



T. C.

**ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**  
**DİN PSİKOLOJİSİ BİLİM DALI**

**DİNDARLIK VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI**  
**İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**  
**(GİRESUN ÖRNEĞİ)**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Esra KÜÇÜK AYDIN**

**BURSA- 2023**



T. C.  
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI  
DİN PSİKOLOJİSİ BİLİM DALI

**DİNDARLIK VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI  
İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA  
(GİRESUN ÖRNEĞİ)**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Esra KÜÇÜK AYDIN**

**Danışman:  
Prof. Dr. İbrahim GÜRSES**

**BURSA- 2023**

## TEZ ONAY SAYFASI

T. C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim, Din Psikolojisi Dalı'nda 701821010 numaralı Bayan Esra KÜÇÜK AYDIN'ın hazırladığı "Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma (Giresun Örneği)" konulu Yüksek Lisans ile ilgili tez savunma sınavı, .../.../... günü ..... - .....saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin ..... (başarılı/başarısız) olduğuna ..... (oybirliği/oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

|   |   |
|---|---|
| <b>Üye (Tez Danışmanı ve Sınav Komisyonu Başkanı)</b><br><b>Prof. Dr. İbrahim GÜRSES</b><br>Bursa Uludağ Üniversitesi |   |
| <b>ÜYE</b><br>Doç. Dr. Naci KULA<br>Bursa Uludağ Üniversitesi   | <b>ÜYE</b><br>Dr. Öğr. Üyesi Emre YILMAZ<br>Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi |
|   |   |
|   |   |
|   |   |
|   |   |
|   | ...../...../ 20.....  |



**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**YÜKSEK LİSANS İNTİHAL YAZILIM RAPORU**

**BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA**

Tarih: 06/02/2023

- 1- Tez Başlığı / Konusu: Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma (Giresun Örneği)
- 2- Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 113 sayfalık kısmına ilişkin, 06/02/2023 tarihinde şahsım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından (Turnitin)\* aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 14'tür.
- 3- Uygulanan filtrelemeler:
- 4- Kaynakça hariç
- 5- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç
- 6- Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.
- 7- Gereğini saygılarımla arz ederim.

06/02/2023

**Adı Soyadı: Esra KÜÇÜK AYDIN**

**Öğrenci No: 701821010**

**Anabilim Dalı: Felsefe ve Din Bilimleri**

**Programı: Din Psikolojisi**

**Statüsü:  Y.Lisans  Doktora**

**Danışman**

**Prof. Dr. İbrahim GÜRSES**

**06/02/2023**

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma (Giresun Örneği)” adlı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

**Tarih ve İmza**

**06/02/2023**

**Adı Soyadı** : Esra KÜÇÜK AYDIN  
**Öğrenci No** : 701821010  
**Anabilim Dalı** : Felsefe ve Din Bilimleri  
**Programı** : Din Psikolojisi  
**Statüsü** : Yüksek Lisans

## ÖZET

|                         |                                    |
|-------------------------|------------------------------------|
| <b>Yazar Adı Soyadı</b> | <b>: Esra KÜÇÜK AYDIN</b>          |
| <b>Üniversite</b>       | <b>: Uludağ Üniversitesi</b>       |
| <b>Enstitü</b>          | <b>: Sosyal Bilimler Enstitüsü</b> |
| <b>Anabilim Dalı</b>    | <b>: Felsefe ve Din Bilimleri</b>  |
| <b>Bilim Dalı</b>       | <b>: Din Psikolojisi</b>           |
| <b>Tezin Niteliği</b>   | <b>: Yüksek Lisans</b>             |
| <b>Mezuniyet Tarihi</b> | <b>:</b>                           |
| <b>Tez Danışmanı</b>    | <b>: Prof. Dr. İbrahim GÜRSES</b>  |

### **DİNDARLIK VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA (GİRESUN ÖRNEĞİ)**

Bu çalışma üniversite öğrencilerinin dindarlık ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda katılımcıların dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin demografik değişkenler açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermedikleri de incelenecektir. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak konunun teorik çerçevesi çizilmiş ve kavramsal zemin hazırlanmıştır. Bunun ardından da ölçeklerle elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilerek yorumlanmıştır.

Bu çalışma 2022 yılında Giresun Üniversitesine bağlı Mühendislik Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İslami İlimler Fakültesi ve Eğitim Fakültesi öğrencilerinden 406 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan kişilerin dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ölçülmüştür. Buna göre, 2009 yılında Ayten tarafından geliştirilmiş “Kısa Dindarlık Ölçeği” ve Tutgun-Ünal ve Deniz tarafından 2015 yılında geliştirilmiş “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” kullanılmıştır.

Dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ölçen çalışmamız dört ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde din ve dindarlık kavramları ele alınmış, ikinci bölümde ise bağımlılık ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili başlıklara yer verilmiştir. Aynı zamanda bu bölümde sosyal medya bağımlılığı din ve dindarlık çerçevesinde incelenmiş ve sosyal medya bağımlılığının din ile olan ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölüm araştırmanın hipotezlerini, modelini, varsayımlarını ve sınırlılıklarını, yöntemini, araştırmada kullanılan ölçeklerle ilgili genel bilgileri içermektedir. Son bölümde araştırmanın sonucundan elde edilen bulgular ve bunların değerlendirilmesi yer almaktadır.

Araştırma sonuçları dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Bu sonuca göre dindarlık arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyi azalmaktadır. Araştırmada elde edilen bu bulgu uygunluk/ikame hipotezini destekler niteliktedir.

#### **Anahtar Kelimeler:**

Sosyal Medya, Sosyal Medya ve Din, Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Dindarlık

## ABSTRACT

**Name & Surname** : Esra KÜÇÜK AYDIN  
**University** : Uludağ University  
**Institute** : Social Science Institution  
**Field** : Philosophy and Religious Sciences  
**Subfield** : Psychology of Religion  
**Degree Awarded** : Master  
**Date of Degree Awarded** :  
**Supervisor** : Prof. Dr. İbrahim GÜRSES

### A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN RELIGIOSITY AND SOCIAL MEDIA DEPENDENCY (GİRESUN SAMPLE)

The aim of this study is to determine the relationship between religiosity and social media dependency levels of university students. In this context whether or not the religiosity and social media dependency levels of the participants show a significant difference in terms of demographic variables will also be studied. In line with this aim, firstly, the theoretical framework of the subject was drawn and the conceptual ground was prepared. The data obtained through the scales were afterwards analyzed and interpreted through the SPSS program.

This study was carried out with 406 students from Giresun University, Faculty of Engineering, Faculty of Arts and Sciences, Faculty of Islamic Sciences and Faculty of Education in 2022. Religiosity and social media dependency, that is, devotion levels of the participants involved in the research were measured. Accordingly, the "Short Religiosity Scale" developed by Ayten in 2009 and the "Social Media Dependency Scale" developed by Tutgun-Ünal and Deniz in 2015 were used.

Our study, which measures the relationship between religiosity and social media dependency, consists of four main parts. In the first part, the concepts of religion and religiosity are discussed, and in the second part are included the topics as to addiction and social media dependency. In this section, social media dependency is also discussed within the framework of religion and religiosity, and the relationship between social media dependency and religion is to be explained. The third section includes the hypotheses, model, assumptions and limitations of the research, the method, and the general information about the scales used in the research. In the last section, the results obtained from the research and their evaluation are included.

In the last section, the results obtained from the research and their evaluation showed that there was a significant relationship between religiosity and its media dependency. The results obtained showed that as religiosity increases, the level of social media dependency decreases. This finding obtained in the study supports the conformity/substitution hypothesis.

### Keywords:

Social Media, Social Media and Religion, Social Media Dependency, Social Media Dependency and Religiosity

## ÖNSÖZ

Teknoloji ve bilim çağının bireye ve topluma katkılarından biri de hiç şüphe yok ki internettir. İnternet kullanımıyla birlikte alt başlık olarak karşımıza çıkan sosyal medyanın hayatımızdan büyük bir pay edindiği ise yadsınamaz bir gerçektir.

Sosyal medyanın bilinçsiz ve yoğun kullanımı sonucu oluşan sosyal medya bağımlılığı, etki gücünün çok geniş olmasına bağlı olarak birçok alanda araştırma konusu haline gelmiştir. Sosyal medya, günümüz dünyasında dindar kesimin hayat akışında da önemli bir yer tutmaktadır. Tam da bu noktada sosyal medya bağımlılığı ve dindarlık arasında bir ilişkinin olup olmadığının, ilişkisi varsa hangi yönde olduğunun incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Sosyal medya bağımlılığı birçok açıdan araştırma konusu olmasına rağmen bu olgunun dindarlık ile ilişkisini inceleyen çalışmaların yeteri kadar olmaması, bu çalışmayı literatüre katkısı açısından önemli kılmaktadır.

Bu çalışmanın hazırlanmasındaki her aşamada değerli vakitlerini ayırıp bana rehberlik eden tez danışmanım Prof. Dr. İbrahim GÜRSES'e; yüksek lisans eğitimimin başından sonuna kadar bana destek olan ve tez yazma aşamasında minik kızım Hafsa Cevher'e çok güzel şekilde bakan anneme, babama, kayınvalideme ve eşimin anneannesine; her an motive kaynağım olan ve beni her seferinde bilgisayarımın başına gönderebilmek için usanmadan çaba sarf eden canım eşime; fikir ve tecrübelerinden faydalandığım canım arkadaşım Elif ÇAĞLAYAN'a ve Esra İRK'e sonsuz teşekkür ederim.

Esra Küçük AYDIN  
BURSA/2023



## İÇİNDEKİLER

|   |      |
|---|------|
| TEZ ONAY SAYFASI.....                     | ii   |
| YÜKSEK LİSANS İNTİHAL YAZILIM RAPORU..... | iii  |
| YEMİN METNİ .....                         | iv   |
| ÖZET.....                                 | v    |
| ABSTRACT .....                            | vi   |
| ÖNSÖZ.....                                | vii  |
| İÇİNDEKİLER .....                         | viii |
| TABLolar LİSTESİ.....                     | xi   |
| KISALTMALAR .....                         | xii  |
| GİRİŞ .....                               | 1    |
| 1. ARAŞTIRMANIN KONUSU.....               | 1    |
| 2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....       | 2    |

## BİRİNCİ BÖLÜM

### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

|   |    |
|---|----|
| 1. DİN VE DİNDARLIK KAVRAMI .....                             | 5  |
| 1.1. Dinin Tanımı.....  | 7  |
| 1.2. Dindarlığın Tanımı .....                                 | 9  |
| 2. DİNDARLIĞIN BOYUTLARI .....                                | 12 |
| 2.1. İnanç Boyutu (İdeolojik Boyut).....                      | 12 |
| 2.2. İbadet Boyutu (Törenselle Boyut) .....                   | 12 |
| 2.3. Tecrübe Boyutu (Duygusal Boyut).....                     | 12 |
| 2.4. Bilgi Boyutu (Zihinsel Boyut) .....                      | 12 |
| 2.5. Etki Boyutu .....  | 13 |
| 3. SOSYAL MEDYA KAVRAMI.....                                  | 13 |
| 3.1. Sosyal Medyanın Tanımı .....                             | 13 |
| 3.2. Sosyal Medyanın Özellikleri .....                        | 15 |
| 3.4. Popüler Sosyal Medya Ağları .....                        | 17 |
| 3.4.1. Facebook .....   | 18 |
| 3.4.2. Instagram.....   | 18 |
| 3.4.3. WhatsApp.....  | 19 |
| 3.4.4. Twitter .....  | 19 |
| 3.5. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı.....                   | 20 |
| 3.6. Sosyal Medyanın Etkileri.....                            | 21 |
| 3.6.1. Sosyalleşmeye Etkisi Açısından Sosyal Medya.....       | 22 |
| 3.6.2. Toplumdaki Güven Duygusu Bağlamında Sosyal Medya ..... | 24 |

|   |    |
|---|----|
| 3.6.3. Düşünce ve Değerler Bağlamında Sosyal Medya..... | 24 |
|---|----|

## İKİNCİ BÖLÜM

### SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE DİN

|   |    |
|---|----|
| 1. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI.....  | 26 |
| 1.1. Bağımlılık Kavramı ve Sosyal Medya Bağımlılığı.....                  | 26 |
| 1.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Tanı Kriterleri .....                       | 28 |
| 1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Nedenleri Üzerine Yapılmış Çalışmalar ..... | 30 |
| 2. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE DİN İLİŞKİSİ .....                         | 32 |
| 2.1. Sosyal Medyanın Kullanımında Dinin Konumu .....                      | 32 |
| 2.2. Sosyal Medyanın Dine Etkisi .....                                    | 35 |
| 2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Din İlişkisi.....                        | 41 |
| 2.3.1. Dini Muhafaza.....   | 42 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YÖNTEM

|  |    |
|--|----|
| 1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ .....                     | 51 |
| 1.1. Araştırmanın Hipotezleri .....                    | 51 |
| 1.2. Araştırmanın Modeli.....                          | 52 |
| 1.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları ..... | 52 |
| 1.3.1. Araştırmanın Varsayımları.....                  | 52 |
| 1.3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları .....               | 52 |
| 1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....             | 53 |
| 2. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....                          | 54 |
| 2.1. Kişisel Bilgi Formu.....                          | 54 |
| 2.2. Kısa Dindarlık Ölçeği .....                       | 54 |
| 2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....              | 55 |
| 3. VERİLERİN TOPLANMASI İŞLEMİ.....                    | 56 |
| 3.1. Verilerin Analizi .....                           | 56 |

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR VE YORUMLAR

|   |    |
|---|----|
| 1. BULGULAR .....   | 59 |
| 1.1. Giresun Üniversitesi Öğrencilerine İlişkin Betimsel Bulgular .....   | 59 |
| 1.2. Giresun Üniversitesi Öğrencilerinin Demografik Özellikleri Bakımından Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri..... | 62 |
| 1.3. Giresun Üniversitesi Öğrencilerinin Dindarlık Düzeyleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri Arasındaki İlişkiler .....  | 74 |
| 2. YORUM VE DEĞERLENDİRME.....  | 76 |
| 2.1. Demografik Yapının Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlişkisinin Değerlendirilmesi.....                            | 76 |

|  |            |
|--|------------|
| 2.1.1. Cinsiyete Göre Dindarlık Düzeyleri .....  | 76         |
| 2.1.2. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri.....  | 79         |
| 2.1.3. Medeni Duruma Göre Dindarlık Düzeyleri .....  | 81         |
| 2.1.4. Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri.....  | 82         |
| 2.1.5. Yaşanılan Yere Göre Dindarlık Düzeyleri .....   | 84         |
| 2.1.6. Yaşanılan Yere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri .....  | 86         |
| 2.1.7. Eğitim Görülen Fakültelere Göre Dindarlık Düzeyleri.....  | 87         |
| 2.1.8. Eğitim Görülen Fakültelere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri .....                              | 88         |
| 2.1.9. Yaş ile Dindarlık İlişkisi .....  | 89         |
| 2.1.10. Yaş ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi.....   | 91         |
| 2.1.11. Aile Gelir Düzeyi ile Dindarlık İlişkisi.....  | 93         |
| 2.1.12. Aile Gelir Düzeyi ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi .....  | 94         |
| 2.1.13. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi ile Dindarlık İlişkisi.....                                      | 96         |
| 2.1.14. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi.....                       | 97         |
| 2.1.15. Kullanılan Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Dindarlık Düzeyleri .....                                | 99         |
| 2.1.16. Kullanılan Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri.....                  | 100        |
| 2.2. Dindarlık Düzeyleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi ..... | 101        |
| <b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>  | <b>106</b> |
| 1. SONUÇ .....   | 106        |
| 2. ÖNERİLER .....  | 108        |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>  | <b>111</b> |
| <b>EKLER.....</b>  | <b>124</b> |
| EK 1. KİŞİSEL BİLGİ FORMU .....  | 124        |
| EK 2. KISA DİNDARLIK ÖLÇEĞİ .....  | 127        |
| EK 3. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ (SMBÖ).....  | 129        |
| EK 4. ETİK KURUL RAPORU.....   | 132        |

## TABLolar LİSTESİ

|   |    |
|---|----|
| Tablo 1. Normallik varsayımının karşılanması .....  | 56 |
| Tablo 2. Üniversite öğrencilerinin yaş ve üniversitede geçirdikleri süre/yıl ortalamaları ve standart sapmaları.....  | 59 |
| Tablo 3. Üniversite Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular .....  | 60 |
| Tablo 4. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine İlişkin Bulgular.....  | 62 |
| Tablo 5. Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları .....  | 63 |
| Tablo 6. Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamaları ve bağımsız örneklem Mann Whitney u testi bulguları .....  | 64 |
| Tablo 7. Üniversite öğrencilerinin Giresun'da yaşadıkları yere göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları .....   | 66 |
| Tablo 8. Üniversite öğrencilerinin fakültelerine göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları .....   | 68 |
| Tablo 9. Üniversite öğrencilerinin yaşları, sınıfları, üniversitede geçen süreleri, aile gelir düzeyleri, anne-baba eğitim düzeyleri ile dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki Spearman korelasyon analizi bulguları..... | 69 |
| Tablo 10. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki Spearman korelasyon analizi bulguları .....   | 71 |
| Tablo 11. Üniversite öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve tek yönlü varyans analizi bulguları.....   | 73 |
| Tablo 12. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık puanları ile sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki Pearson korelasyon analizi bulguları .....  | 74 |
| Tablo 13. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık düzeylerinde yordayıcı etkisi olabilecek değişkenlerle yürütülen çoklu regresyon analizi bulguları.....   | 75 |

## KISALTMALAR

|        |  |
|--------|--|
| ABD.   | : Amerika Birleşik Devletleri                              |
| Akt.   | : Aktaran  |
| B.     | : Baskı  |
| Bk.    | : Bakınız  |
| c.     | : Cilt   |
| Çev.   | : Çeviren  |
| ed.    | : Editör   |
| krş.   | : Karşılaştırmız   |
| LGBT   | : Eşcinsel hakların mücadelesinde bir araya gelen topluluk |
| s.     | : Sayfa  |
| s.a.v. | : Sallallahu aleyhi ve sellem                              |
| SMBÖ   | : Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği                          |
| TÜİK.  | : Türkiye İstatistik Kurumu                                |
| vb.    | : Ve benzeri   |
| vd.    | : Ve diğerleri   |

# GİRİŞ

## 1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Fıtrî bir zemine dayanan dinin insana ve toplumlara olan etkisi, Orta Çağ sonrası Avrupa'da rönesansın başlaması ve 19. yüzyıldan sonra teknolojik gelişmelerin, sekülerleşme çabalarının, modernite algısının artması ile birlikte gün geçtikçe azalmaya başladı. Din, form olarak zihinlerin içinde bir şekilde kendine yer bulsa da dinin yaşayan tezahürü olan dindarlık toplum içerisinde ivme kaybetti. Bununla birlikte 21. yüzyılda, en önemli teknolojik gelişmelerden biri olan ve toplumların kaderini değiştiren internet, sosyal medya unsurlarını piyasaya sürdü. İnternet ve sosyal medya unsurları önceleri dini otoritenin doldurduğu o boşlukta kendisine sağlam bir yer buldu.

İnsanlar tarafından çok kolay bir şekilde benimsenen bu teknoloji unsurlarının sunduğu birçok çeşitlilik ve fırsat, zamanını bu yoğun, tempolu hayatta verimli kullanamayan, birçok şeye vakit ayırmakta güçlük çeken kimseler için kurtarıcı rolündeydi. Bankaya gitmeden bankacılık işlemlerinin, fatura ödeme merkezlerine gitmeden fatura işlemlerinin çeşitli uygulamalarla halledilmesi, reklamların ve tanıtımların daha çok insana, daha hızlı ve daha ucuz bir şekilde bir medya aracı ile ulaştırılabilmesi, mevcut uygulamalarla kilometrelerce uzaktaki yakınları, arkadaşları yer değiştirmeden görebilmenin mümkün olması gibi kolaylıklar bu teknoloji unsurlarının cazibesini gün geçtikçe arttırdı.

Aynı zamanda teknolojinin sunduğu bu araçlar her kesimden insana hitap edebiliyordu Özellikle kullanım yoğunluğu açısından bakıldığında bu araçların en büyük destekçileri çocuklar ve gençlerdi. Ancak kişinin düşüncelerine, değerlerine, dini kimliğine, dini tasavvurlarına, hayallerine, toplumla arasında olan bağa, aile hayatına, işine, sorumluluklarına kadar hayatının her anına dahil olabilen bu unsurların avantajları kadar dezavantajlarının olduğu gerçeği de görmezden gelinemezdi. Nitekim bağımlılık kavramı, internet ve sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle başka bir formda karşımıza çıkmaya başladı.

Bir şeyi yapmak istemedeki aşırılık, ısrar etme duygu durumuna bağımlılık denir. Bağımlılık türleri ilk zamanlar alkol, sigara, uyuşturucu gibi kimyasal bağımlılıklar şeklinde ele alınıyordu. Ancak alışveriş yapma, internet, sanal dünya, sosyal medya

kullanımı gibi unsurlar üzerinde de bağımlılık belirtilerinin olması bağımlılık türlerinin daha ayrıntılı incelenmesi ihtiyacını doğurdu. Böylelikle internet, sanal dünya ve sosyal medya kullanımında ortaya çıkan bağımlılık çeşitleri davranışsal bağımlılıklar başlığı altında incelenmeye başlandı.

Araştırma konumuzu; ‘Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma (Giresun Örneği)’ olarak belirledik. Bizi bu araştırma konusuna iten sebep, bağımlılık olgusunun dindarlık olgusuyla taban tabana zıt olduğu düşüncesinden yola çıkıp, insanın yaşam sahalarında bu denli yer edinen sosyal medya unsurlarına olan bağımlılığın dindarlık ile ilişkisini inceleme ihtiyacıdır. Her iki unsurun da insan hayatının her anına nüfuz edebilecek güce sahip olduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda din olgusu ve onun yaşamda pratiğe dönüşmüş hali olan dindarlık yani takva düzeyi de bağımlılığın her türüne savaş açmıştır.

Örneklem grubumuzu üniversite öğrencilerinden seçmemizin sebebi ise yukarıda belirttiğimiz gibi, sosyal medya unsurlarının en çok çocuklar ve gençler arasında yaygın şekilde kullanılması ve sosyal medya bağımlılığının en çok bu iki kesimin hayatında tespit edilmesidir.

Çalışmamızın araştırma grubu, Giresun Üniversitesi bünyesinde yer alan Mühendislik Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İslami İlimler Fakültesi ve Eğitim Fakültesi bölümlerinde okuyan kız ve erkek öğrencilerdir. Çalışmamız nicel bir çalışma olarak sunulacaktır.

## **2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

Araştırmamızın temel amacı üniversite öğrencilerinin dindarlık ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Bu bağlamda katılımcıların dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin demografik değişkenler açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermedikleri de incelenecektir.

Sosyal medyanın, sunduğu olanaklarla hayatımıza vurgulu bir giriş yaptığı ve gün geçtikçe yerini sağlamlaştırdığı görülmektedir. Sosyal medya kullanımının günden güne artış içerisinde olduğunu gösteren birçok çalışma sonucunun mevcut olması bunu kanıtlar niteliktedir.

Sosyal medya kullanımının artmasına neden olan birçok etkenin olduğunu söyleyebiliriz. İnsanlara sunduğu kolaylık ve vakit kaybını önlemesi bu artışın en önemli nedenleri arasında sayılabilir. Aynı zamanda sosyal medya bazlı online oyunların çoğalmasa, neredeyse her alanla ilgili video izleme imkânı sunan sosyal medya çeşitliliği ve sosyal medyanın eğlence amaçlı birçok etkinliğe ev sahipliği yapması onun popülerliğini daha da arttırmakta ancak bu durum sosyal medya bağımlılığı gerçeğini de beraberinde getirmektedir.<sup>1</sup>

Sosyal medya, toplumun büyük çoğunluğu tarafından yoğun bir şekilde kullanılıyor olsa da sosyal medyanın popüler ve yaygın olduğu yaş aralıkları çocukluk ve gençlik çağı diye tabir ettiğimiz çağlara denk gelmektedir. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığının en çok çocuklar ve gençler arasında görüldüğünü söylememiz mümkündür. Literatüre bakıldığında da sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çalışmaların özellikle gençler üzerinde yapıldığı görülmektedir.<sup>2</sup>

Sosyal medya bağımlılığı kavramı diğer tüm bağımlılıklar gibi literatürde yerini almış ve birçok araştırmacı tarafından çalışmalara konu olmuştur. Sosyal medya bağımlılığının, yaşam doyumu, mahremiyet, depresyon, yalnızlık, tüketim, gençler, değerler gibi birçok değişkenle ilişkisi araştırılmıştır. Aynı zamanda sosyal medya bağımlılığının sebeplerini, sonuçlarını ve birçok olgu üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların her geçen gün daha da arttığı görülmektedir.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Levent Deniz-Ercan Gürültü, “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları”, *Kastamonu Eğitim Dergisi* 26/2 (2018), 358.

