

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre İnternet Bağımlılığı ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

An Examination of the Relation Between the Level of Loneliness and Internet Addiction with Regard to the Purpose of Social Network Use in University Students

Furkan Bardak¹, Özden Yalçınkaya Alkar²

ÖZET

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarına göre internet bağımlılığı ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki ve cinsiyet değişkenine göre farklılıkların incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklemini Ankara'daki bazı üniversitelerde öğrenim görmekte olan 144 erkek ve 204 kadın olmak üzere toplamda 348 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Veriler Demografik Bilgi Formu, İnternet Bağımlılık Ölçeği, Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği ile toplanmış; SPSS-20 programında Bağımsız Gruplar t-testi ve Regresyon yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlar, sosyal ağ sitelerini kullanma amaçlarının (etkileşim ve iletişim, tanıma ve tanınma, eğitim) internet bağımlılığı ile ilişkili olduğu, sosyal ağları tanıma ve tanınma amaçlı kullanım ile eğitim amaçlı kullanımın yalnızlık ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde erkeklerin kadınlara oranla yalnızlık ve internet bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu, erkeklerin kadınlara oranla sosyal ağları, tanıma ve tanınma amaçlı daha çok kullandığı ve kadınların ise erkeklere oranla sosyal ağları daha çok eğitim amaçlı kullandıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İnternet bağımlılığı, sosyal ağ kullanımı, yalnızlık.

ABSTRACT

This study aims to examine the relationships between the level of loneliness, and internet addiction, according to social networks use and how these variables differed by gender. The sample of the study was 348 university students (144 males, 204 females) composed of different universities in Ankara. Demographic information form, Internet Addiction Scale, the Scale of Aims of Use of Social Network Sites, UCLA Loneliness Scale were used to collect data for the study. The data were analyzed by using SPSS-20 program with use of T tests, regression analysis and descriptive statistics. The results of the study showed that there are relationships between the different purposes of social networks use (social interaction and communication, knowing and being known, and educational) and internet addiction. Additionally, there were relationship between knowing and being known and educational purposes of social network use and level of loneliness. In terms of gender, level of loneliness and internet addiction was higher in males than females. While men use social network for the purpose of knowing and being known more than women, women use social networks for educational purposes more compared to men.

Key Words: Internet addiction, social networks use, loneliness.

¹ Lisans / Psikoloji / Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

² Doçent / Psikoloji / Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

Address reprint requests to:
Furkan Bardak; Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, Ankara - TURKEY

E-mail address:
furkanbardak@yahoo.com

Date of submission:
February 16, 2016

Date of acceptance:
April 15, 2016

GİRİŞ

İletişim teknolojisinin gelişmesi ile birlikte internet, insanların her türlü bilgiye kolaylıkla ulaşmasını ve mesafe tanımaksızın birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlayan sosyalleşme, bilgi paylaşımı ve iletişim aracı haline gelmiştir (1). Erişim olanaklarının artması, sosyal ağların ve etkileşim kanallarının giderek yaygınlaşmasıyla birlikte bireyler internette uzun zaman harcamaya başlamıştır. Bu durum bireylerde sosyal, fiziksel ve psikolojik birçok sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur (2). Buna bağlı olarak internetin aşırı ve bilinçsiz kullanımı; cinsel istismar, kişiler arası ilişkilerde ve iletişimde bozulma, toplumsal ilişkilerde zayıflama, dolandırıcılık, pornografi gibi toplumsal ve ahlaki zararlarının yanı sıra boyun, sırt ve bel ağrıları, eklem sorunları gibi birçok fiziksel soruna sebep olmakla birlikte kaygı, üzüntü, yalnızlık, sosyal destek algısının zarar görmesi, içe dönüklük, utangaçlık, kişilik bozuklukları, sosyal fobi, nomofobi (mobil cihazın olmama korkusu), netlesfobi (gündemden uzak kalma korkusu) gibi bazı psikolojik sorunlara da yol açmaktadır (3-10). Literatürde araştırmacılar bu sorunları, aşırı ve kontrolsüz internet kullanımının bir sonucu olarak düşünüp ve bireyler üzerindeki etkisini internet bağımlılığı ya da problemlili internet kullanımı olarak tanımlamışlardır (8,9,11). Bu doğrultuda internet bağımlılığı ya da problemlili internet kullanımı, kişinin genel olarak interneti aşırı kullanma isteğini önleyememesi, yoğun derecede stres yaşaması, günlük etkinliklerindeki fonksiyonların bozulması, aşırı sinirlilik halinin olması ve sosyal problemler yaşamasına sebep olan klinik bir rahatsızlık olarak görülmektedir (12,13).

Yapılan araştırmalar sonucunda dünya üzerinde 2015 yılı itibariyle aktif internet kullanıcı sayısı 2.4 milyona ulaşmıştır. Bu kişiler arasında sosyal ağ kanallarını kullanan veya sosyal medyada hesabı bulunanların sayısı 1.8 milyondur. Yani dünya da her 3 kişiden 1'inin sanal ortamda hesabı bulunmaktadır (14). Bu yaygınlığın ülkemizdeki durumuna baktığımızda ise internet kullanan bireylerin oranı %55,9'e ulaşmıştır. İnternet kullanım amaçları arasında ise ilk sırada sosyal medya yer almaktadır (15). Sosyal medya ve internet kullanımının bu kadar yaygın olması, World Wide Web uygulamasının giderek dijital ortamda gelişiyor olmasına

