

**BOŞ ZAMAN AKTİVİTESİ OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMINI TERCİH
EDEN BİREYLERİN GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU, SOSYOTELİZM,
KİŞİLİK VE SOSYAL BAĞLILIK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Buse KARAŞ

Eskişehir 2019

**BOŞ ZAMAN AKTİVİTESİ OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMINI
TERCİH EDEN BİREYLERİN GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU,
SOSYOTELİZM, KİŞİLİK VE SOSYAL BAĞLILIK DÜZEYLERİNİN
İNCELENMESİ**

Buse KARAŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Spor Yönetimi ve Rekreasyon

Danışman: Doç. Dr. Süleyman MUNUSTURLAR

**Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Ağustos 2019**

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Buse KARAŞ'ın "Boş Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Kullanımını Tercih Eden Bireylerin Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Sosyotelizm, Kişilik ve Sosyal Bağlılık Düzeylerinin İncelenmesi" başlıklı tezi 21 Ağustos 2019 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan Spor Yönetimi ve Rekreasyon Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Süleyman MUNUSTURLAR

.....

Üye : Doç.Dr.Faik ARDAHAN

.....

Üye : Dr.Öğr.Üyesi Tuba SEVİL

.....

Prof.Dr.Bülent GÜNŞOY
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



ÖZET

BOŞ ZAMAN AKTİVİTESİ OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMINI TERCİH EDEN BİREYLERİN GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU, SOSYOTELİZM, KİŞİLİK VE SOSYAL BAĞLILIK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ

Buse KARAŞ

Spor Yönetimi ve Rekreasyon Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ağustos 2019

Danışman: Doç. Dr. Süleyman MUNUSTURLAR

Bu araştırmanın temel amacı, boş zaman aktivitesi olarak bireylerin sosyal medya kullanımı bağlamında gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO), sosyotelizm (Phubbing), kişilik ve sosyal bağlılık kavramlarının aralarındaki ilişkinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın evrenini, 17-77 yaş aralığında Türkiye'deki farklı demografik özelliklere sahip sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen katılımcılara, online sistem üzerinden uygulanan anketle 1026 (n=470 erkek, n=556 kadın) kişiye ulaşılmıştır. Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri belirlenmesine yönelik Przybylski vd. (2013) tarafından geliştirilen, Gökler vd. (2016) tarafından Türkçeye uyarlanan 10 maddeli ölçek kullanılmıştır. Sosyotelizm düzeylerinin belirlenmesi için ise Karadağ vd. (2015) tarafından geliştirilmiş olan 10 maddeli ölçekten yararlanılmıştır. Kişilik özelliklerinin belirlenmesi için Gosling vd. (2003) tarafından geliştirilen, Atak (2013) tarafından da Türkçeye uyarlanan 10 maddeden oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Veriler SPSS 22.0 ve LISREL 8.8. programından yararlanılarak analiz edilmiştir. Tanımlayıcı istatistiklerin yanında katılımcıların demografik değişkenlerine göre farklılıkları tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA), Kruskal-Wallis, Mann-Whitney U testleri uygulanmıştır. Anlamlı farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını görmek için Tukey analizi kullanılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotelizm, kişilik ve sosyal bağlılık düzeylerinin değişkenlik gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyotelizm düzeylerinin arttıkça, kişilik ve sosyal bağlılık düzeylerinin azaldığı ve dolayısıyla birbirlerini negatif yönde etkiledikleri saptanmıştır. Gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyotelizm düzeylerinin birbirlerinin üzerindeki etkisinin pozitif yönde olduğu aynı şekilde kişilik ve sosyal bağlılık arasındaki etkinin de pozitif yönde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Boş Zaman, Rekreasyon, Sosyal Medya, Akıllı Telefon Bağımlılığı, Sosyal Bağlılık.

ABSTRACT

EXAMINATION OF THE FEAR OF MISSING OUT THE DEVELOPMENTS,
PHUBBING, PERSONALITY AND SOCIAL COMMITMENT LEVELS OF THE
INDIVIDUALS WHO PREFER USING SOCIAL MEDIA AS LEISURE ACTIVITY

Buse KARAŞ

Department of Sports Management and Recreation
Anadolu University, Institute of Social Sciences, August 2019
Supervisor: Ass. Prof. Süleyman MUNUSTURLAR

The main aim of this study was to investigate the effects of the concepts of fear of missing out individuals, phubbing, personality on social commitment and the relationship between these concepts as a leisure activity. The universe of the study is the social media users with different demographic characteristics in the 17-77 age range in Turkey. 1026 (n = 470 males, n = 556 females) were reached to the participants who were selected by easy sampling method through the online questionnaire. Przybylski et al. (2013), developed by Gökler et al. (2016), a 10-item scale adapted to Turkish was used. For the determination of sociotellism levels, Montenegro et al. (2015) was developed by the 10-item scale was used. To determine personally traits developed by Gosling et al. (2003) and translated in Turkish by Atak (2013). Data analyzed benefiting SPSS 22.0 and LISREL 8.8. program. In addition to descriptive statistics, one-way analysis of variance (ANOVA), Kruskal-Wallis and Mann-Whitney tests were used to determine the differences according to the demographic variables of the participants. Tukey analysis was used to see which group caused the significant difference. When the results of the study were examined, it was found that individuals' fear of missing out developments, phubbing, personality and social commitment levels varied. In addition, as individuals' fear of missing out and phubbing increased, their levels of personality and social commitment decreased and thus negatively affected each other. The effect of fear of missing out and phubbing levels on each other was positive and the effect between personality and social commitment was positive.

Key Words: Leisure, Recreation, Social Media, Smart Phone Addiction, Social Commitment.

TEŐEKKÖR

Tezimin tüm aşamalarında sabırla, büyük bir ilgiyle ve özveriyle bilgisini ve desteğini sunan, üzerimde büyük emeği olan ve öğrencisi olmaktan mutluluk duyduğum değerli danışman hocam Doç. Dr. Süleyman MUNUSTURLAR'a, büyük desteğini gördüğüm, tezimi güçlendiren önemli katkılarından dolayı değerli hocam Doç. Dr. Müge AKYILDIZ MUNUSTURLAR'a en içten dileklerle teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca üzerimde emeği olan hocalarıma teşekkürlerimi sunarım. Tezim süresince her şekilde yanımda olan ve desteğini hep hissettiğim, motivasyonumu yüksek tutmamı sağlayan, birlikte “eskirken eksilmediğimiz” çok sevgili Bilal KURNAZ'a ve son olarak maddi ve manevi en büyük desteğim olan canım annem Nuriye ERGUN'a çok teşekkür ederim.

Ağustos 2019

Buse KARAŞ

21/08/2019

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

BUSE KARAŞ

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
TEŞEKKÜR	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Amacı	2
1.2. Problem Durumu	2
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.4. Hipotezler.....	4
1.5. Sayıtlar	6
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	7
1.7. Tanımlar.....	7
2. ALANYAZIN.....	7
2.1. Boş Zaman	7
2.1.1. Boş zamanın tarihsel gelişimi.....	9
2.1.2. Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımı	10
2.2. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (Fear of Missing Out)	12
2.2.1. Gelişmeleri kaçırma korkusunun olumlu ve olumsuz etkileri.....	13
2.2.2. Psikolojik ihtiyaçlar perspektifinden gelişmeleri kaçırma korkusu ..	14
2.3. Sosyotelizm (Phubbing)	15
2.3.1. Sosyotelizm (Phubbing) kavramının tanımı.....	16
2.3.2. Sosyotelizm (Phubbing) davranışının etkileri	16
2.3.3. Sosyotelizme (Phubbing) yönelik anti-sosyotelist yaklaşımlar	17
2.4. Kişilik	18
2.4.1. Kişilik kuramları.....	20
2.4.2. Büyük beşli / beş faktör (big five) kişilik modeli.....	23
2.5. Sosyal Bağlılık.....	25
2.5.1. Sosyal bağlılığın avantajları.....	27
2.6. Boş Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Kullanımı, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Sosyotelizm (Phubbing), Kişilik ve Sosyal Bağlılık Kavramları Arasındaki İlişkiler	28
2.6.1. Boş zaman ve sosyal medya ilişkisine açıklık getiren araştırmalar ...	28
2.6.2. Gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar	31

2.6.3.	Gelişmeleri kaçırma korkusu ve kişilik özellikleri ilişkisine açıklık getiren araştırmalar	34
2.6.4.	Gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal bağlılık ilişkisine açıklık getiren araştırmalar	35
2.6.5.	Sosyotelizm (Phubbing) ve sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar	36
2.6.6.	Sosyotelizm (Phubbing) ve gelişmeleri kaçırma korkusu ilişkisine açıklık getiren araştırmalar	38
2.6.7.	Sosyotelizm (Phubbing) ve kişilik özellikleri ilişkisine açıklık getiren araştırmalar	39
2.6.8.	Sosyotelizm (Phubbing) ve sosyal bağlılık ilişkisine açıklık getiren araştırmalar	40
2.6.9.	Kişilik ve sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar	41
2.6.10.	Kişilik özellikleri ve sosyal bağlılık ilişkisine açıklık getiren araştırmalar	42
2.6.11.	Sosyal bağlılık ve sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar	43
3.	YÖNTEM	44
3.1.	Araştırma Modeli	44
3.2.	Evren ve Örneklem	45
3.3.	Veri Toplama Araçları	45
3.3.1.	Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği (GKKÖ)	46
3.3.2.	Sosyotelizm (Phubbing) ölçeği	46
3.3.3.	On-maddeli kişilik ölçeği (OMKÖ)	46
3.3.4.	Sosyal bağlılık ölçeği (SBÖ)	47
3.3.5.	Kişisel bilgi formu	47
3.4.	Verilerin Analizi	47
4.	BULGULAR	48
4.1.	Demografik Özellikler	48
4.2.	Bağımsız Değişkenlerin Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Üzerine Olan Etkilerinin İncelenmesi	49
4.2.1.	Bireylerin GKK düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması	50
4.2.2.	Bireylerin GKK düzeylerinin yaş değişkenine göre karşılaştırılması	50
4.2.3.	Bireylerin GKK düzeylerinin medeni durum değişkenine göre karşılaştırılması	51
4.2.4.	Bireylerin GKK düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre karşılaştırılması	51

4.2.5. Bireylerin GKK düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre karşılaştırılması	53
4.2.6. Bireylerin GKK düzeylerinin meslek değişkenine göre karşılaştırılması	54
4.2.7. Bireylerin GKK düzeylerinin iletişim aracı değişkenine göre karşılaştırılması	54
4.2.8. Bireylerin GKK düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre karşılaştırılması	55
4.2.9. Bireylerin GKK düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre karşılaştırılması.....	57
4.3. Bağımsız Değişkenlerin Sosyotelizm (Phubbing) Üzerine Olan Etkilerinin İncelenmesi.....	59
4.3.1. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması	59
4.3.2. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin yaş değişkenine göre karşılaştırılması	59
4.3.3. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin medeni durum değişkenine göre karşılaştırılması	61
4.3.4. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre karşılaştırılması	61
4.3.5. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin meslek değişkenine göre karşılaştırılması	63
4.3.6. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre karşılaştırılması	64
4.3.7. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin iletişim aracı değişkenine göre karşılaştırılması	66
4.3.8. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre karşılaştırılması	67
4.3.9. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre karşılaştırılması.....	68
4.4. Bağımsız Değişkenlerin Sosyal Bağlılık Üzerine Olan Etkilerinin İncelenmesi.....	70
4.4.1. Bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması	70
4.4.2. Bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin yaş değişkenine göre karşılaştırılması	71
4.4.3. Bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin medeni durum değişkenine göre karşılaştırılması	71

4.4.4. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre karşılaştırılması	72
4.4.5. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre karşılaştırılması	73
4.4.6. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin meslek değişkenine göre karşılaştırılması	73
4.4.7. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin iletişim aracı değişkenine göre karşılaştırılması	74
4.4.8. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre karşılaştırılması	75
4.4.9. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre karşılaştırılması	75
4.5. Araştırmadaki Modellerin Test Edilmesine İlişkin Bulgular	76
4.5.1. Veri seti uygunluğu.....	76
4.5.2. Yapısal modellere ilişkin uyum indeksleri	78
4.5.3. Yapısal eşitlik modellerine ilişkin yol analizi.....	80
5. TARTIŞMA VE SONUÇ	83
5.1. Öneriler	91

EKLER

ÖZGEÇMİŞ

TABLolar/ÇİZELGELER DİZİNİ

Tablo 4.1.1. Araştırmadaki katılımcılara ait demografik özellikler.....	48
Tablo 4.2.1. Bireylerin cinsiyet değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları.....	50
Tablo 4.2.2. Bireylerin yaş değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	50
Tablo 4.2.3. Bireylerin medeni durum değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları.....	51
Tablo 4.2.4. Bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları.....	51
Tablo 4.2.4. 1. Bireylerin fomo düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası yapılan Post-Hoc tukey testi sonuçları.....	52
Tablo 4.2.5. Bireylerin eğitim durumu değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	53
Tablo 4.2.6. Bireylerin meslek değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	54
Tablo 4.2.7. Bireylerin iletişim aracı değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları.....	54
Tablo 4.2.8. Bireylerin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları.....	55
Tablo 4.2.8.1. Bireylerin GKK düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları.....	56
Tablo 4.2.9. Bireylerin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları.....	57
Tablo 4.2.9.1. Bireylerin fomo düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları.....	58
Tablo 4.3.1. Bireylerin cinsiyet değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları.....	59
Tablo 4.3.2. Bireylerin yaş değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	59
Tablo 4.3.3. Bireylerin medeni durum değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları.....	61
Tablo 4.3.4. Bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	61
Tablo 4.3.5. Bireylerin meslek değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	63
Tablo 4.3.6. Bireylerin eğitim durumu değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	64
Tablo 4.3.7. Bireylerin iletişim aracı değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	66

Tablo 4.3.8. Bireylerin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları	67
Tablo 4.3.9. Bireylerin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	68
Tablo 4.4.1. Bireylerin cinsiyet değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları.....	70
Tablo 4.4.2. Bireylerin yaş değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	71
Tablo 4.4.3. Bireylerin medeni durum değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları.....	71
Tablo 4.4.4. Bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	72
Tablo 4.4.5. Bireylerin eğitim durumu değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	73
Tablo 4.4.6. Bireylerin meslek değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	73
Tablo 4.4.7. Bireylerin iletişim aracı değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	74
Tablo 4.4.8. Bireylerin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	75
Tablo 4.4.9. Bireylerin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları.....	75
Tablo 4.5.2. Yapısal modellere ilişkin uyum indeksleri	77

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4.5.3.1. Model 1'e ilişkin yol katsayıları ve t değerleri.....	80
Şekil 4.5.3.2. Model 2'ye ilişkin yol katsayıları ve t değerleri.....	81
Şekil 4.5.3.3. Model 3'e ilişkin yol katsayıları ve t değerleri.....	81
Şekil 4.5.3.4. Model 4'e ilişkin yol katsayıları ve t değerleri.....	82
Şekil 4.5.3.5. Model 5'e ilişkin yol katsayıları ve t değerleri.....	82

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

FoMO	: Fear of Missing Out
GKK	: Gelişmeleri Kaçırma Korkusu
GKKÖ	: Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği
OMKÖ	: On-Maddeli Kişilik Ölçeği
SBÖ	: Sosyal Bağlılık Ölçeği
χ^2	: Ki-kare değeri
df	: Serbestlik derecesi
N	: Veri sayısı
r	: Korelasyon kat sayısı
%	: Yüzde
AGFI	: Adjusted Goodness-of-Fit Index (Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi)
CFI	: Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)
GFI	: Goodness-Of-Fit Index (İyilik Uyum İndeksi)
NFI	: Normed Fit Index (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)
NNFI	: Non-Normed Fit Index (Normlaştırılmamış Uyum İndeksi)
RMSEA	: The Root Mean Square Error of Approximation (Yaklaşık Hataların Ortalama Kare Kökü)
SRMR	: Standardized Root Mean Square Residual (Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü)
MR	: Mean Rank

1. GİRİŞ

Son on yılda hızla teknolojinin gelişmesi ve yeni sosyal medya türlerinin ortaya çıkması kullanıcılara boş zamanlarında doyum sağlayacakları birçok seçenek sunmaktadır. Günümüzde çeşitli sosyal medya türleri (Facebook, Twitter, Instagram vb.) kullanıcıların sürekli etkileşimde kalarak birbirlerinin yarattıkları içeriklerden anında haberdar olabilmesini sağlayan, gün içerisinde deneyimledikleri yeni şeyleri diğer kullanıcılarla paylaşıp onlara tanıtabilmesine ve diğer kullanıcılarla bağlantıda kalmasını sağlayan bir platform olarak hizmet etmektedir. Bilgiye ulaşma isteği insan yaşamı için çeşitli platformlar aracılığıyla daha hızlı erişim, daha hızlı etkileşim ve iletişim gereksinimi duyulmasına sebep olmakta ve bu nedenle zamanla insanların ihtiyaç algısı ve mobil zevkleri boş zaman alışkanlıklarını değiştirmektedir. İnternet, sosyal ağlar ve akıllı telefonlar gibi modern teknolojiler insanlar arasındaki iletişimi, zaman ve mekân açısından kolaylaştırıcı bir unsurdur. Gelişen teknolojiler toplum açısından çok iyi bir fayda sağlar ancak aynı zamanda toplum olarak bizi olmak istemediğimiz bir şeye dönüştürmeye başlamaktadır.

Akıllı cihazların problemlili kullanımlarına bağlı olarak birçok fobiler ve psikolojik rahatsızlıklar ortaya çıkmaktadır. Bunlardan sosyal medya kullanıcılarının yaşadıkları sürekli takipte kalma ve güncelleme isteğiyle oluşan gelişmeleri kaçırma korkusu olarak adlandırılan FoMO, kişilerin boş zaman alışkanlıklarını değiştirmekte ve aşırı kullanıma sebep olan, iletişim sorunu yaratarak karşıdaki bireyi yok sayma, önemsememe şeklinde akıllı cihaz kullanma (sosyotelist) davranışlarına neden olmaktadır. Sosyal ortamdan ve sosyal iletişimden bu şekilde uzaklaşan bireylerin sosyal bağlılıklarının da etkileneceği varsayımından yola çıkılarak, araştırmanın bir amacının da gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyotelizm arasındaki ilişkinin belirlenmesi oluşturmaktadır.

Bireylerin boş zamanlarında kullandıkları sosyal medya ve sosyal ağlar, kullanılan bu platformun bireyler tarafından bir eğlence aracı olarak görülmesine sebep olmuştur. İnsanlar boş zaman aktivitelerini akıllı cihazlarla sınırlamakta ve bir tatmin aracı olarak görülen akıllı cihazlar aslında giderek kullanıcıların doyumsuzluk hissini artmasına ve sosyal ortamlarda etkileşimlerinin engellenmesine neden olmaya başlamıştır. Akıllı cihazların aşırı kullanımı ve başkalarında olumsuz duygular yaratması açısından etkilerinin bireylerin sosyal ortamdan dışlanma şeklinde olabileceği söylenebilmektedir. Bu araştırma gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan ve sosyotelizm davranışına sahip

sosyal medya kullanıcılarının, sosyal bağıllık üzerindeki etkilerinin neler olduğunun belirlenmesi amacı taşımaktadır.

Boş zamanlarında sosyal medya kullanan bireylerin sosyal çevreye uyum düzeylerinin yüksek olması bireyin çevresindeki yaşantıların olumsuz etkilerini doğrudan azaltmaktadır. İçe dönük ve dışa dönük kişilik özelliklerine sahip bireylerde yapılan araştırmalarda sosyal bağıllık üzerinde farklı etkilerinin olduğu söylenebilir. Boş zamanlarında sosyal medya kullanan bireylerin sosyal davranışlarında belirleyici olan kişilik özellikleri ile sosyal bağıllık arasındaki ilişkilerin incelenmesi diğer bir amacı oluşturmaktadır.

Boş zamanlarında sosyal medya kullanan bireylerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla, araştırmalarda yaygın bir şekilde kullanılan 1985'te Paul Costa ve Robert McCrae tarafından geliştirilmiş "5 Faktör Modeli"nden yararlanılmıştır. Araştırmayı, dışa dönüklük, yumuşak başlılık, sorumluluk, duygusal dengelilik (nevrotizm), ve deneyime açıklık olmak üzere beş temel kişilik özelliği açısından sosyal medya kullanıcılarının FoMO, sosyotelizm değişkenleri ile birlikte sosyal bağıllık üzerindeki etkisinin ve bu kavramların arasındaki ilişkilerin incelenmesi oluşturmaktadır. Özetle; bu araştırmanın amacı, sosyal medya kullanımı bağlamında gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotelizm, kişilik kavramları ve sosyal bağıllık düzeylerinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, boş zaman aktivitesi olarak bireylerin sosyal medya kullanımı bağlamında gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotelizm, kişilik ve sosyal bağıllık kavramlarının aralarındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

1.2. Problem Durumu

Tanımlanan amaç çerçevesinde aşağıdaki sorunlara cevap aranmaktadır;

1. Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeyleri nedir?
 - 1.1. GKK düzeyi demografik değişkenlere göre (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir düzeyi, meslek, kullanılan iletişim aracı, telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman, günlük sosyal medyada geçirilen süre) değişmekte midir?
2. Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeyleri nedir?

- 2.1. Sosyotelizm düzeyi demografik değişkenlere göre (cinsiyet, yaşı, medeni durum, eğitim durumu, gelir düzeyi, meslek, kullanılan iletişim aracı, telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman, günlük sosyal medyada geçirilen süre) değişmekte midir?
3. Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağlılık düzeyleri nedir?
 - 3.1. Sosyal bağlılık düzeyleri demografik değişkenlere göre (cinsiyet, yaşı, medeni durum, eğitim durumu, gelir düzeyi, meslek, kullanılan iletişim aracı, telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman, günlük sosyal medyada geçirilen süre) değişmekte midir?
4. Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK, sosyotelizm, sosyal bağlılık düzeyleri ve bunların alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Endüstrileşmenin 19. yy'dan sonra üretimin artmasını sağlaması ile birlikte teknoloji ve ekonomi alanında gelişim yaşanması toplumun yaşam standartları ve boş zaman değerlendirme faaliyetlerinde değişim yaşanmasını sağlamıştır. Bu değişimler bireylerin özgür ve refah bir yaşam isteği duymasına sebep olmakta ve dolayısıyla boş zamanlarının artmasını sağlamaktadır. Çalışma dışında kalan ve özgürce kullanabilen boş zamana sahip olan bireyler bu zamanlarını psikolojik açıdan rahatlama sağlamak, kişisel gelişim ve öznel iyi oluş haline ulaşmaları açısından kullanmak istemektedirler. Son 10 yılda yaşanan teknolojik gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda ise akıllı cihaz yoluyla internet, sosyal ağlar ve sosyal medya uygulamaları bireylerin günlük rutinlerine dahil olmaya başlamıştır. Bireylerin psikolojisine etki edecek şekilde ve bağımlılık oluşturabilecek şekilde akıllı cihaz kullanımı boş zaman faaliyetlerine katılımın azalmasına sebep olmaktadır. Gelişmeleri kaçırma korkusu ve özellikle Sosyotelizm (Phubbing) kavramına yönelik dünyada çok fazla çalışma yapılmasına rağmen Türkiye'de yapılan çalışmaların azlığı bu çalışmanın literatüre katkı sağlaması açısından önemli olmaktadır. Ayrıca sosyal medya kullanıcılarının kişilik özelliklerinin, sosyal medyayı kullanım sıklıkları ve biçimlerine yönelik değişiklik gösterebileceği ve sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusuna sahip olmanın ve sosyotelizm davranışı göstermenin kullanıcıların kişilik özellikleriyle ilişkili olabileceği ve sosyal bağlılık üzerinde etkisi olabileceği düşünülmektedir. Demografik özellikler açısından ise

kullanıcıların sosyal medya kullanım sürelerinin incelenmesinin toplumun tercihlerini ve yönelimlerini belirleme açısından önemli veri sağlayabileceği düşünülmüştür.

1.4. Hipotezler

H₁: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyotelizm düzeyleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₂: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin kişilik özelliklerinin gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₃: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal bağlılık düzeyleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₄: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin kişilik özelliklerinin sosyotelizm düzeyleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₅: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin sosyal bağlılık düzeyleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₆: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin kişilik özelliklerinin sosyal bağlılık düzeyleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₇: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerde sosyotelizm düzeylerinin kişilik özellikleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₈: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusunun kişilik özellikleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₉: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin kişilik özellikleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₁₀: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri üzerinde bir etkisi vardır.

H₁₁: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin cinsiyet değişkenine göre gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₁₂: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin yaş değişkenine göre gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₁₃: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin medeni durum değişkenine göre gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₁₄: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin meslek değişkenine göre gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₁₅: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin eğitim durumu değişkenine göre gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₁₆: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₁₇: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin iletişim aracı değişkenine göre gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₁₈: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin günlük telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₁₉: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin günlük sosyal medya süresi değişkenine göre gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₀: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin cinsiyet değişkenine göre sosyotelizm düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₁: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin yaş değişkenine göre sosyotelizm düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₂: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin medeni durum değişkenine göre sosyotelizm düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₃: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin meslek değişkenine göre sosyotelizm düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₄: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin eğitim durumu değişkenine göre sosyotelizm düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₅: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre sosyotelizm düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₆: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin iletişim aracı değişkenine göre sosyotelizm düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₇: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin günlük telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre sosyotelizm düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₈: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin günlük sosyal medya süresi değişkenine göre sosyotelizm düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂₉: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin cinsiyet değişkenine göre sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃₀: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin yaş değişkenine göre sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃₁: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin medeni durum değişkenine göre sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃₂: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin meslek değişkenine göre sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃₃: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin eğitim durumu değişkenine göre sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃₄: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃₅: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin iletişim aracı değişkenine göre sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃₆: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin günlük telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃₇: Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin günlük sosyal medya süresi değişkenine göre sosyal bağlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

1.5. Sayıtlar

- Araştırmada araştırma örnekleminin evreni en iyi şekilde temsil ettiği, online anketin uygulandığı örneklemin cevaplarının içtenlikle ve doğru bir şekilde olduğu düşünülmektedir.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada tanımlanan sınırlılıklar aşağıda maddeler halinde verilmiştir. Bunlar;

- Araştırma verileri 11 Ocak 2019 – 8 Mart 2019 tarihleri arasında toplanmıştır.
- Araştırmayla ilgili zaman sınırlaması olduğu için katılım gösteren bireylerin sosyal ağ ve yeni medya türleri tercihleri, kullanım biçimleri ve süreleri değişim gösterebilmektedir.
- Araştırmayla ilgili diğer bir kısıt ise evrenin tamamına ulaşmanın zor olmasıdır.
- Ölçüm araçları online olarak sosyal medya kullanıcılarına ulaştırılmıştır. Ölçeğin dağıtım şekli bu yöntemle sınırlıdır.
- Araştırmanın süresi yüksek lisans tez çalışması süreciyle sınırlıdır.

1.7. Tanımlar

Boş Zaman: İşten arta kalan, tüm görev ve zorunluluklardan muaf olunan zaman dilimidir (Torkildsen, 2005).

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu: Kullanıcıların durumlarını anlık olarak güncellediği sosyal medya uygulamalarının çok fazla kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Metin, Pehlivan ve Tarhan, 2017).

Sosyotelizm: Kişilerarası iletişim halindeyken bir tarafın telefon ile görüşme yapması veya bir mesaj yazmak için konuşmayı kesmesi, beraberken karşısındaki bireyin varlığını yok sayması, görüşmeyi kesintiye uğratması gibi sürekli akıllı telefonla uğraşma şeklinde gerçekleşen davranışlardır (David ve Roberts, 2017).

Kişilik: Bireyin diğer insanlardan ayırt edilmesini sağlayan tüm özelliklerini içinde barındıran kendine özgü bir sistem (Karabulut, 1989) olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal Bağlılık: İçsel bir aidiyet duygusunu yansıtır ve bireyin sosyal çevresiyle olan ilişkilerinde ne kadar yakın hissettiğinin öznel farkındalığı olarak tanımlanmaktadır (Lee ve Robbins, 1998).

2. ALANYAZIN

2.1. Boş Zaman

Toplumsal hayatımızda günlük yaşamı düzenleyici bir işlevi olan ve her insan için eşit ancak herkesin aynı şekilde değerlendiremediği zaman, kişiden kişiye tanımının değiştiği göreceli bir kavramdır. İnsanoğlunun doğası gereği fizyolojik, psikolojik ve sosyal gereksinimlerini karşılarken geriye kalan boş zamanını ne şekilde değerlendireceği

önem taşımaktadır. Etimolojik olarak boş zaman kavramı; İngilizce karşılığı olan “Leisure”, Latince “izinli olmak” ya da “özgür olmak” anlamına gelen “Licere”, Fransızca da boş zaman anlamına gelen “Loisir” kelimesinden türetilmiştir (McLean, Hurd ve Rogers, 2008; Torkildsen, 1999; Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2003). “Leisure”ın Türkçede boş zaman ve serbest zaman olarak kullanımları mevcuttur. “Serbest zaman” ifadesini tercih edenlerin zamanın boş olmayacağı düşüncesinden yola çıkarak bu tanımlamayı yaptıkları sonucuna varılabilir. Gerçekte Farsça bir sözcük olan “serbest” sözcüğü “başı bağlı olmak” anlamını taşımaktadır. Buna bağlı olarak serbest zaman, iş-çalışma dışı ayrılmış bir zaman yerine düzenlenmiş, programlanmış bir zaman olarak söylenebilir. Serbest sözcüğünün özgün karşıtının “serbaz” sözcüğü olduğu ifade edilmiştir. Bu nedenle Türkçede eş anlamlısı olan sözcükler “boş” ve “başıboş” sözcüklerini karşılayabilmektedir. İş-çalışma dışı zamanın ifade edilmesinde kullanılan “Serbest zaman” yerine “Boş zaman” kavramının kullanılmasının sözlük ve etimoloji açısından daha uygun olacağı görüşü belirtilmektedir (Doğan, 2002). Boş zaman anlamına gelen bu kelimeler, işten arta kalan, tüm görev ve zorunluluklardan muaf olunan zaman dilimini anlatmaktadır (Torkildsen, 2005). Bu bağlamda, boş zaman kavramı literatürde birçok araştırmacı tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Boş zaman kelimesinin çeşitli düşünceler, imgeler ve kavramlar çağrıştırdığını düşünen Parr ve Lashua (2004)’ya göre boş zaman hermenötiği tamamen akademik bir çalışma olarak görülmektedir. Boş zaman kavramının alternatif tanımları olarak; “kişinin çalışma dışı faaliyetler için kullandığı zaman aralığı olup, serbest zamanın bir parçası” (Demir ve Demir, 2007), bireyin ruh hali olarak (Mannell ve Kleiber, 1997), hür bir şekilde kullanabildiği zaman dilimi (Tezcan, 1977), varoluşumuz için gerekli olan biyolojik ihtiyaçların ve yapılması gereken şeylerden geriye kalan özgür olduğumuz zaman (Veal, 1992), bireyin tamamen kendi yargıları ve tercihlerine göre kullandığı, zorlama duyguların asgari düzeyde olması gerektiği zaman (Brightbill, 1960’dan aktaran Veal, 1992) olarak tanımlanmaktadır. Boş zaman kavramını tanımlarken objektif ve subjektif değerlendirmeler yapılabileceğini öne süren Cotte (1998), boş zamanı objektif açıdan zaman, etkinlikler ve belirli bir yer olarak; subjektif açıdan ise katılımcının psikolojik deneyimi olarak tanımlamaktadır. Boş zaman objektif açıdan tanımlandığında operaya gitmek bir boş zaman olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte boş zaman subjektif açıdan değerlendirilecek olursa, eğer katılımcı operaya gitmek için sosyal bir baskı altında kalarak, bu deneyimden herhangi bir zevk beklemeksizin katılım göstermiş ise

operaya gitmek için ayırdığı zaman boş zaman olarak değerlendirilmemelidir. Subjektif açıdan boş zaman olabilmesi için bireyin ruh hali ile ilişkili olarak psikolojik deneyim kazanması, rahatlama ve mutlu olması gibi psikolojik sonuçlara gereksinim duyulmaktadır (Cotte, 1998). Boş zaman kavramı, normatif yaklaşımda geleneksel olarak bireylerin boş zamanlarında yaptığı etkinlikler olarak ifade edilmektedir (Parr ve Lashua, 2004). Aytaç (2002)'a göre ise boş zaman iş-çalışma ile ilişkili görülmekte ve çalışmadan arta kalan, kişinin özgür iradesiyle kullanacağı, bağlayıcılık ve zorunluluktan uzak olan, tasarrufta bulunabileceği bir zaman dilimi olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanım olarak boş zaman, bireylerin zorunlulukları dışında kalan, kişide yenilenme ve rahatlama sağlayan, haz veren güçlere ulaşabilme kapasitesi olarak açıklanabilir (Karaküçük, 1997). Daha geniş bir perspektiften ele alındığında boş zaman, bireylerin boş zamanlarında üstlendikleri deneyimler dizisi olarak (Argan, 2007) ifade edilmektedir.

2.1.1. Boş zamanın tarihsel gelişimi

Geçmişten günümüze kadar olan süreç içerisinde olumlu ya da olumsuz bakış açılarıyla araştırma konusu olan boş zaman kavramının tarihsel gelişimi dönemden döneme değişiklik göstermektedir. Karaküçük (1997)'e göre boş zaman kelimesi, sanayi devriminden sonra makineleşmenin sonucunda çalışan insanların daha fazla boş zamana sahip olmaları ile ortaya çıkmıştır. Eski dönemlerde insanlar bir macera özelliği taşıyan avcılıkla hem yaşamsal ihtiyaçlarını karşılar hem de boş zaman faaliyetlerinin niteliği gereği güç ve yeteneklerini sergilerlerdi. İnsanların avlanma ve korunma zamanları dışında kalan dönem olarak kabul edilebilen boş zaman, ilkel dönemde çeşitli ritüeller ile değerlendirilen ve bu eylemlerin boş zamanda gerçekleştirilen aktiviteler olduğu (Argan, 2007) ifade edilmektedir. Boş zaman tarihinde “Altın Çağ” olarak adlandırılan M.Ö. 500 yıllarında Antik Yunan'da boş zamanın bir kişisel ve sosyal gelişim fırsatı olarak görüldüğü dönem olarak ifade edilmektedir (Torkildsen, 1992; Munusturlar, 2016). Antik Yunan'da boş zaman bir şey yapılmayan zaman değil tam tersine ruhun arındırılması, derin düşünömsellik yüklü bir zaman olarak, iyilik, güzellik, hakikat ve bilgi gibi dünyanın üstün değerleriyle uğraşmak, bunlar üzerine düşünmek, estetik hazlar, tatminler ve beğeni oluşturma zamanı olarak değerlendirilmektedir (Aytaç, 2002). M.Ö. 27 ile M.S. 395 yılları arasında Antik Roma döneminde, Antik Yunan'ın boş zaman algısının aksine boş zaman sınıfsal bir hak olarak görölmemiştir. Bu dönemde sosyal bir statü ve yaşam biçimini ifade etmeyen boş zaman, işe geri dönmek için dinlenmek, yenilenmek ve iyileşmek için gereken, üretken faaliyetlerden sonraki zaman dilimi olarak

ifade edilmiştir. Boş zamanın işin bir tamamlayıcısı olarak görülmesi modern dönem ile ilgili bir kavramdır (Juniu, 2000). M.S. 400 ile M.S. 1000 yılları arasında Orta Çağ, “Karanlık Çağ” olarak anılmaktadır. Yunan felsefesinin aksine boş zaman, işten yoksunluk ve katılmak istenilen faaliyeti seçme özgürlüğünü ifade etmektedir. Bu dönemde asaletin bir işareti haline gelen boş zaman, gösteriş, lüks, haz ve israfa dönüşmüştür (Juniu, 2000). Aynı zamanda kilise, dinsel temelli olan sınırlı boş zaman deneyimlerini kabul ederken aylıklığı şeytani bir eylem olarak değerlendirmiş ve iş-çalışmayı kutsallaştırmıştır (Torkildsen, 2005). Joseph Pieper’in görüşüne göre Orta Çağ’ı etkileyen kilise, kişilerin günlük ihtiyaçlarını karşılayan aktiviteleri “vita activa”, akıl ve ruh ile Tanrıya yönelik yapılan aktiviteleri “vita contemplativa” olarak ayırmakta ve dolayısıyla iş ile boş zaman kavramlarını yeniden tanımlamaktadır (Hunnicut, 2006’dan aktaran Bahadır, 2016). M.S. 1350’de Rönesans akımının başlamasıyla dans, sanat, müzik, atletizm, tiyatro gibi boş zaman faaliyetlerinin yeniden ortaya çıkmasına neden olmuştur. Daha sonra 1500’lerde Protestanlık Reformları tarafından boş zaman aktiviteleri tekrar yasaklanmıştır (Karaküçük, 1997). 18. yüzyılın sonlarında oluşan Sanayi Devrimi döneminde ise çalışmaya çok fazla önem verilmiştir. Bireylerin daha verimli çalışmak ile kişisel ve toplumsal kalkınmayı sağlayabilecekleri ve böylelikle refah elde edebilecekleri düşüncesiyle haftalık 70 saat üzerinde çalışmaya zaman ayrılmıştır (Karaküçük, 1997). Makinelerin endüstriyel üretimle birlikte merkezi rol üstlenmeleri, çalışma saatlerinin azalıp, boş zamanın artmasını sağlamıştır. Teknolojik gelişmeler ve üretim artışı ile birlikte boş zamanın artışı bir gelişim göstermiş ve bu durum çalışma saatlerinin kısaltılmasını da beraberinde getirmiştir (Osmanlı ve Kaya, 2014). Bu bağlamda günümüzde boş zaman, temel bir insan hakkı olarak değerlendirilmekte ve yasalarla da desteklenmektedir (Ulubey, 2010).

