

## Sosyal Medyanın Ergenlikte Sosyal İlişkilere Etkisi

*The Impact of Social Media on Social Relationships in Adolescence*

### ÖZET

Günümüzde teknolojik gelişmelerden dolayı iletişimin hızı artmıştır. İletişim, özelde bireylere çok büyük kazanımlar getiren bir faktördür. Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak, iletişimdeki araçlar, ülkelerarası ticaretin, bilginin ve kültürel paylaşımın yapıldığı, bireyler arasında da sosyalleşme ve bağ kurmanın vazgeçilmez unsurları olmuştur. İletişim teknolojileri alanındaki gelişmeler, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu bir medya ortamı oluşturduğundan dolayı, insanlara, düşüncelerini ve eserlerini paylaşabilecekleri imkanlar sunmaktadır. Bu imkanların oluşturduğu ortamlara "sosyal medya ortamı" adı verilmektedir. Sosyal medya ortamı, bireyleri, teknolojik bir araç kullanarak bir araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi arttırmasından dolayı önemli bir oluşumdur. Sosyal medya aynı zamanda, bilgi paylaşımını da kolaylaştırmaktadır. Sosyal medya, toplumun ve teknolojinin gelişmesine olumlu olarak etki ettiği gibi kullanımın farklı ve olumsuz yönleri de görülmektedir. Bunların yanı sıra sosyal medya, toplumsal olarak bireyler arasında, sosyal ilişkileri de etkilemektedir. Bu araştırmada amaç, ergenlik döneminde sosyal medya ortamının, ergenlerin sosyal ilişkilerini ne yönde etkilediğini ortaya koymaktır. Böylece bu yönde yapılacak çalışmalarda literatüre katkı sağlanmaya çalışılacaktır. Bunun için, 13-19 yaş aralığındaki genç bireylere, Kişisel Bilgi ve Görüşme Formu ile birlikte Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği uygulanmış ve veriler SPSS 26'ya göre değerlendirilerek incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, İnternet, Sosyal ilişki, Bireyler Arası İlişki

### ABSTRACT

In today's age, the speed of communication has increased due to technological advancements. Communication is a factor that brings significant benefits, particularly to individuals. As technology has developed, communication tools have become essential for conducting international trade, sharing knowledge, and cultural exchange, as well as for socializing and establishing connections between individuals. The developments in communication technology have created a media environment where sharing and discussion are key, providing individuals with the opportunity to share their thoughts and works. These environments are known as "social media." Social media is an important formation because it brings people together through the use of technological tools and enhances their interactions. Social media also facilitates the sharing of information. While social media has a positive impact on the development of society and technology, it also has different and negative aspects. In addition, social media also affects social relationships among individuals in society. The aim of this study is to determine the extent to which social media in the adolescent period affects the social relationships of adolescents. To this end, the Personal Information and Opinion Form and the Social Media Addiction Scale were administered to young individuals aged 13-19, and the data was analyzed using SPSS 26.


**Keywords:** Social Media, Internet, Social Relationship, Interpersonal Relationship

### GİRİŞ

İnsanlığın yaşamı göz önüne alındığında, teknolojinin toplumların tarihlerinde belirleyici olduğu görülür. Tarih icat edilen teknolojiye veya kullanılan araç ve gereçlere göre çağlara ve bölümlere ayrılmıştır. İnsan, ilk ortaya çıktığı zamanlardan bu yana yaşamını sürdürebilmek için yeterli donanıma sahip değildir (Childe, 2001). Bundan dolayı insanoglu her zaman kendini ve teknolojisini geliştirmiştir. İnternet de bu gelişen teknolojinin getirdiği en büyük yeniliklerden biridir. İletişim teknolojileri ilişki bakımından iki türlü oluşmuştur; bunlardan ilki, birinci kişiler tarafından doğrudan iletişim; mektup, telefon vs., ikincisi ise üçüncü kişiler tarafından dolaylı yoldan iletişim; gazete, televizyon vs.dir. Günümüzde internet bunları birleştirmekle kalmamış bu iletişim teknolojilerine yeni boyutlar katmıştır. Durmadan gelişen internet ve buna bağlı olarak sosyal yaşam, dünyanın gelişmesine katkıda bulunmaktadır. İnternetin ve sosyal yaşamın gelişiminde ise sosyal medyanın büyük oranda payı bulunmaktadır. İnternetle birlikte iletişim yöntemleri değişmiş, sosyal medya insanlar arasında ilişkiler kurulmasında yeni yöntemler geliştirmiştir. İnsanlar artık tanımadıkları, hayatlarında hiç görmedikleri kişilerle sanal ortamlarda bir şeyler paylaşmaya veya paylaşılan durumlara yorum yapmaya başlamıştır. Bu sayede sosyal ilişkiler oluşmuştur. Bu ilişkiler ise olumlu veya olumsuz sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Bireylerin kendi aralarında geliştirdikleri bu olumlu veya olumsuz iletişim, bireyler arasındaki sosyal yaşamı etkileyecek düzeye gelmiştir. Sosyal medya ile kurulan ilişkiler, yetişkinlerin yanı sıra genç(ergen) ve hatta çocuk yaşta olan bireylerin arasında da oldukça yaygınlaşmıştır. Bu araştırmada, ergenlik döneminde sosyal medya ortamının, ergenlerin sosyal ilişkilerini ne yönde etkilediğini

**Buğrahan Ülger** <sup>1</sup> 

**Ferhat Utlu** <sup>2</sup> 

**Altan Özözen** <sup>3</sup> 

### How to Cite This Article

Ülger, B., Utlu, F. & Özözen, A. (2023). "Sosyal Medyanın Ergenlikte Sosyal İlişkilere Etkisi", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:8, Issue:48; pp:2520-2526. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/ASRJOURNALS.68086>

Arrival: 31 December 2022

Published: 30 April 2023

Academic Social Resources Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

<sup>1</sup> Öğretmen., Milli Eğitim Bakanlığı Adana İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Adana, Türkiye

<sup>2</sup> Öğretmen., Milli Eğitim Bakanlığı, Adana İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Adana, Türkiye

<sup>3</sup> Öğretmen., Milli Eğitim Bakanlığı, Adana İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Adana, Türkiye

ortaya koymak amaçlanmıştır. Sosyal ilişkilerdeki kasıt, öncelikle aile içi ilişkiler, arkadaşlık ilişkileri, okul-yaşam ilişkileridir. Böylece bu yönde yapılacak çalışmalarda literatüre katkı sağlanmaya çalışılacaktır. Bunun için, 13-19 yaş aralığındaki genç bireylere, Kişisel Bilgi ve Görüşme Formu ile birlikte Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği uygulanmış ve veriler SPSS 26'ya göre değerlendirilerek incelenmiştir.

Bu araştırmadaki problem; sosyal medya kullanımının 13-19 yaş aralığındaki lise öğrencilerinin sosyal ilişkilerine etkileri nedir? Sorusuna cevap bulmaktır.

Alt problemler olarak da aşağıdaki sorular oluşturulmuştur:

1-Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile sosyal ilişkileri arasındaki ilişki nedir?

2- Araştırmaya katılan öğrenciler hangi sosyal medya uygulamalarını, ne sıklıkla kullanırlar?

3-Araştırmaya katılan öğrencilerin değerlendirilen Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğinden aldığı puana göre cinsiyet ve yaşlarına dağılımı nasıldır?

4-Araştırmaya katılan öğrencilerin Kişisel Bilgi ve Görüşme formuna verdikleri cevaplar Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğindeki soruları ile kıyaslaması nasıldır?

## TANIMLAR

**Sosyal İlişki:** Birden fazla bireyler arasında belli bir sürede bir amaç doğrultusunda kurulan bağlara denir (Şahin ve Yorgancılar, 2019).

**Sosyal Ağ:** Arkadaşlar, komşular, akrabalar, iş ortamı veya yüz yüze toplantılarda bulunan bireyler arasında kurulan sosyal bağlantılardır. Bu çeşit sosyal ağlarda etkileşimler, fiziksel olarak gerçekleşir ve boyutsal anlamda küçüktürler. Burada diğer ağlardan izole olmuş, etkileşim içindeki bireyler arasında homojenik bir yapı görülür (Kara, 2013). Günümüzde sosyal ağ kavramına internet aracılığı ile kurulan sosyal ağlar da girmektedir. Fiziksel olarak karşılıklı etkileşim içinde kurulan sosyal ağlar ile internet aracılığı ile kurulan sosyal ağ arasındaki en belirgin farklılık, internet aracılığı ile kurulanlarda fiziksel bir etkileşim bulunmamakla birlikte, belki de hayat boyunca hiç karşılaşma durumu olmayacak bireylerin, sanal ortamda etkileşim içine girmeleridir.

**Sosyal İlişki ile Sosyal Ağ Arasındaki Bağ:** Bir kişinin farklı bireylerle etkileşimde bulunması sosyal ilişkileri yaratır, bundan dolayı kişiler birden fazla sosyal ilişkiler kurabilir. Birden fazla sosyal ilişkinin ortak noktalara sahip olması ile sosyal ağlar oluşur. Aynı kişiler farklı sosyal ağlarda aynı anda iletişim kurabilmektedir.

**Sosyal Medya:** Kullanıcıları tarafından kendi bağlantı listelerini oluşturmalarına, birbirleri ile iletişim kurmalarına, bağlantı listelerini sergilemelerine ve bilgilerinin bulunduğu profillerinin üretilmesine imkân sağlayan, farklı medya, bilgi ve iletişim teknolojilerini ihtiva eden web tabanlı platformlardır (Fuchs, 2011). Bununla birlikte sosyal medya, kişilerin kendilerini ifade ettikleri ve başka kullanıcılarla bağlantıda oldukları sanal ortamlardır. Yeni iletişim araçlarının gelişim göstermesi ve bunlara olan ilginin çoğalması ile birlikte sosyal medya kullanımı her geçen gün daha da artmaktadır (Güleç, 2018).

**Sosyal Medya ile Sosyal Ağ Arasındaki İlişki:** Sosyal medya, iletişimi, etkileşimi, iş birliğini, çalışma hayatını ve öğrenme sürecini yeniden şekillendirmiştir. Sosyal ağlar da esnek olmalarından dolayı, diğer yöntemlere göre kolay kullanılabilir. Çok sayıda öğrencinin basit adımları takip ederek bir topluluk oluşturması, bu topluluğun kendi aralarında paylaşımlar gerçekleştirmesi ve geri dönüt alınması oldukça kolay yapılabilmektedir (Talas ve Öztürk, 2015). Bunların yanı sıra sosyal medya, öğrenim tekniklerini geliştirmesi, zenginleştirmesi, öğrencilerin öğrenme sürecini desteklemesi gibi özelliklerinden dolayı eğitim kurumlarına da fayda sağlamaktadır.

**Sosyal Medya ve Sosyal İlişki Arasındaki Bağ:** İletişim birden fazla bireyin aralarında kurduğu etkileşimdir. Bu etkileşim konuşma, bakışma, çeşitli işaretler ile olmaktadır. Bunu yazı, resim, telli veya telsiz elektronik araçlar vasıtasıyla yapılan ve dijital iletişim aşamalarıyla devam eden süreç izlemiştir. XX. yüzyılın sonundan itibaren de bilgisayarların yaygınlaşması ve internet kullanımı iletişimde çağ atlanmasını gerçekleştirmiştir (Uluç ve Yarcı, 2017). Sosyal medyalar da bundan sonra ortaya çıkmıştır. Sosyal medyanın sosyal ilişkilere etkisi, insanların düşünceleri, sanal ortamlarda paylaşımlar sayesinde öğrenilebiliyor, buna göre yaklaşımlar ve değişimler gerçekleşebiliyor şeklinde kendini göstermiştir.

## Sosyal Medya İle İlgili Yapılmış Yurtiçi Ve Yurtdışı Araştırmalar

“We Are Social” isimli web sitesinin öncülüğünde Ocak 2022’de yapılan Sosyal medya kullanımı ile ilgili geniş çaplı bir araştırmada, dünya genelinde internet kullanan kişi sayısı 4,95 milyar olarak belirlenmiştir. Buna bağlı olarak sosyal medya kullanıcısı 4,62 milyar olarak belirlenmiştir. Sosyal medya kullanıcılarının %13.1’i 13-19 yaş arasındaki gençlerden oluşmaktadır (We Are Social, 2022). Buna benzer bir araştırmada Çin’de 1059 ergen ile yapılan bir araştırma sonucunda, ergenlik döneminde üniversite yıllarına oranla daha fazla sosyal medya bağımlılığı görülmektedir, bunun gerekçesi, yüz yüze ilişkilerde sosyal etkileşim becerilerinin yetersizliği olarak düşünülmektedir (Caplan, 2003).

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2021 yılında yapılan, “Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin % 92’sinin evden internete erişim imkânına sahip olduğu belirlenmiştir. İnternet kullanım amaçlarına göre hanelerin % 73.8’inde sosyal medya (üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşma amacıyla) kullanılmakta ve %93’ünde de mesajlaşma uygulamaları yapılmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2021). Lise öğrencileri arasında yapılan bir sosyal medya bağımlılığı araştırmasında, gençlerin sosyal medya bağımlılığının orta düzeyde olduğu, daha az oranla da yüksek düzeyde bağımlılık gösterildiği tespit edilmiştir (Taştepe ve Güney, 2020).

### **Sosyal Medya Ve Sosyal İlişki İle İlgili Yapılmış Araştırmalar**

Lise öğrencileri arasında sosyal medya ve yalnızlık üzerine yapılan bir çalışmada, kullanıcılar tarafından paylaşılan görsellerin kişilerde yalnızlık hissini arttırdığı sonucu çıkmıştır. Kullanıcılar, sayfalarında kendilerini devamlı olumlu göstermeye çalışmaktadır. Bu tarz paylaşımlarına tanık olan takipçiler ise kendi yaşamlarını sorgulayıp sıkıcı ve olumsuz değerlendirmeler yapmaktadırlar. Bu yorumlar onların içe kapanıp yalnızlığa daha çok yaklaşmasına sebep olmaktadır (Türkel ve Dilmaç, 2019). Sosyal medya ve iletişim üzerine yapılan başka bir çalışmada, sosyal medya kullanımı ile iletişim becerileri arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal medyanın duygusal, davranışsal ve genel iletişim becerileri üzerine olumlu etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. 9- 11 saat ve üzeri sosyal medya kullananların iletişim becerilerinde daha iyi ortalamalarının olduğu yani iletişim becerisi açısından olumlu bir etkisinin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Müezzın ve Çakmak, 2018).

### **YÖNTEM**

Araştırma Deseni-Modeli olarak, betimsel bir çalışma yapılmıştır. Betimleyici araştırmaların sonuçları, yüzde tabloları, grafikler ile gösterilir ve değişkenler arasında korelasyonun varlığı veya yokluğu hesaplanır. Betimsel araştırmalar (survey) olayların insan gruplarının bazı özelliklerinin tek tek ne olduğunu veya iki ve daha çok özelliğinin ilişkisel düzeyde nasıl olduğunu açıklamaya çalışır.

Araştırmanın Evren-Örnekleme (Çalışma Grubu) aşamasında, araştırmanın evrenini, 2021-2022 eğitim öğretim yılında Adana ili Sarıçam ilçesinde bulunan MEB’e bağlı üç tane Anadolu Lisesinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini veri toplama aşamasında elde edilen veriler doğrultusunda 106 kız, 63 erkek ve 23 kişi cinsiyetini belirtmemiş olmak üzere toplam 192 öğrenci oluşturmuştur. Toplamda 192 öğrenciye bilgi formu ve ölçek uygulanmıştır. Anket öğrencilerin kendileri ve internet kullanımları hakkında bilgi formu soruları ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden oluşmaktadır

### **VERİ TOPLAMA ARAÇLARI**

Kişisel Bilgi Formu: Örnekleme grubunda yer alan öğrencilerin kişisel ve sosyal medya kullanımları hakkında bilgi edinmek amacıyla “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. Kişisel bilgi formunda kişinin cevap vermesi gereken 2 kişisel (yaş, cinsiyet), 3 sosyal medya alakalı soru bulunmaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği, sosyal medya bağımlılığı ve etkileri üzerine Prof. Dr. Cengiz Şahin tarafından hazırlanmış 20 soruluk bir 5’li likert ölçek olarak geliştirilmiştir. Bir deneğin ölçeğin maddelerinden aldığı puanların toplamı ölçek toplam puanını gösterir. Toplam deneklerin arasından alınan en düşük puan 21, en yüksek puan 92’dir.

Verilerin Analizi: Araştırmanın çözümlenmesi ve verilerin analizinde SPSS 26.0 for Windows paket programı kullanılmıştır. İstatiksel olarak yüzde analizleri yapılmış, 5 likert ölçeğine verilen cevapların toplamaları incelenmiş, soru soru karşılaştırılmıştır.

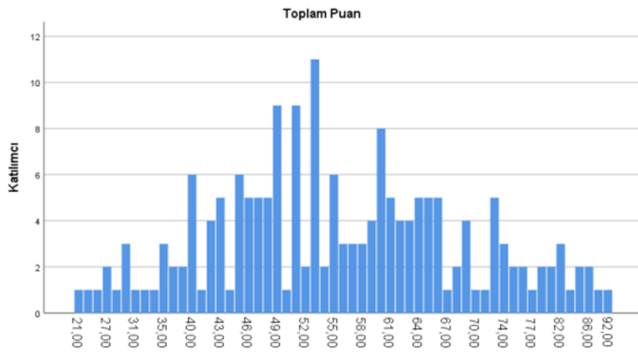
**BULGULAR**

Tablo 1

Cinsiyet	Sayı	Yüzelik
Erkek	63	32,8
Kadın	106	55,2
Belirtmek İstemiyorum	23	11,97
Yaş		
Yaş	Sayı	Yüzelik
13	9	4,7
14	19	9,89
15	63	32,8
16	46	23,95
17	35	18,22
18	15	7,8
19	2	1,04
Sorulan hangi sosyal medyaları kullanıyorsunuz sorusuna verilen olumlu cevapların yüzdeleri		
Sosyal Medya	Kullanan Kişi Sayısı	Yüzelik
İnstagram	164	88,41
Snapchat	83	43,22
Facebook	7	3,64
Whatsapp	160	83,33
Tiktok	46	23,95
Twiterr	63	32,81
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi		
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Sayı	Yüzelik
0-2 saat	74	38,54
2-4 saat	67	34,89
4+ saat	48	25
Filtre/Photoshop Kullanma		
Filtre/Photoshop Kullanma	Sayı	Yüzelik
Evet	92	47,91
Hayır	100	52,08

Tablo 1 de görüldüğü üzere, katılan öğrencilerin %32,8'inin cinsiyet erkek, %55,2'si kadın ve %11,97'si ise cinsiyetini belirtmemekte; %4,7'i 13 yaşında, %9,89'u 14 yaşında, %32,8'i 15 yaşında, %23,95'i 16 yaşında, %18,22'si 17 yaşında, %7,8'i 18 yaşında ve %1,04'ü 19 yaşındadır. Katılan öğrencilerin %88,41'i Instagram, %43,22'si Snapchat, %3,64'ü Facebook, %32,81'i Twitter, %83,33'i Whatsapp ve %23,95'i Tiktok sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır. Günlük sosyal medya kullanım süresi bakımından, öğrencilerin %38,54'si günde 0-2 saat, %34,89'ü günde 2-4 saat ve %25'i günde 4 ve daha fazla saat kullanmaktadır. Katılımcıların %52,08'i sosyal medya üzerinde yaptıkları paylaşımlarda filtre veya photoshop kullanmadığını belirtirken %47,91'i kullandığını belirtmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Sosyal Medya Ölçeğinin Ortalamaları



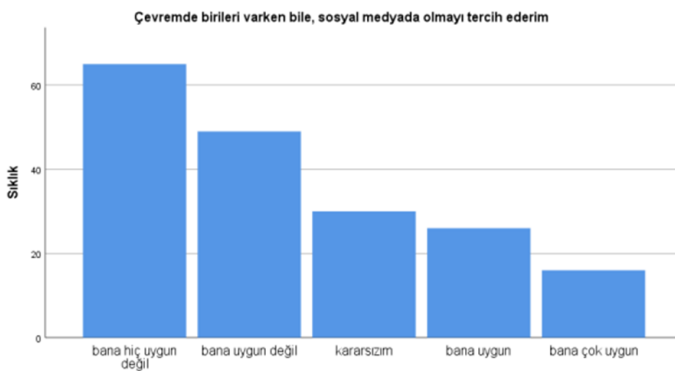
Tablo 2'de gösterilenler katılımcıların ölçekte verdikleri cevaplara göre aldığı puanlar görülmektedir. Katılımcılar arasından sorulardan alınan en düşük puan 21 iken en yüksek puan 92'dir. Katılımcıların çoğunluğunun 40 puan ile 60 puan arası aldıkları görülmektedir. Katılımcılar en düşük 20 puan alabilmektedirler en yüksek ise 100 puan alabilmektedirler. 20 puan en düşük, 20-40 puan arası düşük, 40-60 puan arası ortalama, 60-80 puan arası yüksek, 80-100 puan arası en yüksek puanlar olarak belirlenmiştir. Yapılan ölçek sonucunda kimse 20 puan almamıştır. 20-40 puan arasında puan alan katılımcı sayısı 19'dur. 40-60 puan arasında puan alan katılımcı sayısı 100'dür. 60-80 puan arasında puan alan katılımcı sayısı 54'dür. 80-100 puan arası puan alan kişi sayısı 10'dur. 7 kişi ölçeği geçersiz doldurmuştur. Uyguladığımız ölçekte 1, 13, 15, 17, 18, 19 numaralı soruların incelenilen konuda belirleyici olduğu görülmüştür.

Tablo 3: Ölçek-1 sorusuna verilen cevap sıklığı



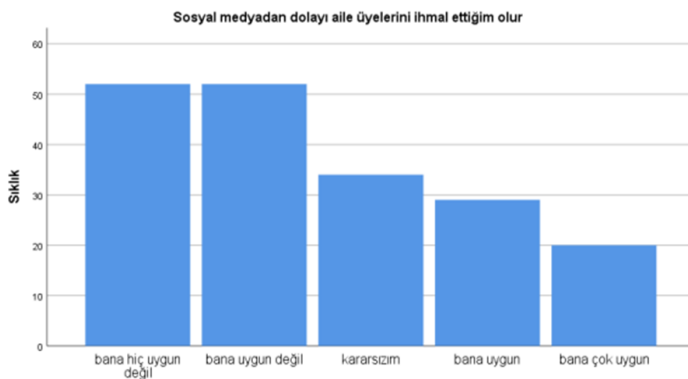
1.soru Tablo 3’de incelendiğinde 41 katılımcının “bana hiç uygun değil”, 33 katılımcının “bana uygun değil”, 43 katılımcının “kararsızım”, 43 katılımcının “bana uygun”, 27 katılımcının ise “bana çok uygun” cevabını verdiği gözlemlenmiştir.

Tablo 4: Ölçek 13 sorusuna verilen cevap sıklığı



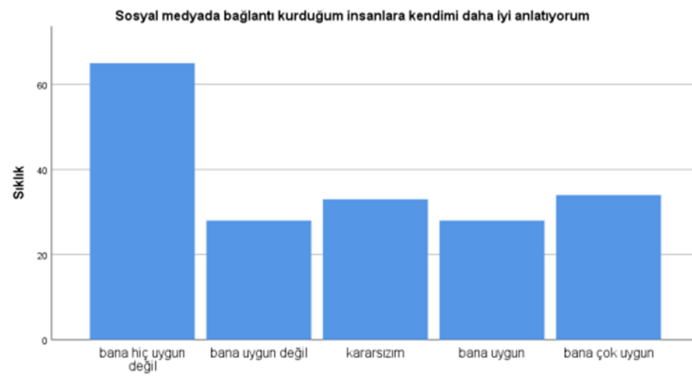
13.soru Tablo 4’te incelendiğinde 65 katılımcının “bana hiç uygun değil”, 49 katılımcının “bana uygun değil”, 30 katılımcının “kararsızım”, 26 katılımcının “bana uygun”, 16 katılımcının ise “bana çok uygun” cevabını verdiği gözlemlenmiştir.

Tablo 5: Ölçek-15 sorusuna verilen cevap sıklığı



15.soru Tablo 5’te incelendiğinde 52 katılımcının “bana hiç uygun değil”, 52 katılımcının “bana uygun değil”, 34 katılımcının “kararsızım”, 29 katılımcının “bana uygun”, 20 katılımcının ise “bana çok uygun” cevabını verdiği gözlemlenmiştir.

Tablo 6: Ölçek-17 sorusuna verilen cevap sıklığı



17.soru Tablo 6’da incelendiğinde 65 katılımcının “bana hiç uygun değil”, 28 katılımcının “bana uygun değil”, 33 katılımcının “kararsızım”, 28 katılımcının “bana uygun”, 34 katılımcının ise “bana çok uygun” cevabını verdiği gözlemlenmiştir.

Tablo 7: Ölçek-18 sorusuna verilen cevap sıklığı



18.soru Tablo 7’de incelendiğinde 89 katılımcının “bana hiç uygun değil”, 30 katılımcının “bana uygun değil”, 35 katılımcının “kararsızım”, 13 katılımcının “bana uygun”, 21 katılımcının ise “bana çok uygun” cevabını verdiği gözlemlenmiştir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Uygulamaya katılan öğrencilerin çoğunluğu kadındır. Uygulama 13-19 yaş aralığına yapılmıştır. Katılımcıların çoğunluğu 16, 17, 18 yaşlarındadır. Sorulan hangi sosyal medyaları kullanıyorsunuz sorusuna verilen olumlu cevapların yüzdelerine bakıldığında en fazla kullanılan sosyal medya hesaplarının Instagram ve Whatsapp olduğu, bunları sırasıyla Snapchat, Twitter ve Tiktok takip ettiği, en az tercih edilen sosyal medya hesabının da Facebook olduğu tespit edilmiştir. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresinin de en fazla 2 saat olduğu belirtilmiştir. Filtre/Photoshop Kullanımı da hemen hemen yarı yarıya olduğu görülmektedir.

“Sosyal medyayı gerçek dünyadan kaçış olarak görüyorum” cümlesine verilen cevaplarda, 43 kişinin “bana uygun” 27 kişinin “bana çok uygun” dediği görülmüştür. Bu da 50 kişinin bu cümleye katıldığı bunun da toplamda katılımcıların %37,8’ine denk geldiği tespit edilmiştir.

“Çevremde birileri varken bile sosyal medyada olmayı tercih ederim” cümlesine katılımcılardan 26 kişinin “bana uygun” 16 kişinin “bana çok uygun” dedikleri görülmüştür. Bu da toplamda 42 kişi olduğu bunun da katılımcılardan %21,87’sine denk geldiği tespit edilmiştir. Katılımcıların sosyalleşebilecekleri ortamlarda sosyal medyayı kullanmayı tercih etmedikleri gözlemlenmiştir. Çıkan sonuç doğrultusunda katılımcıların %61,3’ünün yüz yüze sosyalleşmeyi sosyal medya aracılığıyla sosyalleşmeye tercih ettikleri tespit edilmiştir. Bu doğrultuda bireylerin sosyalleşmeyi fiziksel bir ortamda gerçekleştirmenin ilk tercihleri olduğu söylenebilir.

“Sosyal medyadan dolayı aile üyelerimi ihmal ettiğim olur” cümlesine katılımcılardan 29’unun “bana uygun” 20’sinin de “bana çok uygun” dedikleri görülmüştür. Bu da toplam 49 kişi yapmaktadır. Katılımcılardan %25,52’sinin bu cümle doğrultusunda davrandıkları tespit edilmiştir.

“Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum” cümlesine katılanlar, “bana uygun” diyen 28 kişi, “bana çok uygun” diyen 34 kişidir. Bu da katılımcıların %32,29’una denk gelmektedir.

“Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek hayattaki arkadaşlıklara tercih ederim” cümlesine katılanlar, “bana uygun” diyen 13 kişi, “bana çok uygun” diyen 21 kişidir. Bu da katılımcıların %17,25’ine denk gelmektedir. . Katılımcıların

yapılan ölçüğe göre verilen cevaplarla karşılaştırıldığında gerçek yaşamdaki sosyal ilişkilerini ve arkadaşlık ilişkilerini sosyal medyadaki arkadaşlıklara tercih etmediklerini belirtmişlerdir.

## KAYNAKÇA

Batıgün, A. D., & Kılıç, N. (2011). İnternet Bağımlılığı ile Kişilik Özellikleri, Sosyal Destek, Psikolojik Belirtiler ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26(67).

Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic Internet use and psychosocial well-being. *Communication research*, 30(6), 625-648.

Ceruzzi, P. E. (2003). A history of modern computing. MIT press.

Childe, G. (2006). Kendini yaratan insan. İstanbul: Varlık Yayınları.

ÇAKMAK, S., & MÜEZZİN, E. E. (2018). Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkisinin İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(3), 196-203.

Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: çanakkale'de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 27-50.

Digital 2022. (2022, February 1). We Are Social UK. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> Erişim Tarihi: 05.10.2021

Fuchs, C. (2011). An alternative view of privacy on Facebook. *Information*, 2(1), 140-165.

Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), 105-120.

Güliz, U. L. U. Ç., & YARCI, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102.

Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32), 151-175.

Kara, T. (2013). Sosyal medya endüstrisi. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Öztürk, M. F., & Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.

SOSYAL YAPI VE SOSYAL İLİŞKİLER. (2021). İstanbul Açıköğretim. [https://cdnacikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/20\\_21\\_Bahar/davranis\\_bilimleri/3/index.html](https://cdnacikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/20_21_Bahar/davranis_bilimleri/3/index.html), Erişim Tarihi:10.12.2021

Söner, O., & YILMAZ, O. (2018). LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 59-73.

Şahin, F. S. & Yorgancılar, S. (2019). Sosyoloji (THD). Seçkin Yay., Ankara

Türkel, Z., & DİLMAÇ, B. (2018). ERGENLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI, YALNIZLIK VE YAŞAM DOYUMU ARASINDAKİ YORDAYICI İLİŞKİLER. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Ereğli Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 57-70.

Vural, Z., & Bat, M. (2010). YENİ BİR İLETİŞİM ORTAMI OLARAK SOSYAL MEDYA: EGE ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA. *Journal of Yasar University*, 5(20), 3348-3387.

<https://wearesocial.com/us/> Erişim Tarihi:21.12.2021