bağlanabilir. Web 1.0 teknolojisi internet içerisinde sosyal medyanın ilk temsilcisidir (14). Web 1.0 teknolojisi tek taraflı bir iletim süreci sağlamakta; kullanıcı sadece yayınlanan içerikleri görebilmekte ve okuyabilmektedir. Hiçbir şekilde sunulan içeriğe yorum yapma, içeriği zenginleştirme, katkı sağlama gibi interaktif bir süreçte dahil olamamakta ve sadece var olanı kullanabilmektedir (2,14). İlerleyen süreçte kullanıcıların içeriğe erişme ihtiyacı Web 1.0 teknolojisinin yetersiz kalmasına ve insanların ihtiyaçlarını karşılayamaz duruma gelmesine sebep olmuştur. Bu ihtiyaç Web 2.0 teknolojisinin oluşmasını sağlamakla birlikte Web 1.0 teknolojisini yitirmiştir. Web 2.0 uygulamasının gelişmesi ile birlikte insanlar karşı tarafla etkileşim kurabilme imkanına ulaşmışlardır. Artık izleyiciler içeriğe ulaşabilmektedir; içeriği paylaşabilmeye, kendi içeriğini oluşturmaya, yorumlamaya, sosyal bir ağ içerisinde kendilerini tanıtabilme imkanına ulaşmışlardır (5,14,16,17). Yani artık edilgen olan kullanıcı, etken hale gelmiştir. Etkin hale gelen insanlar sosyal ağları daha fazla kullanmaya başlamıştır. Kullanıcı profillerinin giderek yaygınlaşması da sosyal ağların gelişmesine ve artmasına sebep olmuştur. Bu ağlar aracılığıyla, bireyler sosyal medya profilleri oluşturarak fotoğraf, müzik ve video gibi içerikleri paylaşabilme, mesaj oluşturabilme ve gönderebilme gibi birçok seçeneği kullanarak insanlarla görsel, işitsel veya yazılı olarak iletişim kurabilmeye başlamıştır. Bu imkanlar doğrultusunda ise sosyal medya kullanıcıları giderek artmıştır (15,18). Giderek kullanımının yaygınlaştığı sosyal medya, insanların fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini görsel, işitsel ve yazılı olarak başka insanlara aktarmak, onlarla paylaşımda bulunup etkileşim kurabilmek amacı ile internet içerisinde en güncel kullanılan online platform haline gelmiştir (14,18). Sunduğu olanak ve imkanlar ile sosyal medya, insanlar arasında çok çeşitli amaçlarla kullanılabilmektedir; gençler ve özellikle üniversite öğrencileri arasında günlük etkinliklerde, sosyal ve serbest zaman geçirme, eğlenceli vakit geçirme, çevrimiçi oyun oynama, iletişim kurma ve devam ettirme, oluşturulan içeriği paylaşma ve bilgi edinme gibi amaçlara hizmet edebilmektedir (16,19,20,21). Bu amaçlar doğrultusunda giderek yaygınlaşan sosyal medya, insanlar arasında popüler bir iletişim kanalı haline gelmiştir (17). Birçok insanın zaman ve mekan fark etmeksizin aynı anda birbiriyle online

(çevrimiçi) etkileşim içerisinde olması sosyal ağların neden bu kadar çok kullanıldığı sorusunu akıllara getirmektedir. İnsanlar çok çeşitli sebeplerle sosyal medya kanallarını kullanmaktadır. Sosyal medya kanallarını kullanarak kişisel ve toplumsal olarak elde ettikleri doyumu inceleyen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı sosyal medyanın ne amaçla kullanıldığını ve karşılığında nasıl bir doyuma ulaştıklarını incelemek için “insanlar medya ile ne yapıyor” sorusuna cevap aramaktadır (17,22). Bu yaklaşıma göre insanlar sosyal medya kanallarını kullanırken hem medyada yayınlanan içerik üzerinde etkindirler hem de kendi doyumları doğrultusunda istedikleri medyayı kullanabilmektedirler (22). Bu yüzden insanlar sosyal medya kanallarını bireysel ihtiyaçlarına göre kullanarak farklı amaçlara yönelmektedirler.

Kullanım amaçları farklı olsa da sosyal ağlar, insanların gerçek hayattaki sosyal iletişimini, çevreleriyle etkileşimlerini, öğrenme süreçlerinin benzerlerini sanal ortamda oluşturarak yeniden şekillendirmiştir. Bu yüzden sosyal ağlar giderek yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Ayrıca etkili iletişimin önemli bir kısmını oluşturan jest ve mimiklerin bunun yanı sıra beden dilinin ve geleneksel ortamlarda insanların yüz yüze yaptıkları iletişimin yarattığı etki sanal ortamlara taşınmıştır (23). Bu etkinin sanal ortamlara taşınması, kişiler arasındaki iletişimin sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilememesine ve yalnızlık gibi çeşitli psikolojik sorunlara yol açmaktadır (12).

İnternet kullanımına bağlı ortaya çıkan psikolojik sorunlardan biri, bireylerin interneti bilinçsiz ve uzun süreli kullanımı sonucunda ortaya çıkan yalnızlık olgusudur (3). Bireyin yaşadığı sosyal ilişkilerin veya bu ilişkilerden aldığı doyumun yetersiz olması onu yalnızlığa itmektedir (9). Yalnızlık, bireyin çevresindeki kişilerle yakın ve anlamlı ilişkiler kuramaması ya da kurduğu ilişkilerden yeterli doyumu alamaması sonucunda hissettiği bir durumdur (24). Geçtan yalnızlığı, bireyin kendisini anlaşılmamış ve kimsesiz hissetmesi olarak tanımlamaktadır (25). Literatür incelendiğinde bireylerin problemleri internet kullanımı ve sosyal ağ kullanımlarının yalnızlık düzeylerini etkilediği görülmüştür. İnternetin etkileşim amaçlı kullanımı bireylerde internet bağımlılığına yol açarken internet bağımlılığı ise bireyleri yalnızlaştırmaktadır (3). Benzer şekilde Tezer ve Akarı 'ın yaptığı araştırmada sosyal ağ kullanımı

ile yalnızlık arasında negatif ilişki görülmüştür (26). Tanrıku, Öztürk ve Yeşil'in yaptığı araştırma ise sosyal ağ bağımlılığı ile ait olma arasında negatif ilişki olduğunu göstermiştir (27). Sosyal ağ siteleri arasında en çok kullanılan Facebook kullanımı ile ortaya çıkan sorunlar arasında bireylerin psikolojik olarak yalnızlık düzeylerinin yükseldiği görülmüştür (28). Zamanlarının birçoğunu internet ve sosyal medya mecralarda geçiren insanlar, Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar aracılığıyla grup aidiyeti, sosyalleşme, iletişim ve etkileşim ihtiyaçlarını karşılamaları bireyleri sosyal ağ araçlarını daha fazla kullanmaya yöneltmiştir. Araştırmalara göre insanlar her ay 680 milyar dakika Facebook'da zaman harcıyor, Google'a her hafta 1.5 milyar fotoğraf yüklüyor ve bu kullanıcıların neredeyse %50 si 18-34 yaş aralığında yer alıyor ve sosyal ağ kullanıcıları arttıkça giderek daha çok yalnızlaşıyoruz (29).