2.1.2. Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımı

Günümüzde yeni teknolojilerin ortaya çıkması boş zaman alışkanlıklarında ve katılımında farklılıklara neden olmuştur. Bu farklılıklar boş zaman alışkanlıklarında gerçek ortamlardan sanal ortamlara doğru bir değişim meydana getirmiştir. Kırık ve Altun (2018)’a göre boş zamanlarını değerlendirmek için insanlar eğlencenin farklı yollarına yönelmekte ve bu yönelimlerin temel noktasında heyecan ve haz arayışı, sinir ve stresten arınma, sosyal ilişkilerde kaynaşma ve yardımlaşma isteği ve boş zamanların değerlendirilmesi gibi çeşitli ihtiyaç ve istekler yer almaktadır. İnsanların kendini gerçekleştirme ve özgürleşebilmesi için, yaşamın zorunluluklarının dışında kalan boş

zamanlarını günümüzde yeni medya teknolojileri doldurmaktadır. Geçmişte boş zamanlarını televizyon karşısında geçiren insanlar günümüzde hala televizyon izliyor olsalar da şimdilerde seçeneklerin çoğalmasıyla birlikte internet, akıllı telefonlar veya sosyal medya platformları yaşamın bir parçası haline gelmiştir (Taşçı ve Ekiz, 2018). Sosyal medya, günlük hayatta ilişkisel ve etkileşimsel olarak yapılan faaliyetlerin çoğunun sanal ortama aktarıldığı, kendine özgü arkadaşlıkları, ritüelleri, boş zaman etkinlikleri ve gündemi olan iletişim ortamları (Arklan ve Akdağ, 2016) olarak ifade edilmektedir. Hayatlarımıza dahil olan bilgisayarlar laptoplara, laptoplar tabletlere, telefonlar cep telefonlarına ve cep telefonları da akıllı telefonlara yavaş yavaş yerlerini bırakmışlardır. Bu araçların herbiri hala kullanılırken zaman ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak daha yeni modellerinin hayatlarımıza girmesiyle, bu araçların kullanım şekillerinde ve sıklıklarında farklılıklar yaşandığı söylenmektedir. Kısaca ifade edilecek olursa, teknolojik araçlarda yaşanan “eskime” bu araçların ortadan kaybolması yerine kendini güncellemesiyle yerini bir “yenileşmeye” bırakmaktadır (Yengin, 2016). Birçok boş zaman faaliyetinde teknoloji, alışılmışın üstünde etki yaratmıştır (Güngörmüş, 2007). İnternete erişim açısından bilgisayarların yerini akıllı telefonlar en yaygın cihaz olarak ele geçirmiştir (http-1). Bu yeni teknolojiler kullanıcılar tarafından oyunlar, çevrimiçi eğitim, alışveriş, buluşma, blog yazma ve daha pek çok eğlenceli aktivite sunan bir bilgi ve eğlence kaynağı olarak kullanılmaktadır. Bu tür etkinliklerin yapıldığı zaman dilimi genellikle “çevrimiçi boş zaman”, “siber boş zaman”, “sanal boş zaman” veya basitçe “elektronik boş zaman” olarak tanımlanmaktadır (Nimrod ve Adoni, 2012).

Boş zaman kavramı, aktif veya nispeten pasif olarak katılım gösterilen günlük ihtiyaçlar için gerekli olmayan bir takım faaliyetlerde bulunma fırsatı (Neumeyer ve Neumeyer, 1958’den aktaran Veal, 1992) olarak tanımlanmaktadır. Argan (2007)’a göre boş zaman etkinlikleri, kişilerin eğlenme, dinlenme, yenilenme ve kendini gerçekleştirme gibi zorunluluk içermeyen ama kişiler için çok önemli olan ihtiyaçlar olarak görülmektedir. Yusifoğlu (2017)’na göre hemen hemen herkesin elinde bulunan akıllı telefonlar yoğun bir şekilde kullanılmakta ve böylelikle boş zaman aktivitelerinin çoğu akıllı telefonlara sıkıştırılmaktadır. Boş zaman değerlendirme aktivitesi olarak sosyal medya platformlarının ücretsiz ve basit bir şekilde kullanımı ile gençler, kişilerarası iletişim ve bazı sebeplerin neden olduğu anksiyete, korku, öfke ve yalnızlık gibi negatif duygulardan arınma amacıyla ve sosyal statü beklentilerinden uzaklaşabilmek için sosyal medyayı bir kaçış olarak düşünmektedir. Sosyal medya, yan yana olmadan iletişim

kurulmasına olanak sağlaması ile birlikte yalnızlık duygusunu “rehabilitate” edebildiği gibi aynı zamanda olumsuz şekilde de etkileyebilmektedir (Erbaş, 2019). Sonuç olarak, sosyal medya platformları, boş zamanı değerlendirme aktivitesi olarak kullanılmaya başlanmış ve eğlence kültürünün uygulama alanı haline gelmiştir (Kırık ve Altun, 2018).

2.2. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (Fear of Missing Out)

Günümüzde yaygın olarak bilinen internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı ya da dijital oyun bağımlılığı gibi bağımlılıkların yanı sıra yeni tanımlanmaya başlayan internetsiz kalma korkusu (netlessphobia), smombie (telefon zombisi), nomofobi (mobil cihazlara erişimi olmadığında endişe ve panik yaşama hali) ve gelişmeleri kaçırma korkusu (Fear of Missing Out-FoMO) dijitalleşen dünyanın getirdiği bozukluklar olarak ortaya çıkmıştır (Eşitti, 2015; Gökler vd., 2016; Kaplan-Akıllı ve Gezgin, 2016; Yengin, 2016). Dünyada Fear of Missing Out (FoMO) olarak adlandırılan bireylerin sanal dünya ile ilişkisi ve sürekli güncelleme davranışları, Türkçeye de “Gelişmeleri Kaçırma Korkusu” (GKK) olarak çevrilerek sosyal medyanın yaygın kullanımı ile ilgili bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Gökler vd., 2016; Hato, 2013; Przybylski vd., 2013). Bireylerin sürekli başkalarının hayatları ve ne yaptıklarıyla ilgilenmesi de yeni bir bağımlılık türü olan GKK’yi ortaya çıkarmaktadır (Przybylski vd., 2013; Dossey, 2014). GKK kavramını Hogan (2015), “Genellikle bir sosyal medya sitesinde yapılan bildirimler ile tetiklenen ve o sırada heyecanlı ya da ilginç bir gelişmenin/olayın başka bir yerlerde oluyor olabileceği ile ilgili duyulan kaygı” şeklinde tanımlamıştır (http-8). Diğer bir tanım olarak GKK, sosyal medyada bireyin yapamadığı şeylere diğer insanların sahip olmasından ve kişinin istediği şeyleri başkalarının deneyimlemesinden korkması (http-2), bu durumun da kişide huzursuzluk yaratması sonucunda oluşan kaygı sorunu (Eşitti, 2015) ve çeşitli deneyimlerden habersiz kalıp kaçırma yani bir tür endişe (Wang vd., 2018) olarak tanımlanmaktadır. Metin, Pehlivan ve Tarhan (2017)’a göre gelişmeleri kaçırma korkusu, kullanıcıların durumlarını anlık olarak güncellediği sosyal medya uygulamalarının çok fazla kullanılması olarak tanımlanmaktadır. Bu durum bireylerin obsesif bir şekilde akıllı mobil cihazlarını sürekli açık tutmasına ve düzenli olarak kontrol etmesine sebep olmaktadır (Przybylski, vd., 2013). Ayrıca sosyal medyada boş zamanlarını harcayan bireylerin telefon ile harcadıkları zaman kısıtlandığında kendilerini yalnız hissetmeleri (Dossey, 2014), endişe, kaybolmuşluk hissi ve duygusal değişimler yaşamaları telefon bağımlılığı ile gelişmeleri kaçırma korkusu ilişkisini ortaya çıkarmaktadır (Bianchi ve Phillips, 2005). Gelişmeleri kaçırma korkusu kavramını Przybylski vd. (2013) ve Alt

(2015) ise bireyde oluşan diğer insanların deneyimledikleri aktivitelerin kendi deneyimlerinden daha tatmin edici olması düşüncesinden, diğerlerinin ilginç tecrübelerine yönelik bilgi sahibi olmadığında oluşan korku ile birlikte sürekli çevrimiçi kalıp diğer insanları takip etme isteğinin güçlü olması olarak ifade etmektedirler. Liftiah, Dahriyanto ve Tresnawati (2016)'ye göre bireylerin sosyal medya ve dış dünyadaki diğer insanlarla bağlantıları kesildiğinde bu durum asabiyete ve korkuya neden olur. Gelişmeleri kaçırma korkusu ayrıca televizyon veya radyo gibi geleneksel bilgi kanallarına erişememe korkusuyla ilgili davranışları da içermektedir (Conlin, Billings ve Averset, 2016).

2.2.1. Gelişmeleri kaçırma korkusunun olumlu ve olumsuz etkileri

Bulunmaz (2013)'a göre sosyal ağ sitelerinin çok fazla ilgi görmesinin temelinde genellikle aktif bir katılımın söz konusu olması, çift yönlü bilgi akışının sağlanması ve eş zamanlı geribildirim alınması, kullanıcıların kendini özgür ve güvende hissetmesi, alışveriş yapabilmesi (Hoşgör vd., 2017) gibi avantajlar yer almaktadır. Toprak vd. (2009)'ne göre ayrıca sosyal ağlar, kullanıcıların kişisel oluşturduğu profilleri ile tanınırlık ve statülerini yükseltmek için kullandıkları bir aracı olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya platformlarında her kullanıcı kendi içeriklerinin yaratıcısı durumundadır. Sosyal ağlarda paylaşım yapma çılgınlığı yaşayan kullanıcıların mottosu “Her an her yerde paylaşmak” şeklinde özetlenmektedir (Erdem, 2010). Goffman (2009)'a göre ise sosyal medya uygulamalarını genel olarak kendi hayatlarında mutlu hissetmeyen bireyler kendilerini tatmin edebildikleri bir alan olarak kullanmaktadırlar. Kitle iletişim araçlarının kullanıcılara karşılıklı bilgi alışverişi sağlaması, zaman ve mekân gibi kısıtlamaları ortadan kaldırması, eğlence ve boş zaman geçirme amaçlı kullanılması (Akçay, 2011), kişilerin boş zamanlarında streslerini atma yolu olarak kullanılması (Keser Özcan ve Buzlu, 2005), ayrıca kolay ve ucuz bir yol sunması güçlü etkileri arasında sayılmaktadır (Hazar, 2011).

Sosyal medya kullanımının toplumu endişelendiren bir boyuta dönüşmesinin önemli bir etken olarak cep telefonları, tabletler ve iş yerinde her çalışanın kolayca internete ulaşabilmesi görülmektedir (Şahin ve Yağcı, 2017). Sosyal medyanın insanların hayatlarında temel ihtiyaç haline gelmesi, aşırı ve kontrolsüz bir şekilde kullanımı ile birlikte çeşitli psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıkların ortaya çıkmasını da beraberinde getirmiştir. Aktif olarak akıllı cihaz kullanımının problemleri şeklinde olmasının depresyon, sosyal izolasyon, yalnızlık, aile ilişkilerinde bozulmaya (Talan, Korkmaz ve Gezer,

2016), yaşam beklentisi ve aktivitelere katılımının azalmasına (Lepp vd., 2013), stres düzeyinde artışa (Lee vd., 2014), uyku ve dikkat problemlerine (Ahuja ve Kumari, 2009) yol açtığı gözlenmektedir. Sosyal medyanın sunduğu yenilikler, kolaylıklar ve teknik alt yapı kullanıcıların problemleri kullanımlarına neden olarak günlük programlarının önemli bir bölümünü kapsamakta dolayısıyla bağımlılığa yol açabilmektedir (Aktan, 2018). Griffiths (2003)' e göre heyecan verici etkileri olan her şey bağımlılık yapabilmektedir.

2.2.2. Psikolojik ihtiyaçlar perspektifinden gelişmeleri kaçırma korkusu

Sosyalleşmek ve birlikte hoş vakit geçirmek için bir araya gelen insanlar yaptıkları her aktiviteyi, deneyimlerini fırsat buldukça ve sürekli ortamda mobil cihazlar ile paylaşım yapma zorunluluğu hissetmeye başlamışlardır. Bunun sonucunda bireylerin alışkanlıklarının değişmesine, boş zaman ve eğlence gibi kavramlara değişik bakış açılarıyla bakmalarına sebep olmuştur. Katz, Blumler ve Gurevich (1974) tarafından geliştirilen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı açısından kişilerin sosyal ağları ve sosyal medyayı neden kullandıklarını anlamak ve kullanımdan elde edilen doyumların ortaya çıkarılması açısından kavramsal temellerden biridir (Ayhan ve Balcı, 2009). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre kullanıcılar duydukları ihtiyaçlara sosyal ağlar aracılığı ile ulaşabilmektedirler. Baltaretu ve Balaban (2010)'a göre sosyal medya kullanılarak ulaşılabilecek ihtiyaçlar; bilişsel ihtiyaçlar (merak duygusu, kendini geliştirme, çevresini kontrol etme), duygusal ihtiyaçlar (kaçış, rahatlama, dinlenme), sosyal birleştirici/bütünleştirici ihtiyaçlar (sosyal etkileşim, gelişmeleri takip etme ve gelişmeler hakkında sohbet etme), alışkanlıklar (süreklilik sağlanması, güvende hissetmek vb.) olabilmektedir. Günümüzde kişilerin gereksinimlerinin doyuma ulaşabilmesi sosyal medya ve sosyal ağlar vasıtasıyla olmaktadır (Alikılıç, Gülay ve Binbir, 2013). Her an her yerde iletişim içinde olma isteğinin bir "ihtiyaç" olarak görülmesine neden olan internet, kişileri sürekli ağa bağlı olma ve çevrimiçi konumda olma arzusuyla birleştirmektedir (Erdem, 2010).

Hazar (2011)'a göre bağımlılık konusunda önemli olan şey bireylerin huzursuzluktan kaçınma yönelimli olmasıdır. Örneğin, bir kullanıcı kaçış ihtiyacı duyuyorsa, bu ihtiyacı spesifik medya araçları ile tatmin edici bir şekilde doyurabilir (Quan-Haase ve Young, 2010). Gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan bireylerde sosyal medyada sürekli olarak güncelleme ve sayfa yenileme ihtiyacı, yapılan paylaşımların beğeni almaması halinde kendini kötü hissetme ve sosyal medyada çevrimiçi olunmayan durumlarda artan huzursuzluk ve sinirlilik hali gibi belirtiler görülmektedir (Sağbaş, Ballı

ve Şen, 2016). Bu süreç sonucunda edinilen korku “Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi”, “Dışlanma Teorisi” ve “Sosyal Karşılaştırmalar Teorisi” gibi çeşitli teorilere dayandığı öne sürülmektedir (Argan vd., 2018; Argan ve Tokay-Argan, 2018). Bu endişeye sahip olan bireyler genellikle diğer insanların deneyimlerinin kalitesinin, yaşam standartlarının kendilerinden çok daha iyi olduğunu düşünmektedirler (Aydın, 2018). Bu bağlamda Maslow (1943)’a göre insanlar hiyerarşik bir şekilde organize edilmiş ihtiyaçlara sahiptir. Daha düşük seviyedeki ihtiyaçlar karşılandıktan sonra, daha yüksek dereceli ihtiyaçlar ortaya çıkar, bu yüksek dereceli ihtiyaçlar arasında sevgi, şefkat ve ait olma ihtiyacı bulunmaktadır (Maslow, 1943). Bu doğal ihtiyaçlar, belirli ihtiyaçların uygun şekilde karşılanmaması sonucunda yaşanan hayal kırıklığı nedeniyle ortaya çıktığı açıklandığı için gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilişkili olabilmektedir (Przybylski vd., 2013). Özgüven ihtiyacı kişinin kendini değerlendirmesi ile ilgili olup, sevgi, şefkat ve ait olma ihtiyacını izlemektedir. Değerlendirme süreci diğer insanlardan alınan onay sayısına bağlı olmakta ve bu ihtiyacın karşılanması kişide güven artışına neden olmaktadır. Bununla birlikte, eğer bu ihtiyaç karşılanmaz ise memnuniyetsizlik artmaktadır (Maslow, 1943). Ella Jood (2017) bireylerin bu ihtiyaçları karşılanmadığında gelişmeleri kaçırma korkusu ile edinilen hoşnutsuzluk nedeniyle ortaya çıkabileceğini öne sürmektedir. Bu nedenle temel psikolojik ihtiyaçların karşılanmasının, refahı artırabileceği ve psikolojik hastalıkları, sapkın davranışları azaltabileceği öngörülmektedir (Van Lange, Kruglanski ve Higgins, 2012).

2.3. Sosyotelizm (Phubbing)

Sosyal medya kullanımının dijital platformda yaygınlaşması ve akıllı telefon bağımlılığı gibi bağımlılıklar ile birlikte sosyal ilişkilerimizde değişiklikler yaşamamızı sağlayan ve çağın fenomeni olarak görülen Phubbing adı verilen yeni bir sosyal problem ortaya çıkmıştır. Bu problem durumu akıllı cihazların genel yapısı itibarıyla birçok bağımlılık ile kesişmektedir (Karadağ vd., 2015). Karadağ vd. (2015) yaptıkları çalışma ile birlikte Phubbing sözcüğünü Türkçe literatüre “Sosyotelizm” olarak çevirmişler, Sosyotelizm davranışını sergileyen kişilere ise “Sosyotelist” (phubber) olarak adlandırmışlardır. Phubbing; yazarlar, reklamcılar ve sözlük bilimcilerden oluşan büyük bir ekibin Sydney Üniversitesi’nde yaptığı bir güncelleme toplantısında bulunmuştur. Bu sözcük, Macquarie Dictionary tarafından yapılan bir kampanyada sosyal ortamlarda artan akıllı telefon suistimali sorununu temsil etmesi amacı üzerine ([http-3](http://3)), McCann reklam ajansının Melbourne ofisinde çalışan ekipte herkesin onayı ile telefon (Phone) ve

önemsememek/yok saymak (Snubbing) kelimelerinin birleşiminden türetilmiş bir sözcüktür. McCann ajansı tarafından oluşturulan “Stop Phubbing” kampanyası tarafından popülerleştirilmiştir (Angeluci ve Huang, 2015; Karadağ vd., 2015; Uğur ve Koç, 2015a; http-3).

2.3.1. Sosyotelizm (Phubbing) kavramının tanımı

Sosyotelizm (Phubbing); başkalarıyla iletişim halindeyken akıllı telefonuyla etkileşime giren bireyin, kişilerarası iletişimden kaçınması, karşısındaki kişiyi akıllı cihazına göz atmak için görmezden gelmesi ve bu hareketi devam ettirmesi olarak tanımlanmaktadır (Karadağ vd., 2016; Metsiritrakul vd., 2016; Uğur ve Koç, 2015a). Ayrıca sosyotelizm yüz yüze sosyal etkileşimlerde kişinin telefonu kullanma pratiği olarak (Vanden Abeele, Antheunis ve Schouten, 2016), fiziksel olarak mevcut biri yerine telefonuyla etkileşime girmeyi tercih ettiği bir durum (Hubbert, 2016), sosyal bir ortamda karşısındaki kişiyi telefonunu kullanarak yok sayması, küçümsemesi ve susturması eylemi (http-3, http-4) şeklinde tanımlanmaktadır. David ve Roberts (2017)’e göre sosyotelizm (phubbing) kişilerarası iletişim halindeyken birden bir tarafın telefon ile görüşme yapması veya bir mesaj yazmak için konuşmayı kesmesi, beraberken karşısındaki bireyin varlığını yok sayması, görüşmeyi kesintiye uğratması gibi sürekli akıllı telefonla uğraşma şeklinde davranışlarla gerçekleşmektedir. Sosyal ortamlarda bir ya da daha fazla kişinin birbirleriyle değil de akıllı telefon ile ilgilenmesi ve karşısındaki kişi yerine akıllı telefonları aracılığıyla başkaları ile etkileşime girmeleri şeklinde günlük hayatımızda giderek daha yaygın hale gelmektedir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016; Katz ve Aakhus, 2002).

2.3.2. Sosyotelizm (Phubbing) davranışının etkileri

Artan akıllı telefon sayısı ile birlikte, sadece onları kullanmanın belirgin faydaları değil, nomofobi (mobil telefon yoksunluğu korkusu) biçiminde bağımlılık, FoMO (gelişmeleri kaçırma korkusu), akıllı telefon bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı gibi bağımlılıkları içeren yan etkileri de tartışılmalıdır (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016; Baron ve Campbell, 2012). Chen (2005)’den aktaran Cao vd. (2018)’nin dediği gibi, “Her şey gibi, internet kültürü güzel ve kötü iki ucu keskin kılıç gibidir”. Sosyal etkileşimlerini geliştirmek için insanların akıllı telefonları günlük yaşamlarıyla bütünleştirmeleri, onları her zaman başkalarıyla iletişim için uygun kılarken, diğer zamanlarda fiziksel olarak konuştukları insanları görmezden gelerek onlarla birlikte olan ilişkilerini de baltalamakta

(David ve Roberts 2017; Geser, 2004) ve iletişim kurma şekillerini etkilemektedir (Uğur ve Koç, 2015b). Rothwell (2010)' e göre göz temasının kesilmesi genel olarak kaba veya dikkatsizlik olarak algılanmakta kişiler arasındaki mesafeyi ve ilgisizliği ifade etmektedir. Pendergrass (2017)'a göre akıllı telefonlar, tabletler ve diğer mobil cihazlar söz konusu olduğunda, yetişkinlerin çoğu, çocuklar gibi davranma (göz alıcı oyuncaklarını sürekli göz önünde bulundurma) eğilimine sahip olmaya başlamışlardır. Dolayısıyla bu durumda insanlar yüz yüze konuşmak yerine metin yoluyla iletişim kurmayı tercih etmesine sebep olmaktadır (Uğur ve Koç, 2015b). Sosyotelist olmayan bireyler ise kendisinin yerine akıllı telefona yönlendirilen bakışları olumsuz olarak algılamaktadırlar (Nazir ve Pişkin, 2016). Sosyal bir toplulukta çevrenizdeki bireylerle göz teması ya da etkileşim kurmak yerine telefona bakarak, kişinin sosyal medyada yakalanması (Uğur ve Koç, 2015a) şeklinde diğer insanları görmezden gelmesi de karşı taraf açısından kaba algılanan bir davranış olabilmektedir. Vainio (2015)'ya göre tercih edilen teknoloji aracılı ilişkilerimizin bir başka belirtisi, bazı insanların bilerek isteyerek müzik dinlemesi ve kulaklıkların arkasına saklanarak gerçek dünyadan gelen bütün uyarılara karşı kendini kapatması şeklinde olabilmektedir.

Aynı anda bireylerin hem sosyal bir ortamda sosyalleşmeyi istemesi, hem de başka bireylerle akıllı cihazlar aracılığıyla temas kurmayı istemesi o ortamda fiziksel olarak bulunduğunu ancak zihinsel olarak o ortamdaki yok olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla iletişimin gerçekleştiği fiziksel ve sanal dünyanın birleşmesine yol açmaktadır (Plant, 2001). Dourish (2001), sosyal davranışların yalnızca insanların değil, aynı zamanda içindeki nesnelere de katkıda bulunduğu bir ortamda gerçekleştiğini belirtmektedir. Örneğin, gazete pasiftir ve kişisel değildir, ancak sosyal medya oldukça kişiseldir, dikkatimizi çekmeye çalışmakta ve çoğunlukla uzak bağlantılar kurulmasına olanak sağlamaktadır. Vainio (2015)'ya göre ise gazete ve sosyal medyada okumanın farkı, uzak bağlantıların kullanıcıyı “dijital” dünyayı “gerçek” dünyadan “zihinsel olarak ayırması” yani sosyotelizmin gazete okumak gibi ortak bir şeye katılmaktan farklı olduğunu çünkü sizi kopardığını ve zihinsel olarak başka bir yere sürüklediğini öne sürmektedir. Sosyotelizm davranışı, sosyal olarak diğer insanlarla etkileşime girildiğinde çatışmalara neden olabilir ve endişeli, bağımlı davranışları destekleyebilmektedir (Angeluci, 2016).

2.3.3. Sosyotelizme (Phubbing) yönelik anti-sosyotelist yaklaşımlar

Yaşanan tüm olumsuzluklar içinde sosyotelizm davranışı ile mücadele çağrısı yapan sanal platformlar ortaya çıkmaktadır. Metsiritrakul vd. (2016) yaptıkları bir

çalışmada, yaratıcı ve etkileşimli bir kurulum olan “UP2U” sistemini geliştirdiler. Kamuya açık alanlara yerleştirdikleri monitörler aracılığıyla sosyotelizm davranışını durdurup, farkındalık yaratma ve kişilerarası iletişime teşvik etme konusunda olumlu etkiler elde edilmiştir. Nieves (2014)’e göre fikirlerden biri bir yere toplanan insanların telefonlarının tümünü bir yerde toplaması ve telefonuna ilk dokunan insanların faturalarını ödediği bir oyun olan “Phublotto”dur. Sosyotelist insanlara maruz kalmış ve bir cihaz yüzünden dinlenmemiş ve bu muameleden bıkan insanlar için iyi bir fikir olarak kabul edilebilir. Bir diğer anti-sosyotelist hareket ShaoKan Pi (2014) tarafından geliştirilen “Forest” adında mobil bir uygulamadır. Bu uygulamada ilk olarak sanal bahçenize bir ağaç tohumu dikmeniz gerekiyor. Ağacı diktiğiniz an telefondaki tüm uygulamalardan çıkmanız gerekmekte çünkü ağaç büyürken herhangi bir uygulamaya girerseniz diktiğiniz ağacın büyümesi duruyor hatta uzun süreli kullanımlarda ağaç ölüyor. Bu uygulama akıllı telefon bağımlıları için geliştirilmiş ve yaşamlarında neyin daha önemli olduğuna odaklanmalarına yardımcı olmak amacıyla geliştirilmiştir (Metsiritrakul vd., 2016). Sonuç olarak, Metsiritrakul vd. (2016) bu tür anti sosyotelist yaklaşımların sosyotelizm davranışı hakkında farkındalık yaratması adına bireylerin telefonları ile etkileşim kurmak yerine diğer insanlarla ve daha fazla kişilerarası iletişime teşvik aşamasında olumlu etkileri olabileceğini ifade etmişlerdir.

2.4. Kişilik

Sosyal medya bireylerin profil oluşturdukları, imaj yarattıkları, kişilerarası anlık iletişime ve bilgi alışverişine ortam sağlayan, birçok fonksiyona sahip olan özelliğiyle geniş kitlelere hitap etmektedir. Göker vd. (2010)’ne göre sosyal paylaşım ağları, bireylerin gerçek hayatlarında sosyal olarak etkileşimde oldukları çevreleri ile aralarında olan mekânsal sınırlılıkları aşip sanal dünyaya taşımaktadır. Sosyal medya üzerinden fotoğraf, video, hikâye paylaşmak, durum güncellemesi yapmak, gruplara üye olmak ve paylaşımlara yorum yazmak kullanıcıların kişilikleri ile ilgili zevkleri, beğenileri, hayat tarzları ve sosyal çevreleri hakkında oldukça fazla bilgi vermektedir (Karaca ve Mutlu, 2019). Sosyal medya platformlarında kullanıcılar sırf beğenilme arzuları ve takdir edilmek için hiç yapamadıkları aktiviteleri sürekli yapıyormuş gibi paylaşımlar yaparak ya da hiç okumadıkları kitapların fotoğraflarını bir fincan kahve ile paylaşarak kendilerini istedikleri imaja sokmaktadırlar (Karaca ve Mutlu, 2019). Zhao vd. (2008)’ne göre çevrimiçi oluşturulan bedensiz kimlikler, bireylerin beğenmedikleri fiziksel özelliklerini gizlemelerine fırsat verirken, bunun yanı sıra anonimlik yönü ise bireylerin yeni bir

biyografi ve kişilik oluşturmalarına olanak sunmaktadır. Başka bir deyişle, bedensiz ve anonim çevrimiçi ortam, insanların yeni kimliklerin üretilmesi yoluyla kendilerini yeniden keşfetmelerini mümkün kılmaktadır.

Kişilik kelimesinin kökeni, Latince’de kişi anlamına gelen “persona” kelimesinden gelmektedir. Persona kelimesinin asıl anlamı Latin dilinde, eski Roma dönemindeki tiyatro oyuncularının kendi rollerine uygun yüzlerine taktıkları maske olarak adlandırılmaktadır. Oyuncuların kullandığı maskeler, onların canlandırdıkları karakterin kişiliğini temsil etmektedir. Oyuncuların büründükleri role uygun maske takmalarının sebebi sahne ile izleyicilerin arasındaki mesafenin fazla olması ve dolayısıyla oyuncunun yüz ve mimiklerinin görülememesidir. Sonuç olarak, persona kavramıyla kişilerarası farklılıklar anlatılmak istenmiştir (Yanbastı, 1990; Eroğlu, 1996).

Kişilik kavramı psikolojide geniş ve önemli bir yer almaktadır. Kişilik özellikleri bireyin biricik ve benzersiz bir varlık olmasını sağlamaktadır. Kişilik kelimesi günlük dilde çok yaygın kullanılıyor olmasına rağmen, bugün kişiliğin tanımı üzerine uzlaşa sağlanan doyurucu bir tanımının olmadığı söylenebilir. Ancak literatüre bakıldığında kişilik terimini tanımlamaya yönelik oldukça fazla tanım karşımıza çıkmaktadır (Ateş, 2009). Yelboğa (2006)’ya göre kişilik, bireylerin düşünme ve davranış biçimlerini etkileyen etkenlerin kendine has görüntüsüdür. Diğer bir tanımda ise bireyin diğer insanlardan ayırt edilmesini sağlayan tüm özelliklerini içinde barındıran kendine özgü bir sistem ve ayrıca sosyal yaşantılardaki farklılıkları, tutumları, yaşam şekillerini ve hislerini ortaya koyan bir sistem olarak (Karabulut, 1989) tanımlanmaktadır. Cüceloğlu (2010) ise kişilik kavramını “bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer bireylerden ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki biçimi” şeklinde tanımlamaktadır. Yelboğa (2006)’ya göre kişilik, sürekli olan içsel ve dışsal uyaranların etkisi altındadır ve kişilerin güdülerini, isteklerini, duygularını, alışkanlıklarını ve tüm davranışlarını içine almaktadır. Bir diğer tanıma göre kişilik, bir kişiyi nesnel (objektif) ve öznel (subjektif) yanlarıyla başkalarından farklı olmasını sağlayan duygu, düşünce ve davranış özelliklerinin tümü (Cömert ve Durmaz, 2006; Köknel, 1985) ve insanları farklı hareket tarzına yönlendiren özelliklerin toplamı (Koç, 2015) olarak tanımlanmaktadır. Erdoğan (1991) ise kişiliği, bireylerin bedensel ve zihinsel özelliklerinde görülen farklılıklar ve farklılıkların bireyin düşüncelerine ve davranışlarına yansıma şekli olarak tanımlamaktadır. Şöyle ki, bireylerin konuşma tarzları ve ses tonu, ilgi alanları, dış görünüşleri vb. gibi çok fazla özelliği kişilikleri hakkında bize bilgi vermektedir (Baymur, 1994). Kişilik kavramının

bir insanın dış görünüşünü, konuşma üslubu, bakış açıları, alışkanlıkları, ilgi alanları, sahip olduğu yetenekler ve sosyal yaşantısında çevresiyle uyumunu barındırmakta olduğu söylenebilmektedir. Kişilik, insanların geçmiş deneyimleri ile özel uyumunu ve şu anki toplumsal ve fiziksel çevresini değerlendirmesini sağlamakta ve sonuç olarak sosyal çevre ve kişiler arasında bir uyum oluşturmaktadır (Onur, 2000). Karakter, huy ve mizaç kavramları kişilik kavramı ile yakından ilişkilidir ancak aralarında anlam yönünden ince farklılıklar bulunmaktadır. Kişilik kavramı ise diğer kavramları kapsayan bir anlama sahip olup (Beyazyüz ve Göka, 2012), çok boyutlu soyut bir kavramdır (Akto, 2011). Sonuç olarak kişilik, kişilerin davranış biçimlerinde belirleyici olan nispeten sabit özellikler bütünü (Horzum, Ayas ve Padır, 2017) ve insan davranışlarına yön veren istikrarlı ve en önemli özelliklerden biri (McCrae ve Costa, 1990'dan akt; Eroğlu, 1996) olarak tanımlanmaktadır.

2.4.1. Kişilik kuramları

Kişilik kavramını anlamak üzerine ortaya konulan yaklaşımların tümü bir kuramla başlamaktadır ve her yaklaşım değişik bir noktayı temel alarak davranışlardaki bireysel farklılıkları açıklamaya çalışmaktadır (Burger, 2006). Yaraman (2003)'a göre kişilik konusu ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalar, insanların günlük yaşamında belirleyici olan duygu ve düşünceleri ile gözlemlenebilir davranışlarındaki düzeni ortaya çıkarmak ve bunları açıklamak ayrıca kişilerin duygu, düşünceleri ve davranışları üzerinde tahminde bulunmaya olanak sağlamaktadır. Bu nedenle bilinen ve bilinmeyen tüm yönleri ile bireylerin kişiliklerinin birçok özelliğe sahip olduğu ve insan kişiliğinin komplike ve çok yönlü bir yapıya sahip olduğu söylenebilmektedir. Bütün kuramların konusu insanı anlamaya yönelik olup, varmak istedikleri nokta da bilinmeyenleri çözmek ve yarar sağlayan (pragmatik), pratik sonuçlar edinilmesi (Yanbastı, 1990) ve ayrıca edinilen yeni olgu, görüş ve bilgilerin anlamlı bir bütün haline getirilerek araştırmacıların teşvik edilmesi açısından (Girgin, 2007) önem taşımaktadır. Kişilik kuramlarının alanyazında genellenmiş bir şekilde dörde ayrıldığı görülmektedir. Bunlar psikanalitik kuram, sosyal bilişsel kuram, insancıl kuram ve özellik kuramıdır.

2.4.1.1. Psikanalitik kuram

Sigmund Freud tarafından öne sürülen psikanalitik kuram, 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında genişleme ve yayılma imkânı bulmuş ve kişilik kuramları içerisinde en çok bilinen kuram olmaktadır. Freud, insan ve insanların normal-anormal

davranışlarının anlaşılması üzerine önemli çalışmalar yapmıştır. Topografik model olarak adlandırılan kavramsal yapıda kişilik; bilinç, bilinç öncesi ve bilinç dışı olmak üzere üç farkındalık düzeyinden oluşmaktadır (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008). Bilinç; beden içinde ya da dış dünyadan gelen algıları fark edebilen zihin bölgesidir. Düşünce süreçlerini, heyecansal durumları, bedensel algıları da kapsamaktadır (Geçtan, 1988). Bireylerin herhangi bir anda farkında oldukları tüm duyum ve deneyimlerin bulunduğu düzeydir (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008). Bilinç öncesi; o an farkında olunmayan ancak dikkatin zorlanmasıyla ya da kendiliğinden bilince gelerek hatırlanabilen her türlü anı ya da bilginin bulunduğu (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008) zihinsel olay ve süreçleri içeren, gerçeklik ile ilgili sorunları çözümlenmeye çalışmak gibi gelişmiş düşünce biçimlerinin barındığı bunun yanı sıra düş kurma gibi ilkel süreçlerin de bulunduğu (Geçtan, 1988) düzey olarak tanımlanmaktadır. Son olarak bilinç dışı; ruhsal yapının en derininde olan farkında olunmayan ancak duygu ve davranışlarımızın çoğunu yönlendiren bir etkiye sahip olan dürtü ve güdülerden oluşmaktadır (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008). Bu açıdan topografik kişilik kuramında bulunan üç düzeyden bilinç dışı, normal bilinç süreleriyle ulaşılması en zor olan kısım olduğu söylenebilir. Freud daha sonra kişiliğin id, ego ve süperego olmak üzere üç temel yapıdan oluştuğunu belirterek “Yapısal Model” olarak adlandırdığı bir yapı üzerinden kişilik kuramını incelemiştir. İd, kalıtımsal olarak gelen, içgüdüleri de kapsayan ve doğuştan var olan psikolojik gizil güçlerin tümü ve kişiliğin temel sistemidir. Ruhsal enerji kaynağı olan id, diğer iki sistemin çalışması için gerekli olan gücü de sağlar. Freud, id için “gerçek ruhsal varlık” demiştir. Çünkü id, nesnel gerçeklerden bağımsız ve öznel bir yaşantı dünyasıdır (Geçtan, 1988). İd, zevk ilkesine göre işlemektedir ve hiç geciktirilmeden (şu anda) bütün isteklerin yerine getirilmesini beklemektedir. Özet olarak “Şu anda arzu ve şehvetimin giderilmesi gerekir, bir dakika bile bekleyemem” diyen bir birimdir. İd’in itmeleri bilinçaltı dürtüleridir, çünkü birey bu dürtülerin etkisinin çoğu kez farkında değildir (Cüceloğlu, 2010). Ego; akılcı ve pratiktir. İd’i denetimi altında tutmaya çabalayan kişilik birimidir. İd, “hemen, şimdi istiyorum” derken, ego, “koşullar uygunsa sana istediğini verebilirim” demektedir. Ego çoğu kez id ile çelişki halinde olsa da, esas görevinin id’in arzu ve dürtülerini mümkün olduğu kadar yerine getirmek olduğunu bilir ve hep o yönde çalışır (Cüceloğlu, 2010). Geçtan (1988)’ a göre kişiliğin yürütme organı olan ego, birçok işlevi yerine getirirken, bir yandan da id’in, süperegonun ve dış dünyanın birbiriyle çatışma durumunda olan istekleri arasında bir uzlaşma yolu bulmakla da yükümlüdür.

