyal medyada paylaşım yapma sıklığı arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Öğrencilerin internet bağımlılık düzeylerinin paylaşım yapma sıklığına göre farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre günde iki ve üzeri kez paylaşım yapanların ( $\bar{X} = 33,42$ ), hiç paylaşım yapmayanlara ( $\bar{X} = 25,27$ ) göre anlamlı düzeyde bağımlılığı yüksek olarak tespit edilmiştir.

### Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyada Paylaşım Yapma Sıklığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

Tablo 4.16'da sosyal medyada paylaşım yapma sıklığı ile internet bağımlılığı arasında anlamlı bir fark olup olmadığı paylaşılmıştır. Paylaşım yapma sıklığı “Günde 1”, “Günde 2 ve üzeri”, “Haftada 1”, “Ayda 1” ve “Yapmıyorum” şeklinde 5 gruptan oluşmaktadır. Tek Faktörlü ANOVA ile test edilmiştir.

Tablo 4. 16 Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyada Paylaşım Yapma Sıklığının ANOVA Testi ile Karşılaştırılması

Paylaşım Sıklığı	n	$\bar{X}$	Ss	Sd	F	p	
Günde 1	40	3.65	1.67	Gruplararası	4	6.35	0.00
Günde 2 ve +	21	4.38	2.06				
Haftada 1	96	2.96	1.95	Gruplariçi	371		
Ayda 1	201	2.94	2.01				
Yapmıyorum	18	1.50	1.79	Toplam	375		
Total	376	3.03	2.01				

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanı ile öğrencinin sosyal medyada paylaşım yapma sıklığı arasında yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin paylaşım yapma sıklığına göre farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre günde bir defa paylaşım yapanların ( $\bar{X} = 31,30$ ), hiç paylaşım yapmayanlara ( $\bar{X} = 25,27$ ) göre anlamlı düzeyde bağımlılığı yüksek olarak tespit edilmiştir.

#### Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Twitter Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

İnternet ve Sosyal medya bağımlılığı ile Twitter hesabına sahip olma durumu arasında anlamlı bir farklılık olup olmaması Bağımsız Grup T-Testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.17’de verilmiştir.

Tablo 4. 17 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Twitter Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	Twitter (X)	n	$\bar{X}$	SS	Sd	p
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	Var	34	28.97	6.17	45.03	0.59
	Yok	342	29.59	8.06		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Var	34	2.88	1.64	0.11	0.63
	Yok	342	3.05	2.04		

Tablo 4.17 incelendiğinde Twitter kullanımı ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda twitter hesabı kullananlar ile

kullanmayanlar arasında internet bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

### **Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Instagram Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?**

İnternet ve Sosyal medya bağımlılığı ile Instagram hesabına sahip olma durumu arasında anlamlı bir farklılık olup olmaması Bağımsız Grup T-Testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.18'de verilmiştir.

Tablo 4. 18 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Instagram Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	<b>Instagram</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	Var	296	29.46	7.62	373	0.73
	Yok	79	29.81	8.97		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Var	296	3.04	1.93	109.5	0.99
	Yok	79	3.03	2.29		

Instagram Kullanımı ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda instagram hesabı kullananlar arasında internet bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

### **Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Tiktok Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?**

İnternet ve Sosyal medya bağımlılığı ile TikTok hesabına sahip olma durumu arasında anlamlı bir farklılık olup olmaması Bağımsız Grup T-Testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.19'da verilmiştir.

Tablo 4. 19 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Tiktok Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	<b>Tiktok</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	Var	120	32.53	7.54	374	0.00
	Yok	256	28.12	7.68		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Var	120	3.74	1.88	374	0.00
	Yok	256	2.70	1.99		

Tiktok Kullanımı ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda Tiktok hesabı kullananlar arasında internet ve sosyal medya bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Analizlere göre Tiktok hesabı olanlar olmayanlara göre internet ve sosyal medya bağımlılığı anlamlı düzeyde yüksektir.

#### **Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Facebook Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?**

İnternet ve Sosyal medya bağımlılığı ile Facebook hesabına sahip olma durumu arasında anlamlı bir farklılık olup olmaması Bağımsız Grup T-Testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.20’de verilmiştir.

Tablo 4. 20 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Facebook Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	<b>Facebook</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	Var	7	27.28	9.51	374	0.44
	Yok	369	29.57	7.88		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Var	7	3.42	2.14	374	0.60
	Yok	369	3.02	2.01		

Facebook Kullanımı ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda facebook hesabı kullananlar arasında internet ve sosyal medya bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p > 0,05$ ).

### Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile WhatsApp Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

İnternet ve Sosyal medya bağımlılığı ile WhatsApp uygulamasına sahip olma durumu arasında anlamlı bir farklılık olup olmaması Bağımsız Grup T-Testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.21’de verilmiştir.

Tablo 4. 21 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının WhatsApp Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	WhatsApp	n	$\bar{X}$	SS	Sd	p
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	Var	198	29.61	7.66	374	0.83
	Yok	178	29.44	8.18		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Var	198	2.96	2.02	374	0.46
	Yok	178	3.11	2.00		

WhatsApp Kullanımı ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda WhatsApp hesabı kullananlar arasında internet ve sosyal medya bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

### Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Thread Kullanımı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?

İnternet ve Sosyal medya bağımlılığı ile Thread hesabına sahip olma durumu arasında anlamlı bir farklılık olup olmaması Bağımsız Grup T-Testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.22’de verilmiştir.

Tablo 4. 22 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek puanlarının Thread Hesabı Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	Thread	n	$\bar{X}$	SS	Sd	p
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	Var	5	34.8	5.01	373	0.13
	Yok	370	29.49	7.90		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Var	5	4.4	1.51	373	0.13
	Yok	370	3.02	2.01		

Thread Kullanımı ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda thread hesabı kullananlar arasında internet ve sosyal medya bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

### **Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyayı Ne amaçla Kullandığı Arasında Anlamlı Bir Farklılık Var Mı?**

İnternet ve sosyal medya bağımlılığının sosyal medya kullanım amacına göre anlamlı bir farklılık olup olmaması durumu incelenmiştir. Her bir seçenek ayrı başlıkları halinde paylaşılmıştır. Analizler Bağımsız Grup T-testi ile yapılmıştır.

#### *Sosyalleşmek*

Tablo 4. 23 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Sosyalleşme Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	Sosyallik	n	$\bar{X}$	SS	Sd	p
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	Evet	181	29.91	7.73	374	0.37
	Hayır	195	29.18	8.06		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Evet	181	3.07	1.82	370.29	0.70
	Hayır	195	3.00	2.17		

Sosyal Medya Hesaplarını sosyalleşmek amacıyla kullananlar ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucu Tablo 4.23'te verilmiştir. Sonuçlara göre sosyalleşme amacıyla sosyal medya hesabı kullananlar arasında internet ve sosyal medya bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

*Sohbet Etmek*

Tablo 4. 24 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Sohbet Etmek Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	<b>Sohbet</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
İnternet	Evet	247	30.06	7.87	374	0.07
Bağımlılığı	Hayır	129	28.51	7.89		
Ölçeği						
Sosyal Medya	Evet	247	3.11	2.03	374	0.28
Bağımlılığı	Hayır	129	2.88	1.97		
Ölçeği						

Sosyal Medya Hesaplarını sohbet etmek amacıyla kullananlar ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucu Tablo 4.24'te verilmiştir. Sonuçlara göre sohbet etmek amacıyla sosyal medya hesabı kullananlar arasında internet ve sosyal medya bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

*Yeni İnsanlarla Tanışmak*

Tablo 4. 25 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Yeni İnsanlarla Tanışmak Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	<b>Tanışmak</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
İnternet	Evet	37	32.16	6.97	374	0.03
Bağımlılığı	Hayır	339	29.24	7.95		
Ölçeği						
Sosyal Medya	Evet	37	3.86	1,9	374	0.00
Bağımlılığı	Hayır	339	2.94	2		
Ölçeği						

Sosyal Medya Hesaplarını yeni insanlarla tanışmak amacıyla kullananlar ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucu Tablo 4.25'te verilmiştir. Yeni insanlarla tanışmak amacıyla sosyal medya hesabı kullananlar arasında internet ve sosyal medya bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ( $p<0,05$ ). Yapılan analizde sosyal medyayı yeni insanlarla tanışmak için kullananlarda internet ve sosyal medya bağımlılığının yüksek olduğu görülmüştür.

*Yer Bildirimi Yapmak*

Tablo 4. 26 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Yer Bildirimi Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	<b>Yer Bildirim</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	Evet	17	31.76	7.94	374	0.23
	Hayır	359	29.42	7.89		
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Evet	17	3.64	1.65	374	0.20
	Hayır	359	3.00	2.02		

Sosyal Medya Hesaplarını yer bildirim amacıyla kullananlar ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucu Tablo 4.26'da verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre yer bildirim amacıyla sosyal medya hesabı kullananlar arasında internet ve sosyal medya bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

*Fotoğraf Paylaşmak*

Tablo 4. 27 İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek Puanlarının Fotoğraf Paylaşmak Amacıyla Sosyal Medya Kullananlara Göre Yapılan Bağımsız Örneklem T-Testi

	<b>Fotoğraf Paylaşmak</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>	<b>Sd</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
İnternet Bağımlılığı Ölçeği	Evet	87	30.05	7.59	374	-0.70	0.48
	Hayır	289	29.37	8.00			
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	Evet	87	3.26	2.07	374	-1.20	0.23
	Hayır	289	2.96	1.99			

Sosyal Medya Hesaplarını fotoğraf paylaşmak amacıyla kullananlar ile internet ve sosyal medya bağımlılığı arasında yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda fotoğraf paylaşmak amacıyla sosyal medya hesabı kullananlar arasında internet ve sosyal medya bağımlılıklarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $p>0,05$ ).

## **Bölüm V:**

### **Sonuç, Tartışma ve Öneriler**

#### **5.1. Sonuçlar ve Tartışma**

Bu bölümde araştırma kapsamında yapılan analizlerin sonuçları detaylı olarak aktarılmıştır. Çalışmada iki farklı ölçek kullanıldığından her biri için sonuçlar ayrı başlıklar halinde anlatılmıştır. Anketteki demografik değişkenler internet bağımlılığı ölçeği ve sosyal medya bağımlılık ölçeği kullanılarak ayrı ayrı analiz edilmiştir. Buna göre internet ve sosyal medya bağımlılıkları ayrı ayrı sunulmuştur. Bu araştırma lise öğrencilerinde internet ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır.

##### **5.1.1. İnternet Bağımlılığı**

Bulgular incelendiğinde öğrencilerin internet bağımlılığının okulun özel okul olup olmamasına göre de anlamlı bir fark göstermediği belirlenmiştir. Öğrencilerin internet bağımlılıklarının sınıf düzeyi, yaşı gibi değişkenlere göre de fark göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmaya katılan tüm öğrencilerin internet bağımlılıklarına bakıldığında 376 öğrencinin 93'ünün bağımlı, 88'inin bağımlı değil ve 195'inin az bağımlı olduğu görülmektedir. Bu sonuca bakıldığında öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun internet kullandığı ancak çok azının bilinçli kullandığı görülmektedir. Literatür tarandığında bu durumla ilgili bilinçli farkındalık ve internet bağımlılığı hakkında yapılan çalışma olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre bilinçli farkındalık ve internet bağımlılığı arasında negatif yönlü ve düşük düzeyli anlamlı bir ilişki bulunmuştur. İnternet bağımlılığı arttıkça tahammül seviyesi, bilinçli farkındalık ve iyi oluş düzeyi de düşmektedir (Zafer, 2021).

Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre bağımlılık oranının yüksek olduğu görülmüştür. Burada kızların ilgi alanları göz önüne alınırsa sosyal medya dışında kullandıkları alışveriş sitelerinin buna etki ettiği söylenebilir.

İnternet bağımlılığının günlük internet kullanım süresine göre 4-6 saat ve 6 saat üzeri internet kullananların bağımlılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Ancak 2-4 saat internet kullananlar ile 2 saatin altında internet kullananlar arasında fark görülmemiştir. Bağımlılık düzeyinin günlük 4 saatten fazla internet kullanan gençlerde daha yüksek olduğu bunun altında internet kullananlar için bilinçli olarak yalnızca gerektiği kadar kullandığı internette fazladan zaman geçirmediği söylenebilir. Yapılan bazı araştırmalarda özellikle gece geç saatlerde internet kullanımının bağımlılık düzeyini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bazı çalışmalar ise internet bağımlılarının haftanın en az 4-5 günü düzenli olarak internet kullandıkları ve hafta genelinde toplamda internet kullanım süresinin 44 saati geçtiği ifade edilmiştir (Cücü, 2020). Zafer (2021) de yaptığı araştırmada internet bağımlılığının kullanım süresine bağlı olarak arttığını tespit etmiştir.

Akademik yönden bakıldığında not ortalaması 60'ın altında olanların diğer gruplara göre anlamlı olarak internet bağımlılığının yüksek olduğu görülmüştür. İnternet bağımlılığının akademik başarıyla ilgisi olduğu yorumu burada yapılabilir. Burada İnternet bağımlılığının not ortalamasını düşürdüğü veya not ortalamasının düşüklüğünün bağımlılık yaptığı gibi bir sonuca varılamaz. Ancak birbirini tetiklediğinden kesinlikle söz edilebilir. Alan yazında bunu destekleyen nitelikte çalışmalar mevcuttur. Tekin (2020), lise öğrencilerinin akademik başarıları ve internet bağımlılıkları arasındaki ilişki ile alakalı yaptığı çalışmada lise öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin not ortalaması ile arasında anlamlı ve negatif yönde ilişki tespit edilmiştir. Buna göre internet bağımlılık seviyesi yükseldikçe akademik başarı düşmektedir. Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı ile ilgili yapılan bir çalışma da akademik başarının internet bağımlılığına bağlı olarak düştüğünü göstermektedir (Zafer, 2021).

İnternet bağımlılığı ile sosyal medyada paylaşım yapma sıklığı karşılaştırıldığında sosyal medyada günde iki ve üzeri paylaşım yapanların hiç yapmayanlara göre bağımlılıklarının daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Sosyal medyayı paylaşım yapmak için kullandığında aynı zamanda interneti de kullandığı bilgisi ve daha önce belirttiğimiz internette geçirilen sürenin artmasının bağımlılığı artırdığı bulgusu düşünüldüğünde paylaşım sayısının artmasının internet bağımlılığını artırması normal karşılanabilir. Bu veriyi destekleyecek çalışmalar literatürde mevcuttur. Koç ve arkadaşlarının (2020) yaptığı bir çalışmada sosyal medya uygulamalarını kontrol sıklığı arttığında internette geçirilen zamanın da arttığı ile ilgili bilgi sunulmuştur (Koç, Bilgehan ve Gökler, 2020).

Sosyal medya uygulamalarından X (Twitter), Facebook, WhatsApp, Thread ve Instagram kullananların internet bağımlılıkları arasında anlamlı bir fark görülmemiştir. Ancak TikTok hesabı olanların TikTok hesabı bulunmayanlara göre internet bağımlılığı daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuca ek olarak yapılan bir çalışmada kişinin sahip olduğu sosyal medya aracı sayısı artıkça bağımlılığın da arttığı tespit edilmiştir (Zafer, 2021).

İnternet bağımlılığına etki eden faktörlerden olan sosyal medyayı kullanım amaçlarından sosyalleşmek için, sohbet etmek için, yer bildirimini yapmak veya fotoğraf paylaşmak için kullananların internet bağımlılıkları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ancak yeni insanlarla tanışmak için kullananların internet bağımlılığı daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçtan da sosyal medya kullanım nedenlerinin de internet bağımlılığına sebep olduğu çıkarımı yapılabilmektedir. İnternet bireylere sosyal ihtiyaçlarını gidermek için çok fazla ortam sunmaktadır. Bu şekilde kişiler kolay yoldan haz ve gereksinimlerin doyumuna ulaşmaktadırlar. Dolayısıyla belli bir sürenin sonunda bağımlılık gelişmektedir (Cücü, 2020).

### **5.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığı**

Çalışmaya katılan tüm öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarına bakıldığında 376 öğrencinin 89'unun bağımlı, 287'sinin ise bağımlı olmadığı görülmektedir. Bu sonuca bakıldığında öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun sosyal medyayı bilinçli kullandığı söylenebilir.

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri özel okul veya devlet okulu olması ve yaşı gibi değişkenlere göre farklılık göstermemektedir. Ancak sınıf değişkenine bakıldığında internet bağımlılığında fark göstermezken sosyal medya bağımlılığı için 10. Sınıfların 9. Sınıflara göre sosyal medya bağımlılıklarının yüksek olduğu görülmüştür. Diğer sınıf düzeylerinde anlamlı bir fark oluşmamıştır. Buradan çıkarılacak sonuç olarak internetin ödev, proje hazırlama, bilgi edinme gibi farklı pek çok amaç için kullanıldığı gösterilebilir. Bunlar da bağımlılık yapıcı etken olmadığı çıkan sonuçtan anlaşılmaktadır. Ancak sosyal medya bunlardan farklı olarak ilgi alanlarına göre içerik üreticileri takip etme, başka kullanıcıları takip etme, günlük hayatından kesitleri paylaşma, fotoğraflarda ve videolarda filtre uygulayarak daha güzel görünme, kız öğrenciler için makyaj videoları gibi pek çok etkenin sosyal medya bağımlılığına neden olduğu yazılabilir.

Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medya bağımlılığı yüksek bulunmuştur. Influencer terim olarak insanların davranışlarına tesir eden ve bu davranışları değiştiren kişi olarak tanımlanmaktadır. Influencerlar pazarlama stratejisi olarak markalar tarafından kullanılmakta bu pazarlama terimi ise “hatırlı pazarlama” şeklinde kullanılmaktadır (Yıldırım, 2022). Influencerların kadın kullanıcılara daha fazla hitap etmesi erkeklerin teknoloji, spor gibi alanlarla ilgilenmesi sayılabilir. Alan yazın tarandığında erkek öğrencilerin bağımlılığının kız öğrencilere göre anlamlı olarak yüksek olduğuna dair birçok çalışma bulunmaktadır (Karaca, 2022; Anlı, 2018) Bu çalışmada tersi bir durum ortaya çıkmıştır. Bu da literatüre bu çalışmanın yaptığı katkılardan sayılabilir.

Günlük internet kullanım süresi sosyal medya bağımlılığını da etkilemiştir. Günlük olarak 4 saatin üzerinde internet kullananların 4 saatin altında internet kullananlara göre anlamlı derecede bağımlı oldukları tespit edilmiştir. Buradan internet kullanım süresi arttıkça sosyal medyada geçirilen vaktin de arttığı sonucuna varıldığı söylenebilir. Günlük internet kullanımına bağlı olarak sosyal medyada geçirilen süreye bakıldığında internet kullanım süresinin tamamını sosyal medyaya ayıranların diğerlerine göre bağımlılık düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu da yukarıda belirtilen internet kullanım süresi arttıkça sosyal medyada geçirilen vaktin de arttığı savını doğrular niteliktedir. Bu kadar uzun sosyal medya kullanan öğrenciler ile ilgili aileler ve öğrencilerin kendisi için öğretmenleri tarafından bilinçlendirici etkinlik, seminer düzenlenmelidir.

Sosyal medya bağımlılık düzeyinin yüksek olanların akademik not ortalaması incelendiğinde 60’ın altında not ortalaması olanların diğerlerine göre bağımlılık düzeyinin yüksek olduğu görülmüştür. Bu veriden çıkarılacak sonuç sosyal medya kullananların tümünün başarısız olduğu veya başarısız olan herkesin sosyal medya kullandığı değildir. Ancak akademik not ortalaması ile doğru orantılı olarak sosyal medyada geçirilen süre ve bağımlılık artmakta olduğu söylenebilir. Burada toplam katılımcının 116’sının 60’ın altında not ortalamasına sahip olduğu ve bunların 93’ünün sosyal medyaya ayrılan süre günlük internet kullanımının yarısı ve tamamı seçeneğini işaretlemiştir.

Paylaşım yapma sıklığına bakıldığında sosyal medyada her gün bir kez paylaşım yapanların hiç paylaşım yapmayanlara göre bağımlılıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer gruplar arasında anlamlı olarak bir fark görülmemiştir. Buradan sosyal medya bağımlılığının paylaşım yapma ile ilgisi olmadığı görülmektedir. Diğer seçenekler

arasında günde iki ve üzeri paylaşım yapmak yer almaktadır. Sosyal medya bağımlılarının genellikle diğer insanların ve influencerların paylaşımlarını takip etmeyi tercih ettikleri söylenebilir. Yıldırım (2022) çalışmasında sosyal medyada geçirilen vakit arttıkça influencerlara yönelik tutumun da arttığını gözlemlemiştir. Sosyal medya bağımlılığında influencerların önemli bir yeri bulunmaktadır.

Sosyal medya uygulamalarından X (Twitter), Facebook, WhatsApp, Thread ve Instagram kullananların sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir fark görülmemiştir. Ancak TikTok hesabı olanların TikTok hesabı bulunmayanlara göre sosyal medya bağımlılığı daha yüksek bulunmuştur.

Sosyal medyayı kullanım amaçlarından sosyalleşmek için, sohbet etmek için, yer bildiri yapmak veya fotoğraf paylaşmak için kullananların sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ancak yeni insanlarla tanışmak için kullananların sosyal medya bağımlılığı daha yüksek bulunmuştur.

Öğrencilere doldurulması için verilen ankette, “Hangi sosyal medya uygulamasını sıklıkla kullanırsınız?” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında 17 kişinin yalnızca Tiktok, 118 kişinin yalnızca Instagram, 2 kişinin yalnızca X (Twitter), 1 kişinin yalnızca Facebook, 46 kişinin yalnızca WhatsApp hesabı olduğu görülmüştür. Bulgular bölümünde yapılan incelemeler de göz önüne alındığında Tiktok ve Instagram uygulamasına sahip olan katılımcılar internet ve sosyal medya bağımlılığı bakımından öne çıkmaktadır. Facebook ve X’in bağımlılıkla ilgili bir ilişkisi olmadığı görülmektedir. Yalnızca WhatsApp kullananların haberleşme ihtiyacının giderilmesi ile ilgili bu uygulamayı kullandıkları düşünülmektedir.

Kişisel Bilgi formunda “Hangi sosyal medya uygulamasını sıklıkla kullanırsınız?” sorusunda tüm seçenekleri işaretleyen yalnızca iki kişi olduğu görülmüştür. Bu iki kişinin ölçeklere verdikleri puanlara bakıldığında şu veriler göz önüne çıkmaktadır:

- Okul 2’de öğrenim görmekte, 10. sınıfta, 16 yaşında erkek olduğu, günde 6 saatin üzerinde internet kullandığı ve bu sürenin tamamını sosyal medyaya ayırdığı, günde bir defa paylaşım yaptığı, “Sosyal medyayı ne amaçla kullanıyorsunuz?” sorusuna da kendisine sunulan tüm cevapları işaretlediği ve not ortalamasının 80-100 aralığında olduğu tespit edilen öğrenci hem internet hem de sosyal medya bağımlılığı ölçeklerinde bağımlı olarak görülmüştür.

- Okul 3'te öğrenim görmekte, 10. Sınıfta, 16 yaşında erkek olduğu, günde 2-4 saat internet kullandığı ve nadiren sosyal medya kullandığı, ayda bir defa paylaşım yaptığı, sosyal medyayı sohbet etmek ve sosyalleşmek amacıyla kullandığını belirten ve not ortalaması 20-40 aralığında olan öğrenci her iki ölçek sonucunda da bağımlı olmadığı tespit edilmiştir.

Bu bilgilerden anlaşılan şudur ki, internet kullanım süresi ve sosyal medyaya ayrılan sürenin internet ve sosyal medya bağımlılığında etkisi olduğunu göstermektedir. Kişinin sahip olduğu sosyal medya hesabının sayısının bağımlılık üzerinde bir etkisi bulunmamaktadır.

### 5.3. Öneriler

Bu çalışma aynı ilin içinde örneklem olarak alınan 4 ilçeden rastgele seçilen liselerdeki öğrenciler üzerinde internet ve sosyal medya bağımlılığını ölçümlenmiş ve sonuçları paylaşılmıştır. Bu alanda yeni çalışmalar yapacak araştırmacılara öneri olarak sunulacak bazı seçenekler aşağıda listelenmiştir.

- İlçe sayısı artırıldıktan sonra çalışma yaparak karşılaştırma yapılabilir. Farklı ilçeler karşılaştırılarak buralardaki sosyo-ekonomik düzeyin farklı oluşu ile ilgili internet ve sosyal medya bağımlılıklarının değişkenliği saptanabilir.
- Daha büyük çaplı araştırmalar için bir şehir dışında birkaç şehir seçilerek ve hatta şehrin bulunduğu bölge seçilerek örneklem alınıp karşılaştırılarak bağımlılık durumu ölçümlenebilir.
- Anket verilerinde toplanacak demografik özellikler ile öğrencilerin sahip olduğu cihaz türü ve sayısı, internete ve sosyal medyaya hangi cihazlardan giriş yaptığı gibi sorular sorularak çalışma kapsamı genişletilebilir.
- Araştırmanın hedef kitlesi lise öğrencileridir. Ancak çalışma kapsamı lise ve diğer eğitim düzeyindeki öğrenciler evren alınarak genişletilebilir ve bağımlılığın hangi yaşta başladığına dair bulgular ortaya konabilir.

- Kişisel Bilgi Formu ile toplanan veriler artırılarak, bağımlılık yapıcı uygulamalara Youtube eklenebilir. Böylece video bağımlılığı da araştırılabilir. Öğrencinin kullandığı cihaz sayısı ve türü de bu bağlamda kontrol edilebilir.
- Instagram özelinde bir araştırma yapılarak hem sosyal medya bağımlılığı incelenebilir hem de kullanıcıların influencerları takip etme oranı, ne tür içerik izledikleri, paylaşımları okuma oranları incelenebilir. Video izleme süresi tespit edilerek odak süresi hesaplanabilir.
- Öğrenim düzeyi ne olursa olsun diğer bağımlılık türlerinin yanı sıra internet ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili öğrencilere ve velilere bilgilendirici konferans, broşür yayınlama, TV programları ve rehberlik faaliyetleri artırılabilir.
- Öğrencilerin sosyal medya ve internet kullanımını pozitif yönlü olarak geliştirmek amacıyla öğretmenlerin yönlendirmesi, sosyal medyayı daha doğru ve bilinçli kullanıma teşvik etmesi sağlanabilir. Bu anlamda öğretmenlere de eğitimler verilebilir.
- BÖTE ve rehberlik öğretmenleri işbirliği ile müfredatta “Sosyal Medya Okuryazarlığı” gibi zorunlu bir ders eklenebilir. Böylece öğrencilerin sosyal medya okuryazarlığını artırarak sosyal medyayı hem etkin hem de bilinçli kullanması sağlanabilir. Dolayısıyla oluşabilecek bağımlılığın önüne geçilmiş olacaktır.

## Kaynakça

- Afşar, F. (2024). Meslek Lisesi Öğrencilerinin Siber Aylaklıkları İle Sosyal Medya Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi.
- Aktaş, B. ve Bostancı, N. (2021). Covid-19 Pandemisinde Üniversite Öğrencilerindeki Oyun Bağımlılığı Düzeyleri Ve Pandeminin Dijital Oyun Oynama Durumlarına Etkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 22(2), 129-138.
- Akkaş, İ. (2019). *Teknoloji Bağımlılığı*. Salon Yayınları.
- Alpaslan, A. H. (2012). Ergen Ruh Sağlığı Ve Spor. *Kocatepe Tıp Dergisi*, 13(3), 181-185.
- Alyanak, B. (2016). İnternet Bağımlılığı. *Klinik Tıp Pediatri Dergisi*, 8(5), 20-24.
- Asya, Ö. Z. A. Y. ve Yüksel, H. (2024). Madde Bağımlılığı Tedavisi Görmüş Bireylerin Gözünden Madde Kullanımı: Nedenler, Tedavi Sürçleri ve Toplumla Bütünleşme. *The Journal of Social Sciences*, 68(68), 366-415.
- Aydoğan, F. ve Kırık, A. M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 58-69.
- Ayyıldız, T., Gemicioğlu, Ş. H., Topçu, F., Demir, A. ve Kaya, K. N. (2023). Ortaokul Düzeyindeki Çocuklarda İnternet Bağımlılığının Sosyal Beceri Düzeyi ile İlişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 24(1), 73-84.
- Bahtiyar A. ve Can B. (2016), Fen Öğretmen Adayları Bilimsel Süreç Becerileri ile Bilimsel Araştırmaya Yönelik Tutumlarının İncelenmesi, *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*. 42.
- Balcı, Ş. ve Gülnar, B. (2009). Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı Ve İnternet Bağımlılarının Profili. *Selçuk İletişim*, 6(1), 5-22.
- Başkurt, İ. (2003). Gençlik, Madde Bağımlılığı Ve Korunma Yolları (Psiko-Sosyal Bir Yaklaşım). *Journal of Istanbul University Faculty of Theology*, (8).

- Bayer, H. ve Özek, M. B. (2021). Yeni Medya Eğitimi Ve Önemi. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 127-138.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 276-295.
- Bozarth, J. (2010). *Social Media For Trainers*. San Francisco: Pfeiffer Publish.
- Büyükoztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Cücü, S. A. (2020). İnternet Bağımlılığına Etki Eden Faktörlerin Gözden Geçirilmesi. *Current Addiction Research*, 4(2), 54-62.
- Çakır, H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 71-96.
- Çavuş, S., Ayhan, B. ve Tuncer, M. (2016). Bilgisayar Oyunları Ve Bağımlılık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2016(43), 265-289.
- Çelik, K. (2022). İletişim Aracı Olarak, İnternet Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Çalışmaları 2022*, 93.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Deniz, L. ve Gürültü, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367.
- Doğan, İ. (2021). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Bir Saha Araştırması. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(24), 253-277.

- Duyan, V. ve Gövebakan, R. (2021). Madde Bağımlılığı ve Aile. Yeni İnsan Yayınevi.
- Egger, O. & Rauterberg, M. (1996). Internet Behaviour and Addiction. Unpublished master's thesis, Work & Organisational Psychology Unit (IfAP) , Swiss Federal Institute of Technology (ETH), Zurich.
- Eraslan, L. (2018). *Sosyal Medya Ve Algı Yönetimi: Sosyal Medya İstihbaratına Giriş*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Eryılmaz, A. ve Deniz, M. E. (2019). *Tüm Yönleriyle Bağımlılık*. Ankara: Pegem Akademi.
- Fatih, B. A. L. ve Okkay, İ. (2022). İnternet Tabanlı Sorunlu Alışveriş Davranışı: Çevrim içi Alışveriş Bağımlılığı. *Bağımlılık Dergisi*, 23(1), 111-120.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara:Ütopya.
- Glazzard, J. & Stones, S. (2020). Social Media And Young People's Mental Health. Selected Topics İn Child And Adolescent Mental Health.
- Gökbulut, B. ve Bilen, H. (2024). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı İle Depresyon, Anksiyete ve Stres Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 14(1), 66-75.
- Gökçearsan, Ş. ve Günbatar, M. S. (2012). Ortaöğrenim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 2(2), 10-24.
- Gündüz, M. Z. ve Resul, D. A. Ş. (2018). Nesnelerin İnterneti: Gelişimi, Bileşenleri ve Uygulama Alanları, *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 24(2), 327-335.
- Güney, M. ve Taştepe, T. (2020). Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı Ve Sosyal Medya Bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(2), 183-190.
- Günlü, A. (2016). Ergenlerde İnternet Ve Problemlı İnternet Kullanım Davranışının İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi.

- Günüç, S. ve Kayrı, M. (2010). Türkiye’de İnternet Bağımlılık Profili Ve İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik-Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39:220-232.
- Halley M Pontes, Kuss Daria J, Griffiths, Mark D: Clinical psychology of Internet addiction: a review of its conceptualization, prevalence, neuronal processes, and implications for treatment, This article was published in the following Dove Press journal: *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 28 May 2015, sh:13.
- Hasırcı, I., Örucü, E. ve Kurt, P. (2024). Yalnızlığın Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkisinde Yaşam Doyumunun Aracılık Rolü: Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 1-18.
- Horzum, M. B. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 36(159), 56-68.
- İşlek, M. S. ve Alagöz, S. B. (2012). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, 29.
- Jensen, K. P. & Sofuoğlu, M. (2016). Stress Response Genes And The Severity Of Nicotine Withdrawal. *Pharmacogenomics*, 17(1), 1-3.
- Kadıoğlu, H. (2021). Evren ve örneklem. Erişim adresi <http://sbf.marmara.edu.tr/dosya/sbf/ders%20notlar%20C4%20B1/evren%20ve%20C3>.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media. *Business Horizons* (53), 59-68
- Karakaş, S. A. ve Ersöğütçü, F. (2016). Madde Bağımlılığı Ve Hemşirelik. *Sağlık Bilimleri Ve Meslekleri Dergisi*, 3(2), 133-139.

- Karakuş, B. N., Özdengül, F., Görmüş, Z. I. S. ve Şen, A. (2021). Bağımlılık fizyopatolojisine genel bakış. *KTO Karatay Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(3), 158-166.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti.
- Keskin, H., Baştuğ, M. ve Akyol, H. (2013). Sesli Okuma Ve Konuşma Prozodisi: İlişkisel Bir Çalışma. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 168-180.
- Keskin, S. ve Baş, M. (2015). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 51-69.
- Koç, M. (2004). Gelişim Psikolojisi Açısından Ergenlik Dönemi Ve Genel Özellikleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 231-238.
- Koç, A., Bilgehan B. ve Gökler M. E. (2020). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Takıntılı Özçekim Davranışının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Bakımından Karşılaştırılması. *Yeni Symposium*. 10.5455
- Kord, A. ve Mohmmed, N. Y. (2016). Facebook Ortamındaki Dijital Oyunların Bağımlılığına Etki Eden Demografik Faktörler (Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü).
- Kutlu, M., Savcı, M., Demir, Y. ve Aysan, F. (2016). Young İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Üniversite Öğrencileri Ve Ergenlerde Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 69-76.
- Küçükvardar, M. ve Tıngöy, Ö. (2018). Teknoloji Bağımlılığının Semptomlar Temelinde İncelenmesi. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 9(35), 111-123.
- Kültür, S. E. Ç., Ünal, M. F. ve Özusta, Ş. (2006). Alkol Bağımlılığı Olan Babaların Çocuklarında Psikopatoloji. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 3-11.

- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Keiran, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. Newyork: Routledge Publishing.
- Longobardi, C., Settanni, M., Fabris, M. A., & Marengo, D. (2020). Follow Or Be Followed: Exploring The Links Between Instagram Popularity, Social Media Addiction, Cyber Victimization, And Subjective Happiness In Italian Adolescents. *Children And Youth Services Review*, 113, 104955
- Nazlıgöl, M. D. ve Yılmaz, A. E. (2019). Oyun Bağımlılığı Ve Egzersiz Bağımlılığına Davranışsal Bağımlılık Çerçevesinden Bakış. *Bağımlılık Dergisi*, 20(2), 97-108.
- Ögel, K. (2014). *İnternet Bağımlılığı*. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Oğuz, B., Zayim, N., Özel, D. ve Saka, O. (2008). Tıp Öğrencilerinin İnternette Bilişsel Durumları. *Akademik Bilişim*, 30, 447-453.
- Öngören, H. (2022). Türkiye'de İnternet Kullanım Eğilimi Ve Dijital Vatandaşlık Algısının İnsan Hakları Bağlamında İncelenmesi. *Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi*, 5(9), 47-82.
- Prabhakararao, S. (2016). Overuse Of Social Media Affects The Mental Health Of Adolescents And Early Youth. *Int. J. Ind. Psychiatry*, 3, 14-19.
- Sayımer, İdil, (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Schuen, A. (2008). *Web 2.0: A Strategy Guide*. Kanada: O'Reilly Media.
- Semiz, T. ve Bora, B. (2014). Sosyal medya. Erişim adresi: <https://www.stb.org.tr/Dosyalar/Arastirmalar/sosyal-medya.pdf>.
- Şen, S. ve Sapancı, A. (2024). Bireysel ve Sosyal Faktörlerin Madde Bağımlılığı Şiddeti Üzerindeki Yordayıcı Etkilerinin Karşılaştırılması. *Bağımlılık Dergisi*, 25(3), 295-310.
- Şimşek, E. ve Yılmaz, T. K. (2020). Türkiye'de Yürütülen Dijital Oyun Bağımlılığı Çalışmalarındaki Yöntem Ve Sonuçların Sistemik İncelemesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 28(4), 1851-1866.

- Tabachnick and Fidell, 2013 B.G. Tabachnick, L.S. Fidell Using Multivariate Statistics (sixth ed.) Pearson, Boston (2013).
- Tarhan, N. ve Nurmedov, S. (2011). *Bağımlılık Sanal veya Gerçek* (1. b.). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Taş, İ. (2017). Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 4(1), 27-40.
- Tekin, O. (2020). Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Seviyelerinin Genel Akademik Başarıları Ve Devamsızlık Durumları İle İlişkisi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 18(1), 36-56.
- Tosun, N. B. (2009). Etkileşim Boyutuyla Yeni Medya. *L. Baruh, Ve M. Yüksel İçinde, Değişen İletişim Ortamında Etkileşimli Pazarlama* (s. 37-52). İstanbul: Doğan Kitap
- Uslu M. (2021), Türkiye’de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması. *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi*.
- Uzbay, İ.T. (2009). Madde Bağımlılığı. *Silahlı Kuvvetler Dergisi*, 399, 99-115.
- Ünlü, F. (2018). Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Sosyal İzolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161-172.
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20).
- Yıldırım, M. ve Baydan, S. (2023). Sosyal Bilimler Lisesi Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi Siirt İl Örneği. *Fikriyat*, 2(2), 153-167.
- Yağmurlu, A. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(1), 5-15.
- Yavuz, O. (2018). Ergenlik Döneminde İnternet Bağımlılığının Okul Başarısı Üzerinde Etkileri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 8(15), 1056-1080.

Yüksel, R., Kocairi, C., Arslantaş, H. ve Söylemez, B. (2020). Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Etkileyen Faktörler. *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(1), 19-28.

Zafer, R. ve Baltacı, Ö. (2021). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Bilinçli Farkındalık Ve Can Sıkıntısı Düzeylerinin İncelenmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi.

## İnternet Kaynakları

BBC News Türkçe, (6 Haziran 2024). *Dünya Tütünsüz Günü: WHO Raporuna Göre Türkiye 'de Tütün Kullanan Erkeklerin Oranı Azalırken Kadınların Oranı Artıyor.*

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-61645103#:~:text=T%C3%BCrkiye%20OECD%20%C3%BClkeleri%20aras%C4%B1nda%2015,n%C3%BCfusun%20y%C3%BCzde%2028'ini%20olu%C5%9Fturuyor>

Data Reportal, (12 Aralık 2023). *Digital 2023: Global Overview Report.*

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

Data Reportal, (6 Mayıs 2024). *Digital 2021: Turkey.*

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey>

Data Reportal, (6 Mayıs 2024). *Digital 2020: Turkey.*

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>

Emniyet Genel Müdürlüğü Narkotik Suçlarla Mücadele Başkanlığı, (2 Mayıs 2024).

*2023 Türkiye Uyuşturucu Raporu. İçişleri Bakanlığı.*

[https://www.narkotik.pol.tr/kurumlar/narkotik.pol.tr/TUB%C4%B0M/Ulusal%20Yay%C4%B1nlar/2023\\_TURKIYE\\_UYUSTURUCU\\_RAPORU.pdf](https://www.narkotik.pol.tr/kurumlar/narkotik.pol.tr/TUB%C4%B0M/Ulusal%20Yay%C4%B1nlar/2023_TURKIYE_UYUSTURUCU_RAPORU.pdf)

TDK, (26 Mart 2024). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri.* <https://sozluk.gov.tr/>

TÜİK, (24 Mayıs 2024). *2023 Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Araştırması.*

[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407)

Türkiye Psikiyatri Derneği, (6 Haziran 2024). *Nikotin (Sigara) Bağımlılığı.*

<https://psikiyatri.org.tr/halka-yonelik/46/nikotin-sigara-bagimliliği>

WM Aracı, (20 Mayıs 2024). *Web Nedir? Web Siteleri ve Kayıt*. wmaraci.com/nedir/web

We Are Social, (20 Mayıs 2024). Dijital 2024.

<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/>

Yeşilay, (26 Mart 2024). *Bağımlılık Nedir?*.

<https://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/bagimlilik-nedir>

## Ek 1: Kişisel Bilgi Formu

Merhaba,

Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği Bölümünde Yüksek Lisans yapmaktayım. Aşağıdaki kişisel bilgi formu ve ölçek soruları Yüksek Lisans Tezim için yapacağım çalışmada kullanılacak ve verileriniz tamamen gizli kalacaktır.

Katılımınız için teşekkür ederim.

Sema Gökoğlu

### **KİŞİSEL BİLGİ FORMU**

- |  |   |
|--|---|
| 1. Cinsiyetiniz  | 6. Hangi Sosyal Paylaşım Sitesini sıklıkla kullanıyorsunuz? |
| ( ) Kız  | ( ) Twitter (X)   |
| ( ) Erkek  | ( ) Instagram   |
|  | ( ) TikTok  |
| 2. Sınıfınız?  | ( ) Facebook  |
| ( ) 9  | ( ) WhatsApp  |
| ( ) 10   | ( ) Thread  |
| ( ) 11   |   |
| ( ) 12   |   |
|  | 7. Paylaşım yapma sıklığınız nedir?                         |
| 3. Yaşınız?  | ( ) Günde 1   |
| ( ) 14   | ( ) Günde 2 ve üzeri  |
| ( ) 15   | ( ) Haftada 1   |
| ( ) 16   | ( ) Ayda 1  |
| ( ) 17   |   |
| ( ) 18 üzeri   |   |
|  | 8. Sosyal Medyayı Ne Amaçla Kullanıyorsunuz?                |
| 4. Günde Kaç Saat İnternet Kullanıyorsunuz?                              | ( ) Sosyalleşmek  |
| ( ) 2 saatten az   | ( ) Sohbet Etmek  |
| ( ) 2-4 saat   | ( ) Yeni insanlarla tanışmak                                |
| ( ) 4-6 saat   | ( ) Yer bildirimini yapmak                                  |
| ( ) 6 saat ve üzeri  | ( ) Fotoğraf paylaşmak                                      |
|  |   |
| 5. İnternet Kullanım Sürenizin Kaç Saatini Sosyal Medyaya Ayırıyorsunuz? | 9. Akademik Not Ortalamanız Nedir?                          |
| ( ) Tamamını   | ( ) 0-20 arası  |
| ( ) Yarısını   | ( ) 20-40   |
| ( ) Nadiren Sosyal Medya Kullanıyorum                                    | ( ) 40-60   |
| ( ) 2 saatten az   | ( ) 60-80   |
| ( ) 2-4 saat   | ( ) 80-100  |
| ( ) 4-6 saat   |   |
| ( ) 6 saat ve üzeri  |   |

## Ek 2: İnternet Bağımlılık Ölçeği

Lütfen aşağıdaki ifadelerde belirtilen durumları ne sıklıkta yaşadığınızı belirtiniz. Lütfen her ifade için sadece bir seçeneği işaretleyiniz ve hiçbir ifadeyi boş bırakmayınız.  
“1” Hiçbir zaman “2” Nadiren “3” Bazen “4” Sıklıkla “5” Her zaman

1. Hangi sıklıkla planladığınızdan daha fazla internette kalırsınız?	1	2	3	4	5
2. Hangi sıklıkla ailenizle ilgili işleri ihmal ederek internette daha fazla zaman harcarsınız?	1	2	3	4	5
3. Okul veya ders ile ilgili çalışmalarınız hangi sıklıkta internette harcadığınız süre yüzünden zarar görmektedir?	1	2	3	4	5
4. Birileri internette ne yaptığınızı sorduğunda hangi sıklıkta sır gibi saklar veya savunmaya geçersiniz?	1	2	3	4	5
5. Birileri siz internette iken canınızı sıkarsa hangi sıklıkta onları tersler, onlara bağırır ve öfkeli davranırsınız?	1	2	3	4	5
6. Hangi sıklıkta gece internette harcadığınız süre yüzünden uykusuz kalırsınız?	1	2	3	4	5
7. İnternete bağlı değilken hangi sıklıkla internetle avunur veya internete bağlı olduğunuzun hayalini kurarsınız?	1	2	3	4	5
8. İnternette iken hangi sıklıkta kendinizi “birkaç dakika daha” derken bulursunuz?	1	2	3	4	5
9. Hangi sıklıkta internette harcadığınız zamanı azaltmak için uğraşırsınız ve başarısız olursunuz?	1	2	3	4	5
10. Ne kadar süre internette olduğunuzu hangi sıklıkta saklamaya çalışırsınız?	1	2	3	4	5
11. Hangi sıklıkta başkalarıyla dışarı çıkmak yerine internette daha fazla zaman harcamayı tercih edersiniz?	1	2	3	4	5
12. İnternete bağlanamadığınızda hangi sıklıkta kendinizi bunalımda, karamsar ve sınırlı hissedip, internete bağlandığınızda bu şikayetlerinizin hemen geçtiğini görürsünüz?	1	2	3	4	5

### Ek 3: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği

Aşağıdaki sorulara son bir yıldaki davranışlarınıza göre “**Evet**” veya “**Hayır**” şeklinde cevap veriniz.

Son bir yılda;	Evet	Hayır
1. Sürekli olarak, kendinizi sosyal medyaya tekrar girebileceğiniz andan başka bir şey düşünemez halde buldunuz mu?		
2. Sürekli olarak, sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istediğiniz için kendinizi mutsuz hissettiniz mi?		
3. Sosyal medyayı kullanmadığınız zaman çoğu kez kendinizi kötü hissettiniz mi?		
4. Sosyal medyada daha az zaman geçirmeye çalıştığınız ancak bunda başarılı olamadığınız oldu mu?		
5. Sosyal medyayı kullanma istediğinizden dolayı diğer etkinliklerinizi (spor, hobiler vs) sürekli olarak ihmal ettiniz mi?		
6. Sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı diğer insanlarla sürekli olarak tartışmalarınız oldu mu?		
7. Sosyal medyada geçirdiğiniz süre hakkında ebeveynlerinize (anne-baba) veya arkadaşlarınıza sürekli olarak yalan söylediniz mi?		
8. Olumsuz duygularınızdan kaçmak için sık sık sosyal medyayı kullandınız mı?		
9. Sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı ebeveynleriniz, kız veya erkek kardeşleriniz ile ciddi çatışmalarınız oldu mu?		

## Ek 4: Milli Eğitim Bakanlığı Araştırma İzni



T.C.  
İSTANBUL VALİLİĞİ  
İl Millî Eğitim Müdürlüğü



Sayı : E-59090411-44-97047701  
Konu : Anket ve Araştırma İzni (Sema GÖKOĞLU)

19.02.2024

MARMARA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE  
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)

İlgi : a) Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü'nün 21.01.2020 tarihli ve 2020/2 sayılı genelgesi.  
b) Valilik Makamının 16.02.2024 tarihli ve E-59090411-20-96884977 sayılı olunu.

Valilik Makamının Anket ve Araştırma İzni konulu ilgi (b) oluru ve kullanılması uygun görülen ölçme araçlarının Müdürlüğümüzce mühürlenmiş örnekleri ekte gönderilmiştir.

İlgi (a) genelgenin 28. maddesinde; "Araştırma uygulama izni alan kamu kurum ve kuruluşları, uluslararası kuruluşlar, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve araştırmacılar tamamladıkları bilimsel araştırma ile ilgili sonuç raporlarını, izni aldıkları ilgili birime çalışma bitiminden itibaren 30 gün içerisinde göndereceklerdir." ifadesi yer almaktadır.

Olur gereğince işlem yapılması ve araştırma sonuç raporunun ekte sunulan örneğe göre Müdürlüğümüz Strateji Geliştirme Şubesine gönderilmesi hususlarında gereğini arz ederim.

Ayşe Nur ÇALIKÇI  
İl Millî Eğitim Müdürü a.  
Şube Müdürü

Ek:  
1- Valilik Oluru (1 Sayfa)  
2- Rapor Örneği  
3- Ölçekler

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Adres : Binbirdirek Mah. İmran Öktem Cad.No: 1 Sultanahmet Fatih İstanbul Belge Doğrulama : <https://www.turkiye.gov.tr/meb-ebys>  
Telefon : 0212 384 36 32 Bilgi için : Aykut ÇELİK  
E-posta : [stratejigelistirme34@meb.gov.tr](mailto:stratejigelistirme34@meb.gov.tr) İrtisam : Büro Hizmetleri  
Kep Adresi : [meb@hs01.kep.tr](mailto:meb@hs01.kep.tr) İnternet Adresi : <http://istanbul.meb.gov.tr/>

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksicemi.meb.gov.tr/sifresinden> 35r4-bf76-3794-8f93-fa61 kodu ile testi edilebilir



## Ek 5: İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formu Ölçek İzni

İlt: Young İnternet Bağımlılığı Testi Kısa Formu-Kullanım İzni Σ Gelen Kutusu x ✕ 🖨 🔗



yasin demir <[REDACTED]>  
Alıcı: ben ▾

📧 12 Eki 2023 Per 10:56 ☆ 😊 ↩ ⋮

Merhabalar,  
Öncelikle çalışmanızda kolaylıklar diliyorum. İnternet bağımlılığı ölçeğini çalışmanızda kullanmanızdan memnuniyet duyarız. İnternet bağımlılığı ölçeğinin makalesini, ölçek maddelerini ve ilgili diğer çalışmaları ekte gönderiyorum.

İyi çalışmalar

## Ek 6: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği İzni

### Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği > Gelen Kutusu x



**Sema UÇAR**

İbrahim Hocam Merhaba Ben Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü BÖTE anabilim dal



**İbrahim taş**

Alici: ben ▼

Merhaba Sema

Ölçeği kullanman beni memnun edecektir. Ölçek maddeleri ile güvenilirlik geçerlik bilgileri ektedir.

İyi çalışmalar