<sup>2</sup> Bu konuda bk. Rüya Demir Türkdoğan, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği* (Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019); Aylin Tutgun Ünal, *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2015); Aylin Tutgun Ünal, “İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği”, *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi* 2 (2019), 49-80.

<sup>3</sup> Bu konuda bk. Emir Karaküçük, *Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yabancılaşma* (Mersin: Mersin Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021); Mehmet Fatih Çömlekçi - Oğuz Başol, “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/4 (2019), 173-188; Seyitcan Aksoy, *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının, Sosyal Kaygı Ve Kişisel İyi Oluş İle Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, 2020); Erkan Durar, *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon ve Sosyal Fobi İle İlişkisi* (Kars: Kafkas Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2018); Mehmet Enes Sağar - Tuğba Özçelik, “Ergenlerde Duygu Düzenleme Ve Yaşam Doyumunun Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Yordayıcı Rolü”, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 12/2 (2022), 493-511; Zeynep Türkel, *Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Yalnızlık ve Yaşam Doyumu Arasındaki Yordayıcı İlişkiler* (İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi,



Sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalar ele alındığında sosyal medyanın toplumda din olgusu kadar geniş bir kesime hitap ettiği, insanların her anına nüfuz edebilecek bir unsur olduğu ve insanların zihinlerine, kalplerine, duygu dünyasına yine din olgusu kadar müdahil olabildiği görülmektedir. Ancak sosyal medyanın bilinçsiz ve kontrolsüz kullanımıyla ortaya çıkan sosyal medya bağımlılığı temelde din olgusu ile çelişmektedir. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı ve din olgusunun bilimsel incelemeye konu olması kaçınılmazdır. Literatüre bakıldığında sosyal medya bağımlılığı ile ilgili birçok alanda çeşitli çalışmaların yapıldığını ifade etmiştik. Ancak Sosyal medya bağımlılığı ile din ilişkisini, sosyal medya bağımlılığı ile dindarlık ilişkisini ele alan çalışmalar sınırlı sayıda gözükmektedir. Bu sebeple ‘Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma (Giresun Örneği)’ adlı çalışmamızın alanımıza katkısı açısından önemli olduğunu düşünmekteyiz.

---

2018); Mehmet Haberli, “Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlaki Değerlerin Dejenerasyonu Üzerine Bir Değerlendirme”, *I. Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Kongresi* (2018), 640-648.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1. DİN VE DİNDARLIK KAVRAMI

İnsanlık tarihinde din ve dinin ritüellerinin dolaylı yahut doğrudan bir şekilde kendisine ulaşmadığı hiçbir insan neredeyse yok gibidir. Tarihi süreç içerisinde dinin revaçta olduğu birçok dönemle karşılaştığımız gibi din karşıtlığının devlet politikası olarak benimsenmediği dönemlerle de karşılaşmaktayız. Ancak bu dönemlerde dahi din ile insan arasında fitri bağın izlerini görmekteyiz.<sup>4</sup> Bu bilgiler ışığında tarihi süreç içerisinde din ile iletişime geçmemiş insanlara ulaşmanın oldukça zor olduğunu ifade edebiliriz Aynı zamanda dinin ve ona ait uygulamaların her çağda karşımıza çıktığını ve dine ait parçaların her toplumda bir şekilde kendine uygun bir saha bulunduğunu söylememiz de mümkündür.<sup>5</sup>

Din, birey ve toplumlar üzerinde etkisini ciddi şekilde hissettiren bir olgu olarak da karşımıza çıkar. Nitekim “‘Din’ en resmi ve yerleşik kurumlaşmış hiyerarşilerden, bireysel kişiliklerin en gizli ve mahrem köşelerine kadar uzanan heterojen bir gerçeği temsil etmektedir.”<sup>6</sup> Dini, bu yönüyle incelemeye aldığımızda din olgusunun oldukça karmaşık bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.<sup>7</sup>

İnanan ve inanılan arasında gerçekleşen bu manevi bağlantının tezahürü olan dindarlık olgusu da din olgusu kadar, insanlığı her zaman meşgul etmiştir.<sup>8</sup> Yaşamı algılama, hissetme, onu yorumlama, onu kişiliğe uygun formda anlamlandırma açısından bireysel bir zeminde hayat bulan dindarlık, toplumlara ve alemde var olan her şeye tezahürü bakımından ise nesnel ve toplumsal bir gerçeklik olarak kabul edilir.<sup>9</sup>

---

<sup>4</sup> İbrahim Gürses, *Dindarlık ve Kişilik* (Bursa: Emin Yayınları, 2017), 23.

<sup>5</sup> Irvin D. Yalom, *Din ve Psikiyatri* (İstanbul: Pegasus Yayınları, 2020), 33.

<sup>6</sup> Özdalga Elisabeth, “Din Din Midir Yoksa Başka Bir Şey Midir? Dinsel Fenomenleri İndirgeyici (Redüksiyonist) Yaklaşımların Bir Ön Eleştirisi”, *İslami Araştırmalara Dergisi* 3/2 (1989), 36.

<sup>7</sup> Hayati Hökelekli, *Din Psikolojisi* (Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2017), 69.

<sup>8</sup> Ahmet Onay, *Dindarlık Etkileşim ve Değişim* (İstanbul: Dem Yayınları, 2004), 17.

<sup>9</sup> Ahmet Onay, *Dindarlık Etkileşim ve Değişim* (İstanbul: Dem Yayınları, 2004), 197.

Din ve dindarlık kavramları, pek çok açıdan ele alınmış, pek çok açıdan tanımlanmaya çalışılmış kavramlardır.<sup>10</sup> Bu kavramlar, her alana nüfuz edebiliyor olmalarından dolayı ilahiyatçılar, filozoflar ve sosyal bilimcilerin de içinde olduğu değişik bakış açılarıyla tanımlanmaya çalışılmıştır.<sup>11</sup>

Dinin tanımlarında pek çok çeşitlilik ve farklılaşmanın olmasının birçok sebebi olduğunu söylemek mümkündür. Dini boyutlardan hangisinin öncelikli olduğu düşüncesi,<sup>12</sup> dünyada çok sayıda dinin var olması ancak aynı dini inancı benimseyenlerin dahi ortak bir tanımda uzlaşmalarının mümkün olmaması, dinin siyasal, sosyal, kültürel birçok koşuldaki etkilenmesi,<sup>13</sup> her disiplinin kendilerine ait bir din tanımları yaparken kendi alanına uygun bakış açılarıyla yola çıkması,<sup>14</sup> dinin yapı itibarıyla karmaşık olması<sup>15</sup> sayılabilir.

Din kavramının tanımında ortaya çıkan farklı anlayışlar,<sup>16</sup> din tanımını etkileyen faktörler aynı şekilde dindarlığın anlaşılmasını ve tanımını da etkilemektedir.<sup>17</sup> Yani dindarlık kavramının din kavramının ele alınmış şekillerinden,<sup>18</sup> bireyin karakterinden, kişiden kişiye değişen farklı etki gücünden etkilendiğini söylemek mümkündür.<sup>19</sup> Yine aynı şekilde dönemin sosyal, siyasal ve ekonomik eğilimlerinden ve yaşadığı toplumun kültüründen,<sup>20</sup> çeşitli disiplinler tarafından ele alınıp yapılan tanımlama çabalarından da<sup>21</sup> etkilendiği görülmektedir. Bu sebeple din kavramı gibi birçok dindarlık tanımı ile de karşılaşmamız mümkündür.

---

<sup>10</sup> Hasan Arslan, “Dinle İlgili Düşünce, Tanım ve Algılamalar”, *Düşünce-Yorum Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi* 3/5 (2010), 253-266. Ayrıca bk. Abdülcelil Bilgin, “Din, Dindar, Dindarlık: Özeleştiril Bir Değerlendirme”, *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 2/2 (2014), 76-77; Elif Aksoy, *Yetişkinlik Döneminde Hayatı Anlamlandırma ve Dindarlık İlişkisi (Gaziantep Örneğinde)* (Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 21-28.

<sup>11</sup> Hökelekli, *Din Psikolojisi*, 69.

<sup>12</sup> Recep Yaparel, “Dinin Tanımı Mümkün mü?”, *DEÜİFD* IV (1987), 414.

<sup>13</sup> Günay Tümer vd., *Dinler Tarihi* (Ankara, 2012), 19-23.

<sup>14</sup> Sezen Yumni, *Sosyoloji Açısından Din* (İstanbul: Marmara üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, 1998), 14.

<sup>15</sup> Hökelekli, *Din Psikolojisi*, 69.

<sup>16</sup> Necdet Subaşı, “Türkiye Dindarlığı: Yeni Tipolojiler”, *İslâmiyât* V/4 (2002), 19.

<sup>17</sup> Murat Yıldız, “Dindarlığın Tanımı ve Boyutları üzerine Psikolojik Bir Çalışma” 1/1 (2001), 19.

<sup>18</sup> Subaşı, “Türkiye Dindarlığı: Yeni Tipolojiler”, 19.

<sup>19</sup> Hökelekli, *Din Psikolojisi*, 61.

<sup>20</sup> Veysel Uysal, *Türkiye’de Dindarlık ve Kadın* (İstanbul: Dem Yayınları, 2006), 74.

<sup>21</sup> Ali Ulvi Mehmedoğlu, *Kişilik ve Din* (İstanbul: Dem Yayınları, 2004), 30-37.

## 1.1. Dinin Tanımı

Din olgusu karşımıza farklı bakış açılarıyla, çok farklı şekillerde çıktığı için, akademik çerçevede uzlaşılan ortak bir din tanımı bulmanın mümkün olmadığını ifade etmiştik.<sup>22</sup> Örneğin bazı tanımlarda din, insana bir değerler sistemi oluşturan,<sup>23</sup> insana bir yaşam tarzı sunan, ona bir değer biçen, ona bir dünya görüşü kazandıran olumlu ifadelerle karşımıza çıkarken,<sup>24</sup> bazen de karşımıza ilkel ve gelişmemiş bir aşama olarak,<sup>25</sup> aldatıcı ve halkın afyonu olarak,<sup>26</sup> evrensel bir saplantı nevrozu olarak olumsuz ifadelerle çıkmaktadır.<sup>27</sup> Bu sebepten yapılacak olan tanımlar, sınıflamalar, kavramlaştırma çabaları dini tam anlamıyla gerçek şekilde ortaya koyamaz ve yapılacak hiçbir din tanımından, her dini kapsayıcı şekilde olması beklenemez.<sup>28</sup>

Biz din tanımını öncelikle etimolojik ve semantik olarak ‘din’ kelimesi üzerinden sunmaya çalışacağız.

Din kelimesi Yunanca ‘korku ile karışık hürmet’ olarak ifade edilirken bu kavramın Latincedeki karşılığı ise ‘religio’ dur. Religio kavramının Latince de şu iki manayı içeren mastarlardan biriyle türetildiği varsayılmaktadır. Bunlardan biri ‘religare’ mastarıdır ki bu bağlamak manasına gelir. Zira dinin, insanları hem Allah’a hem de birbirlerine bağladığına inanılmaktadır. İkinci görüş ise bu kelimenin ‘religere’ mastarından türetildiği görüşüdür ki bu durumda anlamı ‘toplamak’, ‘hürmetle kendini toplamak’ olarak açıklanır.<sup>29</sup>

Farsça’da din kelimesinin Daena sözünden türetildiği belirtilir ki Daena’nın kelime anlamının din ve mezhep edinmek olarak ifade edildiği görülmektedir. Bu bağlamda din, “Kişinin bağlandığı ve uyduğu nazarî yol” şeklinde tanımlanmaktadır.<sup>30</sup>

---

<sup>22</sup> Asım Yapıcı, *Ruh Sağlığı ve Din* (Karahan Kitabevi, 2021), 7.

<sup>23</sup> Ali Ayten, “Kendini Gerçekleştirme ve Dindarlık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 29 (2005), 186.

<sup>24</sup> Bilal Sambur, *İslam’ın Aktüel Değeri* (Ankara: Katkı Yayınları, 2007), 24.

<sup>25</sup> Yasin Kuruçay, *Ergenlerde Dindarlık ve Hayatın Anlamı Arasındaki Çok Yönlü İlişki Üzerine Bir Araştırma* (Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi, Doktora Tezi, 2019), 11.

<sup>26</sup> Karl Karl-Friedrich Engels, *Din Üzerine*, çev. Kaya Güvenç (Ankara: Sol Yayınları, 2013), 35.

<sup>27</sup> Ali Ayten, *Psikoloji ve Din* (İstanbul: İz Yayıncılık, 2017), 55.

<sup>28</sup> Yapıcı, *Ruh Sağlığı ve Din*, 7.

<sup>29</sup> Abdülhak Adnan Adıvar, *Tarih Boyunca İlim ve Din* (İstanbul: Remzi Kitabevi, 1969), 30.

<sup>30</sup> Ünver Günay, *Din Sosyolojisi* (İstanbul: İnsan Yayınları, 2014), 213.

Din kelimesi dilimize Arapçadan geçmiştir. Bu kavramın Aramî–İbranî dillerinden Arapçaya geçtiği düşüncesi yaygın olan görüştür. Bu bağlamda din kelimesinin ‘hüküm’ manasına geldiği, Arapçada ise ‘mülk, idare etmek, hükmetmek, ceza, yargı, hesap, muhasebe ve mükâfat’ manalarına geldiği görülmektedir.<sup>31</sup> Arapçada ‘Örf, adet, borç, itaat, tutulan ve gidilen yol, ceza ve mükâfat, aksi şekilde harekete edildiğinde ceza ile karşılaşılacağına inanma şeklindeki bir hayat düzeni’<sup>32</sup> manalarında da kullanılmaktadır.

Kur’an’da Fatiha suresinde geçen “*Din gününün mâliki/hükümranı...*”<sup>33</sup> ayetinden yola çıkıldığında din kavramının ceza ve mükafat manalarına geldiği de söylenilmektedir.<sup>34</sup>

Kur’an’da İslam ile din kavramları çoğu yerde eş anlamlı kullanılır, zira birbirleriyle oldukça benzeşim gösteren ve bağları olan kavramlardır.<sup>35</sup> İslâmî açıdan din tariflerinden bazıları şunlardır: “Din ilâhî bir kanun olup akıl sahiplerini kendi iradeleriyle dünyada iyiliğe ve ahirette kurtuluşa götürür.”<sup>36</sup>

Akseki ise dini şöyle tanımlar: “Allahu Tealâ tarafından vaz’ olunmuş bir kanundur. İnsanlara saadet yollarını gösterir, onların saadete erişmelerine dalalet eder, yaratılışlarındaki gaye ve hedefi, Allah’a ne suretle ibadet yapılacağını bildirir. İnsanları (kendi arzularıyla dini kabul eden akıl sahiplerini) hayrolan işlere sevk eder.”<sup>37</sup>

Batıdaki tariflere bakıldığında Antropolog Geertz’in dini kültürel bir sistem<sup>38</sup> olarak gördüğünü söylemek mümkündür. Nitekim Geertz, dini şöyle tanımlar: “Din, varoluş konusunda genel mahiyette kavramlar dile getiren ve insanlarda güçlü, derin ve kalıcı motivasyonlar ve ruhî eğilimler uyandıracak tarzda etkide bulunan bir semboller sistemidir. Dile getirdiği kavramlara öyle bir gerçeklik özelliği sağlar ki, bunların

---

<sup>31</sup> Günay, *Din Sosyolojisi*, 212.

<sup>32</sup> İbn. Manzûr, *Lisanü’l-Arab*, Beyrut ts., XIII. “din” maddesi, akt. Veysel Uysal, *Din Psikolojisi Açısından Dinî Tutum Davranış ve Şahsiyet Özellikleri* (İstanbul: İFAV yayımları, 1996), 16.

<sup>33</sup> *Kur’ân-ı Ker’im Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Fâtiha 1/4.

<sup>34</sup> Günay, *Din Sosyolojisi*, 212.

<sup>35</sup> Günay, *Din Sosyolojisi*, 213. Bu konuda krş. *Kur’ân-ı Ker’im Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), Kâfirûn 109/1-6; Zümer 39/11; Nisa 4/125; Şûrâ 42/13.

<sup>36</sup> Tehnevî, *Keşşâfu Istilâhât-il-Fünûn*, I, 502. akt. Uysal, *Din Psikolojisi Açısından Dinî Tutum Davranış ve Şahsiyet Özellikleri*, 17.

<sup>37</sup> Ahmet Hamdi Akseki, *İslam Dini İtikat, İbadet ve Ahlak* (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 1970), 31/22.

<sup>38</sup> Günay, *Din Sosyolojisi*, 218.

etkisiyle yaşanan motivasyonlar ve ruhî eğilimler ancak gerçeğe dayanmakta gözüktürler.”<sup>39</sup>

Freud dini ortak bir çocukluk nevrozu<sup>40</sup>, evrensel bir saplantı nevrozu<sup>41</sup> olarak yorumlar. Fromm ise dini “Bir grup tarafından paylaşılan ve o grubun bireylerine kendilerini adayabilecekleri bir hedef ve onlara ortak bir davranış biçimi sunan düşünce sistemidir.”<sup>42</sup> şeklinde tanımlar. Jung’a göre din “Din, numinosumu yani keyfî yönelişin bir sonucu olmayan dinamik bir varlığı ya da etkiyi dikkatle ve itinayla gözetmeyi ifade eder. Söz konusu etki insanı kavrar ve kuşatır.”<sup>43</sup> James’in din tanımı ise bireyin duyguları, filleri ve tecrübeleri<sup>44</sup> şeklindedir.

## 1.2. Dindarlığın Tanımı

“Dinin insan hayatına nüfuz derecesi...”<sup>45</sup> olarak tanımlanan dindarlık, din kavramından bağımsız olarak düşünülemez. Yukarıda belirttiğimiz gibi genel geçer, ortak ve kapsayıcı bir din tanımının olmaması, yine ortak ve kapsayıcı bir dindarlık tanımının olmamasına zemin hazırlamaktadır. Her din kendi inanç, ibadet penceresinden dindarlık fenomenini anlamlandırma çabası içine girip, kendine ait farklı dindarlık tanımlarını ortaya çıkarmaktadır.<sup>46</sup>

Dindarlık, kişinin inancının, yüce varlıkla olan ilişkisinin, kişiliğine yansımaları durumunu ifade eder. Yani kişinin inandığı şeylerin pratiğe dökülmesi yahut kişinin inancını kendi tonuyla boyayarak kişiliğine yansıtması halidir.<sup>47</sup>

---

<sup>39</sup> Geertz, Cl., “La religion comme systeme culturel”, *Essais d’ Anthropologie Religieuse*, Gallimard ed., Paris-1972, s.23. akt. Hökeleli, *Din Psikolojisi*, 69-70.

<sup>40</sup> Erich Fromm, *Psikanaliz ve Din*, çev. Elif Erten (İstanbul: Say Yayınları, 2021), 36.

<sup>41</sup> Ayten, *Psikoloji ve Din*, 55.

<sup>42</sup> Fromm, *Psychoanalysis and Religion*, 21. akt. *Psikoloji ve Din*, 108.

<sup>43</sup> Jung, “Psychologie und Religion”, 22. akt. Abdülkerim Bahadır, *Jung ve Din* (İstanbul: İz Yayıncılık, 2010), 103.

<sup>44</sup> James, William, *The Varieties Of Religious Experience*, The Fontana Library, London, 1962,50. akt. *Psikoloji ve Din*, 28.

<sup>45</sup> Abdurrahman Kurt, “Dindarlığı Etkileyen Faktörler”, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 18/2 (2009), 19.

<sup>46</sup> Hüseyin Yılmaz, “Türk Müslümanlığı Dindarlık ve Modernlik”, *İslamiyat 3 Aylık Araştırma Dergisi* 5/4 (2002), 62-63.

<sup>47</sup> Hayati Hökeleli, “Dini Kişiliğin Kuruluşunda Kişiliğin Rolü”, *Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları* 19/2 (1985), 20.

Dindarlık hem bireysel manada kişiye olan etkileri bakımından hem de hayatın bizzat içerisinde geniş bir yelpazede var olması bakımından sosyal bir olgudur. Yani bireysel tabanda öznel bir olgu olan dindarlık, sosyal yaşamdaki tezahürleri penceresinden bakıldığında nesnel ve gözlenebilir bir olgu olarak karşımıza çıkar.<sup>48</sup>

Herkesin bir düşünceyi, bir inancı, bir şeyi kabulleniş biçimi, kabullenme derecesi, kabullendiği şeyi yansıtmadaki derinliği farklıdır. Dindarlık da bu açıdan bakıldığında kişilerin dini inancını ve dini düşüncesini kabullenme derecesi olarak da ifade edilebilir. Aynı zamanda dindarlık kişinin hayatında, düşüncelerinde, hislerinde, paylaştığı her şeyde dinin aldığı formdur denilebilir.<sup>49</sup>

Yüce ve aşkın olanın bizim her eylemimizi, her anımızı gözetlediği düşüncesi dindarlığın kaynakları arasında gösterilir. Aynı zamanda dindarlığın göstergelerinden biri olarak da kabul edilir. Bu düşünce ne kadar güçlüyse kişinin yansıttığı dindarlığın düzeyi de o derece yüksektir denilebilir.<sup>50</sup>

Roof, dindarlık olgusunun kişinin doğüstü değerlerle olan iletişiminden kaynaklanan inancı ve bunun tezahürü olan her şeyi içerdiğini söyler. İngilizcede 'Religious commitment', 'religiosity' ve 'religiousness' kelimelerinin bu manada kullanıldığı görülmektedir.<sup>51</sup>

Himmelfarb ise dindarlığı 'Bireyin mensubu olduğu dini kuralları ve kendisine sunduğu yaşam biçimiyle, inancının gerekleriyle meşgul olma düzeyidir.' diye tanımlar.<sup>52</sup>

İnsan yaratılış olarak yüce bir varlığa inanma ihtiyacıyla dünyaya gelir. Bazıları bunu daha derinden hissederken bazıları daha alt düzeyde hisseder. Yüce varlıkla kurulan bu bağlantının sonucunda ortaya çıkan bu hislerin insanın iç dünyasına ve dış dünyasına yansması da birbirinden farklı düzeydedir.

---

<sup>48</sup> Onay, *Dindarlık Etkileşim ve Değişim*, 197.

<sup>49</sup> Hüseyin Peker, "Kur'an'a Göre Dindarlığın Boyutları", *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 12/2 (2012), 42.

<sup>50</sup> James W. Fowler, *Stages of Faith: The Psychology of Human Development and the Quest for Meaning* (San Francisco, 1981), 281 akt. Ali Ulvi Mehmedoğlu - Adem Aygün, "James W. Fowler ve İnanç Gelişim Teorisi" 6/1 (2006), 127.

<sup>51</sup> Robert Wunthnow (ed.), *The Religious Dimension: New Directions in Nicel Research* (Newyork: Academic Press, 1989), 17-45 akt. Yıldız, "Dindarlığın Tanımı ve Boyutları üzerine Psikolojik Bir Çalışma", 23.

<sup>52</sup> Harold S. Himmelfarb, "Measuring Religious Involvement", *Oxford University Press* 53/4 (1975), akt. Yıldız, "Dindarlığın Tanımı ve Boyutları üzerine Psikolojik Bir Çalışma", 23.

Bu bağlamda bireyin bakış açısına göre kendini dindar hissedip hissetmemesinin de değişkenlik gösterdiği söylenebilir. Nitekim inancının kendisine sunduğu yaşam tarzını benimseyip, inancına ait emir ve yasaklara dikkat ettiği halde kendini iman açısından eksik hisseden bireylerle karşılaştığımız gibi, inancının gereği olan birçok ritüeli uygulamadığı halde kendisini Allah'a içsel olarak yakın hisseden kişilerle de karşılaşılıyor olmamız<sup>53</sup> da bunu açıkça gösterir niteliktedir. Bu durum dindarlığın nasıl ölçüleceği konusunu da araştırma konusu haline getirmiştir. Aynı zamanda dindarlığın ele alınış biçimi dindarlığın ölçülmesi için hazırlanacak araçların içeriğini de değiştirmiştir.

Dindarlık ilk olarak tek boyutlu çerçevede değerlendirilmiştir.<sup>54</sup> Ancak daha sonraları dindarlığın bireyin zihninde duygusal tepkilerinde, davranışlarında yani bireye ait yaşam alanının her noktasında etkisinin olduğunun görülmesinden dolayı dindarlık çok boyutlu olarak ele alınmaya başlanmıştır.<sup>55</sup>

Allport'un dini yaşayışın bireyin hayatındaki yansımalarına bakarak dindarlığı olgunlaşmış ve olgunlaşmamış dindarlık olarak ele aldığını görürüz. Olgunlaşmamış dindarlık ruhsal değerler yerine ben merkezci anlayışa sahiptir. Çabası ve memnuniyet ediciliği kendisine yöneliktir. Bu dindarlık tipinin zemini çok sağlam değildir. Geçici ve kolay yıkılabilecek, en ufak zorlukta dağılabilecek bir yapıya sahiptir. Din, bu kimselerde çıkar odaklı hale bürünür. Olgunlaşmış dindarlık ise, üst düzey amaçlar içerir, sağlamdır, kolayca dağılmaz. Kişi, Tanrıya daha bağlı ve daha yakındır.<sup>56</sup>

Dindarlığı yine çok boyutlu ele alıp sistemli hale getiren çalışmalardan en çok tercih edileni Glock ve Stark'a aittir.<sup>57</sup> Glock ve Stark'ın sunduğu çalışmada dindarlığın 5 boyutlu olduğu ifade edilmiştir.<sup>58</sup> Biz bu çalışmamızda, araştırmamızda kullanacağımız ölçme aracının yapısına uygun olan Glock ve Stark'ın sunduğu dindarlık boyutlarını ele alıp kısaca açıklamaya çalışacağız.

---

<sup>53</sup> Ümit Horozcu, *Din Psikolojisi* (İstanbul: Rağbet Yayınları, 2017), 177.

<sup>54</sup> Yapıcı, *Ruh Sağlığı ve Din*, 24-26.

<sup>55</sup> Peker, "Kur'an'a Göre Dindarlığın Boyutları", 42.

<sup>56</sup> İsa Öztürk, *Gordon Allport'un Din Anlayışı* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2015), 78.

<sup>57</sup> Peker, "Kur'an'a Göre Dindarlığın Boyutları", 42.

<sup>58</sup> Ali Köse-Ali Ayten, *Din Psikolojisi* (İstanbul: Timaş, 2014), 112.



## **2. DİNDARLIĞIN BOYUTLARI**

### **2.1. İnanç Boyutu (İdeolojik Boyut)**

Bir kimsenin yaratıcıyla bağ kurması öncelikle inancına ait kuralları bilip kabul etmesiyle başlar. Her din, kendisine mensup olan kimseler tarafından benimsenmesini istediği inanç esaslarına sahiptir. Aşkın olanın kabulü, aşkın olanı tüm yönleriyle tanıma, O'nun karşısında insanın konumu ve ilahi bir amacın varlığı bu boyutta ele alınır.<sup>59</sup>

### **2.2. İbadet Boyutu (Törenselle Boyut)**

Her dinde inanmış kimselerin inancı gereği uygulamaya dökmesi gereken belirli şartlara sahip dini pratikler vardır. Bu pratikler din açısından temel bir form hükmündedir.<sup>60</sup> Bu pratiklerin karşılığı İslam'da ibadet olarak geçer ve inanan kimselerin bunları uygulama sıklığı dindarlık düzeyiyle ilgili önemli bilgileri elde etmemizi sağlar.

### **2.3. Tecrübe Boyutu (Duygusal Boyut)**

Yüce varlıkla yoğun bir ilişki halinin sonucunda insanın iç dünyasında oluşan sezgi durumu, korku, endişe ama aynı zamanda huzur ve güven hali dindarlığın tecrübe boyutunu oluşturur. Herkeste farklı derecede ortaya çıkan bu duruma her din ayrı önem verir.<sup>61</sup> Bazıları bu durumu aydınlanma hali, bazıları ise kalbe verilen ilham olarak ifade eder.

### **2.4. Bilgi Boyutu (Zihinsel Boyut)**

Dini bilgi olarak ifade edebileceğimiz bu boyut, inancın kutsal olan bilgilerini ve öğretilerini içerir. Ancak dini bilgiler tek başına dindarlığı belirleyecek konumda değillerdir. Dindarlığın sağlamlaşması, tahkiki boyuta geçmesi açısından bu boyut önemlidir ancak inançla değer kazanan bir boyut olduğunu da belirtmek gerekir.<sup>62</sup>

---

<sup>59</sup> Mehmedoğlu, *Kişilik ve Din*, 28.

<sup>60</sup> Hayati Hökelekli, *Din Psikolojisine Giriş* (İstanbul: Dem Yayınları, 2017), 53.

<sup>61</sup> Köse-Ayten, *Din Psikolojisi*, 114.

<sup>62</sup> Mebrure Doğan, *Sabır Psikolojisi: Pozitif Psikoloji Bağlamında Bir Araştırma* (İstanbul: Çamlıca Yayınları, 2016), 47.

## 2.5. Etki Boyutu

Bu boyut, ibadet, tecrübe, bilgi ve etki boyutunun insanın yaşamına, zihnine, davranışlarına yansımaları halini kapsar. Dinin kendine mensup olan yani inanan kimselerden bir bütün halinde istediği, beklediği şeyleri ve bu beklentinin karşısında inanan bireylerin nasıl tepki verdiğini içeren kısımdır. İslami açıdan buna, bireyin yalan söylememesi, alkollü içecek kullanmaması, adaletli olması örnek verilebilir.<sup>63</sup>

## 3. SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Teknoloji ve bilim çağı olan 21. yüzyılda teknoloji kullanımı toplum için bir ihtiyaç haline gelmiştir. Nitekim teknolojinin insanlara sunduğu birçok araçtan biri olan internet kullanımının da artarak devam ettiği görülmektedir.<sup>64</sup> İnsanın hayat akışını hızlandıracak ve hayatını kolay kılacak internet kullanımıyla birlikte alt başlık olarak karşımıza hayatımızın içinde güçlü bir yer edinen sosyal medya kavramı çıkmaktadır.

### 3.1. Sosyal Medyanın Tanımı

Bugün, öğrenmenin kolaylaştığı, öğrenmeye giden yoldaki yaratıcılığın köreldiği ve basitleştiği, emek ve sermayenin önemsizleştiği bir ağ dünyasında yaşanmaktadır.<sup>65</sup> Sosyal medya ise bu değişim süreci içerisinde medya araçları ile insanın ilişkisini yeniden şekillendiren bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır.<sup>66</sup>

İnsan, var olma ve varlığını kanıtlama ihtiyacı ile doğar. Aynı şekilde fitratı gereği duygularının büyük çoğunluğunu paylaşma ve bunun dönütünü alma arzusuyla yaşar. Sosyal medya araçlarının da özellikle gençlerin hayatında hem kullanıcı tabanlı olması bakımından hem de kitleleri bir araya getirmesi bakımından oldukça önemli olduğu görülmektedir.<sup>67</sup> Bu yönleriyle sosyal medyanın, insanın ihtiyaçlarına ve daha fazlasına cevap verebilen güçlü bir internet ağı olma özelliği taşıdığı görülmektedir.

---

<sup>63</sup> Mehmedoğlu, *Kişilik ve Din*, 29.

<sup>64</sup> Marc Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently?", *On the Horizon* 9/6 (2001), 1.

<sup>65</sup> Vesa P. Taatila vd., "Framework To Study The Social Innovation Networks", *European Journal of Innovation Management* 9/3 (2006), 313.

<sup>66</sup> Osman Varsak, "Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği", *Muş Alparslan Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi* 5/1 (2022), 90.

<sup>67</sup> Z. Beril Vural Akıncı-Mikail Bat, "Yeni Bir İletişim Aracı olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi* 5/20 (2010), 3348.

Sosyal medya kavramı ile ilgili sayısızca tanım yapılabilir. Ancak biz çalışmamızda konumuzla ilgili açıklamaları içeren bazı tanımlara yer vermekle yetineceğiz.

“Sosyal medya zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insanî iletişim şeklidir.”<sup>68</sup> İletişimde zaman kaybının ortadan kalktığı ve mekân sınırlamasının olmadığı bu web tabanlı uygulamalar aynı zamanda insanların tecrübelerini, bilgilerini, düşüncelerini paylaşmalarını sağlamakta ve bunları dünyanın dört bir yanındaki kullanıcıların etkileşimine sunabilmektedir.<sup>69</sup>

Sosyal medya, blog, forum, mikroblog, fotoğraf ve video paylaşımını, ürün veya hizmet yorumlarını, oyunlar gibi bazı formları içine alan ve popüler olarak kullanılan internet siteleridir.<sup>70</sup>

Sosyal medya, kullanıcıların çeşitli paylaşımlarda bulunarak etkileşimde olmasını sağlayan online araçlara sahiptir. Aynı zamanda teknolojiyi, videolar, resimler ve seslerle birleştiren bir şemsiye görevini üstlenmektedir.<sup>71</sup>

Sosyal medya, etkileşimin hızlı ve güçlü olduğu birçok formu kapsayan bir yapıya da sahiptir. İnsanların fikirlerini, düşüncelerini, tecrübelerini, bakış açılarını çeşitli görüntüler ve medya yoluyla paylaşmasına fırsat veren ve böylece insanların birbirleriyle etkileşimini sağlayan online platformlardır.<sup>72</sup>

Bireyler aslında sosyal medya araçlarını kullanırken gerçeklik ve sanallık arasında iki dünyada yaşamaktadırlar. İnsan bu alana dahil olurken herhangi bir sınırlama altında değildir. Bu açıdan sosyal medya kavramı için şöyle bir tanım yapmak da pekala mümkündür: “Sosyal medya, gerçeklik ve sanallık dilemmasına sahip siber-mekanlardır.”<sup>73</sup> Sosyal medya bu bağlamda tehlikeli ve ucu açık bir özelliğe sahiptir denilebilir.

---

<sup>68</sup> Vural Akıncı-Bat, “Yeni Bir İletişim Aracı olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, 3351.

<sup>69</sup> Mehmet Marangoz vd., “E-Ticaret İşletmelerinin Web ve Sosyal Ağ Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi”, *İnternet Uygulamaları ve Yönetim Dergisi* 3/2 (2012), 60.

<sup>70</sup> Ensar Arif Sağbaşı vd., “Sosyal Medya ve Gençler Üzerine Etkileri” (Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi, Muğla, 2016), 155.

<sup>71</sup> Ferrah Onat, “Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 2010/31 (2010), 105.

<sup>72</sup> Levent Eraslan, *Sosyal Medyayı Anlamak* (İstanbul: Nobel Yaşam, 2016), 6.

<sup>73</sup> Karaküçük, *Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yabancılaşma*, 12.

### 3.2. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medyanın en önemli özelliklerinden biri zaman ve mekan sınırlamasından uzak olmasıdır. Belirli etik kurallar dahilinde insanlar hem birbirlerine hem birbirlerinin paylaşımlarına kolay, ucuz ve hızlı bir şekilde ulaşabilmektedirler. Yine belirli etik kurallar dahilinde birbirlerinin paylaşımları hakkında fikir sahibi olup, bu paylaşımlara yorumlar yapabilmektedirler.

İş yükünün yoğun, vaktin ise az olduğu bir çağda yaşayan bizler için sosyal medyanın sunduğu kolaylık ve vakit tasarrufu da onun en önemli özellikleri arasında yerini bulur. Nitekim sosyal medyanın görsel paylaşım ve fikir alışverişinin dışında online pazar, reklam, tanıtım, ticari faaliyetler gibi birçok alan konusunda da insanlara kolaylık sağladığı görülmektedir. Yani eski sosyal çevreye ulaşabilmenin yanı sıra yeni bir sosyal çevre edinme ve etkileşimini sağlayan sosyal medya platformları<sup>74</sup> olduğu gibi, gündelik gönderilerin dışında pazarlama, sosyal faaliyetler planlama, geziler düzenleme ve hatta politik birliktelikleri sunma fırsatı veren sosyal medya platformları<sup>75</sup> da vardır.

Bunun yanı sıra sosyal medya ağları sürekli olarak güncellenmeye ve gelişmeye açıktır. Öyle ki sosyal medya kavramının kullanımının başlangıcından bu yana geçen süreçte sosyal medya, hızlı bir gelişim sürecine girmiş ve sürekli olarak önemli ve farklı özelliklerle karşımıza çıkmıştır.<sup>76</sup> Bu sebeple bu platformların özelliklerini tek tip bir kategoride netleştirmeye çalışmak oldukça zor gözükmektedir. Bunu bilmekle beraber alan yazın taramamızda sosyal medyanın belli başlı ortak özelliklere sahip olduğunu söylememiz mümkündür.

Lietsala ve Sirkkunen sosyal medyanın özelliklerini beş maddeyle ifade etmişlerdir.<sup>77</sup>

1. İçerik paylaşabilmek için özgün bir alana sahiptirler.
2. Bu platformda yer alan katılımcılar içeriğin tamamını ya da çoğunu kendileri oluşturur, paylaşır ve değerlendirir.

---

<sup>74</sup> Won Kim vd., "On social Web sites", *Information Systems* 35/2 (2010), 215-216.

<sup>75</sup> Kevin Lewis vd., "Tastes, Ties, and Time: A New Social Network Dataset Using Facebook.Com", *Social Networks* 30/4 (2008), 330-331.

<sup>76</sup> Levent Eraslan-Derya Eser Çakıcı, *Sosyal Medya Toplum Araştırma: Sosyal Medya Sosyolojisine Giriş* (İstanbul: Beta Basım Yayım, 2015), 5.

<sup>77</sup> Katri Lietsala-Esa Sirkkunen, *Social Media: Introduction to The Tools and Processes of Participatory Economy* (University of Tampere, 2008), 24.

3. Sosyal etkileşime dayalıdır.
4. Tüm içeriği harici ağlara bağlayacak uzantıları vardır.
5. Aktif olarak katılımcı olan herkesin diğer kişilere, içeriğe, platformun kendisine ve olası uygulamalara bağlantı vermek için kendi profil sayfaları mevcuttur.

Türkel, tez çalışmasında Fruchter'in sosyal medyanın özellikleriyle ilgili açıklamalarına yer vermiştir.<sup>78</sup> Çalışmasının bu bölümünde Michael Fruchter'in tanım yaparken sosyal medyanın genel ortak özelliklerine şu şekilde değinmiştir:

1. **Konuşma:** Bu özellik ile sosyal medya ağlarını kullanan kişiler birbirleriyle iletişime geçip etkileşimde bulunabilmektedir. Kurumlar bu özelliği kullanarak kişilerle iletişime geçerek markalarını tanıtabilmekte ve bu kişiler aracılığıyla reklam verebilmekte yahut popüler insanlar hayran kitlesiyle bu platformların bu özellikleri aracılığıyla buluşabilmektedir.
2. **Topluluk:** Bu platformlarda farklı inanışlara, düşüncelere sahip birçok insanın kendi aralarında oluşturmuş olduğu topluluklar veya kuruluşlar mevcuttur.
3. **Yorumlama:** Bu platformlar kişiler tarafından yapılan paylaşımlara, karşılıklı yorumlar yapabilme fırsatı tanımaktadır.
4. **İş birliği:** Sosyal medya kullanımında en çok kullanılan özelliktir denilebilir. Herhangi bir etkinlik anında, hızlı bir iletişimi, hızlı karar verebilmeyi ve bunun sonucunu sayısız kişiye ulaştırabilmeyi sağlar.
5. **Katkı:** Sosyal medya hesabındaki etkileşimi ve bunun sonucunda aktifliği ifade eder. Kişilerin çok sayıda insana ulaşması açısından oldukça önemlidir. Etkileşimin artması aktifliğin habercisidir.

### 3.3. Sosyal Medya Türleri

İnternetin uzantısı şeklinde ortaya çıkan sosyal medya araçlarının gün geçtikçe iletişim kurmak dışında fotoğraf, yazı, düşünce, video, haber vb. gibi içeriklerin paylaşımlarına da ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Bu sebeple sosyal medya araçlarının kullanım amacına ve ihtiyaçlara bağlı olarak farklı kategorilerde, değişik formlarda ve her geçen

---

<sup>78</sup> Türkel, *Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Yalnızlık ve Yaşam Doyumu Arasındaki Yordayıcı İlişkiler*, 29.

gün yenilenerek karşımıza çıkmakta olduğunu söyleyebiliriz. Güncel olan belli başlı sosyal medya sınıflandırması ise aşağıdaki gibidir.<sup>79</sup>

- **Sosyal Ağlar:** Myspace, Facebook, Orkut, Bebo, Windowslive, V Kontakte, Google+, Friendster, Odnoklassniki, MyHeritage, Meetup, My Yahoo!, FriendFeed, Gdgt, Chime.in, Path, So.cl.
- **Mikrobloglar:** Twitter, Tumblr, DayTum, Threewords.
- **Bloglar:** Wordpress, Blogger, LiveJournal, My Opera, Technorati, Posterous.
- **Profesyonel Ağlar:** Linked in, Xing, Coroflot, Viadeo.
- **Fotoğraf Paylaşım:** Flickr, PhotoBucket, Instagram, Fotolog, Dailyboth, Picasa, Gravatar, Panoramio, Foodspotting.
- **Wikiler:** Wikipedia, Wikileaks, Wikia, Wikihow, Wikinews.
- **Video Paylaşım:** YouTube, Yahoo! Video, Vlog, Google Video, Metacafe, Dailmation, Vimeo.
- **Sosyal İşaretleme:** Digg, Reddit, Delicious, StumbleUpon. Podcastler: Apple iTunes.
- **Sanal Dünyalar:** World of War, Metin2, Second Life, eMeez, Active Worlds, EverQuest, Ultima Online, Lineage.

### 3.4. Popüler Sosyal Medya Ağları

Tarihte ilk olarak 1997’de hayatımıza giren sosyal medya platformu olan ‘sixdegrees.com’ kullanıcılarına kendine ait bir profil oluşturma ve mesaj gönderme imkanı vermekteydi.<sup>80</sup> Zaman içerisinde sosyal medya araçlarının kullanıcıya sunduğu fırsatların çeşitlendiği, bu doğrultuda sosyal medya araçlarının sayılarının da artış gösterdiği görülmektedir.

Günümüzde yüzlerce sosyal medya uygulamasının mevcut olduğu bilinmektedir. Genele hitap eden, büyük bir çoğunluk tarafından kullanılan daha basit bir ifadeyle halk arasında daha popüler olan sosyal medya araçlarından bazıları aşağıda verilmiştir.

---

<sup>79</sup> Erkan Akar, *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web’de Pazarlama Stratejileri* (Ankara: Elif Yayınevi, 2010), 19. Bu konuda bk. Mustafa Bostancı, *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları* (Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2010), 46-88.

<sup>80</sup> Kadriye Kobak-Serkan Biçer, “Facebook Sosyal Paylaşım Sitesinin Kullanım Nedenleri”, *In 8th International Education Technology Conference*, (2008), 568.

### 3.4.1. Facebook

Sosyal medya platformlarının çeşitlenme ve değişim süreci içerisinde geniş kitlelere ulaşma yolunda ilk büyük etkiyi Facebook uygulamasının yaptığı bilinmektedir. Facebook 2004 yılında Harvard Üniversitesinde öğrenim gören Mark Zuckerberg'in kurduğu bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır.<sup>81</sup>

İlk olarak sadece Harvard Üniversitesi öğrencileri arasında bilgi alışverişinde bulunma, paylaşım yapma amacıyla kurulan bu uygulama daha sonra alanını genişletip ABD'nin bütün okullarında kullanıma açılmıştır. Zaman içerisinde popülerliği artmış ve 2006 yılında belirli yaş sınırlaması getirilerek tüm dünyanın kullanımına sunulmuştur.<sup>82</sup>

Facebook sosyal medya araçları içerisinde büyük bir kesime hitap etme açısından öncü olma niteliği taşımaktadır. Hala daha geniş bir kesim tarafından kullanılmakta ve gelişmeye de devam etmektedir. Kullanıcıya profili için gizlilik ayarları seçeneği sunan Facebook aynı zamanda, yapılan paylaşımlarda hedef kitlesini belirleme, belirli görüşler ve fikirler altında gruplar kurabilme gibi fırsatları kullanıcıya sunmaktadır. Messenger uygulamasıyla anlık mesajlaşma özelliğine de sahip olduğu bilinmekle beraber hayran sayfası oluşumuna ve etkinlik planlamaya da imkan vermektedir. Kullanıcıya sunduğu birçok çeşitlilik ile kullanıcı ağını sürekli olarak genişletmiş olan Facebook'un aynı zamanda Instagram ve WhatsApp uygulamalarının hisselerine sahip olduğu bilinmektedir.<sup>83</sup>

### 3.4.2. Instagram

2010 yılında piyasaya sürülen ve en popüler sosyal medya uygulamalarından biri olarak kabul edilen Instagram 2012 yılında Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg tarafından satın alınmıştır.<sup>84</sup>

---

<sup>81</sup> Gülüm Şener, "Türkiye'de Facebook Kullanımı Araştırması", *XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri* (İstanbul: Bilgi Üniversitesi, 2009), 33.

<sup>82</sup> Abdurrahman Yiğit, *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Alışkanlıkları ve Sosyal Medyanın Öğrenciler Üzerindeki Etkileri* (İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021), 20.

<sup>83</sup> Yiğit, *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Alışkanlıkları ve Sosyal Medyanın Öğrenciler Üzerindeki Etkileri*, 20-21.

<sup>84</sup> Etienne Musonera, "Instagram: A Photo Sharing Application", *Journal of the International Academy for Case Studies* 24/4 (2018), 2.

İlk olarak fotoğraf paylaşımına izin veren ve bu fotoğraflara beğeni ve yorum seçeneği koyan Instagram, kullanıcılarına zaman içerisinde video/hikaye paylaşımı fırsatı sunmuş ve hashtag özelliği ile de belli bir özelliğe sahip birçok paylaşımı bir araya getirmeyi kolaylaştırmıştır. Paylaşılanları istenilen zamanda arşivleme, paylaşılanlara içerik ve konum ekleme, ana sayfa dışında keşfet butonu ile ilgi alanına göre içerik sunma gibi özellikleri de eklemesiyle birlikte instagramın gelişimini hızlandırdığı ve kullanıcı sayısını arttırdığı görülmektedir. İstatistiki veriler de daha Instagram uygulamasının birçok uygulamayı geride bıraktığını ve kullanıcılarının hayatında önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir.<sup>85</sup>

### **3.4.3. WhatsApp**

Dünyada kullanımı oldukça yaygın olan sosyal medya uygulamalarından biri de anlık mesajlaşmak için tasarlanmış olan WhatsApp uygulamasıdır. 2009 yılında Jan Joum ve Brian Acton tarafından California’da kurulmuştur. 2015 yılında Facebook tarafından satın alınan WhatsApp, anlık mesajlaşmanın yanı sıra fotoğraf, video, ses kaydı gönderimine, sesli ve görüntülü konuşmaya olanak sağlamaktadır.<sup>86</sup>

WhatsApp marka değeri yüksek bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde en çok tercih edilen sosyal medya uygulamalarının içinde yer almasının yanı sıra en çok uygulanan mesajlaşma uygulaması olma özelliğini de taşımaktadır. Güvenli bir iletişim kaynağı olması, ücretsiz ve kolay kullanıma sahip olması, çeşitli birçok telefon ve bilgisayar işletim sisteminde kullanılabilir olması onun popülerliğini daha da arttırmaktadır.<sup>87</sup>

### **3.4.4. Twitter**

Bir mikroblog servisi olarak tanımlanan Twitter, 2006 yılında ABD’de Obvious Corporation şirketi tarafından kurulmuş Evan Williams, Jack Dorsey ve Biz Stone

---

<sup>85</sup> Göktürk Ayan, *Tüketim Kültürü Bağlamında Kimlik İnşasının Sosyal Medyada Kullanımı: Instagram Örneği* (Ankara: Başkent Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016), 27-30.

<sup>86</sup> Michael Seufert vd., “Group-based Communication in WhatsApp”, *IFIP Networking Conference (IFIP Networking) and Workshops* 536-541 (2016), 538.

<sup>87</sup> Cahit Erdem-Fatma Avcı, “Okul Öncesi Eğitimde Aile Katılımının Sağlanması için Bilgi İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: WhatsApp Uygulaması Örneği”, *Başkent University Journal Of Education* 7/2 (2020), 441.



tarafından geliştirilmiştir. Sınırlı sayıda kelime izni veren içerik üretici bir platform olarak bilinmektedir.<sup>88</sup>

Twitter'ın basit ara yüze, net ve kısa ifade özelliğine sahip olması hem kullanımını hem de bu platformda içerik oluşturulmasını kolaylaştırmaktadır. Bu sebeple diğer blog uygulamalarından farklı olarak Twitter'da sosyal ağ iletişiminin daha güçlü olduğu görülmektedir. Aynı zamanda bu yapıyla uygulama reklam yapma, pazarlama ortamı oluşturma ve eğitim amaçlı da kullanılmaktadır. Twitter'ın salt iletişim ortamından ayrılıp ekonomik, politik ve kültürel bir ortama da dönüştürüldüğü gözükmektedir.<sup>89</sup> Öyle ki hükümetler ve siyasi liderler tarafından resmi bir yayın organı gibi kullanılırken, iş dünyası tarafından reklam veya tanıtım amaçlı kullanılmaktadır. Twitter aynı şekilde sanat camiası, spor camiası ve kamu kurumları tarafından da sıklıkla tercih edilen uygulamalardan biri olarak karşımıza çıkar<sup>90</sup>

Twitter günümüzde sıklıkla medya haberciliğinin kullanıldığı ve gündeme ait konuların yer aldığı bir akış ortamının oluşturulduğu bir platform olarak da dikkat çekmektedir.<sup>91</sup>

### **3.5. Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı**

İnternet ve sosyal medya uygulamalarının hayatın daha birçok alanına dahil olabilme yolunda sürekli bir çeşitlenme ve güncelleme içerisinde olmaya devam edeceği tahmin edilmektedir. Aynı zamanda bu iki unsurun her yaştan ve her kesimden kendine bir kullanıcı bulmakta zorlanmadığı, her geçen gün cazibesini arttırdığı da görülmektedir. Nitekim internet ve sosyal medya kullanım oranlarının dünyada olduğu gibi ülkemizde de artış eğiliminde olduğu bilinmektedir.<sup>92</sup> Bununla ilgili Wearesocial Dijital

---

<sup>88</sup> H. Ferhan Odabaşı vd., "Eğitim için Yeni Bir Ortam: Twitter", *Anadolu Journal of Educational Sciences International* 2/1 (2012), 94.

<sup>89</sup> Meltem Cemiloğlu Altunay, "Günelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da 'Pıt Pıt Net'" 12 (2010), 36.

<sup>90</sup> Aytakin İşman-Engin Dağdeviren, "Diffusion of Twitter in Turkey", *The Turkish Online Journal of Educational Technology* 17/4 (2018), 1-7 akt. İbrahim Can Akkök, *Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medya Haberlerine Güven Arasındaki İlişki: Cinsiyetin Düzenleyici Rolü* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022), 27.

<sup>91</sup> Yiğit, *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Alışkanlıkları ve Sosyal Medyanın Öğrenciler Üzerindeki Etkileri*, 21.

<sup>92</sup> Rukiye Pınar Bölüktaş, "Social Media Addiction and Related Factors among Turkish Nursing Students", *Kocaeli Tıp Dergisi* 11/1 (2022), 204.

Raporunun 2022 Türkiye verilerine göre internet ve sosyal medya kullanımı oranlarından bazıları şu şekildedir<sup>93</sup>;

- 2021 yılı Ocak ayında 68.90 milyon kişi sosyal medya kullanıcısı iken bu sayı 2021 ile 2022 arasında 8,9 milyon kişinin katılımıyla hızla artmış bulunmaktadır.
- İnsanların bilgisayar başında geçirdiği süre 3 saat 31 dakika, sosyal medyada günlük geçirdiği süre ortalama 2 saat 59 dakikadır. Günlük internet kullanımı ise toplamda 8 saattir.
- İnsanların 2022 yılı itibariyle vaktini en çok geçirdiği sosyal medya platformu %93.2 oranıyla 'WhatsApp' olarak gözükmektedir. İkinci sırada bulunan sosyal medya platformu ise %92.5 oranıyla 'Instagram'dır. İnsanların diğer sosyal medya platformlarından hangisini hangi oranda kullandığı ise şu şekildedir:
- Facebook: %78.1
- Twitter: %69.6
- Facebook Messenger: %54.3
- Telegram: %53.7
- TikTok: %47.6
- Pinterest: %40.7
- Snapchat %37.2
- LinkedIn: %28.2

Bu verilerin bir önceki yıl ile kıyaslaması yapıldığında internet ve sosyal medyanın kullanım oranlarının hızla artan bir grafiğe sahip olduğu görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında bu iki unsurun insan hayatına etkisinin hala daha araştırma alanlarına konu olması bakımından canlılığını sürdüreceği görülmektedir.

### **3.6. Sosyal Medyanın Etkileri**

İnternetin hayatımıza girişinden bir süre sonra ortaya çıkan, sürekli olarak gelişen ve hayatımızın her alanında hızlı bir şekilde yer edinmeyi başaran sosyal medyanın gücünün gün geçtikçe artmaya devam ettiği sonucu birçok çalışmayla kanıtlanırlı niteliktedir. Sosyal medya ile olan bağımızın sürekli olarak artış gösterdiği de yapılan

---

<sup>93</sup> Regro Digital Marketing. "We are Social 2022 Türkiye Sosyal Medya Kullanımı Verileri". (Erişim 27 Aralık 2022).

birçok araştırmada ve her yıl dzenli olarak yapılan bilişim raporlarında veya dijital raporlarda da kendini gstermektedir.<sup>94</sup>

Son yıllarda sosyal medya ile olan iletişim, insanların çoğunun özellikle çocukların ve gençlerin hayatında uykudan uyanma ile başladığı uyuyana kadar sürekli olarak devam ettiği gözlemlenmektedir.<sup>95</sup> Bu denli hayatın içerisinde yer alan bir teknolojinin insanın kişiliğinde, davranışlarında, çevresine karşı olan tutumlarında, hayatında, şu anında ve hatta geleceğinde etkisinin olacağını söylemek mümkün gözükmemektedir.

Görünürde ve kısa vadede düşünöldüğünde sosyal medyanın bireylerin günlük işlerini kolay ve hızlı bir şekilde yapabilmesi, bilgiye hızlı ve kolay şekilde ulaşabilmesi yine kolay bir şekilde sanal bir ortamda da olsa sosyalleşebilmesi için teknolojinin insanlara sunduğu en verimli gelişmelerden biri olduğunu görmekteyiz. Ancak hayatın içerisinde bu denli yer edinen ve insanları çok kolayca harekete geçirme gücüne sahip olan böyle bir teknolojinin uzun vadede olumsuz birçok etkisinin olacağı da artık bilinmekte ve bu durum birçok araştırma konusu olarak da karşımıza çıkmaktadır. Biz örneklik teşkil etmesi açısından üç başlık altında sosyal medyanın olumsuz etkilerini anlatmaya çalışacağız.

### **3.6.1. Sosyalleşmeye Etkisi Açısından Sosyal Medya**

İnsan sosyal bir varlıktır. İletişim içerisinde yaşama, paylaşımda bulunabilme onun doğasında var olan en önemli ihtiyaçlardandır. Ancak yüz yüze olan iletişimiz dünyadaki teknolojik gelişimin etkisiyle online ortamlara taşınmıştır.<sup>96</sup> Sosyalleşme bireysel bir tabanda meydana gelmektedir.

Online sosyalleşme daha açık bir ifadeyle bizzat yüz yüze bir iletişimin olmaması bu ilişkide verilen bilgilerin doğruluğunun ispatını zorlaştırabilir. Zira ekran arkasında sorumluluktan uzak olmanın ve doğruluğun kolay bir şekilde test edilmediği, gözlemlenemediği bir platform içerisinde iletişim kurmanın kişiyi daha cesur kıldığı

---

<sup>94</sup> Bk. Regro Digital Marketing. "We are Social 2022 Türkiye Sosyal Medya Kullanımı Verileri".

<sup>95</sup> Mehmet Fatih Çömlükçi-Oğuz Başol, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi", *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/4 (2019), 173-188.

<sup>96</sup> Dilşad Altun, *Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Ebeveyn Tutumuyla İlişkisi* (Konya: Karatay Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022), 18.

görülmektedir. Buna dayanarak daha en başından sosyal medyada sosyalleşmenin güvenilirlik açısından sıkıntılı olduğunu söylememiz mümkündür.

Sosyal medyada var olma veya var olma çabası insanları, olduğu gibi değil de olmak istediği gibi davranmaya itecek kadar güçlü gözükmektedir. Kişinin olmak istediği dünyadan kopup, kendi gerçek dünyasına geçişi tabii olarak çok zor olmaktadır. Aynı zamanda bu ruhsal çelişki içinde kişinin iç dünyası maalesef çatışmalarla dolmaktadır.<sup>97</sup>

Sosyal medyadaki sosyalleşme çabasının bir süre sonra kontrol edilemez hale gelmesi neredeyse kaçınılmazdır. Aslında insanın sosyal medyadaki bu sanal iletişim çabası sosyal medya bağımlılığını tetiklemektedir.<sup>98</sup> Zira yüz yüze iletişimin, eğlenmenin, muhabbetin, duygusal bağların sanal ortamlara taşınması ve bu konuda sosyal medyanın bireye daha cazip bir şekilde fırsatlar sunması bireyin hayattan kopmasına, sosyal medya platformlarında daha fazla zaman kaybetmesine ve bu durum da bireyde sosyal medya bağımlılığının gerçekleşmesine neden olduğu bilinmektedir. Aynı zamanda bireylerin uzun süre toplumsal hayattan uzak yaşamaları da ruhsal sorunlarla karşılaşma olasılıklarını arttıran nedenler arasındadır.<sup>99</sup>

Sosyal medyada kurulan iletişimin sosyal medyanın hızlı veri akışından da etkilendiği görülmektedir. Sosyal medyada duygusal geçişlerin hızlı olduğu veya hiç olmadığı, kolayca kopabilen bağlardan oluşan kısa süreli arkadaşlıklar, dostluklar, romantik ilişkiler bir süre sonra gerçek hayatta da insan ilişkilerine tabii olarak yansır. Örneğin bu durum, kişide gerçek hayatta aynı iletişimi kuramama korkusunun oluşmasına neden olabilir ve yine kişi sosyal medya iletişimindeki aynı çıkış yollarına sahip olamama endişesiyle iletişim kurmaktan kaçınabilir, ilişkilerinde çekingenlik yaşayabilir. Bunun sonucunda bireyde özgüven kaybı olasılığından bahsetmemiz mümkündür. Nitekim sosyal medyanın özgüven zedelenmesinde etkili olduğu da bilinmektedir.

---

<sup>97</sup> Murat Hazar, “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 0/2 (2011), 162.

<sup>98</sup> Çömlekçi-Başol, “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi”, 174.

<sup>99</sup> Mehmet Fatih Çömlekçi-Oğuz Başol, “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/4 (2019), 174.

### **3.6.2. Toplumdaki Güven Duygusu Bağlamında Sosyal Medya**

Sosyal medyanın gücünün farkında olmak gerekir. Kişilerin yaptıklarından çok fazla sorumlu olmadığı, kendilerini gizleyebildikleri veya tanınma arzusuyla sınırları aşıp toplumun örf ve adetlerine, değerlerine aykırı şeyler yapabildikleri ve bunları da çok hızlı şekilde birçok insana ulaştırabildikleri bir ortamdan bahsettiğimiz unutulmamalıdır.

İnsanları kitleler halinde harekete geçirecek güce sahip olan sosyal medyada binlerce veri akışı olduğunu söyleyebiliriz. Her birinin anında tek tek kontrol edilmesi bu açıdan oldukça zor gözükmemektedir. Aynı şekilde yayılan bilgilerin, haberlerin doğruluğunun kolayca tespiti sosyal medya platformlarında imkansızlaşmaktadır. Bu durum toplumda güvensizliği tetikleyebilmektedir.

Doğrunun tespitinin zor ama etki gücünün fazla olduğu bu platformlarda kışkırtılmanın, toplum olarak ayrıştırılmanın çok kolay şekilde gerçekleştirilebileceğini gösteren çalışmalar mevcuttur. Hatta bu platformlarda toplumu kaosa sürükleyebilecek paylaşımlarla karşılaşmanın mümkün olduğunu gösteren çalışmaların olduğu da bilinmektedir.<sup>100</sup> Bu açıdan sosyal medyanın, kontrolü zor olan güçlü bir internet ağı olduğu ifade edilebilir. Kişinin bilinçli olması oldukça önemli gözükmemektedir.

### **3.6.3. Düşünce ve Değerler Bağlamında Sosyal Medya**

Sosyal medyanın bilinçli kullanılmadığı ve kullanımının kontrol edilemediği durumlarda kullanıcıların birçok açıdan istenmeyen şekilde etkilendiğini söyleyebiliriz. Özellikle çocukların ve gençlerin yoğun bir şekilde kullandığı ve kolayca etkilenebildiği bu unsurların her an kullanıcılarının karşısına faydalı içeriklerle çıkmadığı da görülmektedir. Hatta çoğu zaman onları olumsuz anlamda etkileyecek birçok kişinin paylaşımlarına ev sahipliği yaptığı söylenebilir.

Çocuklar ve gençler, bu platformlarda tanınmak uğruna yapılmış ancak toplumun ahlakına, değerlerine, düşüncelerine aykırı olan birçok paylaşıma maruz kalmaktadırlar. Bundan kaçınmak pek de mümkün gözükmemektedir.

---

<sup>100</sup> Sami Şener-Beyza Nur Yiğit, "Sosyal Medyanın Gençlerin Düşünce ve Değerlerine Etkisi" 5/3 (2021), 531-532.

Bu platformlarda paylaşılan ve ilk başlarda yadırganan birçok davranış şeklinin sürekli izlenme, tıklanma ve karşılaşmayla birlikte bir süre sonra normalleşmeye hatta ilgi çekici hale gelmeye, bazıları tarafından da komik ve eğlence unsuru olarak görülmeye başlandığı bilinmektedir. Bu da doğal olarak bireylerin davranışlarını, değerlerini, düşüncelerini olumsuz yönde etkilemekte ve onları bu olumsuz davranışlara karşı duyarsızlaştırmaktadır.

Değerler kültürel miraslardır. Sosyal medya unsurları ise özentiliğin ciddi şekilde artış gösterdiği platformlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda yapılan birçok çalışmada bu platformlarda paylaşılan şeylerin süreç içerisinde göz aşinalığı veya sürekli buna maruz kalma yoluyla doğru ya da yanlış sorgulanmadan çekici kılındığı, başkalarına ait düşüncelerin, değerlerin ve kültürel faaliyetlerin farklılık veya akım adı altında yayıldığı ve bunların zihne zaman içerisinde yerleştirildiği görülmektedir.

İçerik açısından bu mecralarda faydalı şeylerin var olduğu da bir gerçektir ama çoğunlukla çocukların ve gençlerin karşısına çıkan örneklerin olumsuz olduğu görülmektedir. Bu durumun zaman içerisinde toplumun düşünce ve değerlerinde kökten değişmelere sebebiyet vereceği, eğlence ya da akım adı altında oluşan bu zedelenmelerin de maalesef toplumun geleceğini etkileyeceğini söylemek mümkündür.<sup>101</sup> Gelecek nesil ile oluşan bu kopukluğun bireyler arası münasebetlerin aksamasına ve toplumda bağların gittikçe zayıflamasına neden olabileceği ifade edilebilir.

---

<sup>101</sup> Şener-Yiğit, “Sosyal Medyanın Gençlerin Düşünce ve Değerlerine Etkisi”, 531.

## İKİNCİ BÖLÜM

### SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE DİN

#### 1. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

##### 1.1. Bağımlılık Kavramı ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Bağımlılık, kişinin bir maddeyle ya da davranışla yoğun ve normalden fazla bir şekilde ilgilenmesi, kullanılan, ilişki halinde olunan maddenin kullanımının veya davranışın tekrarlama eğiliminin olması ve bu ilişkinin zorunlu bir ihtiyaç haline gelmesi demektir.<sup>102</sup> Bağımlılık başlığı altında geçmişte ele alınan bağımlılıklar genel itibarıyla alkol, sigara, uyuşturucu gibi kimyasal bağımlılıklardı. Ancak süreç içerisinde kimyasal bağımlılıklar dışında davranışsal bağımlılıkların da olduğu ve davranışsal bağımlılık türlerinin yine süreç içerisinde artış gösterdiği ortaya konmuştur.<sup>103</sup>

Sosyal medyanın birey üzerindeki etkisi günümüzde ebeveynlerin ve eğitimin etkisinden daha kolay ve güçlü hale gelmeye başlamıştır. Aslında sosyal medya ve türleri kullanım amaçlarına göre faydalı veya zararlı olabileceğini belirtmiştik. Ancak sosyal medyanın günlük hayat içerisinde alışkanlık haline gelmesi ve insanların hayatı, yaşam tarzı, düşünceleri, değerleri ve toplumsal yargılar üzerinde etkisinin gittikçe artıyor olması, sosyal medya bağımlılığı gibi olumsuz bir olgunun daha öncelikli şekilde gündeme gelmesine neden olmuştur.

İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte internet kullanımı da davranış bağımlılığı başlığı altında ele alınan bağımlılık türlerinden biri olarak karşımıza çıkar. İnternet kullanımı yoğun bir şekilde gerçekleşiyorsa ve bu durum kişi tarafından kontrol altına alınamıyorsa, sorumluluklar bu durumdan dolayı yerine getirilemiyorsa burada internet bağımlılığından söz edebiliriz.<sup>104</sup>

---

<sup>102</sup> Oliver Egger-Matthias Rauterberg, *Internet Behaviour and Addiction* (Zurich: Swiss Federal Institute of Technology, 1996), 8.

<sup>103</sup> Isaac Marks, "Behavioural (non-chemical) Addictions", *British Journal of Addiction* 11 (1990), 1389.

<sup>104</sup> Keith Beard Eve Wolf, "Modification in the Proposed Diagnostic Criteria for Internet Addiction", *Cyberpsychology & Behavior* 4/3 (2001), 83-377.

Sosyal medya bağımlılığı ise davranışsal bağımlılıklar başlığı altında internet bağımlılığının bir türevidir. Bu açıdan internet bağımlılığının tanımıyla benzer açıklamalar içeren sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya ile aşırı haşır neşir olma durumu, kullanımı engellendiğinde psikolojik ve fizyolojik sıkıntılara sebebiyet veren bir bağımlılık duygusu ve aşırı kullanımından kaynaklı fiziksel rahatsızlıklara yol açan psikolojik bir durum olarak tanımlanabilir.<sup>105</sup>

Sosyal medya ile olan aşırı meşguliyetin veya sosyal medyanın bilinçli bir şekilde kullanılmamasının bir süre sonra bağımlılığın ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Öyle ki bu yoğun bağımlılık duygusu, kişilerin iş hayatlarında, özel hayatlarında sorumluluklarını ertelemekle, üretme konusunda zayıflamakla ama yine de bu bağımlılıktan vazgeçememekle sonuçlanır. Bu açıdan bakıldığında Tutgun Önal'ın "Sosyal medya bağımlılığı, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük yaşamının pek çok alanında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorundur."<sup>107</sup> tanımı oldukça yerinde bir tanımdır.

Sosyal medya bağımlılığının, bu platformların aşırı kullanımından kaynaklanan bazı sorunlar bağlamında tanımlanmaya çalışıldığını görmekteyiz. Yine bu sorunlar açısından ele alındığında sosyal medya bağımlılığını ev, okul, iş gibi özel ve iş hayatımızda ihmalleri ortaya çıkaran, kullanımdan uzak kalındığında veya kullanım süresi azaltılmaya çalışıldığında fiziksel ve duygusal problemlere yol açan, birebir ilişkilerde aksaklıklara neden olan, sosyal medyayı bireyin zihninde kaçmak istenilen duygulara karşı sığınabilecek bir liman konumuna getiren<sup>108</sup> psikolojik bir rahatsızlık şeklinde tanımlamak da mümkündür.

---

<sup>105</sup> Tutgun Önal, *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, 77.

<sup>106</sup> Daria Kuss-Mark D. Griffiths, "Online Social Networking and Addiction: A Literature Review of Empirical Research", *Multidisciplinary Digital Publishing Institute* 8/9 (2011), 3529-3530.

<sup>107</sup> Tutgun Önal, *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, 93.

<sup>108</sup> Mustafa Savcı vd., "Ergenlerde Sosyal Medya Bozukluğu Ölçeği'nin Türkçe Uyarlaması", *Nöro Psikiyatri Arşivi* 55/3 (2018), 249.



## 1.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Tanı Kriterleri

Kişinin sosyal medya kullanım sıklığı ve sosyal medyada aktif olarak geçirdiği zaman onun sosyal medyayla olan ilişkisi hakkında bize ipucu vermektedir.<sup>109</sup> Bu kriterler kişiye bağımlılık tanısı koymada önemlidir.

Araştırmamızın konu başlıklarından biri olan bağımlılıkta, aşırı bir yapma/gerçekleştirme isteğinin olduğu ve bu istek karşılanmadığında huzursuzluğun, agresifliğin, boşluk hissini ortaya çıktığı bilinmektedir. Bu bağımlılık duygusunun düzeyi kişinin kullanımdan aldığı doyuma göre değişmektedir. Yani bağımlılık denenip sonunda bir doyum elde etmeyle bağlantılıdır. Böyle bir doyum, daha sonra yeniden aynı doyuma ulaşma arzusunu ortaya çıkarma ihtimaline sahiptir ve bu olasılık, bağımlılığa yol açabilir. Yani kişi aynı doyumunu elde etme ya da daha fazlasını isteme amacıyla sosyal medyaya sığınmıyorsa bağımlılık belirtilerinden birini taşıyor demektir.<sup>110</sup>

Diğer bir belirti de herhangi bir huzursuzluktan kaçıp sosyal medyaya sığınıldığında hissedilen huzursuzluğun yok olduğu inancıdır. Kişi iç dünyasındaki çatışmadan kaçmak ve bunları untabilmek için sosyal medya kullanabilir ve bu ihtiyacı sosyal medya tarafından zaman zaman karşılanmış da olabilir. Ancak bu talep her zaman aynı derecede karşılanmayabilir. Hatta bir önceki elde edilen tatminkarlık duygusu ve huzursuzluğun giderilmesi durumu yerini yetinememe duygusuna ve başka bir huzursuzluk döngüsüne bırakabilir. Kişi bunun sonucunda sürekli olarak aynı doyuma ulaşmak için daha fazla sosyal medya kullanımına başlar. Bu durum bir kısır döngü gibi devam eder. Bu huzursuzluktan kaçmak için sürekli olarak sosyal medyaya sığınma durumu da bağımlılık belirtisi sayılmaktadır.<sup>111</sup>

Griffiths, teknoloji bağımlılığı kriterlerini 6 maddede sunmuştur.<sup>112</sup>

**1. Dikkat Çekme:** Bağımlı olunan şeyi kullanım halinde iken ya da onu kullanma düşüncesi anında zihnin sürekli meşguliyet içinde olması, düşüncedeki bozulmalar,

---

<sup>109</sup> Mehmet Bulut (ed.), *Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu* (Ankara: Gençlik Araştırmaları Yayın, 2013), 3.

<sup>110</sup> Murat Hazar, "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 0/2 (2011), 161.

<sup>111</sup> Hazar, "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", 161.

<sup>112</sup> Mark D. Griffiths, "Technological Addictions", *Current Psychiatry Reports* 24/76 (1995), 14.

sosyalleşmedeki zedelenmeler, davranışlardaki yozlaşmalar ile karşı koyulamayan arzulara beslenen hisleri içerir.

**2. Zindelik Hissi/Coşkulu Olma:** Kişilerin katıldıkları etkileşim içinde oldukları durumlar sonucunda şiddetli düzeyde hissettikleri öznel bir deneyim veya ruh halidir.

**3. Tolerans:** Kişide kullanım miktarının git gide artması sürecidir. Bu durum kumarbazın daha güçlü, daha coşkulu, daha heyecanlı hissedebilme arzusuyla bahsini kademeli olarak arttırması durumuna benzetilebilir.

**4. Geri Çekilme:** Aktivite kullanımının azalması veya ortadan kaldırılması durumunda ortaya çıkan, hoş olmayan fiziksel veya duygusal durumlardır. Karamsarlık ve sinirlilik hali, titreme hali gibi durumlar örnek olarak gösterilebilir.

**5. Çatışma Hali:** Kişinin kendisiyle, çevresiyle, birçok şeyde çatışıyor olması halidir. Bir tür çelişki içerir.

**6. Nüksetme Hali:** Kullanımı kontrol altına almaya çalışırken kişinin yoksunluk karşısında tekrar tekrar eski duruma dönmesi, hatta bu durumun kişide daha şiddetli artan bir seviyede ortaya çıkması halidir.

Bu kriterleri taşıyan bireylerde teknoloji bağımlılığının olduğunu söyleyebiliriz. Bu kriterleri aynı zamanda sosyal medya bağımlılığını belirlemek için de kullanmak mümkündür.

Sosyal medya bağımlılığını Hazar'ın 'Bağımlılık Tipolojisi'<sup>113</sup> açısından incelemek de faydalı olacaktır.

**1. Bilişsel Açıdan:** Bu bağımlılık türü kişinin hem ilgi alanlarıyla ilgili bilgileri hem de hayatını devam ettirecek her türlü bilgiyi elde etme ihtiyacı olarak kendisini gösterir. Kişi bu bilgilere ulaşmak için medyaya başvurur. Bu başvuru süresi, tekrarı, medyaya başvurmadan elde edilen bilgilere inanmama hali, bu bilgileri sosyal medyada araştırmadan huzurlu ve rahat hissedememe duygusu bağımlılığın belirtisidir.

**2. Duygusal Açıdan:** Sosyalleşme ve sosyalleşmeden kaçış olarak iki şekilde incelemek gerekir. Sosyalleşme açısından bakıldığında aslında sosyal medyanın faydalı olduğu söylenebilir. Çünkü gerçek hayatta sosyal ilişkileri zayıf biri sosyal medya ortamında daha cesur ve daha girişkendir. Bu kişilerin sosyal medyaya tutunup ilişki kurması daha

---

<sup>113</sup> Hazar, "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", 162.

kolaydır. Bu açıdan sosyal medya kullanımı olumlu gözükebilir. Ancak birebir sosyalleşmeden kaçınma açısından baktığımızda durum değişir. Kişiler sosyal medya kullanırken çoğu zaman oldukları gibi değil de olmak istedikleri bir profille kendilerini tanıtır. Bazen de gerçek hayatta kabul görmeyecek şeylerin sosyal medyada kabul görmesi, kişiye buradaki sosyalleşmeyi daha cazip kılacaktır. Ancak gerçek hayat ve sosyal medya hayatı arasındaki bu paradoks, insanı endişeye sürüklemekte ve gerçek hayattaki sosyalleşmeden gittikçe uzaklaştırmaktadır. Bu durum sosyal medyaya olan bağımlılığımızı da pekiştirmektedir.

**3. Davranışsal Açıdan:** Davranışsal bağımlılık tipolojisi araçsal ve eylemsel olmak üzere iki açıdan ele alınabilir. Araçsal bağımlılık belirtisinde mesaj ve içerik önemli değildir. Kişi beklentisi olmasa dahi sosyal medya araçlarını günün her saatinde kullanma yoluna gider. Eylemsel bağımlılıkta ise içerik önemlidir. İçeriğe bağlı olarak hiçbir yere çıkmadan sosyal medya aracının başında bekleyebilir.

Davranışsal, bilişsel, duygusal, iletişimsel açılardan bakarak söyleyebileceğimiz belli başlı sosyal medya bağımlılığı kriterleri; sınırı aşan bir meşguliyet durumu, duygu durum bozuklukları, yalnızlık hissi, iletişimden kaçınma hissi, kullanım yokluğunda veya azaltılmasında oluşan agresiflik ve sinirlilik hali, anti-sosyal davranışlar sergileme, çatışma gibi problemlerdir denilebilir.<sup>114</sup>

### **1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Nedenleri Üzerine Yapılmış Çalışmalar**

Sosyal medyanın insan davranışları, düşünceleri, insanların toplumsal değerleri, dini düşünce yapıları, ahlakı ve hayatımıza dair daha birçok konu üzerinde etkisi gözlemlenmektedir. Özellikle pandemi döneminde kullanımı oldukça artış gösteren sosyal medya kullanım oranının<sup>115</sup> bireyin kullanım amacı, cinsiyeti, yaşı, kişiliği, sosyal medya araçlarının özellikleri gibi daha birçok değişkenle ilişkisi vardır. Yine aynı şekilde sosyal medya bağımlılığının nedenleri de yukarıda saydığımız ve bunlar dışında daha birçok değişkenle ilişkilidir. Biz bu başlık altında bu konuda yapılan bazı araştırmaları sunmaya çalışacağız.

<sup>114</sup> Feyza Ünlü, “Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon”, *Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 4/1 (2018), 169.

<sup>115</sup> Ayşen Kovan-Neşe Ormanlı, “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki: COVID-19 Pandemi Örneği” (Kültürel Bilişim, İletişim ve Medya Çalışmaları Kongresi, Erciyes: Erciyes İletişim Dergisi, 2021), 138.

Sosyal medyanın günlük kullanım süresinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkisinin olduğu bilinmektedir. Yapılan çalışmaların sonuçları da bunu destekler niteliktedir. Balcı ve Gölcü'nün<sup>116</sup> ve Fırat ve Barut'un<sup>117</sup> çalışmalarında sosyal medya kullanım süresinin artmasının sosyal medya bağımlılığının artmasına etkisi olduğu ifade edilmiştir. Yine aynı şekilde sosyal medya kullanım yılının artmasının da sosyal medya bağımlılığı artışında etkisi olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya kullanım yılı 4 yıl ve üzeri olanların sosyal medya bağımlısı olma ihtimali artmaktadır.

Balta'nın araştırmasına göre sosyal medya kullanımının artışındaki temel faktörlerden biri de zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın ve çok kolay bir şekilde sosyal medyaya ulaşabiliyor olmaktır. Aynı araştırmanın bulgularına göre bireylerin, arkadaş ilişkileri, arkadaş sayısı, can sıkıntısı, yalnızlık ve bir yere ait hissedememe, mutsuzluk, güvende hissetmeme, anne-baba ilişkisinde eksikliklerin olması, bireylerin diğer kullanıcıların paylaşımları hakkında bilgi sahibi olma arzusu, merak, beğenilme gibi sebepler sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkilidir.<sup>118</sup>

Bireylerin yaşam doyumları düzeyinin de sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkisinin olduğu gözlemlenmiştir. Longstreet ve Brooks'un çalışmasında stresin azalıp mutluluğun artmasının yaşam doyumu seviyesi arasında ilişkinin olduğu, artan yaşam doyumu düzeyinin de sosyal bağımlılığını azalttığı gözlemlenmiştir.<sup>119</sup>

Bunun dışında sosyal medya popüler olabilme, tanınma arzusuna en iyi cevap veren araçlardır. Andreassen, Pallesen ve Griffiths'in araştırmalarında sosyal medya araçlarının başkaları tarafından her an dönüt alabilme potansiyeline sahip olması, negatif duyguları azaltıcı bir etkiye sahip olması ve bireyin beğenilme, tanınma

---

<sup>116</sup> Şükrü Balcı-Abdülkadir Gölcü, "Facebook Addiction among University Students in Turkey: 'Selcuk University Example'", *Türkiyat Araştırmaları Dergisi* 34 (2013), 170.

<sup>117</sup> Bu konuda bk. Nuray Fırat-Yaşar Barut, "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)'nin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *Journal of Human Sciences* 15/4 (2018), 2458-9489.

<sup>118</sup> Emine Balta, *Sosyal Medya Bağımlılığının Orta Öğretim İkinci Kademe Öğrencileri Arasındaki Nedenleri, Eğitsel Bilişsel Sonuçları (Sivas Merkez İlçe Örneği)* (Sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, 2019), 113-135.

<sup>119</sup> Phil Longstreet-Stoney Brooks, "Life Satisfaction: A Key To Managing Internet & Social Media Addiction", *Technology in Society* 50 (2017), 74-77.

arzusuna cevap verme özelliği sosyal medya bağımlılığını arttıran nedenler arasında görülmüştür.<sup>120</sup>

Ergenler üzerinde yapılan bir araştırmada ergenlerin interneti ve sosyal medyayı kendini ifade edebilme fırsatı sunan bir araç olarak veya kaçıp ardına sığınabileceği, gizlenebileceği bir duvar olarak gördüğü, sosyal medyanın kendilerine destek olduğunu düşündükleri sonucuna varılmıştır. İnternet ve sosyal medya unsurları bu bakış açısıyla problemleri olan bir ergen için hızlı bir çözüm yolu olarak hissedilmektedir. Bu özellikleri açısından sosyal medya bağımlılığı, kolay tercihin ve bir kaçışın bir sonucu olarak da karşımıza çıkmaktadır.<sup>121</sup>

## **2. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE DİN İLİŞKİSİ**

### **2.1. Sosyal Medyanın Kullanımında Dinin Konumu**

Kişiler inançlarıyla ilgili bilgileri internetin hayatımıza girmesinden önce ailelerinden, eğitim kurumlarından, kitaplardan ve belli başlı dini törenlerden edinmekteydi. İnternetle birlikte dini yaşayış ve inançlar açısından hem olumlu hem olumsuz sayılabilecek kökten ve hızlı bir değişim yaşandı. İnternetin hayatımıza girmesi bilgi akışında, iletişimde yeni bir dönemin başlangıcı oldu. Bireyler ve toplumlar için lüzum bir kurum olan ve her an önemini koruyan din<sup>122</sup> internetle birlikte kendine sanal ortamlarda yer edinmeye başladı.

Nitekim teknolojik gelişmeleri takip eden dini grup liderleri ve cemaatler de bu gelişmelerin gerisinde kalmayıp, internet ve medya unsurlarının sunduğu imkanların hepsini değerlendirmeye çalıştılar. Sanal ortamlara taşınan din, sanal camilerle, kiliselerle, yayınlar ve fetvalarla, hatta sanal günah çıkarma seanslarıyla sunulmaya başlandı. Dinlere ait kutsal metinler kendilerine sanal ortamlarda yer buldu.<sup>123</sup>

---

<sup>120</sup> Cecilie Schou Andreassen vd., “Predictors of Use of Social Network Sites at Work-A Specific Type of Cyberloafing”, *Journal of Computer-Mediated Communication* 19/4 (2014), 291-292.

<sup>121</sup> Kimberly S. Young, “Cognitive Behavior Therapy with Internet Addicts: Treatment Outcomes and Implications” 10/5 (2007), 674-678.

<sup>122</sup> Günay Tümer, “Çeşitli Yönleriyle Din”, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28/1 (1986), 213.

<sup>123</sup> Talipcan Küçükcan, “Dini Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dini İletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler”, *II. Uluslar Arası Dini Yayınlar Kongresi* (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2005), 213.

Yine aynı şekilde dini konularda öncü olan insanların sosyal medyanın sunduğu fırsatları değerlendirip ortaya koyduğu çalışmaların sayıları gün geçtikçe arttı. Dini konularda yazılmış kitapları, tefsirleri okumak, dini konularda yayınlanmış fetvalar bulmak internet ve sosyal medya aracılığıyla kolaylaştı. Bir ibadetin uygulanışı, yapılışı, şartları hakkında sayfalar, ciltler karıştırmak yerine anında onunla ilgili bilgilere ve hatta videolara ulaşmak internet ve sosyal medya unsurlarıyla mümkün olmaya başladı.

Teknolojinin ve bilimin gelişmesiyle birlikte dünya genelinde yeni dini hareketlerin yayılmaya başladığı da bilinmektedir. Yeni dünya dinleri adı altında yayılım gösteren bu dini hareketler, var olan dünya dinlerine karşı neredeyse meydan okuyor olsa da<sup>124</sup> bu alanı iyi bir şekilde yönetip; kendilerine yayılabilecek bir saha bulmuşlardı. New Age Hareketi olarak adlandırılan yeni dünya dinleri, yayılım aşamasında internet ve sosyal medya unsurları gibi teknolojik gelişmeler vasıtasıyla varlıklarını herkese duyurup toplumda yer edinmeyi başarabilmişlerdi.

Bu açıdan din mensubu olan, herhangi bir dini düşüncenin savunuculuğu yapan insanlar ve topluluklar için internet ve sosyal medya unsurları faydalı mecralar olarak görülebilir. Ancak neredeyse sınırsız bir özgürlük alanına sahip bu platformların dini düşünce yapısını değiştirecek çarpık, yanlış, değişik birçok içeriğe de ev sahipliği yapmakta olduğu bilinen bir gerçektir ve bu, durdurulabilecek bir şey gibi görünmemektedir. Öyle ki sekülerleşen dünyada internetin ve sosyal medya mecralarının kullanılmasıyla birlikte din de bunlardan etkilenip yeni imajlarla karşımıza çıkmaya başlamıştır. Sanal dünya, tabiri caizse eski Allah düşüncesini alır ve insanlara kutsal formatta seküler ve teknolojik olarak yeniden sunar.<sup>125</sup>

Sosyal medyada insanları din ve inanç konusunda yanılgıya düşürecek paylaşımlara da rastlamaktayız. Örneğin yıllarca müslümanların terörist yanlışları gibi yansıtılması, İslam karşıtı kişiler tarafından terörist eylemlerinin yer aldığı içeriklerin müslümanlara ait olduğu düşüncesinin yayılması internet ve sosyal medya aracılığıyla mümkün olduğu ve bu nefret paylaşımlarını yapan kişiler de amaçlarına çoğu zaman internet ve sosyal medyanın etkin gücüyle ulaştığı görülmektedir.

---

<sup>124</sup> Mustafa Bıyık, “Yeni Dünya Düzenine Küresel Bir Din Modeli: Moonculuk, Milel ve Nihal İnanç” 1/1 (2003), 93.

<sup>125</sup> Heidi Campbell, “This is My Church: Seeing the İnternet and Club Culture as Spiritual Spaces”, *Religion Online Finding Faith on the İnternet*, (2004), 107-108.

Hoover, dini hareketlerin, dini grupların, (cemaatlerin) dini tabanlı düşüncelerin oluşması ve yayılmasında medya unsurlarının geçmişteki uygulamalardan daha çok etkili olduğunu ve bunlara zemin hazırladığını ifade eder. Yeni dini akımların yayılmasında da medyanın büyük bir rolünün olduğunu belirtir.<sup>126</sup> Ancak Hoover aynı zamanda kitabının genelinde kurumsallaşmış dinin bireyselleşmiş bir forma dönüşmeye başladığını ve bunu medyanın etkileri arasında kabul gördüğünü dile getirir. Medyada din hakkında yer alan sayısız bilginin, düşüncenin dolandığını ve bütün bunların dini düşüncelerin yapısını değiştirdiğini de belirtir.<sup>127</sup> Günümüzde medyanın en güncel hali olan sosyal medya ve türevleri de aynı görevi daha etkin bir biçimde sürdürdüğü görülmektedir.

İnternet ve sosyal medya unsurlarının inanç sahibi kimselere sanal cemaatler oluşturabilme, dini bilgileri hızlıca ve kolayca herkese ulaştırabilme, inançlar hakkında servis edilen yanlış fikirlere karşı savunma yapabilecek sosyal platformlar kurabilme imkanı vermesi, bu mecraların dini açıdan faydalı kullanılabileceğinin kanıtıdır. Yine aynı şekilde internet ve sosyal medya unsurlarının dini konularda fikir alıp verilebilecek sitelerin oluşturulmasında, inanan bireylerin dini forumlar açıp paylaşımlar yapmalarında, insanların manevi anlamda günlük, birbirlerini motive edecek dini sözler, resimler, sesler, videolar paylaşmasında kolaylık sağlaması da bu platformların faydaları arasında sayılabilir.

Fakat aynı platformların dini düşünce yapısını bozabilecek, aykırı fikirlere, inançları sarsacak içeriklere de ev sahipliği yaptığını göz ardı edemeyiz. Zira inanan kesim, sanal alemde, yanıltıcı dini içeriklerin yanı sıra dini açıdan uygun olmayan, dini düşünce ve davranışları, maneviyatı etkileyen, bireylerin ruhsal dünyasını incitecek, aile hayatını ve toplumun düzenini bozabilecek her türlü uygunsuz içeriklerle de savaşmaktadır. Bu açıdan inanç sahiplerinin bu platformlarda daha etkin olma çabası elbette olağandır. Bunun yanı sıra bu meşguliyet iyi niyetle bile olsa, bilinçsizce ve kontrolsüzce olduğunda internet ve sosyal medya bağımlılığına da davetiye çıkarmaktadır.

---

<sup>126</sup> Stewart M. Hoover, *Religion in the Media Age*, 2006, 63.

<sup>127</sup> Bu konuda bk. Hoover, *Religion in the Media Age*, 1-352.

## 2.2. Sosyal Medyanın Dine Etkisi

Kişinin din ile karşılaşması ilk olarak aile içerisinde gerçekleşir. Bireyin edindiği dini bilgiler, kazandığı dini bakış açısı, zihnindeki dini tasavvurlar aile kaynaklı olarak yapı kazanır. Ailenin aktardığı değerler çerçevesinde belirlenir. Belirli bir yaştan sonra özellikle ergenlik döneminde din, birey tarafından sorgulanmaya başlayan bir olgu olarak karşımıza çıkar. Bu süreç bireyin inancı adına şüpheye düştüğü, çatışmalar yaşadığı, inandığı şeyin ispatına ihtiyaç duyduğu, suçluluk ve günahkarlık hissini yoğun yaşadığı, dinin inanç ve tutumlarının netleştiği bir süreçtir. Ayrıca dini gelişim durağan değildir, farklı dönemlerde dini gelişimde artış ve azalma görmek mümkündür.<sup>128</sup>

Bu süreç içerisinde ailenin birey üzerindeki etki alanı daralmakta, çevrenin veya bireyin meşgul olduğu diğer her şeyin etki gücü artmaktadır. Özellikle sosyal medya ve unsurları, bireyin yaşam sahasında etki gücünü arttıran faktörlerin başında gelir. Bireyin dini kimliği ve dini tasavvur anlayışı üzerinde sosyal medya ve unsurlarının ailenin eğitici misyonuna ortak olmaya başladığı görülmektedir. Hatta sosyal medyanın eğitici, öğretici, hatırlatıcı özelliğinin bireyin hayatında daha çok yer almaya başladığı bilinmektedir.<sup>129</sup> Sosyal medyanın dindar kesime sunduğu fırsatlardan ve dine olumlu katkılarından bahsetmiştik. Ancak biz bu başlık altında sosyal medya ve unsurlarının din üzerindeki olumsuz etkilerinden bahsedeceğiz.

Küreselleşme politikasının yürütüldüğü bu çağda din de kendi payına düşeni almıştır. Sosyal medya modern kültürün sekülerleştirici etkisiyle din olgusunun medyatikleştirilmesine ve metalaştırılmasına zemin hazırlamış, dini içerikleri, dini kurguları, kendi özünden koparıp, yeniden kurgulayıp bireye sunmuştur.<sup>130</sup> Bu dönüşüm elbette bir anda gerçekleşmemiştir.

Toplumun büyük bir kesimi sosyal medyada gün içerisinde oldukça fazla vakit geçirmektedir. Sosyal medya platformlarında kişi iletişim halinde olduğu veya birebir iletişim halinde olmadığı halde sadece takip ettiği birçok insanın paylaşımlarına maruz

---

<sup>128</sup> İbrahim Gürses-Esra İrk, "İnternet Kullanımı ve Ergenlerin Dini Gelişimleri Üzerine Bir Araştırma", *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 27/1 (2018), 115.

<sup>129</sup> Nida Sümeyye Çetin, "Gençlerin Dini Kimliğinde Medya Etkisi: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 4/1 (2021), 138.

<sup>130</sup> Metin Eken, "Modern Görsel Kültürde M Nesli'nin Online İnanç Pratikleri", *Bilimname* 2020/43 (2020), 34.



kalmaktadır. Öyle ki çoğu zaman inançlı, inançsız ayrımı yapılmadan birçok insanın paylaşımı gün boyu kullanıcının gözünün önünden akıp gitmektedir. Bu şekilde farkında olmadan insanın kendi dünyasına, yabancı birçok düşünce girmektedir. Bu düşünceler zihin dünyasında bir potada erir ve oraya zamanla yerleşmeye başlar.<sup>131</sup> Örneğin başlarda bireyler, mevcut dini düşünce ve değerlerine uygun olmayan ve kabulü güç olan birçok davranış şeklini zaman içerisinde merak etmeye, bunlara ilgi duymaya veya direk bunları kabul etmeye başlar. Nitekim günümüzde inanan kesimin hayat tarzı ve düşüncelerinin artık dini referanslarla değil de modern dünyanın kişiye sunduğu referanslarla oluşmaya başladığını söylemek mümkündür.<sup>132</sup> Yapılan araştırmaların çoğu bunu kanıtlar niteliktedir.

Günümüzde sık kullanılan sosyal medya platformlarında dini değerlere ve dini düşünceye aykırı birçok içerik yer almaktadır. Akım adı altında sunulan gayr-i ahlaki paylaşımlar hızla insanlara ulaşmakta ve amaçsız bir şekilde yayılmaktadır. Buna ‘Göz Challenge’, ‘Buss It’, ‘Doggy Challenge’, ‘Ayakkabı ile Değişim’ gibi amacı sadece dikkat çekmek, beğenilmek, izlenmek olan ve ahlaki anlamda sıkıntılı olan bu akım örnekleri verilebilir.<sup>133</sup>

Günümüzde özellikle çocuklar ve gençler tarafından en çok takip edilen YouTube, Instagram veya TikTok gibi sosyal medya paylaşımlarına bakıldığında, bu platformların toplumun değer yargılarını ve dini hassasiyetlerini alt üst eden birçok içeriğe ev sahipliği yaptığı gözükmektedir. Kahveci’nin çalışmasında yer alan ve özellikle çocukların ve gençlerin takip ettiği youtuber Enes Batur ve Kafalar adlı grubun çok izlenen paylaşımlarıyla ilgili bazı bulgulara burada yer vermek durumun ciddiyetini göstermek adına önemlidir.

Kahveci, araştırmasında tanınmış bir youtuber olan Enes Batur adlı kişinin TikTok uygulamasında çekmiş olduğu doğal ve samimi davranışlar içeren, zararsız gibi gözükten bir videosunu ele almış ve incelemiştir. İncelemesi sonucunda video içeriğinde 7 argo ifadesini videonun tamamında toplamda 43 defa, 2 hakaret ifadesini toplamda bir defa,

---

<sup>131</sup> Hızır Hacıkeleşoğlu, “Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Dindarlık ve Ahlaki Kayıtsızlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 21/2 (2021), 888.

<sup>132</sup> Simon Critchley, *İmansızların İmanı Siyasal Teoloji Deneyleri* (İstanbul: Metis, 2013), 28.

<sup>133</sup> Handan Arıcı-Sümevra Arıcan, “Ergen Din Tasavvurunun İnşasında Sosyal Medya” 12 (2021), 77.

2 küfür içeren ifadeyi toplamda bir defa ve 2 adet bel altı ifade ve hareketini 1 defa kullanıldığı görülmüştür.<sup>134</sup>

Kahveci, Kafalar adlı grubun çok sayıda izlenen bir videosunun içeriği hakkında da analizlerini bize sunmuştur. Kahveci, videonun tamamında 15 adet argo içerikli ifadenin yer aldığını, 19 adet küfür içerikli sözlü ve el hareketli ifadenin bulunduğunu ifade etmiştir. Aynı zamanda fiziksel şakaların, bağırmanın, şımarık hareketlerin video içerisinde yoğun olduğunu ve bunun bireylere samimiyet ve doğallık adı altında sunulduğunu belirtmiştir.<sup>135</sup>

Çoğunluğu çocuklar ve gençler olan, daha birçok kişi tarafından da takip edilen bu ve benzeri paylaşımların uzun vadede dini açıdan ve toplumsal değerler açısından zararları olduğu görülmektedir. Zira dini anlayışların özüne aykırı olan bu davranış şekillerinin sosyal medya ve unsurları aracılığıyla günümüzde normalleştiği, samimiyet olarak atfedildiği, garipsenmediği ve hızlıca yayıldığını söyleyebiliriz.

Kişinin bu tarz paylaşımlara sık ve yoğun bir şekilde maruz kalması karşısında, kişinin manevi anlamda kendisini korumakta güçlük çekmesi olağandır. Hatta bir süre sonra bunun yanlış olduğunun ayrımını yapamayacak kadar kişinin zihin dünyası karıştığı ve bu durumun olumsuz taraflarının farkına varmanın gittikçe zorlaştığı görülmektedir.

Yukarıda sunduğumuz örneklerin benzerleri dünyanın genelinde yaygındır. Bu örnekler ve bu örneklerin benzerlerinde olumsuz olarak sunduğumuz davranış şekilleri dinlerin hakikat tartışmasından ayrı değerlendirilir. Var olan dinlerin hepsi kendi hakikatini savunur ve büyük bir çoğunluğu da kendisinin tek hakikat olduğunu insanlığa sunar. Ancak dinler, toplumu ilgilendiren değerler ve davranış şekilleri konusunda ortak evrensel anlayışlara sahiptirler. Yukarıda içerikleri hakkında analiz yaptığımız videoların benzeri karşısında İslam başta olmak üzere diğer dinlerin de aynı tespitleri yaptığı, aynı sorunları ele aldığı görülmektedir. Nitekim dinlerin ortak amacı insanın yaşamını en iyi, en nitelikli hale getirmek, onun yaşam tarzını ahlaki sınırlar çerçevesinde oluşturabilmek, toplumsal değerleri korumak ve böylece toplumsal düzeni

---

<sup>134</sup> Hakkı Kahveci, “Sosyal Medya İçeriklerinin Ahlaki Değerler Bağlamında İncelenmesi: YouTube Örneği” 11/1 (2021), 212.

<sup>135</sup> Kahveci, “Sosyal Medya İçeriklerinin Ahlaki Değerler Bağlamında İncelenmesi: YouTube Örneği”, 214.

sağlayabilmektir. Bu açıdan dinlerin sosyal medya ve unsurlarının bu türden olumsuz sunumlarına karşı tepkileri genel manada ortakdır denilebilir.

İslam dini bağlamında da TikTok fenomenlerinden bir bireyin gündeme düşen ve her yaştan bireyin haberdar olduğu bir videosu hakkında bilgi vermek, konumuzla bağlantısı açısından yerinde bir örnek olacaktır.

İslam'ın günümüzde cinsiyetsizlik, trans, lezbiyen, son zamanlarda revaçta olan LGBT toplulukları başlıkları altında bahsedilip savunulan ve yaratılışın dışında bir cinsiyete yönelme durumunu lanetlediği şu ayetlerle sabittir;

*“Lut’u da (gönderdik). (O da) vaktiyle, kavmine demişti ki: “Sizden önceki âlemlerden hiç kimsenin yapmadığı bir fuhşu mu yapıyorsunuz?” demişti.”<sup>136</sup>*

*“Siz kadınları bırakıp şehvetle erkeklere varıyorsunuz. Doğrusu, siz haddi aşan (azgın) bir kavimsiniz.”<sup>137</sup>*

Konuyla bağlantısı olduğu için yukarıda bahsettiğimiz kişi Tik Tok fenomeni olan erkek olarak dünyaya gelmiş bir bireydir. Ancak yaratılışının dışında kadın cinsiyetinin özellikleriyle harekete ettiği ve bunu bilinçli bir şekilde sosyal medya platformlarında sunduğu bilinmektedir. Bu kişi 2022 yılında paylaşmış olduğu Tik Tok videolarından birinde hamile olduğunu belirtmiş ve doğumunun da yaklaştığını ifade etmiştir.<sup>138</sup> Kimileri tarafından ciddiye alınmadığı ve dalga konusu olduğu görülse dahi böyle bir durumun gündeme düşmesi, herkesin bu habere ulaşabilmesi, çoğu kesimin bu durumu merakla beklemesi ve paylaşım gerçekleştiğinde izlemesi, tasvip etmediği halde sadece merak duygusuyla izleyenlerin de çok olması, bir şekilde bu habere çocukların dahi maruz kalması maalesef sosyal medyanın sınırsız ve tehlikeli gücünü göstermektedir.

Din ve değerler sistemine uymayan bu ve benzeri paylaşımların herhangi bir sınırının olmamasının ve hızlı bir şekilde birçok insana ulaşmasının bireylerin ve toplumun manevi dünyasını zedeleyebileceğini, bu ve benzeri davranışların sıradanlaştırılıp normalleştirilmesine zemin hazırlayacağını söylemek mümkündür.

---

<sup>136</sup> Kur’ân-ı Kerîm Meali, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-A’râf 7/80.

<sup>137</sup> el-A’râf 7/81.

<sup>138</sup> Onedio, “Doğum Yaptığımı Söyleyen Tik Tok Fenomeni Mükremin Gezgin’den Videolu Açıklama Geldi: ‘Ben Anne Olamayacağım’” (10 Haziran 2022).

Sosyal medya ve unsurları yeni dini akımların da sıklıkla paylaşıldığı, dinin dijital şekilde servis edildiği, bazı kesimlerin istedikleri doğrultuda ve istedikleri düşünceler temelinde dini formüle ettiği ortamlar olarak da karşımıza çıkmaktadır.<sup>139</sup> Sosyal medyanın cazibesini kullanmayı bilen herkesin her düşüncesi filtrelenmeden her kesimden insana ulaşmaktadır. Bu durum bireylerin inancına, yaşam biçimine, toplumun değerlerine karşı şüphelerini arttırmakta ve kişiyi farkında olmadan ekran yoluyla hipnotize etmektedir.

Aynı zamanda hakikat olgusu sosyal medya aracılığıyla değersiz hale getirilmiştir. Sabit bir değer olmaması da aslında tehlikeli bir sınırdadır olduğumuzu gösterir. Zira artık inançlar, kabul edilen değerler, ahlaki yapı artık kişiye özel olarak belirlenmektedir.<sup>140</sup> Nitekim son zamanlarda İslam düşüncesiyle bağdaşmayan itikadi fikirlerin yaygınlaşması buna örnek olarak gösterilebilir.

Sosyal medya platformlarında bu ve benzeri çarpık itikadi fikirlerin güzelleme yapılarak sunulduğu, dini açıdan öncü olabilecek insanların bu fikirleri kabul ettiğini bu platformlarda duyurduğu bilinmektedir. Bu durumun birçok kişinin inancı konusunda şüpheye düşmesine yol açabileceği düşünülmektedir. Yine aynı şekilde sosyal medyada kitlesi oldukça geniş olan, fenomen olarak bilinen kimselerin inanç değişiklikleri mevzusu da oldukça gündemdedir. Bu kimselerin birçok kişiyi etkilediği bilinmektedir. Görüldüğü üzere sosyal mecralar din açısından oldukça tehlikeli olabilmektedir.

Sosyal medyanın yalan haberler karşısında da çaresiz kaldığını görmekteyiz. Sayısız veri akışı içerisinde yalanı, sahte olanı ayırt etmek güçtür. Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nün yakın zamanda yaptığı bir araştırma sonucuna göre herhangi bir konu hakkında paylaşılan yalan haberin, sosyal medyada 6 kat daha hızlı yayıldığı gözlemlenmiştir.<sup>141</sup> Sosyal medya ve unsurlarının sahte bilgi ve yalan haber yayma konusunda tam bir korumasının olmamasının ve bu haberlerin bu platformlarda hızlı yayılmasının durdurulamamasının dine yaklaşımları olumsuz etkilediği görülmektedir.

---

<sup>139</sup> Arıcı-Arıcan, "Ergen Din Tasavvurunun İnşasında Sosyal Medya", 81.

<sup>140</sup> Kenan Çağan, *Postmodernizm ve Mahremiyetin Dönüşümü* (Prüva Yayınları, 2019), 11-19.

<sup>141</sup> Soroush Vosoughi vd., "The Spread of True and False News Online.", *Science* 359/6380 (2018), 1146-1151.

Sosyal medya platformları görünme ve gösterme arzusunun en yoğun şekilde karşılandığı, beğenilme arzusunun karşılık bulduğu yerlerdir. Bu açıdan bakıldığında sosyal medya platformlarında takip edilen kimseler hayatlarının her anını paylaşabilmektedir. Sürekli olarak başkalarının süslü ve ışıltılı hayatlarını izlemeye maruz kalmak veya bunun takibini yapmayı istemek; bireyi özenmeye, imrenmeye, kıskançlığa, elindekiyle yetinmemeye, daha çok tüketime sebebiyet verebilmektedir. Mesela youtuberlar üzerine yapılan araştırmalarda bunların kanallarına en çok abone olan kimselerin bu kişilere duyduğu hayranlıkları, onların hayatlarına özenip kendi hayatlarından memnun olmamaları, elde edemedikleri bu hayat tarzları yüzünden oluşan hayal kırıklıkları dikkat çekmektedir.<sup>142</sup> Kıskançlık<sup>143</sup>, şükürsüzlük<sup>144</sup> gibi duygular, israfa<sup>145</sup> yönelme gibi alışkanlıklar ise dinler açısından uygun görülmemektedir. Ancak sosyal medya platformları insanların bütün hayatlarını en güzel haliyle sunabildiği yerlerdir ve bu sebeple sosyal medyanın bu açıdan kişiyi manevi yönden de olumsuz etkilediği düşünülmektedir.

Şunu da ifade etmeliyiz ki sosyal medya platformlarında dine dahil olan pek çok şeyin alaya alındığını, eleştirildiğini, değersizleştirildiğini, dinin haddi aşan seviyelerde küçümsendiğini sıklıkla görmekteyiz.<sup>146</sup> Çocukların, gençlerin yukarıda örnek olarak sunduğumuz pek çok olumsuz tutumu sosyal medyadan edindiğini gözlemlemekteyiz. Son olarak Çetin'in Campbell ve Vitullo'nun araştırmasından yola çıkarak ifade ettiği açıklamaya yer vererek başlığı sonlandıracağız.

“Gerek yüz yüze sohbetler, ibadetler gibi geleneksel dini ritüellerin dijital ortamlara taşınması ile yeni bir din anlayışının gelişmesi gerekse de bireyde bu yeni anlayışın nasıl eylem sahasına yansıtılmasının netlik kazanmaması dini kimliğin yeni medya aracılığıyla asıl bağlamından uzaklaştığı ve dijital ortamlarda varlığını sürdürmede sorunlu olduğu izlenimini kuvvetlendirmektedir.”<sup>147</sup>

---

<sup>142</sup> İbrahim Ethem Zinderen, “Yeni Medyada Kimlik İnşası: YouTuber Kimliğine İlişkin Bir İnceleme”, *Erciyes İletişim Dergisi* 7/1 (2020), 425.

<sup>143</sup> *Kur'an-ı Kerim Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Felak 113/5.

<sup>144</sup> *Kur'an-ı Kerim Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Bakara 2/152.

<sup>145</sup> el-A'râf 7/31.

<sup>146</sup> Arıcı-Arıcın, “Ergen Din Tasavvurunun İnşasında Sosyal Medya”, 68.

<sup>147</sup> Çetin, “Gençlerin Dini Kimliğinde Medya Etkisi: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, 139.

### 2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Din İlişkisi

Dinler insana, insanın neyi nasıl yapması gerektiği, toplum içerisinde nasıl davranacağı, beklenmedik durumlar karşısında nasıl tepkiler vereceği konusunda rehberlik ederken,<sup>148</sup> ona sorumluluk ve görev bilincini de kazandırır. Aynı zamanda zararlı ve kötü olan şeyleri yasak kılıp insanın düşünce ve duygu dünyasına ödül ceza mekanizmasını yerleştirerek daha kontrollü olmasını sağlar.<sup>149</sup> Aslında din, bunları yaparak daha huzurlu, daha mutlu ve daha dengeli bir hayat yaşanmasına zemin hazırlar.

Dinler insana sunduğu yaşam tarzı, koyduğu kurallar, tavsiye ettiği veya yasakladığı davranış şekilleri açısından aslında insanın hayatında bir denetim mekanizması olarak görev görür. İnsanın hayatı boyunca filtresiz bir halde zihin dünyasına aldığı birçok şey, inanç olgusu tarafından bir bakıma süzgeçten geçirilir. Bu sebeple dünyada mevcut dinlerin bağımlılığın her türüne karşı tepkisinin ortak olacağı sonucuna varmak mümkündür. Zira bağımlılığın kendisi ve bağımlılığın sonuçları dinlerin ana gayesiyle çatışan bir olgudur.

Sosyal medya bağımlılığı sonuçları itibarı ile dinin karşı çıkacağı bir olgudur. Nitekim sosyal medya bağımlılığı ile akademik ve iş hayatında ortaya çıkan problemler,<sup>150</sup> artışı gösteren fiziksel ve psikolojik rahatsızlıklar,<sup>151</sup> bireyin sağlığında, okul hayatında oluşan sorunlar, depresif bozukluklar, dikkat eksikliği ve bireyin zaman yönetimindeki bozulmalar<sup>152</sup> arasında anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edebiliyoruz. Yine aynı şekilde bireylerin sosyal uyum konusunda sıkıntıya düşmesi, riskli cinsel yönelimlere meyletmesi<sup>153</sup>, yoksunluk belirtileri, bireyin agresif, sinirli tavırlar sergilemesi,<sup>154</sup> öz

<sup>148</sup> Orhan Gürsu, *Bağımlılık ve Din: Nöropsikolojik Bir Yaklaşım* (İstanbul: Dem Yayınları, 2018), 91-92.

<sup>149</sup> Necmi Karşlı, "Gençlerde İnternet Bağımlılığı ve Dindarlık İlişkisi", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi* 46 (2019), 235.

<sup>150</sup> Kimberly S. Young, "Internet Addiction: A New Clinical Phenomenon and Its Consequences", *American Behavioral Scientist* 48/4 (2004), 402.

<sup>151</sup> Orhan Gürsu, "Değerlerin Çözülmesi Bağlamında Medya, Bilişim ve İletişim Teknolojilerinin İnsan Psikolojisi Üzerindeki Etkisi", *Eğitimde Gelecek Arayışları: Düünden Bugüne Türkiye'de Beceri, Ahlak ve Değerler Eğitimi Uluslararası Sempozyumu* (Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları, 2016), 1/819.

<sup>152</sup> Özden Şükran Üneri-Canan Tanıdır, "Bir Grup Lise Öğrencisinde İnternet Bağımlılığı Değerlendirmesi: Kesitsel Bir Çalışma", *Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi* 4 (2011), 270.

<sup>153</sup> Kimberly J. Mitchell-David Finkelhor, "The Exposure Of Youth To Unwanted Sexual Material on the Internet: A National Survey" 34/3 (2003), 330.

<sup>154</sup> Üneri-Tanıdır, "Bir Grup Lise Öğrencisinde İnternet Bağımlılığı Değerlendirmesi: Kesitsel Bir Çalışma", 266.

saygı düşüklüğü<sup>155</sup> narsist davranışlara yönelme<sup>156</sup> gibi çeşitli problemler ile de sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu da söyleyebiliyoruz. Bu açıdan düşünüldüğünde dinlerin bir yaşam biçimi olarak bağımlılığın her türünü reddetmesi ve bu gibi durumlar karşısında kendi çözümlerini sunması olağandır.

İslam dini açısından baktığımızda, Allah'ın, insana iyilik ve güzelliği emrettiği, kötülüklerden ve toplumu fesada uğratacak her iş ve uğraştan insanı uzak tutmaya çalıştığı görülecektir.<sup>157</sup> Aynı zamanda Allah, ayetlerinde en güzel örnek olarak<sup>158</sup> nitelendirdiği elçisi Hz. Muhammed (s.a.v.) ile kulluğu, aile hayatını, sosyal ilişkileri, ahlaki hükümleri ve daha birçok şeyi tarihi pencerede insan nazarında inananlara sunmaktadır. İslam alimlerinin bu çerçevede dinin temel gayelerini belirledikleri, yeni ortaya çıkan meseleler hakkında hüküm verirken yahut toplumun düzenini sağlamak adına adımlar atarken de bu temel gayeleri dikkate aldıkları bilinmektedir. Kur'an ve sünnetin öngördüğü bu temel gayelerin hepsi aslında İslam dininin gerçekleştirmeyi hedeflediği bir toplum düzenine aittir denilebilir. İslam dininin belirlenmiş olan bu temel gayeleri dini muhafaza, akli muhafaza, canı muhafaza, nesli muhafaza ve malı muhafaza olmak üzere 5 tanedir.<sup>159</sup> Biz bu 5 temel gayeyi dini muhafaza gayesi başlığı altında ele alıp; sosyal medya bağımlılığı bağlamında anlatmaya çalışacağız.

### 2.3.1. Dini Muhafaza

Sosyal medyanın birçok açıdan bireyin dini yaşamına, dini tasavvurlarına, dini düşünce yapısına zedeleyici şekilde dokunuşlar yaptığı bilinmektedir. İslam'da ise din, korunması gereken temel haklardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple dini zedeleyecek, dinin yaşanmasını tehdit edecek, dini şüpheye düşürecek her davranış ve işten uzak durmak inancın bir gereği olarak gözükmektedir. Bununla birlikte ifrat ve tefrit yani aşırılık İslam dininde yasaklanmış, davranışlarda dengeli ve adaletli olunması

---

<sup>155</sup> Martha Shaw-Donald K. Siyah, "Internet Addiction Definition, Assessment, Epidemiology And Clinical Management" 22/5 (2008), 362.

<sup>156</sup> Cristopher Carpenter, "Narcissism on Facebook: Self-Promotional and Anti-Social Behavior", *Personality and Individual Differences* 52/4 (2012), 485.

<sup>157</sup> *Kur'an-ı Kerim Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), Âl-i İmrân 3/104. Ayrıca bk. *Kur'an-ı Kerim Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), Tâhâ 20/44; *Kur'an-ı Kerim Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), es-Saf 61/3; *Kur'an-ı Kerim Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Mü'minûn 23/3.

<sup>158</sup> *Kur'an-ı Kerim Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), Ahzâb 33/21.

<sup>159</sup> Kibar Karadeniz, *Bağımlılık Yapan Madde Kullanma Suçlarının İslam Hukuk Sosyolojisi Açısından Değerlendirilmesi* (Ankara: Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2009), 79.

tavsiye edilmiştir.<sup>160</sup> Bu açılardan bakıldığında sosyal medya bağımlılığının veya bağımlılığın her türünün İslam dini ile taban tabana zıt olduğunu söylemek mümkündür.

Günümüzde özellikle gençlerde olmak üzere sosyal medyada harcanan sürenin her yıl arttığı gözlemlenmektedir. Mahremiyetin ihlali, kişisel bilgilerin depolanması, siber zorbalık gibi tehlikelerin dışında sosyal medya bağımlılığının oluşması da bu durumun olumsuz bir sonucu olarak karşımıza çıkar. Aynı zamanda eğlence, boş zaman geçirme, çevre ile sürekli iletişim halinde kalabilme, sosyalleşme ve online oyun oynama isteği ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir ilişki olduğu da görülmektedir.<sup>161</sup> İslam inancına göre ise Allah kâinatı ve insanı yaratmış, bu kâinatın içinde insana bir zaman tayin etmiştir. Bu süre içerisinde ondan aklını ve zamanını doğru kullanmasını isteyen Allah, birçok ayette de insanın dünyaya geliş amacından bahsederek insana bir yol göstermiştir. Nitekim Mü'minûn suresinde geçen "*Onlar, boş söz (ve iş)lerden yüz çevirirler.*"<sup>162</sup> ayeti inanan kimselerin boş şeylerden yüz çevirmesi gerektiğini bildirir ve zamanını boş şeyler için harcamanın takvaya uygun olmadığını ifade eder.

Sosyal medya bağımlılığı, bu platformların kullanımında zamanın disipline edilememesi, kontrolün sağlanamaması ve vaktin çoğunun kontrolsüzce bu ortamlarda harcanması ile ortaya çıkan bir bağımlılık türüdür. İslam dininde ise dünya hayatında sahip olunan vaktin nasıl geçirildiği ve ne için harcandığı insanın hesaba çekileceği konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan bakıldığında İslam dininin zamanı doğru şekilde kullanmaya, yönetmeye önem verdiğini ve İslam'ın zaman yönetiminin imkansızlaştığı bir bağımlılık türüyle bağdaşmadığını söylememiz mümkündür. Aynı zamanda İslam'da ibadetlerin zamanı yönetme konusunda insana yardımcı olduğu bilinmektedir ki Özkan'ın çalışması bizim bu düşüncemizi destekler niteliktedir. Özkan, zamanını ve iradesini doğru kullanamayan insanların İslam dinindeki ibadetlerle tedavi olmasının mümkün olduğunu söyler.<sup>163</sup>

---

<sup>160</sup> *Kur'an-ı Kerîm Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Mâide, 5/77,87; ayrıca bk. Âl-i İmran, 3/147.

<sup>161</sup> Çömlekçi-Başol, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi", 175-177. Ayrıca bkz.: Özlem Deniz Duman, *Dijital Bağımlılıklar ve Sosyal Medya Hastalıkları* (İstanbul: İskenderiye Kitap, 2021), 30.

<sup>162</sup> *Kur'an-ı Kerîm Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Mü'minûn 23/3.

<sup>163</sup> Hakan Özkan, "Din Eğitimi Çerçevesinde İbadetlerin, İrade Eğitimi ve Zaman Yönetimiyle İlişkisi", *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/1 (2022), 348.



Bir başka ayette ise Allah, “...*Yiyin, için, fakat israf etmeyin. Çünkü Allah israf edenleri sevmez.*”<sup>164</sup> buyurmuştur. İsrâf, sadece yiyecek ve içeceğin kullanımında ortaya çıkan bir eylem değildir. Zira israfın birçok çeşidinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu çağda ise içine en çok düşülen israf çeşidinden birinin zaman israfı olduğu söylenebilir. Günümüzde özellikle sosyal medyada kontrolsüzce boşa geçirilen vakit, zaman israfı olarak değerlendirilebilir. Oysa israf, İslam dininde hoş görülmemeyen işlerden biri olarak yer almaktadır.

Sosyal medya unsurları sayısız veri akışına sahip mecralardır. Paylaşılan her bilginin doğruluğunun ispatı mümkün değildir. Aynı zamanda her bilginin hızlı bir şekilde neredeyse herkese ulaşmasını sağlar. Avantaj şeklinde algılanabilecek bu fırsatın, aslında yalan bir haberin karşısında dezavantaja dönüştüğü görülmektedir. Yalan haberlerin bu mecralar aracılığıyla kolay bir şekilde piyasaya sürülüp, hızlı bir şekilde yayılabiliyor olması sosyal medya ve unsurlarını oldukça tehlikeli kılmaktadır.<sup>165</sup> Oysa İslam’da ağızdan çıkacak her sözün doğruluğu ve ispatı mühim bir konudur. İslam’da doğruyu söyleme, dürüst olma, doğru bilgiyi sunma ve doğru olsa dahi her bilginin söylenip söylenmemesi hususunda oldukça hassas davranmanın önemsendiği bilinmektedir.

Sosyal medyanın bu konuda da İslam diniyle çatışan örneklerin yaşanmasında rol oynadığı görülmektedir. Nitekim sosyal medyanın yalan haber kaynaklı içerikleriyle birçok insana, gruba, kurumlara zarar verdiği maalesef bilinmektedir.<sup>166</sup> Oysa Allah, Kur’an’da “*Ey iman edenler! Şayet bir fâsık (yalancı/günahkâr) size bir haber getirirse, doğruluğunu araştırın. (Yoksa) bilmeyerek bir kavme kötülük eder de yaptığınıza kesinlikle pişman olursunuz.*”<sup>167</sup> buyurarak aslında yayılan haberin kaynağını bilmenin, o haberin doğruluğunu ve yanlışlığını tespit etmenin ne denli önemli olduğunu inananlara bildirmekte ve bu konuda bir yöntem sunmaktadır.

---

<sup>164</sup> el-A’râf 7/31.

<sup>165</sup> Emre Osman Olkun, “Dijitalleşmenin Haber Üzerindeki Olumsuz Etkileri: Sosyal Medya Yalan/Sahte Haber Sorunu”, *Dijital İletişim Fırsatlar ve Tehditler*, ed. Özer Silsüpür (İstanbul: Eğitim Yayınevi, 2022), 152.

<sup>166</sup> Oğuzhan Taş-Tuğba Taş, “Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu”, *İletişim Dergisi* 29 (2019), 198-204.

<sup>167</sup> *Kur’ân-ı Kerîm Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Hucurât 49/6.

Bir başka ayette Allah “Şüphesiz ki inkar eden/küfre sapan ve zulmedenleri, Allah ne bağışlayacak ne de başka bir yola iletecektir.”<sup>168</sup> buyurmuştur. İnsanlara zarar vermek, haksız yere onları zor durumda bırakmak da bir zulüm olarak yorumlanabilir. İnanan bireyin bu konuda bilinçli olması önemli görülmektedir. Yani dindar bir kimse sosyal medya aracılığıyla servis edilen her çeşit bilgiye ve habere İslami bir nazarla yaklaşmalı, başkalarına zarar verme olasılığı olan her şeyde temkinli davranmalıdır denilebilir. Bu yaklaşımın, bireylerin ve toplumların saadeti için çok daha uygun düşmektedir. Nitekim dini bir kavram olan iman ile güvenilir olmak, güven içinde olmak arasında bir ilişkinin olduğunu söyleyen çalışmalar mevcuttur.<sup>169</sup>

İslam’ın sadeliği ön plana çıkardığı ve kanaatkar olmayı tavsiye ettiği bilinmektedir. Aynı zamanda riyakarlığı barındıran her davranış çeşidinin İslam’ın özüne aykırı olduğu söylenebilir.<sup>170</sup> Oysa günümüzde sosyal medya mecralarının mahremiyetin azaldığı, göstermenin ön plana çıktığı platformlar olarak dikkat çekmektedir. Sosyal medya platformlarında iletişim artık görmek ve görünmek üzerine kurulmakta, bireyler gönüllü bir şekilde gözetlenme unsuru olmaktadır. Gösteriş bir bakıma sosyal medya unsurlarıyla şekillenmektedir.<sup>171</sup>

Sosyal medya araçlarıyla olan bu devamlı ilişkinin artık kişinin yaşamıyla iç içe geçmiş bir halde olduğu görülmektedir. İnsanlar, bu mecralarda dini hayatını, özel hayatını, yediğini, içtiğini, giydiğini, kendisine ait her anı paylaşmayı rutin bir hale dönüştürüp, bir şekilde kendini kanıtlamaya çalışmaktadır. Zira gösterme ve gözetilme artık birçok kişi için haz veren bir duygudur.<sup>172</sup> Ancak bu duygunun kontrolünün sürekli aktif olunan bu ağlarda oldukça zor olduğu ortadadır. Kişinin sürekli olarak paylaşım yapma, aynı şekilde başkalarının sunduklarını takip etme ve onları gördükçe daha çok paylaşma ve tüketme ihtiyacı hissetmesi nihayetinde bireyi, önüne geçilemeyen tüketme arzusuna yönlendirmekte, bireyde yetinememe duygusunun oluşumuna ve yetersizlik hissine sebebiyet vermekte ve kıskançlığa, bencilliğe zemin hazırlamaktadır. Yine aynı şekilde

---

<sup>168</sup> Kur’ân-ı Kerîm Meali, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), en-Nisâ 4/168.

<sup>169</sup> Abdurrahman Kurt, “Sosyal Güven ve Din”, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/9 (2000), 277-289.

<sup>170</sup> en-Nisâ 4/108. Ayrıca bk. Âl-i İmrân 3/188; el-Bakara 2/272.

<sup>171</sup> Sait Yıldırım, “Sosyal Medyada Gösteriş Olgusu ve Kutsalın Tüketimi”, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 10/28 (2021), 127.

<sup>172</sup> Seçil Utma, “Mahremiyet Olgusu ve Sosyal Medyada Mahremiyetin Serüveni”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/59 (2018), 1199.

bu durum bireyi, bu paylaşımlardan eksik kalındığında ortaya çıkan birtakım psikolojik sorunlarla baş başa bırakmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının olası sonuçlarından olan bu materyalist anlayışın, kibrin, gösterişin, kıskançlığın ve bencilliğin İslam diniyle bağdaşmadığı bilinmektedir.<sup>173</sup>

Allah, Enfâl suresinde; “*Yurtlarından çalım satarak, insanlara gösteriş yaparak çıkanlar ve (insanları çeşitli usullerle) Allah yolundan alıkoyanlar gibi olmayın...*”<sup>174</sup> şeklinde buyurarak gösterişin din ile çelişen bir davranış olduğunu bildirmektedir. Yine birçok ayette, paylaşmayı, azla yetinmeyi tavsiye etmiş,<sup>175</sup> kıskanç ve bencil olmamayı,<sup>176</sup> kibirlenmemeyi,<sup>177</sup> israf<sup>178</sup> yapmamayı öğütlemiştir. Yani birey ve toplumu hem ahlaki açıdan hem psikolojik açıdan zedeleyen bu davranışlar İslam dininin de onay vermediği davranışlar olarak sunulmaktadır. O halde bu bilinçte olan ve inancına uygun yaşamaya çalışan kimse sosyal medyadaki bu çılgınlığı kontrol edebilecek bir iradeye sahip olmalıdır denilebilir.

Online oyunlar birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de ciddi şekilde kullanıcı sayısına sahiptir.<sup>179</sup> Hem Türkiye’de hem dünyada dijital oyun kitesinin gittikçe daha da büyüdüğünü ve araştırmalara göre bu oyunlara ayrılan sürenin bir önceki yıllara kıyasla sürekli olarak arttığını söylemek mümkündür.<sup>180</sup>

Geleneksel kumar oyunları online ortamda da popülerlik kazanmış ve hızla büyüme göstermiştir. Elbette sosyal medyanın kullanım oranının artmasının online kumar oyunları ve çeşitlerinin hızla kullanıcı kazanmasında payı büyüktür. Ancak bu tarz online oyunlar ve çeşitlerine olan bağımlılığın, zaman kaybı ve ahlaki değer zedelenmesinin yanında artık daha hızlı maddi kayıplara sebebiyet verdiği de bilinmektedir. Birey sanal ortamda da artık bu oyunları oynayabilmek için maddi

---

<sup>173</sup> Varsak, “Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği”, 90-92.

<sup>174</sup> *Kur’ân-ı Kerîm Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Enfâl 8/47.

<sup>175</sup> *Kur’ân-ı Kerîm Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Müddesir 74/11-15.

<sup>176</sup> *Kur’ân-ı Kerîm Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), Fâtır 35/29.

<sup>177</sup> *Kur’ân-ı Kerîm Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-İsrâ 17/37.

<sup>178</sup> *Kur’ân-ı Kerîm Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Furkân 25/67.

<sup>179</sup> Duman, *Dijital Bağımlılıklar ve Sosyal Medya Hastalıkları*, 27.

<sup>180</sup> Eyüp Yılmaz, “Sokak Oyunlarından Sanal Oyunlara: Dijital Oyunların Gelişimsel Süreçlerinin Çocuk Kullanıcıların Ahlaki Gelişimleri Açısından Değerlendirilmesi”, *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 24/3 (2022), 546.

harcamalar yapabilmektedir. Öyle ki bu harcamaların online ortamlarda gerçekleşmesi bireye cebinden para çıkmıyor hissini yaşatmakta, para işlemlerinin hızlı bir şekilde yapılabilmesi de daha kolay harcamalara sebep olmaktadır.<sup>181</sup> Nitekim online kumarbazların çevrimiçi ortamlarda geleneksel kumarlardan daha çok para kaybettiği ve sanal kumar ve çeşitlerini içeren oyunların geleneksel kumar oyunlarından daha fazla bağımlılığa sebebiyet verdiği yönünde çalışma bulguları mevcuttur.<sup>182</sup>

İslam'ın emek karşılığı olmadan ve başkasının hakkına girerek elde edilen kazancı haram kıldığı bilinmektedir. Aynı şekilde bu kazanca veya bu yolla gerçekleşen kayba sebebiyet veren şeyler İslam'da haram olarak nitelendirilmektedir. Nitekim Allah *“Bir de mallarınızı aranızda haksız yollarla yemeyin...”*<sup>183</sup> ayetiyle haksız yollarla elde edilen kazanç hakkında İslam'ın hükmünü bildirmektedir. Aynı şekilde bu oyunları oynamanın ve ortaya çıkan bu tür oyun bağımlılıklarının hükmünü Mâide suresinde yer alan *“Şeytan içki ve kumarla sadece aranıza düşmanlık ve kin sokmak, sizi Allah'ı anmaktan ve namazdan alıkoymak ister. Artık (bunlardan tamamen) vazgeçtiniz değil mi?”*<sup>184</sup> ayeti çerçevesinde değerlendirmek mümkündür. Zira her iki türde de sonuçlar benzerdir. Bu sebeple dindar bir kimsenin bu tarz oyunları sanal ya da gerçek dünyada oynamasının, buna bağımlı olmasının, bu oyunlardan para kazanmasının yahut bu oyunlar sebebiyle para kaybetmesinin uygun olmadığı söylenebilir. Bu bağlamda dindar bir kimsenin online ortamlarda bağımlılığa sebep olacak, para kaybıyla yahut emeksiz, haksız kazançla sonuçlanacak her türlü oyundan uzak durması beklenen bir davranış olarak gözükmektedir. Nitekim dindarlık düzeyi ve dijital oyun bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen Gürsu'nun çalışmasın bu düşünceyi destekler niteliktedir. Gürsu çalışmasında dindarlık düzeyi ve dijital oyun bağımlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu gözlemlemiştir.<sup>185</sup> Yine aynı şekilde Karşı'nın Tanrı inancı güçlü olan kimselerle düşük olan kimseler arasında dijital oyun bağımlılığı konusunda fark olduğunu ortaya koyduğu çalışması da bu düşünceyi desteklemektedir.<sup>186</sup>

---

<sup>181</sup> Duman, *Dijital Bağımlılıklar ve Sosyal Medya Hastalıkları*, 32-33.

<sup>182</sup> Abby McCormack-Mark D. Griffiths, “Motivating and Inhibiting Factors in Online Gambling Behaviour: A Grounded Theory Study”, *International Journal of Mental Health and Addiction* 10/1 (2012), 39-53.

<sup>183</sup> el-Bakara 2/188.

<sup>184</sup> *Kur'an-ı Kerim Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), el-Mâide 5/91.

<sup>185</sup> Orhan Gürsu, “Ergenlik Döneminde Dijital Oyun Bağımlılığı ve Dindarlık İlişkisi” 22/1 (2022), 209.

<sup>186</sup> Karşı, “Gençlerde İnternet Bağımlılığı ve Dindarlık İlişkisi”, 254-255.

Sosyal medyanın insanları teşhirciliğe sürüklemesi onun olumsuz sonuçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocukların, gençlerin ve her kesimden insanın bu tarz içeriklere çok kolay bir şekilde ulaşabildiği ve sıklıkla bunlara maruz kaldığı da bilinen bir gerçekliktir. Yukarıda bahsettiğimiz mahremiyet olgusunu ortadan kaldıracak davranışlar bu ortamlarda sürekli tekrarlanmayla birlikte normal karşılanmakta<sup>187</sup> ve teşhircilik; merakla, ilgi duymayla taçlanmaktadır. Oysa mahremiyetin İslam'da hem erkekler hem kadınlar açısından hassasiyet isteyen bir konu olduğu bilinmektedir.

Allah, Nur suresinde “*Mü'min erkeklere söyle, gözlerini (haramdan) sakınsınlar ve ırzlarını korusunlar!*”<sup>188</sup> ve “*Mümin kadınlara da söyle, gözlerini (harama bakmaktan) korusunlar; namus ve iffetlerini esirgesinler. Görünen kısımları müstesna olmak üzere, zinnetlerini teşhir etmesinler...*”<sup>189</sup> buyurmaktadır. Bu bağlamda inanan her erkeğin ve kadının sosyal medya mecralarında hem paylaşımlarına hem de paylaşılanlara karşı kendini koruma hususuna dikkat etmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.<sup>190</sup>

“İslâm dininde, üzerinde hassasiyetle durulan ve korunması istenen değerlerden biri de sağlam bir neslin yetiştirilmesidir. Bunun temelinde de aile hayatı vardır. Sağlam bir millet, ancak geleceğin teminatı olan nesillere sahip çıkmakla ayakta durabilir. Nesline sahip çıkmayan bir milletin, sonu gelmiş demektir”<sup>191</sup> Neslin korunmasını engelleyen en büyük sebeplerden biri Allah katında büyük günahlardan sayılan zina eylemi olarak gösterilebilir. Allah'ın çirkin gördüğü bu eylemin günümüzde bu denli yaygınlaşmasının en büyük sebeplerinden biri olarak sanal dünya içerisinde bu tarz içeriklere ulaşmanın oldukça kolay oluşu sunulabilir. Nitekim bu tarz içerikler neredeyse hiçbir sansüre uğramadan her an, her yerde kişilerin karşısına çıkmakta, bunlar normalleştirilmekte ve sosyal medya mecralarında reklamlar vasıtasıyla bu içeriklere karşı merak uyandırılmaktadır.<sup>192</sup>

---

<sup>187</sup> Nihat Oyman, “Sosyal Medya Dindarlığı”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28 (2016), 151.

<sup>188</sup> *Kur'an-ı Kerim Meali*, çev. Hasan Tahsin Feyizli (İstanbul: Server İletişim, 2010), en-Nur 24/30.

<sup>189</sup> En-Nur 24/31.

<sup>190</sup> Oyman, “Sosyal Medya Dindarlığı”, 151.

<sup>191</sup> İbrahim Canan, *Hadis Ansiklopedisi (Kütüb-i Sitte)* (İstanbul: Akçağ Yayınevi, 1993), 7/266-267.

<sup>192</sup> Habil Şentürk, *Lise Öğrencilerinde Dindarlık ve Sanal Bağımlılık Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma (Burdur Gölhisar Örneği)* (Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2013), 55.

Sosyal medyada kadın erkek iletişiminin kolay oluşu, herkese açık olan hesapların ve zinaya götürececek birçok içeriğin varlığı bekar yahut evli birçok kimse için gayri ahlaki problemler doğurmaktadır. Nitekim zina ve çeşitlerinin, gayri ahlaki ilişkilerin, aldatmaların sosyal medyanın hayatımıza girmesi ve yoğun kullanımıyla birlikte çoğaldığını gösteren çalışmalar mevcuttur.<sup>193</sup> Oysa Allah ayette "*Zinaya yaklaşmayın. Çünkü o bir hayasızlıktır/yüz kızartıcı çirkin bir iştir ve (cehenneme götüren) çok kötü bir yoldur.*"<sup>194</sup> buyurarak zinaya yaklaşmayı dahi yasaklamakta ve zinaya götürececek her türlü iş ve yoldan uzak durulması gerektiğine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda sosyal medyada bizzat beden olarak bir zina eylemi gerçekleştiriyor olmanın bu tür içeriklere ulaşmayı yahut bu içerikleri görüntülemeyi doğru kılmadığı söylenebilir. Öyleyse dindar olduğunu ifade eden bir kimsenin bunun bilincinde olması gerektiği söylenebilir. Yine aynı şekilde zinaya sevk edecek içeriklere Allah'ın sınırları dahilinde tepki verebiliyor olmalıdır. Bu bilinçte olabilme ve bu tepkiyi verebilme diğer dinler açısından da ortaktır. Nitekim bu sonucu beklemenin doğruluğu destekleyen çalışmalar da mevcuttur. Örneğin Hamilton ve Alan'ın batı toplumlarında dindar kesim ile cinsel içerikler izleme ve cinsel amaçlı bu mecraları kullanma oranları arasında negatif yönde bir ilişkinin var olduğunu gösteren çalışması bu düşüncemizi destekliyor gözükmektedir.<sup>195</sup>

Sosyal medya ile insanda ortaya çıkan kaygı düzeyi, narsisizm ve psikopatlık gibi psikolojik rahatsızlıklar arasında ilişki olduğu bilinmektedir.<sup>196</sup> Kur'an'da olumsuz durumlar karşısında sabretmenin, şükretmenin, Allah'a dayanıp güvenmenin, tevekkülün tavsiye edildiği birçok ayet mevcuttur. Örneğin İslam'ın insana tavsiye ettiği Allah'a dayanıp güvenme, Allah'a bağlanma, takva üzeri yaşama aslında yaşanan yalnızlık, kırgınlık, yetersizlik, depresyon, stres, kaygı ve mutsuzluk gibi durumların reçetesi olarak sunulmaktadır. Zira özelde İslam dininin genelde dinlerin hepsinin insanın hem maddi dünyasını hem manevi dünyasını tedavi etmeyi amaçladığını

---

<sup>193</sup> Haberli, "Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlaki Değerlerin Dejenerasyonu Üzerine Bir Değerlendirme", 645.

<sup>194</sup> el-İsrâ 17/32.

<sup>195</sup> Neal F. Hamilton-M. Rubin Alan, "The Influence of Religiosity on Television Viewing" 69/3 (1992), 667-678.

<sup>196</sup> Oyman, "Sosyal Medya Dindarlığı", 151. Ayrıca bk. Jesse Fox - Margaret C. Rooney, "The Dark Triad and Trait Self-Objectification as Predictors of Men's use and Self-Presentation Behaviors on Social Networking Sites", *Personality and Individual Differences* 76 (2015), 161-165.

söyleyebiliriz. Bu tavsiyelerin aynı zamanda İslam'ın insana sunduğu en güçlü terapi yöntemleri olduğunu söylemek de mümkündür. Nitekim Tanrıyla kurulan güvenli bir bağlanma ile psikolojik iyi oluş halinin yüksek düzeyde olması arasında bir bağ olduğuna dair araştırma sonuçları mevcuttur.<sup>197</sup> Yine aynı şekilde dindarlık ile depresyon arasında negatif bir ilişkinin olduğu<sup>198</sup> ve dindarlığın ruh sağlığı üzerinde koruyucu bir faktör olduğu sonucuna varan araştırmalar<sup>199</sup> da mevcuttur.

---

<sup>197</sup> Bu konuda bk. Nuran Erdoğan Korkmaz, *Bağlanma, İnsan-Tanrı İlişkisi ve Psikolojik İyilik Hali* (Ankara: Ankara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2012).

<sup>198</sup> Hülya Güven, *Depresyon ve Dindarlık İlişkisi* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2008), 124. Ayrıca bk. Alaaddin Attar Debgici, *Depresyon ve Dindarlığın Bazı Tezahürleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Denizli İli Örneği* (Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016), 87-88.

<sup>199</sup> Mustafa Atak-Aslıhan Ataman, "Ruh Sağlığı ve Dindarlık İlişkisi", *İbn Haldun Çalışmaları Dergisi* 7 (2022), 201-216.

# ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

## YÖNTEM

### 1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

#### 1.1. Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmamızın ana hipotezini ‘Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında negatif yönde bir ilişki vardır.’ şeklinde belirledik.

Araştırmanın alt hipotezleri şu şekildedir;

1. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin cinsiyetlerine göre dindarlık düzeyleri arasında anlamlı fark yoktur.
2. Kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri erkek öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksektir.
3. Evli olan öğrencilerin dindarlık düzeyleri evli olmayan öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksektir.
4. Evli olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi evli olmayan öğrencilere göre anlamlı düzeyde düşüktür.
5. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre dindarlık düzeyleri arasında anlamlı fark yoktur.
6. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı fark vardır.
7. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin dindarlık düzeyleri diğer fakülte öğrencilerine göre anlamlı düzeyde yüksektir.
8. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri diğer fakülte öğrencilerine göre anlamlı düzeyde düşüktür.
9. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin yaşları arttıkça dindarlık düzeyleri artacaktır.
10. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin yaşları ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
11. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin aile gelir düzeyleri ile dindarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.



12. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin aile gelir düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

13. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süresi ile dindarlık düzeyleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

14. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

15. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre dindarlık düzeyleri arasında anlamlı fark yoktur.

16. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı fark vardır.

## **1.2. Araştırmanın Modeli**

Çalışmamız, dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla nicel yöntemin kullanıldığı bir çalışmadır.

Çalışmamızın teorik kısmı, literatür çalışması yoluyla konuyla ilgili kaynakların taranması sonucunda derlenen bilgiler esas alınarak inşa edilmiştir. Çalışmanın alan araştırması kısmında ise katılımcılara çeşitli ölçekler uygulanmış ve uygulama sonunda elde edilen veriler analiz edilerek sonuçlandırılmıştır.

## **1.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları**

### **1.3.1. Araştırmanın Varsayımları**

- Örneklem grubumuzu oluşturan 406 üniversite öğrencisi sorulan sorulara içtenlikle, doğru bir şekilde cevap vermiştir.
- Örneklemimiz evreni temsil etmektedir.
- Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında negatif yönde bir ilişki vardır.

### **1.3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlayan bu çalışmanın sınırlılıkları şu şekildedir;

- Araştırmamız ölçeklerimizin uygulandığı zaman dilimi olan 2022 yılı ile sınırlıdır.
- Araştırmamız Giresun ili örneğiyle gerçekleştirilmiş olup, Giresun iliyle sınırlıdır.

- Araştırmamızın katılımcıları Giresun Üniversitesinin bünyesinde yer alan Mühendislik Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İslami İlimler Fakültesi ve Eğitim Fakültesi öğrencilerinden 406 kişi ile sınırlıdır.
- Araştırmada elde edilen bulgular, katılımcıların verdiği cevapların doğruluğu varsayımı ile sınırlıdır.

#### **1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın evreni Giresun ilindeki Giresun Üniversitesine devam eden üniversite öğrencileridir. Araştırmanın örneklemini Giresun ilindeki Giresun Üniversitesine devam eden öğrenciler arasından gönüllülük esasına göre oluşturulmuş ve seçkisiz olarak örnekleme atanmışlardır. Araştırmaya toplamda 406 üniversite öğrencisi katılmış olup bunların %68.7'sinin (n=279) kadınlardan ve %31.3'ünün (n=127) erkeklerden oluştuğu; katılımcıların %37.4'ünün Eğitim Fakültesi (n=152), %49.8'inin İslami İlimler Fakültesi (n=202), %11.3'ünün Mühendislik Fakültesi (n=46) ve %1.5'inin Fen-Edebiyat Fakültesi (n=6) öğrencisi olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan kadın katılımcıların yaşları 18-53 arasında değişmekte ve yaş ortalamaları 21.79 (ss=3.648), erkek katılımcıların yaşları 18-48 arasında değişmekte ve yaş ortalamaları 22.61 (ss=4.901); katılımcıların tamamının ise yaşları 18-53 arasında değişmekte ve yaş ortalamaları 22.05'tir (ss=4.093). Fakültelerdeki sınıf dağılımları incelendiğinde, Eğitim Fakültesinden katılım sağlayanların %53.3'ünün birinci sınıf, %20.4'ünün ikinci sınıf, %4.6'sının üçüncü sınıf, %21.7'sinin dördüncü sınıf öğrencisi olduğu; İslami İlimler Fakültesinden katılım sağlayanların %19.3'ünün birinci sınıf, %2'sinin ikinci sınıf, %45.5'inin üçüncü sınıf, %33.2'sinin dördüncü sınıf öğrencisi olduğu; Mühendislik Fakültesinden katılım sağlayanların %10.9'unun birinci sınıf, %17.4'ünün ikinci sınıf, %21.7'sinin üçüncü sınıf, %50'sinin dördüncü sınıf öğrencisi olduğu; Fen-Edebiyat Fakültesinden katılım sağlayanların ise %16.7'sinin birinci sınıf, %50'sinin ikinci sınıf, %33.3'ünün dördüncü sınıf öğrencisi olduğu, üçüncü sınıftan ise hiç katılım olmadığı belirlenmiştir.

## 2. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

### 2.1. Kişisel Bilgi Formu

Bu form, araştırmacı tarafından hazırlanmış olup katılımcılara cinsiyetleri, doğum tarihleri, medeni durumları, romantik ilişki durumları, Giresun ilinde kimlerle yaşadıkları, devam ettikleri fakülte, sınıfları, üniversitedeki kaçınıcı yıllarında oldukları, aile gelir düzeyleri, anne-baba eğitim düzeyleri ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin sorular sorulmuştur.

### 2.2. Kısa Dindarlık Ölçeği

Araştırmada katılımcıların dindarlık düzeylerini tespit etmek için Ayten'in oluşturduğu "Kısa Dindarlık Ölçeği" kullanılmıştır. 10 madde ve 2 alt boyuttan oluşan ölçekte tersten puanlanan soru bulunmamaktadır. 1,2,3,4,9 ve 10. sorulardan oluşan ilk boyut inanç/etki, 5,6,7 ve 8. sorulardan oluşan ikinci boyut ise bilgi/ibadet boyutu olarak isimlendirilmiştir. Ayten, ölçeğin yapı geçerliliğinin tespitine dair yaptığı faktör analizi sonucunda Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi sonucu (,83); Barlett's Test of Sphericity (Bartlett'in Küresellik Testi) değerini ( $\chi^2=2325,27$ ;  $p=,000$ ) olarak tespit etmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için yapılan iç tutarlılık analizi sonucunda ölçek genelinin Cronbach Alpha değeri ( $\alpha=,80$ ), "inanç/etki boyutu"  $\alpha=,743$  ve "bilgi-ibadet boyutu"  $\alpha=,742$  olarak hesaplanmıştır. Orjinali 4'lü likert olan ölçeği Ayten ve Yıldız 5'li Ölçek 5'li likert olarak kullanmıştır. Ölçek maddeleri kodlanırken; "5= Her zaman" ve "1= Hiçbir zaman" şeklinde puanlanmıştır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan  $50(5 \times 10=50)$ ; en düşük puan ise  $10(1 \times 10=10)$ 'dur. Katılımcıların ölçekten aldıkları puanların yükselmesi dindarlık derecelerinin arttığını göstermektedir. Bu araştırmada da ölçeğe iç tutarlılık analizi yapılmıştır. Buna göre ölçek genelinin Cronbach Alpha değeri ( $\alpha=,90$ ); "inanç/etki boyutu"  $\alpha=,89$  ve "bilgi/ibadet boyutu"  $\alpha=,77$  olarak hesaplanmıştır. Ölçek bu haliyle oldukça geçerli ve güvenilir olduğu için araştırmada kullanılması uygun bulunmuştur. Ölçek genelinin ve alt 42 boyutlarının aritmetik ortalamaları tablo halinde bulgular bölümünde sunulmuştur.

Bu araştırmadaki örneklem için ölçeğin iç tutarlılık katsayıları hesaplandığında ölçeğin toplam puanı için iç tutarlılık katsayısı Cronbach Alpha değeri .842; inanç/etki alt boyutu için .814; bilgi/ibadet alt boyutu için .731 bulunmuştur. İç tutarlılık açısından

Kısa Dindarlık Ölçeğinin bu çalışmanın örnekleme için güvenilir bir ölçek olduğu değerlendirilebilir.

### **2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği**

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını ölçebilmek amacıyla Tutgun-Ünal ve Deniz tarafından geliştirilmiş olup tüm geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. 41 maddeden ve dört faktörden (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma) oluşan SMBÖ “Her zaman”, “Sık sık”, “Bazen”, “Nadiren” ve “Hiçbir zaman” olarak derecelendirilmiş 5’li likert türden bir ölçektir. Dört faktörlü SMBÖ’de tüm faktörler toplam varyansın %59’unu açıklamıştır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olan cronbach alpha değeri .967 olarak belirtilmiştir. SMBÖ’den alınabilecek en yüksek puan 205, en düşük puan ise 41’dir. Alt ölçekler ise kendi içlerinde ayrıca değerlendirilebilmektedir.

Buna göre, ölçme aracında yer alan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 ve 12 numaralı maddeler “Meşguliyet” (Occupation) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın kişiyi bilişsel olarak meşgul etme etkisini ölçmektedir.

Ölçme aracında yer alan 13, 14, 15, 16 ve 17 numaralı maddeler “Duygu Durum Düzenleme” (Mood Modification) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın duygusal olarak etkisini ölçmektedir.

Ölçme aracında yer alan 18, 19, 20, 21 ve 22 numaralı maddeler “Tekrarlama” (Relapse) boyutu ile ilgili olup kişinin sosyal medya kullanımını kontrol altına almak isteyip alamamasını, aynı ölçüde kullanmaya devam etmesini ölçmektedir.

Ölçme aracında yer alan 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 numaralı maddeler “Çatışma” (Conflict) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın kişinin hayatında problemlere yol açma etkisini ölçmektedir.

Bu araştırmadaki örnekleme için ölçeğin iç tutarlılık katsayıları hesaplandığında ölçeğin toplam puanı için iç tutarlılık katsayısı Cronbach Alpha değeri .961; meşguliyet alt boyutu için .923; duygu durum düzenleme alt boyutu için .899; tekrarlama alt boyutu için .892; çatışma alt boyutu için .942 bulunmuştur. İç tutarlılık açısından Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin bu çalışmanın örnekleme için güvenilir bir ölçek olduğu değerlendirilebilir.

### 3. VERİLERİN TOPLANMASI İŞLEMİ

Sosyal medya bağımlılığı ve dindarlık ilişkisini konu edinen bu çalışmamızda amaçlarımıza uygun ölçek formları tercih edilip, hazırlanmıştır. Ölçeklerin Giresun Üniversitesi öğrencilerine uygulanması konusunda gerekli izinler alınmıştır. Ölçekler ve hazırladığımız kişisel bilgi formumuz, 2022 yılında Giresun Üniversitesi bünyesinde yer alan Mühendislik Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İslami İlimler Fakültesi ve Eğitim Fakültesi öğrencilerine, Google forms linkleri ile ulaştırılmıştır. Uygulamaya başlamadan önce katılımcılara gerekli bilgiler verilmiştir. Uygulamada gönüllülük durumu esas alınmıştır. Google forms linki üzerinden gönderilen ölçekler ve formun uygulanıp doldurulması ortalama 15-20 dakika sürmektedir. Araştırmaya toplamda 406 kişi katılmıştır.

#### 3.1. Verilerin Analizi

Araştırmanın verilerin SPSS istatistik programı ile istatistiksel analize tabi tutulmuştur. İstatistiksel analizlere geçilmeden önce örneklemdaki katılımcıların araştırmada kullanılan ölçeklerden aldıkları puanların normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığı çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri incelenerek değerlendirilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerleri için istatistikçilerin önerdiği çeşitli görüşler vardır. Örneğin, Tabaschnick ve Fidell (2013) çarpıklık ve basıklık değerlerinin  $\pm 1.5$  aralığında; George ve Mallery çarpıklık ve basıklık değerlerinin  $\pm 2.0$  aralığında; Hair ve arkadaşları (2010) ile Bryne (2010) çarpıklık (Skewness) değerinin  $\pm 2$  ve basıklık (Kurtosis) değerinin  $\pm 7$  aralığında olması durumunda verilerin normal dağıldığının kabul edilebileceğini bildirmişlerdir.

Tablo 1’de katılımcıların ölçeklerden aldıkları ortalama puanlar, standart sapmalar, minimum maksimum puanlar ile çarpıklık ve basıklık değerleri verilmiştir.

**Tablo 1.** Normallik varsayımının karşılanması

|                                 | N   | Puan Aralığı | ORT   | SS     | Çarpıklık | Basıklık |
|---------------------------------|-----|--------------|-------|--------|-----------|----------|
| Dindarlık Toplam                | 406 | 14-50        | 40.29 | 5.836  | -1.634    | 4.410    |
| İnanç / Etki                    | 406 | 10-30        | 25.79 | 3.591  | -1.911    | 5.440    |
| Bilgi / İbadet                  | 406 | 4-20         | 14.51 | 3.030  | -.768     | .781     |
| Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam | 406 | 41-205       | 98.30 | 29.711 | .345      | -.291    |
| Meşguliyet                      | 406 | 12-60        | 34.91 | 10.330 | .067      | -.565    |
| Duygu Durum Düzenleme           | 406 | 5-25         | 13.52 | 5.422  | .332      | -.753    |
| Tekrarlama                      | 406 | 5-25         | 11.93 | 5.005  | .436      | -.488    |
| Çatışma                         | 406 | 19-95        | 37.95 | 14.738 | .758      | .072     |

Katılımcıların ölçeklerden aldıkları puanların çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde tüm ölçeklerin ve alt boyutlarının normal dağılım varsayımını karşıladığı kabul edilmiştir. Bu sonuç araştırmada yürütülen analizlerin normal dağılıma uygun parametrik analizlerle yürütülebileceğini göstermektedir. Bununla birlikte normal dağılım sağlandığı için bulguların araştırmanın evrenine genelebileceği söylenebilir. Araştırmanın demografik değişkenleri bakımından katılımcıların ölçeklerden aldıkları ortalama puanların karşılaştırılmasında gruplar arası analizler kullanılmıştır. Demografik değişkenlerin kategorilerine düşen katılımcı sayıları birbirine denk olduğunda parametrik analiz yöntemleri olan bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve tek yönlü varyans analizi sonrası farkın kaynağının belirlenmesi için Tukey testi kullanılmıştır, ancak demografik değişkenlerin kategorilerine düşen katılımcı sayıları arasında çok fazla fark bulunduğu uygun ise yeniden kategorize edilmiş, yeniden kategorize etmek mümkün olmadığına ise nonparametrik test olan bağımsız örneklem Mann Whitney u testi kullanılmıştır. Nonparametrik testler kullanıldığında elde edilen sonuçlar sadece örneklemin özelliklerine ilişkin bilgi vermekte ve bu durumda sonuçların evren için de geçerli olduğu söylenememektedir. Demografik değişkenlerle ölçeklerden alınan puanlar arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için korelasyon analizlerinden de faydalanılmıştır. Demografik değişken kategorileri sürekli değişken özelliği gösterdiklerinde ve kategorilere düşen katılımcı sayıları birbirine denk olmadığına bunlar için gruplar arası karşılaştırma yerine nonparametrik bir korelasyon analizi olan Spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Demografik değişkenler herhangi bir kategori oluşturmadığında ve sürekli değişken iseler bunların ölçeklerle ilişkilerinin ortaya konması için parametrik bir korelasyon analizi olan Pearson korelasyon analizi kullanılmıştır.

Katılımcıların ölçeklerden ve alt ölçeklerden aldıkları puanlar arasındaki ilişkilerin incelenmesinde normal dağılım gösteren veriler için uygun bir parametrik analiz yöntemi olan Pearson korelasyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizinde bağımlı değişken olarak dindarlık alınmış ve dindarlık ile ilişkisi bulunan diğer değişkenler de bağımsız değişken olarak analize sokulmuşlardır.

Katılımcıların demografik değişkenlerin kategorilerine dağılımlarının gösterilebilmesi için yüzdelikler hesaplanmış, sürekli değişken cinsinden olan değişkenler için ise ortalama ve standart sapmalar hesaplanmıştır.

Araştırmada gruplar arası karşılaştırmalar için bağımsız değişken kategorilerine göre ölçeklerden alınan ortalama puanlar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının değerlendirilmesinde anlamlılık değeri  $p<.05$  olarak alınmıştır. Korelasyon analizlerinde ise değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlılık değeri hem  $p<.01$  hem de  $p<.05$  için hesaplanmıştır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR VE YORUMLAR

#### 1. BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın amaçlarına uygun olarak toplanan verilere uygulanan istatistiksel analiz sonuçları verilmiştir. İlk olarak katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin betimsel bulgular verilmiş, ikinci olarak katılımcıların demografik özellikleri ile ölçeklerden aldıkları puanlar arasındaki ilişkilerin ele alındığı gruplar arası karşılaştırmalar ve korelasyon analizleri, son olarak da katılımcıların ölçeklerden aldıkları puanlar arasındaki ilişkilerin ele alındığı korelasyon analizi bulguları verilmiştir.

#### 1.1. Giresun Üniversitesi Öğrencilerine İlişkin Betimsel Bulgular

Üniversite öğrencilerinin yaş ve üniversitede geçirdikleri süre/yıl ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Üniversite öğrencilerinin yaş ve üniversitede geçirdikleri süre/yıl ortalamaları ve standart sapmaları

|                         | Cinsiyet | N   | ORT   | SS    | Değer Aralığı |
|-------------------------|----------|-----|-------|-------|---------------|
| Yaş                     | Kadın    | 279 | 21.79 | 3.648 | 18-53         |
|                         | Erkek    | 127 | 22.61 | 4.901 | 18-48         |
|                         | Toplam   | 406 | 22.05 | 4.093 | 18-53         |
| Üniversitede geçen süre | Kadın    | 279 | 3.10  | 1.569 | 1-9           |
|                         | Erkek    | 127 | 3.02  | 1.540 | 1-6           |
|                         | Toplam   | 406 | 3.07  | 1.559 | 1-9           |

Üniversite öğrencilerinin yaş ortalamaları incelendiğinde araştırmaya katılan kadın katılımcıların yaş ortalamalarının 21.79, erkek katılımcıların 22.61 ve örneklemin tamamının yaş ortalamasının ise 22.05 olduğu bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin üniversitede kaçınıcı yıllarını geçirdikleri incelendiğinde kadın katılımcıların ortalama olarak 3.10 yıldır, erkek katılımcıların ortalama olarak 3.02



yıldır ve örneklemini tamamının ise ortalama olarak 3.07 yıldır üniversitede öğrenci oldukları; üniversitede geçirilen sürenin 1-9 yıl arasında değiştiği bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları ve yüzdeleri Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Üniversite Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

|                        |   | Sayı (n) | Yüzdelerik % |
|------------------------|---|----------|--------------|
| Cinsiyet               | Kadın   | 279      | 68.7         |
|                        | Erkek   | 127      | 31.3         |
| Medeni Durum           | Bekar   | 382      | 94.1         |
|                        | Evli  | 24       | 5.9          |
| Romantik İlişki Durumu | İlişki yok                                    | 270      | 66.5         |
|                        | Yüz yüze sosyal yaşamda tanışılmış ilişki var | 82       | 20.2         |
|                        | Sosyal medyada tanışılmış ilişki var          | 20       | 4.9          |
|                        | Nişanlılık sürecinde evlilik hazırlığı        | 10       | 2.5          |
|                        | Evli  | 24       | 5.9          |
| Giresun'da Yaşam       | Aileyle                                       | 100      | 24.6         |
|                        | Akrabalarla                                   | 4        | 1.0          |
|                        | Evde ev arkadaşlarıyla                        | 36       | 8.9          |
|                        | Devlet yurdunda arkadaşlarıyla                | 230      | 56.7         |
|                        | Özel yurttta arkadaşlarıyla                   | 12       | 3.0          |
| Fakülte                | Yalnız  | 24       | 5.9          |
|                        | Eğitim  | 152      | 37.4         |
|                        | İslami İlimler                                | 202      | 49.8         |
|                        | Mühendislik                                   | 46       | 11.3         |
|                        | Fen-Edebiyat                                  | 6        | 1.5          |
| Sınıf                  | Birinci sınıf                                 | 126      | 31.0         |
|                        | İkinci sınıf                                  | 46       | 11.3         |
|                        | Üçüncü sınıf                                  | 109      | 26.8         |
|                        | Dördüncü sınıf                                | 125      | 30.8         |
| Aile Gelir Düzeyi      | Düşük   | 50       | 12.3         |
|                        | Orta  | 327      | 80.5         |
|                        | Yüksek  | 29       | 7.1          |
| Anne Eğitim Düzeyi     | Okuryazar değil                               | 43       | 10.6         |
|                        | Okuryazar                                     | 27       | 6.7          |
|                        | İlkokul                                       | 171      | 42.1         |
|                        | Ortaokul                                      | 86       | 21.2         |
|                        | Lise  | 49       | 12.1         |
|                        | Önlisans                                      | 9        | 2.2          |
|                        | Lisans  | 18       | 4.4          |
|                        | Yüksek Lisans                                 | 2        | .5           |
| Doktora                | 1   | .2       |              |
| Baba Eğitim Düzeyi     | Okuryazar değil                               | 8        | 2.0          |
|                        | Okuryazar                                     | 9        | 2.2          |
|                        | İlkokul                                       | 132      | 32.5         |
|                        | Ortaokul                                      | 87       | 21.4         |
|                        | Lise  | 91       | 22.4         |
|                        | Önlisans                                      | 28       | 6.9          |
|                        | Lisans  | 42       | 10.3         |
|                        | Yüksek Lisans                                 | 7        | 1.7          |
| Doktora                | 2   | .5       |              |
| Her bir değişken için  | Toplam  | 406      | 100.0        |

Üniversite öğrencilerinin demografik özelliklere dağılımları incelendiğinde %68.7'sini kadınların, %31.3'ünü erkeklerin oluşturduğu; %94.1'inin bekar, %5.9'unun evli olduğu; %66.5'ünün romantik ilişkisinin bulunmadığı, %20.2'sinin yüz yüze sosyal yaşamda tanışılmış romantik ilişkilerinin olduğu, %4.9'unun sosyal medyada tanışılmış romantik ilişkilerinin olduğu, %5.9'unun evli olduğu; %24.6'sının ailesiyle, %1'inin akrabalarıyla, %8.9'unun evde ev arkadaşlarıyla, %56.7'sinin devlet yurdunda arkadaşlarıyla, %3'inin özel yurttaki arkadaşlarıyla, %5.9'unun yalnız yaşadığı; %37.4'ünün Eğitim Fakültesinde, %49.8'inin İslami İlimler Fakültesinde, %11.3'ünün Mühendislik Fakültesinde, %1.5'inin Fen-Edebiyat Fakültesinde öğrenimlerine devam ettiği; %31'inin birinci sınıf, %11.3'ünün ikinci sınıf, %26.8'inin üçüncü sınıf, %30.8'inin dördüncü sınıf öğrencisi olduğu; %12.3'ünün aile gelir düzeyinin düşük, %80.5'inin orta, %7.1'inin yüksek olduğu belirlenmiştir.

Üniversite öğrencilerinin anne eğitim düzeyleri incelendiğinde, %10.6'sını okuryazar olmadığı, %6.7'sinin okuryazar olduğu, %42.1'inin ilkokul, %21.2'sinin ortaokul, %12.1'inin lise, %2.2'sinin önlisans, %4.4'ünün lisans, %0.5'inin yüksek lisans, %0.2'sinin doktora mezunu olduğu belirlenmiştir.

Üniversite öğrencilerinin baba eğitim düzeyleri incelendiğinde, %2'sinin okuryazar olmadığı, %2.2'sinin okuryazar olduğu, %32.5'inin ilkokul, %21.4'ünün ortaokul, %22.4'ünün lise, %6.9'unun önlisans, %10.3'ünün lisans, %1.7'sinin yüksek lisans, %0.5'inin doktora mezunu olduğu belirlenmiştir.

Üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım özelliklerine ilişkin frekans dağılımları ve yüzdeleri Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4.** Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine İlişkin Bulgular

|   |  | Sayı<br>(n) | Yüzdelerik<br>% |
|---|--|-------------|-----------------|
| Sosyal medya üyeliği                      | Evet   | 406         | 100.0           |
|   | Hayır  | 0           | 0.0             |
| Sosyal Medya kullanıcılığı süresi         | 1-3 yıl  | 53          | 13.1            |
|   | 3-6 yıl  | 156         | 38.4            |
|   | 6-10 yıl   | 147         | 36.2            |
|   | 10 yıldan fazla                                      | 50          | 12.3            |
| Günlük sosyal medya kullanma süresi       | 1 saatten az   | 34          | 8.4             |
|   | 1-3 saat   | 204         | 50.2            |
|   | 3-6 saat   | 138         | 34.0            |
|   | 6 saatten fazla                                      | 30          | 7.4             |
| En çok kullanılan sosyal medya uygulaması | YouTube  | 61          | 15.0            |
|   | Instagram  | 230         | 56.7            |
|   | Whatsapp   | 87          | 21.4            |
|   | Diğer: Twitter, Facebook, Discord, Cluphouse, Google | 28          | 6.9             |
| Her bir değişken için                     | Toplam   | 406         | 100.0           |

Katılımcıların tamamının (%100) sosyal medya üyeliğinin olduğu; %13.1'inin 1-3 yıldır, %38.4'inin 3-6 yıldır, %36.2'sinin 6-10 yıldır, %12.3'ünün 10 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanıcıları olduğu; %8.4'ünün günlük medya kullanımının 1 saatten az, %50.2'sinin 1-3 saat arası, %34'ünün 3-6 saat arası, %7.4'ünün altı saatten fazla olduğu; %15'ünün YouTube, %56.7'sinin Instagram, %21.4'ünün Whatsapp ve %6.9'unun diğer (Twitter, Facebook, Discord, Cluphouse, Google) sosyal medya uygulamalarını kullanıyor olduğu bulunmuştur.

## **1.2. Giresun Üniversitesi Öğrencilerinin Demografik Özellikleri Bakımından Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri**

Tablo 5'te üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

**Tablo 5.** Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları

|                               | Cinsiyet | N   | ORT    | SS     | t     | p            |
|-------------------------------|----------|-----|--------|--------|-------|--------------|
| Dindarlık Toplam              | Kadın    | 279 | 40.94  | 4.981  | 2.913 | <b>.004*</b> |
|                               | Erkek    | 127 | 38.88  | 7.200  |       |              |
| İnanç / Etki                  | Kadın    | 279 | 26.26  | 2.925  | 3.439 | <b>.001*</b> |
|                               | Erkek    | 127 | 24.74  | 4.579  |       |              |
| Bilgi / İbadet                | Kadın    | 279 | 14.67  | 2.865  | 1.552 | .122         |
|                               | Erkek    | 127 | 14.14  | 3.347  |       |              |
| Sosyal Medya Bağımlılığı Top. | Kadın    | 279 | 100.91 | 30.037 | 2.637 | <b>.009*</b> |
|                               | Erkek    | 127 | 92.58  | 28.262 |       |              |
| Meşguliyet                    | Kadın    | 279 | 35.85  | 10.226 | 2.744 | <b>.006*</b> |
|                               | Erkek    | 127 | 32.84  | 10.296 |       |              |
| Duygu Durum Düzenleme         | Kadın    | 279 | 13.94  | 5.560  | 2.356 | <b>.019*</b> |
|                               | Erkek    | 127 | 12.58  | 5.001  |       |              |
| Tekrarlama                    | Kadın    | 279 | 12.48  | 5.030  | 3.333 | <b>.001*</b> |
|                               | Erkek    | 127 | 10.72  | 4.747  |       |              |
| Çatışma                       | Kadın    | 279 | 38.63  | 14.963 | 1.390 | .165         |
|                               | Erkek    | 127 | 36.44  | 14.174 |       |              |

\*p<.05

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre dindarlık toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur (t=2.913; p=.004). Kadın öğrencilerin dindarlık ortalamaları (ort=40.94) erkek öğrencilerin ortalamalarından (ort=38.88) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre dindarlık alt boyutu olan inanç/etki alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmuştur (t=3.439; p=.001). Kadın öğrencilerin inanç/etki ortalamaları (ort=26.26) erkek öğrencilerin ortalamalarından (ort=24.74) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre dindarlık alt boyutu olan bilgi/ibadet alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır (t=1.552; p=.122).

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılığı toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur (t=2.637; p=.009). Kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ortalamaları (ort=100.91) erkeklerin ortalamalarından (ort=92.58) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan meşguliyet alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmuştur

( $t=2.744$ ;  $p=.006$ ). Kadın öğrencilerin meşguliyet ortalamaları ( $ort=35.85$ ) erkek öğrencilerin ortalamalarından ( $ort=32.84$ ) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan duygu durum düzenleme alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $t=2.356$ ;  $p=.019$ ). Kadın öğrencilerin duygu durum düzenleme ortalamaları ( $ort=13.94$ ) erkek öğrencilerin ortalamalarından ( $ort=12.58$ ) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan tekrarlama alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $t=3.333$ ;  $p=.001$ ). Kadın öğrencilerin tekrarlama ortalamaları ( $ort=12.48$ ) erkek öğrencilerin ortalamalarından ( $ort=10.72$ ) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan çatışma alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır ( $t=1.390$ ;  $p=.165$ ).

Tablo 6'da üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamaları ve bağımsız örneklem Mann Whitney U testi bulguları verilmiştir. Medeni durum değişkeninde kategorilere düşen kişi sayısı arasında çok büyük fark olduğundan t testi yerine nonparametrik test yapılmıştır.

**Tablo 6.** Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamaları ve bağımsız örneklem Mann Whitney u testi bulguları

|                                 | Medeni Durum | N   | Sıra ORT | z      | p            |
|---------------------------------|--------------|-----|----------|--------|--------------|
| Dindarlık Toplam                | Bekar        | 382 | 198.61   | -3.360 | <b>.001*</b> |
|                                 | Evli         | 24  | 281.38   |        |              |
| İnanç / Etki                    | Bekar        | 382 | 200.20   | -2.274 | <b>.023*</b> |
|                                 | Evli         | 24  | 255.98   |        |              |
| Bilgi / İbadet                  | Bekar        | 382 | 198.89   | -3.178 | <b>.001*</b> |
|                                 | Evli         | 24  | 276.92   |        |              |
| Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam | Bekar        | 382 | 207.93   | -3.033 | <b>.002*</b> |
|                                 | Evli         | 24  | 133.04   |        |              |
| Meşguliyet                      | Bekar        | 382 | 208.39   | -3.351 | <b>.001*</b> |
|                                 | Evli         | 24  | 125.69   |        |              |
| Duygu Durum Düzenleme           | Bekar        | 382 | 206.95   | -2.364 | <b>.018*</b> |
|                                 | Evli         | 24  | 148.67   |        |              |
| Tekrarlama                      | Bekar        | 382 | 205.69   | -1.504 | .133         |
|                                 | Evli         | 24  | 168.65   |        |              |
| Çatışma                         | Bekar        | 382 | 206.79   | -2.252 | <b>.024*</b> |
|                                 | Evli         | 24  | 151.21   |        |              |

\* $p<.05$

Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre dindarlık toplam puan sıra ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-3.360$ ;  $p=.001$ ). Evli öğrencilerin dindarlık sıra ortalamaları (sort=281.38) bekar öğrencilerin sıra ortalamalarından (sort=198.61) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre dindarlık alt boyutu olan inanç/etki alt ölçeğinden aldıkları sıra ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-2.274$ ;  $p=.023$ ). Evli öğrencilerin inanç/etki sıra ortalamaları (sort=255.98) bekar öğrencilerin sıra ortalamalarından (sort=200.20) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre dindarlık alt boyutu olan bilgi/ibadet alt ölçeğinden aldıkları sıra ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-3.178$ ;  $p=.001$ ). Evli öğrencilerin bilgi/ibadet sıra ortalamaları (sort=276.92) bekar öğrencilerin sıra ortalamalarından (sort=198.89) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı toplam puan sıra ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-3.033$ ;  $p=.002$ ). Bekar öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamaları (sort=207.93) evli öğrencilerin sıra ortalamalarından (sort=133.04) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan meşguliyet alt ölçeği sıra ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-3.351$ ;  $p=.001$ ). Bekar öğrencilerin meşguliyet sıra ortalamaları (sort=208.39) evli öğrencilerin sıra ortalamalarından (sort=125.69) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan duygu durum düzenleme alt ölçeği sıra ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-2.364$ ;  $p=.018$ ). Bekar öğrencilerin duygu durum düzenleme sıra ortalamaları (sort=206.95) evli öğrencilerin sıra ortalamalarından (sort=148.67) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan tekrarlama alt ölçeği sıra ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ( $z=-1.504$ ;  $p=.133$ ).

Üniversite öğrencilerinin medeni durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan çatışma alt ölçeği sıra ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $z=-2.252$ ;

p=.024). Bekar öğrencilerin çatışma sıra ortalamaları (ort=206.79) evli öğrencilerin sıra ortalamalarından (ort=151.21) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 7’de üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir.

**Tablo 7.** Üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları

|                               | Giresun Yaşam               | N   | ORT    | SS     | t      | p            |
|-------------------------------|-----------------------------|-----|--------|--------|--------|--------------|
| Dindarlık Toplam              | Aile / akraba / evde yalnız | 128 | 40.02  | 6.305  | -.631  | .528         |
|                               | Devlet / Özel / Ev arkadaş  | 278 | 40.42  | 5.615  |        |              |
| İnanç / Etki                  | Aile / akraba / evde yalnız | 128 | 25.61  | 3.721  | -.671  | .503         |
|                               | Devlet / Özel / Ev arkadaş  | 278 | 25.87  | 3.533  |        |              |
| Bilgi / İbadet                | Aile / akraba / evde yalnız | 128 | 14.41  | 3.324  | -.400  | .690         |
|                               | Devlet / Özel / Ev arkadaş  | 278 | 14.55  | 2.890  |        |              |
| Sosyal Medya Bağımlılığı Top. | Aile / akraba / evde yalnız | 128 | 92.63  | 32.215 | -2.632 | <b>.009*</b> |
|                               | Devlet / Özel / Ev arkadaş  | 278 | 100.92 | 28.162 |        |              |
| Meşguliyet                    | Aile / akraba / evde yalnız | 128 | 33.01  | 11.265 | -2.406 | <b>.017*</b> |
|                               | Devlet / