

T.C
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
BAĞIMLILIK PSİKOLOJİSİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK
DÜZEYLERİ, SOSYAL MEDYA KULLANIM AMAÇLARI VE BAĞLANMA
STİLLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
MUSTAFA KAPLAN

GAZİANTEP- 2019

T.C
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
BAĞIMLILIK PSİKOLOJİSİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK
DÜZEYLERİ, SOSYAL MEDYA KULLANIM AMAÇLARI VE BAĞLANMA
STİLLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ


YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
MUSTAFA KAPLAN

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. HANNA R. SCHERLER

GAZİANTEP - 2019

KABUL VE ONAY

	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE YÜKSEK LİSANS KABUL VE ONAY FORMU
---	--

Psikoloji Anabilim Dalı Bağımlılık Psikolojisi Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi **Mustafa Kaplan** tarafından hazırlanan “ Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri, Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.” başlıklı tez 03.09/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu **başarılı** bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Görevi

Unvanı, Adı ve Soyadı

İmzası:

Kurumu/Üniversitesi

**Tez Danışmanı / Jüri
Başkanı**

Prof. Dr. Hanna R. Scherler
Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Jüri Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi. Mediha Ömür
Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Jüri Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi ilkmen Yasemin Sohtorik
Yeditepe Üniversitesi



Bu tez Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.

.....
Enstitü Müdürü

TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri, Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı çalışmanın tarafımda, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım. 03/09/2019

Gaziantep, 2019

Mustafa Kaplan

ÖNSÖZ

Teknolojik gelişmelerin hız kazanması ile birlikte iletişim teknolojindeki gelişmeler literatüre “internet, çevrimiçi iletişim, sosyal medya vb.” yeni kavramlar girmesini sağlamıştır. Son yıllarda yaşanan iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, beraberinde birçok problemin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, teknoloji bağımlılığı, telefon bağımlılığı gibi birçok ilişkiisel araştırmanın yapıldığı görülmüştür. Literatüre katkı sağlayacağı düşünülen; sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri ilişkisi ile risk faktörleri değişkenlerinin inceleniyor olması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Bu çalışma sırasında destekleri esirgemeyen, çalışmayı tamamlamamda görüş bilgi ve tecrübesi ile katkıda bulunan değerli tez danışmanım Prof. Dr. Hanna R. SCHERLER’e çok teşekkür ederim. Ayrıca eğitim hayatım boyunca bana emek veren tüm hocalarıma üniversite ve bölüm çalışanlarına yardımları için teşekkür ederim. Yüksek lisans eğitimim boyunca verdiği desteklerle bu süreci tamamlamamda emeği olan Gaziantep Üniversitesi Sağlık Kültür ve Spor Dairesi Başkanı Mehmet İŞBİLİR’e ve iş arkadaşlarıma teşekkür ederim. Veri uygulama sürecinde destek olan Gaziantep Üniversitesi yönetimine, hocaları ve öğrencilerine sağladıkları imkânlardan dolayı teşekkürü bir borç bilirim. Veri girişi ve uygulama esnasında bilgi ve tecrübesini, veri analizinde desteklerini esirgemeyen kuzenim Öğr. Gör. Metin SÜRME ’ye ayrıca teşekkür ederim.

Üzerimde emekleri olan, yaşamım boyunca gösterdikleri maddi manevi destek ile her anımda yanımda olan, varlıkları sayesinde güç bulduğum aileme, arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunuyorum. Yapmış olduğum bu çalışmayı, eğitimin önemini her zaman bana aşlamaya çalışan ve mezuniyetimi göremeden vefat eden dedem Mehmet Aslan’a, yaşamım boyunca emek kavramının değerini ve anlamını bana öğreten, örnek olan anne ve babama ithaf ediyorum...

Mustafa KAPLAN

Gaziantep, 2019

ÖZET

Bu çalışmada, sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bununla beraber sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri ilişkisinin alt boyutlarının çeşitli sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini 2017/2018 yılında Gaziantep Üniversitesi'nde eğitim/öğretim gören 391 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcılara sosyo-demografik bilgi formu, sosyal medya kullanım amaçları ölçeği, sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve bağlanma stilleri ölçeği uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre sosyal medyayı kullanım amaçlarına bakıldığında eğitim, arkadaşlık bilgi amaçlı kullanıldığı görülmüştür. Sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stillerinin alt boyutları arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stillerinin alt boyutlarının demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya bağımlılık düzeyleri, sosyal medya kullanım amaçları, bağlanma stilleri, internet.

ABSTRACT

The aim of this study was to evaluate the relationship between social media usage, social media addiction and attachment styles. In addition, the possibility of some sociodemographic variables accounting for the relationship between the subdimensions of social media usage goals, social media addiction and attachment styles was also investigated. The sample of the study consists of 391 students studying at Gaziantep University in 2017/2018. Socio-demographic information form, social media use purpose scale, social media addiction scale and attachment styles scale were applied to the participants. According to the results, it is seen that social media is used for education and friendship information purposes. There was a positive and statistically significant relationship between social media use goals, social media addiction and sub-dimensions of attachment styles. It was determined that the sub-dimensions of social media use purposes, social media addiction and attachment styles did not show significant differences according to demographic variables.

Keywords: Social media addiction levels, social media usage purposes, attachment styles, internet.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.1.1 Problem Cümlesi.....	2
1.1.2 Alt Problemler.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı.....	3
1.3. Araştırmanın Önemi ve Teorik Modeli.....	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	4
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5

İKİNCİ BÖLÜM

İLGİLİ LİTERATÜR ve ARAŞTIRMALAR.....	6
2.1. Teknolojinin Gelişimsel Süreci.....	6
2.1.1. Bağımlılık.....	13
2.1.1.1. Davranışsal bağımlılıklar.....	14
2.1.1.1.1. İnternet Bağımlılığı.....	15
2.1.1.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	17
2.2. Bağlanma Stilleri.....	18

2.2.1. Bağlanma Biçimleri.....	19
2.2.1.1. Dörtlü Bağlanma Modeli.....	19
2.2.1.1.1. Güvenli Bağlanma.....	20
2.2.1.1.2. Kayıtsız Bağlanma	20
2.2.1.1.3. Saplantılı Bağlanma	21
2.2.1.1.4. Korkulu Bağlanma	21
2.3. İlgili Araştırmalar	21
2.3.1. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik İlgili Araştırmalar	22
2.3.2. Bağlanma Stillerine Yönelik İlgili Araştırmalar	25

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM	27
3.1. Araştırma Modeli	27
3.2. Evren ve Örneklem.....	27
3.3. Veri Toplama Araçları.....	28
3.3.1. Demografik Bilgi Formu	28
3.3.2. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Anketi	28
3.3.3. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-Yetişkin Formu.....	29
3.3.4. İlişki Ölçekleri Anketi.....	29
3.4. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması	29
3.5. Veri Analiz Teknikleri.....	30

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM	32
4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular	32
4.2 Sosyal Medya Kullanım Amacı Faktör Analizine Yönelik Bulgular	34
4.3. Sosyal medya bağımlılığı Faktör Analizine Yönelik Bulgular	37

4.4 Bağlanma stili Faktör Analizine Yönelik Bulgular	40
4.4. Katılımcıların Fark Testlerine Yönelik Bulgular	43
4.3. Korelasyon Testlerine Yönelik Bulgular	49
4.3. Regresyon Testlerine Yönelik Bulgular	51

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA	53
5.1. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma Stillерinin Sosyo-Demografik Bulgularına Yönelik Tartışılması.....	53
5.2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma Stillерinin Alt Boyutlarına Yönelik Regresyon Testi Bulguları.....	57

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ ve ÖNERİLER	59
6.1. Sonuçlar.....	59
6.2 Öneriler.....	60

KAYNAKÇA	63
-----------------------	-----------

EKLER	71
Ek-1 Bilgilendirme Metni ve Demografik Form	71
Ek 2 Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği.....	74
Ek 3 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	75
Ek 4 İlişkiler Ölçeği.....	76
Ek-5 Etik Kurul Onay Formu	77
Ek-6 Ölçek Uygulama İzin Yazısı	78

TABLolar LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. Web 1,0' dan Web 2,0' a Geçiş Süreci	7
Tablo 2. TÜİK Bilgisayar ve İnternet Kullanım İstatistikleri (Tuik, 2005-2017).....	8
Tablo 3. Cronbach Alpha (α) Katsayısının Aralık Değerleri (Akgül ve Çevik, 2003:75)	30
Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular	32
Tablo 5. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Bulgular.....	33
Tablo 6. Sosyal Medya Kullanım Amacı Faktör Analizi Sonuçları.....	35
Tablo 7. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ortalamaları	36
Tablo 8. Sosyal Medya Bağımlılığı Faktör Analizi Sonuçları	38
Tablo 9. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Ortalamaları	39
Tablo 10. Bağlanma Stilleri Faktör Analizi Sonuçları	41
Tablo 11. Katılımcıların Bağımlılık Stilleri Ortalamaları	42
Tablo 12. Verilere İlişkin Skewness ve Kurtosis Katsayılarına İlişkin Bulgular	43
Tablo 13. Katılımcıların Cinsiyetine Yönelik Fark Testi Bulguları	44
Tablo 14. Katılımcıların Eğitim Değişkenine Yönelik Fark Testi Bulguları	45
Tablo 15. Katılımcıların Gelir Düzeyi Değişkeni Karşılaştırmasına Göre Fark Testi Bulguları	46
Tablo 16. Farklılığın Hangi Gelir Düzeyinde Olduğunu Belirlemeye Yönelik Post Hoc Testlerinden LSD Testi Bulguları	47
Tablo 17. Katılımcıların Yaş Değişkeni Karşılaştırması Fark Testi Bulguları	48
Tablo 18. Farklılığın Hangi Yaş Düzeyinde Olduğunu Belirlemeye Yönelik Post Hoc Testlerinden LSD Testi Bulguları	49
Tablo 19. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı İle Bağlanma Stillерinin Alt Boyutları ve Sosyal Medya Kullanım Amaçları Alt Boyutlarına Yönelik Korelasyon Testi Bulgular	50

Tablo 20. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığını Yordayan Değişkenlerin Belirlenmesine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları	51
---	-----------



ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1. Araştırmanın Teorik Modeli	4
Şekil 2. Bartholomew ve Horowitz'in Bağlanma Modeli.....	20



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Yaşamın her alanında olduğu gibi teknolojik gelişmeler insanların davranışlarını, iletişim şeklini, algısını, düşünme biçimini, zaman yönetimini hatta kültürlerini etkilemektedir. Bilgisayarın icadı ve web 2,0 tabanlı sistemlerin ortaya çıkışı ile birlikte internet, insanların yaşam şeklini de değiştirmiştir. Hızlı bir değişim ve dönüşüm yaşayan teknoloji, giderek artan istekler ve ihtiyaçlar farklı iletişim araçlarının da ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu iletişim araçları günümüzde popülerliği artan internet ve sosyal medya siteleridir. Bilgiye ulaşmak, eğlenmek, iletişim kurmak gibi konular internetin başrole geçmesine neden olmuştur (Solmaz vd., 2013:24). İnternetin insan yaşamına sunduğu ve bu araştırmanın da konusu olan hizmetlerden bir tanesi de “sosyal medya” kavramıdır. İnsan yaşamında önemli bir yer alarak yaygınlaşan sosyal medya siteleri ve uygulamalarını kullanan kişi sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu kavram, ortaya çıkışı ile birlikte insan yaşamının önemli parçalarından biri olmuştur. Bu siteler ve uygulamalar sayesinde insanlar dünyada olup bitenler hakkında kısa sürede haber alabilmekte, bilgiye kolay ve hızlı erişebilmekte, arkadaşlarıyla veya hiç tanımadığı kişilerle iletişim kurabilmektedir. Yazılarını, fotoğrafları, gittiği yerleri, anlık bilgileri, ürün reklamlarını sosyal medya ile paylaşabilmektedir.

Kullanıcıların internette geçirdikleri vaktin büyük bir kısmını sosyal medya uygulamaları almaktadır. Sosyal medya kullanımının kolay olması, çeşitliliğin olması, farklı bakış açılarına sahip kişilerin daha özgür ve kolay bir şekilde bu platformlarda yer edinebilmelerini sağlamıştır (Bedir ve Gülcü, 2016:70). Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın problem durumu, amacı ve önemi, problem cümlesi, alt problemler, sayıtlar, sınırlılıklar ve tanımlara yer verilmiştir.

1.1. Problem Durumu

İçinde bulunduğumuz ve gelişmekte olan değişen dünya sistemi, hayatımızın her alanını etkilemektedir. Sadece siyasi, ekonomik veya kültürel anlamda değil, aynı zamanda özellikle yeni teknolojilerdeki değişiklikler insanların psikolojisini etkilemekte ve getirdiği değişiklikler günümüz araştırmaların en yaygın konuları arasında yer almaktadır (Akter, 2014:456). Günümüzde iletişim teknolojilerinde yaşanan yeni gelişmeler ve ilerlemeler

bilgisayar, internet, sosyal medya, sanal dünya vb. birçok yeni kelimenin medya literatüründe dilimize girmesine yol açmıştır. Yeni oluşan bu teknoloji alanındaki gelişmeler sosyal-kültürel ve sosyo-ekonomik olarak da değişim ve dönüşüme sebep olmuştur (Başlar, 2013:2). Dünyadaki teknolojiye bağlı olarak gelişen her teknoloji ürünü, insanlar üzerinde sosyal ve toplumsal dönüşümlerin meydana gelmesine sebep olmaktadır. Bununla beraber gelişen iletişim teknolojileri, toplumsal alışkanlıkların, kültürlerin, iş yaşamlarının ve eğitim sistemlerinin üzerinde değişimler yaratmaktadır. Modernizm akımının etkilerinin gözükmeleriyle birlikte ortaya çıkan yeni yaşam stilleri, gelenekselleşmiş toplumsal düzenin farklılaşmasına ve değişim yaşayarak kaybolmasına sebep olmaktadır. Modernleşme ile birlikte ortaya çıkan değişimler ve dönüşümler, geleneksel dönemlere özgü olan değişim süreçlerine göre daha etkili olmuştur (Karagülle ve Çaycı, 2014:1).

1.1.1 Problem Cümlesi

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri, sosyal medya kullanım amaçları ve bağlanma stilleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

1.1.2 Alt Problemler

1. Sosyal medya kullanım amaçları cinsiyet değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
2. Sosyal medya bağımlılığı cinsiyet değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
3. Bağlanma stilleri cinsiyet değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
4. Sosyal medya kullanım amaçları eğitim seviyelerine (ön lisans, lisans) göre farklılaşmakta mıdır?
5. Sosyal medya bağımlılığı eğitim seviyelerine (ön lisans, lisans) göre farklılaşmakta mıdır?
6. Bağlanma stilleri eğitim seviyelerine (ön lisans, lisans) göre farklılaşmakta mıdır?
7. Sosyal medya kullanım amaçları gelir düzeyleri değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
8. Sosyal medya bağımlılığı gelir düzeyleri değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
9. Bağlanma stilleri gelir düzeyleri değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
10. Sosyal medya kullanım amaçları yaş değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

11. Sosyal medya bağımlılığı yaş değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
12. Bağlanma stilleri yaş değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
13. Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları nelerdir?
14. Katılımcıların sosyal medya kullanım saatleri nelerdir?
15. Katılımcıların sosyal medya kullanım araçları nelerdir?
16. Katılımcıların sosyal medya kullanım mecraları nelerdir?
17. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri nedir?
18. Sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma stilleri arasında bir ilişki var mıdır?
19. Sosyal medya kullanım amaçları ile bağlanma stilleri arasında bir ilişki var mıdır?
20. Sosyal medya kullanım amacı ile sosyal medya bağımlılığı arasında bir ilişki var mıdır?

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının, sosyal medya kullanım amaçlarının ve bağlanma stillerinin arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bununla beraber öğrencilerin yaş, eğitim, gelir, cinsiyet gibi demografik değişkenler ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki incelenmiştir. Benzer şekilde öğrencilerin yaş, eğitim, gelir, cinsiyet gibi demografik değişkenler ile sosyal medya kullanım amaçları ve bağlanma stilleri arasında bir ilişki olup olmadığı da araştırılmıştır.

Araştırmanın amacı kapsamında geliştirilen hipotezler aşağıda listelenmiştir:

H₁: Sosyal medya bağımlılığı ile güvenli bağlanma stili arasında negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Sosyal medya bağımlılığı ile korkulu bağlanma stili arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Sosyal medya bağımlılığı ile saplantılı bağlanma stili arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

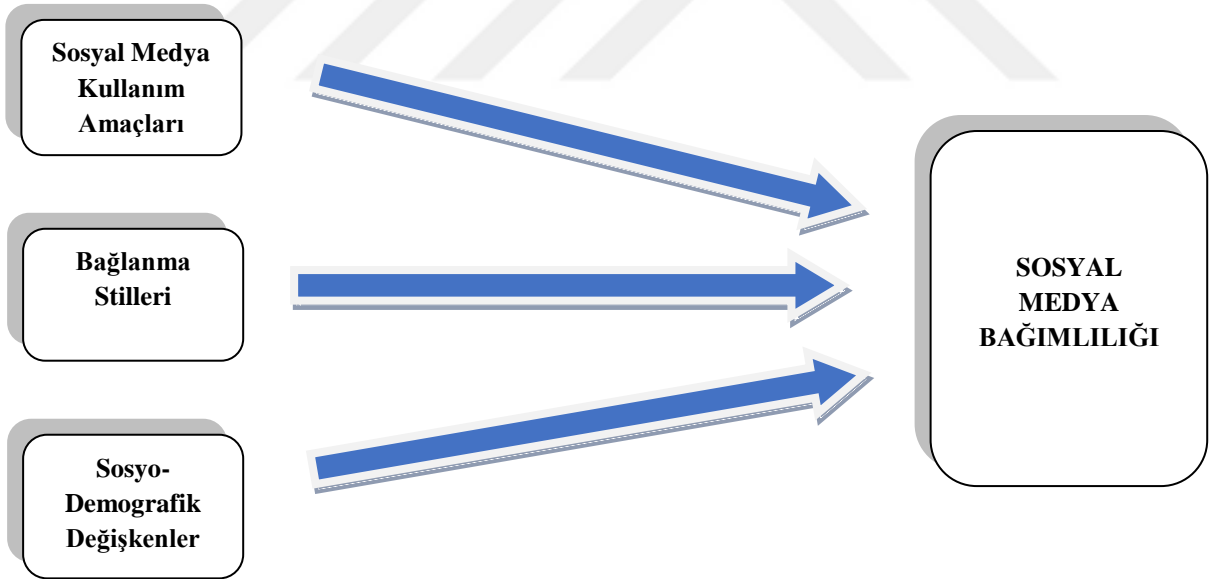
H₄: Sosyal medya bağımlılığı ile kayıtsız bağlanma stili arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Sosyal medya bağımlılığı ile tanıma ve tanınma amaçlı kullanım arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanım arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

1.3. Araştırmanın Önemi ve Teorik Modeli

Sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri arasında ilişki olduğu düşünülerek yapılan alanyazın taramasında teknoloji bağımlılığı, internet bağımlılığı, problemlili cep telefonu kullanımı gibi çalışmaların olduğu görülmektedir. Ancak sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri ilişkisinin birebir incelendiği çalışmalara ender rastlandığından yapılan bu çalışmanın var olan eksikliği gidereceği ve alanyazına katkı sağlayarak yeni araştırmalara da kaynaklık edeceği düşünülmektedir. Bununla beraber çalışmada ele alınan risk faktörlerinin (kullanım saati, kullanılan cihazlar vs.) de alanyazına katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Bu sebepler araştırmanın gerekliliğini ve önemini de ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stillerinin ileride oluşacak problemlere karşı alınacak önlemler için de yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Birçok yönden daha sağlıklı insanların yetişmesi ve teknolojinin kişilerarası iletişime katkıda bulunması umut edilmektedir. Bu amaç doğrultusunda oluşturulan araştırmanın teorik modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Teorik Modeli

1.4. Araştırmanın Varsayımları

- Çalışmanın örnekleminin evreni temsil ettiği varsayılmaktadır.
- Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanım amaçları ve bağlanma stillerinin bilimsel olarak ölçümlenebilen kavramlar olduğu varsayılmıştır.
- Tüm katılımcıların anket sorularını içtenlikle ve doğru olarak cevapladığı varsayılmıştır.
- Çalışmada kullanılan anket formunun, araştırmanın amaçları doğrultusunda uygun verilerin toplanmasında aranılan şartları taşıdığı varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapılan bu araştırma; Gaziantep Üniversitesi 2017 – 2018 yılı eğitim-öğretim döneminde aktif okul yaşantısına devam eden öğrenciler ile sınırlıdır. Bu sebeple benzer özelliklere sahip kişilere genellenmesi uygundur. Örneklem grubu evreni temsil edecek sayıda olsa bile belirli bir eğitim seviyesine sahip topluluğa yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle kullanılan ölçeklerin farklı kurum ve alanlarda (kadın sığınma evi, hapishane, yaşlı bakım evleri, yetiştirme yurtları gibi) popülasyonlara uygulanmasında farklı sonuçlar ortaya çıkabileceği düşünülmektedir.

Sosyal bilimler alanında yapılan çok sayıda çalışmada olduğu gibi bu çalışma da bazı sınırlılıklara sahiptir. Araştırma verilerinin sadece Gaziantep Üniversitesi öğrencilerinden elde edilmiş olması en önemli sınırlılığdır. Araştırmanın tez süresince yapılan alanyazın taraması ile sınırlı olması da bir diğer önemli sınırlılığdır. Daha detaylı ve uzun zamanlı bir alanyazın taraması araştırmanın önemini de ortaya koyacaktır. Sözü edilen bu sınırlılığa rağmen bu araştırma, öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılıkları hakkında bilgi vermekte ve gelecekte yapılacak çalışmalara referans olacağı düşünülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

İLGİLİ LİTERATÜR ve ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde ilk olarak teknolojinin gelişimsel süreci detaylı şekilde incelenerek aktarılmıştır. Bununla beraber internet, internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, davranışsal bağımlılıklar ve bağlanma stillerine yönelik kuramlar da sırasıyla ele alınmıştır. Son olarak sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığının ve bağlanma stilleri ile ilgili alanyazındaki çalışmalara yer verilmiştir.