Özetle, ego, id'in arzularının ifade edilmesini ve doyurulmasını sağlamaktadır (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008). Süperego, kişiliğin en son gelişen sistemidir. İd'den gelen dürtüleri bastırmak ve kusursuz olmaya çabalamak gibi başlıca görevleri vardır (Geçtan, 1988). Bireylerin davranışlarını sürekli süzgeçten geçirerek "bu yaptığın doğru, aferin sana" ya da "bu yaptığın yanlış, utan kendinden" mesajlarını verir (Cüceloğlu, 2010). Zel (2001)'e göre süperego kişilerin davranışlarını, eğilimlerini, duygu ve düşüncelerini kontrol altına alır ve toplumda bireylerin ne yapması gerektiği konusunda belirleyici olmaktadır. Sonuç olarak, çok geniş anlamda id, kişiliğin biyolojik yönünü, ego psikolojik ve süperego toplumsal yönlerini oluşturur denilebilir (Geçtan, 1988).

2.4.1.2. Sosyal bilişsel kuram

Sosyal bilişsel kurama göre insanlar sosyal sistemin hem ürünü hem de üreticisidir ve kendi yaşamlarının doğası, niteliği üzerine düşünme kapasiteleri vardır. Genel olarak sosyal bilişsel kuramın birkaç varsayım üzerine kurulduğu görülmektedir. Bu varsayımlardan ilki, kişilerin farklı durumlarda farklı davranışları öğrenme üzerinde bir esneklik sahibi olduğu varsayımdır. Bu nedenle insanoğlunun, diğer insanların davranışlarını gözlemleyerek dolaylı öğrenme yapabileceği düşünülmektedir. Diğer varsayım ise davranışlar, çevre ve kişisel faktörler arasındaki karşılıklı belirleyicilik modeli ile ilgilidir. Karşılıklı belirleyicilik modeli, bireylerin kendi yaşamlarını düzenleme kapasitesine sahip olmalarını sağlamaktadır. Bu düzenleme kapasitesi sayesinde kişiler olaylara ilişkin beklentiler geliştirebilmekte, yeni düşünceler üretebilmekte ve o anki deneyimlerini değerlendirmeye yönelik içsel standartlar geliştirebilmektedir (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008). Sosyal bilişsel kuramın dayandığı bir diğer varsayım bireylerin kendi davranışlarını ve yaşamlarını hem içsel hem de dışsal faktörler aracılığıyla düzenleyebiliyor olmasıdır (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2016).

2.4.1.3. İnsancıl kuram

Hümanist kuram, insanın bireysel yaşam kalitesi ve iç mutluluğuna önem verir ve ayrıca bireylerin geçmiş deneyimleri yerine o günkü deneyim ve düşünceleriyle ilgilenmektedir (Onur, 2018). Kuramın öncüleri; Abraham Maslow (1908-1970), Carl Rogers (1902-1987) ve Erich Fromm (1900-1980)'dir. Adler'in kişinin en iyiye ulaşmak için sürekli çabaladığı görüşü bu kuramın temelini oluşturmaktadır (Morris, 2002). İnsancıl yaklaşım, kişilerin kendi eylemlerinden büyük oranda sorumlu olduğunu

varsaymaktadır. Bu yaklaşıma göre olaylara karşı otomatik gösterilen tepkiler ve bilinçaltı dürtüler tarafından güdülenme yaşansa da kişiler her an kendi yazgılarını belirleme ve eylemlerine karar verme gücüne sahiptirler ve herkesin iradesi özgürdür (Burger, 2006). Bu yaklaşımı diğer kuramlardan ayıran özellik, insan doğası ile ilgili olumlu bakış açısı, insana ve insan iradesine saygı duyulması (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2016) ve kişilerin özgür iradesine inanılarak, kim olduğundan ve nasıl davrandığından kişinin sorumlu tutulmasıdır (Ateş, 2009).

2.4.1.4. Özellik Kuramı

1921’de Gordon Allport tarafından özellik kuramı ile ilgili bilinen ilk çalışma yapılmıştır (Burger, 2006). Allport 1937’de yayınladığı “Kişilik” kitabında kişiliğin tanımını “bireyin kendine özgü düşünce ve davranışını belirleyen psiko-fiziksel sistemlerin dinamik organizasyonları” şeklinde yapmıştır (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008). Burger (2006)’a göre Allport, sinir sistemimizdeki fiziksel özelliklerden kaynaklanan ayırıcı özelliklerimizin olduğunu, bilim adamları tarafından bir gün nörolojik yapıları incelenmesiyle insanların kişilik özelliklerini belirleyebileceği düzeyde bir teknolojiyi geliştireceğini öne sürmüştür. Kişiliğin özellikleri ve kişilik yapısı konusunda araştırma yapan özellik yaklaşımı kuramcılarının göre, bireyin kişiliği temel özelliklerinin bir sentezidir; bu özellikler bilinirse, bireyin özelliği de öğrenilmiş olur (Cüceloğlu, 2010). Özellik kuramı kişilerin sahip olduğu kişilik özelliklerinin değişmez olduğunu ve bu özelliklerin kararlılık gösterdiğini kabul etmektedir (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008). Ayırıcı özellik yaklaşımı, bir bireyin belirli bir kişilik özelliğini ne ölçüde taşıdığına bağlı olarak kişiyi sınıflandıran bir kişilik boyutu olup, bireylerin sahip olduğu kişilik özellikleri arasında karşılaştırma yapma olanağı sağlamaktadır (Burger, 2006).

2.4.2. Büyük beşli / beş faktör (big five) kişilik modeli

Günümüzde kişilik özelliklerini sınıflandırmada kullanılan ve kişilik ile ilgili temel boyutları belirlemeye yönelik ortaya atılan birçok görüşün beş faktör kişilik modeli çerçevesinde toplandığı görülmektedir (Bacanlı vd., 2009; Goldberg, 1990). Burger (2006)’da bu görüşe benzer şekilde “pek çok kaynaktan elde edilen kanıtlar, kişiliğimizi oluşturan özelliklerin birçoğunun, beş temel kişilik boyutu üzerinde toplanabileceğine işaret eder” demiştir. Beş faktör kişilik modeli, 1985’te Paul Costa ve Robert McCrae tarafından geliştirilmiş ve bu model evrensel olan kişilik özelliklerinin hiyerarşik bir

sınıflandırması şeklinde ifade edilmektedir (McCrae ve Costa, 2006). Literatürde kabul edilen Beş Büyük Kişilik Modeli ya da Büyük Beşli (Big Five)'nin öncüleri olarak Norman (1963) ve Goldberg (1981) kabul edilmektedir (Friedman ve Schustack, 1999). Beş faktör kişilik modeli en çok bilinen kişilik özelliklerini kapsamakta ve insan kişiliğini oluşturan temel yapıyı temsil etmektedir (Bachrach vd., 2012). Sevi (2009)'ye göre model, bireysel farklılıkların dünyadaki bütün dillerde kodlanabileceği, konuşma diline sözcükler halinde yansıtacağı ve bu sözcüklerden yola çıkarak insanın kişilik yapısını kapsayacak bir sınıflandırmanın olabileceği temel varsayımına dayanmaktadır. Beş faktör kişilik modeli; dışa dönüklük, yumuşak başlılık, sorumluluk, deneyime açıklık ve nevrozizm olarak beş alt faktörde toplanmıştır. Bu beş faktörün özellikleri aşağıdaki gibi açıklanabilir:

Dışa Dönüklük (Extraversion), beş faktör kişilik modelinin ilk faktörü olup, pozitif duygular ile karakterize edilmektedir (Kalmus vd., 2011). Dışa dönük bireyler çevrelerindeki uyarıcıların çok fazla olmasından hoşnut olurlar ve genellikle sosyal, girişken, sıcakkanlı, insanlarla bir arada olmayı seven, neşeli ve duygusal durumları iyimser olmaya yatkın olmaktadır (Howard ve Howard, 1998), içe dönük, yalnızlığı tercih etme durumlarının az olduğu (Yelboğa, 2006) söylenmektedir. Dışa dönük bireylerin sosyalleşmek isteyen, işbirliğini seven (Benet-Martinez ve John, 1998) kısaca dış dünyaya açık kişiler (Soysal, 2008) olduğu ifade edilebilir. İçe dönük bireylerin yalnızlıktan hoşlanan, çekingen ve ilişkilerinde mesafeli insanlar (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008), bu faktörün tam tersi olan kavramın ise içe dönüklük olduğu söylenebilir.

Yumuşak Başlılık (Agreeableness), modelin ikinci faktörüdür. Bu faktörde uyumlu bireyler, başkalarıyla birlikte çalışmayı seven, kibar, hoşgörülü, güven verici, yumuşak kalpli (Soysal, 2008); bağışlayıcı ve çok yönlü (Barrick ve Mount, 1991); başkalarına güvenmeye, başkalarının ihtiyaçlarını benimsemeye yatkın olma (Kalmus vd., 2011) gibi özelliklere sahiptirler. Uyumluluk düzeyleri düşük olan bireyler ise işbirlikçi olmak yerine rakip olmayı tercih eden ve şüpheli kişilerdir (Burger, 2006).

Sorumluluk (Conscientiousness), bu modelin bir diğer faktörüdür. Planlı ve programlı olma, sorumluluk bilinci taşıma, dikkatli olma gibi özellikler bu faktörün içinde yer almaktadır (Soysal, 2008). Bu faktör düzeyi yüksek olan bireyler sistemli, azimli, başarıya yönelimli, hırslı ve titiz olma gibi özelliklere sahiptir. Sorumluluk

düzeyleri düşük olan bireylerde ise aksine plansızlık, kolay dikkat dağınıklığı, erteleme davranışları ve düzensiz olma gibi özellikler görülmektedir (Yelboğa, 2006).

Deneyime Açıklık (Openness to Experience), beş faktör kişilik modelinde bazı araştırmacılar bu faktörü zekâ, kimisi kültür kimisi de deneyime açıklık olarak ele almakta ve bu faktör, üzerinde en az görüş birliğine varılan boyut olmaktadır (Başer, 2014). Deneyime açıklık faktörüne ait tanımlayıcı özellikler arasında insanlarla çabuk kaynaşan, sosyal, kültürlü ve meraklı olma (Soysal, 2008); analitik, yaratıcı, geleneksel olmayan, açık fikirli, değişikliği seven, hayal gücü yüksek ve geniş ilgi alanına sahip olma (Somer vd., 2002) gibi özellikler yer almaktadır. Bu faktör düzeyi düşük olan insanlar davranışta geleneksel ve görünüm açısından muhafazakâr olma eğiliminde, yüksek olan insanlar ise otoriteyi sorgulamaya istekli, sosyal ve politik fikirlere yönelimi olan ve geleneksel olmayan, hem olumlu hem de olumsuz duyguları daha net bir şekilde yaşayan insanlar olarak tanımlanmaktadır (Rorthman ve Coetzer, 2003). Ek olarak, deneyime açık bireyler tutucu olmama özelliğine sahipken (Chamorro-Premuzic, 2007'den aktaran Çivitci ve Arıcıoğlu, 2012) deneyime kapalı olan bireyler sığ görüşlü, basit ve sade olarak ifade edilmektedir (Friedman ve Schustack, 1999).

Nevrotizm (Neuroticism), kişinin kendine güven derecesi, sinirli olup olmaması, sıkılgan, endişeli, yetersiz, çekingen, gergin, kötümser ve duygusal olması gibi özellikler bu faktörün içinde yer almaktadır (Soysal, 2008; Thoms vd., 1996). Nevrotiklik düzeyi yüksek olan bireyler duygusal, kendine güvenmeyen, kaygılı olan ve depresyon, kızgınlık gibi olumsuz durumları yaşatmaya yatkın olan kimseler olarak tanımlanabilir (Bitlisli vd., 2013). Nevrotiklik düzeyi düşük yani duygusal dengeli olan bireylerde ise sakin ve hallerinden hoşnutluk (Friedman ve Schustack, 1999), rahat, duygusal anlamda aşırılık göstermeyen (Yazgan İnanç ve Yerlikaya, 2008) gibi kişilik özellikleri görülmektedir.

2.5. Sosyal Bağlılık

İnsanlar başkalarıyla sürekli olarak sosyal bağlar kurma eğilimindedirler ve aidiyet arayışı temel bir insan ihtiyacı olarak görülmektedir (Baumeister ve Leary, 1995; Lee ve Robbins, 1995; Maslow, 1970). Günümüzde hızla yayılan sosyal medya platformlarının aktif bir şekilde kullanımı, çeşitliliği ve kullanım kolaylığıyla birlikte haberleşme aracı olarak değil daha çok eğlence, eylem, sosyallik, ifade etme gibi iletişim olanakları sağlamıştır (Olçay, 2018). Karaboğa (2018)'ya göre dijitalleşme ve gelişen iletişim teknolojileri, bireylerin ve toplumların iletişimlerine, sosyal ilişkilerine, sosyalleşme alanlarına, yaşam şekillerine etki ederek onları değiştirip dönüştürmeye başlamıştır.

Teknolojinin ortaya çıkardığı yan etkilerle birlikte gelişen olumsuzluklar, yüz yüze sosyalleşmeyi geri plana atmaya başlamıştır (Olcay, 2018).

Sosyal bağlılık kavramı, içsel bir aidiyet duygusunu yansıtır ve bireyin sosyal çevresiyle olan ilişkilerinde ne kadar yakın hissettiğinin öznel farkındalığı olarak tanımlanmaktadır (Lee ve Robbins, 1998). Diğer tanımlara göre ise sosyal bağlılık kavramı, kişilerarası ilişkilerde başkalarıyla temas ve ilişkide olma deneyimi (de Jong Gierveld vd., 2016), pek çok sosyal deneyimi, ilişkisel ağları, akran ve aile ilişkilerini, bireye sosyal hayata ait olma duygusu veren anlamlı ilişkilere dönüştürme becerisi (Moore, 2006), bireyin kendisini toplum ile ilişkili anlamlı bir parçası olarak hissedebilmesi (Duru, 2007), daha geniş bir bütünün parçası olarak öz benlik duygusunun bir bölümü olarak (Karcher, 2001), kişinin sosyal çevreye entegrasyonu ve sonuçta ortaya çıkan ilişkisel ağlardan oluşan doluluk deneyimi (Timpone, 1998) ve aidiyet duygusunun gelişiminin son aşaması (Lee ve Robbins, 1998) olarak ifade edilmektedir. Bir başka ifadeyle bu tanımlardan yola çıkılarak sosyal bağlılık kavramı ile ilgili bireylerin çeşitli sosyal ilişkilerinin bir parçası olma ve bu ilişkilerden alınan karşılıklı değerleri anlama yeteneği olduğu söylenebilmektedir. Van Baren vd. (2004) sosyal bağlılığın “devam eden sosyal ilişkiler ile irtibatla kalma hissi ile ilişkilendirilen olumlu bir duygusal değerlendirme” olduğunu belirtmişlerdir (Van Baren vd., 2004’ten aktaran Diep vd., 2018). Lee ve Robbins (1995)’e göre sosyal bağlılık, kişilerin kendini rahat hissetme, kendine güvenme ve ailelerden veya arkadaşlardan daha geniş bir sosyal çevrede olma yeteneğini ifade etmektedir. Townsedn ve McWhirter (2005) ise sosyal bağlılık kavramının yapısının insan ilişkilerinin hem genişliğini (miktarını) hem de derinliğini (kalitesini) yansıttığını vurgulamaktadırlar. Birçok değişken tanımın olması sosyal bağlılık kavramının çok boyutlu bir yapı olduğunu göstermektedir (Lyda, 2008).

Bir gruba, sosyal ilişkiler kurulan bir yere ait olma ya da bağlılık hissetme ihtiyacı temel bir psikolojik ihtiyaçtır (Lee ve Robbins, 1995; Schlachet, 2000) ve ait olmak insan motivasyonunun temelini oluşturmaktadır (Anderson, Chen ve Carter, 2000). Ait olma duygusu, sosyal bağlılığın ve ilişkilerin önemli bir bileşeni (Hill, 2006) olarak ifade edilmektedir. Çoğu insan için, yaşamda bir aidiyet eksikliği olması, ilişkileri yeniden değerlendirmek, arkadaşlıkları onarmak, yeni sosyal bağlar aramak ve sosyal aktivitelere katılmakla aşılabilecek geçici ve tatsız bir yaşam deneyimi (Lee, Draper ve Lee, 2001) olarak görülmektedir.

Abraham Maslow tarafından bireylerin kendini gerçekleştirme süreçlerinde gereksinim duyabileceği şeyler ihtiyaçlar hiyerarşisi denilen bir piramit şeklinde basamaklandırılmıştır (Maslow, 1943; 1954). İhtiyaçlar hiyerarşisi, motivasyonel bir kuramdır ve beş basamaktan oluşmaktadır. Bu hiyerarşinin önemi, en alt seviyede yaşanan herhangi bir eksiklik veya problem durumunda olan ihtiyaçlar karşılanmadan kişinin bir üst seviyedeki ihtiyaçlara çıkmasını engellemektedir (Seker, 2014). Maslow (1943)'un ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidine göre en alt ve birinci basamakta en temel olan (hayatta kalma) fizyolojik ihtiyaçlar (beslenme ihtiyacı, uyku, barınma vb.) bulunmaktadır. İkinci basamakta emniyette olma, fiziksel-psikolojik çatışmalardan uzak bir şekilde yaşama ihtiyacını içeren güvenlik ihtiyacı bulunmaktadır. Hiyerarşinin üçüncü ve ortasında olan ait olma ve sevgi ihtiyacı, bireylerin sosyal çevrelerinin bir parçası haline gelebilmesi için alt seviyelerdeki gereksinimlerin giderilmesinden sonra ortaya çıkmaktadır. Ait olma ve sevgi ihtiyacı Maslow'un geliştirdiği bu hiyerarşide, kişilerin güvende ve kendilerini bir gruba ait hissetmeleri ile ilgili olan basamaktır. Bu basamaktaki ihtiyaçların karşılanmaması halinde birey, dışlanma, reddedilme ve uyumsuzluk gibi sorunlar yaşamaktadır (Maslow, 1943; 1954). Lee ve Robbins (1995) bireylerin, sosyal çevrelerine dahil olarak özdeşleşme yoluyla ait olma ihtiyaçlarını karşıladıklarını belirtmişlerdir. Ait olma ihtiyacı, bireylerin bir arada olma, sosyal ilişki kurma zorunluluğu hissetmelerinden dolayı ortaya çıkmakta ve sosyal bağlılık kavramını öne çıkarmaktadır (Gültekin ve Arıcıoğlu, 2017). Dördüncü basamakta ise bireyin kendine olan saygısını ve bağlı olduğu gruplarda saygı görme ihtiyacını içeren değer verilme ihtiyacı (prestij, saygı, saygınlık, takdir edilme vs.) yer almaktadır. En üst ve sonuncu basamakta ise kişinin kendi potansiyellerinin farkına vardığı kendini gerçekleştirme ihtiyacı bulunmaktadır (Cao vd., 2013).

2.5.1. Sosyal bağlılığın avantajları

Doğası gereği insanlar, diğer insanlarla sağlıklı iletişim ve ilişkiler kurmaya çalışmakta ve içinde buldukları sosyal çevreye kendilerini ait ya da yakın hissetmeye çalışmaktadırlar. Sosyal olarak bağlılık hissetme, fiziksel ve psikolojik iyi oluş halini artırmaktadır (Lee ve Robins, 1998). Sosyal bağ, hem gençlerin psikolojik iyilik halleriyle hem de diğer sağlık sonuçlarıyla ilişkilendirilmektedir (Williams ve Galliher, 2006). Çünkü sosyal bağlantı kurmaya duyulan ihtiyaç temel bir insan güdüsüdür ve sosyal olarak bağlı hissetmenin psikolojik ve fiziksel sağlık yararları sağladığı giderek daha açık bir şekilde görülmektedir (Hutrcherson, Seppala ve Gross, 2008). Sosyal bağlılık kavramı

için kişilerin sosyal hayatlarını düzenlemeleri, anlamlı hale getirmeleri, ilişkileri artırma davranışlarını desteklemeleri açısından ve sosyal desteğin yalnızlığın uyum zorlukları üzerindeki etkisini azaltması üzerinde aracı bir rol oynadığını ifade edilmektedir (Gültekin ve Arıcıoğlu, 2017; Duru, 2008a). Satıcı (2016)'ya göre sosyal bağlılık, bireylerin sosyal hayatlarında çevreleri ile kaliteli etkileşimlere girmesi sonucunda doyum elde etmelerini sağlarken diğer yandan bireylerin çevresindeki insanların sayısı da sosyal aktiviteler ve etkileşimler ile artabilmektedir. Lee ve Robbins (1998)'e göre gerçek hayatta sosyal çevre ile oluşturulan kişilerarası ilişkiler aracılığı ile sosyal bağlılık gelişmektedir. İnsanların yaşadıkları olumlu ve olumsuz deneyimler, sosyal etkileşimler ile birlikte kişilerin duyguları sosyal bağlılık düzeylerini etkilemektedir. Şöyle ki, sosyal bağlılığa sahip bireylerde kabul edilme duygusu, dahil olma, memnuniyetle karşılanmanın çeşitli olumlu duygulara (neşe, mutluluk, hoşnutluk, sakinlik) yol açtığı, bu duruma karşılık dışlanma ve göz ardı edilmenin ise güçlü olumsuz duygulara (kaygı, depresyon, kıskançlık ve yalnızlık) yol açtığı ifade edilmektedir (Baumeister ve Leary, 1995). Sosyal bağlılık, sağlık için çok önemli görülmektedir. Sınırlı sosyal bağlılığa sahip olan insanların depresyonu artmasıyla birlikte psikolojik, fiziksel sağlıkları daha kötü olmakta ve güçlü sosyal bağlılığa sahip olanlardan daha erken ölmektedirler (Saeri vd., 2018; Holt-Lunstad vd., 2010). Sosyal bağlılık ile hem bireysel yarar hem de sosyal harmoninin sağlanması toplumsal açıdan da kazanımlar sağlamaktadır (Satıcı, 2016). Yüksek sosyal bağlılık duygusuna sahip kişiler, diğer insanlarla sosyal ilişkilerinde çok yakın hissetme, başkalarıyla kolayca tanışma, başkalarını dostane ve ulaşılabilir olarak görme ve sosyal gruplara ve etkinliklere katılma eğilimindedirler (Lee, Draper ve Lee, 2001). Sonuç olarak, bireylerin güçlü sosyal bağlılık duygusuna sahip olması öznel iyi oluş halleri ve kişisel sağlık durumlarının önemli bir durumda olduğunu göstermektedir (Hill, 2006).

2.6. Boş Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Kullanımı, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Sosyotelizm (Phubbing), Kişilik ve Sosyal Bağlılık Kavramları Arasındaki İlişkiler

2.6.1. Boş zaman ve sosyal medya ilişkisine açıklık getiren araştırmalar

Dünyada anlık iletişimi kuran bilgisayar ağları, fiber optik kablolar ve insanların çok uzakta olan insanlarla çevrimiçi oyunlar oynamalarına olanak tanımaktadır. Dolayısıyla boş zaman postmodern dönemde, kişisel mobil cihazın ekranı ya da bilgisayar monitörü olabileceği (Taşçı ve Ekiz, 2018) ifade edilmektedir. Boş zaman ve sosyal

medya kullanımına ilişkin üniversite öğrencileri üzerinde yapılmış literatürde birçok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalardan birkaçı şunlardır:

Er, Yıldız ve Güzel (2019) tarafından üniversite öğrencilerinin rekreatif olarak sosyal medya araçlarını kullanım amaçlarının incelenmesi amacıyla 716 öğrenci ile yapılan araştırmada rekreatif amaçlı sosyal medya araçlarının kullanılması özellikle üniversite çağındaki gençlerin arkadaş arama, arkadaşlık ilişkileri kurma ve bu arkadaş gruplarıyla iletişim başlatma süreçlerinde önemli işlevi bulunduğunu ve sosyal medya kullanım amaçları ve boş zaman değerlendirme şekillerinin de teknolojik gelişmeler ile paralel olarak farklılaşabildiğini göstermektedir.

Solmaz vd. (2013), yaptıkları çalışmada Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım oranları, en çok kullanılan sosyal medya araçları, sosyal medya kullanım sıklıkları ve sosyal medya kullanım amaçlarının ölçülmesi üzerine 500 öğrenciye anket uygulanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda öğrencilerin sosyal medya kullanım düzeyleri %97.6, en çok kullanılan sosyal paylaşım ağları Facebook, Twitter ve diğerlerinin olduğu, katılımcıların sosyal paylaşım ağlarını yeni arkadaşlıklar kurmak için değil arkadaşları ile iletişim için kullandıkları ve ayrıca katılımcıların herhangi bir markayı satın alma davranışlarında sosyal medyadan %55 etkilendikleri ortaya çıkmıştır.

Karoğlu ve Atasoy (2018)'un 241 öğrenci katılımı ile yaptıkları çalışmada öğrencilerin boş zaman tatmin durumları ve sosyal medya kullanımları arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda; boş zaman tatmin durumlarının cinsiyet ve sınıf seviyesine göre farklılaşmadığı ancak akademik başarı, sosyal medya kullanım süresi arttıkça boş zaman tatmin durumlarının arttığı, öğrencilerin ilk üç sırada sosyal ağ, video paylaşım ve müzik paylaşım platformlarını kullandıkları, sosyal medya araçlarını en çok boş zamanlarında, bekleme sıralarında, uzanırken ve uyanırken kullandıkları ve sosyal medya araçlarının en az kullanıldığı durumların ise tuvalet, yemek yeme ve arkadaş-aile ile sohbet sırasında olduğu bulguları yer almaktadır.

Taşçı ve Ekiz (2018) 228 kişi üzerinde üniversite öğrencilerinin boş zamanlarında akıllı telefon bağımlılık düzeyleri ve kullanım amaçlarını farklı değişkenler açısından incelemek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırmada öğrencilerin gün içerisinde 5 saatten fazla bir süre olan (%40,4) internet kullanımının çıkması, kullanıcıların boş zamanlarını %73,2 internette iletişim kurarak, %47,8 müzik dinleyerek, %43,0 film/dizi izleyerek, % 34,2 paylaşım yaparak, % 26,3 oyun oynayarak, % 22,8 alışveriş yaparak,

% 19,3 bankacılık işlemleri için, %7,5 vb. diğer aktivitelerle değerlendirdiği saptanmıştır. Araştırma sonucunda kullanıcıların sosyal medya bağımlılığı olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Katılımcıların en çok kullandığı sosyal medya hesapları %89,5 ile Instagram, %73,2 YouTube, %40,8 Twitter, %39,9 Facebook, %28,9 Snapchat, %10,5 oranı ile en az Swarm ve %7,5 ile diğer çıkmıştır.

Yusufoğlu (2017) yaptığı çalışmada boş zaman faaliyeti olarak akıllı telefonların zaman kaybına yol açıp açmadığını, insanların sosyal yaşantısını nasıl etkilediği ve insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri gibi konuları 380 üniversite öğrencisinde anket aracılığıyla araştırmıştır. Araştırma sonucunda; akıllı telefonla geçirilen zamanın bir hayli fazla olduğu, bireyin beklediği sosyalleşme düzeyine ulaştırmadığı ve birey üzerinde ciddi bir bağımlılık duygusu yarattığı gibi olumsuz bulgulara ulaşılmış ve bunun yanı sıra bireylerin sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandıkları, yalnızlık duygusunu azalttığı, topluma uyum nedeniyle kullanıldığı, gerekli bilgilere hızlı erişim sağladıkları ve güncel haberleri takip ettikleri gibi veriler tespit edilmiştir. Ayrıca teknolojinin eskiye duyulan özlemi artırdığı ve bireyleri mutlu etmediği sonucu elde edilmiştir.

Hazar (2011)'ın 248 öğrenci katılımcı ile sosyal medya kullanımı ve bağımlılık profili üzerinde yaptığı bir alan araştırmasında katılımcıların kullandığı kitle iletişim araçlarının sırasıyla internet, televizyon, gazete ve radyo olduğu; kitle iletişim araçlarının kullanım sıklığı açısından internetin öğrenciler tarafından daha çok ilgi gördüğü; kitle iletişim araçları arasından sırasıyla en çok gazeteye, internete, televizyona ve radyoya güvendikleri; sosyal medya uygulamaları tercihlerinde ise çok büyük bir çoğunluğu Facebook, YouTube ve Twitter verileri elde edilmiştir. Ayrıca, öğrenciler için sosyal medyanın sosyalleşme noktası olduğu ve yaklaşık yarısının boş zamanlarında sosyal ağlarda zaman geçirdikleri bulgulanmıştır.

Ek olarak yapılan bir çalışmada üniversite gençliğinin sosyal medyayı aşırı kullanımından dolayı eş, aile ve arkadaş çevresini ihmal ettiklerini dolayısıyla çevresiyle erozyonlar yaşamasını artırabildiğini, fiziksel sorunlara sebep olduğu ve boş zaman değerlendirme, dinlenme faaliyetleri ile hobilerine daha az öncelik verdikleri sonucuna ulaşılmıştır (Balcı ve Baloğlu, 2018). Üniversite öğrencilerinin internet kullanım ve doyumları ile ilgili yapılan bir diğer çalışmada katılımcıların internet kullanımında etkili olan 6 faktör belirlenmiş ve bunlar önem sırasına göre, sosyal kaçış, bilgilenme, boş zamanları değerlendirme, ekonomik fayda, sosyal etkileşim ve chat ve eğlence olarak sıralanmıştır (Balcı ve Ayhan, 2007). Bu durumun yanı sıra diğer bir çalışmada boş zaman

faaliyeti olarak sosyal medya kullanımının aile ilişkilerini zayıflattığını ve eşlerin sosyal medya kullanımlarından dolayı birbirlerine ayırdıkları zamanın kısaldığı, sosyal ağlarda yapılan paylaşım, beğeni vb. durumların tartışmalara sebep olduğu ve boşanmaya kadar vardığı verileri elde edilmiştir (Güleç, 2018). Ayrıca Koca (2018)'nin 200 kişiye yaptığı bir çalışmada küreselleşme ve internet teknolojisinin hızla yayılması ile ortaya çıkan sosyal ağların, boş zaman sorunu ile birlikte gençlerin yeni medyayı kullanarak evlilik ve sanal ilişkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Yapılan bu araştırmada kişilerin, çalışma zamanı dışında kalan boş zaman değerlendirme faaliyetlerinde internete girme oranlarının çok yüksek olduğu ve boş zaman etkinliğini yeni medyanın egemenliğinde sosyal medya odaklı olduğu tespit edilmiştir.

Boş zaman aktivitesi olarak internet kullanımı konusunda üniversite öğrencileri ile ilgili yapılan diğer bir çalışmada öğrencilerin, kendilerinin yarattığı sanal ortamda sosyal çevre açısından yalnız hissetmedikleri (Karakoç ve Taydaş, 2013) sonucuna varılmıştır. Ayrıca Toruk (2008)'un yaptığı çalışmada cinsiyet değişkenine göre erkek öğrencilerin boş zamanlarını doldurma ve eğlenmek için interneti kızlara göre daha yüksek oranda tercih ettiği sonucu ortaya çıkmıştır.

2.6.2. Gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar

Sosyal medya platformları, gelişmeleri kaçırma korkusu konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Akıllı telefon kullanımı 2016 yılında dünya nüfusunun 58,7'si (4,30 milyar) iken, cep telefonu kullananların sayısının 2020 yılında 4,78 milyara yükseleceği tahmin edilmektedir (http-5). Türkiye'deki akıllı telefon kullanıcıları günde ortalama 78 kez, yani her 12 dakikada bir mobil cihazının ekranına bakmaktadır (http-6). Fox ve Moreland (2015) ve Hato (2013)'e göre özellikle gençler, zamanlarının çoğunu sosyal medyada paylaşım yaparak, kendi durumlarını güncelleyerek, gündemi takip ederek ve arkadaşlarının paylaşımlarını izleyerek geçirmektedir. Gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilgili Przbylski vd. (2013), sosyal medya kullanımının arkasındaki itici bir güç olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmadaki bulgulara göre de GKK düzeyinin erkeklerde ve özellikle genç erkeklerde en yüksek düzeyde görüldüğü, yaşam doyumu düşük seviyede olan bireylerde yüksek seviyede GKK ile ilişkili olduğu bulunmuştur. GKK düzeyi yüksek olan bireylerin uyumadan önce, uyandıklarında ve uyandıktan sonra da yemek ve ders saatlerinde sosyal medya kullanmaya daha eğilimli oldukları ortaya çıkmıştır (Przbylski vd., 2013). Dolayısıyla sosyal medya kullanımı, öğrenim alanları açısından dikkat dağıtıcı temel unsurlardan biri haline gelmektedir (Fox ve Moreland, 2015).

Literatüre bakıldığında yapılan araştırmalar; akıllı telefonun problemlı Şekilde kullanımının, depresyon ve kaygı, telefona dokunmak için bir ihtiyaç duyulması ve GKK ile yakından ilişkili olduğu (Elhai vd., 2016) ve gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal ağ kullanmaya ders sırasında devam eden öğrencilerde daha sık gözlendiğini (Dossey, 2014) ortaya çıkarmaktadır. GKK düzeyi yüksek olan kullanıcıların başkalarının ne yaptıkları konusunda yakın takipte kaldıklarını ve paylaŐmalarının diğer kullanıcılar tarafından onaylanma, beğenilme arzusunu bir ihtiyaç olarak daha çok duyduklarını göstermektedir. Bu ihtiyaç sonucunda da bağımlılığa götürebilme olasılığı sosyal medyanın kullanımında artışa neden olmaktadır (Lai vd., 2016). Ergenlerde yapılan bir çalışmada ise sosyal kaygı ve GKK arttıŐa, sosyal medyaya olan tutumların olumsuz olma eğiliminde olduğu bulunmuştur (Altınay Bor, 2018). GKK düzeyi arttıŐa kontrol edilemezlik, anlaşılabilirlik, duygulardan kaçınma, duyguları inkr ve duyguları zararlı olarak görme düzeylerinin azaldığı ve ayrıca GKK düzeyi arttıŐa duygulara karşı zayıflık, akılcılık isteği, ruminasyon (zihinsel geviŐ getirme) ve uzlaşma düzeylerinin de arttığı görülmektedir (zkaynar Beşenk, 2018). Literatürde kadınların ya da erkeklerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine herhangi bir fark olmadığı belirtilen çalışmalar vardır (Gökler vd., 2016). Örneğin, Aslan (2018) yaptığı çalışmada ise kadınlarda ya da erkeklerde dikkat eksikliği ile dürtüsellik sosyal medya kullanımı ve GKK ile ilgili olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra cinsiyet ile sosyal medya kullanımı ve GKK arasında anlamlı bir fark bulunamadığını ancak yaş, sosyal medya kullanımı ve GKK arasında anlamlı bir farklılık olduğunu tespit etmişlerdir. Diğer çalışmalara bakıldığında ise GKK, dŐuk motivasyonlu bireylerin sosyal medyada çok daha fazla zaman geçirmesine sebep olan bir etken olarak grldĞu (Alt, 2015) ve aynı Şekilde başka bir çalışmada ise artan sosyal medya kullanımının azalan iyi oluş hali ile ilişkili olduğu bulunmuştur (Verma ve Kumari, 2016). Başka bir araştırmada ise sosyal medya bağımlılığının yaşam doyumunu düşüren negatif bir etkisi olduğu (Longstreet ve Brooks, 2017), Marlina (2017) ise yetiŐkinler ile gerçekleştirdikleri çalışmada internet bağımlılığı eğilimi ile GKK arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Gökler vd. (2016)'ne göre de niversite ğrencilerinin GKK ile yaşam doyumunu arasında negatif yönde ve anlamlı bir ilişkisi olduğunu, diğer bir çalışmada da GKK'nın çok yüksek alkol tüketimi ve alkole bağlı negatif davranıŐla ilişkili olduğu bulunmuştur (Riordan vd., 2015). Ek olarak, bireylerin GKK düzeyleri ve öznel iyi oluş halleri arasında negatif, problemlı internet kullanım düzeyleri ile pozitif ilişki olduğu (Stead ve Bibby,

2017), GKK'nin ergenlerde artması ile birlikte Facebook kullanımını sonucunda yaşanan stresin de arttığı ve ergenlerin akranları arasında popülerite kaygısı ile ilişkili olduğu (Beyens vd., 2016) belirtilmektedir. Ayrıca Wallace (2014)'ın yaptığı bir çalışmada GKK, gençlerin sosyal medyalarını kontrol etme sayısı ile ilişkili olduğu, aşırı Facebook kullanımının ergenlerde, özellikle de çevreden kopukluk hissini artırması ve sosyal kaygının artması ile birlikte, artan refah ile ilişkilendirilmiştir. Hayran vd. (2017), gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilgili deneyimlerini tüketiciler açısından değerlendirmiş ve ziyarette bulunma, tekrar alma, yaşanan deneyimlerden zevk alma ve yaşanan deneyimleri başkalarına önerme niyetlerini azalttığı bulunmuştur.

Son olarak, “We are Social” ve “Hootsuite” web sitesi tarafından hazırlanan “Digital in 2019 Global Overview” raporunda mobil, internet kullanım, yıllık dijital büyüme ve sosyal medya istatistikleri ile ilgili önemli veriler bulunmaktadır. Türkiye'ye ait verilerin de yer aldığı bu raporda, dünyadaki internet kullanıcı sayısının 2014 yılında 2,5 milyara yakın olduğu, 2019'da bu sayının 4,5 milyar olarak kaydedildiği bilgisi bulunmaktadır. Raporda; Türkiye'de 59.36 milyon internet kullanıcısı, 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı, akıllı telefonu üzerinden sosyal medyaya bağlanan 44 milyon aktif kullanıcı olduğuna yer verilmiştir. 2018 verileri ile kıyaslandığında, bir yıllık bir zaman diliminde Türkiye'deki internet kullanıcı sayısının %9, aktif sosyal medya kullanıcı sayısının ise %2 arttığı ve aktif mobil sosyal medya kullanıcı sayısının ise geçen yıla aynı kullanıcı sayısına sahip olduğu tespit edilmiştir. 2019 yılında Türkiye'de elektronik cihaz kullanımına bakıldığında masaüstü bilgisayar ya da dizüstü bilgisayar kullanıcı oranı %48, tablet kullanıcı oranı %25, %99 oranla neredeyse herkesin televizyona sahip olduğu ve yetişkin insanların %98'i cep telefonu bunların %77'sinin de akıllı telefon kullandığı görülmektedir. Ülkemizde kullanıcılar gün içerisinde internette ortalama 7 saat geçirmekte ve günde ortalama 1 saat 15 dk müzik dinleyerek, sosyal medyada günde ortalama 2 saat 46 dk ve televizyon karşısında günde ortalama 3 saat 9 dk vakit harcamaktadırlar. Sosyal medya platformu kullanım istatistiklerine göre ise Türkiye'de en aktif kullanılan sosyal medya platformu YouTube (%92), Instagram (%84), WhatsApp (%83), Facebook (%82), Twitter (%58), FB Messenger (%57), Skype (%31), Snapchat (%31) ve diğer sosyal medya platformları olarak sıralanmaktadır. Ayrıca bu raporda 2018 yılına göre Facebook kullanıcı sayısında %2.3'lük bir düşüş, Instagram kullanıcı sayısında %2.7'lik bir artış, Twitter kullanıcı sayısında %1.9'luk bir artış, LinkedIn

kullanıcı sayısında %5,8'lik artış, Snapchat kullanıcı sayısında %26 oranında düşüş yaşanmıştır (http-7).

2.6.3. Gelişmeleri kaçırma korkusu ve kişilik özellikleri ilişkisine açıklık getiren araştırmalar

Sosyal ağlar, kişilere kendilerini ifade etme ve kendi benliklerini sunmaları için bir platform sağlamaktadır. İnsanlar düzenli olarak cep telefonu kullanmakta ve yanlarında taşımadıkları zaman kendilerini bir şeyler kaçırmış gibi hissetmektedirler (Bianchi ve Phillips, 2005). Gelişmeleri kaçırma korkusu kişilerde, sık sık sosyal medya aracılığıyla bağlantıda kalma ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medya kullanılmayan zamanda hissedilen korku, insanların düşük benlik saygısı, utangaç, itici, gergin, kendini kontrol etme gibi özellikleri ile kişinin yüz yüze iletişim kuramamasını veya rahat hissetmesini sağlayan yaşam becerilerini içeren kişilik özelliklerinden kaynaklanmaktadır (Liftiah, Dahriyanto ve Tresnawati, 2016). GKK'si yüksek düzeyde olan insanlarda bu ihtiyaçlarını karşılamak için aşırı akıllı telefon kullanımı ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı, kullanıcıların davranış değişikliklerine neden olmaktadır. GKK ve bazı problemlili çevrimiçi davranışlar üzerine literatürde yapılan çalışmalar giderek artmaktadır. Araştırmalar kişilik özellikleri ile GKK arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir (Przybylski vd., 2013). Yapılan bir çalışmada kişilik boyutları ile ilgili olarak GKK, nevroitiklik düzeyi ile pozitif ilişkili ve dışa dönüklükle ilgili ilişkisi bulunamamıştır (Blackwell vd., 2017). Liftiah, Dahriyanto ve Tresnawati (2016)'nin kişilik özellikleri ile öğrencilerde gelişmeleri kaçırma korkusu arasındaki ilişki üzerinde yaptıkları çalışmanın sonucunda; dışa dönüklük ve yumuşak başlılık kişilik boyutları arasında GKK ile pozitif bir ilişki, nevroitiklik kişilik özelliği ile GKK arasında negatif ilişki ancak sorumluluk boyutu ile bir ilişki tespit edilememiştir. Şöyle ki, dışa dönüklük ve yumuşak başlılık kişilik özellikleri ne kadar yüksek olursa, sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi de o kadar yüksek olacağı söylenebilir. Sonuç olarak, GKK düzeyi yüksek olarak yaşayan bireylerin sürekli anksiyete, nevroitiklik, sinirlilik, yetersizlik hissi ve düşük benlik algısı gibi daha yüksek düzeyde kişilik yapılarına sahip olabileceği varsayılmaktadır (Abel, Buff ve Burr, 2016).

2.6.4. Gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal bağlılık ilişkisine açıklık getiren araştırmalar

Akıllı telefonu ve sosyal medya platformlarını kullanan insanlar, sosyal çevreleriyle ve ortak noktası olan diğer insanlarla iletişim kurma imkânına sahip olmakta ve bu başka insanlarla duygusal olarak bağ kurmamıza ve bağlılık duygusu hissetmemize neden olmaktadır. Mobil cihazlar, diğer insanlarla doğrudan etkileşimde bulunmaya izin veren araçlar olduğu için, sosyal medya kullanımı GKK'si olanlara özellikle daha cazip gelebilmektedir (Al-Menayes, 2016). Bu açıdan sosyal ağlar, kullanıcılar açısından kendini tanıtmak, bağlantı kurmak ve sosyal bağlılık hissi geliştirmek için bir platform sağlayabilir. Sosyal medya aracılığıyla çok uzakta olan arkadaşlar ve aile ile bağlantı kurabilmek kullanıcılara duygusal destek sağlaması açısından önem içermektedir. Hetz, Dawson ve Cullen (2015)'e göre insanlar, sosyal medyayı geniş bir kitle ile iletişim kurmanın, kendilerini tanıtmının ve başka insanları bulunduğu yerden takip etmenin bir yolu olarak kullanabilmektedir. Dolayısıyla başkalarının neler yaptığından haberdar olmak, huzursuzluk verici olan GKK'nin yarattığı kaygı duygusundan kaçınmak için fırsat vermektedir. Al-Menayes (2016)'e göre sosyal medya uygulamaları, birçok yönden bireylerin sosyal çevrelerinde olup bitenlerle ilgili sürekli olarak bağlantı kurma zorunluluğu hissedenler için aktif ve düşük maliyetli bir yol sunmaktadır. Bunun yanı sıra bireylerin GKK düzeyinin yüksek olması, sosyal medyaya hayatlarında daha çok yer vermesine sebep olmaktadır. GKK düzeyi yüksek olan bireyler için diğer insanlarla sürekli bağlantıda kalma dürtüsü zihinsel ve fiziksel sağlık üzerinde olumsuz sonuçlara neden olabilmektedir (Graham, 2018). Sosyal medyada bağlantı kurulan topluluklar ile iletişim kuramamak, gerçek hayatla bağın koptuğu hissine neden olabilmektedir (Clayton, Leshner ve Almond, 2015). GKK durumunu yaşayanlar, başkalarıyla yüz yüze iletişim kurmak, konuşmak, görüşmek yerine bunu sosyal medya aracılığıyla gidermekte dolayısıyla kendilerini toplumdan soyutlamaktadırlar. Kendilerini soyutlayan bireylerde, yalnızlık hissi derinleşmekte olup ve bu durum kısır döngüye sebep olmaktadır (Dossey, 2014). Sosyal olarak dışlanma korkusu, bir GKK'nin yaşanmasında rol oynayabilmektedir. Sosyal dışlanma, aidiyet kaybı yaratmakta ve kaygıya neden olmaktadır. Bu nedenle insanlar, sosyal medya hesaplarına erişemediklerinde, sosyal olarak dışlanma korkusu yaşamaları nedeniyle kaygı duyabilmektedirler (Abel, Buff ve Burr, 2016). Ayrıca Beyens, Frison ve Eggermont (2016)'un ergenler üzerinde yaptıkları çalışmanın sonucunda, GKK'nin ergenler arasında ait olma ihtiyacı gibi psikolojik

ihtiyaçlarla ilişkili olduğu dolayısıyla artan Facebook kullanımı ile de ilişkili olduğunu göstermiştir. Przybylski vd. (2013) yaptıkları çalışmada GKK'yi psikolojik ihtiyaçlardaki engellerle ilişkilendirmiştir. Çalışmalarının sonuçları, yeterlilik (etkinlik), özerklik (anlamlı seçim) ve ilişki (başkalarına bağlılık) gibi temel psikolojik ihtiyaçlardan daha az memnuniyet duyan bireylerin, daha yüksek seviyede GKK ve sosyal medya ile davranışsal bağlılığı arttırdığını tespit etmişlerdir. Sonuç olarak sosyal medya, insanların daha çok akranlarının ne yaptığı ve neleri kaçırdıklarını kontrol etmeleri (örneğin, güncel olaylar, deneyimler, yaşam olanakları vb.) için sürekli takip edebilecekleri bir yer sunmaktadır. Akranlarının ne yaptığına dair her açıdan bilgi sahibi olmayı amaçlayan bireyler Facebook etkinliklerine daha sık katılmaktadırlar (Blachnio ve Przepiorka, 2018). Böylece GKK, başkalarının neler yaptığını kontrol etmek için kişilerin endişelerinin geçici olarak rahatlamasını sağlamakta ve dolayısıyla sosyal medya kullanımını da etkilemektedir (Franchina vd., 2018).

2.6.5. Sosyotelizm (Phubbing) ve sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar

Akıllı telefonların kullanımı birçok insan için sosyalleşme faydası taşısa da diğer kalanlar için asıl amaç aranan memnuniyet olmaktadır (Hubbert, 2016). Yapılan araştırmalar akıllı telefonlarla harcanan gerçek zamanın ilişkileri doğrudan etkilemediğini bunun yerine, ilişki tutumları ve memnuniyetiyle negatif bir şekilde bağlantılı olan cihaza ihtiyaç duyulmasının psikolojik olduğunu söylemektedir (Lapierre ve Meleah, 2016). Bireylerin akıllı telefonları ile yaptıkları kolay erişim başkalarıyla kendi yaşantıların karşılaştırılmasına sebep olmakta ve kendi yaşantılarından daha az tatmin olunmasına sebep olmakta ve sosyal medya kullanımının sosyotelizme yol açabileceği öne sürülmektedir (Abel vd., 2016; Uğur ve Koç, 2015b; Kähler ve Magnusson, 2018). Sosyotelizm davranışları sergileyen bireylerde sosyal medyada kişisel profillerindeki yorumları okuma ve yanıt verme şeklinde başkalarının fotoğraflarını incelemesi, güncel olayları ve haberleri takip etmesi ve günlük yaşantılarıyla ilgili deneyimlerini paylaşması gibi içerik akışı olmaktadır. Bu durum akıllı telefona bakma sıklığını ve kullanma yoğunluğunu arttırıcı (Karadağ vd., 2016) bir unsur olarak görülmektedir. Karadağ vd., (2015)'nin yapmış oldukları çalışmada, cinsiyetin sosyotelizmde akıllı telefon bağımlılığı, SMS bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığı ve oyun bağımlılığı ile ilişkisinin olduğunu söylemektedir. Kadın sosyotelistlerin genellikle akıllı telefon, SMS ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili, erkek sosyotelistlerin ise internet ve oyun bağımlılığı ile ilişkisi bulunmuştur (Karadağ

vd., 2015). Ayrıca yapılan başka bir araştırmada kadın sosyotelistlerin Facebook'tan diğer kullanıcıların fotoğraflarına bakma, inceleme konusunda özellikle bir ilgilerinin söz konusu olduğunu göstermektedir (Sönmez, 2013). Vanden Abeele, Antheunis ve Schouten (2016) kendiliğinden başlatılan sosyotelizm davranışının, kişinin algılanan konuşma kalitesine ya da bir duruma yanıt olarak başlatılan sosyotelizm davranışına göre daha zararlı olduğunu bulmuşlardır. Konuşmacı rolü, phubbing davranışının zarar derecesini belirleyen bir unsur olabilmektedir (Vanden Abeele ve Postma-Nilsenova, 2018). Karadağ vd., (2015), sosyotelizmin akıllı telefon bağımlılığından ve telefonundan uzak olma durumundaki yoksunluk ile ilişkili olduğunu ayrıca akıllı telefonların yalnızlık ve endişe hissi durumlarında yardımcı bir araç olarak kullanıldığını da belirtmişlerdir. Sosyotelizmin neden zararlı olduğu ile ilgili yapılan çalışmalar vardır. Cao vd. (2018)'ne göre artan sosyotelizmin algılanan iletişim kalitesini ve ilişki memnuniyetini önemli ölçüde ve olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Sosyotelizm aynı zamanda bireylerin onların temel ihtiyaçları doğrultusunda tehdit ederek, kendilerini görmezden gelmelerine ve dışlanmalarına yol açmaktadır (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2018). Sosyotelizm ayrıca kişilerarası ilişkiler ve kişisel refah üzerinde de etkili olmaktadır (Roberts ve David, 2016). Eşler arasında sosyotelizm (partner phubbing/pPhubbing), (bir telefon kullanırken eşi küçümseme) üzerine yapılan araştırmalar sosyotelizmin zararlı etkisine de işaret etmektedir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016; Abbasi, 2019). Bireyleri bir araya getirme konusundaki bariz avantajlarına rağmen, akıllı telefonlar bazen insanları ayırabilmektedir (Turkle, 2012). Krasnova vd. (2016) yaptıkları bir çalışmada eşi sosyotelizmi ve kıskançlık duyguları arasındaki ilişkiye bakmışlar ve sosyotelizmin, sosyotelist olan eşlerin kıskançlık duygularının artmasıyla ilişkili olduğunu ve eşi dikkat kaybının birbirlerini ihmal etmeye, bunun fark edilmemesine yol açtığı, bireylere daha az önemli, yalnız, ilgisiz hissettirdiğini tespit etmişlerdir (Al-Saggaf ve MacCulloch, 2018). Roberts ve David (2016) de sosyotelizm davranışının eşler arasında, romantik ilişkilerde sık rastlanan bir olay olduğunu ve cep telefonu ile ilgili bir gizemlilik yarattığını, zayıflamış bir ilişki doyumunu yarattığını, ilişkide hissedilen mutluluğun azaldığını ve eşlerin sosyotelist olmasının anlamlı iletişimi azalttığını (Çizmeçi, 2017) bulmuştur. Yukarıda belirtilen sosyotelizm davranışının eşler arasında ilişki doyumunu düşüren en önemli etkenlerden birisi olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca bir birey eşinin o an ortamda bulunmadığını hissettiğinde, bazı ihtiyaçlar

etkilenebilmekte ve partneriyle birlikte olsa bile bu durum yalnızlığa neden olabilmektedir (Roberts ve David, 2016; González-Rivera vd., 2018).

2.6.6. Sosyotelizm (Phubbing) ve gelişmeleri kaçırma korkusu ilişkisine açıklık getiren araştırmalar

Gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya platformlarında diğerlerinin yanı sıra, başkalarının yaptıklarını güncel olarak takip etmeye iten, aşırı, kontrolsüz sosyal medya kullanımı ile birlikte sosyotelizm davranışına neden olan kişisel bir özellik olarak tanımlanabilmektedir (Franchina vd., 2018). GKK ve sosyotelizm ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar sınırlı olmakla birlikte literatürde mevcuttur. Phing, Xin ve Jun (2019) Malezya'daki üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları bir çalışmada bireylerde olan GKK varlığının öğrenciler arasındaki sosyotelizm davranışlarını yordaması amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda Malezya'daki üniversite öğrencileri arasında GKK ve sosyotelizm arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, daha yüksek GKK düzeylerine sahip olan bireylerin, sosyotelizm davranış eğilimlerinin daha yüksek olacağını; GKK düzeyi düşük olan bireylerin sosyotelizm davranışlarına yönelik daha düşük eğilimli olacakları sonucuna varılmıştır. Ayrıca, Türkiye'de yapılan Balta vd. (2018)'nin öğrenciler üzerine yaptığı çalışmada GKK ile sosyotelizmin Instagram kullanımıyla ilişkili olduğunu ve kız öğrencilerin, erkeklere oranla daha yüksek seviyede sosyotelizm davranışına ve problemlili Instagram kullanımına sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca GKK ile ilişkili olarak Instagram'ın sorunlu bir şekilde kullanımının sosyotelist davranışlara yol açtığı sonucuna da ulaşılmıştır. Bu sonuçlar göz önüne alınarak, Instagram'a sürekli eklenen yeni özelliklerin gelmesinin insanların her olayı eş zamanlı öğrenebilmesine olanak tanıdığını ve bu anlık güncelleme isteğinin kişileri sürekli olarak telefonlarını kontrol etmeye itebileceği söylenebilir. Ayrıca ek olarak, insanların GKK yaşaması konusunda hassasiyetlerinin artabileceği ve onları sosyal medyaya yönlendirip, alışkanlık yaratabileceği söylenebilir. Franchina vd. (2018)'nin yaptıkları çalışmada daha fazla GKK'ye sahip olan gençlerin daha sık sosyal medya platformları kullandığı, özellikle GKK ile Facebook, Snapchat, Instagram ve YouTube kullanım sıklığı arasında tutarlı bir ilişki olduğu ve son olarak, GKK'nin sosyotelizm davranışı ile ilişkilendirildiği sonucuna ulaşılmışlardır. Çalışmanın sonuçları için GKK'nin aşırı, kontrolsüz sosyal medya kullanımına neden olarak sosyotelizm davranışına yol açan kişisel bir özellik olduğunu ortaya koyduğu söylenebilir. Chotpitayasunondh ve Douglas (2016) yaptıkları çalışmada sosyotelizm davranışının akıllı telefon bağımlılığı, internet

bağımlılığı ve gelişmeleri kaçırma korkusu arasında orta düzeyde bir ilişki olduğunu öne sürmektedir. Yapılan çalışmada ayrıca GKK'nin şirkette biriyle konuşmak yerine birisinin akıllı telefonuna konsantre olmasının bir öncüsü olduğu bulunmuştur. Bireyler akıllı telefonlarından başkalarının tatmin edici deneyimlerini takip etme fırsatını kaçırmama konusunda bir kaygı yaşıyorsa gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilgili, bireyin bu kaygıdan dolayı akıllı telefonunu ve internet kullanım sıklığını kontrol edemeyip kişilerarası iletişimden kaçınması ve sık sık telefonuna yönelmesi sosyotelizm (phubbing) davranışı ile ilgili olmaktadır. Ergenler ile yapılan bir çalışmada, sosyal medya kullanımının yüksek olmasının erkeklerde endişe duyguları ve kızlarda ise depresyon gibi farklı duygular tarafından tetiklendiğini tespit etmişlerdir (Oberst vd., 2016). Ek olarak birey, problemleri telefon kullanımı ve aynı zamanda da iletişimsel görgü kurallarını düzenlemede yetersizlik yaşayabilmektedir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016).

2.6.7. Sosyotelizm (Phubbing) ve kişilik özellikleri ilişkisine açıklık getiren araştırmalar

Literatürde sosyotelizm ve kişilik özellikleri arasındaki ilişki hakkında çok az çalışma vardır. Erzen, Odacı ve Yeniçeri (2019)'nin yaptıkları çalışmada beş faktör kişilik özelliklerinin dört boyutu incelenmemiş, incelenen tek boyut olarak nevrotiklik ve sosyotelizm ile ilişkisi ele alınmıştır. Çalışmanın sonucunda sorumluluk kişilik boyutuna sahip olmayan bireylerin ve nevrotik kişiliğe sahip olan bireylerin sosyotelizm davranışı gösterme ihtimallerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Nevrotiklik düzeyi yüksek olan bireylerin genel olarak kaygılı ve depresyona eğilimi olan insanlar (Bitlisli vd., 2013) olmasından dolayı akıllı telefon ve sosyal medya kullanımı açısından sosyotelizm davranışı yaşama ve yaşatabilme ihtimallerinin olduğu söylenebilir. Balta vd. (2018), nevrotik kişilik özelliğinin dolaylı olarak sosyotelizm davranışının nedenlerinden biri olabileceğini belirlemiştir. David ve Roberts (2017) yaptıkları çalışmada sosyotelizm davranışının bir bireyin dışlanma duygusuyla ilişkili olduğunu ve bu duyguyu ortadan kaldırma amacıyla sosyal medyaya katılım göstererek ait olma duygularının kazanımı açısından telefonlara daha çok dikkat edildiğini belirtmişlerdir. Diğer bir ifadeyle, nevrotik bireylerin zihinlerinin sürekli olumsuz düşüncelerle meşgul olması ve özgüven eksikliğine sahip olmaları, bireylerin sosyotelizm davranışına başlamasına neden olabileceği söylenebilir.

2.6.8. Sosyotelizm (Phubbing) ve sosyal bağıllık ilişkisine açıklık getiren araştırmalar

Sosyal ağların insanların günlük aktiviteleri sırasında önemli bir rol oynadığı günümüzde sosyotelist davranışlar, toplu taşıma araçlarını kullanırken, bir restoranda otururken, yemekler, konferanslar veya arkadaşlar ya da aileler ile yapılan sosyal toplanmalar sırasında, sinemada film izlerken veya sokakta yürürken herhangi bir yerde görülebilmektedir. Bu tür davranışların görüldüğü bir topluma ‘‘Sosyotelizm Toplumu’’ denmektedir (Metsirtrakul vd., 2016). Sosyal etkileşim ve duygusal destek alışverişi için bir platform olarak hizmet veren akıllı telefonların, aile yeleri arasında daha derin bir yakınlık sağladığı görülmektedir (Campbell ve Ling, 2009). Yalnızlık, sosyal bağlılığın ölçülmesindeki bileşenlerden biri (Lee ve Robbins, 1995) olarak görülmektedir. Sosyotelizm ise ait olma ve başkalarına bağlı hissetme ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016). Güvenlik ihtiyacı, kendini gerçekleştirme ve ait olma gibi psikolojik ihtiyaçlar dışında yalnızlık, sosyotelizm davranışı ile ilgili bir faktör olmaktadır (Hu ve Yang, 2016). şöyle ki, yalnızlık duygusuna sahip bireylerin yüz yüze iletişim kurmak yerine, sosyal medya aracılığıyla ya da akıllı telefonlar ile etkileşime girmesi sosyal çevreden kaçma ihtiyaçlarını karşılamaları için sosyal medyaya yönelmelerine sebep olabileceği söylenebilir. Sosyotelizm kavramı, bireylerin yalnızlıklarını hafifletmelerine yardımcı olmak yerine topluluk hissini azalttığı için yalnızlık seviyesini arttırmaktadır (Olsson vd., 2019). David ve Roberts (2017), akıllı telefon kullanan sosyotelist bireylerin sosyotelizm davranışının zararlı etkilerinden dolayı bir sosyal dışlanma duygusu yaşadıklarını ve bu da bireylerin ait olma duygusunu yeniden kazanma umuduyla sosyal medyaya girmelerini sağladığı sonucunu ortaya çıkar mıştır. Wang vd. (2017)’nin yaptıkları çalışmada eşler arasında sohbet ederken cep telefon kullanma sosyotelist davranışının iletişim kalitesini etkilediği ve dikkat dağıtma düzeyini arttırdığı belirlenmiştir. Ayrıca, mobil cihazların sürekli kullanımının stres düzeylerini arttırma, her dakika mesajların kontrol edilmesi ve herhangi bir konuda bilgi aramak gibi zorlayıcı davranışlara neden olması bireylere günlük işlerinde sıkıntıya neden olmaktadır (Nieves, 2014). Erbaş (2019) yaptığı çalışmada sanal dünyanın en çok kullanılan ağı Facebook’un insanların yalnızlık duygusunu beslemede aracı rolünü araştırmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler; özellikle bireylerin boş zamanlarını değerlendirme, sanal faaliyetlere katılma, eğlenme ve başkalarıyla iletişim kurma amacıyla Facebook’ta zaman geçirmelerinin yalnızlık duygusunu bastırmaya olanak sağladığını belirtmiştir. Diğer

açından bakılacak olursa yüz yüze iletişimin azalmasına, eğlence şekillerinin değişmesine ve boş zaman faaliyetlerinin sanal ağlarda geçirilmesine sebep olduğu ortaya çıkmıştır. Bir diğer veri de, kullanıcıların yüz yüze iletişim halinde olunan aile, arkadaş ortamı ve romantik ilişkileri sırasındayken bile karşısında yer alan kişilerin televizyon, telefon ve sosyal medyada zaman geçirdikleri ve bu durumun kullanıcıların kendilerini yalnız hissetmelerine yol açtığı ifade edilmektedir. Her ne kadar belirli alanlarda ve amaçlarda kullanılsa da, insanları birbirine yaklaştırmak için tasarlanan teknoloji, bizi aynı insanlardan izole etmektedir (David ve Roberts, 2017). Ertemel ve Aydın (2018), sosyotelizm ifadesi yerine yeni toplumsal norm olarak gördükleri “sosyal anti-kişilik” kavramını kullanmışlardır. Ayrıca, toplumun sosyal anti-kişilik konusuna hassasiyetinin ancak toplumsal bilinç seviyesinin yükselmesiyle güçleneceğini ve bu sayede açığa çıkacak toplumsal taleplerin teknoloji geliştiriciler üzerinde ciddi bir baskı oluşturacağını ifade etmişlerdir.

2.6.9. Kişilik ve sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar

Literatürde sosyal medya kullanımındaki kişilik rolü ile ilgili yapılan çalışmalar genellikle Beş Faktör Modeli veya Büyük Beşli (Goldberg, 1990) üzerinde yoğunlaşmaktadır. Işık ve Kaptangil (2018) 343 öğrenci üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarını, sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı ile üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapmışlardır. Araştırma sonucunda sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığını etkilediği ve arttırdığı belirlenmiştir. Beş faktör kişilik özelliklerinden; sorumluluk, yumuşak başlılık ve nevrotizm kişilik özelliklerine sahip bireylerde akıllı telefon bağımlılığının yüksek olduğu görülmüştür. Dışa dönüklük ve deneyime açıklık kişilik özelliklerine sahip bireylerde ise akıllı telefon bağımlılığının daha düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin akıllı telefon bağımlılığını anlamlı bir şekilde açıkladığı tespit edilmiştir. Kayış vd. (2016) yaptıkları araştırma sonucunda tüm kişilik boyutlarının internet bağımlılığı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu bildirmiştir. Bu bağlamda, nevrotikliğin internet bağımlılığı ile pozitif olarak ilişkili olduğu, yeni deneyimlere açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük ve yumuşak başlılık boyutlarının olumsuz yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Genel olarak kişilik ile sosyal medya kullanımı üzerinde yapılan çalışmalara bakıldığında; dışa dönük bireylerin hem sosyal medya kullanımı hem de bağımlılık eğilimleri ile pozitif ilişkili olduğu (Kuss ve Griffiths, 2011), yüksek derecede dışa dönük

olanların Facebook'u daha sık kullandıkları ve sitenin iletişim kurmayı sağlayan özelliklerinin daha fazla kullanıldığı (Kuo ve Tang, 2014; Ross vd., 2009), dışa dönüklük kişilik boyutu yüksek düzeyde olan bireylerin Facebook'ta daha çok zaman harcadıkları (Glass vd., 2013), yüksek seviyede dışa dönük olan insanların düşük seviyede dışa dönük insanlara göre daha fazla arkadaşına sahip oldukları (Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010) ve paylaşımlarından daha az pişmanlık yaşadıkları (Moore ve McElroy, 2012), dışa dönük kişilerin Facebook'u sosyal çevreleri ile iletişim kurmak amaçlı kullandıkları ve sosyal aktivitelere daha fazla katıldıkları (Ross vd., 2009) belirlenmiştir. Nevrotizm kişilik boyutu ile yapılan çalışmalara bakıldığında; nevroitiklik düzeyi düşük olan bireylerin Facebook'ta günlük ve haftalık harcadıkları sürenin yüksek düzeyde nevroitikliğe sahip bireylere göre daha fazla olduğu (Kuo ve Tang, 2014), yüksek düzeyde nevroitik olan bireylerin Facebook'ta daha az kişisel bilgi paylaşımı yaptığı ve fotoğraf yerine farklı paylaşım eğilimlerinin olduğu (Ross vd., 2009), nevroitiklik düzeyi yüksek olan kişilerin Facebook profillerine düşük seviyede nevroitik olan kişilerden daha çok fotoğraf yükledikleri (Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010) görülmüştür. Yumuşak başlılık kişilik boyutu ile ilgili yapılan çalışmalarda; yüksek seviyede uyuma sahip insanların düşük seviyeli uyumluluğa sahip insanlara göre daha fazla Facebook fotoğrafına sahip olduğu (Kuo ve Tang, 2014), yüksek derecede uyumluluk özelliği gösteren kişilerin Facebook'ta daha çok kişisel bilgi paylaştıkları (Moore ve McElroy, 2012) ve yapılan diğer çalışmalarda ise yumuşak başlılık ve sosyal medya kullanımı ilişkileri açısından ilgisiz oldukları bulgusuna (Ross vd., 2009; Correa, Hinsley ve Zuniga, 2009; Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010) ulaşılmıştır. Sorumluluk boyutu ile yapılan çalışmaların sonucunda; yüksek seviyede sorumluluğa sahip olan bireylerin daha az duvar gönderileri paylaştıkları (Moore ve McElroy, 2012) ve çalışmayı seven sorumlu kişilerin Facebook'u zaman kaybı olarak gördükleri (Butt ve Phillips, 2008) tespit edilmiştir. Deneyime açıklık kişilik boyutu ile ilgili çalışmaların sonuçlarında ise gelişime/deneyime açık olan bireylerin Facebook'un daha çok özelliklerini kullandıkları (Ross vd., 2009), Facebook aracılığıyla sosyal medyaya daha fazla çevrimiçi katılım gösterdikleri (Moore ve McElroy, 2012) bulguları elde edilmiştir.

2.6.10. Kişilik özellikleri ve sosyal bağlılık ilişkisine açıklık getiren araştırmalar

Bireylerin sahip oldukları kişilik özellikleri, boş zaman değerlendirme tercihlerini ve boş zaman etkinliklerine katılım amaçlarını etkileyen unsurlardan biri olmaktadır. Kişisel farklılıklar bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek için hangi etkinliklerde

bulduğunu etkilemektedir. Boş zaman değerlendirme konusunda bireylerin kendini ifade etmede karşılaştığı kısıtlamalar, günün diğer zamanlarında hissedilen kısıtlamalara göre daha düşüktür. Bu bağlamda bireyler boş zamanlarında kendi benliklerini daha iyi ifade etmektedirler (Aydın, 2016). Levin ve Strokes (1986)'a göre kişilik özellikleri, sosyal ihtiyaçlar sebebiyle oluşan sosyal etkileşim ve ilişki kurma ihtiyacından dolayı internet ve sosyal medya kullanımını etkilemektedir. Correa, Hinsley ve Zuniga (2009)'nın bireylerin kişilik özellikleri ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiler üzerinde yaptıkları çalışmada beş faktör kişilik boyutlarının etkileşimli sosyal medya kullanımlarında rol oynadığı sonucuna varılmıştır. Sevi vd. (2014) tarafından cep telefonu kullanımının kişilik özellikleriyle ilişkisini araştırmak amacıyla yapılan çalışmada, cep telefonu kullanımının artmasını en çok kaygı yaşama, kendine güvensiz, sosyal açıdan uyumsuz olma, pasif agresif, obsesif, bağımlı ya da antisosyal özellikler taşıma ve sık moral bozukluğu ile ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda nevroitik kişiliğe sahip bireylerin daha çok yalnızlığı önlemek ve sosyal bağlılık duygularını geliştirmek için sosyal medya kullanma eğiliminde oldukları söylenebilir. Ayrıca dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireyler sosyal bağlantılarını güçlendirmek için sosyal medyayı kullanmaktadırlar (Kuss ve Griffiths, 2011). Nevrotik olan kişilerin, sosyal ilişkileri olumsuz yönde etkilendiği (Wehrli, 2008), interneti bir gruba ait hissetmek için bir araç olarak kullandıkları (Butt ve Phillips, 2008) ve bu nedenle sosyal medyada daha fazla zaman geçirdikleri söylenebilir.

2.6.11. Sosyal bağlılık ve sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar

Sosyal bağlılık duygusu, bir gruba ait hissetme, sosyal etkileşimlere ve kişisel ilişkilere sahip olmak çeşitli araştırmalarca da önemli görülmektedir. Sanders, Montgomery ve Brechman-Toussaint (2000)'e göre sosyal bağları azaltan ve sosyal yalnızlığı daha fazla artıran neden sosyal medya kullanımı olarak ifade edilmiştir. Sosyal bağlılık kavramı ile ilgili yapılan ilk çalışma Duru (2007) tarafından Sosyal Bağlılık Ölçeği'nin Türk Kültürüne uyarlanması ile gerçekleştirilmiştir. Duru (2008b) tarafından gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise sosyal bağlılık ve sosyal desteğin yalnızlık üzerine doğrudan ve dolaylı rollerinin üniversiteye uyum süreci çerçevesinde incelenmesini ele almıştır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre; sosyal destek ve sosyal bağlılık yalnızlık ile negatif, uyum zorlukları yalnızlık ile pozitif yönde anlamlı ilişkili olduğu saptanmıştır. Ek olarak, üniversite öğrencilerinin sosyal bağlılık düzeylerinin uyum zorlukları ile azalabileceği ve üniversite öğrencilerinin azalan sosyal bağlılık

düzelelerinin yalnızlık algılarını artırabileceği sonucuna varılmıştır (Duru, 2008b). Duru (2008a) yaptığı başka bir çalışmada ise sosyal bağıllık-aile desteği ve sosyal bağıllık-özel insan desteğinin artmasıyla birleşik etkilerinin yalnızlığı azalttığı bulgulanmıştır. Bir diğler sosyal bağıllığa ilişkin Duru ve Poyrazlı (2007)'nin Amerika'da öğrenim gören 229 Türk öğrenci üzerinde yaptığı çalışmada yaşanan uyum zorluklarının ve kültürel stresin sosyal bağıllık duygusu ile yordanabildiği saptanmıştır. Kurtyılmaz (2011) tarafından gerçekleştirilen araştırmada üniversite öğrencilerinin ilişkisel saldırganlık davranışlarının benlik saygısı, sosyal bağıllık ve sosyal kaygı değişkenleri arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Sosyal bağıllığın sosyal kaygı aracılığıyla öğrencilerin ilişkisel saldırganlık davranışına etki eden faktörlerden biri olduğu tespit edilmiştir. Lee ve Robbins (1998)'in 185 üniversite öğrencisi kadın ile yaptığı araştırmada sosyal bağıllığın benlik saygısı ve sosyal kimlik algısı ile pozitif, kaygı durumu ile negatif bir ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır. Sosyal medya bazı bireyler için sosyalleşmeden kaçtığı, izole olduğu ve daha çok edilgen durumda olduğu bir platform iken, bazı bireyler için ise sosyalleşmek, başkaları tarafından takdir edilmek ve beğeni kazanmak isteğiyle kullanılmaktadır (Hazar, 2011). Savcı ve Aysan (2017)'in sosyal medya hesabı ve akıllı telefonu olan 201 ergen ile yaptıkları araştırma sonucunda dijital oyun bağımlılığı, internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığın %25'ini anlamlı düzeyde yordadığı anlaşılmıştır. Bu dört teknolojik bağımlılığın sosyal bağıllığı etkilediği ve en güçlü etkiyi internet bağımlılığının sağladığı ortaya konulmuştur.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, araştırmanın evren ve örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama araçları ve toplanan verilerin analiz teknikleri süreci yer almaktadır.

3.1. Araştırma Modeli

Araştırmada boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotelm, kişilik ve sosyal bağıllık düzeylerinin incelenmesi ve bu kavramların farklı demografik değişkenlerle arasındaki ilişkinin tanımlanması amacıyla ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, 17-77 yaş aralığında Türkiye'deki farklı demografik özelliklere sahip, akıllı cihaz kullanan ve sosyal ağ sitelerinde hesapları olan sosyal medya kullanıcılarıdır. Veri derlemede karşılaşılan zaman ve maliyet gibi sınırlılıklardan dolayı, araştırma tüm ana kütle üzerinde değil, olasılıklı olmayan örneklem yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi yoluyla belirlenen bir örneklem üzerinde uygulanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen toplam 1026, 556 Kadın ve 470 Erkek katılımcı araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada verilerin toplanmasında beş adet veri toplama aracından yararlanılmıştır. Bunlardan ilki, sosyal medya kullanıcılarındaki sürekli güncelleme isteğinden doğan ve gündemi takip etme ile ilgili olarak oluşan gelişmeleri kaçırma korkusuna yönelik kullanılan “Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği”, diğeri akıllı telefon kullanımına bağlı olarak sosyal iletişimin bozulmasında etkili olan sosyotelizm davranışlarını ölçmeye yönelik kullanılan “Sosyotelizm (Phubbing) Ölçeği”, bir diğeri kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve ölçmeye yönelik kullanılan “On maddeli Kişilik Ölçeği”, sosyal medya kullanıcılarının sosyal ilişki düzeylerini anlamaya yönelik kullanılan “Sosyal Bağlılık Ölçeği” ve en son olarak ise sosyal medya kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerini, sosyal medyaya ilişkin bilgileri tespit etmek amacıyla düzenlenen “Kişisel Bilgi Formu” dur.

Google Anketler üzerinden çevrimiçi olarak tasarlanan anket formu, sosyal ağlar aracılığıyla sosyal medya kullanıcıları ile paylaşılmış ve yanıtlar kayıt altına alınmıştır. Anket formu, Facebook gruplarına ulaşılarak, sosyal medya hesaplarında arkadaş zinciri üzerinden doldurulmuş ve toplanmıştır. Ölçeklerin paylaşımının internet üzerinden olmasının nedeni ise katılımcıların sosyal medya kullanıcısı olduklarının teyit edilmesi, ölçeklerin daha kısa sürede yayılmasına ve yapılmasına neden olması ve dolayısıyla daha fazla kişiye ulaşılabilmesine ve ölçeklere kolay bir biçimde ulaşmaya imkân sağlamasıdır. Ankette beş ana bölümden oluşmakta demografik sorularla birlikte toplam 47 ifadeye yer verilmiştir. Sosyal ağ sitelerinde ve çevrimiçi platformlarda paylaşılan çevrimiçi anket formu 11 Ocak 2019 – 8 Mart 2019 tarihleri arasında tamamlanmıştır.

3.3.1. Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeği (GKKÖ)

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ölçeği, araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket formunun birinci bölümünü oluşturmaktadır. Przybylski vd. (2013) tarafından geliştirilen, Gökler vd. (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanan FoMO (Fear of Missing Out-Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek toplam 10 ifade ve tek boyuttan oluşan 5'li Likert tipi bir ölçektir (1: Kesinlikle Katılmıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum). Ölçek maddeleri 1-5 puan arasında puanlandırılmakta ve kişilerin ölçekten aldıkları puan 10-50 arasında değişmektedir. Ayrıca ölçeğin bir kesim puanı mevcut değildir. Kişilerin kendi yaşamları ile ilgili değerlendirmeleri içeren bu ölçekten alınan puanlar arttıkça, katılımcılarda sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu yaşama düzeyleri de yükselmektedir. Orijinal ölçek için Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısının 0,95, Türkçe'ye uyarlama çalışması için ise 0,81 olarak hesaplandığı raporlanmıştır.

3.3.2. Sosyotelizm (Phubbing) ölçeği

Sosyotelizm ölçeği, araştırma için kullanılan anket formunun ikinci bölümünde yer almaktadır. Karadağ vd. (2015) tarafından geliştirilmiş bir ölçektir. Ölçek 5'li Likert tipi ve 2 faktörlü (i) İletişim Bozukluğu (5 madde; $\alpha = .87$) ve (ii) Telefon Tutkusu (5 madde; $\alpha = .85$) olmak üzere 10 ifadeden oluşmaktadır (1: Kesinlikle Katılmıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum). Ölçek maddeleri 1-5 puan arasında puanlandırılmakta, 40 ve üzeri puan alan kişilerin sosyotelizm bağımlılığını ifade etmektedir.

3.3.3. On-maddeli kişilik ölçeği (OMKÖ)

On-Maddeli Kişilik ölçeği, araştırmada uygulanan anket formunda üçüncü bölümde bulunmaktadır. Gosling vd. (2003) tarafından deneyime açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, yumuşak başlılık ve duygusal dengelilik olmak üzere beş önemli kişilik özelliğini belirlemek ve ölçmek amacıyla geliştirilen, Atak (2013) tarafından da Türkçe'ye uyarlanan On-Maddeli Kişilik Ölçeği (OMKÖ) kullanılmıştır. Ölçek 1-7 arasında derecelendirilen 7'li Likert tipi, 5 faktörlü ve her bir alt boyutta iki madde yer almaktadır. OMKÖ Türkçe uyarlama çalışmasında Cronbach alfa iç tutarlık katsayıları 0.81 ile 0.86 arasında ve test tekrar test güvenilirlik sonucu da 0.86 ile 0.89 arasında değişmektedir.

3.3.4. Sosyal bağlılık ölçeği (SBÖ)

Sosyal bağlılık ölçeği (social connectedness), araştırmada uygulanan anket formunda dördüncü bölümde bulunmaktadır. SBÖ, bireyin sosyal bağlılık duygusunu ölçmek amacıyla Lee ve Robbins (1995) tarafından geliştirilmiş, Duru (2007) tarafından Türkçe'ye uyarlama çalışması gerçekleştirilmiştir. Ölçek, insanların sosyal ilişki düzeylerini anlamaya ilişkin ve öznel yargılarını belirlemeye yönelik 8 olumsuz ifade ve tek boyutlu olup, 6'lı Likert derecelendirmeye (1: Kesinlikle katılmıyorum, 6: Kesinlikle katılıyorum) sahiptir. Ölçeğin tüm soruları ters kodlanmıştır. Ölçekten alınan puanlar 8 ile 48 arasında değişmekte ve puanlar yükseldikçe katılımcıların sosyal bağlılık duygusu da artmaktadır. Lee ve Robbins (1995) tarafından orijinal geçerlik, güvenilirlik çalışmasında Sosyal Bağlılık Ölçeği'nin Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı 0.91, iki hafta arayla test-tekrar test güvenilirliği 0.96 olarak bulunmuştur. Duru (2007) tarafından Türkçe kültürüne uyarlama güvenilirlik çalışmasında ise ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı 0.90, dört hafta arayla gerçekleştirilen test-tekrar test güvenilirlik katsayısı ise 0.90 olarak bulunmuştur.

3.3.5. Kişisel bilgi formu

Araştırmada kullanılan ölçeğin son bölümünü katılımcıların; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, aylık gelir düzeyi, medeni durumları, meslekleri, yaşadıkları Őehir gibi demografik soruların yanı sıra sosyal medyaya daha çok hangi iletişim aracı ile eriştikleri, akıllı cihaz başında kaç saat vakit geçirdikleri, günde kaç saat sosyal medyayı takip ettikleri, hangi sosyal medya hesaplarına üyeliklerinin olduğu ve kaç yıldır sosyal medya kullandıkları gibi sorular bulunmaktadır.

3.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizi bilgisayar ortamında SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 22.0 istatistik programında yapılmıştır. Araştırma amaçlarını incelemeye yönelik veri setinin analize hazır hale gelmesi için öncelikle kayıp ve hatalı verilerin tespit edilmesiyle 1026 katılımcıdan toplanan veriler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı veri analizinde, frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma analizlerinden ve ölçeklerin güvenilirlik analizi için Cronbach Alpha'dan yararlanılmıştır.

Parametrik ve parametrik olmayan testlerin kullanımı ile ilgili fark istatistikleri öncesinde kararını vermeye yönelik yapılan Levene test sonuçlarına göre varyansların homojen olup olmadığı ($p>0.05$) incelenmiştir. Normal dağılım gösteren bağımlı değişkenlerin bağımsız değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmaması ile ilgili t-testi, tek değişkenli varyans analizinden (tek yönlü ANOVA), normal dağılım göstermeyen değişkenler arasında ise Mann-Whitney U testi ve Kruskal Wallis testlerinden yararlanılmıştır. ANOVA testi sonrası gruplar arasındaki farkı belirlemek için ise Tukey Post-hoc testinden yararlanılmıştır. Araştırmada değişkenler arasında yapısal modelin kurulmasında LISREL 8.8. programından yararlanılmıştır. Araştırmada tüm bulgular $p < 0.05$ anlamlılık düzeyine ve %95 güven aralığı göz önünde bulundurularak sınıanmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Özellikler

Tablo 4.1.1. Araştırmadaki katılımcılara ait demografik özellikler

Özellikler	Gruplar	F	%
Cinsiyet	Kadın	556	54.2
	Erkek	470	45.8
Yaş	17-22	113	11.0
	23-28	378	36.8
	29-34	213	20.8
	35-40	126	12.3
	41+	196	19.1
Medeni Durum	Evli	447	43.6
	Bekâr	579	56.4
Gelir Düzeyi	1000 TL veya daha düşük	184	17.9
	1001-2000 TL	120	11.7
	2001-3000 TL	198	19.3
	3001-4000 TL	188	18.3
	4001 TL+	336	32.7
Eğitim Durumu	İlköğretim (İlkokul veya Ortaokul)	20	1.9
	Lise	107	10.4
	Üniversite (Ön Lisans veya Lisans)	645	62.9
	Lisansüstü (Yüksek Lisans veya Doktora)	254	24.8
Meslek	Öğrenci	230	22.4
	Serbest Meslek	285	27.8
	Memur	329	32.1
	İşçi	74	7.2
	Çalışmayan	19	1.9
	Ev Hanımı	25	2.4
	Emekli	64	6.2
İletişim Aracı	Telefon	935	91.1
	Bilgisayar	80	7.8
	Tablet	11	1.1

Tablo 4.1.1. (Devam) *Araştırmadaki katılımcılara ait demografik özellikler*

Telefon/Tablet/Bilgisayar başında geçirilen zaman	1 saat ve daha az	112	10.4
	2-4 saat	466	45.4
	5-7 saat	266	25.9
	8-10 saat	121	11.8
	11 saat ve üstü	61	5.9
Günlük sosyal medyada geçirilen süre	0-1 saat	366	35.7
	2-4 saat	509	49.6
	5-7 saat	110	10.7
	8-10 saat	27	2.6
	11 saat ve üstü	14	1.4
Toplam örneklem sayısı		1026	

Yukarıda Tablo 4.1.1.'e bakıldığında, araştırmadaki katılımcıların 556'sı kadın (%54.2), 470'i erkektir (%45.8). Yaş değişkeni bakımından en çok katılımcı 23–28 (f= 378, %36.8) yaş aralığındadır. Medeni durum değişkenine göre katılımcıların 447'si (%43.6) evli, 579'u (%56.4) bekârdır. Gelir düzeyi değişkenine bakıldığında en çok katılımcı 4001 TL ve üstü (f= 336, %32.7) gelire sahiptirler. Katılımcıların eğitim durumu değişkeni incelendiğinde üniversite (ön lisans veya lisans) (f=645, %71.1) mezunu oldukları görülmektedir. Meslek değişkenine bakıldığında ise araştırmadaki katılımcıların mesleklerinin en çok memur (f= 329, %32.1) olduğu görülmektedir. Katılımcıların sosyal medyaya en çok telefon (f=935, %91.1) iletişim aracı ile erişim sağladıkları belirlenmiştir. Günde telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine bakıldığında katılımcıların en çok 2-4 saat (f=466, %45.4) vakit geçirdikleri görülmektedir. Katılımcıların günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkeni incelendiğinde en çok 2-4 saat (f=509, %49.6) sosyal medyada vakit geçirdikleri belirlenmiştir.

4.2. Bağımsız Değişkenlerin Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Üzerine Olan Etkilerinin İncelenmesi

Bu bölümde boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin demografik özellikleri ile GKK düzeyleri arasındaki ilişkiye ait bulgular yer almaktadır. GKK bağımlı değişkeni tüm gruplar arasında Shapiro-Wilk test sonuçlarına göre normal dağılım göstermediği (sw= p<0.05) saptanmıştır. Bu nedenle ikili gruplar kıyaslanırken Mann-Whitney U testi, ikiden fazla grupların karşılaştırılması için ise parametrik olmayan testlerden Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır. GKK bağımlı değişkeni sosyal medya kullanımını tercih eden bireyler için gelir düzeyi, eğitim durumu,

telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman, iletişim aracı ve günlük sosyal medyada geçirilen süre bağımsız değişkenleri dağılımlarına bakıldığında, Shapiro-Wilk test sonuçlarına göre normal dağılım gösterdiği ($sw=p >0.05$) saptanmıştır. Bu nedenle bağımsız değişkenin ikiden fazla gruptan oluşmasından dolayı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve gruplar arasındaki farkın belirlenmesi için ise Tukey post-hoc testinden yararlanılmıştır.

4.2.1. Bireylerin GKK düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.2.1. *Bireylerin cinsiyet değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları*

	Cinsiyet	N	Med	Min	Max	Z	P
GKK	Kadın	556	2.8000	1.00	5.00	-1.686	.092
	Erkek	470	2.6000	1.00	5.00		

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden kişilerin GKK bağımlı değişkeninin cinsiyet bağımsız değişkenine göre parametrik varsayımlarını sağlamadığından Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.2.1.'de katılımcıların GKK düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı fark göstermediği ($Z=-1.686$, $p=.092$) tespit edilmiştir.

4.2.2. Bireylerin GKK düzeylerinin yaş değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.2.2. *Bireylerin yaş değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları*

	Grup	Yaş	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
GKK	1	17-22	113	3.1000	1.30	4.60	64.364	4	.000**	3-1
	2	23-28	378	2.9000	1.00	5.00				3-2
	3	29-34	213	2.6000	1.10	4.30				4-1
	4	35-40	126	2.4000	1.10	4.00				4-2
	5	41+	196	2.4000	1.00	5.00				5-1
									5-2	

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeylerinin yaş değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Tablo 4.2.2.'ye bakıldığında test sonuçlarına göre sosyal medya kullanan bireylerin GKK düzeylerinin yaş değişkenine göre anlamlı fark

gösterdiği ($X^2=64.364$, $df= 4$, $p=.000$) tespit edilmiştir. Gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 3. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=479.32) 3. grup lehine ($p=.000$), 3. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=479.32) 3. grup lehine ($p=.000$), 4. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=417.28) 4. grup lehine ($p=.000$), 4. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=417.28) 4. grup lehine ($p=.000$), 5. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=430.63) 5. grup lehine ($p=.000$), 5. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=430.63) 5. grup lehine ($p=.000$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

4.2.3. Bireylerin GKK düzeylerinin medeni durum değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.2. 3. *Bireylerin medeni durum değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları*

	Medeni Durum	N	Med	Min	Max	Z	P
GKK	Evli	447	2.5000	1.10	4.50	-4.752	.000**
	Bekâr	579	2.8000	1.00	5.00		

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK bağımlı değişkeninin medeni durum bağımsız değişkenine göre parametrik varsayımlarını sağlamadığından Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.2.3.'te katılımcıların GKK düzeylerine bakıldığında medeni durum değişkenine göre evli katılımcıların lehine anlamlı farklılık gösterdiği ($Z=-4.752$, $p=.000$) tespit edilmiştir.

4.2.4. Bireylerin GKK düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.2.4. *Bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları*

	Grup	Gelir Düzeyi	N	\bar{X}	Ss	F	p	Anlamlı Fark (Post Hoc)
GKK	1	1000 TL veya daha düşük	184	2.8565	.76527	11.563	.000**	3-2
	2	1001-2000 TL	120	2.9250	.72729			5-1
	3	2001-3000 TL	198	2.6879	.74490			5-2
	4	3001-4000 TL	188	2.7894	.71208			5-3
	5	4001 TL+	336	2.5057	.71816			5-4

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeyleri, gelir düzeyi değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağladığından tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA) testinden yararlanılmıştır. Tablo 4.2.4.'te görülebileceği üzere, GKK ölçeği aritmetik ortalamalarının, katılımcıların gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda gelir düzeyi aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=11.563, p= .000). Bu işlemin ardından ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı Post-Hoc çoklu karşılaştırma analiz tekniğine geçilmiştir. ANOVA sonrası hangi Post-Hoc çoklu karşılaştırma tekniğinin kullanılacağına karar vermek için öncelikle Levene's testi ile grup dağılımlarının varyanslarının homojen olup olmadığı hipotezi sınanmış, varyansların homojen olduğu saptanmıştır (p=.351). Bunun üzerine varyansların homojen olması durumunda yaygınlıkla kullanılan Tukey çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir. Tukey testinin tercih edilmesinin nedeni testin Alpha tipi hataya karşı duyarlı olmasıdır.

Tablo 4.2.4. 1. Bireylerin fomo düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası yapılan Post-Hoc tukey testi sonuçları

Gelir düzeyi (i)	Gelir düzeyi (j)	Ortalama Farkı (i-j)	Sh	p
1000 TL veya daha düşük	1001-2000 TL	-.06848	.08589	.931
	2001-3000 TL	.1684	.07495	.162
	3001-4000 TL	.06716	.07591	.903
	4001 TL+	.35087	.06713	.000**
1001-2000 TL	1000 TL veya daha düşük	.06848	.08589	.931
	2001-3000 TL	.23712	.08468	.041*
	3001-4000 TL	.13564	.08553	.507
	4001 TL+	.41935	.07784	.000**
2001-3000 TL	1000 TL veya daha düşük	-.16864	.07495	.162
	1001-2000 TL	-.23712	.08468	.041*
	3001-4000 TL	-.10148	.07454	.653
	4001 TL+	.18222	.06558	.044*
3001-4000 TL	1000 TL veya daha düşük	-.06716	.07591	.903
	1001-2000 TL	-.13564	.08553	.507
	2001-3000 TL	.10148	.07454	.653
	4001 TL+	.28371	.06667	.000**
4001 TL+	1000 TL veya daha düşük	-.35087	.06713	.000**
	1001-2000 TL	-.41935	.07784	.000**
	2001-3000 TL	-.18222	.06558	.044*
	3001-4000 TL	-.28371	.06667	.000**

* p < 0.05 ** p < 0.01

Tablo 4.2.4.1.'de yer alan Post-Hoc analizi sonuçları incelendiğinde, katılımcıların gelir düzeyi bağımsız değişkeninde tespit edilen gruplar arası anlamlı farkların, 1000 TL veya daha düşük ($\bar{X}=2.8565$, $p=.000$) ile 4001 TL ve üstü gelir düzeyi ($\bar{X}=2.5057$) arasında 4001 TL veya üstü gruba dahil olanlar lehine olduğu tespit edilmiştir. Bu durum sonucunda sosyal medya kullanan bireylerden gelir düzeyleri 1000 TL veya daha düşük olan bireylerin GKK düzeylerinin, gelir düzeyi 4001 TL ve üstü olanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların 1001-2000 TL ($\bar{X}=2.9250$, $p=.041$) ile 2001-3000 TL gelir düzeyi ($\bar{X}=2.6879$) arasında 2001-3000 TL gelir düzeyi grubuna dahil olanlar lehine olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların 1001-2000 TL ($\bar{X}=2.9250$, $p=.000$) ile 4001 TL ve üstü gelir düzeyi ($\bar{X}=2.5057$) arasında 4001 TL ve üstü gelir düzeyi grubuna dahil olanlar lehine olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların 2001-3000 TL ($\bar{X}=2.6879$, $p=.044$) ile 4001 TL ve üstü gelir düzeyi ($\bar{X}=2.5057$) arasında 4001 TL ve üstü gelir düzeyi grubuna dahil olanlar lehine olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların 3001-4000 TL ($\bar{X}=2.7894$, $p=.000$) ile 4001 TL ve üstü gelir düzeyi ($\bar{X}=2.5057$) arasında 4001 TL ve üstü gelir düzeyi grubuna dahil olanlar lehine olduğu tespit edilmiştir. Diğer gruplar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>.05$).

4.2.5. Bireylerin GKK düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.2.5. Bireylerin eğitim durumu değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

	Grup	Eğitim Durumu	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
GKK	1	İlköğretim (İlkokul veya Ortaokul)	20	2.2000	1.60	3.70	8.146	3	.043*	4-2 4-3
	2	Lise	107	2.8000	1.10	5.00				
	3	Üniversite (Ön Lisans veya Lisans)	645	2.8000	1.00	4.70				
	4	Lisansüstü (Yüksek Lisans veya Doktora)	254	2.6000	1.10	5.00				

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeylerinin, eğitim durumu değişkenine göre parametrik test varsayımlarını

sağlamadığından Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Tablo 4.2.5'e bakıldığında test sonuçlarına göre sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeylerinin, eğitim durumu değişkenine göre anlamlı fark gösterdiği ($X^2=8.146$, $df= 3$, $p=.043$) tespit edilmiştir. Gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 4. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=475.18) 4. grup lehine ($p=.044$), 4. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=475.18) 4. grup lehine ($p =.020$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

4.2.6. Bireylerin GKK düzeylerinin meslek değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.2. 6. *Bireylerin meslek değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları*

	Grup	Meslek	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
GKK	1	Öğrenci	230	2.9000	1.00	5.00	16.943	6	.009**	3-1 3-2
	2	Serbest Meslek	285	2.8000	1.20	5.00				
	3	Memur	329	2.6000	1.10	4.60				
	4	İşçi	74	2.6000	1.00	4.00				
	5	Çalışmayan	19	2.8000	1.40	4.20				
	6	Ev Hanımı	25	2.6000	1.40	4.00				
	7	Emekli	64	2.6500	1.30	4.20				

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeylerinin, meslek değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Tablo 4.2.6'ya bakıldığında test sonuçlarına göre sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeylerinin, meslek değişkenine göre anlamlı fark gösterdiği ($X^2=16.943$, $df= 6$, $p=.009$) tespit edilmiştir. Gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 3. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=469.62) 3. grup lehine ($p=.000$), 3. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=469.62) 3. grup lehine ($p =.034$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

4.2.7. Bireylerin GKK düzeylerinin iletişim aracı değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.2.7. *Bireylerin iletişim aracı değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları*

	Grup	İletişim Aracı	N	\bar{X}	ss	F	p	Anlamlı Fark (Post Hoc)
GKK	1	Telefon	935	2.7217	.75239	2.724	.066	
	2	Bilgisayar	80	2.5337	.68102			
	3	Tablet	11	2.5091	.58387			

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeyleri, iletişim aracı değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlandığından tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA) testinden yararlanılmıştır. Tablo 4.2.7’de görülebileceği üzere, GKK ölçeği aritmetik ortalamalarının, iletişim aracı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda iletişim aracı değişkeni aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır (F=2.724, p=.066).

4.2.8. Bireylerin GKK düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.2.8. Bireylerin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları

	Grup	Telefon/Tablet/Bilgisayar Başında Geçirilen Zaman	N	\bar{X}	ss	F	p	Anlamlı Fark (Post Hoc)
GKK	1	1 saat ve daha az	112	2.5131	.77631	3.078	.009**	1-3
	2	2-4 saat	466	2.6622	.73662			
	3	5-7 saat	266	2.8075	.73793			
	4	8-10 saat	121	2.7694	.75827			
	5	11 saat ve üstü	61	2.7852	.70895			

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeyleri, telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağladığından tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA) testinden yararlanılmıştır. Tablo 4.2.8.’de görülebileceği üzere, GKK ölçeği aritmetik ortalamalarının, katılımcıların telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkeni aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=3.078, p=.009). Bu işlemin ardından ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı Post-Hoc çoklu karşılaştırma analiz tekniğine geçilmiştir. ANOVA sonrası hangi Post-Hoc çoklu karşılaştırma tekniğinin kullanılacağına karar vermek için öncelikle Levene’s testi ile grup dağılımlarının varyanslarının homojen olup olmadığı hipotezi sınanmış,

varyansların homojen olduğu saptanmıştır (p=.536). Bunun üzerine varyansların homojen olması durumunda yaygınlıkla kullanılan Tukey çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir. Tukey testinin tercih edilmesinin nedeni testin Alpha tipi hataya karşı duyarlı olmasıdır.

Tablo 4.2.8.1. *Bireylerin GKK düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları*

Telefon/Tablet/Bilgisayar Başında Geçirilen Zaman (i)	Telefon/Tablet/Bilgisayar Başında Geçirilen Zaman (j)	Ortalama Farkı (i-j)	sh	p
1 saat ve daha az	2-4 saat	-.14915	.07966	.420
	5-7 saat	-.29443	.08507	.007**
	8-10 saat	-.25634	.09862	.098
	11 saat ve üstü	-.27216	.11923	.202
2-4 saat	1 saat ve daha az	.14915	.07966	.420
	5-7 saat	-.14529	.05711	.113
	8-10 saat	-.10719	.07582	.719
	11 saat ve üstü	-.12301	.10119	.829
5-7 saat	1 saat ve daha az	.29443	.08507	.007**
	2-4 saat	.14529	.05711	.113
	8-10 saat	.03810	.08149	.997
	11 saat ve üstü	.02227	.10550	1.000
8-10 saat	1 saat ve daha az	.25634	.09862	.098
	2-4 saat	.10719	.07582	.719
	5-7 saat	-.03810	.08149	.997
	11 saat ve üstü	-.01582	.11669	1.000
11 saat ve üstü	1 saat ve daha az	.27216	.11923	.202
	2-4 saat	.12301	.10119	.829
	5-7 saat	-.02227	.10550	1.000
	8-10 saat	.01582	.11669	1.000

* p < 0.05 ** p < 0.01

Tablo 4.2.8.1.'de yer alan Post-Hoc analizi sonuçları incelendiğinde, katılımcıların telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman bağımsız değişkeninde tespit edilen gruplar arası anlamlı farkların, 1 saat ve daha az (\bar{X} =2.5131, p=.007) ile 5-7 saat telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman (\bar{X} =2.8075) arasında 1 saat ve daha az grubuna dahil olanlar lehine olduğu tespit edilmiştir. Bu durum sonucunda sosyal medya kullanan bireylerden telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman 5-7 saat olan bireylerin GKK düzeylerinin, telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman 1 saat ve daha az olanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer gruplar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (p>.05).

4.2.9. Bireylerin GKK düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.2.9. Bireylerin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre GKK düzeylerine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları

	Grup	Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süre	N	\bar{X}	ss	F	p	Anlamlı Fark (Post Hoc)
GKK	1	0-1 saat	366	2.4404	.69484	22.294	.000**	1-2 1-3 1-4
	2	2-4 saat	509	2.8020	.71604			
	3	5-7 saat	110	2.9991	.76476			
	4	8-10 saat	27	3.1556	.87764			
	5	11 saat ve üstü	14	2.9000	.64570			

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin GKK düzeyleri, günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağladığından tek yönlü varyans analizi (One-way ANOVA) testinden yararlanılmıştır. Tablo 4.2.9.'da görülebileceği üzere, GKK ölçeği aritmetik ortalamalarının, katılımcıların günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkeni aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=22.294, p=.000). Bu işlemin ardından ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı Post-Hoc çoklu karşılaştırma analiz tekniğine geçilmiştir. ANOVA sonrası hangi Post-Hoc çoklu karşılaştırma tekniğinin kullanılacağına karar vermek için öncelikle Levene's testi ile grup dağılımlarının varyanslarının homojen olup olmadığı hipotezi sınanmış, varyansların homojen olduğu saptanmıştır (p=.961). Bunun üzerine varyansların homojen olması durumunda yaygınlıkla kullanılan Tukey çoklu karşılaştırma tekniği tercih edilmiştir. Tukey testinin tercih edilmesinin nedeni testin Alpha tipi hataya karşı duyarlı olmasıdır.

Tablo 4.2.9.1. *Bireylerin fomo düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre farklılaştığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları*

Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süre (i)	Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süre (j)	Ortalama Farkı (i-j)	sh	p
0-1 saat	2-4 saat	-.36153	.04919	.000**
	5-7 saat	-.55865	.07804	.000**
	8-10 saat	-.71512	.14312	.000**
	11 saat ve üstü	-.45956	.19544	.130
2-4 saat	0-1 saat	.36153	.04919	.000**
	5-7 saat	-.19713	.07546	.069
	8-10 saat	-.35359	.14173	.093
	11 saat ve üstü	-.09804	.19443	.987
5-7 saat	0-1 saat	.55865	.07804	.000**
	2-4 saat	.19713	.07546	.069
	8-10 saat	-.15646	.15414	.848
	11 saat ve üstü	.09909	.20365	.989
8-10 saat	0-1 saat	.71512	.14312	.000**
	2-4 saat	.35359	.14173	.093
	5-7 saat	.15646	.15414	.848
	11 saat ve üstü	.25556	.23636	.816
11 saat ve üstü	0-1 saat	.45956	.19544	.130
	2-4 saat	.09804	.19443	.987
	5-7 saat	-.09909	.20365	.989
	8-10 saat	-.25556	.23636	.816

* p < 0.05 ** p < 0.01

Tablo 4.2.9.1.'de yer alan Post-Hoc analizi sonuçları incelendiğinde, katılımcıların günlük sosyal medyada geçirilen süre bağımsız değişkeninde tespit edilen gruplar arası anlamlı farkların, 0-1 saat ($\bar{X}=2.4404$, $p=.000$) ile 2-4 saat günlük sosyal medyada geçirilen süre ($\bar{X}=2.8020$) arasında 0-1 saat grubuna dahil olanlar lehine olduğu tespit edilmiştir. Bu durum sonucunda sosyal medya kullanan bireylerden günlük sosyal medyada geçirilen süre 2-4 saat olan bireylerin GKK düzeylerinin, günlük sosyal medyada geçirme süresi 0-1 saat olanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların 0-1 saat ($\bar{X}=2.4404$, $p=.000$) ile 5-7 saat ve daha az günlük sosyal medyada geçirilen süre ($\bar{X}=2.9991$) arasında 0-1 saat günlük sosyal medyada geçirilen süre grubuna dahil olanlar lehine olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların 0-1 saat ($\bar{X}=2.4404$, $p=.000$) ile 8-10 saat günlük sosyal medyada geçirilen süre ($\bar{X}=3.1556$) arasında 0-1 saat günlük sosyal medyada geçirilen süre grubuna dahil olanlar lehine olduğu tespit edilmiştir. Diğer gruplar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>.05$).

4.3. Bağımsız Değişkenlerin Sosyotelizm (Phubbing) Üzerine Olan Etkilerinin İncelenmesi

Bu bölümde boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin demografik özellikleri ile sosyotelizm düzeyleri arasındaki ilişkiye ait bulgular yer almaktadır. Sosyotelizm bağımlı değişkeni tüm gruplar arasında Shapiro-Wilk test sonuçlarına göre normal dağılım göstermediği ($sw = p < 0.05$) saptanmıştır. Bu nedenle ikili gruplar kıyaslanırken Mann-Whitney U testi, ikiden fazla grupların karşılaştırılması için ise parametrik olmayan testlerden Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır.

4.3.1. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.3.1. Bireylerin cinsiyet değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	Med	Min	Max	Z	P
Sosyotelizm Toplam	Kadın	566	2.8500	1.00	4.90	-.221	.825
	Erkek	470	2.8000	1.00	5.00		
İletişim Bozukluğu	Kadın	556	2.4000	1.00	5.00	-1.851	.064
	Erkek	470	2.4000	1.00	5.00		
Telefon Tutkusu	Kadın	556	3.2000	1.00	5.00	-1.538	.124
	Erkek	470	3.2000	1.00	5.00		

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.3.1.'de sosyotelizm toplamın cinsiyet değişkenine göre anlamlı fark göstermediği ($Z = -.221$, $p = .825$) tespit edilmiştir. Alt boyutlar incelendiğinde ise iletişim bozukluğu ($Z = -1.851$, $p = .064$) ve telefon tutkusu ($Z = -1.538$, $p = .124$) boyutlarında da anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

4.3.2. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin yaş değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.3.2. Bireylerin yaş değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Yaş	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyotelizm Toplam	1	17-22	113	2.9000	1.20	4.90	41.963	4	.000**	5-1 5-2 5-3 5-4
	2	23-28	378	2.9000	1.00	5.00				
	3	29-34	213	2.9000	1.00	5.00				
	4	35-40	126	2.7000	1.00	4.60				
	5	41+	196	2.4000	1.00	4.70				

Tablo 4.3.2. (Devam) *Bireylerin yaş değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları*

İletişim Bozukluğu	1	17-22	113	2.6000	1.00	5.00	38.986	4	.000**	5-1
	2	23-28	378	2.4000	1.00	5.00				5-2
	3	29-34	213	2.6000	1.00	5.00				5-3
	4	35-40	126	2.2000	1.00	5.00				5-4
	5	41+	196	2.0000	1.00	4.40				
Telefon Tutkusu	1	17-22	113	3.4000	1.20	5.00	32.554	4	.000**	5-1
	2	23-28	378	3.4000	1.20	5.00				5-2
	3	29-34	213	3.2000	1.00	5.00				5-3
	4	35-40	126	3.2000	1.00	5.00				5-4
	5	41+	196	2.8000	1.00	5.00				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin yaş değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.3.2’de sosyotelizm düzeyleri ile yaş değişkeninin anlamlı fark gösterdiği ($\chi^2=41.963$, $df=4$, $p=.000$) tespit edilmiştir. Sosyotelizm toplamda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 5. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.57) 5. grup lehine ($p=.000$), 5. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.57) 5. grup lehine ($p=.000$), 5. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.57) 5. grup lehine ($p=.000$), ve 5. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.57) 5. grup lehine ($p=.000$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Alt boyutlar incelendiğinde ise iletişim bozukluğu ($\chi^2=38.986$, $df=4$, $p=.000$) alt boyutundaki gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 5. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.57) 5. grup lehine ($p=.000$), 5. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.57) 5. grup lehine ($p=.000$), 5. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.57) 5. grup lehine ($p=.000$), ve 5. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.57) 5. grup lehine ($p=.000$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Telefon tutkusu ($\chi^2=32.554$, $df=4$, $p=.000$) alt boyutunda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 5. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=412.53) 5. grup lehine ($p=.000$), 5. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=412.53) 5. grup lehine ($p=.000$), 5. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=412.53) 5. grup lehine ($p=.000$), ve 5. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları

dikkate alındığında (MR=412.53) 5. grup lehine (p=.000) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

4.3.3. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin medeni durum değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.3.3. Bireylerin medeni durum değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları

Boyutlar	Medeni Durum	N	Med	Min	Max	Z	P
Sosyotelizm Toplam	Evli	447	2.7000	1.00	5.00	-3.044	.002*
	Bekâr	579	2.9000	1.00	5.00		
İletişim Bozukluğu	Evli	447	2.2000	1.00	5.00	-2.054	.040*
	Bekâr	579	2.4000	1.00	5.00		
Telefon Tutkusu	Evli	447	3.2000	1.00	5.00	-3.335	.001*
	Bekâr	579	3.4000	1.00	5.00		

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin medeni durum değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.3.3.'de sosyotelizm toplama bakıldığında medeni durum değişkenine göre evli katılımcılar lehine anlamlı fark gösterdiği (Z=-3.044, p=.002) tespit edilmiştir. Alt boyutlar incelendiğinde de iletişim bozukluğu (Z=-2.054, p=.040) alt boyutunda medeni durum değişkenine göre evli katılımcılar lehine ve telefon tutkusu (Z=-3.335, p=.001) alt boyutunda da medeni durum değişkenine göre evli katılımcılar lehine anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir.

4.3.4. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.3.4. Bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Gelir Düzeyi	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyotelizm Toplam	1	1000 TL veya daha düşük	184	2.9000	1.10	4.90	10.838	4	.028*	3-1 3-2 5-1 5-2
	2	1001-2000 TL	120	3.0000	1.00	5.00				
	3	2001-3000 TL	198	2.7000	1.00	5.00				
	4	3001-4000 TL	188	2.8000	1.00	4.60				
	5	4001 TL+	336	2.7000	1.00	5.00				

Tablo 4.3.4. (Devam) *Bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları*

İletişim Bozukluğu	1	1000 TL veya daha düşük	184	2.6000	1.00	5.00	8.919	4	.063
	2	1001-2000 TL	120	2.4000	1.00	5.00			
	3	2001-3000 TL	198	2.4000	1.00	5.00			
	4	3001-4000 TL	188	2.4000	1.00	4.60			
	5	4001 TL+	336	2.2000	1.00	5.00			
Telefon Tutkusu	1	1000 TL veya daha düşük	184	3.4000	1.20	5.00	7.664	4	.105
	2	1001-2000 TL	120	3.4000	1.00	5.00			
	3	2001-3000 TL	198	3.2000	1.00	5.00			
	4	3001-4000 TL	188	3.2000	1.00	5.00			
	5	4001 TL+	336	3.2000	1.00	5.00			

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.3.4.'te sosyotelizm düzeyleri ile gelir düzeyi değişkeninin anlamlı fark gösterdiği ($\chi^2=10.838$, $df=4$, $p=.028$) tespit edilmiştir. Sosyotelizm toplamda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 3. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=487.44) 3. grup lehine ($p=.025$), 3. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=487.44) 3. grup lehine ($p=.021$), 5. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=495.26) 5. grup lehine ($p=.026$), ve 5. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=495.26) 5. grup lehine ($p=.024$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Alt boyutlar incelendiğinde ise iletişim bozukluğu ($\chi^2=8.919$, $df=4$, $p=.063$) ve telefon tutkusu ($\chi^2=7.664$, $df=4$, $p=.105$) boyutlarında anlamlı fark olmadığı tespit edilmiştir.

4.3.5. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin meslek değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.3.5. Bireylerin meslek değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Meslek	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyotelizm Toplam	1	Öğrenci	230	2.9000	1.20	4.90	30.848	6	.000**	3-1
	2	Serbest Meslek	285	2.9000	1.00	5.00				4-1
	3	Memur	329	2.8000	1.00	5.00				4-2
	4	İşçi	74	2.4000	1.00	4.60				7-1
	5	Çalışmayan	19	2.8000	1.10	4.20				7-2
	6	Ev Hanımı	25	2.8000	1.00	4.30				7-3
	7	Emekli	64	2.3500	1.00	3.70				7-4
İletişim Bozukluğu	1	Öğrenci	230	2.6000	1.00	5.00	32.575	6	.000**	7-5
	2	Serbest Meslek	285	2.4000	1.00	5.00				4-1
	3	Memur	329	2.4000	1.00	5.00				7-1
	4	İşçi	74	2.1000	1.00	5.00				7-2
	5	Çalışmayan	19	2.2000	1.00	4.20				7-3
	6	Ev Hanımı	25	2.0000	1.00	4.00				7-4
	7	Emekli	64	1.8000	1.00	3.20				7-5
Telefon Tutkusu	1	Öğrenci	230	3.4000	1.00	5.00	25.498	6	.000**	3-1
	2	Serbest Meslek	285	3.4000	1.00	5.00				3-2
	3	Memur	329	3.2000	1.00	5.00				4-2
	4	İşçi	74	3.1000	1.00	5.00				7-1
	5	Çalışmayan	19	3.2000	1.20	4.80				7-2
	6	Ev Hanımı	25	3.2000	1.00	4.60				7-3
	7	Emekli	64	2.7000	1.00	5.00				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin meslek değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.3.5'te sosyotelizm düzeyleri ile meslek değişkeninin anlamlı fark gösterdiği ($X^2=30.848$, $df=6$, $p=.000$) tespit edilmiştir. Sosyotelizm toplamda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 3. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=502.23) 3. grup lehine ($p=.046$), 4. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=468.45) 4. grup lehine ($p=.032$), 4. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=468.45) 4. grup lehine ($p=.039$) ve 7. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=348.21) 7. grup lehine ($p=.000$), 7. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=348.21) 7. grup lehine ($p=.000$) ve 7. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=348.21) 7. grup lehine ($p=.000$), 7. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları

dikkate alındığında (MR=348.21) 7. grup lehine (p=.017), ve 7. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=348.21) 7. grup lehine (p=.039) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Alt boyutlar incelendiğinde ise iletişim bozukluğu ($X^2=32.575$, $df=6$, $p=.000$) alt boyutunda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 4. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=461.78) 4. grup lehine (p=.014) ve 7. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=339.27) 7. grup lehine (p=.000), 7. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=339.27) 7. grup lehine (p=.000) ve 7. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=339.27) 7. grup lehine (p=.000), 7. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=339.27) 7. grup lehine (p=.015) ve 7. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=339.27) 7. grup lehine (p=.040) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Telefon tutkusu ($X^2=25.498$, $df=6$, $p=.000$) alt boyutu incelendiğinde ise gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 3. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=488.27) 3. grup lehine (p=.044), 3. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=488.27) 3. grup lehine (0.002), 4. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=479.80) 4. grup lehine (p=.033) ve 7. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=382.04) 7. grup lehine (p=.000), 7. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=382.04) 7. grup lehine (p=.000) ve 7. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=382.04) 7. grup lehine (p=.009) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

4.3.6. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.3. 6. Bireylerin eğitim durumu değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Eğitim Durumu	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyotelizm Toplam	1	İlköğretim (İlkokul veya Ortaokul)	20	2.6500	1.00	4.30	2.889	3	.409	
	2	Lise	107	2.8000	1.00	4.70				

Tablo 4.3. 6. (Devam) *Bireylerin eğitim durumu değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları*

Sosyotelizm Toplam	3	Üniversite (Ön Lisans veya Lisans)	645	2.8000	1.00	5.00	2.889	3	.409
	4	Lisansüstü (Yüksek Lisans veya Doktora)	254	2.9000	1.00	5.00			
İletişim Bozukluğu	1	İlköğretim (İlkokul veya Ortaokul)	20	2.2000	1.00	4.00	4.398	3	.222
	2	Lise	107	2.2000	1.00	4.60			
	3	Üniversite (Ön Lisans veya Lisans)	645	2.4000	1.00	5.00			
	4	Lisansüstü (Yüksek Lisans veya Doktora)	254	2.4000	1.00	5.00			
Telefon Tutkusu	1	İlköğretim (İlkokul veya Ortaokul)	20	3.1000	1.00	4.60	1.846	3	.605
	2	Lise	107	3.2000	1.00	5.00			
	3	Üniversite (Ön Lisans veya Lisans)	645	3.2000	1.00	5.00			
	4	Lisansüstü (Yüksek Lisans veya Doktora)	254	3.3000	1.00	5.00			

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.3.6'da sosyotelizm toplam ve eğitim durumu değişkeninin anlamlı fark göstermediği ($\chi^2=2.889$, $df=3$, $p=.409$) tespit edilmiştir. Alt boyutlar incelendiğinde ise iletişim bozukluğu ($\chi^2=4.398$, $df=3$, $p=.222$) ve telefon tutkusu ($\chi^2=1.846$, $df=3$, $p=.605$) alt boyutlarında anlamlı fark olmadığı tespit edilmiştir.

4.3.7. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin iletişim aracı değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.3.7. Bireylerin iletişim aracı değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	İletişim Aracı	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyotelizm Toplam	1	Telefon	935	2.9000	1.00	5.00	35,825	2	.000**	2-1
	2	Bilgisayar	80	2.2000	1.00	3.70				
	3	Tablet	11	2.5000	1.30	3.30				
İletişim Bozukluğu	1	Telefon	935	2.4000	1.00	5.00	34.648	2	.000**	2-1
	2	Bilgisayar	80	1.8000	1.00	3.60				
	3	Tablet	11	2.0000	1.00	3.20				
Telefon Tutkusu	1	Telefon	935	3.200	1.00	5.00	25.972	2	.000**	2-1 3-1
	2	Bilgisayar	80	2.6000	1.00	4.60				
	3	Tablet	11	2.4000	1.60	3.80				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin iletişim aracı değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.3.7’de sosyotelizm düzeyleri ile iletişim aracı değişkeninin anlamlı fark gösterdiği ($X^2=35,825$, $df=2$, $p=.000$) tespit edilmiştir. Sosyotelizm toplamda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 2. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (331.19) 2. grup lehine ($p=.000$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Alt boyutlar incelendiğinde ise iletişim bozukluğu ($X^2=34.648$, $df=2$, $p=.000$) boyutundaki farklar incelendiğinde 2. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=330.00) 2. grup lehine ($p=.000$) ve telefon tutkusu ($X^2=25.972$, $df=2$, $p=.000$) alt boyutundaki farklar incelendiğinde 2. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=364.96) 2. grup lehine ($p=.000$), 3. grup ile 1. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=347.14) 3. grup lehine ($p=.044$) anlamlı fark bulunduğu tespit edilmiştir.

4.3.8. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.3.8. Bireylerin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süre	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyotelizm Toplam	1	0-1 saat	366	2.4000	1.00	4.70	127.599	4	.000**	1-2
	2	2-4 saat	509	2.9000	1.00	5.00				1-3
	3	5-7 saat	110	3.3000	1.00	5.00				1-4
	4	8-10 saat	27	3.5000	1.80	4.40				1-5
	5	11 saat ve üstü	14	3.2000	1.60	4.30				2-3 2-4
İletişim Bozukluğu	1	0-1 saat	366	2.0000	1.00	4.60	91.150	4	.000**	1-2
	2	2-4 saat	509	2.4000	1.00	5.00				1-3
	3	5-7 saat	110	2.8000	1.00	5.00				1-4
	4	8-10 saat	27	2.8000	1.00	4.60				1-5
	5	11 saat ve üstü	14	2.9000	1.20	4.20				2-3 2-4
Telefon Tutkusu	1	0-1 saat	366	2.8000	1.00	5.00	113.066	4	.000**	1-2
	2	2-4 saat	509	3.4000	1.00	5.00				1-3
	3	5-7 saat	110	3.8000	1.00	5.00				1-4
	4	8-10 saat	27	4.0000	1.20	4.80				1-5
	5	11 saat ve üstü	14	3.6000	1.60	5.00				2-3 2-4

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.3.8'de sosyotelizm düzeyleri ile günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkeninin anlamlı fark gösterdiği ($X^2=127.599$, $df=4$, $p=.000$) tespit edilmiştir. Sosyotelizm toplamda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 1. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=391.70) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=391.70) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=391.70) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=391.70) 1. grup lehine ($p=.000$), 2. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=546.01) 2. grup lehine ($p=.000$), 2. grup ile 4.

grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=546.01) 2. grup lehine anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Alt boyutlar incelendiğinde ise iletişim bozukluğu ($X^2=91.150$, $df=4$, $p=.000$) alt boyutunda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 1. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=409.29) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=409.29) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=409.29) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=409.29) 1. grup lehine ($p=.003$), 2. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=542.99) 2. grup lehine ($p=.000$), 2. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=542.99) 2. grup lehine ($p=.028$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Telefon tutkusu ($X^2=113.066$, $df=4$, $p=.000$) alt boyutunda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 1. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.03) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.03) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.03) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=400.03) 1. grup lehine ($p=.000$), 2. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=542.86) 2. grup lehine ($p=.000$), 2. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=542.86) 2. grup lehine ($p=.002$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

4.3.9. Bireylerin sosyotelizm düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.3.9. Bireylerin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Telefon/Tablet/Bilgisayar Başında Geçirilen Zaman	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyotelizm Toplam	1	1 saat ve daha az	112	2.2000	1.00	4.70	89.086	5	.000 **	1-2
	2	2-4 saat	466	2.7000	1.00	5.00				1-3
	3	5-7 saat	266	3.0000	1.00	5.00				1-4
	4	8-10 saat	121	3.0000	1.00	4.60				1-5
	5	11 saat ve üstü	61	3.1000	1.20	4.60				2-3
										2-4
										2-5

Tablo 4.3.9. (Devam) *Bireylerin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre sosyotelizm düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları*

İletişim Bozukluğu	1	1 saat ve daha az	112	2.0000	1.00	4.60	60.307	5	.000 **	1-2 1-3 1-4 1-5 2-3 2-4 2-5
	2	2-4 saat	466	2.2000	1.00	5.00				
	3	5-7 saat	266	2.6000	1.00	5.00				
	4	8-10 saat	121	2.6000	1.00	5.00				
	5	11 saat ve üstü	61	2.6000	1.00	4.40				
Telefon Tutkusu	1	1 saat ve daha az	112	2.4000	1.00	5.00	85.345	5	.000 **	1-2 1-3 1-4 1-5 2-3 2-4 2-5
	2	2-4 saat	466	3.2000	1.00	5.00				
	3	5-7 saat	266	3.5000	1.00	5.00				
	4	8-10 saat	121	3.4000	1.00	4.80				
	5	11 saat ve üstü	61	3.6000	1.00	5.00				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyotelizm düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.3.9’da sosyotelizm düzeyleri ile telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkeninin anlamlı fark gösterdiği ($X^2=89.086$, $df=5$, $p=.000$) tespit edilmiştir. Sosyotelizm toplamda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 1. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında ($MR=327.61$) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında ($MR=327.61$) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında ($MR=327.61$) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında ($MR=327.61$) 1. grup lehine ($p=.000$), 2. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında ($MR=475.13$) 2. grup lehine ($p=.000$), 2. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında ($MR=475.13$) 2. grup lehine ($p=.000$), 2. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında ($MR=475.13$) 2. grup lehine ($p=.001$) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Alt boyutlar incelendiğinde ise iletişim bozukluğu ($X^2=60.307$, $df=5$, $p=.000$) alt boyutunda gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 1. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında ($MR=365.36$) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında ($MR=365.36$) 1. grup lehine ($p=.000$), 1. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları

dikkate alındığında (MR=365.36) 1. grup lehine (p=.000), 1. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=365.36) 1. grup lehine (p=.000), 2. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=480.75) 2. grup lehine (p=.000), 2. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=480.75) 2. grup lehine (p=.001), 2. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=480.75) 2. grup lehine (p=.028) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Telefon tutkusu ($X^2=85.345$, $df=5$, $p=.000$) boyutundaki gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 1. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=329.21) 1. grup lehine (p=.000), 1. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=329.21) 1. grup lehine (p=.000), 1. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=329.21) 1. grup lehine (p=.000), 1. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=329.21) 1. grup lehine (p=.000), 2. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=477.91) 2. grup lehine (p=.000), 2. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=477.91) 2. grup lehine (p=.003), 2. grup ile 5. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=477.91) 2. grup lehine (p=.000) anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

4.4. Bağımsız Değişkenlerin Sosyal Bağlılık Üzerine Olan Etkilerinin İncelenmesi

Bu bölümde boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin demografik özellikleri ile sosyal bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiye ait bulgular yer almaktadır. Sosyal bağlılık bağımlı değişkeni tüm gruplar arasında Shapiro-Wilk test sonuçlarına göre normal dağılım göstermediği ($sw= p<0.05$) saptanmıştır. Bu nedenle ikili gruplar kıyaslanırken Mann-Whitney U testi, ikiden fazla grupların karşılaştırılması için ise parametrik olmayan testlerden Kruskal Wallis testinden yararlanılmıştır.

4.4.1. Bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.4.1. Bireylerin cinsiyet değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	Med	Min	Max	Z	P
Sosyal Bağlılık	Kadın	556	5.2500	1.00	6.00	-4.144	.00**
	Erkek	470	5.0000	1.00	6.00		

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.4.1.'de sosyal bağlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkenine göre kadın katılımcıların lehine anlamlı fark gösterdiği ($Z=-4.114$, $p=.000$) tespit edilmiştir.

4.4.2. Bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin yaş değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.4.2. Bireylerin yaş değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Yaş	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyal Bağlılık	1	17-22	113	4.8750	1.63	6.00	4.233	4	.375	
	2	23-28	378	5.1250	1.88	6.00				
	3	29-34	213	5.0000	1.00	6.00				
	4	35-40	126	5.2500	1.00	6.00				
	5	41+	196	5.2500	1.00	6.00				

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin yaş değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.4.2'de sosyal bağlılık düzeyleri ile yaş değişkeninin anlamlı fark göstermediği ($\chi^2=4.233$, $df=4$, $p=.375$) tespit edilmiştir.

4.4.3. Bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin medeni durum değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.4.3. Bireylerin medeni durum değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları

Boyutlar	Medeni Durum	N	Med	Min	Max	Z	P
Sosyal Bağlılık	Evli	447	5.2500	1.00	6.00	-3.873	.000**
	Bekâr	579	5.0000	1.00	6.00		

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin medeni durum değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.4.3'te sosyal bağlılık düzeyleri ile medeni durum değişkenine göre evli katılımcıların lehine anlamlı fark gösterdiği ($Z=-3.873$, $p=.000$) tespit edilmiştir.

4.4.4. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.4.4. Bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre sosyal bağıllık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Gelir Düzeyi	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyal Bağıllık	1	1000 TL veya daha düşük	184	4.8750	1.63	6.00	13.299	4	.010*	3-1 3-2 4-1 4-2
	2	1001-2000 TL	120	4.8750	1.00	6.00				
	3	2001-3000 TL	198	5.1250	1.50	6.00				
	4	3001-4000 TL	188	5.2500	1.50	6.00				
	5	4001 TL+	336	5.1250	1.00	6.00				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.4.4.'te sosyal bağıllık düzeyleri ile gelir düzeyi değişkeninin anlamlı fark gösterdiği ($\chi^2=13.299$, $df=4$, $p=.010$) tespit edilmiştir. Gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 1. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=540.31) 3. grup lehine ($p=.022$), 1. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=555.21) 4. grup lehine ($p=.006$), 2. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=540.31) 3. grup lehine ($p=.018$), ve 2. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=555.21) 4. grup lehine ($p=.006$) anlamlı fark gösterdiği tespit edilmiştir.

4.4.5. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.4.5. Bireylerin eğitim durumu değişkenine göre sosyal bağıllık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Eğitim Durumu	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyal Bağıllık	1	İlköğretim (İlkokul veya Ortaokul)	20	4.2500	1.25	5.88	14.327	3	.002*	2-1 2-4 3-1 3-4
	2	Lise	107	5.1250	1.25	6.00				
	3	Üniversite (Ön Lisans veya Lisans)	645	5.1250	1.00	6.00				
	4	Lisansüstü (Yüksek Lisans veya Doktora)	254	5.0000	1.00	6.00				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.4.5'te Sosyal Bağıllık düzeyleri ile Eğitim Durumu değişkeninin anlamlı fark gösterdiği ($\chi^2=14.327$, $df=3$, $p=.002$) tespit edilmiştir. Gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 1. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=533.84) 2. grup lehine ($p=.029$), 1. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=533.19) 3. grup lehine ($p=.020$), 4. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=533.19) 3. grup lehine ($p=.002$), ve 4. grup ile 2. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=533.84) 2. grup lehine ($p=.045$) anlamlı fark gösterdiği tespit edilmiştir.

4.4.6. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin meslek değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.4.6. Bireylerin meslek değişkenine göre sosyal bağıllık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Meslek	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyal Bağıllık	1	Öğrenci	230	4.8750	1.63	6.00	8.233	6	.222	
	2	Serbest Meslek	285	5.0000	1.25	6.00				

Tablo 4.4.6. (Devam) *Bireylerin meslek değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları*

Sosyal Bağlılık	3	Memur	329	5.1250	1.00	6.00	8.233	6	.222	
	4	İşçi	74	5.2500	1.25	6.00				
	5	Çalışmayan	19	5.1250	1.63	6.00				
	6	Ev Hanımı	25	5.500	2.13	6.00				
	7	Emekli	64	5.1250	1.00	6.00				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin Meslek değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.4.6’da sosyal bağlılık düzeyleri ile meslek değişkeninin anlamlı fark göstermediği ($\chi^2=8.233$, $df=6$, $p=.222$) tespit edilmiştir.

4.4.7. Bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin iletişim aracı değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.4.7. *Bireylerin iletişim aracı değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları*

Boyutlar	Grup	İletişim Aracı	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyal Bağlılık	1	Telefon	935	5.1250	1.00	6.00	2.867	2	.238	
	2	Bilgisayar	80	5.0000	1.50	6.00				
	3	Tablet	11	5.8750	2.13	6.00				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinin iletişim aracı değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.4.7’de sosyal bağlılık düzeyleri ile iletişim aracı değişkeninin anlamlı fark göstermediği ($\chi^2=2.867$, $df=2$, $p=.238$) tespit edilmiştir.

4.4.8. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.4.8. Bireylerin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre sosyal bağıllık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Telefon/Tab let/Bilgisaya r Başında Geçirilen Zaman	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyal Bağıllık	1	1 saat ve daha az	112	5.1250	1.25	6.00	20.381	5	.001 *	1-4 2-4 1-3 2-3
	2	2-4 saat	466	5.2500	1.00	6.00				
	3	5-7 saat	266	4.8750	1.00	6.00				
	4	8-10 saat	121	4.6250	1.00	6.00				
	5	11 saat ve üstü	61	5.1250	1.50	6.00				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.4.8.'de sosyal bağıllık düzeyleri ile telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkeninin anlamlı fark gösterdiği ($\chi^2=20.381$, $df=5$, $p=.001$) tespit edilmiştir. Gruplar arasındaki farklar incelendiğinde 1. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=548.77) 1. grup lehine ($p=.015$), 2. grup ile 4. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=549.11) 2. grup lehine ($p=.001$), 1. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=548.77) 1. grup lehine ($p=.014$), ve 2. grup ile 3. grup arasındaki sıra ortalamaları dikkate alındığında (MR=549.11) 2. grup lehine ($p=.000$) anlamlı fark gösterdiği tespit edilmiştir.

4.4.9. Bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre karşılaştırılması

Tablo 4.4.9. Bireylerin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre sosyal bağıllık düzeylerine ilişkin Kruskal-Wallis H testi sonuçları

Boyutlar	Grup	Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süre	N	Med	Min	Max	χ^2	df	p	Anlamlı Fark (Gruplar)
Sosyal Bağıllık	1	0-1 saat	366	5.2500	1.00	6.00	8.973	4	.062	
	2	2-4 saat	509	5.0000	1.00	6.00				
	3	5-7 saat	110	4.8750	1.75	6.00				
	4	8-10 saat	27	4.5000	2.00	6.00				
	5	11 saat ve üstü	14	5.0000	1.50	6.00				

* p < 0.05 ** p < 0.01

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin sosyal bağıllık düzeylerinin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre parametrik test varsayımlarını sağlamadığından Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yukarıdaki Tablo 4.4.9'da sosyal bağıllık düzeyleri ile günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkeninin anlamlı fark göstermediği ($\chi^2=8.973$, $df=4$, $p=.062$) tespit edilmiştir.

4.5. Araştırmadaki Modellerin Test Edilmesine İlişkin Bulgular

4.5.1. Veri seti uygunluğu

Tek değişkenli uç değerleri belirlemek amacıyla öncelikle ölçeğin madde puanlarını standart puana dönüştürmek gerektiğinden (Tabachnick ve Fidel, 2001) her maddeye ilişkin “Z puanı” hesaplanmıştır. -3 ve +3 standart sapma aralığı uç değerler için referans aralığı alınarak veri seti incelenmiş ve bu değer aralıklarının dışı uç değer olarak kabul edilerek veri setinden çıkarılmıştır. Veri seti örneklemini 547 katılımcı olarak kabul edilmiştir.

Tablo 4.5.2. Yapısal modellere ilişkin uyum indeksleri

Uyum indeksleri	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Kaynak
χ^2/df $0 \leq \chi^2/df \leq 5$	1111.03/589=1.8	1108.00/589=1.8	1150.74/589=1.9	1107.48/590=1.8	1108.95/589=1.8	Sümer, 2000
RMSEA $0 \leq RMSEA \leq 0.07$	0.06	0.06	0.07	0.07	0.06	Steiger, 2007
SRMR $0 \leq SRMR \leq 0.10$	0.08	0.08	0.11	0.08	0.08	Hu & Bentler, 1999; Kline, 1994
NFI $0.90 \leq NFI \leq 1.00$	0.90	0.88	0.88	0.88	0.91	Steiger, 2007
NNFI $0.90 \leq NNFI \leq 1.00$	0.94	0.94	0.93	0.94	0.94	
CFI $0.90 \leq CFI \leq 1.00$	0.94	0.94	0.94	0.94	0.94	
GFI $0.85 \leq GFI \leq 1.00$	0.90	0.89	0.90	0.85	0.90	Anderson ve Gerbing 1984; Jöreskog ve Sörbom 1993; Cole 1987; Marsh, Balla ve McDonald 1988
AGFI $0.85 \leq AGFI \leq 1.00$	0.85	0.87	0.88	0.87	0.92	

4.5.2. Yapısal modellere ilişkin uyum indeksleri

Model 1 uyum indeksleri sonuçlarına genel olarak bakıldığında (Tablo 4.5.2.), X^2 ve serbestlik derecesi oranı [$X^2(589)= 1111.03$; $p<.05$] 1.8 değerinde bulunmuştur. X^2/sd oranının 5'in altında olması büyük örneklerde orta düzeyde uyuma karşılık gelmektedir (Sümer, 2000; Çokluk vd., 2010). Model 1'e ilişkin X^2/sd değeri 1.8 (<5) olarak elde edildiğinden, orta düzeyde uyumu işaret etmektedir. Ayrıca X^2/sd dışında RMSEA, CFI, NNFI, RMR, NFI, GFI ve AGFI uyum indekslerine de bakılmıştır. RMSEA indeksinin 0.07'nin altında olması kabul edilebilir uyum düzeyine, SRMR indekslerinin 0.10'un yakın ya da altında olması kabul edilebilir düzeyde uyuma, GFI ve AGFI indekslerinin 0.85 üzerinde olması kabul edilebilir uyum düzeyinde oldukları (Anderson ve Gerbing 1984; Jöreskog ve Sörbom 1993; Cole 1987; Marsh, Balla ve McDonald 1988) ifade edilebilir. NFI, NNFI ve CFI indekslerinin 0.90'ın üzerinde olduğu ve dolayısıyla mükemmel uyum düzeyinde oldukları (Çokluk vd., 2010, Raykov ve Marcoulides, 2000) görülmektedir.

Model 2 uyum indeksleri sonuçlarına genel olarak bakıldığında (Tablo 4.5.2.), X^2 ve serbestlik derecesi oranı [$X^2(589)= 1108.00$; $p<.05$] 1.8 değerinde bulunmuştur. X^2/sd oranının 5'in altında olması büyük örneklerde orta düzeyde uyuma karşılık gelmektedir (Sümer, 2000; Çokluk vd., 2010). Model 2'ye ilişkin X^2/sd değeri 1.8 (<5) olarak elde edildiğinden, orta düzeyde uyumu işaret etmektedir. Ayrıca X^2/sd dışında RMSEA, CFI, NNFI, RMR, NFI, GFI ve AGFI uyum indekslerine de bakılmıştır. RMSEA indeksinin 0.07'nin altında olması kabul edilebilir uyum düzeyine, SRMR indekslerinin 0.10'un yakın ya da altında olması kabul edilebilir düzeyde uyuma, GFI ve AGFI indekslerinin 0.85 üzerinde olması kabul edilebilir uyum düzeyinde oldukları (Anderson ve Gerbing 1984; Jöreskog ve Sörbom 1993; Cole 1987; Marsh, Balla ve McDonald 1988) ifade edilebilir. NFI, NNFI ve CFI indekslerinin 0.90'ın yakınında ve üzerinde olduğu ve dolayısıyla kabul edilebilir uyum düzeyinde oldukları (Çokluk vd., 2010, Raykov ve Marcoulides, 2000) görülmektedir.

Model 3 uyum indeksleri sonuçlarına genel olarak bakıldığında (Tablo 4.5.2.), X^2 ve serbestlik derecesi oranı [$X^2(589)= 1150.74$; $p<.05$] 1.9 değerinde bulunmuştur. X^2/sd oranının 5'in altında olması büyük örneklerde orta düzeyde uyuma karşılık gelmektedir (Sümer, 2000; Çokluk vd., 2010). Model 3'e ilişkin X^2/sd değeri 1.9 (<5) olarak elde edildiğinden, orta düzeyde uyumu işaret etmektedir. Ayrıca X^2/sd dışında RMSEA, CFI, NNFI, RMR, NFI, GFI ve AGFI uyum indekslerine de bakılmıştır.

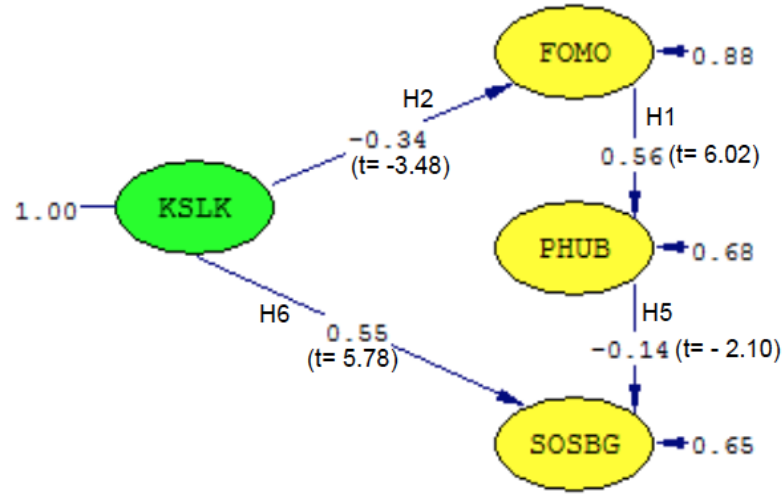
RMSEA indeksinin 0.07'nin altında olması kabul edilebilir uyum düzeyine, SRMR indekslerinin 0.10'un yakın ya da altında olması kabul edilebilir düzeyde uyuma, GFI ve AGFI indekslerinin 0.85 üzerinde olması kabul edilebilir uyum düzeyinde oldukları (Anderson ve Gerbing 1984; Jöreskog ve Sörbom 1993; Cole 1987; Marsh, Balla ve McDonald 1988) ifade edilebilir. NFI, NNFI ve CFI indekslerinin 0.90'ın yakınında ve üzerinde olduğu ve dolayısıyla kabul edilebilir uyum düzeyinde oldukları (Çokluk vd., 2010, Raykov ve Marcoulides, 2000) görülmektedir.

Model 4 uyum indeksleri sonuçlarına genel olarak bakıldığında (Tablo 4.5.2.), X^2 ve serbestlik derecesi oranı [$X^2(590)= 1107.48; p<.05$] 1.8 değerinde bulunmuştur. X^2/sd oranının 5'in altında olması büyük örneklerde orta düzeyde uyuma karşılık gelmektedir (Sümer, 2000; Çokluk vd., 2010). Model 4'e ilişkin X^2/sd değeri 1.8 (<5) olarak elde edildiğinden, orta düzeyde uyumu işaret etmektedir. Ayrıca X^2/sd dışında RMSEA, CFI, NNFI, RMR, NFI, GFI ve AGFI uyum indekslerine de bakılmıştır. RMSEA indeksinin 0.07'nin altında olması kabul edilebilir uyum düzeyine, SRMR indekslerinin 0.10'un yakın ya da altında olması kabul edilebilir düzeyde uyuma, GFI ve AGFI indekslerinin 0.85 üzerinde olması kabul edilebilir uyum düzeyinde oldukları (Anderson ve Gerbing 1984; Jöreskog ve Sörbom 1993; Cole 1987; Marsh, Balla ve McDonald 1988) ifade edilebilir. NFI, NNFI ve CFI indekslerinin 0.90'ın yakınında ve üzerinde olduğu ve dolayısıyla kabul edilebilir uyum düzeyinde oldukları (Çokluk vd., 2010, Raykov ve Marcoulides, 2000) görülmektedir.

Model 5 uyum indeksleri sonuçlarına genel olarak bakıldığında (Tablo 4.5.2.), X^2 ve serbestlik derecesi oranı [$X^2(589)= 1108.95; p<.05$] 1.8 değerinde bulunmuştur. X^2/sd oranının 5'in altında olması büyük örneklerde orta düzeyde uyuma karşılık gelmektedir (Sümer, 2000; Çokluk vd., 2010). Model 4'e ilişkin X^2/sd değeri 1.8 (<5) olarak elde edildiğinden, orta düzeyde uyumu işaret etmektedir. Ayrıca X^2/sd dışında RMSEA, CFI, NNFI, RMR, NFI, GFI ve AGFI uyum indekslerine de bakılmıştır. RMSEA indeksinin 0.07'nin altında olması kabul edilebilir uyum düzeyine, SRMR indekslerinin 0.10'un yakın ya da altında olması kabul edilebilir düzeyde uyuma, GFI ve AGFI indekslerinin 0.85 üzerinde olması kabul edilebilir uyum düzeyinde oldukları (Anderson ve Gerbing 1984; Jöreskog ve Sörbom 1993; Cole 1987; Marsh, Balla ve McDonald 1988) ifade edilebilir. NFI, NNFI ve CFI indekslerinin 0.90'ın yakınında ve üzerinde olduğu ve dolayısıyla kabul edilebilir uyum düzeyinde oldukları (Çokluk vd., 2010, Raykov ve Marcoulides, 2000) görülmektedir.

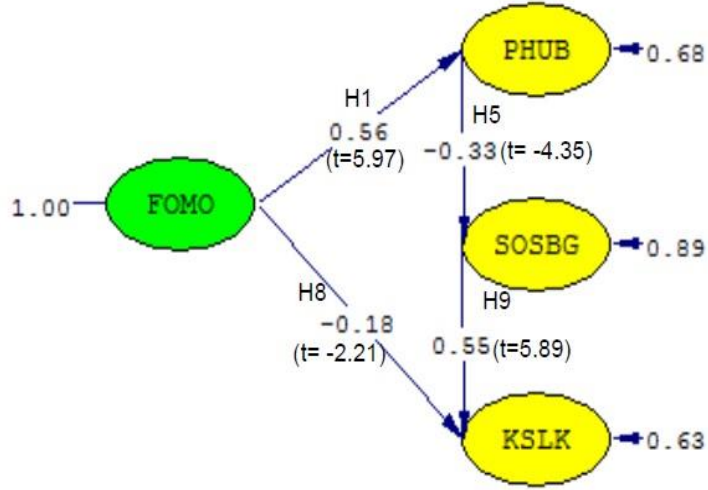
4.5.3. Yapısal eşitlik modellerine ilişkin yol analizi

Yapılan analiz sonucunda gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotelizm, kişilik ve sosyal bağlılık arasındaki ilişkilere ait t değerlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin t değerinin 1.96'yı aşması .05 düzeyinde, 2.56'yı aşması ise .01 düzeyinde parametre tahminlerinin anlamlı olduğunu göstermektedir (Çokluk vd., 2010; Şimşek, 2007). Çokluk vd. (2010), maddeler ve faktörlere ilişkin manidar t değerleri elde edildiği takdirde, hata varyansları yüksek olsa dahi bu göstergelerin modelin içerisinde yer alması yönünde karar verilebileceğini ifade etmektedir.



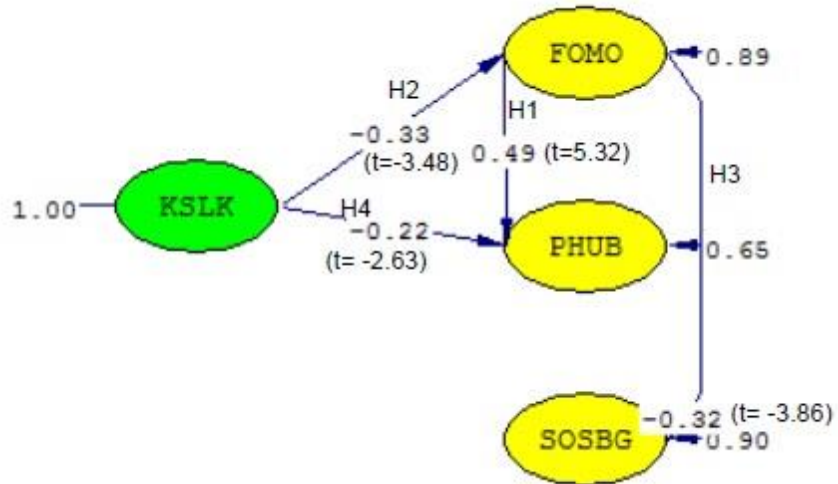
Şekil 4.5.3.1. Model 1'e ilişkin yol katsayıları ve t değerleri

Model 1'de yapılan analiz sonucunda modelde yer alan tüm değişkenlerin yapıları açıklamada istatistiksel olarak anlamlı t değerleri verdiği ortaya çıkmıştır. Model 1'e ilişkin t değerleri incelendiğinde (Şekil.4.5.3.1.) Kişilik özelliklerinin Fomo (gelişmeleri kaçırma korkusu) üzerinde etkisi negatif yönde anlamlı (H₂, t = -3.48), Kişilik özelliklerinin Sosyal Bağlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi (H₆, t = 5.78), Fomo'nun Phubbing (sosyotelizm) üzerinde pozitif yönde anlamlı etki (H₁, t = 6.02), Phubbing'in Sosyal Bağlılık üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi (H₅, t = -2.10) olduğu bulunmuştur.



Şekil 4.5.3.2. Model 2'ye ilişkin yol katsayıları ve t değerleri

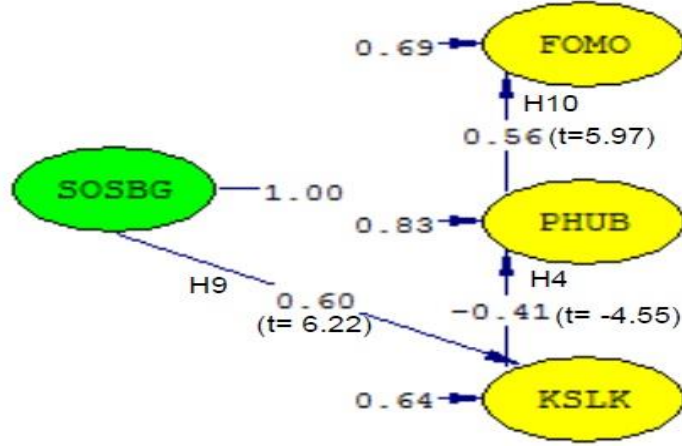
Model 2’de yapılan analiz sonucunda modelde yer alan tüm değişkenlerin yapıları açıklamada istatistiksel olarak anlamlı t değerleri verdiği ortaya çıkmıştır. Model 2’ye ilişkin t değerleri incelendiğinde (Şekil.4.5.3.2.) Fomo’nun Kişilik özellikleri üzerindeki etkisinin negatif yönde anlamlı (H₈, t = -2.21), Fomo’nun Phubbing üzerindeki etkisi pozitif yönde anlamlı (H₁, t= 5.97), Phubbing’in Sosyal Bağlılık üzerindeki etkisi negatif yönde anlamlı (H₅, t= -4.35), Sosyal Bağlılık düzeylerinin Kişilik özellikleri üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi (H₉, t = 5.89) bulunmuştur.



Şekil 4.5.3.3. Model 3'e ilişkin yol katsayıları ve t değerleri

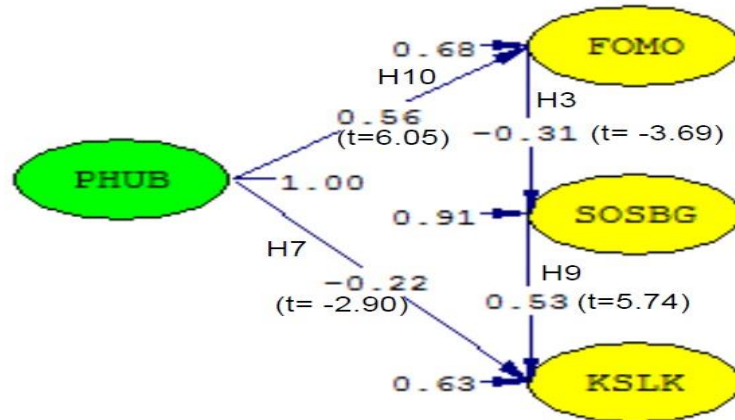
Model 3’te yapılan analiz sonucunda modelde yer alan tüm değişkenlerin yapıları açıklamada istatistiksel olarak anlamlı t değerleri verdiği ortaya çıkmıştır. Model 3’e

ilişkin t değerleri incelendiğinde (Şekil.4.5.3.3.) Kişilik özelliklerinin Fomo üzerinde etkisinin negatif yönde anlamlı (H_2 , $t = -3.48$), Fomo'nun Phubbing düzeyleri üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi (H_1 , $t = 5.32$), Kişilik özelliklerinin Phubbing düzeyleri üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi (H_4 , $t = -2.63$), Fomo'nun Sosyal Bağlılık düzeyleri üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi (H_3 , $t = -3.86$) olduğu bulunmuştur.



Şekil 4.5.3.4. Model 4'e ilişkin yol katsayıları ve t değerleri

Model 4'e yapılan analiz sonucunda modelde yer alan tüm değişkenlerin yapıları açıklamada istatistiksel olarak anlamlı t değerleri verdiği ortaya çıkmıştır. Model 4'e ilişkin t değerleri incelendiğinde (Şekil.4.5.3.4.) Sosyal Bağlılık düzeylerinin Kişilik özellikleri üzerindeki etkisinin pozitif yönde anlamlı (H_9 , $t = 6.22$), Kişilik özelliklerinin Phubbing düzeyleri üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi (H_4 , $t = -4.55$), Phubbing'in Fomo düzeyleri üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi (H_{10} , $t = 5.97$) olduğu bulunmuştur.



Şekil 4.5.3.5. Model 5'e ilişkin yol katsayıları ve t değerleri

Model 5'e yapılan analiz sonucunda modelde yer alan tüm değişkenlerin yapıları açıklamada istatistiksel olarak anlamlı t değerleri verdiği ortaya çıkmıştır. Model 5'e ilişkin t değerleri incelendiğinde (Şekil.4.5.3.5.) Phubbing'in Kişilik özellikleri üzerindeki etkisinin negatif yönde anlamlı (H_7 , $t = -2.90$), Phubbing'in Fomo düzeyleri üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi (H_{10} , $t = 6.05$), Fomo'nun Sosyal Bağlılık düzeyleri üzerinde negatif yönde anlamlı etkisi (H_3 , $t = -3.69$), Sosyal Bağlılık düzeylerinin Kişilik özellikleri üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi (H_9 , $t = 5.74$) olduğu bulunmuştur.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Günümüzde akıllı telefon teknolojilerinin çok hızlı gelişmesi, sosyal medya platformlarında geçirilen sürenin ve internet kullanımının aktif bir şekilde artmasıyla birlikte toplumların iletişimlerinde, sosyal ilişkilerinde, sosyalleşme alanlarında, yaşam şekillerinde ve kişilerarası etkileşimlerinde birçok değişikliklere neden olmaktadır. Dijitalleşme ve gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte teknoloji artık araç olma özelliğinden daha çok bir amaç olarak hizmet etmektedir. Özellikle insanların akıllı mobil cihaz teknolojilerini yeni bir sosyalleşme alanı olarak görmesi, insanlara zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde iletişim kurmalarına olanak sağlamakta ve her türlü iletişim ihtiyacı bu şekilde giderilmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda bireyleri etkisi altına alıp bağımlı hale getirebilen akıllı telefon teknolojisinin sağladığı iletişim kolaylıkları insanları zorunlu bir kullanıma ittiği söylenebilmektedir. Dolayısıyla bu alanda yapılan çalışmaların önemini gün geçtikçe artırmaktadır. Bu çalışmada boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotelizm, kişilik ve sosyal bağlılık düzeylerinin incelenmesi ve demografik özellikler ile ilişkisi belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, bu çalışmada bireylerin GKK düzeylerinde yaş değişkenine göre gruplar arasında anlamlı fark bulunmuştur. 17-22 yaş aralığındaki bireylerin GKK düzeylerinin 23 yaş ve üzeri bireylerdeki GKK düzeylerinden yüksek olduğu ve bireylerin yaşları arttıkça GKK düzeylerinin düştüğü belirlenmiştir. Bu bulguya paralel olarak Abel, Cheryl ve Sarah (2016) tarafından yapılan bir araştırmada 18-19, 20-21, 22-23, yaş aralığında olan bireylerin 24 ve üzeri yaş grubunda olan bireylere göre GKK düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Karaaslan Eşer ve Ayaz Alkaya (2019)'nın yaptıkları araştırmada 21 yaş ve altındaki katılımcıların GKK düzeylerinin daha fazla olduğu ve benzer şekilde Przybylski vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada da genç katılımcıların GKK düzeylerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Genç yaştaki bireylerin çevrelerindeki olan şeyleri bilmediğinde

daha çok kaygı duydukları ve geçirdikleri iyi zamanların detaylı şekilde çevrimiçi olarak paylaşımlarının önemli olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Aslan (2018)'in yaptığı çalışmada 29 yaş altında olan bireylerin 29 yaş üstünde olan bireylere göre GKK düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiş olup ilgili literatür sonuçları incelendiğinde bulgularımızı destekler niteliktedir.

Cinsiyet değişkenine göre ise, bireylerin GKK düzeylerinde anlamlı fark olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca literatürde yapılan çalışmalarda (Altınay Bor, 2018; Gökler vd., 2016; Ella Jood, 2017; Kırık vd., 2015; Aslan, 2018) bu bulguya paralel olarak cinsiyet değişkeni ile GKK düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu bulguların aksine Przybylski vd. (2013)'nin yaptıkları çalışmada ise erkeklerin GKK düzeyinin kadınlara oranla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada medeni durum değişkenine göre bireylerin GKK düzeylerinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bekâr katılımcıların GKK düzeylerinin evli katılımcılara oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde GKK ile medeni durum arasındaki anlamlı farka dair yapılmış bir inceleme bulunmamıştır ancak GKK ile yakından ilişkili olan sosyal medya kullanım motivasyonu kavramı ile medeni durum ilişkisini inceleyen çalışmalar mevcuttur. Araştırma bulgularının aksine medeni duruma ilişkin Facebook kullanım motivasyonlarının karşılaştırıldığı bir çalışmada, eğlence, bilgilenme/arkadaşlık, rahatlama/sosyal kaçış, sosyal etkileşim faktörleri bakımından bekâr ve evli katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (Karakoç ve Gülsünler, 2012).

Çalışmada katılımcıların gelir düzeylerine göre bireylerin GKK düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. 2000 TL ve altı gelir düzeylerine sahip bireylerin GKK düzeylerinin, 2001 TL ve üstü gelir düzeylerine sahip bireylerin GKK düzeylerine oranla daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Literatürde GKK ile gelir düzeyleri arasındaki anlamlı farka dair yapılmış bir inceleme bulunmamıştır ancak GKK ile yakından ilişkili olan sosyal medya kullanım amaçları kavramı ile gelir düzeyleri ilişkisini inceleyen Avcı (2015)'nin yaptığı bir çalışmada 500-1000 TL frekansında en çok %30 iletici paylaşmak, 1000-2000 TL gelir düzeyinde olan bireylerin %47,37 fotoğraf paylaşmak, 2000-3000 TL gelir düzeyinde %31,67 iletici paylaşmak, 3000 –Üstü %36,36 eski arkadaşları bulmak üzerine kullanım amaçlarının olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın diğer bir bulgusu olarak bireylerin eğitim durumu değişkenine göre GKK düzeylerinin anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Lise ve Üniversite eğitim durumuna sahip bireylerin GKK düzeylerinin Lisansüstü eğitim durumuna sahip bireylerin GKK düzeylerine göre daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Literatürde GKK ile eğitim durumu arasındaki anlamlı farka dair yapılmış bir inceleme bulunmadığından bu bulguyu destekler nitelikte bir bulguya rastlanılmamıştır.

Araştırmadaki meslek değişkenine göre bireylerin GKK düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Öğrenci ve serbest meslek mensubu bireylerin memur olan bireylere oranla daha yüksek GKK düzeyine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yaş değişkenine göre genç yaştaki bireylerin GKK düzeylerinin yüksek çıkması ile öğrenci olan bireylerin GKK düzeylerinin de yüksek çıkması arasında bir ilişki olduğu söylenebilir.

Araştırmada bireylerin sosyal medyaya ulaşmak için kullanılan iletişim aracı değişkenine (telefon/tablet/bilgisayar) göre GKK düzeylerinin gruplar arasında anlamlı bir fark yaratmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak araştırma bulguları incelendiğinde, bireylerin daha çok telefon kullanarak sosyal medya platformlarına erişim sağladıkları ve bunun nedeni olarak telefonun taşınabilirlik açısından daha çok tercih edildiği söylenebilir.

Araştırmada bireylerin telefon/tablet/bilgisayar başında geçirdikleri süre değişkenine göre GKK düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Günde 5-7 saat aralığında telefon/tablet/bilgisayar başında zaman geçiren bireylerin GKK düzeylerinin 1 saat ve daha az zaman geçirenlere oranla daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Literatürde GKK ile telefon/tablet/bilgisayar başında ne kadar zaman geçirdikleri arasındaki anlamlı farka dair yapılmış bir inceleme bulunmamıştır. Ancak GKK ile yakından ilişkili olan akıllı telefon bağımlılığı kavramı ile ilgili Avustralya'daki James ve Drennan (2005)'in yaptığı araştırmada, günde 1,5 ile 5 saat civarında değişen sürelerde üniversite öğrencilerinin akıllı telefon kullandıklarını ve bu kullanımlarının özellikle organizasyonlarda ve özel günlerde daha da arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Çalışmada bireylerin günlük sosyal medyada geçirdikleri süre değişkenine göre GKK düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Günlük sosyal medya kullanımı 2-4 saat, 5-7 saat, 8-10 saat olan bireylerin GKK düzeylerinin 0-1 saat

aralığında sosyal medya kullanan bireylere oranla daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Benzer bir şekilde yapılan çalışmalarda (Baker vd., 2016; Gökler vd., 2016; Abel vd., 2016; Kırık vd., 2015; Karaaslan Eşer ve Ayaz Alkaya, 2019) bireylerin GKK düzeyi ile sosyal medyada harcadıkları zaman arasında pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Günlük sosyal medyada 5 saat ve üzerinde zaman geçiren bireylerin GKK düzeyleri daha yüksek bulunmuştur (Karaaslan Eşer ve Ayaz Alkaya, 2019). Buradan sosyal medyada harcanan zaman arttıkça GKK düzeyinin de artacağı sonucuna ulaşılabılır. Literatürden elde edilen bulgular araştırmadan elde edilen bu bulguları destekler niteliktedir.

Araştırmada bireylerin sosyotelizm düzeylerine ilişkin bulgular incelendiğinde cinsiyet değişkenine göre gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgunun aksine Karadağ vd. (2015)'nin yaptıkları çalışmada sosyotelizm düzeyleri üzerinde kadınların beğenilme arzusu ve yaşantılarını sosyal medyada paylaşma istekleri etkiliyken, erkeklerin oyun ve internet bağımlılığının olması sosyotelizm düzeylerini arttırmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada bireylerin yaş değişkenine göre sosyotelizm düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bulgular incelendiğinde, 41 ve üstü yaş aralığında olan bireylerin hem sosyotelizm düzeylerinin hem de iletişim bozukluğu ve telefon tutkusu alt boyutlarının benzer yönde 17-22 yaş, 23-28 yaş, 29-34 yaş ve 35-40 yaş aralığındaki bireylerden daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak bakıldığında bireylerin yaşları arttıkça sosyotelist davranışlarının azaldığı söylenebilir. Özellikle Y ve Z kuşağı kullanıcılarının sosyotelizm düzeylerinin X kuşağından daha yüksek düzeyde olduğu, bunun nedeninin Y kuşağının çocukluğunda, X kuşağının ise doğar doğmaz teknoloji ile karşılaşması olduğu söylenebilir. Y kuşağı kullanıcılarının özellikle gün içinde birçok kez akıllı telefonlarını zorunlu olarak kontrol etmesi ve akıllı telefonları yanlarında bulundurmamaları halinde endişeli hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır (http-7). Ertemel ve Aydın (2018)'a göre ise Z kuşağı ve peşinden gelen Alfa kuşağına ait genç ve çocukların çok küçük yaşlarda dijital cihazlar ve internet ile tanışması nedeniyle bu cihazlara bağımlılık oluşturma olasılıkları yüksek olduğu söylenmektedir. Bu bulgular araştırma bulgusunu destekler niteliktedir.

Araştırmada bireylerin medeni durumlarının sosyotelizm düzeyleri ve alt boyutlarında anlamlı farklılıklara neden olduğu görülmüştür. Buna göre bekâr olan

bireylerin hem sosyotelizm hem de iletişim bozukluğu ve telefon tutkusu düzeylerine bakıldığında evli olan bireylere oranla daha fazla sosyotelist davranışlarda buldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni olarak evli olan bireylerin arasındaki yüz yüze iletişimin daha fazla olması, onların birbirleriyle iletişim kurmasında daha az telefon kullanması ve bu nedenle sosyotelist davranışlarının bekârlara oranla daha düşük çıktığı söylenebilir. Bu yoruma paralel olarak Coyne vd. (2011)'nin yaptıkları araştırmada eşlerin aralarında bir şeyler paylaşmak istemeleri ve samimiyetlerini geliştirmeye ihtiyaç duymaları nedeniyle sosyotelist davranışlardan kaçındıkları sonucuna ulaşılmıştır. Evli olmayan gençlerin mobil cihazlar üzerinden aşırı iletişim kurmalarının onların anlamlı iletişimlerini azalttığı ve bunun daha çok yaşadıkları romantik ilişkilerde görüldüğü sonucuna varılmıştır. Literatürden elde edilen bulgular çalışmadan elde edilen bulguları destekler niteliktedir.

Araştırmada bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre sosyotelizm düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. 2001 TL ve altı gelir düzeyine sahip bireylerin sosyotelizm düzeylerinin 2001 TL ve üstü gelir düzeyine sahip bireylere oranla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Özellikle düşük gelir düzeyine sahip bireylerin genelde öğrenciler olması ve öğrencilerin 17-28 yaş aralığında olmalarının sosyotelizm düzeylerinde artış sağlayarak etki gösterdiği söylenebilir. Araştırmada bireylerin meslek değişkenine göre sosyotelizm düzeylerinde ve alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Öğrenci, memur ve serbest meslek çalışanlarının sosyotelizm düzeylerinin daha yüksek olduğu, özellikle emekli ve işçilerin sosyotelizm düzeylerinin diğer meslek gruplarına oranla daha düşük olduğu sonucu elde edilmiştir. Literatürde sosyotelizm ile meslek değişkeni arasında anlamlı farka dair yapılmış bir inceleme bulunmadığından bu bulguyu destekler nitelikte bir bulguya rastlanılmamıştır.

Araştırmada eğitim durumu değişkeninin bireylerin sosyotelizm düzeylerinde anlamlı bir farka neden olmadığı görülmüştür. Bunun nedeni olarak sosyotelizm düzeylerini eğitim durumundan ziyade bireylerin genç yaşta olmaları ve teknoloji ile daha iç içe olmalarının arttırdığı söylenebilir. Araştırmada bireylerin sosyal medyaya erişim aracı değişkenine göre sosyotelizm düzeylerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre telefon ile sosyal medya platformlarına erişim sağlayan bireylerin sosyotelizm düzeylerinin, bilgisayar ve tablet ile erişim sağlayanlara oranla daha yüksek

olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni olarak telefonun taşınabilirlik açısından bilgisayar ve tablete göre daha çok tercih edildiği söylenbilir.

Araştırmada günlük sosyal medyada ve telefon/tablet/bilgisayar başında geçirdikleri süre değişkenlerinin bireylerin sosyotelizm düzeylerinde anlamlı farklılıklara neden olduğu bulunmuştur. Hem sosyotelizm düzeylerinde hem de alt boyutlarında bireylerin günlük sosyal medyada ve telefon/tablet/bilgisayar başında geçirdikleri süre arttıca sosyotelizm düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir. Bianchi ve Philips (2005)'e göre internette geçirilen zamanın artması ile doğru orantılı olarak telefon bağımlılığının da artması ve akıllı telefonların yaşamın her alanında kullanılması davranışsal bir bağımlılık olarak görülmektedir. Bu nedenle sosyal medya platformlarında ve telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen süre arttıca sosyotelist davranışların da arttığı söylenbilir. Literatürden elde edilen bulgular bu sonucu destekler niteliktedir.

Araştırmada bireylerin cinsiyet değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Kadın katılımcıların sosyal bağlılık düzeylerinin erkek katılımcılara oranla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Savcı (2017)'nin ergenlerle yaptığı çalışmada bu bulguya paralel olarak sosyal zekâ, akran ilişkileri ve sosyal bağlılığın cinsiyete göre farklılaştığı görülmüştür. Araştırmanın bu bulgusu kız ergenlerin erkek ergenlere göre sosyal zekâ, akran ilişkileri ve sosyal bağlılık açısından daha avantajlı olduğunu göstermektedir. Araştırmada yaş değişkenine göre bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinde anlamlı farklılık bulunmamıştır. 35 yaş ve üstü katılımcıların sosyal bağlılık düzeylerinin 35 yaş altı katılımcılara göre daha yüksek olduğu söylenbilir. Araştırmada medeni durum değişkeninin bireylerin sosyal bağlılık düzeylerinde gruplar arası anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Evli katılımcıların sosyal bağlılık düzeylerinin bekâr katılımcılara oranla anlamlı düzeyde yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Evli bireylerin ilişkileri ve kişisel özellikleri ile yaşantılarından duydukları psikolojik tatmin, evlilik doyumu, uyumu ve yaşam kaliteleri üzerinde etkili olmaktadır. Russell (2003) evli çiftlerin karşılıklı eşitlik duygusuna sahip olmasının, dşinsel ve değer yargılarının paralellik göstermesinin bireylerin evlilikten bir mutluluk elde edilmesi için olması gerektiğini söylemektedir. Ek olarak, Koçak (2014)'ın yaptığı bir çalışmada çiftlerin değer benzerliklerinin kadın ve erkeklerde evlilik doyumlarını önemli bir şekilde yordadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla evli bireylerin

evlilik uyumlarının bulunması sosyal bağıllık düzeylerinin bekârlara oranla daha yüksek olmasında etkili olabileceği söylenebilir.

Araştırmada bireylerin gelir düzeyi değişkenine göre sosyal bağıllık düzeylerinde gruplar arası anlamlı farklılıklar bulunmuştur. 2000-4000 TL arasında gelir düzeyine sahip katılımcıların sosyal bağıllık düzeylerinin 2000 TL ve daha az gelir düzeyine sahip katılımcılara oranla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda gelir düzeyi artan bireylerin sosyal bağıllık duygularının da artacağı söylenebilir. Araştırmada bireylerin eğitim durumu değişkenine göre sosyal bağıllık düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Eğitim durumu lise olan katılımcıların sosyal bağıllık düzeylerinin, eğitim durumu ilköğretim ve lisansüstü olan katılımcılara oranla anlamlı düzeye daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde eğitim durumu üniversite olan katılımcıların da sosyal bağıllık düzeylerinin, ilköğretim ve lisansüstü eğitim durumuna sahip katılımcılara oranla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Eğitim durumu üniversite düzeyinde olan bireylerin genellikle sosyal bir hayat sürdürdükleri varsayımından dolayı sosyal bağıllık duygularının daha fazla olduğu söylenebilir.

Araştırmada meslek değişkeninin bireylerin sosyal bağıllık düzeyleri üzerinde anlamlı farka neden olmadığı bulunmuştur. Öğrenci katılımcıların sosyal bağıllık düzeylerinin diğer meslek mensubu katılımcılara göre daha düşük düzeyde olduğu söylenebilir. Araştırmada bireylerin sosyal medya platformlarına erişim aracı (telefon/tablet/bilgisayar) değişkeninin bireylerin sosyal bağıllık düzeyleri üzerinde anlamlı farka neden olmadığı bulunmamıştır. Tablet kullanan katılımcıların sosyal bağıllık düzeylerinin telefon ve bilgisayar kullanan katılımcılara göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Araştırmada bireylerin günlük telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zaman değişkenine göre sosyal bağıllık düzeylerinde gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Günlük 4 saat ve daha az telefon/tablet/bilgisayar başında zaman geçiren katılımcıların sosyal bağıllık düzeylerinin, 5-10 saat zaman geçirenlere oranla anlamlı düzeyde daha fazla olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Telefon/tablet/bilgisayar başında geçirilen zamanın artmasıyla sosyal iletişimin azaldığı ve bu nedenle 5-10 saatini telefon/tablet/bilgisayar başında geçiren katılımcıların sosyal bağıllık düzeylerinin düşük çıktığı söylenebilir.

Araştırmada bireylerin günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre sosyal bağlılık düzeylerinde gruplar arası anlamlı farklılık bulunmamıştır. Günde 1 saat ve daha az vaktini sosyal medyada geçiren katılımcıların sosyal bağlılık düzeylerinin, 1 saatten çok geçirenlere oranla daha yüksek olduğu söylenebilir. Literatürde yapılan çalışmalarda yoğun bir şekilde internet kullanımının internet bağımlılığına sebep olduğu ve bu durumun da sosyal bağlılığı olumsuz etkilediği (Shen ve Williams, 2011), bu bulguların aksine bazı araştırmalarda internetin arkadaşlık ilişkilerini geliştirmesine ve dolayısıyla ait olmaya pozitif katkıda bulunduğu (Quinn ve Oldmeadow, 2013) verileri elde edilmiştir.

Araştırmadaki modellere ilişkin bulgulara baktığımızda ise katılımcıların kişilik özelliklerinin, GKK düzeylerini negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla H₂ hipotezi doğrulanmıştır. Yapılan araştırmalar kişilik özellikleri ile GKK arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir (Przybylski vd., 2013). Liftiah, Dahriyanto ve Tresnawati (2016)'nin kişilik özellikleri ile gelişmeleri kaçırma korkusu arasındaki ilişkinin dışa dönüklük ve yumuşak başlılık kişilik boyutları arasında GKK ile pozitif bir ilişki, nevroitiklik kişilik özelliği ile GKK arasında negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Modellere ilişkin diğer bir bulgu ise katılımcıların Kişilik özelliklerinin, Sosyal Bağlılık düzeylerini pozitif yönde etkilemesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla H₆ hipotezi doğrulanmıştır. Levin ve Strokes (1986)'a göre kişilik özellikleri, sosyal ihtiyaçlar sebebiyle oluşan ilişki kurma ihtiyacından dolayı internet ve sosyal medya kullanımını etkilemektedir. Katılımcıların kişilik özelliklerinin negatif yönde Sosyotelizm düzeylerini etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu nedenle H₄ hipotezi doğrulanmıştır. Nevrotiklik kişilik özelliği yüksek olan bireylerin genel olarak kaygılı ve depresyona eğilimi olan insanlar olmasından dolayı (Bitlisli vd., 2013) sosyal medya kullanımı açısından sosyotelizm davranışı sergileme ihtimallerinin olduğu söylenebilir.

Araştırmadaki modellere ilişkin bulgulara baktığımızda katılımcıların GKK düzeylerinin pozitif yönde sosyotelizm düzeylerini etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcıların GKK düzeyi arttıkça sosyotelist davranış gösterme düzeylerinin de artacağı sonucuna varılabilir. Dolayısıyla H₁ hipotezi doğrulanmıştır. Phing, Xin ve Jun (2019)'un yaptıkları çalışmada GKK ve sosyotelizm arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Franchina vd. (2018) ise GKK'nin sosyotelizm davranışı ile ilişkilendirildiği sonucuna ulaşmışlardır. Katılımcıların GKK düzeylerinin kişilik

özellikleri üzerinde negatif yönde anlamlı etki gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla H₈ hipotezi doğrulanmıştır. Blackwell vd. (2017) kişilik boyutları ile ilgili olarak yaptıkları çalışmada GKK düzeyinin, nevroz düzeyi ile pozitif ilişkili ve dışa dönüklükle ilgili ilişkisi bulunamamıştır. Katılımcıların GKK düzeylerinin sosyal bağlılık üzerinde negatif yönde etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla H₃ hipotezi doğrulanmıştır. Abel, Buff ve Burr (2016)'e göre bireylerin sosyal medya hesaplarına erişemediklerinde, sosyal olarak dışlanma korkusu yaşamaları nedeniyle kaygı duyabileceklerini ve dolayısıyla aidiyet kaybı yaratabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmadaki modellere ilişkin bulgulara baktığımızda katılımcıların sosyotelizm düzeylerinin negatif yönde sosyal bağlılık düzeylerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Olsson vd. (2019)'a göre sosyotelizm bireylerin yalnızlıklarını hafifletmelerine yardımcı olmak yerine topluluk hissini azalttığı için yalnızlık seviyesini arttırmaktadır. Dolayısıyla H₅ hipotezi doğrulanmıştır. Katılımcıların sosyotelizm düzeylerinin GKK düzeyleri üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla H₁₀ hipotezi doğrulanmıştır. Choṡpitayasunondh ve Douglas (2016) sosyotelizm davranışının bağımlılık türleri ve GKK arasında orta düzeyde bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Katılımcıların sosyotelizm düzeylerinin kişilik özellikleri üzerinde negatif yönde etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla H₇ hipotezi doğrulanmıştır. Kişilik boyutları ile ilgili olarak nevroz olan bireylerin zihinlerinin sürekli olumsuz düşüncelerle meşgul olması bireylerin sosyotelizm davranışına başlamasına neden olabileceği söylenebilir.

Araştırmadaki modellere ilişkin bulgulara baktığımızda katılımcıların Sosyal Bağlılık düzeylerinin pozitif yönde kişilik özelliklerini etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Kişilik boyutlarından dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireylerin daha çok sosyal bağlantılarını güçlendirmek için sosyal medyayı kullandıkları belirlenmiştir (Kuss ve Griffiths, 2011). Dolayısıyla H₉ hipotezi doğrulanmıştır.

5.1. Öneriler

Teknoloji çağında dijital yerliler olarak adlandırılan yeni neslin çevrimiçi tutumları arkadaşları ile yüz yüze görüşmek yerine sosyal medyadan iletişim kurmayı tercih etmek, film ve dizileri televizyon aracılığıyla seyretmek yerine internette istediği zaman izlemek, gazete veya kitap okuma alışkanlıklarının yerine cep telefonu ekranından her şeyi takip etmek şeklinde anlatılabilir. Sosyal medya platformlarında geçirilen zamanın azaltılması amacıyla gençlere yönelik eğitim, öğretim kuruluşlarının farkındalık arttıran

etkinlikler düzenlemesi ve çeşitli sosyal, kültürel ve spor ile ilgili rekreatif aktivitelere yönlendirmenin yapılması gerekli görülmelidir. Sosyal medya platformlarının bilinçli ve faydalı kullanımının sağlanması için kısıtlama açısından yöntemler kullanılması yerine kontrol sağlamaya yönelik ve yönlendirici eğitimlerin planlanması, GKK ve sosyotelizm ile ilgili sosyal medya platformlarının problemlili kullanılmasıyla oluşan olumsuz etkilerini geleceğe dönük bir şekilde önleyebilmesi açısından önemlidir. Ayrıca gençler için sosyal medya platformlarında geçirdikleri sürenin azaltılması amacıyla zaman yönetimi ile ilgili seminerler düzenlenmesi önerilebilir.

Boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotelizm, kişilik ve sosyal bağlılık düzeylerinin, bireylerin kullandıkları sosyal medya türlerine göre (Facebook, Instagram, Twitter vb.) anlamlı düzeyde farklılık göstermesinin incelenmesi ileriye dönük araştırmalar için önerilebilir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan sonraki çalışmalar ile ilgili olarak birbirleriyle yakın ilişkisi olan YOLO (Sadece bir kere yaşarsın), FOBO (İnternetsiz kalma korkusu) ve JOMO (Gelişmeleri kaçırma mutluluğu) gibi kavramların boş zaman aktivitesi olarak sosyal medya kullanımını tercih eden bireylere yönelik düzeylerinin belirlenmesi amacıyla araştırmalar yapılabilir. Araştırmadan elde edilen bulguların nedenlerinin nitel araştırmalarla desteklenerek derinlemesine incelenmesi ileriye dönük araştırmalar için önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Abbasi, I.S. (2019). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity? *Personality and Individual Differences*, 139: 277–280. Elsevier.
- Abel, J.P., Buff, C.L. ve Burr, S.A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1), 33.
- Abel, J.P., Cheryl, L.B. ve Sarah, A.B. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research*. 14(1):33-44.
- Ahuja, S., ve Kumari, S. (2009). *Impact of extended video viewing on cognitive, affective and behavioral processes in preadolescents*. School of Management and Social Sciences, Doktora Tezi, Thapar University, Patiala.
- Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma, *İletişim Kuram ve Araştırmaları Dergisi*, Güz 2011, S. 33, 137-161.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, Cilt 5, Sayı 4, 405-421.
- Akto, A. (2011). Kişilik Oluşumunda Dinin Rolü. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 52:2, 191-217.
- Alikılıç, Ö., Gülay, G. ve Binbir, S. (2013). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Facebook Uygulamalarının İncelenmesi: Yaşar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 37.
- Al-Menayes, S. (2016). The Fear of Missing out Scale: Validation of the Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2): 41-46.
- Al-Saggaf, Y. ve MacCulloch, R. (2018). Phubbing: How Frequent? Who is Phubbed? In Which Situation? And Using Which Apps? *Thirty ninth International Conference on Information Systems*, San Francisco.

- Alt, D. (2015). College Students' Academic Motivation, Media Engagement and Fear of Missing Out, *Computers in Human Behavior*, 49: 111-119.
- Altınay Bor, H. (2018). *Ergenlerde Sosyal Medyaya Yönelik Tutum, Sosyal Medya Kullanımında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Sosyal Kaygı Arasındaki İlişkiler*. Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı, Yüksek Lisans Tezi.
- Amichai-Hamburger, Y. ve Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295.
- Andersen, S., Chen, S. ve Carter, C. (2000). Fundamental human needs: Making social cognition relevant. *Psychological Inquiry*, 11(4), 269– 318.
- Anderson, J.C. ve Gerbing, D.W. (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49(2), 155-173.
- Angeluci, A. ve Huang, G. (2015). Rethinking media displacement: the tensions between mobile media and face-to-face interaction. *Porto Alegre*, 22(4), 173-190.
- Angeluci, A.C.B. (2016). “Stop Phubbing Me!”: A Case Study on Mobile Media and Social Relations. *Handbook of Research on Comparative Approaches to the Digital Age Revolution in Europe and Americas*, Chapter 12. 192-201.
- Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Argan, M. ve Tokay-Argan, M. (2018). Fomsumerism: A Theoretical Framework. *International Journal of Marketing Studies*, 10(2), 109-117.
- Argan, M., Argan, M.T. ve Gamze, İ. (2018). Keşke OLSaydım! Bir Fomo Tüketicinin (fomsumer) Anatomisi. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 9(1), 43-57.
- Arklan, Ü. ve Akdağ, M. (2016). Gündelik Yaşamın Sosyal Medyası, Sosyal Medyanın Gündelik Yaşamı: İlişkisel ve Etkileşimsel Perspektiften Uygulamalı Bir Çalışma. *Vizyoner Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 16, ss.16-34.
- Aslan, Ü. (2018). *Dikkat Eksikliği ve Dürtüsellik Sosyal Medya Kullanımı ve Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Olan İlişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- Ateş, F. (2009). *Dans sporuyla uğraşan bireylerle diğer spor branşlarıyla (atletizm, basketbol, voleybol, tenis vb.) uğraşan sporcuların kişilik özelliklerinin karşılaştırılması*. Ege Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sporda Psiko-Sosyal Alanlar Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Avcı, Y. (2015). *Sosyal Medyada Facebook Üzerinden Sahte Sınıf Oluşumu ve Sınıf Atlama*. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim ve Tasarım Anabilim Dalı, İstanbul.
- Aydın, C. (2016). *A ve B Kişilik Tiplerinin Boş Zaman Davranışlarının Kıyaslanması*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, s. 76.
- Aydın, H. (2018). *International Journal of Economic and Administrative Studies* (17. UİK Özel Sayısı): 415-426, ISSN 1307-9832.
- Ayhan, B. ve Balcı, Ş. (2009). Kırgızistan'da Üniversite Gençliği ve İnternet: Bir Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 48, 13-40.
- Aytaç, Ö., (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (12) 1, 231-260.
- Bacanlı, H. İlhan, T. ve Aslan, S. (2009). Beş faktör kuramına dayalı bir kişilik ölçeğinin geliştirilmesi: Sıfatlara dayalı kişilik testi (SDTK). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7, 261-279.
- Bachrach, Y., Koinski, M., Grapel, T., Kohli, P. ve Stillwell, D. (2012). Personality and Patterns of Facebook Usage. *Web Science* 12, June (22- 24), Evanston, IL, USA.
- Bahadır, M. (2016). Antikçağ'dan Günümüze Boş Zaman Üzerine Bir Değerlendirme. ETÜ, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, I/2, Temmuz 2016, Sayfa: 103-116.
- Baker, Z.G., Krieger, H. ve LeRoy, A.S. (2016). Fear of Missing Out: Relationships with Depression, Mindfulness and Physical Symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275-282.
- Balcı, Ş. ve Ayhan, B. (2007). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması, *Selçuk İletişim*, 5 (1), 174-197.

- Balcı, Ş. ve Baloğlu, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: “Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (29), 209-234.
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K. ve Griffiths, M.D. (2018). Neuroticism, Trait Fear of Missing Out, and Phubbing: The Mediating Role of State Fear of Missing Out and Problematic Instagram Use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-12.
- Baltaretu, C. M. ve Balaban, D. C. (2010). Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students: A Qualitative Approach. *Journal of Media Research*, 6, 67-74.
- Baron, N.S. ve Campbell, E.M. (2012). Gender and mobile phones in cross-national context. *Lang Sci*, 34:13-27.
- Barrick, M.R. ve Mount, M.K. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Başer, A. (2014). *Sosyal Medya Kullanıcılarının Kişilik Özellikleri, Kullanım ve Motivasyonlarının Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Genel Tutumları Üzerindeki Rolü: Facebook Üzerine Bir Uygulama*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Baumeister, R.F. ve Leary, M.R. (1995). The need for belong: Desire for interpersonal attachment as a human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497 – 529.
- Baymur, F. (1994). *Genel Psikoloji*. İnkılap Kitapevi, 11. B. İstanbul.
- Benet-Martinez, V. ve John, O.P. (1998). Loscinco Grandes across Cultures and Ethnic Groups: Multitrait Multimethod Analysis of the Big Five in Spanish and English. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 729-750.
- Beyazyüz, M. ve Göka, E. (2012). *Geçimsizler*. Timaş Yayınları, 3. Baskı, İstanbul.
- Beyens, I., Frison, E. ve Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents ‘fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Comput. Hum. Behav.*, 64, 1–8.
- Bianchi, A. ve Phillips, J. G. (2005). Psychological predictors of problem mobile phone use. *CyberPsychology & Behavior*, 8(1), 39–51.

- Bitlisli, Ö.G.F., Dinç, M., Çetinceli, Ö.G.E., ve Kaygısız, Ü. (2013). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile Akademik Güdülenme İlişkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2): 459-480.
- Blachnio, A. ve Przepiórka, A. (2018). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study. *Psychiatry Research*, 259, 514–519.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C. ve Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72.
- Brightbill, C. (1960). *The Challenge of Leisure*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 4.
- Bulunmaz, B. (2013). “Kitle İletişiminde yaşanan Değişimler”, Ed. Can Bilgili, Gülüm Şener, Sosyal Medya Ağ Toplumu, İstanbul: *Reklam Yaratıcıları Derneği*, 13-37.
- Burger, J.M. (2006). *Kişilik*. (Çev: İ. D. Erguvan Sarıoğlu), Kaknüs Yayınları, 1.Basım, İstanbul.
- Butt, S. ve Phillips, J.G. (2008). Personality and self-reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*, 24(2), 346-360.
- Campbell, S.W. ve Ling, R. (2009). *Effects of mobile communication*. In: *Media effects: Advances in theory and research*. 3rd Edition. Ed. By J. Bryant and M. B. Oliver. New York, NY: Taylor and Francis, 592-606.
- Cao, H., Jiang, J., Oh, L.B., Li, H., Liao, X. ve Chen, Z. (2013). A Maslow's hierarchy of needs analysis of social networking services continuance. *Journal of Service Management*, 24(2), 170-190.
- Cao, S., Jiang, Y. ve Liu, Y. (2018). Analysis of Phubbing Phenomenon among College Students and Its Recommendations. *Journal of Arts & Humanities*, Volume 07, Issue 12: 27-3.
- Chamorro-Premuzic, T. (2007). *Personality and Individual Differences*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Chen, C. (2005). The moral difficulty of network culture. *Science and Technology Journal of Hunan University*, Volume 8, Issue 2, Pages 85-90.

- Chotpitayasunondh, V. ve Douglas K.M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Comput Hum Behav*, 63:9-18.
- Chotpitayasunondh, V. ve Douglas, K.M. (2018). The effects of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48:304–316.
- Clayton, R.B., Leshner, G. ve Almond, A. (2015). The extended iself: The impact of iphone separation on cognition, emotion and physiology. *J. Comput. Mediat. Commun.* 20, 119–135.
- Cole, D.A. (1987). Utility of confirmatory factor analysis in test validation research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55, 1019-1031.
- Conlin, L., Billings, A. C., ve Averset, L. (2016). Time-shifting vs. appointment viewing: The role of fear of missing out within TV consumption behaviors. *Communications Society*, 29(4), 151–164.
- Correa, T., Hinsley, A.W. ve Gil de Zuniga, H. (2010). Who interacts on the Web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253.
- Cotte, J. S., (1998). *Deciding what to do: a behavioral framework for leisure consumption decisions*. Doktora Tezi, University of Connecticut.
- Coyne, S.M., Stockdale, L., Busby, D., Iverson, B. ve Grant, D.M. (2011). “I luv u:!”: A Descriptive Study of the Media Use of Individuals in Romantic Relationships. *Family Relations*, 60, 150–162.
- Cömert, Y. ve Durmaz, Y. (2006). Tüketicinin Tatmini ile Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlere Bütünleşik Yaklaşım ve Adıyaman İlinde Bir Alan Çalışması. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 1 (4), ss.351-375.
- Cüceloğlu, D. (2010). *İnsan ve Davranışı*. Remzi Yayınevi, İstanbul.
- Çiviteci, N. ve Arıcıoğlu, A. (2012). Beş Faktör Kuramına Dayalı Kişilik Özellikleri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(23), 78–96.
- Çizmeçi, E. (2017). Both Sides of The Coin: Smartphones in Romantic Relationships of Youth. *Electronic Journal of Social Sciences*, Autumn, Volume:16 Issue:63.

- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve Lisrel Uygulamaları*. Pegem Akademi, Ankara.
- David, M.E. ve Roberts, J.A. (2017). Phubbed and Alone: Phone Snubbing, Social Exclusion, and Attachment to Social Media. *Journal of the Association for Consumer Research*, (2:2), 155–163.
- de Jong Gierveld, J., van Tilburg, T.G. ve Dykstra, P.A. (2016). Loneliness and social isolation. In A. Vangelisti & D. Perlman (Eds.), *The Cambridge handbook of personal relationships* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press. (pp. 485-500).
- Demir, C. ve Demir, N. (2007). Bireylerin Boş Zaman Faaliyetlerine Katılmalarını Etkileyen Faktörler ile Cinsiyet Arasındaki İlişki: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6(1), 36-48.
- Diep, A.N., Zhu, C., Cocquyt, C., De Greef, M. ve Vanwing, T. (2018). Adult learners' social connectedness and online participation: the importance of online interaction quality, *Studies in Continuing Education*.
- Doğan İ, (2002). *Sosyoloji: Kavramlar ve Sorunlar*, 5. Baskı. Ankara, Pegem Akademi Yayıncılık.
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 2(10):69-73.
- Dourish, P. (2001). *Where the Action is: The Foundations of Embodied Interaction*. The MIT Press. December.
- Duru, E. (2007). Sosyal Bağlılık Ölçeği'nin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 26, 85-94.
- Duru, E. (2008a). Yalnızlığı yordamada sosyal destek ve sosyal bağlılığın rolü. *Türk Psikoloji Dergisi*, 23(61), 15–24.
- Duru, E. (2008b). Üniversiteye uyum sürecinde yalnızlığı yordamada sosyal destek ve sosyal bağlılığın doğrudan ve dolaylı rolleri. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(29), 13-24.
- Duru, E. ve Poyrazlı, S. (2007). Personality dimentions, psychosocial-demographic variables and English language competency in predicting level of acculturative stress

- among Turkish international students in the U.S. *International Journal of Stress Management*, 14(1), 99–110.
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D. ve Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63509-516.
- Ella Jood, T. (2017). *Missing The Present For The Unknown: The Relationship Between Fear of Missing Out (Fomo) and Life Satisfaction*. Thesis University of South Africa.
- Er, B., Yıldız, K. ve Güzel, P. (2019). Üniversite öğrencilerinin rekreatif bir etkinlik alanı olarak sosyal medya kullanım amaçlarının incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 109-115.
- Erbaş, S. (2019). Facebook Yalnızlık Rehabilitasyon Merkezi mi? *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 1, s.1-16.
- Erdem, E. (2010). *Elektronik Medya ve Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Ağlar*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Erdoğan, İ. (1991). *İşletmelerde Davranış*. İ.Ü. İşletme Fakültesi Yay. No: 242, İstanbul.
- Eroğlu, F. (1996). *Davranış Bilimleri*. Beta Yayınları, 3.Baskı, İstanbul.
- Ertemel, A.V. ve Aydın, G. (2018). Dijital ekonomide teknoloji bağımlılığı ve çözüm önerileri. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 5, 665–690.
- Erzen, E., Odacı, H. ve Yeniceri, İ. (2019). Phubbing: Which Personality Traits Are Prone to Phubbing? *Social Science Computer Review*, 1-14.
- Eşitti, Ş., (2015). “Bilgi Çağında Problemlerli İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlerli İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 75-97.
- Fox J. ve Moreland J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Comput Human Behav*; 45:168-176.
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., van Rooij, A.J., Lo Coco, G. ve De Marez, L. (2018). Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing

- Behavior among Flemish Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15, 2319.
- Friedman, H.S., ve Schustack, M.W. (1999). *Personality: classic theories and modern Research*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Geçtan, E. (1988). *Psikoanaliz ve Sonrası*. Maya Mat. Ltd. Şti. Ankara.
- Geser, H. (2004). Towards a sociological theory of the mobile phone. *E-Merging media: communication and the media economy of the future*, 235-260.
- Girgin, B. (2007). *Beş Faktör Kişilik Modelinin İş Yerinde Duygusal Taciz'e (Mobbing) Etkileri*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.
- Glass, R., Prichard, J., Lafortune, A. ve Schwab, N. (2013). The influence of personality and facebook use on student academic performance. *Issues In Information Systems*. 14(2), 119-126.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Goldberg, L.R. (1990). An Alternative Description of Personality: The Big-Five Factor Structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216-1229.
- González-Rivera, J., Segura-Abreu, L. ve Urbistondo-Rodríguez, V. (2018). Phubbing en las Relaciones Románticas: Uso del Celular, Satisfacción en la Pareja, Bienestar Psicológico y Salud Mental. *Interacciones*, 4(2), 81-91.
- Göker, G., Demir, M. ve Doğan, D. (2010). Ağ toplumunda sosyalleşme ve paylaşım: Facebook üzerine ampirik bir araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5 (2).
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E. ve Metintaş, S. (2016). Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe Sürümünün Geçerlilik ve Güvenilirliğinin Değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 52-59.
- Graham, L. H. (2018). Is Fear of Missing Out Instrumental in Understanding Health Outcomes Related to Social Media Use? *American Journal of Medical Research*, 5(1): 67-72.

- Griffiths, M. (2003). Internet gambling: Issues, concerns, and recommendations. *CyberPsychology & Behavior*, 6.6; 557.
- Güleç, V. (2018). Aile İlişkilerinin Sosyal Medya ile Birlikte Çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, Cilt: 2, Sayı: 1, p.1-105-120.
- Gültekin, F. ve Arıcıoğlu, A. (2017). Üniversite Öğrencilerinde Bağlanma Stilleri ve Sosyal Bağlılık İlişkisi. *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 373-384.
- Güngörmüş, H.A. (2007). *Özel Sağlık-Spor Merkezlerinden Hizmet Alan Bireyleri Rekreatif Egzersize Güdüleyen Faktörler*. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A., ve Dinç, Y. (2003). *Boş zaman & Rekreatif Yönetimi:(Örnek Animasyon Uygulamaları)*. Ankara: Detay.
- Hato, B. (2013). *(Compulsive) Mobile Phone Checking Behavior Out of a Fear of Missing Out: Development, Psychometric Properties and Test-Retest Reliability of a C-FoMO-Scale* ANR: 610304. Yüksek Lisans Tezi.
- Hayran, C., Anık, L. ve Gürhan-Canlı, Z. (2017). *Exploring the Antecedents and Consumer Behavioral Consequences of "Feeling of Missing out (FOMO)"*. M. Stieler (ed.), *Creating Marketing Magic and Innovative Future Marketing Trends, Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, p. 661-662.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Hetz, P. R. Dawson, C. L. ve Cullen, T. A. (2015). Social Media Use and the Fear of Missing Out (FoMO) While Studying Abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47:4, 259-272.
- Hill, L.H. (2006). Sense of belonging as connectedness, American Indian worldview, and mental health. *Archives of Psychiatric Nursing*, 20(5), 210–216.
- Holt-Lunstad, J., Smith, T.B. ve Layton, J.B. (2010). Social relationships and mortality risk: A meta-analytic review. *PLoS Medicine* 7: e1000316.
- Horzum, M. B., Ayas, T. ve Padır, M. A. (2017). Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 398-408.

- Hoşgör, H., Tandoğan, Ö. ve Hoşgör G, D. (2017). Nomofobinin Günlük Akıllı Telefon Kullanım Süresi ve Okul Başarısı Üzerindeki Etkisi: Sağlık Personeli Adayları Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(46), 573-595.
- Howard, P.J. ve Howard, J.M. (1998). The Big Five Quickstart an Introduction To The Five Factor Model of Personality For Human Resource Professionals. Charlotte, NC: *Centre for Applied Cognitive Studies*.
- Hu, L.T. ve Bentler, P.M. (1999). “Cutoff criteria for fit indexes in covariance structural analysis: Conventional criteria versus new alternatives”. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Hu, S. ve Yang, J. (2016). Formation Mechanism and Countermeasures on Classroom Phuber in Colleges and Universities of Liaoning Province. *International Conference on Education, Sports, Arts and Management Engineering*.
- Hubbert, M. (2016). *Mobile Phones in Social Settings How and what mobile phones are used for during face-to-face conversations*. Malmö Höögskola, Spring, Yüksek Lisans Tezi.
- Hunnicutt, B. K. (2006). “The History of Western Leisure”, *A Handbook of Leisure Studies*, ed. C. Rojek, S. M. Shaw and A. J. Veal, New York: Palgrave Macmillan, ss. 55-75.
- Hutcherson, C.A., Seppala, E.M. ve Gross, J.J. (2008). Loving-kindness meditation increases social connectedness. *Emotion*, 8(5), 720.
- Işık, M. ve Kaptangil, İ. (2018). Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Medya Kullanımı ve Beş Faktör Kişilik Özelliği ile İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinden Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt / Vol: 7, Sayı/Issue: 2, 695-717.
- James, D. ve Drennan, J. (2005). *Exploring addictive consumption of mobile phone technology*. In Australian and New Zealand Marketing Academy conference, Perth, Australia.
- Jöreskog, K.G. ve Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the simplis command language*. Lincolnwood: Scientific Software International, Inc.

- Juniu, S. (2000). "Downshifting: Regaining the Essence of Leisure" *Journal of Leisure Research*, Vol. 32, No. 1, 69-73.
- Kähler, A. ve Magnusson, N. (2018). *Digital Distance A qualitative study examining the impact on social media consumption and consequences for marketing*. Department of Business Administration, Gothenburg School of Business, Economics and Law. Tez.
- Kalmus, V., Realo, A. ve Siibak, A. (2011). Motives for Internet Use and their Relationships with Personality Traits and Socia-Demographic Factors. *TRAMES*, 15(65/60), 385-403.
- Kaplan-Akıllı G. ve Gezgin D. M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Nomofobi Düzeyleri ile Farklı Davranış Örüntülerinin Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (40), 51–69.
- Karaaslan Eşer, A., ve Ayaz Alkaya, S. (2019). Hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık durumu ve gelişmeleri kaçırma korkusunu incelenmesi. *SBÜ Hemşirelik Dergisi* 1(1), 27-36.
- Karaboğa, M.T. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 912-936.
- Karabulut, M. (1989). *Tüketici Davranışları – Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı*. Genişletilmiş 3. Bası, İstanbul: İşletme İktisadı Enstitüsü Yayını.
- Karaca, M. ve Mutlu, T. (2019). Nispetizm - Mış Gibi Yapmak: Sosyal Medyada Nispet Davranışları Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, 41-49.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş.B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B.M., Çulha, İ. ve Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş.B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B.M., Çulha, İ. ve Babadağ, B. (2016). Sanal Dünyanın Kronolojik Bağımlılığı: Sosyotelizm (Phubbing). *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 3(2), 223–269.

- Karakoç, E. ve Gülsünler, E. M. (2012). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Facebook: Konya Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 18, 44-57.
- Karakoç, E. ve Taydaş, O. (2013). Bir Serbest Zaman Etkinliği Olarak Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı ile Yalnızlık Arasındaki İlişki: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği. *Selçuk İletişim*, 7, 4, 33-45.
- Karaküçük, S. (1997). *Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme-Kavram, Kapsam ve Bir Araştırma*. Seren Ofset, Ankara.
- Karcher, M.J. (2001). The Hemingway: measure of adolescent connectedness- validation studies. *Paper presented at the annual American Psychological Association Convention* San Francisco, CA.
- Karoğlu A. K. ve Atasoy, B. (2018). Sosyal Medya Kullanımı ile Serbest Zaman Tatmini Arasındaki İlişki. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(2): 826-839.
- Katz, E., Blumler, J. G. ve Gurevitch, M., (1974). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37/4, 509-523.
- Katz, E., ve Aakhus, M. (2002). *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Kayış, A. R., Satici, S. A., Yılmaz, M. F., Şimşek, D., Ceyhan, E. ve Bakioğlu, F. (2016). Big five-personality trait and Internet addiction: A meta-analytic review. *Computers in Human Behavior*, 63, 35–40.
- Keser Özcan, N. ve Buzlu, S. (2005). Problemlili internet kullanımını belirlemede yardımcı bir araç: internette Bilişsel Durum Ölçeği'nin üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenilirliği. *Bağımlılık Dergisi*, 6(1), 19-26.
- Kırık, A.M., Arslan, A., Çetinkaya, A. ve Gül, M. (2015). “A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction Among Young People in Turkey”, *International Journal of Science Culture and Sport*, 3(3): 108-122.
- Kırık, M. A.ve Altun, E. (2018). Eğlence Kültürüne Instagram Üzerinden Yaklaşmak: Etiketleme Özelliği Üzerine Bir Çözümleme. 2. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme*, 166-177.
- Kline, P. (1994). *An Easy Guide To Factor Analysis*. New York: Routledge.

- Koca, D. (2018). *Boş Zaman Sorunu ve Gençlerin Yeni Medya Kullanımı: Evlilik ve Sanal İlişkilerin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim ve Tasarım Anasanat Dalı, İletişim Sanatları ve Tasarım Sanat Dalı.
- Koç, E. (2015). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri*. 6. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Koçak, T. (2014). Evli çiftlerde ideal benliğe yönelim ile değer benzerliğinin evlilik doyumuyla bağlantısı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Köknel, Ö. (1985). *Kaygıdan Mutluluğa Kişilik*. Altın Kitaplar Yayınevi, 12. Basım, İstanbul.
- Krasnova, H., Abramova, O., Notter, I. ve Baumann, A. (2016). “Why Phubbing is Toxic For Your Relationship: Understanding The Role of Smartphone Jealousy Among “Generation Y” Users”. *Research Papers*. 109.
- Kuo, T. ve Tang, H. (2014). Relationships among personality traits, Facebook usages, and leisure activities – A case of Taiwanese college students. *Computers in Human Behavior*, 31, 13-19.
- Kurtyılmaz, Y. (2011). Üniversite öğrencilerinin ilişkisel saldırganlık ile benlik saygısı, sosyal bağlılık ve sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişkiler. *Yayımlanmamış doktora tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kuss, D.J. ve Griffiths, M.D. (2011). Online Social Networking and Addiction-A Review of the Psychological Literature. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 8, 3528-3552.
- Lai, C., Altavilla, D., Ronconi, A. ve Aceto, P. (2016). Fear of missing out (FOMO) is associated with activation of the right middle temporal gyrus during inclusion social cue. *Computers in Human Behavior*, 61, 516-521.
- Lapierre, M.A. ve Meleah N.L. (2016). Should it stay or should it go now? Smartphones and relational health. *Psychology of Popular Media Culture*.
- Lee, R.M. ve Robbins, S.B. (1995). Measuring belongingness: The social connectedness and social assurance scales. *Journal of Counseling Psychology*, 42(2), 232–241.

- Lee, R.M. ve Robbins, S.B. (1998). The relation between social connectedness and anxiety, self esteem, and social identity. *Journal of Counseling Psychology*, 45, 338–345.
- Lee, R.M., Draper, M. ve Lee, S. (2001). Social connectedness, dysfunctional interpersonal behaviors, and psychological distress: Testing a mediator model. *Journal of Counseling Psychology*, 48(3), 310-318.
- Lee, Y.K., Chang, C.T., Lin, Y., ve Cheng, Z. H. (2014). “The Dark Side of Smartphone Usage: Psychological Traits, Compulsive Behavior and Technostress”, *Computers in Human Behavior*, 31: 373-383.
- Lepp, A., Barkley, J.E, Sanders, G.J, Rebold, M. ve Gates, P. (2013). “The Relationship Between Cell Phone Use, Physical and Sedentary Activity, and Cardiorespiratory Fitness in A Sample of U.S. College Students”, *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 10: 1-9.
- Levine, I. ve Stokes, J. P. (1986). An examination of the relation between individual difference variables to loneliness. *Journal of Personality*, 54: 717-733.
- Liftiah, Dahriyanto, L. F. ve Tresnawati, F. R., (2016). Personality Traits Prediction of Fear of Missing Out In College Students. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(4).
- Longstreet, P. ve Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, (50), 73-77.
- Lyda, J.L. (2008). The relationship between multiracial identity variance, social connectedness, facilitative support, and adjustment in multiracial college students. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, University of Oregon, Oregon.
- Mannell, R. C. ve Kleiber, D. A. (1997). *A Social Psychology of Leisure*. PA: Venture Publishing Inc.
- Marlina, R. D. (2017). *Hubungan Antara Fear of Missing Out (Fomo) Dengan Kecenderungan Kecanduan Internet Pada Emerging Adulthood*, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yüksek Lisans Tezi.

- Marsh, H.W. Balla, J.R. ve McDonald, R.P. (1988). Goodness-of-fit indexes in confirmatory factor analysis: The effect of sample size. *Psychological Bulletin*, 103, 391-410.
- Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Maslow, A.H. (1954). *Motivation and Personality*, Harper & Row, New York, NY.
- Maslow, A.H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- McCrae, R.R. ve Costa, P.T. (1990). *Personality in adulthood* (First edition). New York: Guilford press.
- McCrae, R.R. ve Costa, P.T. (2006). A Five-Factor Theory Perspective on Traits and Culture. *Psychologie Française*, Vol: 51, (s: 227-244).
- McLean D. D., Hurd, A. R. ve Rogers, N. B. (2008). Kraus' Recreation and Leisure in Modern Society (8.b.), *Jones And Bartlett Publishers*, Mississauga, Canada.
- Metin, B., Pehlivan, R. ve Tarhan, N. (2017). Üsküdar Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *The Journal of Neurobehavioral Sciences*, 4(2):43-46.
- Metsiritrakul, K., Puntavachirapan, N., Kobchaisawat, T., Leelhapantu, S. ve Chalidabhongse, T.H. (2016). UP2U: Program for Raising Awareness of Phubbing Problem with Stimulating Social Interaction in Public using Augmented Reality and Computer Vision. *13th International Joint Conference on Computer Science and Software Engineering (JCSSE)*, 978-1-5090-2033-1.
- Moore, K. ve McElroy, J.C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, 28, 267-274.
- Moore, T.L. (2006). *Social connectedness and social support of doctoral students in counselor education*. Doktora Tezi, Idaho State University, Dissertation Abstracts International, 67, 03.
- Morris, G.C. (2002). *Psikolojiyi anlamak, psikolojiye giriş*. Türk Psikologlar Derneği Yayınları, Çeviri Editörleri, Ayvaşık, H.B., Sayıl, M., 1., Ankara.

- Munusturlar, S. (2016). Boş Zaman ve Rekreasyon Kavramı. *Rekreasyon Yönetimi* (İçerisinde). (Editör: Müge Akyıldız Munusturlar). Anadolu Üniversitesi Basımevi, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2265.
- Nazir, T. ve Pişkin, M. (2016). Phubbing: A Technological Invasion Which Connected the World But Disconnected Humans. *International Journal of Indian Psychology*, Volume 3, Issue 4, No. 68, 40-46.
- Neumeyer, M.H. ve Neumeyer, E.S. (1958). *Leisure and Recreation*. New York, Ronald Press, p. 17.
- Nieves, I.M.D. (2014). Tecnologías Y Su Impacto En El Entorno Social Y Empresarial: Nomofobia Y Phubbing. *Revista Apec*, Volumen 30. 176-188.
- Nimrod, G. ve Adoni, H. (2012). Conceptualizing E-Leisure. *Journal Loisir et Société*. 35(1), 31-56.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M. ve Chamarro, A. (2016). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: the mediation role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, December 19, 55, 51-60.
- Olçay, S. (2018). Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi Olarak Sosyal Medya ve Resimler Arasında Kaybolma Bozukluğu: Photolurking. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 2 (2), 90-104.
- Olsson, T., Jarusriboonchai, P., Woźniak, P., Paasovaara, S., Väänänen, K. ve Lucero, A. (2019). Technologies for Enhancing Collocated Social Interaction: Review of Design Solutions and Approaches. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 1-55.
- Onur, B. (2000). *Gelişim Psikolojisi: Yetişkinlik, Yaşlılık, Ölüm*. 5. B., İmge Kitapevi, Ankara.
- Onur, D. (2018). Psikoloji Kuramları ve Yaratıcılık İlişkisi. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 8, Sayı 1, Ocak 2018, 145-156.
- Osmanlı, U. ve Kaya, S. (2014). Püritanizmden hedonizme değişen boş zaman kavramı. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar, E-Dergisi*.
- Özkaynar Beşenk, İ. (2018). Sosyal Medya Platformlarının Kullanımı İle Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Duygusal Şemalarla Olan İlişkisinin İncelenmesi. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı*. İstanbul.

- Parr, M. G., ve Lashua, B. D. (2004). What is leisure? The perceptions of recreation practitioners and others. *Leisure Sciences*, 26(1), 1-17.
- Pendergrass, W.S. (2017). Phubbing: Communication in the Attention Economy. *Proceedings of the Conference on Information Systems Applied Research*, ISSN: 2167-1508 Austin, Texas USA v10 n4526.
- Phing, A.M., Xin, C.Y. ve Jun, L.P. (2019). The Impact of Loneliness and Fear of Missing Out In Predicting Phubbing Behaviour Among Undergraduates in Malaysia. MARCH.
- Pi, S. (2014). Forest: Stay focused, be present. ForestApp inc.,
- Plant, S. (2001). The effects of mobile telephones on social and individual life. *Motorola Report*, 1-45.
- Przybylski, A. K., Murayama, K, DeHaan, C. R. ve Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out. *Comput Human Behav*; 29(4):1841-1848.
- Quan-Haase, A. ve Young, A. L. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging Bulletin of Science, *Technology & Society*, SAGE Publications, (30)5, 350–361.
- Quinn, S. ve Oldmeadow, J.A. (2013). Is the igeneration a ‘we’generation? Social networking use among 9-to 13-year-olds and belonging. *British Journal of Developmental Psychology*, 31(1), 136-142.
- Raykov, T. ve Marcoulides, G.A (2000). *A First Course in Structural Equation Modeling*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, ABD.
- Reports*, 15(1), 12-16.
- Riordan, B. C., Flett, J. A. M., Hunter, J. A., Scarf, D. ve Conner, T. S. (2015). Fear of missing out (FoMO): the relationship between FoMO, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students. *Annals of Neuroscience and Psychology*, 2, Article 7.
- Roberts, J.A. ve David, M.E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 31;54, 134-41.

- Ross, C., Orr, E.S., Sisic, M., Arseneault, J.M., Simmering, M.G. ve Orr, R.R. (2009). Personality and Motivations Associated with Facebook Use. *Computers in Human Behavior*, 25, 578-586.
- Rothmann, S. ve Coetzer, E.P. (2003) ,“The Big Five Personality Dimensions and Job Performance”, *SA Journal Of Industrial Psychology*, Vol. 29 (1), 68-74.
- Rothwell, J.D. (2010). *In the company of others: An introduction to communication*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Russell, B. (2003). Evlilik ve Ahlak. Gündüz, Işitan, (çev.), 1. Baskı, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Saeri, A.K., Cruwys, T., Barlow, F.K., Stronge, S. ve Sibley, C.G. (2018). Social connectedness improves public mental health: Investigating bidirectional relationships in the New Zealand attitudes and values survey. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*. Vol. 52(4) 365–374.
- Sağbaş, E.A., Ballı, S. ve Şen, F. (2016). Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri. *T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 153.
- Sanders, M.R., Montgomery, D.T. ve Brechman-Toussaint, M.L. (2000). The Mass Media and The Prevention of Child Behavior Problems. The Evaluation of a Television Series to Promote Positive Outcomes for Parents and Their Children. *The Journal of Child Psychology and Psychiatry and Allied Disciplines*, Vol: 41 No: 7, pp. 939–948.
- Satıcı, S.A. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Affetme, İntikam, Sosyal Bağlılık ve Öznel İyi Oluşları: Farklı Yapısal Modellerin Denenmesi Üzerine Bir Araştırma*. Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Doktora Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Savcı, M. (2017). Ergenlerin Sosyal Zekâ, Sosyal Kaygı, Akran İlişkileri, İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkiler. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Savcı, M. ve 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: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences*, 30(3), 202–216.
- Schlachet, P. (2000). The once and future group: Vicissitudes of belonging. *Group*, 24, 123-440.
- School of Information Sciences, Yüksek Lisans Tezi.
- Seker, S.E. (2014). Maslow'un İhtiyaçlar Piramiti (Maslow Hierarchy of Needs). *YBS Ansiklopedi*, v. 1, is. 1, pp. 43-45.
- Sevi, E. S. (2009). *Psikobiyolojik Kişilik Modeli ve Beş Faktör Kişilik Kuramı: Mizaç ve Karakter Envanteri (TCI) İle Beş Faktör Kişilik Envanterinin (5FKE) Karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Sevi, O.M., Odabaşoğlu, G., Genç, Y., Soykal, I. ve Öztürk, Ö. (2014). Cep Telefonu Envanteri: Standardizasyonu ve Kişilik Özellikleriyle İlişkisinin İncelenmesi. *Bağımlılık Dergisi*, 15(1): 15-22.
- Shen, C. ve Williams, D. (2011). Unpacking time online: Connecting internet and massively multiplayer online game use with psychosocial well-being. *Communication Research*, 38(1), 123-149.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzen, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-32.
- Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2002). Beş Faktör Kişilik Envanteri'nin Geliştirilmesi - I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 17 (49), 21 – 33.
- Soysal, A. (2008). Çalışma Yaşamında Kişilik Tipleri: Bir Literatür Taraması. *Ankara: Çimento İşverenler Dergisi*. c:22, 1-19.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal medya ve ortaöğretim öğretmenlerinin Facebook kullanma alışkanlıkları*. Doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyoloji Anabilim Dalı, Antalya.
- Stead, H. ve Bibby, P. A. (2017). *Personality, Fear of Missing Out and Problematic Internet Use and their Relationship to Subjective Well-Being.*, *Computers in Human Behavior*.

- Steiger, J.H. (2007). Understanding the limitations of global fit assessment in structural equation modeling. *Personality and Individual Differences*, 42 (5), 893-898.
- Sümer, N. (2000). *Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar*. Türk Psikoloji Yazıları, vol.3 (6), 49-74.
- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 18(1), 523-538.
- Tabachnick, B.G. and Fidel, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics (4th Edition)*. MA: Ally and Bacon, Inc.
- Talan T, Korkmaz A. ve Gezer M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Mobil Telefon Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi Üzerine... *Uluslararası Çağdaş Eğitim Araştırmaları Kongresi*, 424–34.
- Taşçı, B. ve Ekiz, S. (2018). Serbest Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme*.
- Tezcan, M. (1977). *Boş zamanlar sosyolojisi*. Ankara: Doğan Matbaası.
- Thoms, P., Moore, K.S. ve Scott, K.S. (1996). The Relationship Between Self-Efficacy for Participating in Self-Managed Work Groups and the Big Five Personality Dimensions. *Journal of Organizational Behavior*, Vol: 17, No: 4, 349-362.
- Timpone, R.J., (1998). Ties that bind: measurement, demographics, and social connectedness. *Political Behavior*, 20(1), 53-66.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım!"* İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Torkildsen, G. (1992). *Leisure and Recreation Management*. 3rd. ed. London: E&FN Spon.
- Torkildsen, G. (1999). *Leisure and Recreation Management*. (4th. ed.). London: Spon Press.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and Recreation Management (5th. ed.)*. London: Routledge.

- Toruk, İ. (2008). Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 19, p475-488. 14p.
- Townsend, K.C. ve McWhirter, B.T. (2005). Connectedness: A review of the literature with implications for counseling, assessment, and research. *Journal of Counseling & Development*, 83(2), 191-201.
- Turkle, S. (2012). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Uğur, N.G. ve Koç, T. (2015a). Time for Digital Detox: Misuse of Mobile Technology and Phubbing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1022-1031.
- Uğur, N.G. ve Koç, T. (2015b). Mobile Phones as Distracting Tools in The Classroom: College Students Perspective. *Alphanumeric Journal*, 3(2), 057-064.
- Ulubey, E. (2010). *Uluslararası Seyahate Katılan Gençlerin Konaklamaları Boyunca Katıldıkları Boş Zaman Aktivitelerine İlişkin Görüşleri*. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Spor Yönetim Bilimleri Programı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Vainio, J. (2015). *Use of mobile devices in social situations*. University of Tampere.
- Van Baren, J., Jsselsteijn, W.A., Markopoulos, P., Romero, N. ve de Ruyter, B. (2004). Measuring Affective Benefits and Costs of Awareness Systems Supporting Intimate Social Networks. *CTIT workshop proceedings series*, Vol. 2, 13–19.
- Van Lange, P. A. M., Kruglanski, A.W. ve Higgins, E. T. (2012). *Handbook of Theories of Social Psychology*. 1 SAGE, London.
- Vanden Abeele, M.M.P. ve Postma-Nilsenova, M. (2018). More Than Just Gaze: An Experimental Vignette Study Examining How Phone-Gazing and Newspaper-Gazing and Phubbing-While-Speaking and Phubbing-While-Listening Compare in Their Effect on Affiliation. *Communication Research Reports*, 35:4, 303-313.
- Vanden Abeele, M.M.P., Antheunis, M.L. ve Schouten, A.P. (2016). The effect of mobile messaging during a conversation on impression formation and interaction quality. *Computers in Human Behavior*, 62, 562-569.
- Veal, A. J. (1992). Definitions of Leisure and Recreation. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, 2(4), 44-48.

- Verma, J. ve Kumari, A. (2016). A Study on Addiction to Social Networking Sites and Psychological Well Being among Working Adults. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 5, 151-160.
- Wallace, P. (2014). Science & Society: Internet addiction disorder and youth. *EMBO*
- Wang, P., Xie, X., Wang, X., Wang, X., Zhao, F., Chu, X., Nia, J. ve Lei, L. (2018). The need to belong and adolescent authentic self-presentation on SNSs: A moderated mediation model involving FoMO and perceived social support. *Personality and Individual Differences*, 128, 133–138.
- Wang, X., Xie, X., Wang, Y., Wang, P. ve Lei, L. (2017). Partner phubbing and depression among married Chinese adults: The roles of relationship satisfaction and relationship length. *Personality and Individual Differences*, 110(1), 12-17.
- Wehrli, S. (2008). Personality on social network sites: an application of the five factor model. *ETH Zurich Sociology Working Paper No, 7*.
- Williams, K.L. ve Galliher, R.V. (2006). Predicting depression and self-esteem from social connectedness, support, and competence. *Journal of Social & Clinical Psychology*, 25, 855-874.
- Yanbastı, G. (1990). *Kişilik Kuramları*. Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir.
- Yaraman, A. (2003). *Toplumsal Değişme ve Kişilik Özellikleri; Prometheus'tan Narkissos'a*. Bağlam Yayınları, 1.Basım, İstanbul.
- Yazgan İnanç, B. ve Yerlikaya, E.E. (2008). *Kişilik Kuramları*. 6. Baskı. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. "İş, Güç" *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt.8, Sayı:2.
- Yengin, D.A. (2016). Sosyal Medya ve Akıllı Mobil Teknoloji: Akıllı Sosyal Yaşamlar. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC*, 6(2), 105-113.
- Yusufoğlu, Ö. Ş. (2017). Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. Cilt: 6, Sayı: 5, 2414-2434.

Zel, U. N. (2001). *Kişilik ve Liderlik*. Seçkin Yayınevi, Ankara.

Zhao, S., Grasmuch, S. ve Martin, J. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816–1836.

http-1: Buckle, C. (2016). Mobiles seen as most important device. <http://www.globalwebindex.net/blog/mobiles-seen-as-most-important-device>. (Erişim tarihi: 14.12.2019)

http-2: Vaughn, J. (2012). JWT’s Ann Mack delves into FOMO at SXSWi. <https://www.jwtintelligence.com/2012/03/jwts-ann-mack-delves-into-fomo-at-sxswi/> (Erişim Tarihi: 08.03.2019).

http-3: Pathak, S. (2013). McCann Melbourne made up a word to sell a print dictionary: New campaign for Macquarie birthed “Phubbing”. <http://adage.com/article/news/mccann-melbourne-made-a-word-sell-a-dictionary/244595/>. (Erişim tarihi: 15.01.2019).

http-4: Haigh, A. (2015). *Stop Phubbing* (2018). <http://stopphubbing.com> (Erişim Tarihi: 16.12.2018).

http-5: Global Mobile Landscape, (2016). A Country-by-Country Look at Mobile phone, smartphone usage varies globally. <https://www.emarketer.com/Article/Mobile-Phone-Smartphone-Usage-Varies-Globally/1014738> (Erişim tarihi: 24.11.2018).

http-6: Deloitte, (2017). Global Mobil Kullanıcı Araştırması. <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/global-mobile-consumer-survey-2017.html> (Erişim tarihi: 02.03.2019).

http-7: WeAreSocial.: “Digital in 2019 Global Overview.” We Are Social. (<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>). (Erişim Tarihi: 03.01.2019).

http-8: Hogan, M. (2015). “Facebook and the ‘Fear of Missing Out (FoMO)’”. (<https://www.psychologytoday.com/us/blog/in-one-lifespan/201510/facebook-and-the-fear-missing-out-fomo>). (Erişim Tarihi: 03.06.2019).

EK-1. Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği

Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Lütfen, aşağıda yer alan ifadeleri size uygunluk derecesine göre içtenlikle ve samimiyetle değerlendiriniz.					
1) Başkalarının benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım.	1	2	3	4	5
2) Arkadaşlarımın benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım.	1	2	3	4	5
3) Arkadaşlarımın ben yokken eğlendiklerini öğrendiğimde endişelenirim.	1	2	3	4	5
4) Arkadaşlarımın neler yaptığını bilmediğimde kaygı hissederim.	1	2	3	4	5
5) Arkadaşlarımın ‘aralarındaki şakaları, muhabbetleri’ anlamak benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
6) Bazen neler olup bittiğini takip etmek için fazla zaman harcayıp harcamadığımı merak ederim.	1	2	3	4	5
7) Arkadaşlarımla buluşmak için bir fırsatı kaçırmış olmak canımı sıkar.	1	2	3	4	5
8) İyi bir zaman geçirdiğimde bunun detaylarını online olarak paylaşmak benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
9) Planlanmış bir toplanmayı kaçırmak canımı sıkar.	1	2	3	4	5
10) Tatile çıktığımda arkadaşlarımın ne yaptığını takip etmeye devam ederim.	1	2	3	4	5

EK-2. Sosyotelizm (Phubbing) Ölçeği

Sosyotelizm (Phubbing) Ölçeği Aşağıdaki maddeleri sizin düşüncelerinize yakınlık derecesine göre değerlendiriniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1) Başkaları ile birlikteyken gözüm telefona gider.	1	2	3	4	5
2) Arkadaşlarımla bir ortamda bulunduğumda cep telefonumla ilgilenirim.	1	2	3	4	5
3) İnsanlar, cep telefonumla ilgilenmemden şikâyet ederler.	1	2	3	4	5
4) Tanıdıklarımla yemek yerken cep telefonumla ilgilenirim.	1	2	3	4	5
5) Cep telefonum ile ilgilenirken karşımdaki kişiyi rahatsız etmediğimi düşünürüm.	1	2	3	4	5
6) Telefonum sürekli elimin altındadır.	1	2	3	4	5
7) Sabah uyandığımda ilk önce telefonumdaki mesajlarımı kontrol ederim.	1	2	3	4	5
8) Telefonsuz kendimi eksik hissediyorum.	1	2	3	4	5
9) Her geçen gün telefon kullanımım artıyor.	1	2	3	4	5
10) Telefonum yüzünden sosyal, iş ve kişisel aktivitelerine ayırdığım zaman azalıyor.	1	2	3	4	5

EK-3. On-Maddeli Kişilik Ölçeği

On Maddeli Kişilik Ölçeği	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Biraz Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Aşağıda sizi tanımlayan ya da tanımlamayan birçok kişilik özelliği bulunmaktadır. 1–7 arasındaki derecelendirmeyi kullanarak, her bir madde için uygun olan cevabınızı belirtiniz.							
Kendimi olarak görürüm:							
1. Dışa dönük, istekli	1	2	3	4	5	6	7
2. Eleştirel, kavgacı	1	2	3	4	5	6	7
3. Güvenilir, öz-disiplinli	1	2	3	4	5	6	7
4. Kaygılı, kolaylıkla hayal kırıklığına uğrayan	1	2	3	4	5	6	7
5. Yeni yaşantılara açık, karmaşık	1	2	3	4	5	6	7
6. Çekingen, sessiz	1	2	3	4	5	6	7
7. Sempatik, sıcak	1	2	3	4	5	6	7
8. Altüst olmuş, dikkatsiz	1	2	3	4	5	6	7
9. Sakin, duygusal olarak dengeli	1	2	3	4	5	6	7
10. Geleneksel, yaratıcı olmayan	1	2	3	4	5	6	7

EK-4. Sosyal Bağlılık Ölçeği

Sosyal Bağlılık Ölçeği	Kesinlikle Katılmıyorum	Çoğunlukla Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Çoğunlukla Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Aşağıda katılıp ya da katılamayacağınız 8 ifade vardır. 1–6 arasındaki derecelendirmeyi kullanarak, her bir madde için uygun olan cevabınızı belirtiniz.						
1) Kendimi çevremden kopuk hissediyorum.	1	2	3	4	5	6
2) Tanıdık insanlarla birlikteyken bile, kendimi onlara ait hissetmiyorum.	1	2	3	4	5	6
3) Kendimi insanlara çok uzak hissediyorum.	1	2	3	4	5	6
4) Arkadaşlarımla birliktelik duygusuna sahip değilim.	1	2	3	4	5	6
5) Kendimi herhangi biriyle ilişkili hissetmiyorum.	1	2	3	4	5	6
6) Toplumla bütün bağlarımı kaybetmiş duygusuna kapılıyorum.	1	2	3	4	5	6
7) Arkadaşlarımla kendi arasında bile, kardeşlik/dostluk duygusu yoktur.	1	2	3	4	5	6
8) Kendimi herhangi bir kişi ya da grubun parçası olarak hissetmiyorum	1	2	3	4	5	6

EK-5. Kişisel Bilgi Formu

1) Yaşınız?

a) 17-22 b) 23-28 c) 29-34 d) 35-40 e) 41 veya üstü

2) Cinsiyetiniz?

a) Kadın b) Erkek

3) Medeni Durumunuz?

a) Evli b) Bekâr

4) Mesleğiniz?

a) Öğrenci b) Serbest Meslek c) Memur d) İşçi e) Çalışmayan f) Ev hanımı g) Emekli

5) Ortalama Aylık Geliriniz?

a) 1000 TL veya daha düşük b) 1001-2000 TL c) 2001-3000 TL d) 3001-4000 TL

e) 4001 TL veya daha yüksek

6) Eğitim durumunuz nedir?

a) İlköğretim (İlkokul veya Ortaokul) b) Lise c) Üniversite (Ön Lisans veya Lisans)

d) Lisansüstü (Yüksek Lisans veya Doktora)

7) Sosyal medyaya daha çok hangi iletişim aracı ile erişiyorsunuz?

a) Telefon b) Masa Üstü/Dizüstü Bilgisayar c) Tablet

8) Günde telefon/ bilgisayar /tablet başında kaç saat vakit geçirmeniz (işyeri, okul ve evde geçirilen tüm süreleri düşününüz)?

a) 1 saat ve daha az b) 2-4 saat c) 5-7 saat d) 8-10 saat e) 11 saat ve üzeri

9) Günde kaç saat telefon/ bilgisayar /tablet başında sosyal medyayı takip etmektesiniz?

a) 0-1 saat b) 2-4 saat c) 5-7 saat d) 8-10 saat e) 11 saat ve üzeri