Gün geçtikçe artan bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler başta üniversite öğrencileri olmak üzere birçok kişinin yaşam biçimini değiştirmiştir. İnsanlar artık evlerinde, iş yerlerinde, kafelerde, okullarda ve birçok mekânda internet aracılığı ile sosyal ağlara bağlanarak zaman geçirmeye başlamış ve birbirlerinin varlığını fiziksel olarak da sosyal ağlara taşıyarak sosyal medyaya varoluşsal bir anlam yüklemiştir. İnsanları var olma yarışına sürükleyen fotoğraf, video ve içerik paylaşımı, bireyleri herhangi bir sanal kanala başvurmadan dokunarak, görerek, duyarak ve konuşarak kurduğu sağlıklı iletişimle beslenen gerçek dünyadan uzaklaştırarak; teknolojinin ve internetin hüküm sürdüğü, “sosyalleşme” kavramının değişmeye başladığı, günlük rutinlerimizin, temel ihtiyaçlarımızın değiştiği, yalnızlık tanımının sosyal ağlardaki arkadaş sayısına göre veya online (çevrimiçi) durumlarına göre belirlendiği bir dünyaya sürüklemiştir.

Sosyal medya ve internet kullanımının en fazla 16-24 yaş grubunda yer alan bireylerde görülmesi (30), internet kullanımında en çok sosyal ağların tercih edilmesi (14,15) ve yalnızlık ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkinin bulunması (3,4,9) fakat sosyal medya, internet kullanımı ve yalnızlık arasındaki ilişkiye dair daha önce doğrudan bir araştırmanın yapılmamış olması dolayısıyla bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarına göre internet bağımlılığı ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

YÖNTEM

1 Katılımcılar

Araştırmanın örneklemini, Ankara ilinde bulunan ve Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Ankara Üniversitesinde okuyan 144 tane erkek (%41,4) ve 204 kadın (%58,6) olmak üzere toplam 348 üniversite öğrencilerinden oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş ortalamaları 20.57 standart sapması ise 1.76 olarak bulunmuştur.

2. Demografik Bilgi Formu

Katılımcılara yöneltilen demografik bilgi formundaki değişkenler yaş, cinsiyet gibi demografik özelliklerin yanı sıra sosyal medya kullanım durumlarını incelemek için bazı sorular sorulmuştur. Bunlar; “Ne kadar zamandır sosyal medyayı takip ediyorsunuz?”, “Sosyal medyayı kullanım saatleriniz?”, “Sosyal medyayı kullanım zamanınız” gibi sorulardan oluşmaktadır

3. İnternet Bağımlılık Ölçeği

Ölçek bireylerin internet bağımlılık düzeylerini ölçmek amacı ile 2010 yılında Günüş tarafından geliştirilmiştir. 35 maddeden oluşan ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .94 olarak bulunmuştur. Benzer olarak bu çalışmada iç tutarlılık katsayısı .94 olarak bulunmuştur. Geçerlilik analizi içinde kapsam, yapı ve görünüş geçerliği incelenmiş, kapsam geçerliği için DSM-IV, literatür, öğrenci kompozisyon formları ile uzman görüşleri doğrultusunda yapılandırılmıştır. Görünüş geçerliliği için ölçek formu uygun bir başlık ile isimlendirilmiş ve yönerge desteği ile de ölçeğin neyi ölçtüğü belirtilmiştir. Yapı geçerliliği için Doğrulayıcı Faktör analizi ve Açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçek Türkiye’nin yedi coğrafi bölgesinde bulunan sosyoekonomik faktörler dikkate alınarak uygun örnekleme metodu kullanılmıştır (13). Ölçeğe ilişkin toplam açıklanan varyans %47,463’tür. Ölçeğin maddeleri “1-Kesinlikle Katılmıyorum” “5-Kesinlikle katılıyorum” olmak üzere 5’li Likert tarzında puanlanmaktadır. Açıklayıcı faktör analiz sonucunda ölçek kendi içinde 4 alt faktörden oluşmaktadır;

güvenirliliği .88 olan “Yoksunluk” alt boyutu “İnternete, planladığım zamanda giremezsem sinirlenirim” gibi toplamda 11 maddeden oluşmaktadır, güvenirliliği .86 olan “Kontrol Güçlüğü” alt boyutu “birileri beni internetin başından kaldırırsa sinirlenirim” gibi toplamda 10 maddeden oluşmaktadır, bir diğer alt faktörü “İşlevsellikte Bozulma”, güvenirliliği .83 olan ve “arkadaşlarımı internetten edinirim” gibi 7 maddeden oluşmaktadır ve son olarak güvenirliliği .79 olan “Sosyal İzolasyon” alt faktörü “İnternet kullanmamdan dolayı yüz yüze iletişimde zorluk yaşarım” gibi 7 maddeden oluşmaktadır.

4. Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği

Ölçek, 2010 yılında üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarını belirlemek amacı ile Karal ve Kokoç tarafından geliştirilmiştir. 14 maddeden oluşan ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .83 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada ise iç tutarlılık .80 olarak bulunmuştur. Ölçeğin geçerliliğine ilişkin sonuçlarda ilk olarak kapsam geçerliliği için uzman görüşler alınarak madde sayısı belirlenmiş. İkinci olarak yapı geçerliliği için Açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve uygulanan istatistikler sonucunda ölçeğin uygunluk katsayısı .815 ve Barlett testi sonucu ise .001 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Test retest sonucunda ise iki aylık zaman aralığında ölçümler arasında yüksek düzeyde pozitif korelasyon görülmüştür ($r = .91$). Ölçek kendi içinde 3 alt faktörden oluşmaktadır. Birinci faktör “sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanımı” güvenirlik katsayısı .81, bu çalışmada .78, ikinci faktör “eğitim amaçlı kullanım” güvenirliği .66, benzer olarak bu çalışmada .66 ve üçüncü faktör “tanıma ve tanınma amaçlı” güvenirliği .74, bu çalışmada ise .64 olarak belirlenmiştir. Ölçek maddeleri “1-kesinlikle katılmıyorum” ve “5-kesinlikle katılıyorum” olmak üzere 5’li Likert tarzında puanlanmaktadır.