2.1. Teknolojinin Gelişimsel Süreci

Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte 1980'li yılların başlarında bilgisayar kavramı genel olarak kamu kuruluşlarında, üniversitelerde, özel şirketlerde, iş ve eğitim amaçlı kullanılırken 1990'lı yıllara gelindiğinde kişisel bilgisayar kullanımı artmıştır (Aytekin ve Sütçü, 2012:2). Bununla birlikte başlarda ticaret ve finans sektörlerinde, daha sonraları da kamuda kullanımın artması sosyal medya kavramının hayatımızda belirgin bir yere sahip olmasına neden olmuştur (Aytekin ve Sütçü, 2012:2). 2000'li yıllarda ise bilgisayar yoluyla iletişim yüz yüze iletişim ve kitle iletişimi gibi gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir (Köseoğlu, 2012:59). Bilgisayarların taşınabilir (dizüstüler, tabletler, akıllı telefonlar) hale gelmesi, ağırlığının azalması, boyutlarının küçülmesi, fiyat olarak kısmen daha ucuz hale gelmesi ve internet teknolojilerindeki gelişim (Web 1,0'dan Web 2,0'a geçilmesi) insanların tüketici halden üretici hale gelmelerini sağlamıştır (Köseoğlu, 2012:59). Sosyal iletişim araçları olarak tanımlanan Web 2,0'a bağlı teknolojilerin en sık tercih edilenlerinden biri sosyal medya siteleri ve uygulamalarıdır (Köseoğlu, 2012:59).

Web 1,0 ve Web 2,0 arasındaki geçiş süreci Tablo 1'de örneklerle belirtmiştir (Çemrek vd., 2014:64).

Tablo 1. Web 1,0' dan Web 2,0' a Geçiş Süreci

Web 1,0	Web 2,0
Sabit reklam alanları.	Sitedeki içeriğe göre reklam gösteren hizmetler (Google AdSense).
Fotoğrafları depolayabileceğimiz ve sadece kendi kullanımına sahip servisler (Ofoto).	Fotoğraflarınızı milyonlarca kullanıcı ile paylaşılabilen uygulamalar (Flickr, Instagram).
Kısıtlı sabit sunucuları kullanarak erişim olanağı olan dosya depolama servisleri(Akamai).	Kullanıcıların bilgisayarlarında bulunan içerikleri ortak kullanıma ve indirmeye imkân sağlayan servisler (Bittorrent).
Sabit listelerden mp3 indirmenize olanak sağlayan web siteleri (mp3.com).	Şarkı ya da şarkıcı adını yazarak farklı platformlardan mp3 indirmenize olanak sağlayan servisler (Kazaa, Napster, Emule vb.).
Ansiklopedik bilgi içeren siteler (Britannica Online).	Ansiklopedik bilginin kullanıcıların katkılarıyla aşamalı bir şekilde oluşturulduğu siteler (Wikipedia).
Kişisel web sayfaları.	Bloglar.
Akılda kalıcı domain adları seçmek.	Arama motorlarına uygunluğa dikkat etmek.
Reklamlarda sayfa görüntüleme sayısının önemli olması	Reklamlarda tıklama sayısının önemli olması.
İçerik yönetim sistemleri.	Wikiler
Klasör tabanlı dizin yapıları (taxonomy).	Anahtar kelime tabanlı etiket yapıları (tagging, folksonomy).

Kaynak: Çemrek vd., 2014: 64

2000'li yıllarda internet kullanımının yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte ADSL gibi önceki internet yayma hatlarına göre daha hızlı yayma hatlarının oluşması ve maliyetlerin azalması sadece şirketlerin değil kişisel kullanımın da artmasına neden olmuştur (Aytekin ve Sütçü, 2012:5). Ticari kuruluşlar, devlet kuruluşları, üniversiteler, organizasyonlar, oyun platformları, bu gelişmeye ayak uydurarak kendi internet sayfalarını açmaya başlamışlardır. 1994 yılında ilk internet bankacılığı sistemi kurulmuş, Pizza Hut firmasının internet siparişleri bu yıllarda başlamıştır. Firmaların çoğunluğu internete, bu yeni mecraya yatırımlarını arttırmaya başlamıştır (Arısoy, 2009:57).

Tablo 2. TÜİK Bilgisayar ve İnternet Kullanım İstatistikleri

Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı												
	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bilgisayar kullanımı	87,8	88,7	90,6	90,7	92,3	94,0	93,5	92,0	94,4	95,2	95,9	97,2
İnternet erişimi	80,4	85,4	89,2	88,8	90,9	92,4	92,5	90,8	89,9	92,5	93,7	95,9
Web sitesi sahipliği -	48,2	63,1	62,4	58,7	52,5	55,4	58,0	53,8	56,6	65,5	66,0	72,9
Hanelerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı												
	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bilgisayar kullanımı	22,9	33,4	38,0	40,1	43,2	46,4	48,7	49,9	53,5	54,8	54,9	56,6
İnternet kullanımı	17,6	30,1	35,9	38,1	41,6	45,0	47,4	48,9	53,8	55,9	61,2	66,8
Hanelerde İnternet erişimi	8,7	19,7	25,4	30,0	41,6	42,9	47,2	49,1	60,2	69,5	76,3	80,7

Kaynak: (Tuik, 2005-2017)

Türkiye araştırma ve istatistik kurumunun yaptığı araştırma sonuçları tablo 2’de gösterilmiştir. 2006 yılında Tuik’in herhangi bir araştırma verisi bulunmadığından tabloya eklenmemiştir (Tuik, 2005-2017). İnternet çok kısa bir sürede hızlı bir gelişim göstermiş ve ulaşım imkânları fazlaşmıştır. Başlarda internet erişimini sadece bilgisayar yoluyla sağlarken, günümüzde taşınabilir cihazlar ile cep telefonları tabletler gibi erişim imkânları farklılaşmış, taşınabilir iletişim teknolojileri ile birlikte internete ulaşmak yer ve mekân ayırt etmeksizin ulaşılabilir kolay bir konuma gelmiştir. İnternet kullanımının kolaylaşması ve artması, eğitimden sosyal hayata, ekonomiden bürokrasiye kadar çok farklı alanlarda değişim ve dönüşümlere sebep olmuştur. Bilgiye ulaşmak daha kolaylaştığı, iletişimde zaman ve mekân kavramlarının yok olduğu bir dönem haline gelmiştir (Filiz vd., 2014:26).

Bu dönem, Castells gibi düşünürlerin “ağ toplumu” olarak tanımladıkları bir toplumsal dönüşüme doğru gidildiği bir dönemin de başlangıcı olmuştur (Aytekin ve Sütçü, 2012:5). Sosyal medya sözcüğü ilk defa 1954 yılında Barnes tarafından, kişilerin diğerleriyle olan iletişimini açıklamak amacı ile kullanılmıştır. Barnes’e göre sosyal medya insanların kendileri için önemli olduğunu düşündüğü kişiler ile iletişim kurduğu mecralardır (Aksüt, vd., 2012:64). Sosyal medya siteleri gün geçtikçe daha popüler hale gelen ve her yaşta kullanıcının erişebildiği internet siteleridir. Yapılan araştırmalar popülerliği ve önemi artan bu

sosyal medya sitelerinin aynı zamanda birer iletişim aracı olarak kullanıldığını tespit etmiştir (Çınar, 2012:4). Günümüzde milyonlarca internet kullanıcılarını etkileyen sosyal paylaşım siteleri; sosyal medya geliştiricilerinin kullanıcı kitleye yönelik planlamalarının şekillenmesine de sebep olmaktadır. Bu durum, 18 ile 24 yaş arasındaki genç yetişkinlerin sosyal paylaşım sitelerindeki davranışlarını, beklentilerini ve etkileşimlerini daha iyi anlatmaktadır. Sosyal ağların kullanıcı grubu olan genç yetişkinlerin, sosyal medya geliştiricilerinin onlara yönelik artan çalışmalarından dolayı yakın gelecekte aktif tüketiciler olacağını düşündürmektedir (Özata, Kılıçer ve Ağlargöz, 2014). İnternet kavramı, sadece parmak hareketleri ile dünyada birçok internet kullanıcılarına ulaşma imkânı sağlayan yeni bir iletişim çeşidi olarak tanımlanmaktadır (Doğan ve Karakuş, 2015:58). Genel ve kısa bir şekilde tanımlanacak olursa sosyal medya; sosyalleşmek, diğer kişiler ile iletişim içerisinde bulunmak, insanların amaç, yaşam ve hedefleri gibi ayrıntıları birbirleri ile paylaştığı, anlık gelişmelerle aktarımların birçok farklı kişi tarafından bilinmesini sağlayan bir iletişim ortamıdır (Zelan, 2015:3). Sosyal medya takip edilmeyi ve takip etmeyi, kısacası özel bir platformda izlenilebilir olmayı getirir. Sosyal medya farklı kişilerin birbirlerinin hayatlarındaki en son gelişmelerden haberdar olmasını sağlayan bir habercidir (Zelan, 2015:3).

Modern dünya insanının çokça şikâyetçi olduğu zaman kavramı göz önüne alındığında sosyal medyanın yaşamın her alanına girmesi inkâr edilemez bir durum haline gelmiştir. Çeşitli iletişim ve ulaşımın internet yoluyla yapılabilmesi zaman kavramında tasarruf sağlamaktadır. İletişimin çoğunlukla internet yoluyla olması kişiler üzerinde birtakım olumsuz etkiler oluşmasını sağlayabilmekte, zihin ve beden arasındaki bütünlüğün tedirgin edici bir şekilde kopmasına neden olmaktadır (Karagülle ve Çaycı, 2014:2-3). İnsanlar artık alışveriş, eğitim, sağlık, bankacılık, yemek siparişi ve birçok işlemlerini çevrimiçi ortamlar sayesinde oturdukları yerden tek tuş kolaylığı ile gerçekleştirebilmektedirler (Karagülle ve Çaycı, 2014:2-3). Lev Manovich (2001), “Yeni medya nedir?” sorusunun cevabını şu şekilde vermektedir. Bilgisayardan internete, internet sitelerine, bilgisayar oyunları, sanal gerçeklik uygulamaları, dijital platformlarda yayınlanan televizyon programları, 3D filmler, elektronik kitaplar gibi birçok kavramı yeni medya olarak tanımlamıştır. Yani bilgisayar yolu ile üretilen ve paylaşılan kavramların tümü yeni medya kelimesini karşılamaktadır (Manovich, 2001). Sosyal medya, son yıllarda yapılan çalışmalarda birçok şekilde ve farklı biçimlerde tanımlanmıştır (Altunay, 2015:411). Sosyal medya sayfaları, kullanıcıların şahsi profillerini oluşturabildiği, arkadaşları ile iletişim kurabildiği ayrıca ortak noktaları olan diğer insanlarla buluşabildiği sanal alanlardır (Kuss ve Griffiths, 2011:3529).

İnsanlar, sosyal medya sitelerini iletişim kurmak ve bu siteleri kullanarak sosyal ilişkileri geliştirmek, eğlenmek veya veri alışverişi yapmak için kullanmaktadırlar (Filiz vd., 2014:26). Başlarda internete erişmek sadece bilgisayar yoluyla olurken teknolojinin ilerlemesi ile birlikte günümüze geldikçe tablet bilgisayarlar, dizüstü bilgisayarlar, cep telefonları ile sosyal medyaya ulaşım olanakları daha kolay hale gelmiş ve artmasına yol açmıştır. Mobil iletişim teknolojisinin gelişimi ile birlikte internete erişim mekân ve zaman fark etmeksizin daha kolay hale gelmiştir (Filiz vd., 2014:26). Sosyal medya olgusunu sadece tek bir internet sayfası ya da platform olarak değerlendirmemek gerekir. Sosyal medya denildiğinde günümüzde akla gelen onlarca platform bulunmaktadır (Çınar, 2012:5). İnsanlar, sosyal medya sitelerini iletişim kurmak ve bu siteleri kullanarak sosyal ilişkileri geliştirmek, eğlenmek veya veri alışverişi yapmak için kullanmaktadırlar. Ayrıca, günümüzde sosyal paylaşım ağı sitelerinin kullanıcılara bilgi sağlanmasında kritik bir rol oynadığı bilinmektedir ve insanlar çoğunlukla bilgileri işlemek ve veri alışverişi için sosyal medya kullanmaktadırlar (Akter, 2014:456).

İnternetin, tüm kullanıcılar tarafından rahatlıkla kullanılabilir kadar basit, ücretsiz ya da ucuz olması, kişilerin bilgilerini güncelleyebilmesi ve kolaylıkla irtibata girecekleri diğer kullanıcılara ulaşabilmesi, bu teknolojik gelişmeyi daha da çekici hale getirmiştir (Çınar, 2012:5). Sosyal medya uygulamaları tüm kullanıcılarına eşit mesafede durup, eşit şekilde yaklaşmaktadır. Kullanıcıların birbirlerine karşı üstünlüğünün olmaması, bir rektör ile o okulda çalışan hizmetlinin ya da evinden o platformda bulunan 10 yaşında çocuğu tamamen aynı koşullarda buluşturmaktadır. 10 yaşındaki çocuk, fakülte dekanının çok önemli bir projesi veya gönderisini kendi düşüncelerine göre yorum yapabilmekte, paylaşımda bulunabilmekte ya da engelleyebilmektedir. Sosyal medya sitelerinde kişiler arasındaki yaş, cinsiyet, eğitim, sosyal statü vb. bir farklılık olmamaktadır. Bir kullanıcı diğer kullanıcıdan daha ayrıcalıklı konuma koyulmamaktadır. İnternet siteleri için tüm kullanıcılar veridir ve bu veriler eşittir (Altunay, 2015:424). İnternette var olma çeşitleri arttıkça sosyal ağlarda daha yaygın bir hal almaya ve hayatımızda daha çok yer almaya başlamıştır. Wikipedia, Instagram, Snapchat, Swarm, Myspace, Facebook, Friendster, Flickr, Twitter, Friendfeed ve YouTube gibi sosyal medya siteleri, kullanıcıların anlık paylaşımları ile neler yaptıkları, düşündükleri, çektikleri videoları, fotoğrafları, yer bilgilerini, mekân bilgilerini paylaşabildikleri platformlar oluşmaya başlamıştır. İnternet kullanıcıları geleneksel medyanın sundukları ile yetinmeyip bu yeni medya türünde kendi içeriklerini oluşturmaya başlamışlardır. Bu içerikler içerisinde ilgi çeken içerikler kullanıcılar tarafından paylaşılarak kendi yıldızlarının oluşmasını sağlamıştır (Büyüksener, 2009:21).

Sosyal ağ siteleri, kişilere kendileri hakkında verdikleri bilgiler konusunda da büyük bir özgürlük sunmaktadır. Kişiler kendilerine sahte kimlikler yaratarak nasıl tanınmak istiyorlarsa o tür bir kimlik yaratmalarına neden olmaktadır (Karagülle ve Çaycı, 2014:4). Kişiler sosyal ağlarda var olmak, takipçi sayılarını arttırmak, tanınmak adına sahte kimlikler yaratarak yeni sosyalleşme ortamları olan bu sitelerde bulunmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının, gerçek kimlikleri ile sosyal ağlarda yarattıkları kimlikler arasında oluşan bu farklılık önemli sorunları da beraberinde getirmektedir. Gerçek kimliği ve yarattıkları sanal kimlikleri iç içe geçen kişi, bu sosyal ağlarda geçen sohbetler, oynanan oyunlar kişinin öz benliğine yabancılaşmasına hatta kendisine yabancılaşmasına neden olmaktadır. Gerçek ve sanal bir dünya arasında varlığını sürdüren kişi; gerçek ve sanal kimliği arasındaki farkı ayırt edememektedir (Karagülle ve Çaycı, 2014:4). Ocak 2009 itibarıyla, Facebook'un çevrimiçi sosyal ağ uygulamasına, 175 milyondan fazla aktif kullanıcı kayıtlı olduğu bilinmektedir (Kaplan, Haenlein, 2010:59). Bu rakam, Brezilya nüfusundan (190 milyon) biraz az ve Almanya'nın nüfusunun iki katından (80 milyon) daha fazladır! Aynı zamanda, YouTube'un video paylaşım platformuna her dakika 10 saatlik içerik yüklenmektedir (Kaplan, Haenlein, 2010:59). Resim barındırma sitesi Flickr, 300 milyondan fazla fotoğrafa erişim sağlamıştır (Kaplan, Haenlein, 2010:59). Dünya çapında ünlü Louvre Müzesi'nin 300.000 nesnenin koleksiyonuna kıyasla birçok sitenin yanında çok küçük görünmektedir (Kaplan, Haenlein, 2010:59). Zaman geçtikçe sosyal ağ platformlarını kullanan kişilerin özellikleri olarak çeşitlilik göstermesi, sosyal medya konusunu sosyal bir olgu olarak da ele alınması gerektiğini göstermektedir (Çınar, 2012:1).

Taşçı (2010), sosyal medya uygulamaları ve internet sitelerini “bloglar, mikrobloglar, sosyal ağlar, açık kaynak ansiklopediler, sosyal etiketlemeler, sosyal haber siteleri, fotoğraf paylaşımı uygulamaları, video paylaşımı uygulamaları ses ve müzik paylaşım uygulamaları, anlık mesajlaşma uygulamaları, forumlar, sanal oyunlar, sanal platformlar” şeklinde sıralamaktadır.

Yeni teknolojiler yeni riskler getirmektedir. Özellikle denetim eksikliği, bu teknolojilerin kontrolsüz tüketimi ve harcanan zaman istenmeyen sonuçlara neden olabilmektedir (Akter, 2014:456). Her türlü ortamdaki bilgiye yer ve zaman fark etmeksizin ulaşılabilirliğine erişen kişilerin iletişim modeli de küresel bir boyut kazanmaktadır. Yer ve zaman kavramının ortadan kalmış olması coğrafya engellerini aşarak; dünyanın farklı yerlerindeki kişilerle iletişim kurma özgürlüğü sağlamaktadır. Bu durum insanları dünya vatandaşı haline getirmekle birlikte; bilgisayarlara bağımlı hale getirerek yalnızlaşma, devam eden süreçte çevrelerine ve kendilerine yabancılaşma gibi problemleri de ortaya çıkarmaktadır

(Karagülle ve Çaycı, 2014:3). Bellis'e (2009) göre sosyal medya mecralarının kullanımı kişiler için günlük yapılan bir aktivite olmaya başlamaktadır. Kişiler, arkadaşlarının sosyal, mesleki ve özel hayatlarında olan bitenlerden haberdar olabilmek adına sosyal medya mecralarına bel bağlamaktadır.

Sosyal medyadaki, video ve fotoğraf paylaşım mecraları, bloglar, film siteleri, müzik paylaşım sayfaları gibi çok farklı kategorideki internet siteleri, ortak özellikleri bakımından, aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Köksal ve Özdemir, 2013:324);

1. Şahsi Hesap: Çeşitli paylaşımlar olduğu internet sayfaları çoğunlukla kişilerin şahsi bilgilerin bulunduğu hesap oluşturmalarını istemekte, bazı siteler kendi kullanıcılarını tanımayı da hedeflemektedir.

2. Çevrimiçi İletişim Kurma: Hesap açılan internet sayfalarını e-mail bağlantıları yoluyla daha önce iletişim kurulmuş kişilerle ve arkadaşlarla aynı platformda iletişim kurulabilmesini sağlamak için hatırlatma yaparak kişileri üyelik oluşturmaya yönelik teşvik etmektedir. Aynı zamanda bir çok sosyal ağ uygulaması telefon yoluyla iletişim kurmak gibi imkanlar sunmaktadır.

3. Çevrimiçi Gruplara Katılım: Whatsapp, Instagram, Twitter, LinkedIn, Facebook, MySpace ve Flickr gibi sosyal ağ uygulamalarında çevrimiçi grup oluşturmak, site üyelerini gruplara davet ederek üyelik oluşturulmasını sağlamaktadır.

4. İçeriği Paylaşmak: Birçok farklı türdeki sosyal medya mecraları, bloglar, mikrobloglar, resim, video, müzik, film vb. paylaşım siteleri kullanıcılarına oluşturdukları içerikleri arkadaşlarıyla veya diğer kişilerle paylaşım fırsatı sunmaktadır.

5. Fikir ve Yorumda Bulunma: Sosyal içerikli internet sitelerinin birçoğu, yayımlanan herhangi bir bilgi, haber, video, resim gibi içeriklere, diğer kullanıcılarının yorum yapmasına, fikir beyan etmesine izin vermektedir.

6. Bilgi Edinme: Sosyal içerikli internet siteleri genellikle çevrimiçi olduktan sonra aranan kişi, bilgi ve içeriği vermesine rağmen sitenin tercih ve özelliklerine göre çevrimdışı olarak da bu bilgiler paylaşılabilir. Örneğin Twitter, Facebook çevrim içi olmadan kişi aramalarına izin verirken, LinkedIn sadece temel anahtar kelime aramalarıyla kişi, meslek, iş, şirket ve grup bilgilerini paylaşmaktadır.

7. Kullanıcıları Sitede Tutma: Birçok sosyal içerikli internet sitesi, kullanıcılarını daha fazla sitede tutabilmek ve daha kısa sürede geri dönmelerini sağlamak amacı ile kendilerine özgü farklı özellikler geliştirmektedir. Facebook'un pazarlama amaçlı kullanılacak "Market Place" uygulaması buna örnek gösterilebilir.

Teknolojik gelişmeler başlarda bilgi erişimini, kişilerarası iletişimi veya ticari işlemleri daha kolay hale getirmek için tasarlanmış olsalar da, bazı kullanıcılar interneti yaşamlarının merkezinde bir konuma getirmişlerdir (Balcı ve Gülnar, 2009:20). İnternetin önemini ve çevrim içi internet kullanım miktarlarının dikkate değer ölçütlerde artış yaşamasıyla birlikte internet bağımlılığı da insanlarda daha sık görülür hale gelmiştir (Balcı ve Gülnar, 2009:20).

