

**T.C.**  
**ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**PSİKOLOJİ ANA BİLİM DALI**

**FEN LİSESİ ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL DIŞLANMA VE SOSYAL  
MEDYA BAĞIMLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİ: MERSİN İL ÖRNEĞİ**

**TEZİ YAZAN**

**Erkut AYDEMİR**

**Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Seyda MAVRUK ÖZBİÇER**

**Jüri Üyesi: Prof. Dr. Gülhan TEMEL**

**Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Cihad ÖZSÖZ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**MERSİN/Haziran 2022**

**ONAY**  
**T.C**  
**ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE;**

**2020011028** numaralı öğrencimiz olan **Erkut AYDEMİR** tarafından hazırlanan  
**“FEN LİSESİ ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL DIŞLANMA VE SOSYAL  
MEDYA BAĞIMLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİ: MERSİN İL ÖRNEĞİ”**  
başlıklı bu tez çalışması jüri üyelerimiz tarafından **oy birliği** ile **Psikoloji** Ana Bilim  
Dalında **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

(Enstitü Müdürlüğünde Asıl Sureti Islak İmzalıdır)

Üniv. İçi Asıl Üye–Tez Danışmanı–Jüri Başkanı:Dr. Öğr. Üyesi Seyda MAVRUK ÖZBİÇER

(Enstitü Müdürlüğünde Asıl Sureti Islak İmzalıdır)

Üniv. Dışı – Jüri Asıl Üyesi: Prof. Dr. Gülhan TEMEL  
(Mersin Üniversitesi)

(Enstitü Müdürlüğünde Asıl Sureti Islak İmzalıdır)

Üniv. Dışı – Jüri Asıl Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Cihad Özsöz  
(Süleyman Demirel Üniversitesi)

**Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylıyorum.**

(Enstitü Müdürlüğünde Asıl Sureti Islak İmzalıdır)

**13/06/2022**

**Doç. Dr. Murat KOÇ**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü**

**NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil  
ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat  
Eserleri Kanunu’ndaki hükümlere tabidir.**

## İTHAF

*Üzerimde Emeği Olan Hocalarıma ve Değerli Aileme...*

## ETİK BEYANI

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırlamış olduğum bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum doküman, bilgi ve verileri akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

13/06/2022

Erkut AYDEMİR

## TEŞEKKÜR

Tez çalışmamda bana destek olan değerli tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Seyda MAVRUK ÖZBİÇER'e teşekkür ederim.

Bu tezi yazmam için bugüne kadar sonsuz emekler veren annem Hacer Aydemir ve babam Metin Aydemir'e minnetlerimi, biricik kardeşim Elvin Aydemir'e sevgilerimi sunarım.

Lise dönemimden beri pek çok anılar paylaştığım değerli arkadaşım Salih Barış Özer'e, tez sürecinde bana destek veren Mehmet Ali Kaya, Nadir Okumuş, Duygu Üvey'e ve bilgi birikimleriyle bana yardımcı olan değerli hocalarım Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Bayar, Dr. Öğr. Üyesi Cihad Özsöz ve Prof. Dr. Gülhan Temel'e teşekkürlerimle.

13/06/2022

Erkut AYDEMİR

## ÖZET

### FEN LİSESİ ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL DIŞLANMA VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİ: MERSİN İL ÖRNEĞİ

**Erkut AYDEMİR**

**Yüksek Lisans Tezi, Psikoloji Anabilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Seyda MAVRUK ÖZBİÇER**

**Haziran 2022, 74 Sayfa**

Bu araştırmada fen lisesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve sosyal dışlanma durumları arasında ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Yapılan araştırmada sosyal medya kullanımının, sosyal dışlanma düzeylerinin ve sosyal dışlanma ölçeği alt boyutu olan görmezden gelinmenin, sosyal medya kullanım türlerinin, amaçlarının, geçirilen sürelerin cinsiyete, devam ettiği sınıfa göre farklılaşıp farklılaşmadığı ve ayrıca sosyal medya platformlarının türlerine, kullanım sürelerine ulaşılmıştır. Katılımcılar Mersin ilinde fen liselerinde eğitim gören 245'i (% 54.7) kız, 203'ü (% 45.3) erkek olmak üzere toplam 448 kişiden oluşmaktadır. Araştırmada Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Dışlanma Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu veri toplama araçları olarak kullanılmıştır. Araştırma verileri t-testi, ANOVA, tukey çoklu karşılaştırma ve ki-kare analizleri ile değerlendirilmiştir. İstatistik paket program ile analiz edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre sosyal medya bağımlılığı, görmezden gelinme ve sosyal dışlanma düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaştığı ve elde edilen sonuçlar kızların sosyal medya bağımlılığının anlamlı olarak daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bununla beraber görmezden gelinme ve sosyal dışlanma düzeylerinde cinsiyetler arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar elde edilmemiştir. Yalnızca Whatsapp'ta geçirilen ortalama sürenin gruplar ile anlamlı düzeyde farklılaşması görülmüştür. Tukey çoklu karşılaştırma analizine göre 10. sınıfa devam eden öğrencilerin 9. sınıfa devam eden öğrencilerden daha uzun süre Whatsapp kullandığı görülmüştür. Ancak diğer platformlar için anlamlı farklılıklar bulunamamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya bağımlılığı, Sosyal Dışlanma

**ABSTRACT****THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL EXCLUSION AND SOCIAL  
MEDIA ADDICTION IN SCIENCE HIGH SCHOOL STUDENTS; MERSIN  
PROVINCIAL****Erkut AYDEMİR****Masters' Thesis, Department of Psychology****Thesis Advisor: Dr. Seyda MAVRUK ÖZBİÇER****June 2020, 74 Pages**

In this study, it was aimed to examine the relationship between the use of social media and social exclusion of science high school students. In the research, it was reached whether social media use, social exclusion levels and being ignored, which is the sub-dimension of social exclusion scale, social media usage types, purposes, durations differed according to gender and the class in which they continued, as well as the types and usage periods of social media platforms. The participants consisted of 448 people, 245 (54.7%) of whom were girls and 203 (45.3%) were boys, who were educated in science high schools in Mersin. In the study, Social Media Addiction Scale for Adolescents, Social Exclusion Scale and Personal Information Form were used as data collection tools. The research data were evaluated by t-test, ANOVA, tukey multiple comparison and chi-square analysis. The statistics were analyzed by package program. According to the results of the research, social media addiction, ignorance and social exclusion levels differed significantly according to gender and the results obtained showed that girls' social media addiction was significantly higher. However, there was no significant differentiation between the sexes in the levels of ignorance and social exclusion. Only the average time spent on Whatsapp was found to differ significantly with the groups. According to Tukey multiple comparison analysis, it was seen that students attending the 10th grade used Whatsapp for longer than students attending the 9th grade. However, no significant differences were found for other platforms.

**Keywords:** Social Media Addiction, Social Exclusion

## ÖNSÖZ

Günümüzde kitle iletişim araçları günlük hayatın bir parçası haline gelmiştir. İletişim araçlarının keşif amaçları öncelikli olarak kişiler arası iletişimi kolaylaştırmaktı. Cihazlardaki bu değişim ve dönüşüm internetin keşfiyle daha anlamlı hale geldi. Önce bilgisayarlar internet ile tanıştı ve web siteleri hayatımızın bir parçası oldu. Ardından bu web siteleri birer iletişim araçları haline yani sosyal iletişim ağlarına dönüştü. Cep telefonlarının gelişmesi ile birlikte bu geniş içerikli sosyal ağlar artık birer mobil uygulamaya sığdırılmıştı. Bununla beraber sosyal medya uygulamalarını yanımızdan ayırmaz hale geldik. Akıllı telefonlar ile birlikte pek çok web siteleri mobil uygulamalara geçiş yapmıştır. Bu durumdan sosyal medya siteleri de etkilenmiştir. Sosyal medya sitelerinin uygulama haline dönüşmesi istenilen yerde ve zamanda erişilebilir hale gelmesinin önünü açmıştır ve sosyal medya bağımlılığı kavramını da beraberinde getirmiştir. Bu bağımlılık kimi zaman sadece keyifli zaman geçirmek olduğu gibi kimi zaman da kendini bir gruba ait hissetme ve sosyalleşme ihtiyacından da kaynaklanabilmektedir. Özellikle sosyal dışlanmaya maruz kalan kişilerin kendilerinin sosyal medyada kabul görüldüğünü düşünmeleri sosyal medya bağımlılığını da beraberinde getirdiği düşünülmektedir. Sosyal hayatta birey kendine aitlik hissedeceği arkadaş grupları ararken sosyal medyada kendisi gibi düşünen, Fen liseleri ise akademik olarak daha başarılı öğrencilerin öğrenim görebildiği eğitim kurumları olduğu için buradaki sosyal medya tutum farklılıklarının incelenmesi ve sosyal dışlanma ile olan ilişkisinin tespiti sonraki akademik çalışmalara ek katkı sağlaması düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı fen lisesi öğrencisi ergenlerde sosyal medya bağımlılığının nedenlerinden birisinin de sosyal dışlanma olup olmadığını ve cinsiyetlere göre sosyal medya kullanım sürelerini de tespit edip literatüre katkıda bulunmaktır.

13/06/2022

Erkut AYDEMİR



## İÇİNDEKİLER

KAPAK.....	i
ONAY.....	ii
İTHAF.....	iii
ETİK BEYANI.....	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÖNSÖZ.....	viii
KISALTMALAR.....	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
EKLER LİSTESİ.....	xiii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Kuramsal Açıklamalar.....	2
1.1.1. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	2
1.1.2. Sosyal Dışlanma.....	3
1.2. Araştırma Problemi.....	3
1.3. Araştırma Hipotezleri.....	4
1.4. Varsayımlar.....	5
1.5. Sınırlılıklar.....	5
1.6. Araştırmanın Amacı.....	5
1.7. Araştırmanın Önemi.....	5
1.8. Tanımlar.....	6
1.8.1. Ergenlik.....	7
1.8.2. Bağımlılık.....	7
1.8.3. Sosyal Medya.....	8
1.8.3.1. Sosyal Medyanın Temel Özellikleri.....	10
1.8.3.2. Sosyal Medya Platformları.....	10
1.8.4. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	14
1.8.4.1. Sosyal Medya Bağımlılığının Belirtileri.....	15
1.8.4.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Nedenleri.....	16
1.8.4.2.1. Psikolojik Nedenler.....	16
1.8.4.2.2. Toplumsal Nedenler.....	17

1.8.4.2.3. Biyolojik Nedenler .....	17
1.8.5. Sosyal Medya Bağımlılığının Ergenler Üzerindeki Olumsuz Etkileri.17	
1.8.6. Sosyal Dışlanma.....	18
1.8.6.1. Sosyolojik Bağlamda Sosyal Dışlanma .....	19
2.YÖNTEM.....	21
2.1. Araştırmanın Modeli .....	21
2.2. Araştırmanın Yapılışı .....	21
2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	21
2.4. Veri Toplama Araçları .....	22
2.5. Kişisel Bilgi Formu .....	22
2.6. Sosyal Dışlanma Ölçeği.....	22
2.7 Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ) .....	23
2.8. Verilerin Analizi.....	23
3. BULGULAR.....	24
4. TARTIŞMA .....	37
5. SONUÇ.....	45
6. ÖNERİLER .....	46
7. KAYNAKÇA .....	48
8. EKLER.....	52

**KISALTMALAR**

**SPSS** : (Statistic Packets For Social Seiences) Sosyal Araştırmalar İçin İstatistiksel Program Paketi

**Akt** : Aktaran

**F** : F testi Sonucu

**Ort.** : Ortalama puan

**Ss** : Standart sapma

**N/n** : Kişi sayısı

**T** : t testi puanı

## TABLOLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Katılımcıların Cinsiyete ve Sınıfa göre Dağılım Oranları .....	24
<b>Tablo 2.</b> Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Kullanılan Sosyal Medya Platformlarına İlişkin Dağılım Oranları.....	25
<b>Tablo 3.</b> Sosyal Medya Bağımlılığı, Görmezden Gelinme ve Sosyal Dışlanma Değişkenlerinin En Düşük, En Yüksek Değerleri, Ortalama ve Standart Sapmaları, Basıklık-Çarpıklık Değerleri.....	26
<b>Tablo 4.</b> Kullanılan Sosyal Medya Platformlarında Geçirilen Ortalama Süreler .....	27
<b>Tablo 5.</b> Sosyal Medya Bağımlılığı, Görmezden Gelinme ve Sosyal Dışlanma Düzeylerinin t-testi analizi ile Cinsiyete göre Karşılaştırılması .....	28
<b>Tablo 6.</b> Sosyal Medya Bağımlılığı, Görmezden Gelinme ve Sosyal Dışlanma Düzeylerinin Katılımcıların Devam Ettiği Sınıfa göre Tek Yönlü ANOVA Kullanılarak Karşılaştırılması .....	29
<b>Tablo 7.</b> Farklı Sosyal Medya Platformlarında Geçirilen Sürenin ve Sosyal Medyada Geçirilen Toplam Sürenin Cinsiyete göre t-testi Kullanılarak Karşılaştırılması .....	30
<b>Tablo 8.</b> Farklı Sosyal Medya Platformlarında Geçirilen Sürenin ve Sosyal Medyada Geçirilen Toplam Sürenin Katılımcıların Devam Ettiği Sınıfa göre Karşılaştırılması	31
<b>Tablo 9.</b> Sosyal Medya Kullanım amaçlarının Cinsiyete göre Ki-Kare Analizi Yürütülerek Karşılaştırılması.....	32
<b>Tablo 10.</b> Sosyal Medya Kullanım amaçlarının Katılımcıların Devam Ettiği Sınıfa göre Ki-Kare Analizi Yürütülerek Karşılaştırılması.....	33
<b>Tablo 11.</b> Görmezden Gelinme ve Sosyal Medya Bağımlılığına ilişkin Regresyon Analizi Sonuçları .....	34
<b>Tablo 12.</b> Sosyal Dışlanma ve Sosyal Medya Bağımlılığına ilişkin Regresyon Analizi Sonuçları .....	35
<b>Tablo 13.</b> Sosyal Medya Kullanım Sürelerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına göre Karşılaştırılmasına ilişkin ANOVA sonuçları .....	36

**EKLER LİSTESİ**

<b>EK A:</b> Çağ Üniversitesi Etik Kurul Onay Belgesi.....	52
<b>EK B:</b> Kişisel Bilgi Formu.....	54
<b>EK C:</b> Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ).....	55
<b>EK D:</b> Sosyal Dışlanma Ölçeği.....	55
<b>EK E:</b> Ölçek Kullanım İzinleri.....	56
<b>EK F:</b> Çağ Üniversitesi SOBE Etik Kurul İzin İstek Yazısı.....	57
<b>EK G:</b> Çağ Üniversitesi Etik Kurul İzin Onay Yazısı.....	58
<b>EK H:</b> Çağ Üniversitesi Etik Kurul Onay Yazısı.....	59
<b>EK I:</b> Mersin Valiliği Ölçek Uygulama İzin Yazısı.....	60
<b>EK J:</b> Katılımcı Onam Formu.....	61

## 1. GİRİŞ

İnternet kullanımı günlük hayatta hemen hemen her alanda karşımıza çıkmaktadır. İnternet ile gelen bilgiye hızlı ve kolay erişim imkanı günlük hayatımızı kolaylaştırmaktadır. Günümüzde internet, bilgi edinme işlevinin yanı sıra sosyalleşme, eğlence, iletişim, gibi çeşitli işlevleri de kazanmıştır. İnternet kullanımı kişilerin ve kurumların işlerini kolaylaştırdığı gibi aynı zamanda sosyalleşme aracı olarak kullanılmaktadır. İnternetin ve akıllı telefonların gelişmesi ile beraber sosyal ağlar mobilize edilmiştir. Yıllar önce sadece bilgisayar üzerinden girilebilen sosyal medya sitelerine artık insanlar mobil bir şekilde istedikleri her mekânda erişebilmektedirler. Bununla beraber bilgisayardan erişim sağlanan sitelerin yerini sayıca daha fazla ve daha zengin içeriklerin paylaşılıp takip edilebildiği platformlar almıştır.

2020 yılında başlayan Covid-19 pandemisi ile beraber ise internete erişim imkanının ve internet kullanımının önemi daha da artmıştır. Bireyler açık hava aktivitelerinden uzak kaldığından ve bununla beraber sosyalleşemedikleri için en ulaşılabilir aynı zamanda hızlı yöntem olan interneti kullanmayı arttırmışlardır. TÜİK 2021 Ağustos verilerine göre hanelerin %92 si evden internete erişim imkanına sahiptir. Bu oran 2020 yılında %90,7 olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2021). İnternet ile birlikte bireyler bağ kurma ihtiyaçları doğrultusunda sosyal ilişkiler kurmak için farklı ve yeni arayışlara girmektedirler. Bu arayışlar ergenleri daha fazla sosyal medya kullanımına yönlendirmektedir. Kabul görmek isteyen bir ergen kendini sosyal medyada kabul görmüş olarak hissediyor ise orada bulunduğu süreyi de arttırmaktadır. Özellikle sosyal dışlanmaya maruz kalan ergenler kendilerini bir topluluğa ait hissetme veya kendini gerçekleştirebilmek için sosyal medya kullanabilmektedirler. Bu kendini bir gruba ait hissedememe ve sosyal dışlanma, kişileri sosyal medyanın daha cazip görünmesine ve bu ihtiyaçların giderilmesi için bir araç olarak kullanılmasına olanak verir (Williams K.D, 2007 aktaran Kaşıkçı , Denli, & Karaman, 2021).

(Chen, Li, Long, 2007 aktaran Ese ve Siyez, 2011) tarafından yapılan çalışmada internet kullanımının yalnızlıktan dolayı artmadığını bunun aksine yalnız kaldığı için internet kullanımının arttığı saptanmıştır. Bununla beraber yapılan çalışmada, ergenlik dönemindeki bireylerde yüksek oranda orta derece sosyal medya bağımlılığına rastlanmıştır. (Güney & Taştepe, 2020)

## 1.1. Kuramsal Açıklamalar

### 1.1.1. Sosyal Medya Bağımlılığı;

(Andreassen vd., 2014 aktaran Çömlekçi & Başol, 2019) çalışmasında sosyal medya bağımlılığını, sosyal medya platformlarında yoğun vakit geçirme, çevrimiçi olabilmek için istek ve ilgi duyma, ve bu ilginin sosyal hayattaki görevlerine, aktivitelerine, sorumluluklarına, arkadaşlık ilişkilerine ve ruhsal durumuna zarar verecek kadar vakit harcamasına neden olma durumu şeklinde tanımlamaktadır. Tüm dünyada ve ülkemizde sosyal medya kullanımı sık sık tartışma konusu olmuştur. Bazı kesimler sosyal medya kullanımına olumlu yaklaşırken bazı kesimler ise sosyal medya kullanımlarının artmasından endişe duymaktadır. Sosyal medya üyeliklerindeki kişisel bilgilerin işlenmesi ve kullanılması tartışma konusu olurken, siber saldırılar, siber zorbalık gibi sosyal medya suçları da olumsuz bakılmasına neden olmaktadır. Son dönemlerde ise bunlara ek olarak sosyal medya bağımlılığı konusu ortaya atılmıştır. (Çömlekçi & Başol, 2019;17 (4)).

Özellikle son on yılda sosyal medya bağımlılığına yönelik yapılan çalışmalar dikkat çekmektedir. Örneğin, (Alan & Kabadayı, 2016) genç yetişkinlerin kişilik özelliklerinin sosyal medya kullanımı üzerine etkisini, (Satici, 2019, aktaran Doğrusever, 2021) facebook bağımlılığı ve öznel iyi oluş arasında utangaçlık ve yalnızlığın aracı etkisini, (Mamun & Griffiths, 2019 aktaran Doğrusever, 2021) facebook bağımlılığı ve depresyon arasındaki ilişkiyi (Brailovkaiax vd., 2019 aktaran Doğrusever, 2021) facebook bağımlılığıyla günlük stres ve sosyal destek arasındaki ilişkiyi (Andreassen, Pallesen, & Griffiths, 2017 aktaran Doğrusever, 2021) sosyal medya bağımlılığı, narsizm ve benlik saygısı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.

Türkiye’de yapılan araştırmada katılımcıların Twitter kullanıcılarının oranı %22,22, Facebook kullanıcılarının oranı: %40,74 ve hem Facebook hem de Twitter kullanıcılarının sayısı ise %37,04 olarak tespit edilmiştir (Alan & Kabadayı, 2016). Dünya genelinde yapılan çalışmalar bireylerin en az beş sosyal medya hesaplarının olduğunu söylemektedir (Uğur, 2014, aktaran Doğrusever, 2021). Bununla beraber araştırmacılar sosyal medya bağımlılık düzeyini de incelediklerinde ergenlerin sosyal medyaya yetişkinlerden daha bağımlı oldukları görülmüştür (Ho, Lwin, & Lee, 2017)

**1.1.2. Sosyal Dışlanma;** Kişinin çevresi ile olumlu ilişkilerin, kendini bir gruba veya topluma ait olarak görme isteğinin kişiler veya gruplar tarafınca engellenmesine sosyal dışlanma, reddedilme veya görmezden gelinme denmektedir. Ostrasizm, grubun kişiye karşı tepkisiz kalması olarak tanımlanmaktadır (Akın, Uysal, & Akın, 2015). Sosyal dışlanma belirli bir yaş grubuna ait bir durum değildir. Kişi gelişimin ve sosyal hayatın her alanında sosyal dışlanma ile karşılaşabilir. Bu birey için negatif duygular yaşatan bir durumdur. Kişi içinde bulunduğu topluluk tarafından cezalandırılmak için de dışlanmaya maruz kalabilmektedir. Mensup olduğu sosyal grup tarafından dışlanan ve reddedilen kişi psikolojik olarak yalnızlık ve mutsuzluk hissedebilir. (Gür, 2019) .

Ergenlik dönemindeki bireylerin ise gelişim görevleri vardır. Sosyal normların farkına varma, problemsiz ilerleyebilen sosyal ilişkiler kurma ve ergenin kişisel kimliğini oluşturmasıdır. Bundan ötürü bireyin ergenlikte sosyal dışlanma ile karşılaşma olasılığı yüksektir. Arkadaşlık ilişkileri ergenlik dönemindeki birey için önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanında bu ilişkilerde yok sayılması, dışlanması veya reddedilmesi kişinin önemli problemler ile karşılaşmasına sebep olabilir (Öztoşun, 2018). Kimi toplumlarda sosyal dışlanma etnik köken, din, dil ayrımı gibi durumlarla karşımıza çıkarken kimi toplumlarda ise sosyo-kültürel sınıf, ekonomik durum, psikolojik olarak iyi olma durumu gibi etkenlere bağlı gelişebilmektedir. Her toplumun kendi iç dinamikleri ve karakteri vardır. Bundan dolayı sosyal dışlanmanın birden fazla nedeni olabilir. Toplumlar da dışlanan bireye yüklenen ithafın nasıl olacağı hakkında kesin olarak bir sonuca varmak mümkün değildir. Bununla beraber bu kişinin dışlanmayacağını söylemekte mümkün değildir. Başka bir deyişle sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan bireyler de sosyal dışlanmaya maruz kalabilmektedirler (Şahin T. , 2019) .

## **1.2. Araştırma Problemi**

Bu araştırma fen lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık oranlarının belirlenmesi ve bu oranların sosyal dışlanma ile ilişkili olup olmadığının araştırılması gerekçesi ile yazılmıştır. Araştırmanın problem cümlesi; Fen lisesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal dışlanma arasında ilişki var mıdır?



### 1.3. Araştırma Hipotezleri

Araştırmanın amacına yönelik olarak hipotezler geliştirilmiştir. Bu hipotezler aşağıda sıralandığı gibidir;

H1: Fen lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyi cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H2: Fen lisesi öğrencilerinde görmezden gelinme düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H3: Fen lisesi öğrencilerinde sosyal dışlanma düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H4: Fen lisesi öğrencilerindeki sosyal medya bağımlılığı düzeyi katılımcı öğrencilerin devam ettiği sınıfa göre farklılaşmaktadır.

H5: Fen lisesi öğrencilerindeki görmezden gelinme düzeyleri katılımcı öğrencilerin devam ettiği sınıfa göre farklılaşmaktadır.

H6: Fen lisesi öğrencilerinde sosyal dışlanma düzeyleri katılımcı öğrencilerin devam ettiği sınıfa göre farklılaşmaktadır.

H7: Fen lisesi öğrencilerinde farklı sosyal medya platformlarında geçirilen süre ve sosyal medyada geçirilen süre cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H8: Fen lisesi öğrencilerinde farklı sosyal medya platformlarında geçirilen süre ve sosyal medyada geçirilen toplam süre katılımcı öğrencilerin sınıf düzeyine göre farklılaşmaktadır.

H9: Fen lisesi öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H10: Fen lisesi öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları katılımcı öğrencilerin devam ettiği sınıf düzeyine göre farklılaşmaktadır.

H11: Fen lisesi öğrencilerindeki görmezden gelinme sosyal medya bağımlılığını yordamaktadır.

H12: Fen lisesi öğrencilerindeki sosyal dışlanma sosyal medya bağımlılığını yordamaktadır.

H13: Fen lisesi öğrencilerindeki katılımcı öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri, sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşmaktadır.

#### **1.4. Varsayımlar**

- \* Yapılacak olan çalışmaya katılan öğrencilerin uygulanacak olan ölçeklere samimi cevaplar verdiği varsayılmıştır.
- \* Seçilen grup evreni yansıtmaktadır.
- \* Kullanılacak ölçekler geçerli ve güvenilirlerdir.
- \* Çalışmanın yapılacağı okullarda öğrencilerin tamamı, çalışmaya gönüllü olarak katıldıkları varsayılmıştır.

#### **1.5. Sınırlılıklar**

- \*Araştırma Mersin merkez ilçelerdeki fen liselerinde öğrenim gören 9.-10.-11.-12. sınıf öğrencileri ile sınırlıdır.
- \*Çalışma kullanılan ölçek tekniği ile sınırlıdır.
- \*Yapılacak olan çalışma sınırlı bir bölgeyi temsil ettiğinden genel kitle olarak değerlendirilemez.

#### **1.6. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı fen lisesi öğrencisi ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal dışlanma ilişkisini incelemektir. Araştırmada aynı zamanda sosyal medyada geçirilen süreler ve sosyal dışlanma oranlarına ulaşmak amaçlanmaktadır.

#### **1.7. Araştırmanın Önemi**

Bu araştırma fen lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık oranlarının belirlenmesi ve bu oranların sosyal dışlanma ile ilişkili olup olmadığının araştırılması gerekçesi ile yazılmıştır.

Araştırmanın problem cümlesi; Fen lisesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal dışlanma arasındaki ilişkinin incelenmesi olarak belirlenmiştir.

Lise dönemindeki ergenlerde sosyal medya kullanımı oldukça yaygındır. Bu dönemdeki ergenler sosyal kabul edilme duygusunu bazen gerçek ile bazen de sanal ile karıştırmaktadırlar. Gerçek sosyal yaşam içinde belirli bir gruba ait olamama durumunda sosyal dışlanma kaçınılmaz olmaktadır. Araştırmamızda bu sosyal

dışlanmanın sosyal medya kullanım sürelerine ve bağımlılığına yol açtığı düşünülmektedir.

Yapılan araştırma direkt olarak fen lisesi öğrencilerindeki sosyal dışlanma ile sosyal medya bağımlılığının ilişkisini incelemektedir. Alanda yapılan çalışmalarda diğer fen lisesi örneklem gruplarında aracı etkenler ve farklı değişkenlere rastlanmıştır. Bu çalışmadaki veriler doğrudan sosyal dışlanmanın sosyal medya bağımlılığı ve kullanım süreleri üzerine olan etkisi ve ilişkisini yansıtmaktadır.

Sosyal dışlanmanın sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisini aracı etkenler olmadan araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Salt örneklem grupları için yapılabilecek çalışmalara referans olabilecek veriler elde edilebilir.

### 1.8. Tanımlar

**Ergenlik:** Latin kökenli olan ergenlik kelimesi “yetişkinliğe doğru büyümek” anlamındaki “adolescere” yükleminden türemiştir. Yapısı gereği bir durumu değil, yaklaşık olarak on yıl sürecek bir değişim sürecini belirtmektedir. Bütün toplumlarda ergenlik, çocukluğun olgunlaşmamışlığından yetişkinin olgunluğuna geçişin ve gelecek için hazırlanmanın gerçekleştiği bir büyüme dönemidir (Steinberg L. , 2013).

**Bağımlılık:** Bağımlılık, fiziksel bir maddeyi veya davranışı kontrol etmekte güçlük çekme durumu olarak tanımlanabilir (Egger ve RauterBerg, 1996, aktaran Uludağ, 2022)

**Sosyal Medya:** “Sosyal medya, bir diğer adıyla sosyal paylaşım ağları, bireylerin, yazılımın izin verdiği ölçüde, açık veya yarı açık profil oluşturmalarına, tanıdıkları yahut hiç tanımadıkları kişilerle, hatta; bu kişilerin arkadaş/takipçi listelerinde yer alan diğer kişilerle de bağlantı halinde olmalarına olanak tanıyan web tabanlı hizmetleri olarak isimlendirilmektedir ” (Akpınar Aydoğmuş, 2017)

**Sosyal Medya Platformu:** Sosyal medya sitelerine veya uygulamalarına verilen genel isim.

**Sosyal medya bağımlılığı:** Kullanıcının sosyal medyada fazla zaman geçirmesi, bu sürenin giderek artması ve kişinin günlük hayatındaki rutin rollerini negatif doğrultuda etkilediği durumdur (Erkan, 2018).

**Sosyal dışlanma:** Bireyin başka bir birey tarafından veya toplum, küçük gruplar tarafından dışlanması durumudur (Williams ve Nida, 2011, aktaran Emirhan, 2020).

### 1.8.1. Ergenlik

Ergenlik, pedagoji, gençlik psikolojisi, pediatrie, ruh sağlığı vb. alanlarla birlikte sosyolojinin ortak konularındandır. Şimdiye kadar bu konu en çok pedagoji ve psikoloji tarafından ele alınmış olsa da, kültür antropolojisi tetkikleri ilerledikçe kişiliğin oluşumunda, sosyal çevrelerin rolü ortaya çıkmış ve ergenlik, aynı zamanda sosyoloji biliminin de konusu olmuştur (Ülken, 1969). Psikoanalitik kurama göre ergenlik geçici bir rol kararsızlığı dönemidir. Çeşitli roller, düşünceler, idealler ve değerler denenir, benimsenir, sonra terk edilir ve yenileri aranır. Bazen yıkıcılığa kadar varabilen kararlı bir bağımsızlık ile başka bir anda bebeci bir bağımlılık gösteren ergen, sürekli bir ileri bir geriye gidip gelir. Bu dönemin çözölemeyen problemleri ilerleyen yaşlarda kimlik problemi olarak karşımıza çıkar (Gençtan, 1995).

Piaget, bilişsel gelişimde çevresel etkilerin, beyinde ve sinir sistemindeki olgunlaşmanın etkili olduğunu belirtmiştir. Piaget uyum ve organizasyonun bilişsel anlayışları yapılandırmada çok önemli iki temel esas olduğunu vurgulamıştır. Ergenlik dönemi bireylerinin, dünyayı anlamlandırmak için deneyimlerini organize ettiğini, sınıdığını, seçim yaptığını ve çevrenin yeni isteklerine adapte olduğunu belirtilmiştir (Miller, 2011). Ergenlik dönemi bireylerinin, bilişsel gelişimler sayesinde daha fazla soyut düşünür ve bunun sonucunda ideal hayat koşulları ile ilgili yorum yapabilmektedirler. Geleceklerini olasılık çerçevesinde düşünmeye başlayıp, sistematik problem çözme becerileri hipotez geliştirme ve tümevarım-tümdengelim stratejisiyle hareket edebildikleri belirtilmektedir (Dolgin, 2014).

### 1.8.2. Bağımlılık

Bağımlılık, kişilerin ruhsal ve bedensel sağlığına, sosyal yaşamına çok boyutlu zarar vermesiyle birlikte, belirli bir davranışı yinelemeye yönelik önüne geçilemez dürtüsel, davranışsal ve fizyolojik istek duymaları halidir. Teknolojik ürünlerin günlük yaşamımızı kolaylaştırması ile birlikte, uygunsuz ve aşırı kullanımında birçok

sorunu ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda akıllı telefonlar da kişilerde büyük oranda bağımlılığa yol açabilmektedir. Akıllı telefonlar bu özelliği sayesinde bağımlık oluşturuvcu unsur olmaktadır. Bu bağlamda aşırı internet ve bilgisayar kullanımı sorunlarına, özellikle de okul çağındaki ergen ve gençlerde daha fazla rastlanmaktadır. Bağımlılığın her türü gençlerin akademik başarılarını aşağı çekip azaltabilmekte ve sosyal ilişkilerini de olumsuz etkilemektedir. Okul çağındaki ergenlerde oldukça sık görülen aşırı internet ve bilgisayar kullanımı, ruhsal ve bedensel gelişimlerine, sosyal ilişkilerine olumsuz etki yaparak akademik alanlardaki başarılarını düşürmektedir (Cengizhan, 2005).

İnternet bağımlılığından ilk olarak söz eden, tanı ölçütlerini ortaya koyan Kimberley S Young'tır. Young DSM IV'in kimyasal maddelere yönelik bağımlılık ölçütlerini ön planda tutarak, davranışsal bağımlılıkların "dürtü kontrol bozuklukları" altında değerlendirilmesi gerektiği, davranışsal bağımlılıklar içinde yer alan internet bağımlılığının tanı ölçütleri için DSM IV teki dürtü kontrol bozukluklarının internet bağımlılığı ölçütlerinde kullanılmasının mümkün olduğunu açıklamıştır. Buna göre Young internet bağımlılığına yakın olarak dürtü bozuklukları içinden patolojik kumar oynama tanı ve ölçütlerini internet bağımlılığına uyarlamıştır. Daha sonra internet bağımlılık olgusunu dile getiren diğer araştırmacı Goldberg'dir Yung'un tanı ve ölçütlerinden ilerleyerek belli bir zaman sürecinde belirgin olarak kendini gösteren durumların olmasının gerektiğini belirtmiştir (Dinç, 2009).

### **1.8.3. Sosyal Medya**

Sosyal medyanın net, kabul görülmüş bir anlamı bulunmamakla beraber Web 2.0 tanımı ve sosyal medya her ikisi de birbirlerinin anlamında kullanılmaktadır. Sosyal medya Web 2.0 altyapısı üstüne kurulmuş, bireyler arası sosyal etkileşime, grupların oluşumuna ve ortak amaca yönelik planlarını gerçekleştirmeye imkan veren internet siteleri olarak tanımlayabiliriz (Demir Ü. , 2016). Başka bir deyiş ile sosyal medya platformları farklı kategorilerde veya farklı amaçlarda olsalar bile kişilerin öğrenme zaman periyodunu etkilemekte olduğunu söyleyebiliriz. Sosyal medya günlük hayattaki eskiden beri devam eden yüz yüze iletişim davranışını internete yani sanal ortama taşımıştır. Özetle günlük iletişimin sanal ortamda gerçekleştirilmesi denilebilir (Tektaş, 2014).

Yapılan araştırmalarda Türkiye sosyal medya platformlarında zaman harcama konusunda dünyada beşinci sıradadır. Sıralamadaki bu sonuç Avrupa'da ki kullanım ortalamasının dahi yukarisında bulunmaktadırdır (%95.7). Türkiye, sosyal ağlarda vakit geçirme bakımından dünyada beşinci sırada yer alarak Avrupa ortalamasının bile üstünde bulunmaktadırdır (%95.7). Araştırmada sosyal medya platformları arasında Facebook ve Twitter sitelerinin kullanıcı sayısının daha yüksek olduğu görülmüştür. Dünyada Facebook kullanıcıları 717 milyon iken Türkiye 30 milyon ye sayısı ile tüm dünyada en çok yesi olan beşinci ülke konumundadır. Yine Türkiyede Tiwtter kullanıcıları 5 milyon kişiye yaklaşırken LinkedIn kullanıcı sayısı 630 bin kişiye yaklaşıyor. Avrupa'nın en yüksek Sosyal medyada en çok Facebook ve Twitter sitelerinin kullanıldığı ve niversite öğrencileri arasında yaygınlığı söz konusudur. Facebook'un ye sayısı yaklaşık 717 milyon, Türkiye ise yaklaşık 30 milyon ye sayısı ile dünyada 5. sırada yer alıyor. Twitter'ın Türkiye'deki kullanıcı sayısı 5 milyona yaklaşırken, LinkedIn kullanan Türklerin sayısı 630.000'i buluyor. Avrupa'nın en çok Youtube, Vimeo, Dailymotion'a video izlemek için giren ikinci lkesiyiz. Özellikle ocuklarda ve generde sosyal medya kullanımı yüksek seviyelerdedir (Demir . , 2016). Türkiye'de diğer sosyal medya platformlarının da popülerliği günden güne artmaktadır (Tektaş, 2014).

Her bir sosyal medya platformu kendi ilerinde benzerlikler veya farklılıklar gösterebilmektedir. Bazı sosyal medya platformları arasında ufak farklar dışında benzerlikler söz konusu olabilir. Ancak sosyal medyanın temel özellikleri beş farklı ana başlık altında sıralanabilir;

- Katılım: Sosyal medya hesabı olan kişiler diğer kullanıcılar ile etkileşime girebilir, ve onların gönderilerine yorum yaparak geri bildirim verirler.
- Açıklık: Sosyal medya platformları kullanımları bakımından basit ve anlaşılır şekilde kullanılabilir ve kişisel paylaşımlar dışındaki içeriklere ulaşım hızlı ve kolaydır.
- Karşılıklı Konuşma: Sosyal medya platformları kullanıcıların birbirleri ile konuşmasına olanak verir. Aynı zamanda kişiler gönderiler üzerinden yorum yapma şekliyle de etkileşime geçebilirler.
- Bağlantısallık: Sosyal medya platformların çok geniş bir bölümü diğer siteler ile ilişkiseldir. Bir platformdan diğer platforma erişim imkanı vardır.

- Topluluk: Sosyal medya platformlarında ihtiyaç duyulan konular hakkında gruplar ve topluluklar oluşturulabilir. Ortak paydası olan bu üyeler birbirleri ile iletişime geçebilmektedir.

### 1.8.3.1. Sosyal Medyanın Temel Özellikleri

Geleneksel medya araçları ile kıyaslandığında sosyal medyanın en önemli farklılığı tek taraflı olmayışıdır. Yani anlık etkileşimlere açık olmasıdır. Radyo, televizyon, gazete gibi geleneksel medyadan sadece tek taraflı bilgi alınabilirken kelime başına gelen sosyal kavramı ile beraber bu durum karşılıklı etkileşimli, çift taraflı hale gelmiştir. Sosyal medya ile kişiler kaynakları başkalarıyla paylaşabilmekte ve diğer kişilerin kaynaklarına yanıt verebilme özelliği eklenmiştir. (Şeker, 2018) Sosyal medyanın genel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

- \*Anlık olarak yayınlanabilir.                      \* Herhangi bir yerde erişilebilir.
- \*Her zaman değişime yatkındır.                      \*Dijital bir türdür.
- \*Sınırsız tanıtım alanı bulunur.                      \*Herkes tarafından kullanılabilir kolay ve pratiktir. (Şeker, 2018).

### 1.8.3.2. Sosyal Medya Platformları

#### ***Facebook:***

Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulan Facebook Türkiye’de 2007 yılına gelindiğinde geniş kullanıcı sayılarına ulaşan ve popülerliği artan bir sosyal medya platformu olmuştur. Bu sosyal medya platformunu kullanan kullanıcılar genelde sosyal çevresi ile iletişime geç, kendilerine uygun olan gruplarla beraber aktiviteler düzenlemek, fotoğraf ve video gibi görsel içerikler paylaşmak şeklinde imkan ve hedefleri vardır (Güneş, 2021).

#### ***Instagram:***

Instagram 2010 yılının Ekim ayında faaliyete geçmiştir. Çık kısa sürede kullanıcı sayılarını arttıran Instagram, kullanıcılar tarafından beğenilince bir çok kişinin günlük aktif olarak kullandığı bir platform haline gelmiştir. Kevin Systrom ve Mike Krieger ortak yapımı olan Instagram görsel medya paylaşım platformudur. Mobil uygulamaya sahip kişilere görsel paylaşımlarına filtreler ekleme, düzenleme veya bu filtreler ile fotoğraf çekebilme gibi imkanlar vermektedir. Kullanıcıların

hesap profillerinde takipçilerini ve takip ettiği kişi sayısını gösteren alan bulunmaktadır. Instagram’da bireysel veya işletme hesabı olarak hesap oluşturmak mümkündür. Bununla beraber takip etmeniz için öneriler, takip ettiğiniz kategorilere ait video önerileri vermektedir. Bu gönderileri beğenebilir ve bunlarla alakalı yorumlarda bulunabilirsiniz (Macit, 2019).

### ***Twitter:***

Twitter genel anlamda mikro blog temalı bir sosyal medya platformudur. Bu platformda kullanıcının gönderilerini sınırlı sayıda karakterler ile yazabilmesine imkan verilmiştir. Twitter’ın bu karakter sınırı özelliği kimileri tarafından hızlı iletişim sağladığına vurgu yapılmıştır (Java, Finin, Song ve Tseng, 2007, aktaran Macit, 2019). Herhangi bir standart blog kullanıcıları bir-iki gün arayla paylaşım yaparken Twitter gibi mikro yazıların yazıldığı sitelerde ise günde birden fazla kez güncelleme ve paylaşım yapılabilir (Macit, 2019).

### ***Snapchat:***

Snapchat platformunda paylaşılan görsel içerikler anlık olarak arkadaş/takip listelerine aktarılır. Görsel içeriği görmek isteyen kullanıcı sınırlı süre içerisinde bu hakka sahip olur. Süre dolduktan sonra gönderi otomatik bir şekilde kaldırılmaktadır. Bu uygulama üyeleri birbirleriyle görsel iletişim dışında mesaj yoluyla iletişime geçme ve ses dosyası gönderebilme imkanlarına sahiptirler. Snapchat bu özelliği ile dikkat çekmiştir. Snapchat’in sınırlı görüntülenme süresi sebebi ile platformun logosunda hayalet simgesi kullanılmıştır. (Akbaş, M.C. 2019, aktaran Doğan M. V., 2021).

### ***Whatsapp:***

Whatsapp Jan Joum ve Brian Acton tarafından merkezi California’da bulunan bir kuruluştur. Mesajlaşmayı, görsel veya diğer türde dosyaların paylaşımını kişi veya kişiler ile sesli, görüntülü sohbeti mümkün kılan bu uygulama gün geçtikçe popülerlik seviyesini arttırmıştır. Gönderilen ve alınan mesajlar ise çevrimdışı olarak arşivlenmektedir. Whatsapp bazı kendine özel özellikleri ile diğer anlık mesajlaşma uygulamalarının önünde yer almaktadır. Whatsapp bunlara ek olarak interneti kullanarak uluslararası ücretsiz iletişimin yaygınlaşmasını sağlamıştır.

### ***Youtube:***



Video izleme paylaşım platformları arasında en üst sırada yer almaktadır. Kullanıcılar tarafından paylaşılan videoları kullanıcı olan olmayan herkes izleyebilir yorum yapmak için ise kullanıcı girişi yapmak gerekmektedir. Bunlara ek olarak kullanıcılar canlı yayınlar da gerçekleştirebilirler. Youtube platformu tamamen üyeler tarafından yüklenen videolardan oluşmaktadır. Bu özelliği ile ilktir. Tüm yaşlardaki kullanıcılara hitap edebilen içerikleri ve kullanım alanları ile beraber Youtube milyonlarca videolara sahip dünyadaki birinci sıradaki video paylaşım sitesi konumundadır (Bayraktar, 2020).

### ***Discord:***

Genelde oyun yayınlarının yapıldığı sesli sohbetin yer aldığı sosyal medya platformu olan Discord içerisinde kullanıcılar mesaj ile birbirleriyle iletişime geçebilirler.

(Lacher, Wulanjani, 2018, aktaran Özcan & Savaş, 2021). 2015 yılının Mayıs ayında çıkan platformu mobil uygulama ile veya bilgisayardan erişim mümkündür. Oyun toplulukları için tasarlanan bu uygulama ücretsizdir. Discord kanallarındaki kişiler birbirleri ile fikir alışverişinde bulunabilir, görsel dosya veya yazı metinleri paylaşabilirler (Fonseca Cacho, 2020 aktaran Özcan & Savaş, 2021).

### ***TikTok:***

TikTok Çin’de 2016 yılında merkezi Pekin’de bulunan ByteDance teknoloji firması tarafından çıkartıldı. Apple ve Android işletim sistemlerinde Avrupa ve Amerika’da en çok indirilen uygulama oldu. Rakipleri Instagram, Youtube, Snapchat gibi uygulamaların çok üzerinde bir ivme yakaladı. 2018 yılındaki çalışmalarda ise aylık 500 milyon kişinin bu uygulamayı kullandığı tespit edilmiştir. Bu rakamlarla TikTok, Uber’i geride bırakarak dünyanın startup alanında en değerli girişimi oldu (Yıldız, 2019).

### ***Pinterest:***

Pinterest kullanıcılarına diğer web sayfalarından görsel toplama, düzenleme ve bu görselleri paylaşma imkanı veren online görsel paylaşım platformu olmuştur. Kelime anlamı olarak ‘pin’ (tutturmak,sabitlemek) ve ‘interest’ (ilgi çeken şey) kelimelerinin birleştirilmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Kullanıcılar panolar oluşturup ‘pin’ledikleri görselleri bu pano altında toplarlar. Görsel içerikler genelde duyguları

harekete geçiren ve her hangi bir açıklama yapmadan, kelime kullanmadan diğer insanların dikkatlerini çekme niteliğindedir (Sert & Şalvarcı, 2020).

***Reddit:***

Bu sosyal medya platformunda görsel medyalardan ziyade haberler ve bunlara ait kullanıcı yorumları yer almaktadır. Aynı zamanda kullanıcılar tek gönderi içerisinde çok sayıda görsel içerik paylaşabilmektedir. Reddit platformunda gönderiler beğeni ile değerlendirilmektedir. Bu beğeni aynı zamanda oy niteliğindedir. Çok beğeni alan gönderiler daha üst sıralarda yer alır bu da gönderiye daha çok kişinin erişmesine olanak tanır (Borges, 2009, aktaran Çayırılı, 2017)

***Twitch:***

E-spor veya bireysel olarak oyun ile ilgilenen kişilerin çevrimiçi olarak yayın yaptıkları oyun merkezli bir sosyal medya platformudur. Bu platformda oyun haricinde kullanıcılar ilgi alanlarına göre de yayın açabilmektedirler.

***Telegram:***

Telegram bulut sistemini kullanarak kullanıcıların anlık olarak mesajlaşmasına olanak veren ücretsiz bir uygulamadır. Geliştiriciliğini Pavel Durov'un yaptığı bu platform 2013 birinci çeyrekte iOS için, dördüncü çeyrekte ise Android için kullanıma sunulmuştur (Küçükvardar, 2021). Kullanıcılar 2021 yılında Whatsapp uygulamasının gizlilik politikaları sebebi ile Telegram gibi alternatif platformlara dijital bir göç başlatmıştır.

***Tumblr:***

Tumblr mikroblog türünde hizmet veren çok amaçlı bir platformdur. Tumblr dünya üzerinde de popülerliği yüksek olan platformlardan bir tanesidir. Öteki platformlardaki gibi burada da kullanıcılar birbirleri ile iletişime geçebilir, görsel medya, ses dosyaları iletebilirler. Tumblr'da kısa formda paylaşımlar yapılmaktadır. Bundan ötürü kullanım açısından zorluk derecesi düşüktür. Aynı zamanda geniş kişiselleştirme alanı sağlamaktadır. Kullanıcı renklerden, profil temasına kadar pek çok şeyi kişiselleştirebilmektedir (Sönmez, 2013).

***Wattpad:***

Kullanıcıların çevrimiçi olarak yazabildiği, okuyabildiği, ve paylaşım yapabildiği bir platformdur (Çoban, 2015). Wattpad yazılarını, hikayelerini daha geniş çevreye ulaştırma konusunda yardımcı olmaktadır. Günlük hayatta yayınevleri ile yaşanabilecek problemleri ortadan kaldırır ve kullanıcıların daha geniş gruplara hitap edebilmesinin önünü ücretsiz bir şekilde açmaktadır (Cayhan, 2017).

#### **1.8.4. Sosyal Medya Bağımlılığı**

Yoğun kullanım ve bu kullanım ihtiyacını giderememe, aşırı kullanım durumunda günlük faaliyetlerin yerine getirilmemesi, yoğun kullanma sonucu sosyal ilişkilerin zayıflaması, zarar görmesi, bu platformlara erişimi günlük stresten kaçma olarak görme, bunlara erişimeme durumunda ise yoksunluk, sinirlilik hali ve geçirilen süreler hakkında yalan söyleme durumları (Savcı & Aysan, 2017 ).

Sosyal medya platformları ulaşılabilir olduğu ve kişilere geniş iletişim imkanları sağladığı için günden güne toplum içindeki popülaritesini arttırmaktadır. Bununla beraber bireyler bu platformlarda fazla vakit geçirdiklerinde sosyal hayatta negatif durumlar ile karşılaşabilirler. Psikologlar fazla sosyal medya kullanımından kaynaklı problemleri sosyal medya bağımlılığı şeklinde okumaktadırlar. (Wilson, Zaremohzzabieh vd., 2014, aktaran Balcı & Baloğlu, 2010).

Sosyal medya bağımlılığı temelinde davranışsal tipte bir bağımlılık olarak açıklanmaktadır. (Griffiths, 2005, aktaran Balcı & Baloğlu, 2010). Bundan dolayı sosyal medya bağımlıları tıpkı madde bağımlılarına benzer nitelikte belirtiler göstermektedirler (Balcı & Baloğlu, 2010). Bu bireyler sosyal medya platformlarında tahmin ettiklerinden daha uzun zaman geçirebilirler. Üyesi oldukları sosyal medya platformunu kullanmakta gereklilik ve aciliyet hissedebilirler. Kişisel problemlerini, günlük sosyal hayattaki bunalımlarından veya kaygı durumlarını azaltmak amacıyla sosyal medyayı kullanma isteği duyabilirler. Sosyal medya platformlarına erişimde yaşanabilecek sorunlarda ise rahatsız hissedebilirler. Bu yoğun sosyal medya kullanımı sonucunda ise günlük plan ve programlarını, rutinlerini hatta kişisel aktivitelerini ikinci plana atabilmektedirler. Aynı zamanda bu bağımlılık aile bireyleri, arkadaşlar, yakın çevre gibi sosyal çevreyi yok saymaya da neden olmaktadır (Andreassen vd., 2012, s.516 aktaran Balcı & Baloğlu, 2010). Sosyal medya iletişim aracı olarakta kullanıldığı için bu platformlarda vakit geçirmek, ilişki

sürdürmek, videolar seyretmek gibi aktiviteler yer aldığı için kişinin sosyal medya bağımlılık düzeyini etkilemektedir (Kırık, 2013, Hwang, 2017, aktaran Balcı & Baloğlu, 2010).

Yapılan araştırmalarda Türkiyede de dünyanın diğer ülkelerinde de popüler olan Instagram, Twitter, Facebook gençler arasında yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu kullanıcılar kullandıkları sosyal medya platformlarında eğlenmek, vakit geçirmek, oyun oynamak gibi aktiviteleri gerçekleştirmektedirler (Durak ve Seferoğlu, 2016 aktaran Demir & Kumcağız, 2019). Sosyal medya kişilerin gündemi takip etme, boş vakitlerini değerlendirme, fotoğraf ve video paylaşımı, arkadaş çevresi ile iletişim kurma gibi imkanlar da vermektedir ve bu durum da sosyal medyayı mobilize etmiş ve sürekli erişilebilir hale getirmiştir. Bu erişilebilirlik kimi yönleri ile olumlu olsa da beraberinde olumsuz durumları ve sosyal medya bağımlılığı kavramını da getirmiştir.

#### **1.8.4.1. Sosyal Medya Bağımlılığının Belirtileri**

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili farklı model ve tanımlar yer almaktadır. Bilişsel davranışçı kurama göre bu bağımlılık uyumlu bilişselliğin sonucunda oluşmaktadır. Dış faktörler ile bu problem daha derinleşmektedir.

Sosyal beceri yaklaşımı ise bu konuyu sosyal medya bağımlılığı olan veya sosyal medyayı aşırı kullanan kişilerin kendilerini ifade etme ve sosyal çevresi ile bire bir iletişim yeteneklerinin daha az olduğunu bundan ötürü sosyal medyanın fazla kullanımı git gide bağımlılığa çevrileceğini varsaymaktadır (Turel ve Serenko, 2012 aktaran Çolak, 2020). Araştırmaların önemli bir kısmı Facebook üzerine yoğunlaşsa da yakın yıllardaki araştırmalarda farklı platformlar da yer almaya başlamıştır. Alan çalışmalarında sosyal medya bağımlılığının belirtiler konusunda internet bağımlılığı ile benzerliği dikkat çekmektedir (Çam ve İşbulan, 2012 aktaran Çolak, 2020). Chicago Booth School of Business University tarafından yapılan bir araştırmada sosyal medya bağımlılığı, sigara, alkol bağımlılığı gibi türlerden daha riskli olduğu söylenmiştir. Bunun nedenini ise çalışmacılar alkol ve sigara bağımlılığından kurtulmanın bir tedavisi varken ve bu maddelerden kişinin uzaklaşması daha mümkünken sosyal medyanın ise her an erişilebilir olması bunu zorlaşmaktadır. “İnternet yaşamımızın pek çok alanında kullanıldığından dolayı internet ile ilgili bir bağımlılıktan kurtulmak çok daha zor bir süreçtir” (Tutgun-Ünal, 2015, aktaran Çolak, 2020). Bu sebeple

sosyal medya bağımlılığı bulunan kişiler bu bağımlılıktan kurtulmak için daha çok çaba göstermesi gerekmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı olan kişiler belirtiler göstermektedir. Bu belirtiler aşağıdaki gibidir.

(Kuss ve Griffiths, 2011, aktaran Çolak, 2020).

- Sosyal medyadayken değişen ruh hali
- Davranışlar, duygu durumun ve bilişsel olarak meşguliyet
- Sosyal medyaya erişimi zorlaştığında veya erişim imkanı yok olduğunda fiziki ve duygusal olarak eksiklik belirtileri
- Yoksunluktan sonra tekrar ulaşıldığında aşırı kullanıma geri dönme.

#### **1.8.4.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Nedenleri**

Yapılan çalışmalarda bağımlılık aşamasından önce bağımlılık davranışları gözlenmiştir. Sosyal medya bağımlılığı kullanıcının sosyal medya kullanım bilincini yitirmesi açısından değerlendirilmektedir. Sosyal medya bağımlılığının nedenleri incelendiğinde biyolojik temelli etkenler, kişinin psikolojik öyküsü ve sosyo-kültürel durumlardan etkilenme gibi etkenlerin önemli rol oynadığını söylemek mümkündür. (Yamangil, 2019).

##### **1.8.4.2.1. Psikolojik Nedenler**

Sosyal medya kullanımında kişilerin karakteristik özellikleri, kişisel motivasyon ve bununla beraber gelen davranış şekillerinin etkisi tespit edilmiştir. Sosyal hayatta içe kapanık olmayan kişilerin çevresindeki akraba veya arkadaş gruplarıyla olan iletişimi başlattığı ve bunu daha uzun süre iletişimde kalarak sürdürdüğü görülmektedir. İçe kapanık kişiler ise sosyal çevresi ile iletişim kurmak konusunda problemler yaşamaktadır (Hojat, 1982, aktaran Yamangil, 2019). Sosyal hayatta içe kapanan ve buna uygun davranış sergileyen bireyler sosyal medya üzerinde dışadönük bireyler ile karşılaştırıldığında daha seyrek iletişim kurdukları tespit edilmiştir (Yamangil, 2019). Kullanımlar ve doyumlar kuramıyla ilgili çalışan araştırmacılara göre ise kitle iletişim araçları ile vakit geçirmek kişiyi rahatlatmakta ve içinde bulunduğu psikolojik problemden uzaklaştırmaktadır (Küçük Kurt, Hazar, Çetin, & Topbaş, 2009). Kişinin geçmişten gelen yalnızlık duygusu, ve diğer eksik

hislerin doyurulmaması yetişkinlik dönemine de etki etmektedir. Sosyal medya kullanıcıların ilgi alanlarına göre, duygusal ihtiyaçlarına uygun bir ortam sunabilmektedir. Sosyal medya ortak ilgi ve ihtiyaçlar doğrultusunda farklı insanlar ile kolaylıkla iletişim kurabilme, böylece yalnızlık ve diğer duygusal eksikliklerini tamamlayabilme fırsatı vermesi sebebiyle kişilerin yalnızlıklarının giderilmesini azaltıcı roldedir (Düvenci, 2012).

#### **1.8.4.2.2. Toplumsal Nedenler**

Sosyal ve toplumsal etkileşimi sosyal medya kolaylaştıran bir etmendir. Ortak amaç doğrultusunda kullanıcıları etrafında toplayabilmektedir (Hazar, 2011). Öğrenci gruplarında yapılan çalışmalar arkadaşlıklarının devam etmesi isteğiyle ve önceki dönemlerdeki arkadaşlarına ulaşma amacıyla sosyal medya hesapları açmaktadır (Koç & Karabatak, 2011).

Sosyal medyanın toplumsal nedeni olarak ortak amaçların neden olması ve buna yönelik mevcut arkadaşlık ve sosyal ilişkileri muhafaza etmek, ilerletmek olarak bakabiliriz. Sosyal medya bağımlılık düzeyini arttıran bir diğer etmen de geniş özgürlük alanıdır. Bu özgürlük alanı öylesine geniştir ki mahremiyet hissinden bağımsız olarak kullanıcının her şeyi yapabilmesine olanak tanır. Bu sansürlü dijital dünya ergenlerin kişilik ve kimlik oluşumunda, aidiyet duygusunun gelişmesinde sosyal medyaya bağımlılık düzeyini arttırıcı etkisi vardır (Sussman vd., 2011, aktaran Yamangil, 2019).

#### **1.8.4.2.3. Biyolojik Nedenler**

Sosyal medya bağımlılığı ile madde bağımlılığı birbirleriyle benzerlik göstermektedir. Araştırmalarda herkesin farklı düzeyde bağımlılığa yatkınlığı ortaya çıkmıştır. Bazı kişiler bağımlılığa daha yatkın genotip özelliklere sahiptirler. (Echeburúa and Corral, 2010 aktaran Yamangil, 2019). ‘‘Anormal gene sahip bireylere bakıldığında anormal protein ürettikleri görülmektedir ve akabinde anormal enzim ve reseptör oluşumunda etkili olmuştur. Bu oluşum kişinin beyinde ödül yollarının ve zevk yollarının düzensiz oluşuna sebep olmakta ve kişide kontrol kaybı oluşturmaktadır. Genetik yatkınlığa sahip bireyler bağımlılığa daha kolay yakalandığı görülmektedir’’ (Npistanbul, 2019, aktaran Yamangil, 2019).

### **1.8.5. Sosyal Medya Bağımlılığının Ergenler Üzerindeki Olumsuz Etkileri**

Sosyal medya bağımlılığın en belirgin olumsuzluk etkisi işlevsellik bozukluğudur. Bu bozukluklar eğitim hayatındaki başarının gerilemesi, sosyal iletişimin zayıflaması ve aile üyelerine karşı sorumlulukları aksatmasıdır. Kişinin günlük yaşantısında sık sık kullandığı sosyal medya platformuna erişimi düşünmesi, bu ortamdan ayrılamaması, ayrı kaldığı zaman da yaptığı işe odaklanma problemleri yaşamaktadır. Bu ayrı kalış aynı zamanda huzursuzluk, mutsuzluk, eksik hissetme gibi duyguları da beraberinde getirmektedir (Kırık, Arslan, Çetinkaya , & Gül, 2015)

Sosyal medya bağımlılığı olan bireylerde farklı türden konularda problemlerin olması doğaldır. Sosyal medya kullanım süresi arttıkça ve bununla beraber bağımlılık düzeyindeki artış kişinin uyku düzeninin de bozulmasına neden olur. Bu da uyku problemlerinin beraberinde getirir. Yapılan çalışmalarda bağımlı bireylerde, bağımlı olmayanlara göre daha düşük uyku kalitesi tespit edilmiştir (Yayman, 2019).

Ergenlik dönemindeki kişi içerisinde bulunduğu olumsuz psikolojik durumdan uzaklaşmak için sosyal medyayı araç olarak kullanır. Ergen bu platformlara giriş yaparak doyum yaşar ve rahatlar. Bu duruma karşı ergende bir bağımlılık oluşabilir. Bağımlılık oluşumu ile beraber ergen kendi duygularında bağımsız ve kopuk yaşamaya başlayabilir, bu durum da sosyal medya kullanımını daha da artar. Bu platformlardan uzaklaşmak yeniden kaygıyı arttırabilir (Yayman, 2019).

Sosyal medya bağımlılığı olan kişiler günlük hayatlarında yüz yüze ilişkilerdeyken dahi kendilerini sosyal medyada çevrimiçi olarak hayal eder ve çevrimiçi olmayı arzular. Bu durumdan kişinin sosyal çevresi, ailesi, arkadaşları olumsuz etkilenir veya rahatsız olabilmektedir. Kişinin sosyal çevresi ile olan ilişkisi zarar görebilir veya tamamen bitebilir. Bunun sonucunda bireyde yüksek düzeyde endişe ve depresyon ortaya çıkabilir (Andreassen, 2015, aktaran Yayman, 2019).

### **1.8.6. Sosyal Dışlanma**

Sosyal dışlanma kavramı 60 lı yılların Fransa'sında konuşulmaya başlanmıştır. Sosyal dışlanma ilk olarak 1960'lı yıllarda Fransa'da dile getirilmeye başlanan bir kavramdır. Esasen 1950'ler ve 1960'larda yaşanan ekonomik gelişme döneminde böyle bir sorunun yaygın şekilde varlığı söz konusu olmazken, 1970'li yıllarda ekonomik kriz ve gerileme ile birlikte tüm dünya ülkelerinin dikkatini çekmeye başlamıştır. 1974 yılında Fransa'nın sosyal işlerden sorumlu bakanı, Rene Lenoir,

Fransız toplumunun onda birinin toplumdan dışlanmış olduğunu belirterek, dışlanmış bu grupları, zihinsel ve fiziksel engelliler, suçlular (suç işleyenler), hasta-bakıma muhtaç yaşlılar, istismar edilen çocuklar, uyuşturucu madde bağımlıları, intihara eğilimli insanlar, yalnız ebeveynler, problemlili aileler, marjinal, asosyal insanlar ve diğer "sosyal uyumsuzluk" içindeki insanlar olarak nitelendirmiştir (Silver, 1997, aktaran Şahin T. , 2019)

### **1.8.6.1. Sosyolojik Bağlamda Sosyal Dışlanma**

Sosyal dışlanma Avrupa'da çok farklı kavramlarla da ifade edilmektedir. Bunlardan bazıları, sosyal marjinalleşme, yeni yoksulluk, demokratik/politik dışlanma, kabul edilebilir minimum yaşam standartlarından dışlanma, ırkçılık ve toplumsal cinsiyeti de içeren kültürel dışlanma, aileden ya da toplumdan dışlanma, uzun süreli yoksulluk, ekonomik dışlanma ve işgücü piyasalarından dışlanmadır. Bütün bu dışlanma çeşitleri sosyal dışlanma ile eşanlamli kullanılmaktadır. Kavramın çok boyutlu olması nedeni ile Avrupa'da dışlanmış kesimleri tanımlarken sıklıkla kullanılmaktadır. Sosyal dışlanma, düşük ücretli çalışan yoksulları ifade etmek içinde kullanılırken, coğrafi olarak bireylerin yer aldıkları toplumda politik, kültürel, ekonomik olarak çeşitli aktivitelere katılamamasını da ifade etmektedir (Peace, 1999: 397; Peace, 2001: 22-28).

Şahin, sosyal dışlanmanın iki öznesinin olduğunu; ilki dışlayanlar diğeri ise dışlananlar olarak tanımlamıştır. Dışlayanların bir kişiden fazla sayıda oluştuğuna dikkat çekilmektedir. Bu durumda grup dinamiklerinden kaynaklanmaktadır. Dışlananlar ise hem birey hem de gruplar olabilmektedir. Sosyal dışlanmanın her iki öznesi de kişinin sosyal grup içerisindeki üstlendiği roller, ergenin o sırada hangi konumda olduğu (tanık mı aktör mü), yanlış algılamalar üzerinde etkili olmaktadır (Şahin N. , 2009). Leets & Sunwolf, (2005) ergenlerde sosyal dışlanma hakkında gerçekleştirdiği çalışmasında "bir başkasını dışlamak ne zaman adil olur?" sorusuna yanıt aramıştır. 682' i ergenle yapılan bu araştırmada ergenlerin bir başkasını hangi nedenlerle dışlayabileceği ortaya koyulmuştur. Ergenlere göre bir başkasını dışlamak için, kişinin itici olması, cezalandırmayı hak ediyor olması, tehlikeli biri olması, gruba sadakatsizlik etmesi, grup standartlarına göre niteliksiz olması ve asla gruba kabul edilmeye uygun olmaması gibi nedenler sosyal dışlanmayı adil kılmaktadır.



(Wölfer & Scheithauer, 2013) çocuklarda ve ergenlerde sosyal dışlanmayı (ostrasizm) incelemiştir. Çalışmalarını iki farklı deneyle gerçekleştirilen araştırmacılar ilk deneyde dördüncü ve sekizinci sınıfta eğitim gören toplam 93 öğrencinin sosyal dışlanma deneyimlerini ölçmek amacıyla sanal top atma oyununa dahil etmişlerdir. İlk deneyin sonuçları sosyal dışlanmanın çocuklarda ve ergenlerde olumsuz duygular yaşamalarına ve yaşadıkları olayı gelecekteki sosyal olaylar için hafızalarında seçici bir yer edindiklerini belirtmişlerdir. Araştırmanın ikinci deneyinde ise dördüncü ve dokuzuncu sınıfta eğitim gören toplam 97 öğrenci sanal top atma oyununa dahil edilerek davranışsal tepkileri ölçülmüştür. İkinci deneyin sonuçlarına bakıldığında kaçınma sergileyen öğrenciler ile anti sosyal reaksiyonlar sergileyen öğrenciler arasında beklendiği gibi psikolojik farklılıkların olduğu görülmektedir. Araştırmacılar bu durumu çocukların ve ergenlerin daha fazla saldırganlık algılamalarını ılımlaştırabilecek ilk kanıtlar olarak görmektedir.

#### **1.8.6.2. Sosyal Dışlanmaya Etki Eden Faktörler**

Bireylerdeki dışlanmalara hem kişinin kendi içinde hissettiği içsel psikolojik durum hem de çevresel faktörler yol açabilir. Kişinin hissettiği yetersizlik hissi veya mensubu olmak istediği arkadaş grubu tarafından kabul görmeme de sosyal dışlanmaya neden olabilir (Şahin T. , 2019). Bazen kişinin kendisi de sosyal gruplardan, sosyal aktivitelerden, arkadaşlık ilişkilerinden kendini soyutlayabilmektedir. Dışlanma her zaman tek bir nedene bağlı değildir, daha fazla sebeplerin bir araya gelmesiyle de oluşabilmektedir (Özyazıcı, 2018).

Ergenin geçmişte ailesi ile yaşadığı ilişki kuramama problemi ilerleyen yaşlarda dışlanmanın içsel nedeni olabilmektedir. Ergenin ilk sosyalleşme dönemi ailede başlar. Bundan dolayı sağlıklı aile ilişkilerinin gelişmesi ve güvenli bağlanma son derece önemlidir. Bebeğin aile ile olan ilişkisi ilerleyen yaşları için sosyal uyum ve davranışlara uygun hale gelmesi için önemlidir. Ailenin çocuğun ihtiyaçlarına cevap verebilmesi daha güvenli bağlanmaya neden olur. Çocukların yerinde isteklerinin karşılanması çocuğun anne-babanın kurallarına uyumunu kolaylaştırmaktadır. Anneye güvenli bağlanabilen kişiler olağan olmayan durumlarda çocukluktan gelen olumlu bağlanmayı zihninde tekrar üretir. Bu kişiler şemalarında yer edinen sevgi ve bağlanmaya güven duyarlar. Bu sevgi, güven duygusu olumsuz sonuçlarda kişinin yoğun hislerini daha fazla tolere edebilmektedir. Bunun karşısında ise bağlanma

durumu kaygılı ve eksik kişiler ise negatif benlik tipi geliştirir. Hayatın diğer alanlarında da bu benlik tipi etkisini gösterir ve her hangi bir olayda olumsuzluklara sebep olabilmektedir. Kişinin odak noktası negatif unsurlardır, günlük yaşantılarında negatif durumlara odaklanırlar ve olumlu durumları kaçırmaktadırlar (Mikulincer, 1995, aktaran Özyazıcı, 2018).

## **2.YÖNTEM**

### **2.1. Araştırmanın Modeli**

Bu çalışmada sosyal dışlanmanın sosyal medya bağımlılığı ile olan ilişkisi incelenmiştir. Buna ek olarak sosyal medya kullanım süreleri ve sosyal medya platformlarının kullanım oranları tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır ve tanımlayıcı kesitsel bir çalışmadır.

### **2.2. Araştırmanın Yapılışı**

Araştırma fen lisesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal dışlan arasındaki ilişkiyi belirlemek, sosyal medya kullanım sürelerini, sosyal medya platformlarının örneklem içindeki kullanım oranını ve bunların sınıf düzeyi, cinsiyet, sosyal medya geçirilen süre, kullanım amaçları değişkenlerinin etkisini incelemek amaçlanmıştır. Önceki akademik çalışmalar ve bu çalışmalardaki ölçekler incelenmiştir. Bunun sonucunda ‘‘Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ)’’, ‘‘Sosyal Dışlanma Ölçeği’’ ve diğer değişkenleri tespit etmek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan ‘‘Kişisel Bilgi Formu’’ bu çalışma için uygun olduğu düşünülmüştür ve dahil edilmiştir. Ölçek izinleri elektronik posta ile alınmış olup sonrasında ise Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Etiği Kurulu ve İl Millî Eğitim Müdürlüğü’nde ölçek uygulama izinleri alınmıştır. Çalışmaya katılan tüm öğrencilerin izni alınarak ölçekler sınıf içerisinde uygulanmıştır.

### **2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

**Evren:** Mersin ili ve ilçelerindeki 8 farklı fen lisesinde öğrenim gören 9, 10, 11, 12. Sınıf fen lisesi öğrencileridir. 8 fen lisesinin toplam mevcudu araştırmanın yapıldığı yılda 3773 kişidir.

**Örnekleme:** Mersin ilindeki 8 fen liselerinden amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen toplam 457 fen lisesi öğrencileridir. 168 öğrenci 9.sınıf, 159 öğrenci 10. sınıf, 71 öğrenci 11. sınıf, 50 öğrenci 12. sınıf şeklinde katılım göstermişlerdir.

#### 2.4. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veri toplama araçları olarak ekler bölümünde yer alan;

- Kişisel bilgi formu (EK-B)
- Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ) (EK-C)
- Sosyal Dışlanma Ölçeği (EK-D)

kullanılmıştır.

Ölçekleri uygularken etik gerekliliğe uygun şekilde katılımcı onam formu formu ve gönüllülük formları kullanılmıştır.

#### 2.5. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Bu formda; öğrencinin sosyodemografik ve sosyoekonomik özellikleri, öğrencinin kullandığı sosyal medya platformları, sosyal medyaya erişim kaynağı/kaynakları sorgulanmıştır. Form öğrenci tarafından doldurulmuştur.

#### 2.6. Sosyal Dışlanma Ölçeği

Ölçek görmezden gelinme (5 madde) ve dışlanma (6 madde) olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Türkiye’de geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Çare Sertelin Mercan tarafından yapılmıştır. Ölçek 14-17 yaş grubu arasındaki ergenler için geliştirilmiştir. 11 maddeden oluşan ölçekte iki alt boyut mevcuttur. Bu alt gruplar Her iki alt boyut da tek başına kullanılabilir Maddelerin faktör yükleri .83 ile .59 arasında değişmektedir. Ölçeğin madde toplam korelasyon katsayıları .83 ile .75 arasında değişmektedir. Ölçeğin iç tutarlılık Cronbach alfa katsayıları görmezden gelinme alt boyutu için .82, dışlanma alt boyutu için .83 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin test tekrar test güvenilirlik katsayıları görmezden gelinme alt boyutu için .65, dışlanma alt boyutu için .63 olarak hesaplanmıştır (Sertelin Mercan, 2016).

## 2.7 Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ)

Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ) güvenilirlik ve geçerlilik çalışması Mustafa Özgenel tarafından yapılmıştır. APA DSM-5 kriterlerine göre geliştirilmiştir. Ölçek formu 5'li Likert olarak derecelendirilmiştir (Hiçbir zaman-1, Nadiren-2, Bazen-3, Çoğunlukla-4, Her zaman-5). 11-18 yaş grubu arasındaki ergenlere uygulanır. Ölçekte ters puanlanan madde bulunmamaktadır. Ölçek 9 maddeden oluştuğu için bir katılımcı ölçekten en az 9 puan, en fazla 45 puan alınabilmektedir. Ölçekten toplam puan elde etmek için tüm maddelere verilen cevaplar toplanmaktadır. Ayrıca toplam puan madde sayısına bölünerek aritmetik ortalama da hesaplanmaktadır. Hesaplanan toplam puanın veya aritmetik ortalamanın yüksekliği bireyin sosyal medya bağımlılığının yüksek, toplam puanın veya aritmetik ortalamasının düşüklüğü bireyin sosyal medya bağımlılığının düşük olduğuna işaret etmektedir (Özgenel, Canpolat, & Ekşi, 2019).

## 2.8. Verilerin Analizi

Bu çalışmada 2021-2022 eğitim yılında Mersin ilindeki fen lisesi 9, 10, 11 ve 12. sınıf öğrencileri yer almıştır. Ölçek izinleri alındıktan sonra Mersin İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne başvurularak uygulama izinleri alındı ve ölçek uygulaması rastgele seçilen örneklem grubuna uygulandı. Öğrencilerin farklı değişkenler üzerindeki oranları, sıklıkları, standart sapmaları, ortalamaları gibi istatistikler sözel ve tablolar olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışma verilerinin normal olup olmadığını tespit edebilmek için çarpıklık-basıklık değerleri hesaplanmıştır. Grupların karşılaştırılmasında bağımsız t testi tek yönlü ANOVA kullanılmıştır. Değişkenlerin arasındaki yordayıcı etkisini incelemek için basit doğrusal regresyon analizi yürütülmüştür. Analiz sonuçlarında anlamlılık düzeyi  $p < 0.5$  olarak belirlenmiştir. Çalışma verileri analizleri SPSS Version 25 ile yapılmıştır.

### 3. BULGULAR

Araştırmanın örneklemini 245'i (% 54.7) kız, 203'ü (% 45.3) erkek olmak üzere toplam 448 katılımcı oluşturmaktadır. 168 (% 37.5) katılımcı 9. sınıf, 159 (% 35.5) katılımcı

10. sınıf, 71 (% 15.8) katılımcı 11. sınıf ve 50 (% 11.2) katılımcı ise 12. sınıf öğrencisidir. Katılımcıların cinsiyete ve sınıfa göre dağılım oranları Tablo 1'de sunulmuştur.

*Tablo 1 Katılımcıların Cinsiyete ve Sınıfa göre Dağılım Oranları*

Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Kız	245	54.7
	Erkek	203	45.3
Sınıf	9. Sınıf	168	37.5
	10. Sınıf	159	35.5
	11. Sınıf	71	15.8
	12. Sınıf	50	11.2

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ayrıntılı olarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar, katılımcıların sosyal medyayı en yüksek oranda eğlence (% 40.6, n = 182) ve iletişim (% 18.3, n = 82) amacıyla kullandıklarını göstermektedir. Ayrıca kullanılan sosyal medya platformları da incelenmiştir. En sık kullanılan sosyal medya platformu instagram, youtube ve whatsapp'tır. 326 (% 77.43) katılımcı instagram, 144 (% 34.20) katılımcı youtube, 121 (% 28.74) katılımcı ise whatsapp kullandığını belirtmiştir. Sosyal medya kullanım amaçları ve kullanılan sosyal medya platformlarına ilişkin dağılım oranları Tablo 2'de sunulmuştur.

*Tablo 2; Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Kullanılan Sosyal Medya Platformlarına İlişkin Dağılım Oranları*

<b>Değişkenler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	
Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Eğlence	182	40.6
	İletişim	82	18.3
	Boş Vakit	45	10.0
	Gündem Takibi	32	7.1
	Eğitim ve Bilgi	45	10.0
	Sosyalleşme	15	3.3
	Kafa Dağıtmak	21	4.7
	Kayıp Veri	26	5.8
Kullanılan Sosyal Medya Platformları	Instagram	326	77.43
	Youtube	144	34.20
	Whatsapp	121	28.74
	Snapchat	54	12.83
	Twitter	45	10.69
	Tiktok	30	7.13
	Reddit	10	2.38
	Pinterest	7	1.66
	Discord	5	1.19
	Facebook	4	0.95
	Twitch	1	0.24
	Telegram	1	0.24
	Tumblr	1	0.24
Watpad	1	0.24	

Sosyal medya bağımlılığı, görmezden gelinme ve sosyal dışlanma değişkenlerinin en düşük, en yüksek değerleri, ortalama ve standart sapmaları, basıklık-çarpıklık değerleri Tablo 3'te sunulmuştur. Sosyal medya bağımlılığının ortalaması  $19.95 \pm 6.83$ , görmezden gelinmenin ortalaması  $8.94 \pm 4.57$ , sosyal dışlanmanın ortalaması ise  $18.21 \pm 5.24$  olarak hesaplanmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerleri, değişkenlerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir.

*Tablo 3 Sosyal Medya Bağımlılığı, Görmezden Gelinme ve Sosyal Dışlanma Değişkenlerinin En Düşük, En Yüksek Değerleri, Ortalama ve Standart Sapmaları, Basıklık-Çarpıklık Değerleri*

<b>Değişkenler</b>	<b>En Düşük</b>	<b>En Yüksek</b>	<b>Ort.</b>	<b>S</b>	<b>Basıklık</b>	<b>Çarpıklık</b>
Sosyal Medya Bağımlılığı	9.00	45.00	19.95	6.83	.590	-.045
Görmezden Gelinme	5.00	25.00	8.94	4.57	1.392	1.085
Sosyal Dışlanma	6.00	30.00	18.21	5.24	.297	-.412

Kullanılan sosyal medya platformlarında geçirilen ortalama süreler incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar Instagramda ortalama geçirilen sürenin  $83.32 \pm 61.05$  dk, Youtube’de geçirilen ortalama sürenin  $91.16 \pm 60.04$  dk ve Whatsapp’ta geçirilen ortalama sürenin  $60.54 \pm 58.40$  dk olduğunu göstermektedir. Katılımcıların kullanılan sosyal medya platformunda geçirdikleri ortalama süreler Tablo 4’te sunulmuştur.

*Tablo 4 Kullanılan Sosyal Medya Platformlarında Geçirilen Ortalama Süreler*

*Kullanılan Sosyal Medya Platformlarında Geçirilen Ortalama Süreler*

<b>Kullanılan Sosyal Medya Platformları</b>	<b>N</b>	<b>En Düşük</b>	<b>En Yüksek</b>	<b>Ort.</b>	<b>S</b>
Instagram	326	5.00	420.00	82.32	61.02
Youtube	144	10.00	300.00	91.16	60.04
Whatsapp	121	5.00	480.00	60.54	58.40
Snapchat	54	5.00	180.00	44.35	35.30
Twitter	45	10.00	420.00	45.00	64.58
Tiktok	30	20.00	180.00	93.67	45.73
Reddit	10	5.00	120.00	55.00	47.02
Pinterest	7	5.00	60.00	33.57	23.22
Discord	5	30.00	180.00	66.00	65.04
Facebook	4	10.00	600.00	162.50	291.82
Twitch	1	120.00	120.00	120.00	-
Telegram	1	20.00	20.00	20.00	-
Tumblr	1	30.00	30.00	30.00	-
Watpad	1	210.00	210.00	210.00	-
<b>Toplam Süre</b>	<b>421</b>	<b>5.00</b>	<b>620.00</b>	<b>134.38</b>	<b>100.73</b>



Sosyal medya bağımlılığı, görmezden gelinme ve sosyal dışlanma düzeylerinin karşılaştırılması amacıyla 3 ayrı bağımsız gruplar için t testi analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar kızların sosyal medya bağımlılığının anlamlı olarak daha yüksek olduğunu göstermiştir ( $t(446) = 5.52, p < .001$ ). Ancak görmezden gelinme ve sosyal dışlanma düzeylerinde cinsiyetler arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar elde edilmemiştir ( $p > .05$ ). Bulgular Tablo 5’te sunulmuştur.

*Tablo 5 Sosyal Medya Bağımlılığı, Görmezden Gelinme ve Sosyal Dışlanma Düzeylerinin t-testi analizi ile Cinsiyete göre Karşılaştırılması*

Değişkenler	Cinsiyet	n	Ort	S	% 95 Güven		t	p
					Alt Sınır	Üst Sınır		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kız	245	21.53	7.05	2.24	4.72	5.523	.000
	Erkek	203	18.05	6.12				
Görmezden Gelinme	Kız	245	9.30	4.60	-.04	1.66	1.871	.062
	Erkek	203	8.49	4.50				
Sosyal Dışlanma	Kız	245	17.90	4.85	-1.66	.29	-1.376	.170
	Erkek	203	18.58	5.66				

Sosyal medya bağımlılığı, görmezden gelinme ve sosyal dışlanma düzeylerinin katılımcıların devam ettiği sınıfa göre karşılaştırılması amacıyla 3 ayrı tek yönlü ANOVA yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar, sosyal medya bağımlılığı, görmezden gelinme ve sosyal dışlanma düzeylerinde gruplar arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar olmadığını göstermektedir ( $p > .05$ ). Bulgular Tablo 6’da sunulmuştur.

*Tablo 6 Sosyal Medya Bağımlılığı, Görmezden Gelinme ve Sosyal Dışlanma Düzeylerinin Katılımcıların Devam Ettiği Sınıfa göre Tek Yönlü ANOVA Kullanılarak Karşılaştırılması*

Değişkenler	Sınıf	n	Ort	S	% 95 Güven		F	P
					Alt Sınır	Üst Sınır		
Sosyal Medya Bağımlılığı	9	168	20.23	7.26	19.13	21.34	.245	.865
	10	159	19.97	6.44	18.96	20.98		
	11	71	19.45	7.09	17.77	21.13		
	12	50	19.68	6.55	17.82	21.54		
Görmezden Gelinme	9	168	8.64	4.68	7.93	9.36	.571	.634
	10	159	9.09	4.37	8.41	9.78		
	11	71	8.86	4.70	7.75	9.97		
	12	50	9.52	4.72	8.18	10.86		
Sosyal Dışlanma	9	168	18.01	5.48	17.17	18.84	.217	.885
	10	159	18.35	5.03	17.56	19.14		
	11	71	18.10	4.77	16.97	19.23		
	12	50	18.58	5.78	16.94	20.22		

Farklı sosyal medya platformlarında geçirilen sürenin ve sosyal medyada geçirilen toplam sürenin cinsiyete göre karşılaştırılması amacıyla 6 ayrı bağımsız gruplar için t testi analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar, cinsiyetler arasında hiçbir sosyal medya türünde ve toplamda geçirilen süre bakımından anlamlı düzeyde farklılaşmalar olmadığını göstermektedir ( $p > .05$ ). Bulgular Tablo 7’de sunulmuştur. T-testi sonucu

*Tablo 7 Farklı Sosyal Medya Platformlarında Geçirilen Sürenin ve Sosyal Medyada Geçirilen Toplam Sürenin Cinsiyete göre t-testi Kullanılarak Karşılaştırılması*

Kullanılan Sosyal Medya Platformları	Cinsiyet	n	Ort.	S	% 95 Güven Aralığı		t	p
					Alt Sınır	Üst Sınır		
Toplam Süre	Kız	231	142.78	100.91	-.71	37.96	1.894	.059
	Erkek	190	124.16	99.83				
İnstagram	Kız	168	87.21	56.84	-3.19	23.37	1.495	.136
	Erkek	158	77.12	64.95				
Whatsapp	Kız	82	65.12	64.74	-8.21	36.66	1.255	.212
	Erkek	39	50.90	41.18				
Twitter	Kız	29	54.14	76.93	-14.56	65.96	1.287	.205
	Erkek	16	28.44	27.06				
Youtube	Kız	79	83.63	56.09	-36.43	3.08	-1.669	.097
	Erkek	65	100.31	63.76				
Snapchat	Kız	39	45.88	38.68	-16.27	28.02	.532	.597
	Erkek	15	40.00	23.78				

Farklı sosyal medya platformlarında geçirilen sürenin ve sosyal medyada geçirilen toplam sürenin katılımcıların sınıf düzeyine göre karşılaştırılması amacıyla 4 ayrı tek yönlü ANOVA yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar, Whatsapp'ta geçirilen ortalama sürede gruplar arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar olduğunu göstermiştir ( $F(3, 245) = 3.151, p < .05$ ). Farkın kaynağını incelemek için Tukey çoklu karşılaştırma analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda 10. sınıfa devam eden katılımcıların 9. sınıfa devam eden katılımcılardan daha uzun süre Whatsapp kullandığı görülmektedir ( $p = .20$ ). Ancak diğer sosyal medya platformlarında ve toplamda geçirilen süre bakımından anlamlı düzeyde farklılaşmalar olmadığını göstermektedir ( $p > .05$ ). Bulgular Tablo 8'de sunulmuştur.

*Tablo 8 ; Farklı Sosyal Medya Platformlarında Geçirilen Sürenin ve Sosyal Medyada Geçirilen Toplam Sürenin Katılımcıların Devam Ettiği Sınıfa göre Karşılaştırılması*

Değişkenler	Sınıf	n	Ort.	S	% 95 Güven Aralığı		F	P
					Alt Sınır	Üst Sınır		
Toplam Süre	9	159	144.89	106.92	8.48	128.14	1.141	.332
	10	153	129.41	95.79	7.74	114.11		
	11	64	119.94	85.04	10.63	98.70		
	12	45	134.67	113.85	16.97	100.46		
İnstagram	9	128	88.16	70.35	6.22	75.85	.685	.562
	10	119	78.13	48.37	4.43	69.35		
	11	47	77.21	56.01	8.17	60.77		
	12	32	82.03	70.33	12.43	56.67		
Whatsapp	9	45	41.21	28.81	32.84	49.57	3.151	.028
	10	41	77.32	83.37	51.00	103.63		
	11	21	70.10	46.40	48.97	91.22		
	12	15	61.25	41.24	35.05	87.45		
Youtube	9	65	92.39	63.55	76.89	107.89	.652	.583
	10	47	85.77	62.22	67.70	103.84		
	11	17	78.82	48.20	54.04	103.61		
	12	15	106.00	47.93	79.46	132.54		

Sosyal medya kullanım amaçlarının cinsiyete göre karşılaştırılması amacıyla Ki-kare analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar, sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin oranlarda cinsiyetler arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar olmadığını göstermektedir ( $p > .05$ ). Bulgular Tablo 9’da sunulmuştur.

*Tablo 9 Sosyal Medya Kullanım amaçlarının Cinsiyete göre Ki-Kare Analizi Yürütülerek Karşılaştırılması*

Sosyal Medya Kullanım Amaçları		Kız	Erkek	Toplam	$\chi^2$	P
Eğlence	n	97	85	182	3,087	.798
	%	42.9	43.4	43.1		
İletişim	n	44	38	82		
	%	19.5	19.4	19.4		
Boş Vakit	n	25	20	45		
	%	11.1	10.2	10.7		
Gündem Takibi	n	21	11	32		
	%	9.3	5.6	7.6		
Eğitim ve Bilgi	n	22	23	45		
	%	9.7	11.7	10.7		
Sosyalleşme	n	7	8	15		
	%	3.1	4.1	3.6		
Kafa Dağıtmak	n	10	11	21		
	%	4.4	5.6	5.0		
Toplam	n	226	196	422		
	%	100	100	100		

Sosyal medya kullanım amaçlarının katılımcıların devam ettiği sınıfa göre karşılaştırılması amacıyla Ki-kare analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar, sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin oranlarda gruplar arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar olmadığını göstermektedir ( $p > .05$ ). Bulgular Tablo 10'da sunulmuştur.

*Tablo 10 Sosyal Medya Kullanım amaçlarının Katılımcıların Devam Ettiği Sınıfa göre Ki-Kare Analizi Yürütülerek Karşılaştırılması*

<b>Sosyal</b>								
<b>Medya</b>		<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>Toplam <math>\chi^2</math></b>	<b><math>p</math></b>	
<b>Kullanım Amaçları</b>								
Eğlence	N	67	69	28	18	182	9.744	.940
	%	42.1	46.0	42.4	38.3	43.1		
İletişim	N	30	31	12	9	82		
	%	18.9	20.7	18.2	19.1	19.4		
Boş Vakit	N	21	14	6	4	45		
	%	13.2	9.3	9.1	8.5	10.7		
Gündem	N	14	8	7	3	32		
	%	8.8	5.3	10.6	6.4	7.6		
Eğitim ve Bilgi	N	14	16	7	8	45		
	%	8.8	10.7	10.6	17.0	10.7		
Sosyalleşme	N	6	6	2	1	15		
	%	3.8	4.0	3.0	2.1	3.6		
Kafa Dağıtmak	N	7	6	4	4	21		
	%	4.4	4.0	6.1	8.5	5.0		
Toplam	N	159	150	66	47	422		
	%	100	100	100	100	100		

Görmezden gelinmenin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki yordayıcı etkisini incelemek için basit doğrusal regresyon analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar görmezden gelinmenin sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordadığını göstermektedir ( $\beta = .29, p < .001$ ). Görmezden gelinme düzeyi arttıkça, sosyal medya bağımlılığı düzeyinin de arttığı görülmektedir. Sonuçlar Tablo 11’de sunulmuştur.

*Tablo 11 Görmezden Gelinme ve Sosyal Medya Bağımlılığına ilişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R	R <sup>2</sup>	B	St. Hat		T	p
					B	a		
Görmezden Gelinme	(Sabit)	.29 0	.084	16.059	.682		23.54 2	.000
	Sosyal Medya Bağımlılığı			.436	.068	.29 0	6.411	.000

Sosyal dışlanmanın sosyal medya bağımlılığı üzerindeki yordayıcı etkisini incelemek için basit doğrusal regresyon analizi yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar sosyal dışlanmanın sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordamadığını göstermektedir ( $p > .05$ ). Sonuçlar Tablo 12’de sunulmuştur.

*Tablo 12 Sosyal Dışlanma ve Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

<b>Bağımsız Değişken</b>	<b>Bağımlı Değişken</b>	<b>R</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>B</b>	<b>St. Hata</b>	<b>B</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Sosyal Dışlanma	(Sabit)	.050	.003	18.71	1.173		15.996	.000
	Sosyal Medya Bağımlılığı			.065	.062	.050	1.058	.291



Katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerinin, sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını incelemek için tek yönlü ANOVA yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar gruplar arasında anlamlı farklılaşma olmadığını göstermektedir ( $p > .05$ ). Bulgular Tablo 13'te sunulmuştur.

*Tablo 13 Sosyal Medya Kullanım Sürelerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına göre Karşılaştırılmasına ilişkin ANOVA sonuçları*

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	n	Ort.	S	% 95 Güven		F	P
				Aralığı Alt Sınır	Üst Sınır		
Eğlence	182	19.73	6.77	.50	19.73	1.196	.307
İletişim	82	20.74	7.14	.79	20.74		
Boş Vakit	45	19.87	6.69	1.00	19.87		
Gündem Takibi	32	20.78	7.46	1.32	20.78		
Eğitim ve Bilgi	45	20.87	7.02	1.05	20.87		
Sosyalleşme	15	16.40	5.37	1.39	16.40		
Kafa Dağıtmak	21	18.81	6.17	1.35	18.81		

#### 4. TARTIŞMA

Araştırmaya ilişkin bulgular, bu bulguların alan yazındaki araştırmalarla karşılaştırılması ve bulguların katkısına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

*Fen lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyi cinsiyete göre farklılaşmaktadır.*

Bu çalışmada edilen sonuçlarda kızların sosyal medya bağımlılığı oranı erkeklere göre anlamlı düzeyde daha yüksek çıkmıştır. Bu sonucu destekleyen Harmancı, vd. (2019)' un çalışmasına göre, analiz edilen veriler sonucunda kadınların sosyal medya bağımlılık düzeyleri puan ortalamaları erkeklerin puan ortalamalarına göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür bununla beraber bu çalışmaların tersi yönde bulgulara sahip olan çalışmalara daha fazla rastlanmıştır.

Doğan M. V., (2021) ' in Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği puanlarının cinsiyete göre farklılık olup olmadığının tespitine yönelik yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre, erkeklerin Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği toplam puanların kızların aldığı puanlara göre anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür.

Bu çalışmaların dışında Gürkan & Demirel (2018) 'in sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının cinsiyete göre farklılık oluşturup oluşturmadığını saptamak üzerine yaptığı t testi sonucunda ESMBÖ puan ortalamalarının erkekler lehine anlamlı bir farklılık bulmuştur. Gürkan ve Demirel (2021)'in ergenler üzerinde yaptığı çalışmasında da kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medyaya daha bağımlı oldukları sonucuna varmışlardır.

Çalışmada kız öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri erkeklere göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Değişen sosyal medya içerikleri, iletişim temelli açılan sosyal medya platformlarının iletişim işlevinin yanına eğlence işlevinin de gelmesiyle beraber Instagram, Snapchat gibi sosyal medya platformlarına yeni özellikler gelmiştir. Kamera efektleri kişileri Instagram uygulamasını fotoğraf çekim aracı olarak kullanmaya yöneltebilmektedir. Bununla beraber uzun videolar ekleyebilme özelliği de vlog tarzı videoların paylaşılmasının önünü açmıştır. Bu gelişmelerin kız öğrencilerin sosyal medyayı daha fazla kullanmasının nedenlerinden bir kaçı olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, Anlayışlı & Serin, (2019) yaptığı çalışmada

kız öğrencilerin depresyon düzeylerinin erkeklere göre anlamlı derece yüksek olduğunu ifade etmiştir. Buna göre Covid-19 pandemisi ile beraber sosyal hayatın kısıtlanması da kız öğrencilerin depresyon düzeyini, artan depresyon düzeyi de sosyal medya kullanımını arttıran bir etken olmuş olabilir.

***Fen lisesi öğrencilerinde görmezden gelinme düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmaktadır.***

Çalışmada görmezden gelinme düzeyleri ve cinsiyet arasında anlamlı düzeyde farklılıklar görülmemiştir. Görmezden gelinme düzeyleri ve cinsiyet üzerine yapılmış çalışmaya rastlanamamıştır.

Görmezden gelinmenin cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmamasının sebebi ölçeklerin uygulandığı sınıfların kız ve erkek öğrenci sayısının birbirine yakın olması olabilir. Birbirine yakın sayılar iki cinsiyet grubunun da daha orantılı arkadaş gruplarına sahip olabilme imkanını arttırabilir. Ayrıca örneklem grubunu oluşturan fen liseleri akademik başarı olarak diğer okullara göre üst sıralarda yer almaktadır. Akademik başarı odaklı olan ortamlarda ders başarısı için kurulan ilişkiler iki cinsiyet grubunda da aynı olabilir. Sosyal medya ile gelişen ortak kültürün de bu farklılaşmayı engelleyen unsurlardan birisi olduğu düşünülmektedir.

***Fen lisesi öğrencilerinde sosyal dışlanma düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmaktadır.***

Çalışmada sosyal dışlanma düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği görülmüştür. Literatürde az sayıda sosyal dışlanma ve cinsiyet ilişkisi üzerine yapılan çalışmalara erişilmiştir.

Aktaş, (2020) tarafından yapılan çalışmada ergenlerin sosyal dışlanma ortalama puanlarının cinsiyet ile farklılık göstermediği görülmüştür. Bu çalışmaya paralel olarak Öztosun, (2018)' de yaptığı çalışmada Sosyal Dışlanma Deneyimleri Ölçeği puan ortalaması ile cinsiyet arasında fark görmüştür. Kız öğrencilerin Sosyal Dışlanma Deneyimleri ölçeği puan ortalaması erkek öğrencilerden daha yüksektir ancak bu farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Sosyal dışlanma düzeyleri ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık olmaması arkadaşlık ilişkilerinin veya sosyal grupların cinsiyet bağlamında bağdaşık bir karakterde olduğunu gösterebilir.

***Fen lisesi öğrencilerindeki sosyal medya bağımlılığı düzeyi katılımcı öğrencilerin devam ettiği sınıfa göre farklılaşmaktadır.***

Sosyal medya bağımlılığı ve sınıf düzeyi ilişkisi incelendiğinde yapılan çalışmada sonucunda anlamlı bir ilişki çıkmamıştır. Güney & Taştepe, (2020) yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı puanını ile sınıf düzeyi arasında anlamlı bir fark bulamamıştır. Ergenlerdeki sosyal medya bağımlılığı sınıf düzeyine göre farklılaşmadığı sonucu çıkmıştır. Öncelikle internet kullanımının, ardından da buna bağlı olarak sosyal medya platformlarına mekan-zaman fark etmeksizin her yaş grubunda erişilebilir olması ve cep telefonu kullanım yaş ortalamasının geçmiş yıllara göre düşmüş olması buna etken olabilir. Literatürde bu iki değişken arasındaki farkı açıklamaya yönelik çok az sayıda kaynağa erişim sağlanabildi.

***Fen lisesi öğrencilerindeki görmezden gelinme düzeyleri katılımcı öğrencilerin devam ettiği sınıfa göre farklılaşmaktadır.***

Çalışmada görmezden gelinme düzeyinin katılımcıların devam ettiği sınıfa göre anlamlı farklılaşmaların olmadığı görülmüştür. Bu çalışmayı destekleyen veya desteklemeyen herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır.

Liselerin okul mevcudu az değişkenli yapıya sahip olduğu düşünülmektedir. Bununla beraber 9. Sınıf ile eğitime başlayan bir lise öğrencisinin sınıf arkadaşları mezun olana kadar hemen hemen aynı kişilerden oluşmaktadır. Bunun yanında okulun öğrenci yapısı da genelde değişmemektedir. Bu durumlar sınıflar arası görmezden gelinme düzeyinin anlamlı farklılaşmamasının nedenlerinden olabilir.

***Fen lisesi öğrencilerinde sosyal dışlanma düzeyleri katılımcı öğrencilerin devam ettiği sınıfa göre farklılaşmaktadır.***

Çalışmada sosyal medya bağımlılığı, görmezden gelinme ve sosyal dışlanma düzeylerinde gruplar arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar olmadığını göstermektedir. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde sosyal dışlanma ve sınıf düzeyleri bakımından güncel bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu çalışma alanda yapılacak diğer çalışmalar için faydalı olabilir.

Sosyal dışlanma çocukluk döneminin ilk sosyalleşme aşamasından yaşlılığa kadar olan her yaş grubunda görülebilmektedir. Bundan dolayı sosyal dışlanma ile sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki çıkmamış ve bununla beraber öğrencilerin

sosyolojik ve psikolojik durumları homojen dağılım gösterdiği için bu ilişki anlamlı çıkmamış olabilir.

***Fen lisesi öğrencilerinde farklı sosyal medya platformlarında geçirilen süre ve sosyal medyada geçirilen süre cinsiyete göre farklılaşmaktadır.***

Çalışmaya göre herhangi bir sosyal medya türünde toplam geçirilen süre bakımından anlamlı farklılaşmalar olmadığı görülmektedir. Popüler sosyal medya platformlarına bakıldığında verilen hizmet ve şartlar bakımında herhangi bir cinsiyete pozitif veya negatif yönde ayrıcalık tanınmamaktadır. Bunun aksine bu platformlar her türlü içeriklere sahip, her yaşa, cinsiyete ve kesime hitap edebilir niteliktedir. Çalışmada anlamlı farklılığın çıkmamasının bununla ilişkisi olabileceği

düşünülmektedir. Buna karşın yapılan çalışmada ise her ne kadar cinsiyetlere göre güçlü bir anlamlılık çıkmasa da fotoğraf paylaşım platformu olan Instagram ve Snapchat'in daha fazla kız öğrenciler tarafından kullanıldığı ayrıca kullanım sürelerinin erkeklere göre daha fazla olduğu görülmüştür. Bunun sebebi kızların daha çok fotoğraf çekimi ile ilgilenmeleri, fotoğraf paylaşım platformlarını fotoğraf çekim için araç olarak kullanmaları olabilir. Aynı zamanda yapılan diğer çalışmalarda da genel sosyal medya kullanım süreleri bakımından cinsiyete göre iki yönlü farklılaşmalar olabilmektedir.

Doğan (2021) tarafından yapılan çalışmada “ Çeşitli düzeylerde sosyal medya kullanımları ” aşağıdaki gibi görülmüştür.

Instagram için; Erkeklerin %80,5'i kadınların ise %76,2'si

Youtube için; Erkeklerin %89,5'i kadınların %90,3'ü

Twitter için; Erkeklerin %17,5'i kadınların ise %18,5'i

Facebook için; Erkeklerin %21'i kadınların %5,5'i iken

Whatsapp için; Erkeklerin %87,2'si kadınların ise %94,2'si

çeşitli düzeylerde bu platformları kullanıldığı görülmüştür. Yapılan bu çalışmada Instagram ve Facebook'u kadınlara oranla erkeklerin daha fazla kullandığını, kadınların ise Whatsapp, Youtube ve Twitter'ı erkeklere göre daha fazla kullandıkları sonucu çıkmıştır.

Alandaki bu farklılıkların çalışma yapılan örneklem grubunun sosyal yapısı ile

bağlantılı olabileceği gibi diğer etkenlerin farklılıkları/benzerlikleri de sonucu etkileyebileceği düşünülmektedir. Buna göre kişilerin sosyalleşme aktivitelerinin yoğun olduğu örneklem gruplarındaki kadınların fotoğraf paylaşım platformları kullanımını pozitif yönde değişkenlik gösterebilir.

***Fen lisesi öğrencilerinde farklı sosyal medya platformlarında geçirilen süre ve sosyal medyada geçirilen toplam süre katılımcı öğrencilerin sınıf düzeyine göre farklılaşmaktadır.***

Çalışmaya göre sosyal medya platformları içerisinde yalnızca Whatsapp'ta sınıflara göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Buna göre 10.sınıfa devam eden öğrencilerin 9.sınıfa devam eden öğrencilerden anlamlı düzeyde Whatsapp'ı daha uzun süre kullandığı görülmektedir. Diğer sosyal medya platformları kullanım süreleri ile sınıf düzeyi arasında anlamlı farklılıklar görülmemiştir. Akademik çalışmalar incelendiğinde bu sonucun anlamlı olup olmadığını ve bu ilişkiyi sorgulayan çalışma tespit edilememiştir. Erdemir, (2021) çalışmasında sosyal medya kullanım durumuna göre internet bağımlılığı arasında anlamlı bir fark saptamıştır. Diğer çalışmalar incelendiğinde internet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür. İnternet bağımlılığı üzerine çalışma yapan Yılmaz , Şahin, Haseski, & Erol, (2014) yaptıkları varyans analizi sonucunda öğrencilerin toplam bağımlılık puanlarının ve sınıf düzeylerinin arasında anlamlı bir farklılık gözlemlendiğini, 9. Ve 10. sınıftaki öğrencilerin 11. sınıf öğrencilerine göre daha fazla internet bağımlısı olduklarını söylemektedirler.

Bu çalışmalardan ve bulduğumuz sonuçlardan hareketle 10. Sınıfta öğrenim gören öğrenciler özelinde lise eğitiminin henüz başında oldukları ve 9. sınıflardan farklı olarak buldukları uyum sağlamaları ve sosyal çevrelerinin yeni başlayan öğrencilerden daha geniş olabileceği düşünülmektedir. 11. ve 12. sınıflarda ise üniversite sınavı sebebiyle bu kullanım oranında düşüş yaşanmış olabilir. Bununla birlikte sınıflara göre katılım oranlarındaki farklılık bu durumu etkilemiş olabilir.

***Fen lisesi öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları cinsiyete göre farklılaşmaktadır.***

Çalışma verileri incelendiğinde sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin oranlarda cinsiyetler arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar olmadığını göstermektedir. Başol & Çömlekçi, (2019) yaptıkları çalışmada kadınlar ve

erkeklerin sosyal medyayı tüm kullanım amaçları ve cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Başka bir deyişle sosyal medyayı eğlence, iletişim, boş zaman değerlendirme gibi kullanım amaçlarında cinsiyete göre farklılık görülmemiştir. Örneklem gruplarını birbirlerine yakın yaş grupları oluşturması ve bu yaş grubundaki kişilerin benzer paydalarının olduğu varsayılmaktadır. Benzer yaş gruplarındaki duygusal ve davranışsal ortak noktalar sebebiyle kullanım amaçları ve cinsiyet arasında anlamlı farklılık çıkmamış olabilir.

Yapılan bazı çalışmalarda sosyal medya kullanım süreleri veya sosyal medya platformlar cinsiyete göre değişkenlik gösterse de incelenen çalışmalar içerisinde kullanım amaçları ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanamamıştır. Bu düşünce ile yapılan çalışmalar dikkate alındığında ise sosyal medya kullanım amaçlarının da cinsiyetler arasında ortak olabileceği düşünülmektedir. Daha geniş ve farklı sosyo-kültürel bölgelerdeki yapılacak olan çalışmalar bu iki değişken arasındaki ilişkiye anlamlı farklılıklar yükleyebilirler. Dolayısıyla yapılacak olan yeni çalışmalarla ilişkinin olduğundan veya olmadığından bahsetmek ortaya çıkabilecek yeni değişken türleri ile etkileşimini çalışmak için yararlı olabilir.

***Fen lisesi öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları katılımcı öğrencilerin devam ettiği sınıf düzeyine göre farklılaşmaktadır.***

Çalışmada sosyal medya kullanım amaçları ve öğrencilerin devam ettiği sınıf düzeyleri arasında anlamlı düzeylerde farklılaşma yoktur.

Kale, (2019) çalışmasında lise öğrencilerinin sınıf düzeyleri ve sosyal medya kullanım amaçları arasında anlamlı farklılık olmadığını ifade etmiştir. Başka bir söylemle; Lise öğrencilerinin sınıf düzeyi ile arkadaşlar arası iletişim kurma, eğlence veya ders amaçlı kullanım gibi sosyal medya platformu kullanımının amaçlarını etkilememektedir. Aynı durum (arada anlamlı fark olmaması), ders hazırlığı ve kişiler arası etkileşim amacıyla sosyal medya kullanım alt boyutları için de geçerlidir. Bu bakımdan, lise öğrencilerinin kaçınıcı sınıfa gittikleri, onların gerek ders çalışmak gerekse de arkadaşları ile etkileşim kurmak için girdikleri sosyal medya platformlarını ne kadar sıklıkta kullandıklarına anlamlı düzeyde etki etmemektedir.

Sosyal medya kullanım amaçlarının öğrencilerin devam ettiği sınıfa göre farklılaşıp farklılaşmamasına yönelik yeterli sayıda kaynağa erişilememiştir. Bununla beraber 9, 10, 11 ve 12. Sınıf öğrencilerinin benzer yaş gruplarında ve ergenlik

dönemi içerisinde olduklarından istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda benzer istekleri olabildiği gibi yakın yaş gruplarındaki ergenlerin ruhsal durumları da birbirlerine benzediği düşünülmektedir. Sosyal medyayı kullanım amacı araştırmalarında eğlence ve kafa dinlemek gibi amaçlar dikkat çekmektedir. Sosyo ekonomik problemler ile beraber ergenlerin geneli ucuz, hızlı ve kolay erişebileceği ve sosyalleşme ihtiyaçlarını giderebilecekleri platformları benzer amaçlara yönelik kullanabilirler. Tüm bu verilerin yanında yapılan çalışmada 12. Sınıfa giden katılımcıların sosyal medyayı ‘‘ Eğitim ve Bilgi ‘‘ için kullanımları oranı diğer sınıflara göre birkaç puan ve yine 12. Sınıfa giden öğrencilerin sosyal medyayı ‘‘ Eğlence ‘‘ için kullanımı diğer sınıf düzeylerine göre daha düşük puandadır. Anlamlı bir ilişki bulunmamakla beraber daha geniş katılımlı çalışmalar yapılması alan için faydalı olabilir.

***Fen lisesi öğrencilerindeki görmezden gelinme sosyal medya bağımlılığını yordamaktadır.***

Çalışmada görmezden gelinmenin sosyal medya bağımlılığı üzerinde yordayıcı etkisi anlamlı düzeydedir. Görmezden gelinme düzeyi arttıkça, sosyal medya bağımlılığı düzeyinin de arttığı görülmüştür.

Görmezden gelinme kişinin sosyal çevresi tarafında ‘‘ yokmuş gibi ‘‘ davranılmasıdır. Kişi içinde bulunduğu gruplar tarafında görmezden gelinilebilir. Sosyal grubu tarafından görmezden gelinen kişi yalnızlık hissedebilir. Kendini gerçekleştiremeyebilir ve özgüven kaybı gibi durumlar yaşayabilir. Bu durumda yalnızlaşan kişi ihtiyaçlarının karşılığını sosyal medya platformlarında arayabilir. Sosyal medyanın sunduğu geniş sanal dünyada kendi ilgi alanlarına, isteklerine, ihtiyaçlarına göre kendine sanal bir dünya kurar ve orada mutlu ve güvende hissetmeye başlar. Bu güven ve mutluluk hissi beraberinde sosyal medya kullanım sürelerinde artış getirebilir. Böylece kişinin sosyal medyada geçirdiği süre artar ve bağımlılık başlayabilir. Görmezden gelinmenin pek çok sebebi olabilir. Sosyo-ekonomik durum yetersizliği, fiziksel görünüş, alt-üst kültür çatışmaları vb. Bu durumlar görmezden gelinme düzeyini arttırabilir.

***Fen lisesi öğrencilerindeki sosyal dışlanma sosyal medya bağımlılığını yordamaktadır.***

Çalışma sonucu sosyal dışlanmanın sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordamadığını göstermektedir.



Kaşıkcı , Denli, & Karaman, (2021) 426 üniversite öğrencilerine yönelik yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığının oluşmasında sosyal dışlanma düzeyinin önemli bir etken olduğunu ve öz kontrolün, bu durum ile ilgili önemli koruma rolünün olduğunu söylemektedirler. Ayrıca sosyal dışlanmaya maruz kalmanın da öz kontrolün zayıflamasına neden olduğunu ve bununla beraberinde sosyal medya bağımlılığını getirebildiğini belirtmektedirler. Yapılan bu çalışmaya göre sosyal medya bağımlılığı öz kontrolün zayıflaması ile ilişkili olduğundan bahsedilmektedir. Sosyal dışlanmaya maruz kalan kişilerde özgüven kaybı, kendini beğenmeme, yoksun hissetme gibi duygu durumları meydana gelebilir. Bunlardan bir kaçış arayan kişi sosyal medyada kendini ait hissedebileceği arkadaş ilişkilerine veya gruplara yönelebilmektedir. Dışlanmaya maruz kalan kişi kendini sosyal medyada değerli hissetmesi sosyal medyayı günlük hayatında daha uzun süre kullanmasını da beraberinde getirir. Yapılan bu çalışma üniversite öğrencilerine yöneliktir. Üniversite öğrencileri farklı kültürlerden, farklı yaşlardan veya farklı dili konuşan insanlardan oluşabilmektedir. Aynı zamanda öz kontrol bağlamında şehir dışına üniversite eğitimi için giden kişiler olumsuzluklara karşı daha kırılabilir olabilir. Lise dönemindeki ergenler ise daha çok yerel, ortak kültüre sahip ve benzer yaş grupları tarafından oluşmaktadır. Üniversite öğrencilerindeki dışlanma düzeyi bu bağlamda daha yüksek olabileceği düşünülmektedir. Alanda yapılan çalışmalar doğrudan sosyal dışlanma ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisini ölçmemektedir. Bununla ilgili çalışmaların yapılması faydalı olabilir.

***Fen lisesi öğrencilerindeki katılımcı öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri, sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşmaktadır.***

Çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal medya kullanım sürelerinin sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşma göstermemektedir.

İlğaz, (2019) yaptığı çalışmada kişilerin sosyal medya kullanım süreleri ve sosyal medya kullanım amaçlarını incelemiştir. Çalışmada sosyal medyayı eğitim ve bilgi edinme amaçlı kullanan kişilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin diğer amaçlara yönelik kullanan kişilerden daha düşük seviyede olduğu görülmektedir. Sosyal medyayı eğlence, oyun, alışveriş, markaların takibi gibi amaçlarla kullanan kullanıcılar ise daha yüksek bağımlılık düzeyi göstermektedirler. Oyun, marka takibi, alışveriş bağımlılığının sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olabileceği sonucuna

ulaşılmıştır. Bu sonucu denetlemek için yapılan bağımlılık düzeyleri çapraz tabloları sonucunda “ alışveriş-marka takibi ve oyun oynamak ” seçeneklerini seçen kişilerin %76,9’ u orta-yüksek bağımlı olduğu, “ eğitim ve bilgi ” de ise %39 olduğu gözlemlenmiştir.

Bu çalışmaya göre anlamlı farklılık olmasının sebebi, sosyal medyayı eğlence amaçlı kullanan kişiler genelde boş vakitlerinde girmektedirler. Bu boş vakitlerinde günlük stresten uzaklaşmak, kafa dağıtmak isteyebilirler. Kişi uzaklaşma aracı olarak sosyal medyayı kullandığında boş olan vaktinin çoğunu sosyal medya platformlarında geçirmek isteyebilir. Sosyal medyanın eğitim ve bilgi edinme işlevini kullanan kişiler ise daha çok ders çalışmak, araştırma yapmak, merak edilen kavramları bulmak gibi nedenlerden dolayı sosyal medya kullanmaktadırlar. Bu konular ile ilgili istenilen bilgi edinildikten sonra sosyal medyayı kullanmaları için ortada bir neden kalmamakta ve tekrar meşgul oldukları işe dönmektedirler. İlğaz, (2019) tarafından yapılan çalışmada bu nedenlerden dolayı anlamlı farklılıklar görülmüş olabilir.

Çalışmada farklılığın çıkmaması da daha homojen gruplarla ve sadece lise gruplarını örnekleme dahil etmemiz ile ilgili olabilmekle beraber lise öğrencilerinin kullanım amaçlarının homojen bir dağılım göstermesi de sonuca etki edebilir.

## 5. SONUÇ

Bu çalışmada Mersin ilindeki fen lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal dışlanma düzeylerinin arasında anlamlı farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Aynı zamanda öğrencilerin sosyal medya platformlarını kullanım amaçlarına, sürelerine, cinsiyete ve sınıf düzeyine göre dağılımına ve sosyal medya platformlarını kullanan öğrenci oranına ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen sonuçlar şu şekildedir;

- Sosyal medya bağımlılığı kızlarda anlamlı düzeyde daha yüksektir.
- Görmezden gelinme düzeyleri ve cinsiyet arasında anlamlı düzeyde farklılık görülmemiştir.
- Çalışmada sosyal dışlanma düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği görülmüştür.
- Sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile katılımcıların devam ettiği sınıf arasında anlamlı farklılaşma bulunmamaktadır.
- Çalışmada görmezden gelinme düzeyinin katılımcıların devam ettiği sınıfa göre anlamlı farklılaşmaların olmadığı görülmüştür.

- Çalışma sosyal medya bağımlılığı, görmezden gelinme ve sosyal dışlanma düzeylerinde gruplar arasında anlamlı bir farklılaşmanın olmadığını göstermektedir.
  - Çalışmaya göre herhangi bir sosyal medya türünde toplam geçirilen süre bakımından anlamlı farklılaşmalar olmadığı görülmektedir.
  - Sosyal medya platformları içerisinde yalnızca Whatsapp kullanım sürelerinde sınıflara göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur.
  - Sosyal medya kullanım amaçları ve cinsiyet arasında anlamlı düzeyde farklılaşmalar tespit edilmemiştir.
  - Çalışmada sosyal medya kullanım amaçları ile öğrencilerin devam ettiği sınıf düzeyleri arasında anlamlı düzeylerde farklılaşma görülmemiştir.
  - Çalışmada görmezden gelinmenin sosyal medya bağımlılığı üzerinde yordayıcı etkisi anlamlı düzeydedir.
- Sosyal dışlanma sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordamamaktadır.
- Çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşma göstermemektedir.

## 6. ÖNERİLER

Akademik alan için öneriler; Bu araştırma örneklemini fen lisesinde öğrenim gören 9, 10, 11 ve 12. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. İnternetin ve sosyal medyanın kullanım yaşının her geçen gün daha da düşmesi dijitalin hayatımızdaki yerinin ve öneminin artmasından dolayı sosyal medya ve internet kullanımı ile ilgili çalışmaların daha geniş kapsamlı ve düzenli olarak yapılması ve bu çalışmaların sonuçlarının incelenmesi hem akademik alan için hem de pratikte bu bilgilere erişmek isteyen bireyler için faydalı olacağı düşünülmektedir.

Sosyal dışlanma için öneriler; Sosyal dışlanma yaşayabilme olasılığı yüksek grupların araştırma örneklemine dahil edilmesi, yapılan araştırmalar sonucunda bulgulara göre bu grupların dışlanma düzeylerine göre incelenip tekrar sosyal hayata kazandırılmaları için çalışmalar yapılabilir. Okulda sosyal dışlanmaya maruz kalan öğrenciler için ise okul yönetimi ve rehberlik birimi tarafından sosyal aktiviteler, toplu etkinlikler ile görmezden gelinme düzeyini düşürüp, sosyal ilişkiler kurulması teşvik edilebilir. Öğrencilere dönemsel olarak uygun ölçekler uygulanıp öğrencilerin dışlanma veya bağımlılık durumları gözlenebilir. Aile tarafında ise okul rehberlik birimi ile bilgi, durum alışverişinde bulunulup sosyal dışlanmaya maruz kalan ergen için aile ile yapabilecek özgüven ve özsaygısını geliştirecek etkinlikler, faaliyetler yapılabilir.

Sosyal medya bağımlılığı için öneriler; Ergenlerin bir çoğu sosyal medyaya bağımlılık geliştirebilir. Okullarda uygulanacak sosyal medya bağımlılık ölçekleri ile rehberlik birimleri sosyal medya bağımlısı olabilecek ergenleri önceden fark edebilir. Okul dışında motivasyon ve özgüven artırıcı görevler verilip bunların okuldaki ders başarısına yansıtılıp ergenin okul dışında yoğun sosyal medya kullanımından biraz daha uzak kalması sağlanabilir. Aile içerisinde toplu etkinlikler, kitap okuma, film izleme, yemek yapma gibi ortak aktiviteler ergenlerin aile içerisinde geçirdikleri vakitlerde yoğun sosyal medya kullanımından uzaklaşmasına yardımcı olabilir.

Bunlara ek olarak dünyadaki dijital gelişmeler ve dijitalin hayatımızdaki yeri dikkate alınarak ‘‘Sosyal Medya Bağımlılığı’’ kavramı ile ilgili yeni çalışmalar yapılabilir.

## 7.KAYNAKÇA

- Akın, A., Uysal, R., & Akın, Ü. (2015). Ergenler İçin Ostrasizm (Sosyal Dışlanma) Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması. *Kastamonu Eğitim Dergisi* 24(2), 895-904.
- Akpınar Aydoğmuş, E. N. (2017, Eylül). Ergenlerde Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet ile Problemlerle İnternet Kullanımı Arasındaki İlişkide Sosyal Medya Tutumlarının Aracılık Rolü. 55.
- Alan , A. K., & Kabadayı, E. T. (2016). The Effect of Personal Factors on Social Media Usage of Young Consumers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 598.
- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2010). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: "Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması". Konya.
- Bayraktar, M. (2020). Üniversite Öğrencilerinde Bağlanma Stilleri, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Koşullu Öz-Değer Arasındaki İlişki. 35. Samsun.
- Cayhan, C. (2017). Ortaokul Öğrencilerinin Watsapp Uygulaması Kullanımı ile Okuma ve Yazma Öz Yeterlilikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. 35. Siirt.
- Cengizhan, C. (2005). Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımında Yeni Bir Boyut: İnternet Bağımlılığı. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*(22), 83-98, s.83.
- Çayırılı, E. (2017). Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Kişilik Yapılabmaları, Yaşam Doyumu ve Depresyon Açısından İncelenmesi. 6.
- Çoban, O. (2015). Yoksa Sen Daha Okumadın mı? Bir Online Okuma Platformu Olarak Watsapp ve Sanal Dünyanın Gençlerinde Sanal Okuma Kültürü. *II. Uluslar Arası Çocuk ve Gençlik Edeyatı Sempozyumu*. İstanbul.
- Çolak, Ç. H. (2020, Eylül). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygu Düzenleme Becerilerinin Kişilik Özelliklerine ve Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. 16.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019;17 (4)). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 173-188.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkalede Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. 2. doi:10.18094/si.99029
- Demir, Y., & Kumcağız, H. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 25.
- Dinç, M. (2009). *İnternet Bağımlılığı* (3. b.). Yeşilay Yayınları.
- Doğan, M. V. (2021). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı Belirtileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. 9. İstanbul.

- Doğrusever, C. (2021). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Bazı Sosyo Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (AÜSBD)*.
- Dolgin, K. (2014). *The Adolescent Development, Relationships and Culture. Ergenlik Psikolojisi Gelişim, İlişkiler ve Kültür*. (D. Özen, Çev.) İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Düvenci, A. (2012). Ağ Neslinin İnternet Kullanımı Üzerindeki Sosyal Medya Etkisinin Sosyal Sapma Yaklaşımı ile İncelenmesi. İstanbul.
- Emirhan, A. (2020). Ergenlerin Ebeveyne Bağlanma Stilleri ile Sosyal Görünüş Kaygısı ve Sosyal Dışlanma Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. 8. Konya.
- Erkan, D. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon ve Sosyal Fobi ile İlişkisi. 10. Kars.
- Esen, E., & Siyez, D. M. (2011, Ocak). Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi.
- Gençtan, E. (1995). *Psikanaliz ve sonrası*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Güneş, H. (2021). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. 8. İstanbul.
- Güney, M., & Taştepe, T. (2020, 09 08). Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi (ASBD)*, 187.
- Gür, E. (2019, Kasım). Boşanmış ve Evli Ebeveynlere Sahip Ergenlerin Siber Zorbalık, Sosyal Dışlanma ve Umutsuzluk Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı - Bir alan Çalışması. *İletişim ve Kuram Araştırma Dergisi*, 152-162.
- Ho, S. S., Lwin, M., & Lee, E. W. (2017, June). Till Logout Do Us Part? Comparison of Factors Predicting Excessive Social Network Sites Use and Addiction Between Singaporean Adolescents and Adults. *Computers in Human Behavior*, 14.
- Kaşıkcı , F., Denli, Ö. S., & Karaman, G. N. (2021). Gençlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Dışlanma: Öz-Kontrolün Aracılık Rolü. *BAŞKENT UNIVERSITY JOURNAL OF EDUCATION*, 147,159.
- Kırık, A. M., Arslan, A., Çetinkaya , A., & Gül, M. (2015, Ekim). A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction Among Young People in Turkey. *International Journal of Science Culture and Sport*, 108-122. doi:10.14486/IntJSCS444\_
- Koç, M., & Karabatak, M. (2011). Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Veri Madenciliği Kullanılarak İncelenmesi. *International Computer &*

*Instructional Technologies Symposium*. Elazığ. Mayıs 20, 2022 tarihinde alındı

- Küçük Kurt, M., Hazar, Ç. M., Çetin, M., & Topbaş, H. (2009). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı. (6), 38. Selçuk İletişim.
- Küçükvardar, M. (2021, Ekim). Haber Ajanslarının Anlık Mesajlaşma Servisi Kullanımı Üzerine Bir İnceleme: Telegram Örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 1763.
- Leets, L., & Sunwolf. (2005). Adolescent rules for social exclusion: when is it fair to exclude someone else? *Journal of Moral Education*, 343-362.
- Macit, H. (2019). Marmara Bölgesi'nde Sosyal Medya Bağımlılığı Bulunan Bireylerin Psikolojik Semptomlarının İncelenmesi. 18-19. İstanbul.
- Miller. (2011). Piaget'S Theory: Past, Present, And Future İn U.Gosvami(Ed.), Wiley-Blackwell.
- Özcan, Z., & Savaş, S. (2021). Sanal Topluluk Platformu Olarak Discord. *Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi - Nosyon*, 120-132.
- Özgenel, M., Canpolat, Ö., & Ekşi, H. (2019). Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ): Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 629-662. doi:10.15805/addicta.2019.6.3.0086
- Öztosun, A. (2018). Ergenlerde Algılanan Sosyal Destek ve Sosyal Dışlanma Deneyimlerinin İnternet Bağımlılığını Yordayıcılığı.
- Özyazıcı, K. (2018). Ortaöğretim Öğrencilerinde Sosyal Dışlanmanın Arkadaşlık Kalitesi ve Sahte Kimlik Açısından İncelenmesi. 28. Sivas.
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017 ). Teknolojik Bağımlılıklar ve Sosyal Bağlılık: İnternet Bağımlılığı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Dijital Oyun Bağımlılığı ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Bağlılığı Yordayıcı Etkisi. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*. doi:10.5350/DAJPN2017300304
- Sert , A. N., & Şalvarcı, S. (2020). Türkiye'nin Görsel Destinasyon İmajının Karşılaştırılmalı Analizi. *Journal of Recreation and Tourism Research* , 36.
- Sertelin Mercan, Ç. (2016). Ergenler İçin Sosyal Dışlanma Ölçeği: Türkçe Geçerlik ve Güvenirliği. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*(132), 175-186.
- Sönmez, B. (2013). Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları. 26. Antalya.
- Steinberg, L. (2013). *Ergenlik. Ç. Figen (Çev. ED.)*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Şahin, N. (2009). Psikolojik Açından Sosyal Dışlanma İ. G. Uluocak P. içinde, Sosyal Dışlanma ve Sosyal Hizmet. Ankara: Haberal Eğitim Vakfı.
- Şahin, T. (2019, Mayıs). Sosyal Dışlanma ve Yoksulluk İlişkisi.

- Şeker, V. T. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon ve Anksiyete Arasındaki İlişki. 13. İstanbul.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 851-870.
- TÜİK. (2021, Ağustos 26). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2021*. 4 19, 2022 tarihinde data.tuik.gov.tr: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) adresinden alındı
- Uludağ, N. Ö. (2022). Üniversite Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Erken Fönem Uyumsuz Şemalar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. İstanbul.
- Ülken, H. (1969). *Sosyoloji Sözlüğü*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Wölfer, R., & Scheithauer, H. (2013). Ostracism in childhood and adolescence: Emotional, cognitive and behavioral effects of social exclusion. *Social Influence*(8(4)), 217-236.
- Yamangil, R. (2019). *İç Anadolu Bölgesinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Bağlanma İlişkisinin İncelenmesi*.
- Yayman, E. (2019, Aralık). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı Oyun Bağımlılığı ve Aile İşlevleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. 22-23. İstanbul.
- Yıldız, Ö. (2019, Şubat). Herkes İçin Kültürel Üretim: Türkiye'de Tik Tok Uygulaması Örneği.



## 8.EKLER

### EK A: Çağ Üniversitesi Etik Kurul Onay Belgesi

T.C	
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ	
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	
TEZ / ARAŞTIRMA / ANKET / ÇALIŞMA İZİN / ETİK KURUL İZİN TALEP VE ONAY TUTANAK FORMU	
<b>ÖĞRENCİ BİLGİLERİ</b>	
T.C. NOSU	
ADI VE SOYADI	Erkut AYDEMİR
ÖĞRENCİ NO	
TEL. NO.	
E - MAİL ADRESLERİ	
ANA BİLİM DALI	Psikoloji
HANGİ AŞAMADA OLDUĞU (DERS / TEZ)	TEZ
ISTEKDE BULUNDUĞU DÖNEME AİT DÖNEMLIK KAYDININ YAPILIP- YAPILMADIĞI	2021 / 2022 - GÜZ DÖNEMİ KAYDINI YENİLEDİM.
<b>ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ BİLGİLER</b>	
TEZİN KONUSU	Ergenlerde Sosyal Dışlanma ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki; Mersin İli Örneği
TEZİN AMACI	Bu araştırmanın amacı lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal dışlanma ilişkisini incelemektir. Araştırmada aynı zamanda sosyal medyada geçirilen sürelere ve sosyal dışlanma oranlarına ulaşmak amaçlanmaktadır.
TEZİN TÜRKÇE ÖZETİ	Bu çalışmada lise öğrencisi ergenlerin sosyal dışlanma düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki incelenmektedir. Bu çalışmada ayrıca sosyal dışlanma düzeyinin ve sosyal medya bağımlılığının; cinsiyet ile, sosyoekonomik durum ile de ilişkisine de ulaşılmak hedeflenmektedir. Çalışmada kişisel bilgi formu, 9 soruluk 5'li likert ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve 11 soruluk 5'li likert sosyal dışlanma ölçeği kullanılacaktır.
ARAŞTIRMA YAPILACAK OLAN SEKTÖRLER/ KURUMLARIN ADLARI	Mersin ili, Özel veya Devlete bağlı olan Liseler

İZİN ALINACAK OLAN KURUMA AİT BİLGİLER (KURUMUN ADI- ŞUBESİ/ MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ)	Mersin il Milli Eğitim Müdürlüğü
YAPILMAK İSTENEN ÇALIŞMANIN İZİN ALINMAK İSTENEN KURUMUN HANGİ İLÇELERİNE/ HANGİ KURUMUNA/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ ALANINA/ HANGİ KONULARDA/ HANGİ GRUBA/ KİMLERE/ NE UYGULANACAĞI GİBİ AYRINTILI BİLGİLER	Mersin il Milli Eğitim Müdürlüğü'ne liselerdeki 9,10,11,ve 12. sınıf öğrencilerinde sosyal dışlanma ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla ölçekler uygulanacaktır.
UYGULANACAK OLAN ÇALIŞMAYA AİT ANKETLERİN/ ÖLÇEKLERİN BAŞLIKLARI/ HANGİ ANKETLERİN - ÖLÇEKLERİN UYGULANACAĞI	Öğrenci gönüllü onam formu, kişisel bilgi formu, sosyal dışlanma ölçeği ve ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği (ESMBÖ)
EKLER (ANKETLER, ÖLÇEKLER, FORMLAR, ... V.B. GİBİ EVRAKLARIN İSİMLERİYLE BİRLİKTE KAÇ ADET/SAYFA OLDUKLARINA AİT BİLGİLER İLE AYRINTILI YAZILACAKTIR)	1) Bir (1) Sayfa.. Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği. 2) Bir (1) Sayfa.. Sosyal Dışlanma Anketi. 3) Bir-Bir (1-1) Sayfa Öğrenci Gönüllü Onam ve Kişisel Bilgi Formları. 4) ..... (.....) Sayfa .....
ÖĞRENCİNİN ADI - SOYADI: Erkut AYDEMİR	ÖĞRENCİNİN İMZASI: TARİH: 31 /10 /2021
<b>TEZ/ ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRME SONUCU</b>	
1. Seçilen konu Bilim ve İş Dünyasına katkı sağlayabilecektir.	
2. Anılan konu ..... faaliyet alanı içerisine girmektedir.	

1.TEZ DANIŞMANININ ONAYI	2.TEZ DANIŞMANININ ONAYI (VARSA)	ANA BİLİM DALI BAŞKANININ ONAYI	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRÜNÜN ONAYI			
Adı - Soyadı: <b>Seyda MAVRUK ÖZBİÇER</b>	Adı - Soyadı: .....	Adı - Soyadı: <b>Şükrü UĞUZ</b>	Adı - Soyadı: <b>Murat KOÇ</b>			
Unvanı: <b>Dr.Öğr.Üyesi</b>	Unvanı: .....	Unvanı: <b>Prof.Dr.</b>	Unvanı: <b>Doç. Dr.</b>			
İmzası: .....	İmzası: .....	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır İmzası: .....	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır İmzası: .....			
..... / ..... / 20....	..... / ..... / 20....	..... / ..... / 20....	..... / ..... / 20....			
ETİK KURULU ASIL ÜYELERİNE AİT BİLGİLER						
Adı - Soyadı: <b>Şehnaz ŞAHİNKARAKAŞ</b>	Adı - Soyadı: <b>Yücel ERTEKİN</b>	Adı - Soyadı: <b>Deniz Aynur GÜLER</b>	Adı - Soyadı: <b>Mustafa BAŞARAN</b>	Adı - Soyadı: <b>Mustafa Tevfik ODMAN</b>	Adı - Soyadı: <b>Hüseyin Mahir FİSUNOĞLU</b>	Adı - Soyadı: <b>Jülide İNÖZÜ</b>
Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.
İmzası : .....	İmzası : .....	İmzası : .....	İmzası : .....	İmzası : .....	İmzası : .....	İmzası : .....
..... / ..... / 20....	..... / ..... / 20....	..... / ..... / 20....	..... / ..... / 20....	..... / ..... / 20....	..... / ..... / 20....	..... / ..... / 20....
Etik Kurulu Jüri Başkanı - Asıl Üye	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çalışma yapılacak olan tez için uygulayacak olduğu Anketleri/Formları/Ölçekleri Çağ Üniversitesi Etik Kurulu Asıl Jüri Üyelerince İncelenmiş olup, ..... / ..... / 20.... - ..... / ..... / 20.... tarihleri arasında uygulanmak üzere gerekli iznin verilmesi tarafımızca uygundur.				
ÖY BİRLİĞİ İLE	<input type="radio"/>					
ÖY ÇOKLUĞU İLE	<input type="radio"/>					
AÇIKLAMA: BU FORM ÖĞRENCİLER TARAFINDAN HAZIRLANDIKTAN SONRA ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ SEKRETERLİĞİNE ONAYLAR ALINMAK ÜZERE TESLİM EDİLECEKTİR. AYRICA FORMDAKİ YAZI ON İKİ PUNTO OLACAK ŞEKİLDE YAZILACAKTIR.						

**EK B: Kişisel Bilgi Formu EK A Kişisel Bilgi Formu****1- Cinsiyetiniz**

Erkek ()

Kız ()

**2- Kaçınıcı sınıfta öğrenim görmektesiniz?**

9 ()

10 ()

11 ()

12 ()

**3- Sosyal medyaya erişim imkanınız nedir?**

.....

**4- Sosyal medyaya erişimim yok. Sosyal medyaya erişimim var. Sosyal medyaya nadiren erişimim var.**

.....

**5- Gün içinde hangi sosyal medya uygulamasını/uygulamalarını kullanıyorsunuz?  
Süreleri ile birlikte yazınız. (Lütfen saat veya dakika olarak belirtiniz)**

.....

**6- Sosyal medyayı öncelikli olarak hangi amaçla kullanmaktasınız?**

.....

## EK C: Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ)

### EK

#### Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ)

Açıklama; Saygıdeğer katılımcı, aşağıda verilen ifadeleri son 1 yıldaki sosyal medya (MySpace, Facebook, Bebo, LinkedIn, Tumblr, Bloglar; Instagram, WhatsApp, Viber; Line, Tango, Snapchat, Wikipedia, Podcast Apple iTunes, Forumlar; YouTube, Twitter; vb.) kullanımınızı düşünerek işaretleyiniz.

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen/ara sıra	Çoğunlukla	Her zaman
	1	2	3	4	5
1 Sosyal medyayı kullanmadığımda sinirli, endişeli veya üzgün olurum.					
2 Aklımda sürekli sosyal medyada yaptığım veya yapacağım etkinlikler vardır.					
3 Sosyal medyayı çok kullandığım için sinema, tiyatro, müzik, spor gibi diğer etkinliklere veya hobilerime zamanım kalmıyor.					
4 Sosyal medyada gezinirken “biraz daha” diyerek süreyi uzatırım.					
5 Sosyal medya iş, okul veya aile hayatımı olumsuz etkilemesine rağmen sosyal medyayı kullanmaya devam ediyorum.					
6 Sosyal medya kullanımımı kontrol etmeye, azaltmaya veya durdurmaya çalışırken zorlanıyorum.					
7 Kendimi mutlu hissetmek için sosyal medyayı daha fazla kullanırım.					
8 Sosyal medyada harcadığım zaman miktarını ailemden veya çevremdeki insanlardan gizlerim.					
9 Sosyal medyada harcadığım süre yüzünden insanlarla (aile, arkadaş ve sosyal çevre) ilişkilerimde ciddi çatışmalar yaşıyorum.					

*Not.* Referans gösterilerek izin alınmadan araştırma amaçlı kullanılabilir.

## EK D: Sosyal Dışlanma Ölçeği

### Sosyal Dışlanma Ölçeği

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
1 Başkaları genellikle bana görünmezmişim gibi davranırlar					
2 Başkaları genellikle bana sanki ben yokmuşum gibi bakarlar					
3 Başkaları genellikle karşılaştığımızda selamımı almazlar					
4 Başkaları genellikle sohbet esnasında beni görmezden gelirler					
5 Başkaları genellikle beni görmezden gelirler					
6 Başkaları genellikle evimde benimle vakit geçirirler					
7 Başkaları genellikle beni kendi etkinliklerine çağırırlar					
8 Başkaları genellikle beni tatil planlarına dahil ederler					
9 Başkaları genellikle ilgimi çekmek için çaba gösterirler					
10 Başkaları genellikle yemeğe giderken beni de çağırırlar					
11 Başkaları genellikle beni hafta sonu etkinliklerine dahil ederler					

## EK E: Ölçek Kullanım İzinleri

### Sosyal Dışlanma Ölçeği

#### Ölçek İzni

S

Alıcı: ben

- >
- > Merhaba,
- >
- > Ölçeği çalışmanızda kullanabilirsiniz, ölçekte ilgili dosyalar ektedir.
- >
- > Kolaylıklar dilerim.
- >
- > Çare S. Mercan

Lütfen

bu e-postayı yazdırmadan önce çevreye olan etkisini dikkate alınız. Unutmayınız ki, dünyadaki kağıt tüketiminin yarısı kazanılırsa, her yıl 8 milyon hektar orman alanı (Ege Bölgesi büyüklüğünde) yok olmaktan kurtulacaktır.

Please

take into account the impact on the environment before printing this e-mail. Do not forget that if we reduce our paper consumption by half, every year 8 million hectares of forest (an area the size of Aegean Region in Turkey) will be saved from vanishing.

## Ergenler Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

E

Erkut Aydemir <>

Alıcı: Mustafa

27 Ağu 2021 11:21 ☆ ↶ ⋮

Ben Çağ Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi Erkut Aydemir. "Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ)" ölçeğinizi yüksek lisans tez çalışmamda kullanmak istiyorum. Ölçek ve güvenilirlik çalışmanızı mail olarak iletmeniz mümkün müdür acaba?

Bir önceki linkten erişim sağlayamadım zaman aşımına uğramış. Rica etsem tekrar iletilebilir misiniz? Anlayışınız için şimdiden teşekkür ederim. Saygılarımla.

M

Mustafa ÖZGENEL <

Alıcı: ben

27 Ağu 2021 12:57 ☆ ↶ ⋮

[iQS için Outlook uygulamasını edinin](#)

**Gönderen:** Erkut Aydemir <>

**Gönderildi:** Friday, August 27, 2021 10:21:24 AM

**Kime:** Mustafa ÖZGENEL

**Konu:** Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği

\*\*\*

**EK F: Çağ Üniversitesi SOBE Etik Kurul İzin İstek Yazısı**

T.C.  
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sayı : E-23867972-050.01.04-2100010237  
Konu : Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği  
Kurulu Kararı Alınması Hk.

14.12.2021

**REKTÖRLÜK MAKAMINA**

**İlgi:** 09.03.2021 tarih ve E-81570533-050.01.01-2100001828 sayılı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu konulu yazınız.

İlgi tarihli yazınız kapsamında Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesindeki Lisansüstü Programlarda halen tez aşamasında kayıtlı olan **Erkut Aydemir** isimli öğrencimize ait tez evraklarının "Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Onayları" alınmak üzere Ek'te sunulmuş olduğunu arz ederim.

Doç. Dr. Murat KOÇ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Ek : 1 Adet öğrenciye ait tez evrakları listesi.

**EK G: Çağ Üniversitesi Etik Kurul İzin Onay Yazısı**

T.C.  
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ  
Rektörlük

Sayı : E-81570533-044-2100011424

27.12.2021

Konu : Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği  
Kurul İzni Hk.

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

İlgi : a) 14.12.2021 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2100010237 sayılı yazınız.  
b) 16.12.2021 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2100010277 sayılı yazınız.

İlgi yazılarda söz konusu edilen Bahar Kar ve Erkut Aydemir isimli öğrencilerimizin tez evrakları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunda incelenerek uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Ünal AY  
Rektör

**EK H: Çağ Üniversitesi Etik Kurul Onay Yazısı**

T.C.  
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sayı : E-23867972-044-2100011464  
Konu : Erkut Aydemir'in Tez Anket İzni  
Hk.

27.12.2021

## DAĞITIM YERLERİNE

Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programında kayıtlı **Erkut Aydemir** isimli öğrencimiz, “**Ergenlerde Sosyal Dışlanma ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki; Mersin İli Örneği**” konulu tez çalışmasını Üniversitemiz öğretim üyesi **Dr. Öğr. Üyesi Seyda MAVRUK ÖZBİÇER** danışmanlığında halen yürütmektedir. Adı geçen öğrenci tez çalışmasında **Müdürlüğünüze bağlı tüm okullarda halen eğitim görmekte olan liselerdeki 9,10,11,12.Sınıf öğrencilerini** kapsamak üzere kopyası Ek’lerde sunulan anket uygulamasını yapmayı planlamaktadır. Üniversitemiz Etik Kurulunda yer alan üyelerin onayları alınmış olup, gerekli iznin verilmesini bilgilerinize sunarım.

Prof. Dr. Ünal AY  
Rektör

Ek : Tez Anket İzin Onay Dosyası.

Dağıtım:

Gereği:  
Mersin İl Milli Eğitim Müdürlüğüne

Bilgi:  
Mersin Valiliğine



**EK I: Mersin Valiliği Ölçek Uygulama İzin Yazısı**

T.C.  
MERSİN VALİLİĞİ  
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E-34776202-605.01-42074179  
Konu : Erkut AYDEMİR'in  
Araştırma İzni

26.01.2022

**DAĞITIM YERLERİNE**

- İlgi : a) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü'nün 21.01.2020 tarihli ve 1563890 sayılı " *Araştırma Uygulama İzinleri* " Konulu (2020/2 No.lu) Genelgesi.  
b) Çağ Üniversitesi Rektörlüğü'nün 11.01.2022 tarih ve 2200000248 sayılı yazısı.  
c) 25.01.2022 tarihli ve 42042116 sayılı Valilik Oluru.

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Yüksek Lisans Öğrencisi Erkut AYDEMİR'in "*Ergenlerde Sosyal Dışlanma ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki: Mersin İli Örneği* " konulu araştırma izin talebi komisyonumuz tarafından incelenmiştir.

Araştırmanın, 2021-2022 eğitim öğretim yılında, Mersin İlinde bulunan resmi ve özel liselerde eğitim gören öğrencilere, eğitim öğretim faaliyetlerini aksatmadan, gönüllülük esasına göre ve uygulama sırasında ekte gönderilen, veri toplama araçlarının kullanılarak çalışmaya konu kişilerden, aile üyelerinden ad ve soyad, telefon, adres ile din, mezhep, etnik gruba mensubiyet gibi hassas bilgilerin istenmemesi ve uygulama sonucunda hazırlanacak raporun basılı ve dijital ortamda İl Millî Eğitim Müdürlüğümüze vermek şartı ile uygulanmasına ilgi (a) Genelge doğrultusunda ilgi (c) Valilik Oluru ile izin verilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Adem KOCA  
Vali a.  
İl Millî Eğitim Müdürü

Ek:  
1-Valilik Oluru (1 Sayfa)  
2-Veri Toplama Araçları (5 Sayfa)

Dağıtım:  
13 İlçe Kaymakamlığına  
(İlçe Millî Eğitim Müdürlüğü)  
Çağ Üniversitesi Rektörlüğüne

## EK J: Katılımcı Onam Formu

### 1.bölüm

Bu çalışma Erkut Aydemir tarafından Çağ Üniversitesi Psikoloji Yüksek Lisans tezinde kullanılmak üzere yapılmaktadır.

ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ETİK KURULU

#### BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Bu formun amacı katılmanız rica edilen araştırma ile ilgili olarak sizi bilgilendirmek ve katılmanız ile ilgili izin almaktır.

Bu kapsamda Ergenlerde Sosyal Dışlanma ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki; Mersin İl Örneği " başlıklı araştırma "Ercüt AYDEMİR tarafından gönüllü katılımcılarla yürütülmektedir. Araştırma sırasında sizden alınacak bilgiler gizli tutulacak ve sadece araştırma amaçlı kullanılacaktır. Araştırma sürecinde konu ile ilgili her türlü soru ve görüşleriniz için aşağıda iletişim bilgisi bulunan araştırmacıyla görüşebilirsiniz. Bu araştırmaya katılmama hakkınız bulunmaktadır. Aynı zamanda çalışmaya katıldıktan sonra çalışmadan çıkabilirsiniz. Bu formu onaylamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz anlamına gelecektir.

#### Araştırmayla İlgili Bilgiler:

Araştırmanın Amacı: Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal dışlanma ilişkisini incelemektir. Araştırmada aynı zamanda sosyal medyada geçirilen süreler ve sosyal dışlanma oranlarına ulaşmak amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Nedeni: Ergenlerin sosyal dışlanma düzeyleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişki olup olmadığını tespit etmek ve bu alanda literatüre katkıda bulunmak.

Süresi: 2021-2022 Eğitim Yılı (8 ay)

Araştırmanın Yürütüleceği Yer: Mersin İli (Liseler)

Katılmam beklenen çalışmanın amacını, nedenini, katılmam gereken süreyi ve yeri ile ilgili bilgileri okudum ve gönüllü olarak çalışma süresince üzerime düşen sorumlulukları anladım. Çalışma ile ilgili ayrıntılı açıklamalar yazılı ve sözlü olarak tarafıma sunuldu. Bu çalışma ile ilgili faydalar ve riskler ile ilgili bilgilendirildim.

Bu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Öğrencimin bu çalışmaya katılmasına izin veriyorum. \*

İzin Veriyorum