5. UCLA Yalnızlık Ölçeği

Russel, Peplau ve Ferguson tarafından 1978 yılında geliştirilen California Los Angeles Üniversitesi Yalnızlık ölçeği bireylerin yalnızlık derecesini belirlemek amacı ile geliştirilmiş daha sonra 1980 yılında Russel, Peplau ve Cutrona tarafından tüm maddeleri tekrar gözden geçirilerek maddelerin

yarısı olumlu, yarısı olumsuz hale getirilmiştir. Ülkemizde geçerlik ve güvenirlik çalışması 1989 yılında Demir tarafından yapılmıştır. Ölçek maddeleri 4'lü likert tarzında 1-Hiç yaşamam, 2-Nadiren yaşarım, 3-Bazen yaşarım ve 4-Sık sık yaşarım şeklinde puanlanmaktadır. Toplam da 20 maddeden oluşan ölçekte yüksek puanlar yalnızlık derecesinin arttığını göstermektedir. Testin güvenirlik katsayısı .94 olarak bulunmuştur. Bu araştırma da ise Cronbach Alpha katsayısı .88 olarak bulunmuştur.

6. İşlem

Araştırma kapsamında katılımcılara araştırmacının amacı hakkında bilgi verildikten sonra araştırmaya katılıp katılmayacakları soruldu. Katılmak isteyen gönüllü katılımcılara veri toplama araçları verildi. Toplanan veriler SPSS 20 programında Bağımsız gruplar t-testi ve Regresyon yöntemi kullanılarak analiz edildi.

BULGULAR

1. Sosyal Medya Kullanımı

Araştırma kapsamında katılımcılara sosyal medyayı ne zamandır kullandıkları soruldu. Sonuçlar doğrultusunda katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyayı 5 yıl ve üzeri bir süredir kullandıkları görüldü. Sonuçlar Tablo-1'de ayrıntılı olarak gösterilmiştir.

Tablo 1: Ne Kadar Zamandır Sosyal Medyayı Kullanıyorsunuz		
	N	%
1 yıldan az	11	3,2
1-2 yıl	31	8,9
3-4 yıl	94	27
5 yıl ve üzeri	212	60,9
Toplam	348	

Sosyal medya kullanımına göre katılımcılara sosyal medyayı günlük ne kadar saat kullandıkları soruldu. Verilen cevaplar doğrultusunda katılımcılar sosyal medyayı gün içerisinde en fazla 1-3 saat arasında kullandıkları görüldü. Sonuçlar Tablo-2'de detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 2: Sosyal Medyayı Kullanım Saatleriniz (Günlük)

	N	%
0-30 dk	33	9,5
30-60 dk	78	22,4
1-3 saat	155	44,5
3-6 saat	69	19,8
6 saat ve üzeri	12	3,4
Toplam	347	

Katılımcılara sosyal medya kullanımına yönelik gün içerisinde sosyal medyayı kullanım zamanlarının çoğunlukla ne olduğu soruldu. Çıkan sonuçlar ışığında katılımcıların %48'i sosyal medyayı akşamları kullandıkları görüldü. Sonuçlar Tablo-3'te gösterilmiştir.

Tablo 3: Sosyal Medyayı Kullanım Zamanınız (Çoğunlukla)

	N	%
Sabah	5	1,4
Öğle saatleri	7	2,0
Öğleden Sonra	28	8,0
Akşam	167	48,0
Gece	110	31,6
Gece yarısı ve sonrası	24	6,9
Toplam	341	

Katılımcılara sosyal medya kullanımına yönelik sosyal medyaya bağlanma biçimlerinin ne olduğu soruldu. Çıkan sonuçlar doğrultusunda katılımcıların sosyal medyaya daha çok cep telefonları ile bağlandığı görüldü. Sonuçlar Tablo-4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Sosyal Medyaya Bağlanma Biçiminiz

	N	%
Masaüstü bilgisayar	4	1,1
Dizüstü bilgisayar (l-pad, notebook)	37	10,6
Cep telefonu	300	86,2
Toplam	341	

Katılımcılara sosyal medya kullanımına göre hangi sosyal medya araçlarını kullandığı soruldu. Çıkan sonuçlara göre katılımcıların %22 si sosyal

medya kanallarından Facebook'u kullandığı görüldü. Sonuçlar Tablo-5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: Sosyal medya araçlarından hangilerini çoğunlukla kullanırsınız

	N	%
Facebook	289	22,0
Tiwitter	144	11,0
İnstagram	190	14,5
Youtube	233	17,7
Google +	144	10,7
SnapChat	57	4,3
Vine	44	3,3
Foursquare	35	2,7
Wikipedia	37	2,8
Windows Live	17	1,3
Sözlükler (İnci, Ekşi vb.)	67	4,6
Blog	31	2,4
MySpace	2	0,2
LinkedIn	5	0,4
Flickr	2	0,2
Diğer	26	2,0
Toplam	348	

Son olarak araştırmaya katılan katılımcılara, "Sosyal medya kullanımına bağlı olarak hangi tweet ya da mesajı cevaplarsınız?" diye soruldu. Çıkan sonuçlara göre katılımcıların ilgisini çeken ya da beğendiği mesaj ya da tweetleri cevapladıkları görüldü. Sonuçlar Tablo-6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Sosyal medyada hangi tweet ya da mesajı cevaplarsınız

	N	%
İlgimi çeken ya da beğendiğim	209	15,9
Bana soru sorulan	114	8,7
Bilgi aldığım	59	4,5
Katkı sunup ek yapacağım	43	3,3
Yanlı ve yanlış bilgileri düzeltme	45	3,4
Eleştiri getireceğim	44	3,3
Cevap vermem	3	0,3
Toplam	348	

2. Cinsiyete Göre İnternet Bağımlılığı ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki Farklılıklar

Katılımcıların cinsiyetlerine göre internet bağımlılık düzeyleri ve yalnızlık düzeylerine göre farklılık olup olmadığını incelemek için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır.

İlk olarak cinsiyete değişkenine göre gruplar arasında internet bağımlılık düzeylerine göre farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Testi uygulamadan önce gruplar arasındaki varyasyon eşit olup olmadığını incelemek için Levene's testi uygulanmıştır. Levene's testi sonuçları göstermiştir ki cinsiyete göre internet bağımlılığı düzeyinde gruplar arasındaki varyans eşit değildir ($F(346) = 6,68$; $p = .01$). Test sonuçları gruplar arasındaki varyansın eşit olmadığı duruma göre rapor edilmiştir. T- testi sonuçlarına göre erkekler ile kadınlar arasında internet bağımlılık düzeylerine göre anlamlı farklılık bulunmuştur ($p < .05$). Erkeklerin internet bağımlılık düzeyleri kadınlara göre daha fazladır. Sonuçlar Tablo-7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Cinsiyete göre bireylerin internet bağımlılık düzeyleri arasındaki farklılıklar

	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sap.	t değeri	p değeri
İnternet Bağımlılığı	Erkek	144	2,33	,72		
	Kadın	204	2,10	,60	3,14	,002

İkinci olarak cinsiyet değişkenine göre bireylerin yalnızlık düzeyleri arasında farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Testi uygulamadan önce gruplar arasındaki varyansın eşit olup olmadığına bakmak için Levene's testi uygulanmıştır. Sonuçlar göstermiştir gruplar arası varyanslar eşittir ($F(346) = .64$; $p = .43$). Test sonuçları varyansın eşit olduğu durumagöreraporedilmiştir. T-testi sonuçlarına göre erkeklerin yalnızlık düzeyleri kadınlara göre daha fazladır ($p < .05$). Sonuçlar Tablo-8'de gösterilmiştir.

Tablo 8: Cinsiyete Göre Bireylerin Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki Farklılıklar

	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sap.	t değeri	p değeri
Yalnızlık	Erkek	144	1.82	,48		
	Kadın	204	1,56	,46	5,12	,000

Cinsiyete göre katılımcıların sosyal ağları kullanım amaçlarına göre farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Testi uygulamadan önce grupların homojenliğine bakılmış ve gruplar arasındaki varyansın eşit olduğu görülmüştür ($p>.05$). Test sonuçları grupların homojen olduğu durumlara göre rapor edilmiştir. T-testi sonuçlarına erkekler kadınlara göre sosyal medyayı tanıma ve tanınma amaçlı daha çok kullanırken, kadınlar erkeklerle göre sosyal medyayı eğitim amaçlı daha çok kullandıkları görülmüştür ($p<.05$). Sosyal medyayı etkileşim ve iletişim amaçlı kullanımı açısından farklılık görülmemiştir ($p>.05$). Sonuçlar Tablo-9'da gösterilmiştir.

Tablo 9: Cinsiyete Göre Bireylerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçları Arasındaki Farklılıklar

	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sap.	t değeri	p değeri
Tanınma ve tanınma amaçlı	Erkek	143	2,77	,97	4,58	,00
	Kadın	203	2,31	,88		
Eğitim amaçlı	Erkek	142	3,58	,74	-2,18	,03
	Kadın	203	3,76	,77		
Etkileşim ve iletişim amaçlı	Erkek	141	3,47	,69	-,41	,68
	Kadın	201	3,51	,77		

3. Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre İnternet Bağımlılığı ve Yalnızlık Arasındaki İlişki

Katılımcıların sosyal ağları kullanım amaçlarına göre internet bağımlılık düzeyleri ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek için doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır.

İlk olarak sosyal ağları kullanım amaçlarının bireylerin internet bağımlılık düzeyleri üzerinde etkisinin olup olmadığına bakılmıştır. Bu etkiye bakılmadan önce ilgili değişkenler arasında Pearson korelasyon uygulanmıştır. Sonuçlar göstermiştir ki sosyal ağları sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullananlar ile eğitim amaçlı kullananlar, tanıma ve tanınma amaçlı kullananlar ve internet bağımlılığı arasında anlamlı derecede pozitif korelasyon görülmüştür ($p<.01$). Ayrıca internet bağımlılığı ve sosyal ağları eğitim amaçlı kullananlar arasında anlamlı derecede negatif ilişki görülmüştür ($p<.01$). Sonuçlar Tablo-10'da gösterilmiştir.

Tablo 10: Sosyal Ağları Kullanım Amaçları İnternet Bağımlılığı ve Yalnızlık Arasındaki İlişki

	1	2	3	4	5
1)Etkileşim ve iletişim amaçlı kullananlar	1	,43**	,40**	,28**	-,07
2)Tanınma ve tanınma amaçlı kullananlar		1	,08	,40**	,14**
3)Eğitim amaçlı kullananlar			1	-,17**	-,18**
4)İnternet bağımlılığı				1	,27**
5)Yalnızlık					1

**.,01 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analizinden sonra bireylerin sosyal ağları kullanım amaçlarının internet bağımlılığına olan etkisini incelemek için regresyon analizi yapılmıştır. İlk olarak oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olup olmadığına bakılmak için ANOVA testi uygulanmıştır. Sonuçlar göstermiştir ki bireylerin sosyal ağları kullanım amaçları internet bağımlılık düzeylerini etkilemektedir ($F(3,336) = 36,63$; $p = .00$, $R^2 = .25$). Daha sonra oluşturulan modelde yer alacak bağımsız değişkenleri belirlemek için t-testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına göre sosyal medyanın etkileşim ve iletişim amaçlı kullanımı, tanıma ve tanınma amaçlı kullanımı ve eğitim amaçlı kullanımı değişkenlerinin bağımlı değişkenin açıklanmasında istatistiksel olarak anlamlı katkı sağlayacağı görülmüştür ($p<.05$). Sosyal medya kullanımına göre sosyal medyayı etkileşim ve iletişim amaçlı kullananların, eğitim amaçlı kullananların ve tanıma tanınma amaçlı kullananların internet bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür ($p<.05$). Sonuçlar Tablo-11'de gösterilmiştir.