Davranışsal bağımlılık kapsamında birçok farklı alanda, bazı aşırı davranışların bağımlılık olarak kabul edilmesi konusunda tartışmalar olmuştur (örneğin, video oyun oynama, internet kullanımı, cinsellik, egzersiz, vb.) ve aynı tartışma sosyal ağ bağımlılığı için de geçerlidir (Griffiths, 2013:2). İnternet üzerindeki sosyal ağların kitlesel çekiciliği, özellikle insanların giderek daha fazla zaman harcaması ve çevrimiçi olarak geçirdiği sürenin artması, endişe verici bir aktivite haline gelmesini desteklemektedir. Kişiler internette, potansiyel olarak bağımlılık geliştirebilecekleri çeşitli ortamlarda bulunmaktadır. Bu süreçte kullanıcılar buldukları ortama bağımlı olmak yerine, çevrimiçi olarak yürüttükleri belirli aktivitelere bağımlılık geliştirmektedirler (Kuss, Griffiths, 2011:3528). Kişiler zamanlarının büyük bir çoğunluğunu sanal dünyada geçirmektedirler. Kontrol altına alamadıkları internet kullanımı; sosyal yaşamlarında, mesleki hayatlarında ve kişisel yaşamlarında problem yaşamaktadırlar (Karagülle ve Çaycı, 2014:6). Sosyal medya bağımlılığının, nihai tedavi amacı bilişsel davranışçı terapiler içinde yer alan ve geliştirilen stratejileri kullanarak internet ve ilgili işlevler, özellikle sosyal ağ uygulamalarına yönelik tekrar kullanımı engellemeye yönelik çalışmalar yapılmaktadır (Griffiths, Kuss, Demetrovic, 2014:126). Diğer bağımlılıkların aksine, sosyal medya bağımlılığı tedavisinin amacı, bugünkü mesleki ve eğlence kültürünün ayrılmaz bir unsuru olan internetin kendi başına kullanılmasından tamamen yoksun bırakılamayacağı için, klinik uygulamalar ve araştırmalar için önemli sonuçlar doğurmaktadır (Griffiths, 2013:1).

2.1.1. Bağımlılık

Bağımlılık genel kavramı ile fiziksel bir maddeye duyulan ihtiyaç olarak tanımlanmaktadır (Holden, 2001:985). Günlük alışkanlıklarına devam eden, temel ihtiyaçlarını, dikkat, bellek, öğrenme, karar verme, öğrenme gibi bilişsel aksamalar yaşamasına sebep olan, rahatsızlık seviyesinde o fiziksel maddenin kullanılmasına devam edilmesi durumudur (Düvenci 2012:47). Genel tanımı ile bağımlılık; “bir nesneye, kişiye, ya

da bir varlığa (ağaç, kuş, dinsel öğeler vs.) duyulan önlenemez istek veya bir başka iradenin güdümü altına girme durumu olarak tanımlanmaktadır” (Tarhan N. Ve Nurmedov S. 2011:36). Bu durum her ne kadar insanların özgür iradesi ile başlamış ise de, kişinin özerkliği zamanla kaybolmakta, daha önce kişinin kelime hafızasında olmayan farklı tutum ve davranışlar ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Tarhan Ve Nurmedov 2011:36). Bu sebepten dolayı sorun, bağımlı kişiyle sınırlı olmamaktadır. Yaşadığı aileyi, sosyal çevreyi ve nihayet toplumu da zaman içerisinde etkilemektedir. Bağımlılık zararlı sonuçları olmasına rağmen aslında kronik bir beyin hastalığıdır ve uyarıcı/uyuşturucu maddelerle sınırlı değildir. Alanyazında; içki, sigara ve uyuşturucu bağımlılığı dışında kumar, alışveriş, spor, siber seks ve teknolojinin de beyinde bağımlılık oluşturduğuna dair bulgular yer almaktadır (Tarhan ve Nurmedov, 2011:36). Maddeler, kimyevi uyarıcılar olduklarından beyni doğrudan etkilerken, davranışsal bağımlılıklar da beyinde iç kimyevi madde salgılatarak, madde kullanımıyla aynı etkiyi sağlamaktadır (Tarhan ve Nurmedov 2011:36).

Davranışsal bağımlılıklar olarak literatüre geçen teknoloji bağımlılıklarında kişiler, aktif (çevrimiçi bilgisayar oyunları, cep telefonu, tablet vb.) veya pasif (televizyon vb.) durumda olabilmektedir. Teknoloji araçlarının ortaya çıkardığı erişim olanağı sağlayan ses, görüntü gibi etkenler bağımlılık sürecini etkileyebilmektedirler. Teknoloji bağımlılıkları arasında sosyal medya, televizyon, cep telefonu, oyun ve internet bağımlılığı yer almaktadır. Özellikle internetin sosyal yaşamımızdaki yerinin giderek artması ile birlikte ortaya çıkan etkiler, bilgi ve iletişim teknolojilerine göre daha çok önem taşımaktadır (Günüç ve Kayri, 2010:220).

2.1.1.1. Davranışsal bağımlılıklar

Davranışsal bağımlılıklar, “kişiye veya başkalarına zarar veren bir eylemi gerçekleştirmek için bir dürtü ve ortaya çıkan güdüye karşı direnç gösterememe” durumudur (Taş, Eker ve Anlı, 2014:41). Yeni bir tanım olması ve madde bağımlılıklarına göre daha az çalışılmış olması, bu bağımlılığı açıklayan ölçütlerin hala tartışılmasına ve araştırılmasına sebep olmaktadır (Jon vd. 2010).

Davranışsal Bağımlılıklar olarak ifade edilen bu bağımlılıkları; “Sanal bağımlılık (internet), kumar bağımlılığı, cinsel bağımlılık, alışveriş bağımlılığı, istifleme bağımlılığı” şeklinde kategorize etmek mümkündür.

2.1.1.1.1. İnternet Bağımlılığı

İnternetin aşırı kullanımı sonucu ortaya çıkan “internet bağımlılığı” kavramı uluslararası literatüre ilk defa, Dr. Ivan Goldberg tarafından yollanan bir maille girmiştir (Karagülle ve Çaycı, 2014:6).

Alanyazında internet bağımlılığı kavramı ile ilgili ilk araştırmaları yapan Young (1998) internet bağımlılığı tanı ölçütlerini; Amerikan Psikiyatri Birliği (APA) tarafından yayımlanan “Ruhsal Bozukluklar Tanımsal ve Sayısal El Kitabı’ndaki “dürtüsel bozukluklar” içerisinde yer alan “patolojik kumar oynama” ölçütlerini düzenleyerek yeniden oluşturmuştur (Filiz vd., 2014:27). Diğer davranışsal bağımlılıklarda olduğu gibi, internetin kötüye kullanımı tartışmalı bir hal almıştır. Bu süreçte en zorlu görevlerden biri de kavramın kapsamlı bir tanımına ulaşmak olmuştur. Uzmanlar, bir isim üzerinde fikir birliğine varamamışlardır ancak “İnternet Bağımlılığı Bozukluğu”, “Problemlili İnternet Kullanımı”, “İnterneti Aşırı Kullanım” dahil olmak üzere, internet bağımlılığıyla ilişkili altı farklı terim önermişlerdir (Karim, R., ve Chaudhri, P. 2012:12). İnternetin de kumar oynamaya benzer şekilde bağımlılık oluşturarak sağlık sorunlarına, uyku problemlerine ve depresyona sebep olduğu ileri sürülmektedir. İnternet bağımlısı olan kişilerin internete giremediklerinde sıkıntı, endişe yaşayarak, kendilerinde eksiklik hissettiklerini hatta kendilerine kızgın hissettiklerini söylemişlerdir (Filiz vd., 2014:27).

Young’un İnternet Bağımlılığı için Önerdiği Tanı Ölçütleri: internet erişimini durmaksızın düşünmek (sürekli olarak internete erişmeyi düşünmek, internet yoluyla yapılacak eylemlerin hayalini kurmak, internet yoluyla yapılması düşünülen bir sonraki aktiviteyi düşünme, vb.) ; yeterli hissedilen zevkten dolayı zaman geçtikçe daha fazla süre internet kullanımına ihtiyaç duyma; internet erişimini kontrol etme, internet erişim sürelerini azaltma ya da tamamen terk etmeye yönelik çabaların sonuçsuz olması; internete erişimin azaltılması ya da tamamen kesilmesi durumunda huzursuzluk, çökkünlük ya da kızgınlık hissedilmesi; internete girerken planlanan süreden daha uzun süre internette kalma; fazla internet erişimi sebebi ile aile, okul, iş ve arkadaş çevresiyle problem yaşama, akademik veya iş ile ilgili bir fırsatı tehlikeye atma ya da kaybetme; çevresindeki kişilere (aile, arkadaşlar, terapist, vb.) internete erişim süreleri ile ilgili yalan söyleme; interneti yaşadığı sorunlardan kaçmak veya olumsuz duygu/düşüncelerinden (çaresizlik, suçluluk, çökkünlük, kaygı gibi) uzak kalmak amacı ile kullanma (Young, 2004:404).

Uluslararası literatürde bağımlılık teriminin kullanılma sebebi, olumsuz bir ifade oluşturmak, terk edilemeyen madde veya davranışı kontrol edememe anlamı verebilmek amaçlıdır. Bağımlılık denildiğinde ilk olarak zihinde madde bağımlılığı kavramı oluşmaktadır fakat kişiler sadece bir maddeye değil problemleri bir davranış sergilemeye de bağımlılık oluşturabilirler. Özellikle günümüze bakıldığında yemek yeme, alışveriş, televizyon izleme, bilgisayar oyunu oynama, kumar oynama gibi birçok davranışın bağımlılık yaptığı bilinmektedir (Filiz vd., 2014:27). İnternet bağımlılığında da diğer bağımlılık türleri gibi bir davranışın yapılmasına engel olunamaması durumunun oluşması ve problemleri bir kullanım ortaya çıkması bu durumun davranış tabanlı bir bağımlılık olarak ifade edilmesini sağlamıştır (Filiz vd., 2014:27). Bu noktada tartışılan konu internet bağımlısı kişiler aslında interneti başka bağımlılıklarını (oyun, kumar, alışveriş gibi) tatmin amacı ile kullanmasıdır. Bu sebep ile internet bağımlılığı teşhisinde başlarda madde bağımlılığının ölçütleri kullanılmıştır (Filiz vd., 2014:27).

İnternet bağımlılığı genel olarak, bilgisayarda internet erişimine girme amacından daha fazla zaman harcama problemi olarak açıklanmaktadır. İnternet bağımlılığının patolojik tanımı ise; internete gereğinden fazla erişim isteğinin önüne geçilememesi, internete bağlı olmadan geçirilen zamanın önemsiz olması, internet erişimi olmadığı zamanlarda aşırı sinirlilik, saldırganlık halinin olması, aile, sosyal ve mesleki yaşamında bozulmalar olmasıdır (Griffiths, 2000:414).

Patolojik internet kullanımı, kullanım amacına göre 'özgül' ve 'yaygın' olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Şenormancı vd. 2010:263). Özgül tipte internet kullanımı, çevrim içi seks, oyun, kumar, borsa takibi, alışveriş gibi özel amaçlar doğrultusunda kullanılmasıdır. Özgül internet kullanımında amaç doğrudan internet erişimi değil, bir hedef doğrultusunda internetin kullanılmasıdır. Yaygın patolojik internet kullanımının da ise hedeflenen amaç doğrudan internet kullanmaktır veya çok çeşitli kullanım amacı ya da açık bir amaç olmadan çok fazla zaman harcanması durumudur. Genellikle her an ulaşabilmek ve ulaşılabilir olma ihtiyacı vardır. Çevrim içi olduğunda hissedilen sosyal bağ ve destek duygusu çevrim içi kalmaya yönelik motivasyonun artmasına sebep olmaktadır. İnternet insanların çevresiyle olan tek bağlantısı haline gelmektedir (Şenormancı vd. 2010:263).

2.1.1.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya uygulamaları ve internet insanları yerel bir halden küresel bir hale getirmek konusunda birçok yeni kavram ortaya çıkarmıştır. İnsanlar lokal düzeyde kendi ilgi alanlarıyla ilişkilerini devam ettirmekte zorluk çekerken bu yeni mecralar sayesinde ortak ilgi alanına sahip diğer insanlarla iletişim imkânı bulmuştur (Düvenci 2012:48). Sosyal medya bağımlılığı literatürde araştırmalar yapılmış diğer davranışsal bağımlılık türleri gibi (kumar bağımlılığı, oyun bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı, internet bağımlılığı, telefon bağımlılığı) psikolojik bir problem olarak tanımlanmaktadır (Ünal, 2015:77). Sosyal medya uygulamaları internet yoluyla erişilebilen mecralar olmalarından dolayı internet bağımlılığından ayrı konumlandırılmayacağı açıktır (Ünal, 2015:77).

Sosyal medya bağımlılığıyla ilişkisi olduğu düşünülen altı faktör aşağıda sıralanmıştır (Şentürk, 2017:10).

1. Belirginlik: Bir eylemin insanların hayatındaki en önemli etkinlik haline gelerek düşüncelerini, duygularını ve davranışlarını kontrol edememesi durumudur. İnsanların sosyal medya uygulamalarında bulunmadığı zamanlarda kendilerini sosyal medya uygulamalarında olacakları zamanı düşünmekten kendilerini alamama durumu şeklinde örneklendirilebilir.

2. Duygudurum Düzenleme: İnsanların sosyal medya uygulamalarını kullanmaları sonucunda kişisel tecrübelerini ifade etmektedir. Aynı tecrübeyi farklı zaman dilimlerinde farklı duygularla baş etme durumu olarak örneklendirilebilir.

3. Tolerans: İnsanların sosyal medya uygulamalarında daha önceki vakit geçirdikleri zamanlarda yaşadığı olumlu tecrübeleri tekrar yaşayabilmek adına sosyal medya kullanımını giderek arttırması durumudur.

4. Çekilme Belirtileri: İnsanların sosyal medya uygulamalarında paylaşımda bulunmaması durumunda ortaya çıkan olumsuz düşünceleri duygulanımları ifade etmektedir.

5. Çatışma: İnsanların sosyal medya uygulamalarında yaşadıkları deneyimler sonrasında çevresi(aile, iş arkadaşları, kişisel ilişkileri gibi) veya kendisiyle yaşadığı problemleri ifade etmektedir.

6. Tekrarlama: İnsanların sosyal medya uygulamaları kullanımını azaltmak veya kullanmamak adına yaptığı girişimlerin başarısız olması yeniden kullanması durumu olarak ifade edilebilir.

2.2. Bağlanma Stilleri

Bağlanma kavramıyla ilgili öncü çalışmaları yapan psikanalist Bowlby (1973) alışmalarında bağlanmayı şu şekilde açıklamaktadır: Bağlanma, kişinin kendisi için önemli olan kişilere karşı geliştirdiği yoğun ve karmaşık duygusal bağlardır. Bowlby (1982)'e göre, bağlanma yoğun bir duygudur ve bu bağ rahatlık, güven ve destek duygusu içermektedir. Eğer kişi için herhangi tehdit oluşturan bir davranış yok ise veya bağlanma yaşadığı nesneden ayrılmaz, uzaklaşmaz ise bağlanma davranışı gerçekleşmez (Yazıcıoğlu, 2011:5).

Bağlanma davranışlarının Ainsworth ve arkadaşları (1978) tarafından yayımlanan yaklaşımına uygun olarak hem temel bağlanma boyutlarıyla hem de bağlanma stilleriyle tanımlanmasının ölüm bakımından yapılacak araştırmalarda avantajları olduğu ileri sürülmüştür (Griffin ve Bartholomew,1994:442).

Kişilerin bağlanma stillerinin oluşmasında aileler önemli bir rol üstlenmektedir. Bağlanma stillerindeki kişisel değişiklikler, çocuğun kişisel ihtiyaçlarını karşılayan ebeveynine yönelik ihtiyaç duyduğunda ulaşılabilir olup olmadığı veya yanıt veren bir konumda olup olmadığına ilişkin düşüncelerinden ortaya çıktığı açıklanmaktadır (Yıldız 2008:47). Çocuğun ihtiyaçlarına daha duyarlı ve tutarlı bir şekilde davranan ailelerin çocuklarında güvenli bağlanma stili gelişirken, duygusal ve fiziksel olarak çocuğun ihtiyaçlarını karşılamayan ailelerin çocuklarında güvensiz bağlanma stili geliştirmektedir. Yaşamın ilk yıllarında geliştirilen bağlanma ilişkisi daha sonraki dönemde yaşanacak ilişkileri de önemli lde etkilemektedir. Güvenli bağlanma stiline sahip çocukların özgüvenleri daha yüksek ve yetişkinliklerinde sosyal ve özel ilişkilerinde güvenli bağlanma davranışı gerçekleştirmektedir. Güvensiz bağlanma stili geliştiren insanlar kendilerini daha değersiz hissettikleri ve diğer insanlara karşı daha az güven duyduklarından dolayı yetişkinlik dönemlerinde kişisel ve sosyal ilişkilerinde problem yaşamakta ve uyum problemleri yaşamaktadırlar (Erözkan, 2011:61). İnsan ilişkilerinde, bireyler güven ortamının oluşmadığı veya kendilerini güvende hissetmediğinde iletişim kurmak için evrimii platformlardan iletişim kurmaya daha eğilimlidir. Çevrimiçi olmayan sosyal ilişkilerinde düşük öz yeterlilik algısına sahip olan bireyler korku, utangaçlık ve kaygı gibi ortaya çıkacak durumlardan kaçınma göstermek için kişilerin evrimii iletişim araçlarını kullandıklarını belirtmiştir (Savcı ve Aysan, 2016:403).

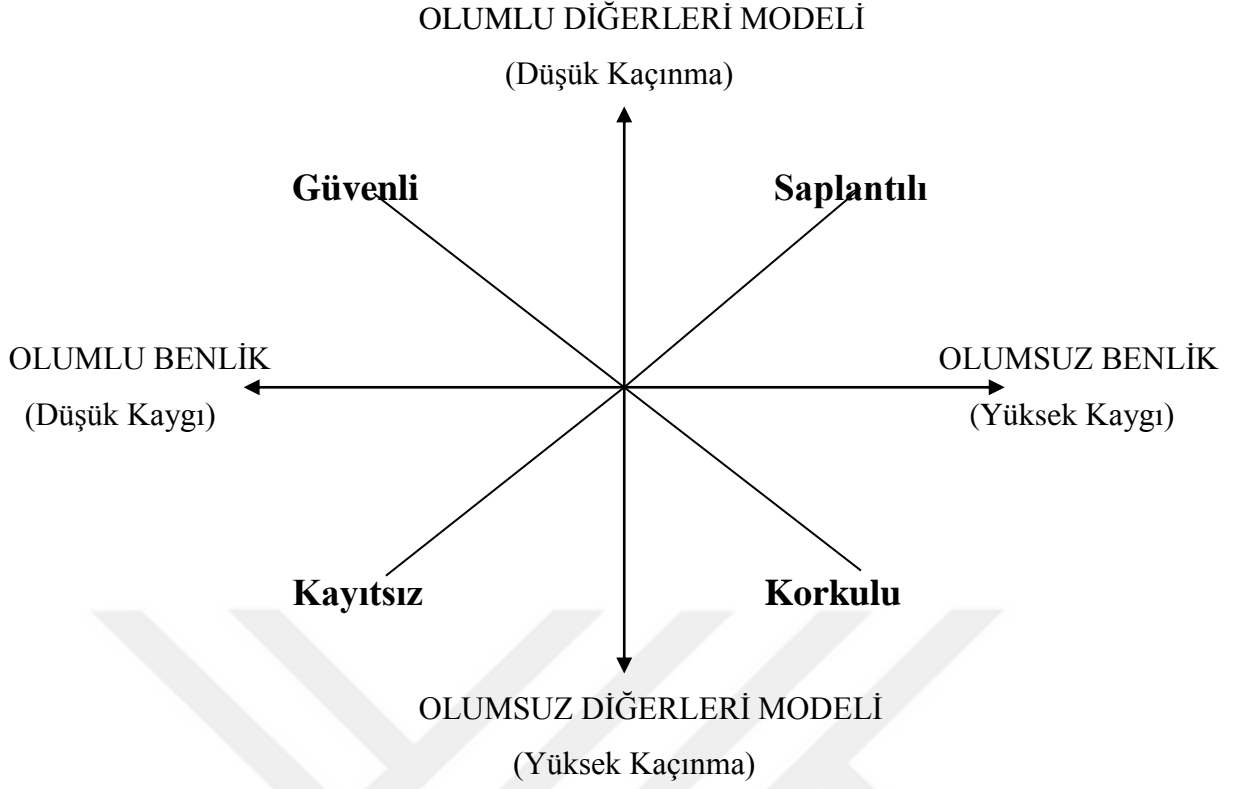
2.2.1. Bağlanma Biçimleri

Bağlanma, dünyadaki tüm memeli canlılarda doğuştan görülen, bağımsız hareket sağlayamayan bir yeni doğanın yaşama tutunmasını sağlayan evrimsel bir sistemdir. Temelde iki amacı olan bu sistemden birincisi tehlikelerden korunmak, ikincisi ise bağlanma güdüsünün sağladığı güven ile bağımsızlaşarak çevreyi güvenle keşfetmesini sağlamaktır. Bağlanma davranışları (gözlemlene, sınırlanma, ağlama, gibi) çoğunlukla birincil bağlanma nesnesinin ani kaybolması veya tehlide maruz kalınması durumlarında ortaya çıkmaktadır (Yıldızhan, 2017:67). Bağlanma ile ilişkili biçimler çeşitli gruplarda toplanabilir. Bowlby bu biçimlerin hayat boyu sürmesine “internal working model” yani içsel çalışma modeli ile açıklık getirmiştir. Bu model tehdit içeren bir durum sırasında kişinin kendisi ve çevredekilerinin tahmini davranış şekillerine uygun olan davranışı belirlemeyi amaçlayan bilişsel bir desen olarak tanımlanmaktadır. Memelilerin bağlanma biçimleri, gelişimsel süreçte oluşan karakteristik özelliklerinin bir parçasıdır. Bağlanma biçimleri ölüm, ayrılık gibi bağlanma ile ilişkili durumlarda daha açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Bretherton, Munholland., 1999:89). Canlıların ebeveynleriyle kurdukları iletişim ile şekil alan bağlanma biçimleri genel olarak yaşam boyu kuracakları ilişkilerde de tekrar edeceğini belirtmiştir (Ainsworth, 1989:711).

Bartholomew ve Horowitz (1991:226), çocuklar üzerinde yapılan çalışmalarında tanımlandıkları bağlanma stillerini, dörtlü bağlanma modeli şeklinde ifade etmiştir.

2.2.1.1. Dörtlü Bağlanma Modeli

Bartholomew ve Horowitz (1991:227) bağlanma stillerini; güvenli, kayıtsız, korkulu ve saplantılı bağlanma şeklinde tanımlamışlardır. Güvenli bağlanan kişiler kendilerine ve başkalarına karşı aynı anda pozitif bilişsel şemalar oluşturmaktadır. Korkulu bağlanan kişiler ise kendilerine ve başkalarına karşı güvenli bağlanmanın aksine olumsuz bilişsel şemalar oluşturmaktadır. Saplantılı bağlanan kişiler kendilerine karşı olumsuz bilişsel şema oluştururken başkalarına karşı olumlu bilişsel şemalar oluşturmaktadır. Kayıtsız bağlanan kişiler ise kendilerine karşı olumlu bilişsel şema oluştururken başkalarına karşı olumsuz bilişsel şemalar oluşturmaktadır (Bartholomew ve Horowitz 1991:227-228). Bartholomew ve Horowitz (1991) bağlanma modeli şekil 2 de gösterilmiştir.



Şekil 2. Bartholomew ve Horowitz'in Bağlanma Modeli

2.2.1.1.1. Güvenli Bağlanma

Olumlu benlik modeli ve olumlu diğerleri modelinin birleşimi ile oluşan güvenli bağlanma geliştiren kişilerin, yakın ilişkilerinde rahat olduğu ve öz değerlik duygusunu içselleştirdikleri bilinmektedir (Bartholomew ve Shaver, 1998: 31). Güvenli bağlanma, diğerleri modellerinin genel olarak kabul edilebilir ve uygun tepki beklentisi olduğu, sevilebilirliği, öz değerliliği yansıttığı görülmektedir (Bartholomew ve Horowitz, 1991:228).

2.2.1.1.2. Kayıtsız Bağlanma

Kayıtsız bağlanma stili, olumlu benlik modeli ve olumsuz diğer modellerin birleşiminden oluşmaktadır. Kayıtsız bağlanma stiline sahip kişiler olumsuz beklentileri olması sebebi ile yakınlık kurmaktan kaçınmaktadırlar (Bartholomew ve Shaver, 1998:31). Kayıtsız bağlanma stili, diğer kişilere karşı olumsuz tavırlar sergilemekle birlikte sevgi-öz değerlilik duygusunu ifade etmektedir. Kayıtsız bağlanma stilindeki kişiler yakın ilişkiler kurmaktan kaçınarak özerklik, incitilmeme gibi duygularını geliştirip yaşayabilecekleri olumsuz durumlara karşı korumaktadırlar (Bartholomew ve Horowitz, 1991:227).

2.2.1.1.3. Saplantılı Bağlanma

Saplantılı bağlanma stili, olumsuz benlik modeli ve olumlu diğerleri modeli birleşiminden oluşmaktadır. Saplantılı kişiler çevresindeki insanlar tarafından güven kazanmak ve kabul görmek konusunda kaygı duymaktadırlar (Bartholomew ve Shaver, 1998:19). Saplantılı bağlanma stili, diğer kişilerin olumlu değerlendirmeleri ile beraber değersizlik duygusunu ortaya çıkartmaktadır. Bu bağlanmaya sahip kişiler yakın ilişkilerinde değer görmek ve yeterliliklerini kabul ettirmek için çaba göstermektedirler (Bartholomew ve Horowitz, 1991:227-228).

2.2.1.1.4. Korkulu Bağlanma

Bu bağlanma stili aslında güvenli bağlanma stiline karşı olarak değerlendirilebilir. Bireysel değersizlik duygularıyla diğer kişilerinin güvenilmez ve reddedici duygusuna yönelik beklentileri yansıtmaktadır (Sümer ve Güngör 1999:76). Korkulu bağlanma stili, olumsuz benlik modeli ve olumsuz diğerleri modelinin birleşiminden oluşmaktadır. Korkulu bağlanma gerçekleştiren kişiler çevresindeki insanlar tarafından kabul edilmeyecekleri ve onay görmeyecekleri düşüncelerinin fazla olması yönünden saplantılı bağlanma gerçekleştiren kişilerle benzeşmektedirler. Ancak red edilmemek veya kaybetme duygusunu tatmamak için insanlar ile yakın ilişki kurmaktan kaçınmaktadırlar (Bartholomew ve Shaver, 1998:29). Korkulu bağlanma gerçekleştiren kişiler, diğer insanların güvenilmez ve reddeden kişiler olabileceği düşüncesi yüzünden kendilerine karşı sevgi beslemeyecekleri düşüncesi ile değersizlik duygusuna kapılmaktadırlar. Bu bağlanma stili çevresindeki insanlarla yakın ilişkiler kurmaktan kaçınarak kendilerini reddedilme ihtimaline karşı korumaya çalışmaktadırlar (Bartholomew ve Horowitz, 1991:228).

2.3. İlgili Araştırmalar

Yapılan literatür taraması sonucunda ulusal ve uluslararası alan yazında bağlanma stilleri ve teknoloji bağımlılığının alanları olan internet, sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanım amaçları akıllı telefon kullanımı gibi çalışmalar incelenmiş olup 2 ana başlıkta yapıldıkları yıla göre aşağıda sıralanmıştır.

2.3.1. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik İlgili Araştırmalar

Bayhan 2011, yılında yapmış olduğu araştırmasında Malatya merkez ilçelerinde eğitimlerine devam eden %56'sı kız ve %44'ü erkek 1800 öğrenci üzerine yapılan çalışma bulgularında %62'sinin evinde bilgisayarı bulunduğunu tespit etmiştir. Evinde interneti olanların oranının %44 olduğu, %66'sının Facebook üyeliğinin bulunduğu saptanmıştır. Erkeklerde Facebook üyeliği oranının %73, kız öğrencilerde %60 olduğu saptanmıştır (Bayhan, 2011:919).

Batıgün ve Kılıç'ın 2011 yılında farklı illerdeki çeşitli üniversitelerde eğitimlerine devam eden 672'si kız 525'i erkek 1198 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları araştırmada, katılımcıların internette geçirdikleri günde ortalama zamanın 1.53 saat olduğunu bildirmişlerdir. Öğrencilerin yarısından fazlasının (% 59.5) günde 0-2 saat arası internete bağlı kaldığı ve % 22'sinin interneti hem etkileşim hem de bilgi amaçlı olarak eşit oranda kullandıkları saptanmıştır. Örneklemin büyük bir bölümünün, (% 73.3), internete evden bağlandığı tespit edilmiştir. Yaklaşık yarısı çeşitli siteleri kısa sürelerde, diğer yarısı ise az sayıdaki siteyi uzun sürelerle kullandığı saptanmıştır (Batıgün ve Kılıç, 2011:4).

Batıgün ve Hasta'nın (2011:215), 2011 yılında yaptıkları araştırmaya 105'i kadın 106'sı erkek olmak üzere toplam 213 kişi katıldığı, katılımcıların yaş aralığının 18-27, yaş ortalamasının 21.45 ± 2.19 olduğu bildirilmektedir. Araştırma sonuçları; örneklemin %14'ünün internet bağımlılığı puanlarının yüksek olduğu, internet bağımlısı olarak tanımlanabileceğini göstermiştir. İnternet bağımlılığı olan kişilerin günde ortalama 2.17 ± 0.70 saat internete bağlı kaldığı belirtilmektedir.

Solmaz, Tekin, Herzem, Demir (2013:28) yaptıkları araştırmada Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi 2011-2012 eğitim öğretim yılında İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo Televizyon ve Sinema, Gazetecilik ve Reklamcılık bölümlerinde eğitimine devam eden 500 öğrencinin %59'unu erkekler %41'ini kadın olduğu belirtilmektedir. Katılımcıların kullandıkları sosyal ağları belirlemeye yönelik sordukları soruya verilen cevapları incelediklerinde; %79'u Facebook, %16.4'ü Twitter, %4'ü Friendfeed, %2'si LinkedIn, %2,8'i diğer sosyal ağlar derken %1,2'si soruya cevap vermediği belirtilmektedirler. Katılımcıların sosyal medya araçlarında günde ortalama kaç saat harcıyorsunuz şeklinde sordukları soruya verilen cevapları incelediklerinde; %50,4'ü 1-3 saat, %27,8'i 1 saatten az, %15,4'ü 4-6 saat arası, %3,6'sı saat ve üzeri, %2,6'sı 7-8 saat cevabını verdiği belirtilmektedir.

Ekşi, Nurdan, Erdoğan ve Yılmaz (2013:301) araştırmalarında, İstanbul ilindeki Zeytinburnu Ümraniye ve Sultanbeyli ilçelerinde çeşitli liselerden 15-16 yaş arasındaki 12 öğrenci ile önceden hazırlanmış görüşme formu üzerinden derinlemesine görüşmeler gerçekteştirmişlerdir. Araştırma bulgularına göre ergenlerin çoğu, cep telefonu ve bilgisayar aracılığı ile günde en az bir defa Facebook'a girdikleri belirtilmektedir.

Ayas ve Horzum (2013:50) araştırmalarında 2010–2011 öğretim yılının ikinci döneminde, Samsun İli Merkezindeki üç farklı ilköğretim okulunda ikinci kademedede öğrenim gören toplam 407 öğrenci ile gerçekteştirdikleri çalışmada, katılımcıların % 41.5'i kız, %58.5'inin erkek olduğu görülmüştür. Öğrencilerin 381'inin (% 93.6) evinde bilgisayarın bulunduğu, 26'sının (% 6.4) evinde bilgisayarın bulunmadığı görülmüştür. Yine öğrencilerin 337'sinin (% 82.8) evinde internet bağlantısı bulunduğu, 70'inin (% 6.4) evinde internet bağlantısının bulunmadığını belirttikleri görülmüştür.

Dal ve Dal (2014:151), araştırmalarında Gölhisar Meslek Yüksekokulu'nda eğitim-öğrenim hayatına devam eden ve aktif sosyal medya kullanan 350 kişi üzerinde yaptıkları araştırmaya göre ; öğrencilerin sosyal medya sitelerinde geçirdikleri zamanı incelendikleri ve %28,6'sının sosyal medya sitesi kullanımı için günde en fazla bir saat, %, 28,6'sının 1-2 saat arası, % 22'sinin 2-3 saat arası, % 10,6'sının 3-4 saat arası, %10,3'ünün ise 5 saat ve üzeri bir süreyi internette sosyal ağ kullanımı için ayırdığını tespit etmişlerdir. Facebook'un %96,6 ile en çok tercih edilen sosyal ağ sitesi olarak tespit edildiği görülmüştür. Facebook'u %43,4 ile Youtube ve %43,1 ile Twitter takip ettiği saptanmıştır. Söz konusu bu üç sosyal ağ sitesini sırasıyla Google Plus %23,7, Blogger %20,9, Wordpress %10, Myspace %9,1, Flickr %1,4, LinkedIn %1,1 izlediği saptanmıştır.

Çakmak (2014:180) 2014 yılında Aksaray Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nden 1139 öğrenciyle yaptığı araştırmada, öğrencilerin % 51,5'nin evden internete bağlandığı ve öğrencilerin %44,9'unun günlük internet kullanım sıklığının ortalama 2-5 saat olduğunu saptamıştır. Aynı çalışmada, araştırmaya katılan öğrencilerin %70,7'sinin akıllı telefon sahibi olduğu ve öğrencilerin %52,9'unun sosyal medyayı en az 5 yıldır takip ettiği saptanmıştır.

Filiz, Erol, Dönmez ve Kurt (2014:27) 2014 yılında çeşitli üniversitelerde eğitimlerine devam eden 178 öğrencinin sosyal medya kullanım amacı ile internet bağımlılıklarını ölçmek için yaptıkları araştırmada, katılımcıların internet bağımlık düzeyleri ortalamasının 52,39 olduğu ve internet bağımlısı olmayan öğrencilerinin, %52,8'inin muhtemel bağımlı olduğunu bildirilmektedirler. Araştırmanın sonucunda sosyal ağ kullanım amaçları ile internet

bağımlılığı arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (Filiz vd., 2014:27).

Üksel'in (2015:102) 2015 yılında yapılan Sakarya Üniversitesi'nde eğitim gören 252'si (%45,8) kadın, 298'i (%54,2) 550 öğrenciden oluşan örneklem grubundan elde edilen sonuçlarına göre; katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıkları bulguları facebook % 87,5, twitter % 65,3, youtube % 93,3 linkedln % 83,1, blog % 18,9, instagram % 64,0, foursquare %39,3, swarm % 46,2 olduğu saptanmıştır.

Eşitti, Ş'nin (2015:75) 2015 yılında 225'i kadın, 128'i erkek 353 kişiden oluşan araştırma sonuçlarına göre; katılımcıların problemlili internet kullanım düzeyleri ile cinsiyet değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu, erkek katılımcıların interneti problemlili kullanım genel eğilimlerinin kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu bildirilmektedir.

Yüksel ve Yılmaz (2016:1037), 2016 yılında 400 lise öğrencisinin internet bağımlılık seviyeleri ve problem çözebilmeye becerileri üzerine yaptıkları çalışmada, öğrencilerin internet bağımlılık seviyeleri ve problem çözme yetenekleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamışlardır. İnternet bağımlılığının cinsiyete, kullanım amacına, gelir düzeyine ve internette bulunma süresine göre de farklılaştığını saptamışlardır.

Yılmaz, Gökdere ve Özyazıcıoğlu (2017:92) 2017 yılında yaptıkları çalışmalarında, erkek ve kız öğrencilerin akıllı telefon ile internet bağımlılığı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını göstermişlerdir.

Hirche vd. (2017:99) benzer dağılım gösteren iki katılımcı grubun, maruziyet (depresyon hastalarına karşı sağlıklı kontroller) ve internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi değerlendirmişlerdir. Katılımcıların internet bağımlılığı ve dürtüsellik puanları, kontrol grubuyla karşılaştırıldığında depresif hastalarda internet bağımlılığının yaygınlığının %36 olduğu saptanmıştır. (Hirche vd. 2017:99).

Yörükoğlu, Kaplan ve Yılmaz (2018:119) 2018 yılında Gaziantep Üniversitesinde eğitim öğretimlerine devam eden 450 öğrenci ile yaptıkları çalışmalarında; öğrencilerin 20'sinin (%4,4) günde 1 saatten az cep telefonu kullandıklarını, 158'inin (%35,1) günde 1-3 saat arası cep telefonu kullandıklarını, 188'inin (%41,8) günde 4-6 saat arası cep telefonu kullandıklarını ve 84'ünün (%18,7) günde 7 saat ve üzeri cep telefonu kullandıkları saptanmıştır.

2.3.2.Bağlanma Stillerine Yönelik İlgili Araştırmalar

İnternet bağımlılığını bağlanma stilleri gibi birçok farklı değişken etkilemektedir. Bağlanma, kişilerin kendileri için önemli gördükleri kişilere karşı geliştirdikleri güçlü duygusal bağlar olarak tanımlanmaktadır (Mc Nally vd., 2003:1518). Cooper vd., 1998 yılında yaptığı çalışmalarda özellikle kaygılı bağlanma stiline alkol bağımlılığını güçlü bir biçimde yordadığını ortaya koymuştur (Cooper vd., 1998:1385).

Keskin ve Çam (2008:142), İzmir ilindeki 4. 5. 6. 7. 8. sınıf eğitimlerine devam eden 11- 15 yaş arasındaki 384 katılımcı ile yaptıkları araştırmada; bağlanma stillerinin alt ölçek bulgularında en yüksek ortalamanın güvenli bağlanma olduğunu bulmuşlardır. Bunu sırası ile korkulu bağlanma, kayıtsız bağlanma ve en düşük ortalamaya sahip saplantılı bağlanma takip etmektedir.

Akbağ ve İmamoğlu (2010:660), Marmara Üniversitesi'nde eğitimlerine devam eden 360 öğrenci üzerinde yaptıkları araştırmada, İlişki Ölçeklerinden elde edilen puanların ortalamalarına göre, en yüksek ortalamanın güvenli bağlanma, en düşük ortalamanın ise kayıtsız bağlanmaya ait olduğunu tespit etmişlerdir. Cinsiyet değişkeni bulgularına göre, kız katılımcıların erkek katılımcılara göre daha fazla korkulu bağlanma eğilimi gösterdikleri, saplantılı bağlanmanın ise erkek öğrencilerde daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir..

Olmeadow vd. (2013:1146) yılında yaptığı çalışmalarda ise internet bağımlılığı ve bağlanma stilleri arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalarında, güvenli bağlanma stili internet bağımlılığı ile negatif, korkulu ve kayıtsız bağlanma stilleri ise pozitif yönde ilişkili olduklarını saptamışlardır.

Savcı ve Aysan (2016:419) 2016 yılında Elazığ il merkezindeki liselerde eğitim gören 14-19 yaş arasındaki 1588'i kız, 852'si erkek 2440 öğrenciden oluşan araştırmalarında, internet bağımlılığının, saplantılı bağlanma, kayıtsız bağlanma, korkulu bağlanma ile istatistiksel olarak, pozitif yönde düşük düzeyde ve güvenli bağlanma ile istatistiksel olarak anlamlı, negatif yönde düşük düzeyde ilişkili olduğunu saptamışlardır.

Taycan, Kuruoğlu (2014:5), Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı'na evlilikte ilişki sorunları nedeniyle başvuran 25 çift ile yaptıkları araştırmada, evlilikte sorun yaşayan çiftlerde kadın ve erkeğin birbirlerini kontrollere göre daha az güvenilir buldukları, kadınların erkekleri ilişki içinde kopuk ve kontrolcü, erkeklerin ise kadınları bağımlı olarak nitelendiklerini saptamışlardır. Bu çiftlerde kadınların bağlanma stillerinde

kaçınma ve kaygı boyutlarının öne çıktığı, erkeklerde ise kaçınma boyutundan yüksek puanlar alındığı saptanmıştır.

Morsünbül'ün (2014:354) 2014 yılında üniversitede eğitim gören 203'ü kadın, 147'si erkek 350 öğrenci ile yaptığı araştırmaya göre, bağlanma stillerinden güvenli bağlanmanın internet bağımlılığını olumsuz yönde yordadığı, kaygı ve kaçınmayla karakterize olan kayıtsız ve saplantılı bağlanma stillerinin internet bağımlılığını olumlu yönde yordadığı görülmektedir. Çalışmanın sonucunda öğrencilerin interneti daha çok (% 53,7) eğlence ve etkileşim amaçlı olarak kullandıklarını ve internete daha çok (% 52,3) evden ulaştıklarını bildirilmektedir (Morsünbül, 2014:354).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeline, evren ve örneklem grubuna, araştırmada kullanılan ölçeklere ve uygulanan analiz tekniklerine yönelik bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma, sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stillerinin arasında bir ilişki olup olmadığını incelemek amacıyla yapılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, 2017 – 2018 yılı eğitim-öğretim döneminde aktif okul yaşantısına devam eden Gaziantep Üniversitesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Gaziantep Üniversitesi Öğrenci Daire Başkanlığı ile görüşülmüş ve kampüs içi öğrenci sayısının 40.458, aktif öğrenci sayısının 29.341 olduğu öğrenilmiştir. Diğer bir ifade ile araştırmanın evrenini Gaziantep Üniversitesine aktif devam eden 29.341 öğrenci oluşturmaktadır.

Her araştırmanın evren büyüklüğü, incelendiği konuya bağlı farklılık göstermesine rağmen, birçok araştırmada zaman ve kaynak yetersizliğinden dolayı evrenin tamamı araştırmaya dâhil edilememektedir. Bu büyüklükteki evreni temsil edebilecek örneklem sayısının 384 olduğu çeşitli istatistiki hesaplamalarda görülmektedir (Altunışık vd. 2007:127). Bu araştırmanın örneklemini Gaziantep Üniversitesinde eğitimine devam eden ve farklı düzeylerde (önlisans, lisans) eğitim alan 391 öğrencidir. Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, (2017:144)'a göre bu örneklem sayısı evreni temsil yeteneğine sahiptir. Araştırmanın örnekleminde, 51'i Mühendislik Fakültesi, 18'i Sağlık Bilimleri Fakültesi, 10'u Tıp Fakültesi, 8'i İletişim Fakültesi, 40'ı Fen-Edebiyat Fakültesi, 26'sı İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, 35'i Eğitim Fakültesi, 8'i Mimarlık Fakültesi, 6'sı Hukuk Fakültesi, 10'u İlahiyat Fakültesi, 3'ü Beden Eğitimi Spor MYO, 67'si Sosyal Bilimler MYO, 67'si Teknik Bilimler MYO, 9'u Sağlık Bilimleri MYO, 42'si Turizm Otelcilik MYO, 1'i Sağlık Bilimleri Enstitüsü, 2'si Sosyal Bilimler Enstitüsü olmak üzere 391 öğrenci yer almaktadır. Bu örneklem grubunda 206 kadın ve 185 erkek katılımcı yer almaktadır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının; sosyal medya kullanım amaçları ve bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılan araştırmada veri toplama sürecinde veri toplama aracı olarak; Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve İlişkiler Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler kolayda örnekleme yolu ile toplanmıştır. Kolayda örneklem yönteminin tercih edilme sebebi belirlenen evrene ilişkin bir örneklem çerçevesinin oluşturulmasının güç olmasından dolayıdır. Araştırmalarda yaygın kullanılan kolayda örnekleme yönteminde esas, anketi cevaplayan bütün kişilerin örnekleme dahil edilmesidir. Bu yöntemle ulaşılabilen ve arzu eden herkesin örnekleme girme şansı bulunmaktadır. Bu teknikle en ucuz yoldan ve en kısa zamanda bir örnek kitle oluşturulabilmektedir. Çalışmada kullanılan anket formu; demografik bilgiler, sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve ilişkiler ölçeği olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır.

3.3.1. Demografik Bilgi Formu

Birinci bölümde yer alan demografik formda; öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, gelir düzeyleri, fakülteleri gibi değişkenleri belirlemeye yönelik 10 adet soru bulunmaktadır. Bu sorular alanyazında bulunan Karal ve Kokoç'un (2010), Sümer ve Güngör'ün (1999), Şahin ve Yağcı'nın (2017) çalışmaları dikkate alınarak hazırlanmıştır.

3.3.2. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Anketi

İkinci bölümde kullanılan Karal ve Kokoç'un (2010:251) yılında geliştirmiş olduğu "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği" 5'li likert olmak üzere 14 adet sorudan oluşmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik kodlamalar; "1: Tamamen katılmıyorum 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Tamamen katılıyorum" şeklindedir.

3.3.3. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-Yetişkin Formu

Üçüncü bölümde kullanılan Şahin ve Yağcı'nın 2017 yılında geliştirmiş olduğu sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu, 5'li likert olmak üzere 20 adet sorudan oluşmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını belirlemeye yönelik kodlamalar; "1: bana hiç uygun değil 2: bana uygun değil, 3: kararsızım, 4: bana uygun, 5: bana çok uygun" şeklindedir.

3.3.4. İlişki Ölçekleri Anketi

Dördüncü bölümde kullanılan Griffin ve Bartholomew'un 1994 yılında geliştirmiş olduğu ilişkiler ölçeği 7'li likert olmak üzere 30 maddenin 17 maddesi 4 bağlanma stilini belirlemek amacı ile kullanılmaktadır. Bu ankette 4 bağlanma stilini belirlemek amacıyla yönelik (güvenli, saplantılı, korkulu, kayıtsız) 17 adet ölçek sorusu kullanılmıştır. İlişkiler ölçeğinde yer alan 3 adet soru (5, 7, 17) ters kodlanmış ifadelerdir. Üniversite öğrencilerinin bağımlılık stillerini belirlemeye yönelik kodlamalar "1: hiç tanımlamıyor, 4: kısmen tanımlıyor, 7: tamamıyla tanımlıyor" şeklindedir.

3.4. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması

Bu araştırma 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Gaziantep Üniversitesi merkez kampüsünde yapılmıştır. Araştırmanın amacı çerçevesinde alanyazın taranarak belirli bir teorik zemin oluşturularak gerçekleştirilmiştir. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Etik Kurul Onayı (Ek-5) ve Gaziantep Üniversitesi Rektörlüğü'nden çalışma izni (Ek-6) alındıktan sonra merkez kampüste uygulamaya geçilmiştir. Yapılan araştırmaya yönelik bir risk öngörülmemiştir.

Araştırma verileri 2018 yılı Kasım ayında toplanmıştır. Üniversite öğrencilerinin toplanma alanları olan kafeterya, kulüp binaları gibi gruplar halinde ölçeklerin doldurulacağı yerlerin seçilmesine özen gösterilmiştir. Gaziantep Üniversitesinde eğitim gören, çalışmaya gönüllülük esasına bağlı kalarak, katılmayı kabul eden öğrenciler ile yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır.

Katılımcılara araştırmada gizlilik ilkesine uyularak, sonuçların grup halinde değerlendirilmeye alınacağı ve verilerin doğruluğunun sosyal bilimler literatürüne katkı sağlayacağı konusunda bilgilendirme yapılmıştır. Çalışma hakkında katılımcılara; Bilgilendirme Metni ve Demografik Form, Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Bağlanma Stilleri batarya halinde hazırlanarak dağıtılmış ve ortalama 30 dakikada doldurulması sağlanmıştır. Toplanan toplam 440 veri sonucundan 31 adet eksik ya da yanlış doldurulması sonucu, 18 adet veri gönülsüzlük gerek gösterilerek yarım bırakılması sonucunda değerlendirmeye alınmamıştır.

3.5. Veri Analiz Teknikleri

Araştırmada toplanan veriler SPSS 21 programına kodlanarak analiz edilmiştir. Uygulamaya geçmeden önce araştırmanın anlaşılabilir ve uygulanabilir olduğunu ölçmek amacı ile evreni temsil yeteneğine sahip 60 kişiye pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulama sonucunda sosyal medya kullanım amaçları Cronbach Alpha katsayısının 0,78, sosyal medya bağımlılık Cronbach Alpha katsayısının 0,79 ve bağlanma stilleri Cronbach Alpha katsayısının 0,60 olduğu hesaplanmış, tablo 6'da görülebileceği üzere ölçümün güvenilir olduğuna kanaat getirilmiştir.

Tablo 3. Cronbach Alpha (α) Katsayısının Aralık Değerleri (Akgül ve Çevik, 2003:75)

$0,00 \leq \alpha < 0,40$	Güvenilir Değil
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Düşük Güvenilir
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Oldukça Güvenilir
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Yüksek Derecede Güvenilir

Bağımlılık stilleri ölçeğinde yer alan olumsuz ifadeler (5,7,17) SPSS programı yardımıyla (1=7) (2=6) (3=5) (5=3) (6=2) (7=1) şeklinde yeniden kodlanmıştır ("recode"). Araştırma sonucunda toplanan verilerin analizi sırasında çalışmada frekans ve yüzde hesaplamaları yapılmıştır.

Bununla beraber verilerin ortalama ve standart sapma değerlerine bakılmıştır. Hipotezleri test etmeden önce verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Verilerin normallik değerlerini görmek için Skewness ve Kurtosis katsayıları hesaplanmıştır. Bağımsız

Örnekleme T testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Pearson Korelasyon Analizi ile verilerin aritmetik ortalamaları arasındaki farkların anlamlılığı test edilmiştir.

Pearson Korelasyon Analizi; İki veya ikiden fazla değişken arasındaki ilişkinin anlamlılığını ölçebilmek amacıyla kullanılan yöntemidir. Üç ölçekten ve alt boyutlarından alınan verilerin birbiriyle karşılaştırılması için bu analiz yöntemi kullanılmıştır. Bir değişkenin ikiden fazla grup üzerinde, gruplar arası puan ortalamaları karşılaştırarak anlamlı bir fark oluşturup oluşturmadığına bakmak amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Bir değişkenin, gruplar arasında anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığını ölçmek için de Bağımsız Örneklem T- Testi kullanılmıştır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

Katılımcıların; cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir düzeyleri ile ilgili demografik özellikleri belirlemek amacıyla sorulan 4 adet sorunun frekans ile yüzde değerleri hesaplanarak elde edilen veriler tablolarla açıklanmıştır.

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların; cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir düzeylerine ilişkin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla sorulan 4 sorunun frekans ve yüzde değerleri hesaplanmış ve elde edilen veriler Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular

Cinsiyet	Frekans (n)	Yüzde (%)	Eğitim Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Erkek	185	47,3	Ön lisans	182	46,5
Kadın	206	52,7	Lisans	209	53,5
TOPLAM	391	100	TOPLAM	391	100
			Gelir Düzeyi	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yaş	Frekans (n)	Yüzde (%)	0-999 TL	252	64,5
16-20	179	45,8	1000-1999 TL	101	25,8
21-25	195	49,9	2000-2999 TL	17	4,3
26-30	12	3,1	3000-3999 TL	8	2,0
31 ve üstü	5	1,3	4000 TL ve üstü	13	3,3
TOPLAM	391	100	TOPLAM	391	100

Tablo 4’de görüldüğü üzere katılımcıların 185’i (%47,3) erkek, 206’sı (%52,7) kadındır. 179’unun (% 45,8) yaşı 16-20 aralığında, 195’inin (%49,9) yaşı 21-25 aralığında, 12’sinin (%3,1) yaşı 26-30 aralığında, 5’inin (%1,3) yaşı ise 31 yaş ve üstüdür; 182’si (%46,5) ön lisans, 209’u (%53,5) lisans öğrencisidir.

Katılımcılardan 252’sinin (%64,5) gelir düzeyi 0-999 TL aralığında, 101’inin (%25,5) gelir düzeyi 1000-1999 TL aralığında, 17’sinin (%4,3) gelir düzeyi 2000-2999 TL aralığında,

8'inin (%2,0) gelir düzeyi 3000-3999 TL aralığında ve 13'ünün (%3,3) gelir düzeyi 4000 TL üstüdür.

Tablo 5. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Bulgular

Sosyal Medya Kullanım Aracı	Frekans (n)	Yüzde (%)	Sosyal Medya Kullanım Saati	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cep Telefonu/Akıllı Telefon	309	79,0	1 saatten az	67	17,1
Kişisel Bilgisayar	75	19,2	1-3 saat	181	46,3
Tablet/El Bilgisayarı	6	1,5	4-6 saat	111	28,4
Kurumsal(işyeri/okul) Bilgisayarı	1	0,3	7 saat ve üstü	32	8,2
TOPLAM	391	100,0	TOPLAM	391	100,0
Sosyal Medya Aracı	Frekans (n)	Yüzde (%)			
Instagram	211	54,0			
Facebook	70	17,9			
Twitter	70	17,9			
Youtube	21	5,4			
Diğer	15	3,8			
Blog	2	0,5			
Wiki/ Sözlük	1	0,3			
Snapchat	1	0,3			
TOPLAM	391	100,0			

Tablo 5’da görüldüğü üzere katılımcıların 309’unun (%79,9) cep telefonu/akıllı telefon, 75’inin (%19,2) kişisel bilgisayar, 6’sının (%1,5) tablet/el bilgisayarı ve 1’inin (%0,3) kurumsal (işyeri/okul) bilgisayarı ile sosyal medya araçlarına ulaştığı görülmektedir. Tablo 9’da görüldüğü üzere katılımcıların 309’u (%79,9) cep telefonu/akıllı telefon, 75’i (%19,2) kişisel bilgisayar, 6’sı (%1,5) tablet/el bilgisayarı ve 1’i (%0,3) kurumsal (işyeri/okul) bilgisayar ile sosyal medya araçlarına ulaşmaktadır.

Katılımcıların 67’si (% 17,1) 1 saatten az, 181’i (%46,3) 1-3 saat arası, 111’i (%28,4) 4-6 saat arası ve 32’si (%8,2) 7 saat ve üstü sosyal medya sitelerini ziyaret etmektedir.

Katılımcılardan 211’i (%54,0) instagram, 70’i (%17,9) facebook, 70’i (%17,9) twitter, 21’i (%5,4) youtube, 15’i (%3,8) diğer, 2’si (%0,5) blog, 1’i (%0,3) wiki/sözlük ve 1’i (%0,3) snapchat sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır.

4.2 Sosyal Medya Kullanım Amacı Faktör Analizine Yönelik Bulgular

Araştırma hipotezlerini test etmeden önce farklı kavramları ölçmek için kullanılan sorular üzerinde açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi yapılmadan önce, verilerin faktör analizine uygunluğunu görmek amacıyla Barlett küresellik testi yapılmış ve KMO değeri hesap edilmiştir. Sonuçta Barlett testi anlamlı çıkmış (Ki-Kare=1193,023, $p=0,000$) ve KMO değeri ise 0,767 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ortaya koymuştur. Bunun üzerine faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz yöntemi olarak Temel Bileşenler Analizi yöntemi kullanılmış ve faktör sayısını belirlemede ise hesaplanan özdeğerin 1'den büyük olması kriteri kullanılmıştır. Buna göre faktörler Karal ve Kokoç (2010:251)'un gerçekleştirdiği faktörler ile birebir örtüşmektedir. Başka bir ifade ile Karal ve Kokoç (2010:251) gerçekleştirmiş olduğu faktör analizi bu çalışmada aynı sonucu vermiştir. Faktörlerin Cronbach's Alfa Katsayısına bakıldığında Karal ve Kokoç (2010:251)'un araştırmalarında sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı 0,808, tanıma ve tanınma amaçlı 0,742 ve eğitim amaçlı kullanım için 0,661 şeklinde hesaplanırken bu çalışmada hesaplanan Cronbach's Alfa katsayıları ise sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı 0,732, tanıma ve tanınma amaçlı 0,712 ve eğitim amaçlı kullanım için 0,721 şeklinde hesaplanmıştır. Faktör analizi gerçekleştirildikten sonra katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına yönelik tanımlayıcı istatistikler Tablo 6'de gösterilmiştir.

Tablo 6. Sosyal Medya Kullanım Amacı Faktör Analizi Sonuçları

		Faktörler		
		Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı	Tanıma ve Tanınma Amaçlı	Eğitim Amaçlı
1	Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) yaratma imkanı sunduğu için kullanıyorum.	,470		
2	Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.		,796	
3	Mevcut arkadaşlarımla iletişimimi devam ettirmek amacıyla kullanıyorum.	,685		
4	Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.		,812	
5	Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum.			,706
6	İlgilendiğim insanların ve arkadaşlarımla yaşamalarını incelemek amacıyla kullanıyorum.			
7	Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum.	,696		
8	Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum.			,742
9	Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum.	,551		
10	İlgimi çeken gruplara katılmak için kullanıyorum.	,408		
11	Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum.	,692		
12	Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum.	,588		
13	Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum.			,728
14	Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum.		,559	
Cronbach's Alfa katsayısı		,732	,712	,721

Tablo 7. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ortalamaları

	Aritmetik Ortalama	Std. Sapma	Sonuç
1.Faktör: Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı	3,52	0,78	Katılmıyorum
Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum.	3,98	1,09	Katılmıyorum
Mevcut arkadaşlarım ile ilişkiyi sürdürmek amacıyla kullanıyorum.	3,92	1,15	Katılmıyorum
Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum.	3,56	1,25	Katılmıyorum
Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum.	3,41	1,35	Katılmıyorum
Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) oluşturma imkânı sunduğu için kullanıyorum.	3,29	1,28	Kararsızım
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum.	3,26	1,39	Kararsızım
İlgimi çeken gruplara katılmak için kullanıyorum.	3,25	1,30	Kararsızım
2.Faktör: Tanınma ve Tanınma Amaçlı	2,51	1,00	Katılıyorum
İlgilendiğim insanların ve arkadaşlarımla yaşamalarını incelemek amacıyla kullanıyorum.	3,05	1,33	Kararsızım
Diğer kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum.	2,92	1,36	Kararsızım
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.	2,51	1,30	Katılıyorum
Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.	2,10	1,19	Katılıyorum
3.Faktör: Eğitim Amaçlı	3,19	1,00	Kararsızım
Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri incelemek amacıyla kullanıyorum.	3,54	1,23	Katılmıyorum
Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum.	3,02	1,41	Kararsızım
Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum.	3,00	1,33	Kararsızım

Tablo 7’de görüldüğü üzere, öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarına yönelik toplam 14 ifade yer almaktadır. “Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum.” ($\bar{x} = 3,98 \pm 1,09$) ifadesinin en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla “Mevcut arkadaşlarım ile ilişkiyi sürdürmek amacıyla kullanıyorum.” ($\bar{x} = 3,92 \pm 1,15$), “Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum” ($\bar{x} = 3,56 \pm 1,25$), “Eğitim amacıyla oluşturulan gruplar ile etkinlikleri takip edebilmek için kullanıyorum.” ($\bar{x} = 3,54 \pm 1,23$) ve “Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum.” ($\bar{x} = 3,41 \pm 1,35$) izlemektedir. Diğer taraftan “ Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.” ($\bar{x} = 2,10 \pm 1,19$) ifadesinin en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla artan oranlarda “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.” ($\bar{x} = 2,51 \pm 1,30$) ve “Diğer kültürlerden insanlarla tanışma amacıyla kullanıyorum.” ($x = 2,92 \pm 1,36$) takip etmektedir.

4.3. Sosyal medya bağımlılığı Faktör Analizine Yönelik Bulgular

Araştırma hipotezlerini test etmeden önce farklı kavramları ölçmek için kullanılan sorular üzerinde açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi yapılmazdan önce, verilerin faktör analizine uygunluğunu görmek amacıyla Barlett küresellik testi yapılmış ve KMO değeri hesap edilmiştir. Sonuçta Barlett testi anlamlı çıkmış ($Ki\text{-Kare}=1605,006$, $p=0,000$) ve KMO değeri ise 0,898 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ortaya koymuştur. Bunun üzerine faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz yöntemi olarak Temel Bileşenler Analizi yöntemi kullanılmış ve faktör sayısını belirlemede ise hesaplanan öz değerlerin 1’den büyük olması kriteri kullanılmıştır. Faktör yüklenmesi 0,40’ın altında olan faktör yüklenmeleri gösterilmemiştir. Buna göre 5, 11, 15, 16, 17, 18, 19 ve 20. soruların faktör yüklenmeleri 0.40 altında olduğu için tabloda gösterilmemiştir. Buna göre faktörler Şahin ve Yağcı’nın 2017 yılında gerçekleştirdiği faktörler ile örtüşmemektedir. Başka bir ifade ile Şahin ve Yağcı’nın gerçekleştirmiş olduğu faktör analizinde sanal tolerans 0,922 ve sanal iletişim 0,912 olmak üzere iki faktörlü bir yapı ortaya çıkarken bu çalışmada tek faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Sosyal bilimler de bu durum söz konusu olabilmektedir. Faktörlerin Cronbach’s Alfa Katsayısına bakıldığında Şahin ve Yağcı’nın araştırmalarında 0,830 şeklinde hesaplanırken bu çalışmada hesaplanan Cronbach’s Alfa katsayıları ise 0,862 şeklinde hesaplanmıştır.

Tablo 8. Sosyal Medya Bağımlılığı Faktör Analizi Sonuçları

		FAKTÖRLER
		1
1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	,605
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	,687
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	,669
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	,718
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	,440
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	,643
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	,478
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	,605
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	,692
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	,539
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim	,664
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	,558
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	,674
Cronbach's Alfa katsayısı		0,862

Faktör analizi gerçekleştirildikten sonra katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarına yönelik tanımlayıcı istatistikler Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Ortalamaları

	Aritmetik Ortalama	Std. Sapma	Sonuç
Faktör: Sosyal Medya Bağımlılığı	2,69	0,80	Kararsızım
Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	3,12	1,37	Kararsızım
Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	3,01	1,36	Kararsızım
Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	3,01	1,31	Kararsızım
Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	2,99	1,36	Kararsızım
Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	2,98	1,27	Kararsızım
Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	2,78	1,38	Kararsızım
İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum	2,67	1,24	Kararsızım
Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	2,60	1,47	Kararsızım
Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	2,56	1,32	Bana Uygun Değil
Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	2,49	1,46	Bana Uygun Değil
Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	2,46	1,36	Bana Uygun Değil
Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim	2,37	1,23	Bana Uygun Değil
Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	2,33	1,36	Bana Uygun Değil

Tablo 9’da görüldüğü üzere, öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarına yönelik toplam 13 ifade yer almaktadır. “Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.” ($\bar{x} = 3,12 \pm 1,37$) ifadesinin en yüksek ortalamaya sahip olan değer “Normal” değer aralığında olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla “Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.” ($\bar{x} = 3,01 \pm 1,36$), “Güncel olaylardan

haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.” ($\bar{x} = 3,56 \pm 1,31$), “Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.” ($\bar{x} = 2,99 \pm 1,36$) ve “Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.” ($\bar{x} = 2,98 \pm 1,27$) izlemektedir. Diğer taraftan “Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.” ($\bar{x} = 2,33 \pm 1,36$) ifadesinin en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

4.4 Bağlanma Stilleri Faktör Analizine Yönelik Bulgular

Araştırma hipotezlerini test etmeden önce farklı kavramları ölçmek için kullanılan sorular üzerinde açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi yapılmazdan önce, verilerin faktör analizine uygunluğunu görmek amacıyla Barlett küresellik testi yapılmış ve KMO değeri hesap edilmiştir. Sonuçta Barlett testi anlamlı çıkmış (Ki-Kare=940,664, $p=0,000$) ve KMO değeri ise 0,706 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ortaya koymuştur. Bunun üzerine faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz yöntemi olarak Temel Bileşenler Analizi yöntemi kullanılmış ve faktör sayısını belirlemede ise hesaplanan öz değerlerin 1’den büyük olması kriteri kullanılmıştır. Faktör yüklenmesi 0,40’ın altında olan faktör yüklenmeleri gösterilmemiştir. Buna göre 3. sorunun faktör yüklenmeleri 0.40 altında olduğu için tabloda gösterilmemiştir. Buna göre faktörler Sümer ve Güngör (1999) çalışmasında gerçekleştirdiği ile birebir örtüşmektedir. Faktörlerin Cronbach’s Alfa katsayısı Sümer ve Güngör’ün araştırmalarında bulunmamaktadır. Bu çalışmada hesaplanan Cronbach’s Alfa katsayıları ise güvenli bağlanma 0,737, kayıtsız bağlanma 0,886, saplantılı bağlanma 0,783 ve korkulu bağlanma 0,841 şeklinde hesaplanmıştır.

Tablo 10. Bağlanma Stilleri Faktör Analizi Sonuçları

		Faktörler			
		GÜVENLİ	KAYITSIZ	SAPLANTI	KORKULU
1	Başkalarına kolaylıkla güvenemem.	,650			
2	Kendimi bağımsız hissetmem benim için çok önemli.		,544		
4	Başkalarıyla çok yakınlaşırsam incitileceğimden korkuyorum.				,726
5	Başkalarıyla yakın duygusal ilişkilerim olmadığı sürece oldukça rahatım.			,450	
6	Başkalarıyla tam anlamıyla duygusal yakınlık kurmak istiyorum.			,715	
7	Yalnız kalmaktan korkarım.	,567			
8	Başkalarına rahatlıkla güvenip bağlanabilirim.	,587			
9	Başkalarına tamamıyla güvenmekte zorlanırım.				,729
10	Başkalarının bana dayanıp bel bağlaması konusunda oldukça rahatımdır.	,436			
11	Başkalarının bana, benim onlara verdiğim kadar değer vermediğinden kaygılanırım.			,655	
12	Kendi kendime yettiğimi hissetmem benim için çok önemli.		,693		
13	Başkalarının bana bağlanmamalarını tercih ederim.		,659		
14	Başkalarıyla yakın olmak beni rahatsız eder.				,473
15	Başkalarının bana, benim istediğim kadar yakınlaşmakta gönülsüz olduklarını düşünüyorum.			,576	
16	Başkalarına bağlanmamayı tercih ederim.		,651		
17	Başkaları beni kabul etmeyecek diye korkarım.	,750			
Cronbach's Alfa katsayısı		,737	,886	,783	,841

Faktör analizi gerçekleştirildikten sonra bağımlılık stillerine yönelik tanımlayıcı istatistikler Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların Bağımlılık Stilleri Ortalamaları

	Aritmetik Ortalama	Std. Sapma	Sonuç
1.Faktör: Güvenli	3,41	1,10	Beni kısmen tanımlamıyor
Başkalarına kolaylıkla güvenemem.	5,10	1,94	Beni Kısmen Tanımlıyor
Başkalarının bana dayanıp bel bağlaması konusunda oldukça rahatımdır.	3,70	2,09	Fikrim Yok
Yalnız kalmaktan korkarım.	2,93	2,11	Beni kısmen tanımlamıyor
Başkalarına rahatlıkla güvenip bağlanabilirim.	2,73	1,96	Beni kısmen tanımlamıyor
Başkaları beni kabul etmeyecek diye korkarım.	2,58	1,97	Beni Tanımlamıyor
2.Faktör: Kayıtsız	4,51	1,08	Beni Kısmen Tanımlıyor
Kendimi bağımsız hissetmem benim için çok önemli.	5,82	1,58	Beni Kısmen Tanımlıyor
Kendi kendime yettiğimi hissetmem benim için çok önemli.	5,61	1,80	Beni Kısmen Tanımlıyor
Başkalarına bağlanmamayı tercih ederim.	4,09	2,15	Fikrim Yok
Başkalarının bana bağlanmamalarını tercih ederim.	4,04	2,06	Fikrim Yok
3.Faktör: Saplantılı	3,68	1,21	Fikrim Yok
Başkalarının bana, benim onlara verdiğim kadar değer vermediğinden kaygılanırım.	4,34	2,00	Fikrim Yok
Başkalarıyla yakın duygusal ilişkilerim olmadığı sürece oldukça rahatım.	4,20	2,00	Fikrim Yok
Başkalarıyla tam anlamıyla duygusal yakınlık kurmak istiyorum.	3,16	1,95	Beni kısmen tanımlamıyor
Başkalarının bana, benim istediğim kadar yakınlaşmakta gönülsüz olduklarını düşünüyorum.	3,01	1,85	Beni kısmen tanımlamıyor
4.Faktör: Korkulu	3,98	1,30	Fikrim Yok
Başkalarına tamamıyla güvenmekte zorlanırım.	4,65	0,19	Beni Kısmen Tanımlıyor
Başkalarıyla çok yakınlaşırsam incitileceğimden korkuyorum.	4,18	2,07	Fikrim Yok
Başkalarıyla yakın olmak beni rahatsız eder.	3,10	1,90	Beni kısmen tanımlamıyor

Tablo 11’de görüldüğü üzere, öğrencilerin bağlanma stillerini ölçmek amaçlı toplam 16 ifade yer almaktadır. “Kendimi bağımsız hissetmem benim için çok önemli.” (\bar{x} =

5,82±1,58) ifadesinin en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla “Kendi kendime yettiğimi hissetmem benim için çok önemli” ($\bar{x} = 5,61±1,80$), “Başkalarına kolaylıkla güvenemem.” ($\bar{x} = 5,10±1,94$), “Başkalarına tamamıyla güvenmekte zorlanırım.” ($\bar{x} = 4,65±0,19$) ve “Benim başkalarına verdiğim kadar değer görmemekten kaygılanırım.” ($\bar{x} = 4,34±2,00$) izlemektedir. Diğer taraftan “Başkaları beni kabul etmeyecek diye korkarım.” ($\bar{x} = 2,58±1,97$) ifadesinin en düşük ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla artan oranlarda “Başkalarına rahatlıkla güvenip bağlanabilirim.” ($\bar{x} = 2,73±1,96$) ve “Yalnız kalmaktan korkarım.” ($\bar{x} = 2,93±2,11$) takip etmektedir.

4.4. Katılımcıların Fark Testlerine Yönelik Bulgular

Hipotezleri test etmeden önce verilerin normallik değerleri incelenmiştir. Bu noktada verilerin Skewness ve Kurtosis katsayılarına bakılmıştır.

Tablo 12. Verilere İlişkin Skewness ve Kurtosis Katsayılarına İlişkin Bulgular

Değişkenler	Skewness	Kurtosis
Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı	-,671	,639
Tanımaya ve Tanınma Amaçlı	,400	-,432
Eğitim Amaçlı	-,219	-,500
Güvenli	,413	,150
Kayıtsız	-,088	-,258
Saplantılı	-,077	-,146
Korkulu	,046	-,372
Sosyal Medya Bağımlılığı	,257	-,318

Tablo 12’de görüldüğü üzere verilerin normal dağıldığı görülmüştür. Buna göre hipotezlerin test edilmesinde parametrik testler uygulanmıştır.

Araştırma hipotezlerini test edebilmek için bağımsız örneklem t test analizinden yararlanılmıştır.

Tablo 13. Katılımcıların Cinsiyetine Yönelik Fark Testi Bulguları

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız	N	Ortalama	T	Df	Sig. (P)
	Değişkenler					
Sosyal etkileşim ve İletişim Amaçlı	Erkek	185	3,49	-,785	389	,433
	Kadın	206	3,55			
Tanıma ve Tanınma Amaçlı	Erkek	2,706	2,77	5,043	389	,000
	Kadın		2,28			
Eğitim Amaçlı	Erkek	4,343	3,05	-	389	,007
	Kadın		3,32			
Güvenli	Erkek	1,977	3,47	1,083	389	,280
	Kadın		3,35			
Kayıtsız	Erkek	,358	4,59	1,251	389	,212
	Kadın		4,45			
Saplantılı	Erkek	,224	3,87	3,034	389	,003
	Kadın		3,50			
Korkulu	Erkek	,318	3,84	-	389	,051
	Kadın		4,10			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Erkek	,030	2,71	,467	389	,641
	Kadın		2,67			

Çalışmada yapılan bağımsız örneklem t-testi analizi sonuçlarına göre; cinsiyet değişkeni ile sosyal medya kullanım amaçları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya kullanım amaçlarının alt boyutlarından sosyal etkileşim ve tanınma amaçlı kullanım arasında erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$).

Bununla beraber sosyal medya kullanım amaçlarının alt boyutlarından tanınma ve tanıma amaçlı ile eğitim amaçlı kullanım ile erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Cinsiyet değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya bağımlılığı ile erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$).

Cinsiyet değişkeni ile bağlanma stilleri puan ortalamaları karşılaştırıldığında, bağlanma stilleri alt boyutlarından güvenli, korkulu ve kayıtsız bağlanma arasında erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$). Bununla beraber

bağlanma stilleri alt boyutlarından saplantılı bağlanma ile erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

Tablo 14. Katılımcıların Eğitim Değişkenine Yönelik Fark Testi Bulguları

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız değişkenler	N	Ortalama	t	df	Sig. (p)
Sosyal Etkileşim Ve İletişim Amaçlı	Önlisans	182	3,52	,027	389	,979
	Lisans	209	3,52			
Tanıma ve Tanınma Amaçlı	Önlisans	182	2,50	-,137	389	,891
	Lisans	209	2,52			
Eğitim Amaçlı	Önlisans	182	3,17	-,273	389	,785
	Lisans	209	3,20			
Güvenli	Önlisans	182	3,37	-,672	389	,502
	Lisans	209	3,44			
Kayıtsız	Önlisans	182	4,40	-1,942	389	,053
	Lisans	209	4,61			
Saplantılı	Önlisans	182	3,56	-1,849	389	,065
	Lisans	209	3,78			
Korkulu	Önlisans	182	3,89	-1,254	389	,211
	Lisans	209	4,05			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Önlisans	182	2,70	,423	389	,673
	Lisans	209	2,67			

Çalışmada yapılan bağımsız örneklem t-testi analizi sonuçlarında görüldüğü üzere; Eğitim değişkeni ile sosyal medya kullanım amaçları alt boyutları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya kullanım amaçları arasında ön lisans ve lisans değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > 0,05$).

Eğitim değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya bağımlılığı ile ön lisans ve lisans değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > 0,05$).

Eğitim değişkeni ile Bağlanma Stilleri puan ortalamaları karşılaştırıldığında, Bağlanma Stilleri ile ön lisans ve lisans değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 15. Katılımcıların Gelir Düzeyi Değişkeni Karşılaştırmasına Göre Fark Testi Bulguları

Anova						
	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Df	Kareler Ortalaması	F	Sig.(P)
Sosyal Etkileşim Ve İletişim Amaçlı	Gruplar Arası	5,299	4	1,325	2,172	,071
	Gruplar İçi	235,395	386	,610		
Tanıma ve Tanınma Amaçlı	Gruplar Arası	5,238	4	1,310	1,307	,267
	Gruplar İçi	386,848	386	1,002		
Eğitim Amaçlı	Gruplar Arası	3,148	4	,787	,779	,539
	Gruplar İçi	390,080	386	1,011		
Güvenli Bağlanma	Gruplar Arası	12,255	4	3,064	2,543	,039
	Gruplar İçi	465,090	386	1,205		
Kayıtsız Bağlanma	Gruplar Arası	3,547	4	,887	,745	,562
	Gruplar İçi	459,347	386	1,190		
Saplantılı Bağlanma	Gruplar Arası	7,239	4	1,810	1,235	,295
	Gruplar İçi	565,436	386	1,465		
Korkulu Bağlanma	Gruplar Arası	12,815	4	3,204	1,911	,108
	Gruplar İçi	647,171	386	1,677		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Gruplar Arası	6,417	4	1,604	2,511	,041
	Gruplar İçi	246,626	386	,639		

Çalışmada yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonuçlarında görüldüğü üzere; gelir düzeyi değişkeni ile sosyal medya kullanım amaçları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya kullanım amaçları arasında gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. ($p>0.05$).

Çalışmada yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonuçlarına göre; gelir düzeyi değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya bağımlılığı arasında gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur. ($p<0.05$).

Çalışmada yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonuçlarına göre; gelir düzeyi değişkeni ile bağlanma stilleri alt boyutları puan ortalamaları karşılaştırıldığında,

bağlanma stilleri alt boyutlarından güvenli bağlanma arasında gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0.05$). Bununla beraber gelir düzeyi değişkeni ile bağlanma stilleri alt boyutlarından kayıtsız, korkulu ve saplantı bağlanma arasında gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır

Gelir düzeyi değişkeni ile bağımlılığı ve bağlanma stilleri arasında anlamlı düzeyde farklılık görülmüştür Farklılık hangi gelir düzeyinde olduğunu belirlemeye yönelik Post Hoc testlerinden LSD testi uygulanarak ve tablo 15 de gösterilmiştir.

Tablo 16. Farklılığın Hangi Gelir Düzeyinde Olduğunu Belirlemeye Yönelik Post Hoc Testlerinden LSD Testi Bulguları

Bağımlı Değişken	(I) Gelir	(J) Gelir	Ortalama Farklılık	Standart Sapma	Sig (p).
Sosyal Medya Bağımlılığı	0-999 TL	1000-1999 TL	-,20010*	,09414	,034
		2000-2999 TL	,12347	,20030	,538
		3000-3999 TL	,14342	,28706	,618
		4000 TL ve üstü	,41952	,22734	,066
	1000-1999 TL	0-999 TL	,20010*	,094414	,034
		2000-2999 TL	,32357	,20955	,123
		3000-3999 TL	,34353	,29358	,243
		4000 TL ve üstü	,61963*	,23553	,009
Güvenli Bağlanma	0-999 TL	1000-1999 TL	-,13940	,12927	,282
		2000-2999 TL	-,12624	,27506	,647
		3000-3999 TL	,20317	,39420	,607
		4000 TL ve üstü	,86471*	,31220	,006
	4000 TL ve üstü	0-999 TL	-,86471*	,31220	,006
		1000-1999 TL	-1,00411*	,32344	,002
		2000-2999 TL	-,99095*	,40443	,015
		3000-3999 TL	-,66154	,49325	,181

Tablo 16’da görüldüğü üzere, sosyal medya bağımlılık ortalamalarının 0-999TL aylık gelir düzeyi olanlar ile 1000-1999TL aylık gelir düzeyi olanlar arasında farklılık olduğu görülmektedir. Bununla beraber 1000-1999TL arası ile 4000TL ve üstü arasında aylık gelir düzeyi olanlar arasında farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$)

Bağlanma stilleri alt boyutlarından güvenli bağlanma ortalamalarının 0-999TL aylık gelir düzeyi olanlar ile 4000 TL ve üstü aylık gelir düzeyi olanlar arasında farklılık olduğu görülmektedir. Bununla beraber 4000 TL ve üstü aylık gelir düzeyi olanlar ile 0-999 TL, 1000-1999 TL ve 2000-2999 TL aylık gelir düzeyi olanlar arasında da anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

Tablo 17. Katılımcıların Yaş Değişkeni Karşılaştırması Fark Testi Bulguları

Anova						
	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Df	Kareler Ortalaması	F	Sig.(P)
Sosyal Etkileşim Ve İletişim Amaçlı	Gruplar Arası	,657	3	,219	,353	,787
	Gruplar İçi	240,037	387	,620		
Tanıma ve Tanınma Amaçlı	Gruplar Arası	5,605	3	1,868	1,871	,134
	Gruplar İçi	386,481	387	,999		
Eğitim Amaçlı	Gruplar Arası	4,485	3	1,495	1,488	,217
	Gruplar İçi	388,742	387	1,005		
Güvenli Bağlanma	Gruplar Arası	1,264	3	,421	,343	,795
	Gruplar İçi	476,081	387	1,230		
Kayıtsız Bağlanma	Gruplar Arası	14,159	3	4,720	4,070	,007
	Gruplar İçi	448,735	387	1,160		
Saplantılı Bağlanma	Gruplar Arası	6,590	3	2,197	1,502	,214
	Gruplar İçi	566,085	387	1,463		
Korkulu Bağlanma	Gruplar Arası	2,097	3	,699	,411	,745
	Gruplar İçi	657,888	387	1,700		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Gruplar Arası	2,791	3	,930	1,439	,231
	Gruplar İçi	250,252	387	,647		

Çalışmada yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) analizi sonuçlarına göre; Yaş değişkeni ile sosyal medya kullanım amaçları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya kullanım amaçları arasında yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$).

Yaş değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya bağımlılığı ile yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$).

Yaş değişkeni ile Bağlanma Stilleri alt boyutları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, Bağlanma Stilleri alt boyutlarından güvenli, saplantılı ve korkulu bağlanma arasında yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$). Bununla beraber kayıtsız bağlanma alt boyutu ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür.

Tablo 18. Farklılığın Hangi Yaş Düzeyinde Olduğunu Belirlemeye Yönelik Post Hoc Testlerinden LSD Testi Bulguları

Bağımlı Değişken	(I) Yaş	(J) Yaş	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.(p)
Kayıtsız Bağlanma	16-20	21-25	-,36446*	,11146	,001
		26-30	-,54600	,32110	,090
		31 ve üzeri	,04067	,48824	,934
	21-25	16-20	,36446*	,11146	,001
		26-30	-,18154	,32027	,571
		31 ve üzeri	,40513	,48770	,407

Tablo 18’de görüldüğü üzere, bağlanma stilleri alt boyutlarından bağlanma ortalamalarının 16-20 yaş aralığında olanlar ile 21-25 yaş aralığında olanlar arasında farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$).

4.3. Korelasyon Testlerine Yönelik Bulgular

Araştırma hipotezlerini test edebilmek için korelasyon testi analizi yapılmıştır. Buna göre korelasyon katsayısının (r) -1 ve +1 arasındaki değerleri alabildiği görülmektedir. Cohen (1988) korelasyon katsayılarını değerlendirirken 0,10 ile 0,29 arası değerlerin küçük, 0,30 ile 0,49 arasındaki değerlerin orta, 0,50 ile 1,0 arasındaki değerlerin büyük kuvvette bağıntı değerleri olduğunu belirtmektedir. Korelasyon katsayısının pozitif olması değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin olduğunu, negatif olması ise ters yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Akbulut, 2010:52). Buna göre korelasyon analizi sonucu elde edilen bulgular Tablo 16’de gösterilmiştir.

Tablo 19. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı İle Bağlanma Stillerinin Alt Boyutları ve Sosyal Medya Kullanım Amaçları Alt Boyutlarına Yönelik Korelasyon Testi Bulgular

		Sosyal Medya Bağımlılığı	Güvenli Bağlanma	Kayıtsız Bağlanma	Saplantılı Bağlanma	Korkulu Bağlanma	Sosyal Etkileşim Ve İletişim Amaçlı	Tanıtım ve Tanınma Amaçlı	Eğitim Amaçlı
Sosyal Medya Bağımlılığı	Pearson Correlation	1	,345**	,173**	,311**	,232**	,375**	,272**	,077
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000	,000	,000	,129
Güvenli Bağlanma	Pearson Correlation	,345**	1	,165**	,436**	,169**	,202**	,200**	,019
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,001	,000	,000	,712
Kayıtsız Bağlanma	Pearson Correlation	,173**	,165**	1	,425**	,402**	,136**	,118*	,135**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001		,000	,000	,007	,020	,007
Saplantılı Bağlanma	Pearson Correlation	,311**	,436**	,425**	1	,320**	,177**	,233**	,106*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,037
Korkulu Bağlanma	Pearson Correlation	,232**	,169**	,402**	,320**	1	,037	-,068	,106*
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,460	,178	,035
Sosyal Etkileşim Ve İletişim Amaçlı	Pearson Correlation	,375**	,202**	,136**	,177**	,037	1	,348**	,270**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,007	,000	,460		,000	,000
Tanıtım ve Tanınma Amaçlı	Pearson Correlation	,272**	,200**	,118*	,233**	-,068	,348**	1	,219**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,020	,000	,178	,000		,000
Eğitim Amaçlı	Pearson Correlation	,077	,019	,135**	,106*	,106*	,270**	,219**	1
	Sig. (2-tailed)	,129	,712	,007	,037	,035	,000	,000	

Tablo 19’da görüldüğü üzere sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma stili alt boyutları arasında ilişki olduğu görülmüştür ($p<0,005$). Bu ilişkinin bağlanma stillerinin alt boyutu olan güvenli bağlanma ve saplantılı bağlanmada pozitif yönlü orta kuvvette, korkulu bağlanma, kayıtsız bağlanma ile pozitif yönlü küçük kuvvette olduğu görülmüştür.

Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım amaçlarının alt boyutlarından sosyal etkileşim amaçlı ve iletişim amaçlı kullanım, tanıtım amaçlı kullanım ve eğitim amaçlı kullanım alt boyutu ile ilişki olduğu görülmüştür ($p<0,005$). Bu ilişkinin sosyal medya

kullanım amaçlarının alt boyutu olan sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı ile pozitif yönlü orta düzeyde, tanınma ve eğitim amaçlı kullanım alt boyutu ile de pozitif yönlü küçük kuvvette olduğu görülmüştür.

4.3. Regresyon Testlerine Yönelik Bulgular

Çalışmada bağımlı değişken olan sosyal medya bağımlılığını yordayan değişkenlerin belirlenmesi amacıyla üç aşamalı hiyerarşik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda analize ilk aşamada demografik değişkenler (cinsiyet , yaş, eğitim düzeyi ve gelir düzeyi), ikinci aşamada sosyal medya kullanım amaçlarının alt boyutları (sosyal iletişim/etkileşim amaçlı sosyal medya kullanımı, tanıma/tanınma amaçlı sosyal medya kullanımı ve eğitim amaçlı sosyal medya kullanımı), üçüncü aşamada ise bağlanma stilleri (güvenli bağlanma, kayıtsız bağlanma, saplantılı bağlanma ve korkulu bağlanma) analize dahil olmuştur.

Tablo 20. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığını Yordayan Değişkenlerin Belirlenmesine Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

	Sosyal Medya Bağımlılığı	
	β	$R^2\Delta$
1. Aşama		.004
Cinsiyet	-0.04	
Yaş	-0.01	
Eğitim Düzeyi	-0.02	
Gelir Düzeyi	-0.05	
2. Aşama		.16***
Sosyal iletişim/etkileşim amaçlı	0.33***	
Tanıma/tanınma amaçlı	0.17**	
Eğitim amaçlı	-0.05	
3. Aşama		.11***
Güvenli bağlanma	0.19***	
Kayıtsız bağlanma	-0.02	
Saplantılı bağlanma	0.11*	
Korkulu bağlanma	0.18***	
Açıklanan Toplam Varyans		.27***

*p <.05, **p<.01, ***p<.001

Araştırma sonuçlarında bağımlı değişkeni yordayan değişkenlere bakıldığında (Tablo 20) analize birinci aşamada giren demografik değişkenlerin hiçbirinin bağımlı değişkeni anlamlı düzeyde yordamadığı görülmüştür.

Birinci aşamada analize giren bu değişkenlerin bağımlı değişkende açıkladıkları varyans ise % 0.4 olmuştur. Bununla birlikte analize ikinci aşamada giren sosyal iletişim/etkileşim amaçlı sosyal medya kullanımının ($\beta = .33$, $p < .001$) ve tanıma/tanınma amaçlı sosyal medya kullanımının ($\beta = .17$, $p = .001$) bağımlı değişkeni pozitif yönde yordadıkları görülmüştür. Bu şekilde ikinci adımda analize giren değişkenlerle birlikte açıklanan varyans %16'ya çıkmıştır.

Son olarak analize üçüncü aşamada giren bağlanma stillerinden güvenli bağlanma ($\beta = .19$, $p < .001$), saplantılı bağlanma ($\beta = .11$, $p = .044$) ve korkulu bağlanmanın ($\beta = .18$, $p < .001$) bağımlı değişkeni pozitif yönde yordadıkları saptanmıştır. Sonuç olarak, regresyon analizine dâhil edilen tüm değişkenlerin bir arada sosyal medya bağımlılığı değişkenindeki varyansın %27'sini açıkladığı bulunmuştur ($F_{(11-379)} = 13.28$, $p < .001$).

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA

Bu bölüm, yapılan araştırma sonucunda araştırma verileri doğrultusunda ortaya çıkan bulguların yorumlanmasını içermektedir. Araştırmanın verilerine yönelik elde edilen bulgular alanyazındaki çalışmalar ışığında tartışılmıştır.

5.1. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma Stilllerinin Sosyo-Demografik Bulgularına Yönelik Tartışılması

Çalışmada yapılan bağımsız örneklem t-testi analizi sonuçlarına göre cinsiyet değişkeni ile sosyal medya kullanım amaçları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya kullanım amaçlarının alt boyutlarından sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanım arasında erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$). Bununla beraber sosyal medya kullanım amaçlarının alt boyutlarından tanınma ve tanıma amaçlı ile eğitim amaçlı kullanım ile erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu farklılığın tanınma ve tanıma amaçlı kullanımda erkekler yönünden daha fazla kullanıldığı görülürken kadınların eğitim amaçlı kullanımda sosyal medyayı daha çok kullandığı görülmektedir. İlgili literatüre bakıldığında cinsiyet değişkenine göre sosyal medyayı kullanım amaçlarında bu çalışmanın aksine kişiler arası etkileşim boyutunda anlamlı farklılık olduğu, erkeklerin kızlara göre sosyal medyayı daha çok etkileşim amaçlı kullandığı, ders hazırlığı boyutunda araştırma sonuçlarımıza benzer şekilde anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür (Eren 2014: 235). Filiz, Erol, Dönmez, Kurt'un (2014:27) araştırmasında katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarının cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde bu araştırma ile farklılık gösteren, tanıma ve tanınma amaçlı kullanımda, erkekler ve kadınlar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilirken, sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı ve eğitim amaçlı kullanımında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Koçer (2012) tarafından yapılan çalışmada, cinsiyet değişkenine göre sosyal medyayı kullanım amaçlarında istatistiksel açıdan farklılık olduğu belirtilmektedir. Sosyal medya kullanım amaçları itibarıyla incelendiğinde, erkeklerin kadınlara oranla yeni arkadaş edinme, fotoğraf, video paylaşımı ve eğlenme gibi konularda sosyal medyayı daha çok kullandıkları, kadınların ise ödev, proje gibi akademik bilgi paylaşımının erkeklerle oranla daha fazla olduğu belirtilmektedir (Koçer 2012:81). Bu çalışmada literatürdeki çalışmaları destekler nitelikte

bulgular elde edilmiş olmasına rağmen çalışma sonuçlarında literatürdeki çalışma sonuçları ile örtüşmeyen bulgular da görülmüştür.

Cinsiyet değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya bağımlılığı ile erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$). Bu bulguların, ilgili literatürde daha önce yapılmış benzer çalışmaların bulgularından bazıları ile örtüşen, bazıları ile ise örtüşmeyen nitelikte olduğu görülmüştür. Ünal (2015:183) tarafından üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının cinsiyet değişkenine göre farklılaşmasına yönelik yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre, öğrencilerin sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Şentürk (2017:44) tarafından yapılan çalışmada cinsiyet değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları arasında, sosyal medya bağımlılığı açısından cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu çalışma, Şentürk'ün 2007 yılında yaptığı araştırmayı destekler niteliktedir. Eşitti (2015) çalışma bulgularında, problemlili internet kullanım düzeyleriyle cinsiyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu, erkek katılımcıların interneti problemlili kullanım genel eğilimlerinin kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Çam ve İşbulan (2012:17) araştırmalarında öğretmen adaylarının facebook kullanımında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit etmişlerdir. Esen (2010:74) araştırma sonuçlarında; internet bağımlılığı puan ortalamaları ile cinsiyet değişkeni karşılaştırıldığında, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olduğunu bulmuştur. Buna ek olarak, erkek katılımcıların internet bağımlılığı puan ortalamalarının kız katılımcıların internet bağımlılığı puan ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksek olduğunu saptamıştır. Morsünbül'ün (2014:365) araştırma sonuçları; cinsiyet değişkeninin, internet bağımlılık düzeyini pozitif yönde yordadığı göstermiştir. Bununla beraber aynı araştırma bulgularında erkeklerin kadınlardan daha yüksek düzeyde internet bağımlılığına sahip olduğu saptanmıştır. Bu çalışmanın sonuçları; farklı örneklem gruplarına sahip Çam ve İşbulan (2012), Esen (2010) ve Morsünbül (2014) araştırma bulguları ile örtüşmemektedir.

Cinsiyet değişkeni ile bağlanma stilleri puan ortalamaları karşılaştırıldığında, bağlanma stilleri alt boyutlarından güvenli, korkulu ve kayıtsız bağlanma arasında erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$). Bununla beraber bağlanma stilleri alt boyutlarından saplantılı bağlanma ile erkek ve kadın değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu farklılığın erkeklerde saplantılı bağlanma yönünde olduğu görülürken kadınların korkulu bağlanma gerçekleştirdikleri sonucu ortaya çıkmıştır. İlgili literatür incelendiğinde, bağlanma stilleri ve cinsiyete göre, “kararlılık” puan ortalamalarında cinsiyete göre anlamlı farklılaşmanın olduğu ve kızların erkeklere göre

daha fazla “kararlılık” puan ortalamasına sahip olduğunu belirtildiği görülmüştür. Buna ek olarak, “Keşfetme” puan ortalamaları arasında, cinsiyete göre anlamlı farklılaşmanın olmadığını saptandığı anlaşılmıştır (Arslan, 2008:2). Yıldız (2008:69) araştırmasında korkulu bağlanma ve güvenli bağlanma geliştiren kız öğrencilerin puan ortalamalarının erkek öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğunu ancak kayıtsız ve saplantılı bağlanma geliştiren öğrencilerin puan ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığını bulmuştur. Bu çalışma bulgularının literatürdeki Arslan’ın (2008) çalışma bulgularını destekler nitelikte olduğu görülmüştür. Bununla beraber Arslan’ın çalışma bulguları ile örtüşmeyen bulgular olduğu da görülmüştür.

Çalışmada yapılan bağımsız örneklem t-testi analizi sonuçlarına göre, eğitim değişkeni ile sosyal medya kullanım amaçları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya kullanım amaçları arasında ön lisans ve lisans değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Koçer (2012:83); öğrencilerin eğitim değişkeni (ön lisans/lisans) açısından sosyal medya kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu çalışmanın bulguları, Koçer’in (2012) yılında yaptığı çalışma bulgularını desteklemektedir.

Çalışmada yapılan bağımsız örneklem t-testi analizi sonuçlarına göre, eğitim değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya bağımlılığı ile ön lisans ve lisans değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. ($p>0.05$). Şentürk’ün (2017:44) araştırma bulgularında, sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarının eğitim değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği belirtilmektedir. Bununla beraber üniversite öğrencilerinin lise ve altı eğitim seviyelerine göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya bağımlılığının anlamlı düzeyde yüksek olduğunu bulmuştur. Filiz, Erol, Dönmez, Kurt’un (2014:29) araştırmalarında, internet bağımlılığı puan ortalamaları katılımcıların sınıf düzeyleri ile karşılaştırıldığında anlamlı farklılık olduğunu bulmuşlardır. Bu araştırma sonuçlarına göre 3. sınıf öğrencileri ile 1. sınıf öğrencileri arasında ve 4. sınıf öğrencileri ile 1. sınıf öğrencileri arasında internet bağımlıkları açısından farklılık olduğunu bulmuştur. Ünal’ın (2015) araştırmasında, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının, öğrenim gördükleri fakülteye göre farklılık gösterdiği bulunmuştur. Eğitim Fakültesine, Fen-Edebiyat Fakültesine ve İletişim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin Mühendislik Fakültesinde öğrenim gören öğrencilere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu, diğer fakültelerde ise anlamlı bir farklılaşma olmadığını bulmuştur. (Ünal, 2015:167). Bu çalışma bulguları; Şentürk’ün (2017:44) ve Filiz, Erol, Dönmez ve Kurt’un (2014:29) araştırma bulguları ile örtüşmemektedir. Park, Kim ve Cho’nun (2009:167) araştırma bulgularında, eğitim değişkeni

ile internet bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirtilmektedir. Bu çalışma bulguları; Park, Kim ve Cho'nun (2009:167) çalışma bulgularını desteklemektedir. Bununla beraber ilgili literatür incelendiğinde çalışma bulgularının desteklediği bulgular olduğu gibi çalışma bulguları ile örtüşmeyen bulgular olduğu da saptanmıştır.

Çalışmada yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) analizi sonuçlarına göre, gelir düzeyi değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya bağımlılığı arasında gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p < 0.05$). Akdağ, Yılmaz, Özhan, Şan'ın (2014:90) araştırmalarında, öğrencilerin gelir düzeyi değişkeni ile internet bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Esen'in (2010:83) araştırmasında, katılımcıların internet bağımlılıkları puan ortalaması ile ailenin sosyo-ekonomik düzeyi arasında anlamlı farklılık olmadığı saptanmıştır. Park, Kim ve Cho'nun (2009:167) araştırmalarında, internet bağımlılığı puan ortalamaları ve öğrencilerin gelir düzeyleri karşılaştırıldığında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Yapılan çalışma bulguları Esen'in (2010) ve Park, Kim ve Cho'nun (2009) çalışma bulguları ile örtüşmemektedir. Gelir düzeyine göre bağımlılık seviyeleri arasında farklılık olması durumu, internet erişimi ve kullanılan cihazların maddi olarak yükümlülük getirmesinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Kişilerin maddi iyi oluş halleri internete ve erişim sağlanacak cihazlara erişimini kolaylaştırdığı, dolayısıyla bağımlılık düzeylerinin artış göstereceği düşünülmektedir.

Çalışmada yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) sonuçlarına göre; yaş değişkeni ile sosyal medya kullanım amaçları puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya kullanım amaçları arasında yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > 0.05$). Koçer (2012:83), öğrencilerin yaş değişkeni ile sosyal medya kullanım amaçları karşılaştırıldığında anlamlı farklılık olmadığını bulmuştur. Bu çalışmanın bulguları, Koçer'in (2012) yaptığı çalışmayı destekler niteliktedir. Eren'in (2014:236) araştırmasında; sosyal medya kullanım amaçları ile yaş değişkeni karşılaştırıldığında kişiler arası iletişim boyutunda farklılık olmadığı ancak ders hazırlığı boyutunda anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Bu çalışmanın bulguları Eren'in (2014) araştırma bulguları ile örtüşmemektedir.

Yaş değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları karşılaştırıldığında, sosyal medya bağımlılığı ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olmadığı bulunmuştur ($p > 0.05$). Ünal'ın (2015:167) araştırmasında, sosyal medya bağımlılığı ile yaş değişkeni arasında farklılık olmadığını bulunmuştur. Bu çalışmanın bulguları, Ünal'ın (2015) araştırmasını desteklemektedir. Şentürk'ün (2017:44) araştırmasında, sosyal medya bağımlılığı ile katılımcıların yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur.

18-24 yaşları arasında olan katılımcıların; 24-34 yaşları arasında olan ve 35 yaş üstü olan katılımcılara göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarının daha yüksek olduğunu bulmuştur. Bu çalışma bulgularının, Şentürk'ün (2017) araştırma bulguları ile örtüşmediği görülmektedir.

5.2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma Stillerinin Alt Boyutlarına Yönelik Regresyon Testi Bulguları

Sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma stilinin alt boyutları arasında ilişki olduğu bulunmuştur ($p<0,005$). Bu ilişkinin bağlanma stillerinin alt boyutu olan güvenli bağlanma, korkulu bağlanma ve saplantılı bağlanmada olduğu bulunmuştur. Diğer bir ifade ile güvenli bağlanma, korkulu ve saplantılı bağlanma arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır. Savcı ve Aysan (2016:410) kayıtsız bağlanma, saplantılı bağlanma ve güvenli bağlanmanın internet bağımlılığını yordadığını, korkulu bağlanma değişkenine göre ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi olmadığını bulmuşlardır. Bu çalışmanın bulguları; Savcı ve Aysan'ın (2016) araştırma bulgularından; güvenli bağlanma ve saplantılı bağlanma bulgularını destekler niteliktedir. Ancak korkulu bağlanma ve kayıtsız bağlanma bulguları ile örtüşmemektedir. Güvenli bağlanma gerçekleştiren ergenlerin kayıtsız, korkulu ve saplantılı bağlanma gerçekleştiren ergenlere göre sosyal beceriler açısından daha avantajlı olduğu görülmüştür (Laible, 2007:1190). Kişilerin bağlanma düzeyinin sosyal medya bağımlılığı ile birlikte yükselmesi kişinin bulunduğu sosyal medya ortamında kurduğu ilişkilere ve bulunduğu mecraya duyduğu güvenden kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte kişinin otokontrol duygusunun yüksek olması ve kendine duyduğu güven ile birlikte bağımlı olmayacağı düşüncesinin, sosyal medyaya bağlanmada kendini daha rahat hissetmesini sağlayabilir.

Sosyal medya kullanım amaçları ile bağlanma stilinin alt boyutu olan güvenli bağlanma ve korkulu bağlanma ile bir ilişki olmadığı bulunmuştur ($p>0,005$). Bununla beraber sosyal medya kullanım amaçları ile bağlanma stilinin diğer alt boyutları olan kayıtsız bağlanma, saplantılı bağlanma değişkenleri arasında bir ilişki olduğu bulunmuştur ($p<0,005$). Yapılan literatür taraması sonucu sosyal medya kullanım amaçları ile bağlanma stilleri arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara rast gelinmemiştir. Çalışmanın bu bağlamda bundan sonraki çalışmalara referans olacağı düşünülmektedir. Sosyal medya kullanım

amaçlarının kayıtsız ve saplantılı bağlanma ile ilişkili olması durumunun kişilerin kaygı düzeyler ve özdeğerlilik düzeyleri ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

Sosyal Medya Kullanım Amacı ve sosyal medya bağımlılık değişkenleri arasında bir ilişki olduğu bulunmuştur ($p<0,005$). Bu bulgulara göre sosyal medya kullanım amaçları artarken, sosyal medya bağımlılığının da arttığı görülmektedir. İlgili literatürde, bu çalışmanın desteklediği bulgular olduğu saptanmıştır. Filiz, Erol, Dönmez, Kurt (2014:28) araştırmalarında, sosyal medya kullanım amaçları ile internet bağımlılığı arasında düşük düzeyde pozitif yönde bir ilişki bulmuşlardır. Bu çalışmanın bulguları; Filiz, Erol, Dönmez, Kurt'un (2014) yılında yaptıkları araştırma bulgularını destekler niteliktedir. Araştırma bulguları kişilerin sosyal medyayı kullanımını başlatan amaçların sosyal medya kullanımına devam ettirdiği sonucu ortaya koyduğu söylenebilir.

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ ve ÖNERİLER

6.1. Sonuçlar

Bu çalışmada alanyazında; teknoloji bağımlılığı, internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, problemlerli cep telefonu kullanımı gibi başlıkların en çok riskli grup olarak algılanan üniversite öğrencileri evren olarak belirlenmiştir. Çalışmada üniversite öğrencilerinin cinsiyet, yaş, gelir gibi demografik değişkenler ile sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

Araştırmada, Gaziantep Üniversitesi öğrencileri sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı, bağlanma stilleri ve bunların sosyo-demografik değişkenlere göre farklılık oluşturup oluşturmadığı incelenmiştir. Araştırma sonuçları aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri ANOVA, bağımsız örneklem t testi uygulanarak belirlenmiştir. Buna göre, öğrencilerin cinsiyet, eğitim (ön lisans/lisans) seviyeleri ile sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri arasında bir farklılık bulunmamıştır. Sosyal medya kullanım amaçları arasında gelir düzeyleri değişkenine göre anlamlı farklılık saptanmamıştır. Buna ek olarak sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri ile gelir düzeyleri arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık ortalamasının ($\bar{x} = 2,62 \pm 0,67$) “Normal” değer aralığında olduğu görülmüştür.

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stillerinin alt boyutlarından güvenli bağlanma ve saplantılı bağlanmada pozitif yönlü orta kuvvette, korkulu bağlanma ve kayıtsız bağlanma ile pozitif yönlü düşük kuvvette olduğu görülmüştür. Bununla beraber, sosyal medya kullanım amaçları ile bağlanma stillerinin alt boyutu olan güvenli bağlanma, kayıtsız bağlanma, saplantılı bağlanma değişkenleri arasında bir ilişki olduğu görülmüştür ancak korkulu bağlanma ile bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların sosyal medya kullanım amacı ve sosyal medya bağımlılık değişkenleri arasındaki ilişki incelendiğinde; sosyal medya kullanım amacı ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde ve orta kuvvette bir ilişki olduğu görülmüştür.

6.2 Öneriler

Sosyal medya uygulamaları günümüzde internet yoluyla erişilen ve çeşitli kullanım amaçları ile milyonlarca genç tarafından kullanılmaktadır. Literatür taraması sonucunda araştırma bulgularının büyük bir kısmında sosyal medya kullanıcılarının 18-24 yaş aralığında olduğunu tespit edilmiştir (Filiz vd., 2014:26, Koçer 2012:84, Eren 2014:233, Şentürk 2017 ve Ünal., 2015:170).

Üniversitedeki öğrencilerin de büyük çoğunluğu bu yaş aralığındadır. Sosyal ağ kullanım amaçlarını, sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ve bağlanma stillerinin analizlerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi ve bulguların ortaya konulmasının eğitim-öğretim açısından önem teşkil ettiği düşünülmektedir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan çalışmada kolayda örnekleme yönteminin kullanılması sebebiyle elde edilen verilerin konu üzerinde çalışan araştırmacılara fikir verebilir. Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılıkları ve bağlanma stilleri üzerine çalışacak araştırmacılara şu önerilerde bulunabilir:

- Sosyal medyayı kullanım amaçlarına baktığımızda eğitim, arkadaşlık bilgi amaçlı kullandığını görürken bağımlılık ortalamaları bulgularına baktığımızda sosyal medyanın kullanıcıların verimliliğini düşürdüğü, huzursuz hissettiği anlarda rahatlamak için kullandığı gibi sonuçlar ortaya çıktığı görülmüştür. Sosyal medyayı fayda sağlayıcı şekilde kullanılması yönünde gençleri bilinçlendirecek eğitimler düzenlemek sosyal medya bağımlılığını önleme çalışmaları konusunda önemli bir süreç olacağı düşünülmektedir.

- Çalışma bulguları sonucunda sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Eğitimin sosyal medya kullanımı üzerinde, bağımlılığı önleyecek şekilde bir etkisinin yaratılabilmesi doğrultusunda , ilkökul, lise dönemlerinde internet ve sosyal medya kullanım dersleri verilebilir.

- Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ortalamaları incelendiğinde “Mevcut arkadaşlarımla iletişimimi devam ettirmek için sosyal medya kullanıyorum” ifadesinin yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Gençler için yüz yüze sosyalleşebilecekleri, sosyal iletişimlerini güçlendirecek eğitim merkezleri, kulüpler, eğlence, etkinlik, konser ve tiyatro merkezleri gibi yerler oluşturulabilir. Böylelikle, gençlerin

arkadaşlıklarını sürdürebilmeleri için sosyal medya dışında, belirginliği, sürekliliği olan zeminler yaratılmış olur.

- Gençlerin bağımlılık stilleri ortalamalarına bakıldığında en yüksek ortalamanın kendilerini yalnız hissettikleri düşüncesinin olduğu görülmüştür. Gençlerin sosyal medyayı keşfettiği dönem olan ergenlik sürecinde aile tarafından gözlemlenmesi ve aile ilişkilerinin güçlendirilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda ebeveyn yönlendirme çalışmaları düzenlenebilir.

- Çalışma bulgularında sosyal medya bağımlılık ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip ifadenin “Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını düşünüyorum.” olduğu görülmüştür. Gençlerin boş vakitlerinde sosyal medya kullanımlarını engelleyebilmek için eğitim, seminer, etkinliklere yönlendirilmesi sağlanabilir.

- Sosyal medya kullanım amaçları ile bağlanma stiline diğer alt boyutları olan güvenli bağlanma, kayıtsız bağlanma, saplantılı bağlanma değişkenleri arasında bir ilişki olduğu görülmüştür. Ebeveyn ve çocuk arasında bağlanmanın daha güçlü oluşması, teknolojinin aile yapısına verdiği zararı aktarabilmek adına ailelere ve çocuklara eğitimler düzenlenebilir.

- Sosyal medya bağımlılığının bağlanma stilleri ile ilişkili olduğu görülmüştür. Bağlanma stilleri arttıkça sosyal medyaya bağımlılığı oranının artış göstermesi durumunun önüne geçebilmek adına ebeveyn ve çocuk arasındaki bağı güçlendirmek adına belediyeler valilikler tarafından geleneksel yapıya uygun etkinlikler düzenlenebilir.

- Araştırma bulgularında sosyal medya kullanım amaçları arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı görülmektedir. Çocukların erken yaşta internet, bilgisayar, sosyal medya ile tanışmalarına engel olmak ve sosyal medyanın nasıl kullanılması gerektiğine yönelik ebeveynlere seminer, konferanslar, düzenlenerek eğitimler verilebilir.

- Araştırma bulgularında sosyal medya kullanım amaçları arttıkça sosyal medya bağımlılığının artış gösterdiği görülmüştür. Bu durumun önüne geçebilmek adına telefon şirketleri tarafından ne kadar süre sosyal medya kullanıldığını, kullanılan sürenin kişiye olumlu ve olumsuz etkilerini gösterebilen uygulamalar geliştirebilir.

- Araştırmalarda kolayda örnekleme dışında farklı örnekleme yöntemleri tercih edilen çalışmalar, farklı üniversitelerde, farklı kurumlarda veya bölümlerde farklı veri toplama araçlarının kullanıldığı çalışmalar, sosyal medya sitelerinin kişisel, iş ya da eğitim amaçlı kullanımının sosyal medya bağımlılığına etkisinin incelendiği çalışmalar, sosyal

medya sitelerine bağlanma biçimlerinin internet bağımlılığına etkisi üzerine çalışmalar yapılabilir.