Tablo 11: Regresyon Modelinde Yer Alan Bağımsız Değişkenlerin T İstatistik Değeri ve Beta Değerleri

	B	B	t	P
Etkileşim ve iletişim amaçlı kullananlar	,20	,22	3,87	,00
Tanınma ve tanınma amaçlı kullananlar	,24	,34	6,50	,00
Eğitim amaçlı kullananlar	-,26	-,30	-5,69	,00

İkinci olarak sosyal ağ kullanım amaçlarının yalnızlık düzeyi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu etkiyi incelenmeden önce ilgili değişkenler arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Sonuçlar Tablo-9 gösterilmiştir. Korelasyon sonuçlarından sonra sosyal ağların etkileşim ve iletişim amaçlı kullanımının yalnızlık ile anlamlı ilişkisinin olmaması sonucunda oluşturulacak regresyon modelinde yer almamasına karar verilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda regresyon analizi uygulanmıştır. Oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olup olmadığını incelemek için ANOVA testi yapılmıştır. Test sonuçlarına göre oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmüştür ($F(2,342) = 10,73$, $p = .00$, $R^2 = .06$). Oluşturulan regresyon modelinin t testleri sonuçları ve Beta değerleri sonuçları Tablo-12'de gösterilmiştir.

Tablo 12: Regresyon Modelinde Yer Alan Bağımsız Değişkenlerin T İstatistik Değeri ve Beta değerleri.

	B	β	T	P
Tanıtma ve tanınma amaçlı kullananlar	,82	,16	3,05	,00
Eğitim amaçlı kullananlar	-,12	-,20	-3,70	,00

SONUÇLAR VE TARTIŞMA

Bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarına göre internet bağımlılık düzeyleri ve yalnızlık düzeyleri ile ilişkisini incelemektir. Ayrıca cinsiyete göre internet bağımlılık düzeyleri, yalnızlık ve sosyal ağları kullanım amaçlarına göre farklılık olup olmadığı da incelenmiştir. Aynı zamanda katılımcıların sosyal ağları kullanım durumları da betimsel olarak açıklanmıştır. Bulgular sosyal ağları kullanım amaçlarının bireylerin internet bağımlılığı ve yalnızlık düzeyleri üzerine etkisi, sosyal ağların kullanım amaçları, internet bağımlılığı ve yalnızlık arasındaki ilişki, katılımcıların internet bağımlılığının, yalnızlık düzeyleri ve sosyal ağları kullanım amaçlarının cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığı ve sosyal ağları kullanım durumları çerçevesinde tartışılmıştır. Ülkemizde son yıllarda önemli araştırma konuları haline gelmeye başlayan sosyal ağ kullanımı, internet

bağımlılığı gibi konular gelecekte önemli ve dikkat edilmesi gereken sorunlara sebep olabileceğinin göstergesi olabilir. Yapılan araştırmalar, problemleri internet kullanımının veya internet bağımlılığının psikolojik, sosyolojik ve fiziksel açıdan birçok soruna sebep olabileceğini göstermiştir (31,32). Bunun için sosyal ağları kullanan bireylerin ne amaçla kullandığı, bu kullanımın bireylerin hayatında internet bağımlılığına ve yalnızlık düzeylerine etkisi olup olmadığı düşünülerek araştırma konusu haline gelmiştir.

1. Regresyon Sonuçları

Literatürde internet bağımlılığı ile yalnızlık arasında nedensel veya ilişki olarak birçok bulguya rastlanmaktadır (3,4,9,10). Ayrıca yapılan araştırmalarda İnternet kullanımı içerisinde bireylerin en çok sosyal ağlarda zaman geçirdiklerini gösteren bulgulara da rastlanmaktadır (14,15). Bu sonuçlar ışığında bireylerin internet üzerinde sosyal ağları ne amaçla kullandıklarının ve bu kullanımların, internet bağımlılığı ve yalnızlığa olan etkisine bakılmıştır. Sonuçlar üniversite öğrencilerinin sosyal ağları iletişim ve etkileşim amaçlı kullanmaları, tanıma ve tanınma amaçlı kullanımları ve eğitim amaçlı kullanımları internet bağımlılık düzeylerini etkilediği görülmüştür. Bu etki incelenmeden önce yapılan korelasyon analizinde sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı ile internet bağımlılığı arasında negatif korelasyon görülmüştür (Tablo-9). Fakat regresyon analizinde yapılan t testinin anlamlı olması (Tablo-10) sonucu sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı modelden çıkartılmamıştır. Bireylerin sosyal ağları eğitim amaçlı kullanımı yaygınlaştıkça interneti daha bilinçli kullandıkları ve internette geçirdikleri sürelerinin kısalmasına sebep olmuş olabilir. Bu da bireylerin internet bağımlılığını azalttığını gösterebilir. Sosyal ağların etkileşim ve iletişim amaçlı kullanımı ile tanıma ve tanınma amaçlı kullanımı öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun sosyal ağlara cep telefonundan bağlanabilmesi, sosyal ağlara kolayca erişebilmeleri, sosyal ağlar üzerinden yeni arkadaşlıklar ve ilişkiler kurmaları onların interneti bilinçsizce ve kontrolsüz kullanmalarına sebep olabilir. Literatüre bakıldığında ise sosyal ağların iletişim

ve etkileşim amaçlı kullanımı ve ders hazırlığı gibi eğitim amaçlı kullanımlarının az olmasına rastlanmaktadır (21). Öğrencilerin problemleri internet kullanımları açısından incelendiğinde ise etkileşim ve yeni insanlarla tanışma amaçlı kullanım, bilgi edinme amaçlı kullanımdan daha fazla olduğuna rastlanmaktadır (12). Ayrıca Filiz ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada ise internet bağımlılığı ile sosyal ağları etkileşim ve iletişim amaçlı kullanım, tanıma ve tanınma amaçlı kullanım arasında pozitif korelasyon görülmesi açısından paralellik gösterirken eğitim amaçlı kullanımı ile internet bağımlılığı arasında pozitif korelasyon göstermesi açısından farklılaşmaktadır (2). Bunun yanında amaçları arasında Sosyal ağları kullanım amaçlarının yalnızlık düzeyine olan etkisi incelendiğinde ise tanıma ve tanınma amaçlı kullanımı ile eğitim amaçlı kullanımının etkisi olduğu görülmüştür. Sosyal ağları etkileşim ve iletişim amaçlı kullananların yalnızlık düzeylerini etkilemediği görülmüştür. Sosyal ağların etkileşim ve iletişim amaçlı kullanımının bireylerin yalnızlık düzeylerini etkilememesi, diğer bireylerle sosyal medya kanalları aracılığı ile iletişim kurarak yalnızlıklarını giderdiklerini düşünülebilir. Araştırmalarda tersi yönde, bireylerin yalnızlık düzeyi azaldıkça sosyal ağları kullanımının arttığına rastlanmıştır (33). Moria Burke ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmada ise bireylerin Facebook kullanmalarının onların yalnızlıklarını gidermediğine rastlamışlardır (29).

2. Cinsiyete Göre Farklılıklar

Araştırma sonuçlarına göre, cinsiyete göre bireylerin internet bağımlılık düzeylerinde farklılık olup olmadığına bakılmış ve erkeklerin kadınlara göre daha fazla internet bağımlılığı sergilediği görülmüştür. Bu durum erkeklerin interneti kullanım amaçlarının daha uzun süreli kullanımlar gerektiren aktiviteler içermesi (bunlar online oyunlar vs.) ve farkında olmadan ya da bilinçsizce internetin başında zaman geçirmelerine sebep olduğu düşünülebilir. Araştırma sonuçlarından hareketle erkeklerin kadınlara göre interneti daha çok tanıma ve tanınma amaçlı kullandığı, kadınların ise erkeklere göre daha çok eğitim amaçlı kullanımı bu bulguyu destekleyebilir. Ayrıca

Şişman'ın çalışmasında erkeklerin kadınlara göre sosyal ağları etkileşim amaçlı daha çok kullanması yine erkeklerin kadınlara göre daha fazla internet bağımlılığı olduğunu destekleyebilir (21). Erkeklerin kendilerini sosyal ağlarda diğer insanlara tanıtmak ve sosyal ağlarda yeni insanlar tanımak için ve etkileşim amaçlı kullanmaları, internette uzun süre zaman geçirmelerine sebep olabilir; kadınların ise erkeklere göre sosyal ağları daha çok eğitim amaçlı kullanmaları onların internette problem oluşturacak derecede zaman geçirmediklerini gösterebilir. Literatürde yer alan araştırmalar incelendiğinde elde edilen sonuçta paralel olarak erkeklerin kadınlara göre daha fazla internet bağımlılığı sergilediğini gösteren bulgulara rastlanmıştır (1,9,34,35). Cinsiyete göre bireylerin yalnızlık düzeyleri incelendiğinde ise erkeklerin kadınlara göre daha fazla yalnız olduğu görülmüştür. Erkeklerin internette ve sosyal ağlarda kadınlara göre daha fazla zaman harcamasının ve internet bağımlılık düzeylerinin kadınlardan daha çok olmasının erkeklerin yalnızlık düzeylerini artırdığı düşünülebilir. Bu doğrultuda literatür incelendiğinde internet bağımlılığı yüksek olan bireylerin kendilerini daha fazla yalnız hissettiği görülmüştür (3,36). Ayrıca sosyal ağların etkileşim ve iletişim amaçlı kullanımı, cinsiyet üzerinde bir farklılığa yol açmamıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal ağlara kolay erişebilmesi ve sosyal ortamları daha çok online ağlar üzerinde kurmak istemeleri erkekler ve kadınlar arasında farklılığa neden olmayabilir. Yine cinsiyete göre bireylerin sosyal ağları kullanım amaçları incelendiğinde erkeklerin sosyal ağları kadınlara göre daha çok tanıma ve tanınma amaçlı kullandığı, kadınların ise erkeklere göre daha çok eğitim amaçlı kullandıkları görülmüştür. Literatürde buna benzer olarak erkeklerin sosyal ağları daha çok tanıma ve tanınma amaçlı kullandıklarına rastlanmıştır (2). Paralel bir sonuç olarak erkeklerin sosyal ağları daha çok etkileşim ve iletişim amaçlı kullanmaları, kadınların ise daha çok ders hazırlığı için kullandıkları görülmüştür (21).

3. Sosyal Ağ Kullanımı

Yapılan literatür çalışmasında doğrudan sosyal ağların kullanım amaçlarına göre yalnızlık

düzeyi ile ilgili araştırmaya rastlanmamıştır. Bireylerin sosyal ağları kullanimlarına göre katılımcıları %60,9'u sosyal ağları 5 yıl ve üzeri yıldır kullandıkları görülmüştür. Sosyal ağlara en çok cep telefonu (%86,2) ile bağlandıkları, sosyal ağlara genellikle akşam (%48) saatlerinde girdikleri ve sosyal ağlar içerisinde en çok Facebook ikinci olarak ise Youtube'u kullandıklarına rastlanmıştır. Ayrıca öğrencilerin %44,5'i sosyal ağlarda 1-3 saat zaman geçirdikleri bulgusuna rastlanmıştır. Tektaş'ın araştırmasında üniversite öğrencilerinin sosyal ağları 5 yıl ve üzeri kullanıyor olmaları, sosyal ağlara genellikle cep telefonları ile bağlanmaları, sosyal ağlar içerisinde en fazla Facebook'u kullanmaları ve sosyal ağlarda en az iki saat zaman geçirmeleri açısından benzer sonuçlara rastlanmıştır (23). Öğrencilere sosyal ağlarda en çok hangi tweet ya da mesaja cevap verirsiniz sorusuna ise genellikle ilgimi çeken ya da beğendiğim diye cevapladıklarına rastlanmıştır. Literatürde bununla ilgili herhangi bir sonuca rastlanmamıştır.

Gelişen iletişim teknolojisinin önemli bir platformu olan sosyal ağların doğru ve bilinçli kullanımına, doğru ve bilinçli kullanılmayan sosyal ağların internet bağımlılığına ve yalnızlığa yol açabileceğine dikkat çekmek bu araştırmada inceleme konusu olmuştur. Gelecekte bu alanda bilimsel çalışmaların yaygınlaştırılması ve özellikle sosyal ağlar ve internet kullanımına etki eden psikolojik değişkenlerin incelenmesi önerilebilir. Araştırmanın sınırlılıklarına baktığımızda katılımcı sayısının az olması ve sadece üniversite öğrencilerinin örnekleme alınması gösterilebilir. İnternetin ve sosyal medya kullanımının giderek yaygınlaşması bu alanda yapılacak araştırmalara daha çok ihtiyaç duyulacağını gösterirken, bundan sonra gerçekleştirilecek araştırmalarda ise daha geniş yaş gruplarına ulaşımları, diğer birçok psikolojik değişkenle ilişkilerin incelenmesi ve bu doğrultuda sosyal ağların ve internetin, yaş gruplarına göre etkin kullanımına yönelik eğitim programlarının geliştirilmesinin uygun olacağı söylenebilir.

KAYNAKLAR

- 1- Esen E, Siyez D. Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi. Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi 2011; 4: 127-138.
- 2- Filiz O, Erol O, Dönmez F, Kurt A. BÖTE sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. Journal of Instructional Technologies 2014; 3: 17-28.
- 3- Batıgün A, Hasta D. Yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzı açısından bir değerlendirme. Anadolu Psikiyatri Dergisi 2010; 11: 213-219.
- 4- Ceyhan A, Ceyhan E. Loneliness, depression and computer self-efficacy as predictors of problematic internet use. CyberPsychology and Behavior 2008; 11: 699-701.
- 5- Göka E, Tıkr B. İnternet bağımlılığı gerçek mi, efsane mi? Eğitim-Öğretim ve Bilim Araştırma Dergisi 2012; 8: 35-38.
- 6- İlhan T. Üniversite öğrencilerinde yaşam amaçları ve yalnızlık arasındaki ilişki: Temel ruhsal gereksinme doyumunun aracılık rolü. Anadolu Psikiyatri Dergisi 2013; 14: 302-309.
- 7- Şenormancı Ö, Konkan R, Sungur M. İnternet bağımlılığı ve bilişsel davranışçı terapisi. Anadolu Psikiyatri Dergisi 2010; 11: 261-268.
- 8- Morahan-Martin JM, Schumacher P. Incidence and correlates of pathological internet use among college students. Computers in Human Behavior 2000; 16: 13-29.
- 9- Oktan V. Üniversite öğrencilerinde problemli internet kullanımı, yalnızlık ve algılanan sosyal destek. Kastamonu Eğitim Dergisi 2015; 23: 281-291.
- 10- Morahan-Martin JM, Schumacher P. Loneliness and social uses of the Internet. Computers in Human Behavior 2003; 19: 659-671.
- 11- Young K. Internet addiction. American Behavioral Scientist 2004; 48: 402-415.
- 12- Ceyhan A. İnternet kullanma temel nedenlerine göre üniversite öğrencilerinin problemli internet kullanımı ve algıladıkları iletişim beceri düzeyleri. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri 2011; 11: 59-77.
- 13- Günüş S. İnternet bağımlılığını yordayan bazı değişkenlerin Cart ve Chaid analizleri ile incelenmesi. Türk Psikoloji Dergisi 2013; 28: 88-101.
- 14- Eraslan L, Çakıcı-Eser D. Sosyal medya toplum araştırma. 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım, 2015.
- 15- Türkiye İstatistik Kurumu. Hane halkı bilişim teknolojileri araştırması. Haber Bülteni, 2015. <http://www.tuik.gov>.

- tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660
- 16- Karal H, Kokoç M. Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Bilgisayar ve Matematik Eğitimi Dergisi* 2010; 1: 251-263.
 - 17- Koçak N. Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir'de bir uygulama. Yayınlanmamış doktora tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2012.
 - 18- Barış M, Tosun N. Sosyal ağ ve e-portfolyo entegrasyonu: Facebook örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi* 2013; 2: 122-129.
 - 19- Bilen K, Ercan O, Gülmez T. Sosyal ağların kullanım amacı ve benimsenme süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi* 2014; 3: 115-123.
 - 20- Kesici Ş, Şahin İ. A comparative study of uses of the internet among college students with and without internet addiction. *Psychological Reports* 2009; 105: 1103-1112.
 - 21- Şişman-Eren E. Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 2014; 29: 230-243.
 - 22- Akçay H. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 2011; 2: 137-162.
 - 23- Tektaş N. Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi* 2014; 7: 851-870.
 - 24- Demir A. U.C.L.A. yalnızlık ölçeğinin geçerlik ve güvenirliği. *Psikoloji Dergisi* 1989; 7: 14-18.
 - 25- Bıyık N. Üniversite öğrencilerinin yalnızlık duygularının kişisel ve sosyal özellikleri, öfke eğilimleri açısından incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2004.
 - 26- Tezer N, Arkar H. Sosyal ilişkilerde kişilik özellikleri etkili mi? Sosyal ağ, yalnızlık ve algılanan sosyal desteğin aracı etki olarak incelenmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi* 2013; 14: 46-52.
 - 27- Tanrıku T, Öztürk R, Yeşil E. Ergenlerde sosyal ağ bağımlılığı ve temel ihtiyaçlar arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Psikolojik Danışma ve Eğitim Dergisi* 2015; 1: 20-30.
 - 28- Balcı Ş, Gölcü A. Facebook addiction: a reply to Griffiths. *Psychological Reports* 2013; 113: 899-902.
 - 29- Castillo M. The social network of loneliness. *American Journal of Neuroradiology* 2014; 34: 2207-08.
 - 30- Toraman M. İnternet bağımlılığı ve sosyal ağ kullanım düzeylerinin ortaöğretim öğrencilerinin akademik başarı ile ilişkisinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Elazığ: Fırat Üniversitesi, 2013.
 - 31- Ceyhan E, Ceyhan AA, Gürçan A. Problemler internet kullanımı ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi* 2007; 7: 387-416.
 - 32- Kurtaran GT. İnternet bağımlılığını yordayan değişkenlerin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin: Mersin Üniversitesi, 2003.
 - 33- Akyazı E, Ünal AT. İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağların kullanımı. *Global Media Journal: Turkish Edition* 2013; 3: 1-24.
 - 34- Balta ÖÇ, Horzum MB. Web tabanlı öğretim ortamındaki öğrencilerin internet bağımlılığını etkileyen faktörler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 2008; 41: 187-205.
 - 35- Özcan NK, Buzlu S. Internet use and its relation with the psychosocial situation for a sample of university students. *Cyberpsychology and Behaviour* 2007; 10: 767-772.
 - 36- Morahan-Martin J. The relationship between loneliness and internet use and abuse. *Cyber Psychology and Behavior* 1999; 2: 431-440