KAYNAKÇA

- Ainsworth, M. S. (1989). Attachment Beyond Infancy. *American Psychologist*, 44, 709-716
- Akbağ, M. ve İmamoğlu, S. E. (2010). Cinsiyet ve bağlanma stillerinin utanç, suçluluk ve yalnızlık duygularını yordama gücünün araştırılması. *Studies*, 1(3), 145-166.
- Akdağ, M. Şahan-Yılmaz, B. Özhan, U. ve İsmail, Ş. (2014). Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılıklarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi (İnönü Üniversitesi örneği). *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1).
- Akbulut, Y. (2010). Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları: Sık kullanılan istatistiksel analizler ve açıklamalı SPSS çözümleri. *İdeal Kültür Yayıncılık*.
- Akgül, A. ve Çevik, O. (2003). İstatistiksel analiz teknikleri: SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları, *Ankara: Emek Ofset*.
- Aksüt, M. Ateş, S. Balaban, S. ve Çelikkat, A. (2012). İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları (Facebook Örneği). *Akademik Bilişim '12 - XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 1 - 3 Şubat 2012 Uşak Üniversitesi*
- Akter, T. (2014). Social media addiction, resistance, and influence of awareness: Measurement of psychology students resistance to Facebook addiction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(8), 456.
- Altunay, A. (2015). Bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(1), 410-428.
- Amerikan Psikiyatri Birliği (2014). *Mental bozuklukların tanınması ve sayımsal el kitabı: DSM IV*. (Çeviren: Köroğlu, E.). Ankara: Hekimler Yayın Birliği.
- Arslan, E. (2008). *Bağlanma stilleri açısından ergenlerde Erikson'un psikososyal gelişim dönemleri ve ego kimlik süreçlerinin incelenmesi*. Yayımlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1.1.
- Ayas ve Horzum, (2013). İlköğretim öğrencilerinin internet bağımlılığı ve aile internet tutumu. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39), 46-57.

- Aytekin, Ç. ve Sütçü, C. S. (2012). Yeni medya ve ağ nesli: Türkiye örneği. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3, 1-13
- Balcı, Ş. ve Gülnar, B. (2009). Üniversite öğrencileri arasında internet bağımlılığı ve internet bağımlılarının profili. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(1), 5-22.
- Balta, Ö. Ç. ve Horzum, M. B. (2008). Web tabanlı öğretim ortamındaki öğrencilerin internet bağımlılığını etkileyen faktörler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41(1); 185-203.
- Bartholomew, K. and Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adolescents. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 226–244.
- Bartholomew K. and Shaver, P.R. (1998). *Methods of Assessing Adult Attachment Do They Converge? Attachment Theory and Close Relationships*. In J. A. Simpson ve W. S. Rholes. New York: The Guilford Press
- Başlar, G. (2013). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. *Akademik Bilişim*.
- Batıgün, A. D. ve Hasta, D. (2010). İnternet bağımlılığı: Yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11(3), 213-219.
- Batıgün ve Kılıç, N. (2011:4). İnternet Bağımlılığı ile Kişilik Özellikleri, Sosyal Destek, Psikolojik Belirtiler ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26(67).
- Bayhan, V. (1998). Lise öğrencilerinde internet kullanma alışkanlığı ve internet bağımlılığı (Malatya Uygulaması). *Young*, 237, 244.
- Bedir, A. ve Gülcü, A. (2016). *Sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans Tezi. Erzurum Atatürk Üniversitesi, Erzurum
- Bellis, M. (2009). The history of communication. http://lifein24.com/wpcontent/uploads/2010/09/timeline_history_of_communication.pdf (28.07.2019)
- Büyükşener, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış, XIV. *Türkiye’de İnternet Konferansı (Internet Conference in Turkey)’’*.

- Bowlby, J. (1973). Attachment and loss (Vol. II. Separation, anxiety and anger). *New York, NY: Basic Books.*
- Bretherton, I. and Munholland, K. A. (1999). Internal working models in attachment relationships: a construct revisited. *Handbook of Attachment, ed. Cassidy J, Shaver PR. New York: Guilford :89–111*
- Cohen J, 1988. Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences, *2nd ed. Hillsdale, New Jersey: Erlbaum.*
- Coşkun, R. Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri.* Sakarya Yayıncılık.
- Çakmak, V. (2014). *İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi.* Yayımlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012:17). A new addiction for teacher candidates: *Social networks. The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 11 (3), 14-19.
- Çınar, B.(2012). Sosyal Medyanın Örgütlü Suç İşlemede Rolü. *Advisory Board/Danışma Kurulu*, 79.
- Çemrek, F., Baykuş, H., ve Özaydın, Ö. (2015). Sosyal Medya Kullanım ve Davranışlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği. *Alphanumeric Journal*, 2(2), 61-76.
- Çetin, M., ve Toprak, Y. E. (2016). Silahlı Kuvvetlerde Sosyal Medya: ABD ve Büyük Britanya Silahlı Kuvvetlerinde Facebook Kullanımı. *Trt Akademi Dergisi* 1(2)-,570-588
- Dal, N. E. ve Dal, V. (2014). Kişilik Özellikleri Ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma-Personality Traits And Social Network Sites Usage Habits: A Research On University Students. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 144-162.
- Doğan, U. ve Karakaş, Y. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının yordayıcısı olarak yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 2-15.

- Düvenci, A. (2012). *Ağ neslinin internet kullanımı üzerindeki sosyal medya etkisinin sosyal sapma yaklaşımı ile incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi Marmara Üniversitesi, İstanbul
- Ekşi, Erden, Erdoğan ve Yılmaz (2013). Ergenlerin kimlik oluşumunun Facebook üzerinden incelenmesi: Nitel araştırma örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3).
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Erözkan, A. (2011). Üniversite öğrencilerinin bağlanma stilleri ve karar stratejileri. *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, (3).
- Esen, E. (2010). *Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Eşitti, Ş. (2015). Bilgi Çağında Problemlı İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlı İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 49, 75-97.
- Filiz, O. Erol O. Dönmez, F. İ., ve Kurt, A. A. (2014). BÖTE bölümü öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(2).
- Grant, Marc N. Potenza, Aviv Weinstein and David A. Gorelick. (2010), Introduction to behavioral addictions. *The American journal of drug and alcohol abuse*. 36(5): p.233-241.
- Griffin, D., and Batholomew, K. (1994). Models of the self and other: Fundamental dimensions underlying measures of adult attachment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67,430-445.
- Griffiths M.D. (2000). Internet addiction: Time to be taken seriously? *Addiction Research*, 8, 413-418.
- Griffiths, M. D. (2013). Social networking addiction: Emerging themes and issues. *Journal of Addiction Research and Therapy*, 4(5).

- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., and Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. *Behavioral addictions: Criteria, evidence and treatment*, 3(23), 119-141.
- Günüç, S., ve Kayri, M. (2010). Türkiye’de internet bağımlılık profili ve internet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik-güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(39).
- Hirche, D. J. Bottel, L. Bielefeld, M. Steinbüchel, T. Kehyayan, A. Dieris, B. and Wildt, B. (2017). Media use and Internet addiction in adult depression: A case-control study. *Computers in Human Behavior*, 68, 96-103.
- Holden, C. (2001). Behavioral addictions: Do they exist? *Science*, 294 (5544), 980-982.
- Karagülle, A. E., ve Çaycı, B. (2014). Ağ toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC January 2014 Volume 4 Issue:1*
- Karal, H. ve Kokoç, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 1(3), 251-263.
- Karim, R. and Chaudhri, P. (2012). Behavioral addictions: An overview. *Journal of Psychoactive Drugs*, 44(1), 5-17.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Keskin, G., ve Çam, O. (2008). Ergenlerin ruhsal durumları ve anne baba tutumları ile bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi/Relationship between mental health, parental attitude and attachment style in adolescence. *Anadolu psikiyatri dergisi*, 9(3), 139.
- Kuss, D. J. and Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International journal of environmental research and public health*, 8(9), 2-15.
- Koçer, M. (2012). Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. *Akdeniz İletişim*, (18).

- Köksal, Y., ve Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medya'nın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1).
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(2), 3-24.
- Laible, D. (2007). Attachment with parents and peers in late adolescence: Links with emotional competence and social behavior. *Personality and Individual Differences*, 43(5), 1185–1197
- McNally, A. M., Palfai, T. P., Levine, R. V. and Moore, B. M. (2003). Attachment dimensions and drinking-related problems among young adults: the meditational role of coping motives. *Addictive Behaviors*, 28,1115–1127.
- Morsünbül, Ü. (2014:365). İnternet bağımlılığının bağlanma stilleri, kişilik özellikleri, yalnızlık ve yaşam doyumu ile ilişkisi. *International Journal of Human Sciences*, 11(1), 357-37
- Olmedow, J. A., Quinn, S., and Kowert, R. (2013). Attachment styles, social skills and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior*, 29,1142-1149.
- Tarhan, N. Nurmedov, S.(2011) *Bağımlılık*. İstanbul: Timaş yayınevi
- Park, S.K., Kim, J.Y. and Cho, C.B. (2008). Prevalence of Internet addiction and correlations with family factors among South Korean adolescents. *Adolescence*, 43(172); 895-909.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2017). Hanelerde Bilişim Teknolojileri Bulunma Oranı. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028 (15.04.2018)
- Savcı, M. ve Aysan, F. (2016). Bağlanma stilleri, akran ilişkileri ve duyguların internet bağımlılığını yordamadaki katkıları. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(3), 401-432.
- Solmaz, B. Tekin, G. Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk üniversitesi iletişim fakültesi akademik dergisi*, 7(4), 23-32.
- Sümer, N. ve Güngör, D. (1999). Yetişkin bağlanma stilleri ölçeklerinin Türk örneklemini üzerinde psikometrik değerlendirmesi ve kültürlerarası bir karşılaştırma. *Türk Psikoloji Dergisi*, 14,71-106.

- Sümer, N. (2017). Psychometric evaluation of adult attachment measures on Turkish samples and a cross-cultural comparison. *Türk psikoloji dergisi*, 14(43), 71-109.
- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 14(1), 523-538.
- Şentürk, (2017:10). *Sosyal medya bağımlılığının, depresyon, anksiyete bozukluğu, karışık anksiyete ve depresif bozukluk hastaları ile kontrol grubu arasında karşılaştırılması ve kullanıcıların kişilik özellikleriyle ilişkisinin araştırılması*. Yayınlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Şenormancı, Ö. Konkan, R. ve Sungur, M. Z. (2010). İnternet bağımlılığı ve bilişsel davranışçı terapisi. *Psychiatry*, 11, 261-268.
- Taş, İ. Eker, H. Anlı, G. (2014). Orta öğretim öğrencilerinin internet ve oyun bağımlılık düzeylerinin incelenmesi. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying* 1(2), 34-57
- Taşçı, E. (2010) Sosyal Medya Araçlarının Yerel Yönetimlere Etkisi ve Katkısı: Belediye 2.0, *Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Dergisi*, 38(126), 23-26.
- Taycan, S. E. ve Kuruoğlu, A. Ç. (2014). Evlilik uyumu ile bağlanma stilleri ve mizaç ve karakter özellikleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 25(1), 9-18.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul. 15-265
- Üksel, S. (2015). *Kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde sosyal medya kullanımı: Sakarya üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya
- Yazıcıoğlu, G. (2011). *Üniversite Öğrencilerinin Bağlanma Stilleri ve Stresle Başa Çıkma Stratejileri Arasındaki İlişki: ODTÜ Örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir. 29-43
- Yıldız, C. (2008). *Üniversite öğrencilerinin geçmişte yaşadıkları ayrılık kaygısı ile bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya

- Yıldızhan, E. (2017) Bağlanma Teorisi ve Bağlanma Bozukluklarına Genel Bir Bakış. *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, 22(1), 66-72.
- Yılmaz, D. Gökdere Çınar, H. Özyazıcıoğlu, N. (2017). Hemşirelik Öğrencilerinde Akıllı Telefon ve İnternet Bağımlılığı ile Üst Ekstremitte Fonksiyonel Aktivite Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *SdÜ Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 8 (3), 34-39
- Young, K. S. (2004). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American behavioral scientist*, 48(4), 402-415.
- Yörükoğlu, M. Kaplan, M. Yılmaz, M. (2018) Üniversite Öğrencilerinin Problemleri Cep Telefonu Kullanımını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. 12. Ulusal Alkol ve Madde Bağımlılığı Kongresi, *Bağımlılıkta İyileşme: Nasıl olur? Neden olmasın?* Antalya 29 Kasım - 02 Aralık 2018 E- kitap 114-122
- Yüksel, M. ve Yılmaz, E. (2016). Lise öğrencilerinin internet bağımlılık düzeyleri ile problem çözme becerileri arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *İlköğretim Online*, 15(3).
- Zelan, Z. (2015). Dijital Dünya, Sosyal Medya ve Fikri Haklar. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi*

EKLER

Ek-1 Bilgilendirme Metni ve Demografik Form

Sayın Katılımcılar,

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları, sosyal medya bağımlık düzeyleri ve bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla yüksek lisans tez çalışmasında kullanılacaktır. Anket sorularına vereceğiniz cevapların gerçeği yansıtması, araştırmanın doğru ve güvenilir sonuçlandırılmasını sağlayacaktır. Sizden ricamız her soruyu okuduktan sonra en uygun cevabı işaretlemenizdir. Lütfen cevapsız soru bırakmayınız. İşaretlerken sizin için en uygun olan seçeneğe (X) işaretini koyarak yapınız. Objektif sonuç için bütün soruları dikkatlice okuyup cevaplayınız.

İlgi ve alakanızdan dolayı teşekkür eder, saygılarımızı sunarız.

Mustafa KAPLAN

Prof. .Dr. Hanna R. SCHERLER

T.C. HASAN KALYONCU UNIVERSİTESİ
BAĞIMLILIK PSİKOLOJİSİ ANA BİLİM DALI

T.C. HASAN KALYONCU UNIVERSİTESİ
BAĞIMLILIK PSİKOLOJİSİ ANA BİLİM DALI

psymustafakaplan@gmail.com

nita@hannascherler.com

A. KİŞİSEL BİLGİLER

1.Cinsiyetiniz nedir?

(...) Kadın

(...) Erkek

2. Yaş grubunuzu belirtiniz?

(...) 16-20

(...) 21-25

(...) 26-30

(...) 31 ve

üzeri

3.Devam etmekte olduğunuz eğitim seviyenizi belirtiniz?

(...) Ön lisans

(...) Lisans

(...) Lisansüstü

4. Gelir düzeyinizi belirtiniz? (Aylık, harçlık, burs, maaş vs.)

(...)0-999 TL (...) 1000-1999 TL (...) 2000-2999 TL (...)3000-3999TL

(...) 4000 TL ve üzeri

5. Fakültenizi belirtiniz?

(...)Mühendislik Fakültesi (...)Tıp Fakültesi (...) Fen-Edebiyat

(...)İktisadi ve İdari Bilimler (...)Eğitim Fakültesi (...)Diş Hekimliği

(...)Mimarlık Fakültesi (...)Hukuk Fakültesi (...)İlahiyat

(...)Sağlık Bilimleri Fakültesi (...)Türk Musikisi ve Konservatuarı

(...)Beden Eğitimi ve Spor (...)Teknik Bilimler MYO

(...)Sosyal Bilimler MYO (...)Sağlık Hizmetleri MYO

(...)Turizm ve Otelcilik MYO (...)Fen Bilimleri Enstitüsü

(...)Sağlık Bilimleri Enstitüsü (...)Sosyal Bilimler Enstitüsü

(...)Eğitim Bilimleri Enstitüsü (...)Diğer(.....)Lütfen belirtiniz

7.Yaşamınızın büyük çoğunluğunu geçirdiğiniz şehir neresi yazınız?

.....

8. Sosyal medya araçlarına daha çok hangi tür cihazlar ile ulaşmaktasınız?

Birden fazla işaretleyebilirsiniz?

(...)Kişisel Bilgisayar (...)Kurumsal (İşyeri) Bilgisayar (...)Tablet / El Bilgisayarı
(...)Cep Telefonu / Akıllı Telefon

9.Günde ortalama kaç saat sosyal medyada vakit geçirmektesiniz?

(...) 1 saatten az (...) 1-3 saat (...) 4-6 saat (...) 7 saat ve üzeri

10.En sık kullandığınız sosyal medya aracını belirtiniz? Birden fazla işaretleyebilirsiniz?

(...) Facebook (...) Twitter (...) Instagram (...) Foursquare

(...) Blog (...) Wiki (...) Youtube (...) LinkedIn

(...) Picasa (...) Snapchat (...) Diğer (.....) Lütfen belirtiniz.



Ek 2: Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği

Madde no	Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Her bir maddeyi okuyunuz ve daha sonra her bir maddenin karşısındaki “Tamamen Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Kararsızım”, “Katılıyorum” ve “Tamamen Katılıyorum” seçeneklerinden size uygun olan seçeneğe X işareti ile işaretleyiniz. ①Tamamen Katılmıyorum ②Katılmıyorum ③ Kararsızım ④Katılıyorum ⑤Tamamen Katılıyorum	①	②	③	④	⑤
1	Kendime özgü alan (profil, kişisel sayfa...) oluşturma imkanı sunduğu için kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
3	Mevcut arkadaşlarım ile ilişkini sürdürmek amacıyla kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
4	Diğer insanlar tarafından tanınmak amacıyla kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırma yapmak için kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
6	İlgilendiğim insanların ve arkadaşlarımla yaşamalarını incelemek amacıyla kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Eski arkadaşlarımla tekrar iletişime geçmek için kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
8	Eğitim amacıyla oluşturulan gruplar ile etkinlikleri takip edebilmek için kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak için kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
10	İlgimi çeken gruplara katılmak için kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
11	Beğendiğim nesnelere (video, resim, not...) paylaşmak için kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşmak amacıyla kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Yabancı dil bilgimi geliştirmek amacıyla kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
14	Farklı kültürlerden insanlarla tanışmak amacıyla kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤

Ek 3: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

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

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

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

Ek 4: İlişkiler Ölçeği

Madde no	Aşağıdaki her bir maddeyi okuyunuz ve daha sonra her bir maddenin karşısındaki “Beni Hiç Tanımlamıyor”, “Beni Kısmen Tanımlıyor” ve “Tamamıyla Beni Tanımlıyor” seçeneklerinden size uygun olan seçeneğe X işareti ile işaretleyiniz.							
	1-----	2-----	3-----	4-----	5-----	6-----	7	
	Beni hiç tanımlamıyor			tanımlıyor			Beni kısmen tanımlıyor	beni
1	Başkalarına kolaylıkla güvenemem.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	Kendimi bağımsız hissetmem benim için çok önemli.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	Başkalarıyla kolaylıkla duygusal yakınlık kurarım.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	Başkalarıyla çok yakınlaşırsam incitileceğimden korkuyorum.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	Başkalarıyla yakın duygusal ilişkilerim olmadığı sürece oldukça rahatım.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6	Başkalarıyla tam anlamıyla duygusal yakınlık kurmak istiyorum.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	Yalnız kalmaktan korkarım.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8	Başkalarına rahatlıkla güvenip bağlanabilirim.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9	Başkalarına tamamıyla güvenmekte zorlanırım.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10	Başkalarının bana dayanıp bel bağlaması konusunda oldukça rahatımdır.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11	Başkalarının bana, benim onlara verdiğim kadar değer vermediğinden kaygılanırım.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12	Kendi kendime yettiğimi hissetmem benim için çok önemli.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13	Başkalarının bana bağlanmamalarını tercih ederim.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14	Başkalarıyla yakın olmak beni rahatsız eder.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
15	Başkalarının bana, benim istediğim kadar yakınlaşmakta gönülsüz olduklarını düşünüyorum.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
16	Başkalarına bağlanmamayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
17	Başkaları beni kabul etmeyecek diye korkarım.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

Ek-5 Etik Kurul Onay Formu

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ETİK KURUL KARARI

Tarih: 04.01.2018

No: 2018/03

Çalışmanın Türü:	Yüksek Lisans Tezi
Konu:	Anket Uygulama
Başlık:	Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının; Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi Üzerinde Ampirik Bir Çalışma
Yürütücü / Danışman:	Doç. Dr. Hanna Nita SCHERLER
Yazar:	Mustafa KAPLAN
Karar:	Olumlu



Prof. Dr. Şener BÜYÜKÖZTÜRK
Eğitim Fak./Etik Kurul Başkanı



Prof. Dr. Şaban KAYIHAN
Hukuk Fak. / Etik Kurul Üyesi



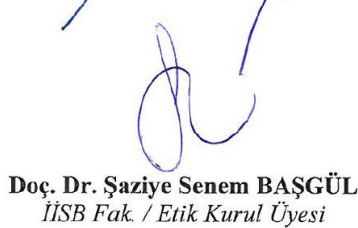
Prof. Dr. Yaşar ÖZBAY
Eğitim Fak. / Etik Kurul Üyesi



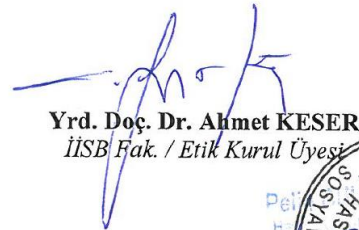
Prof. Dr. Osman Tolga ARICAK
İİSB Fak. / Etik Kurul Üyesi



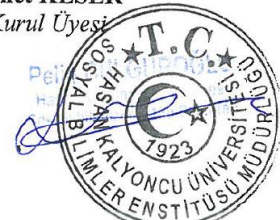
Doç. Dr. Mazlum ÇELİK
İİSB Fak. / Etik Kurul Üyesi



Doç. Dr. Şaziye Senem BAŞGÜL
İİSB Fak. / Etik Kurul Üyesi



Yrd. Doç. Dr. Ahmet KESER
İİSB Fak. / Etik Kurul Üyesi



Ek-6 Ölçek Uygulama İzin Yazısı

T.C.

GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ

GENEL SEKRETERLİK MAKAMINA

Hasan Kalyoncu Üniversitesi Bağımlılık Psikolojisi Yüksek Lisans programında yapılacak olan "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri, Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" konulu tez çalışmam ile ilgili anket çalışmasının Gaziantep Üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılması planlanmaktadır.

Ekte bir örneği sunulan söz konusu anketin yapılabilmesi için gerekli iznin verilmesini saygılarımla arz ederim.

24.01.2017

Mustafa KAPLAN

Ek : 1 Adet Anket Formu

E posta: psymustafakaplan@gmail.com

Tel: 05330940043

Doç. Dr. Aşkın DOĞAN
Genel Sekreter

21 Ocak 2017
Uygundur.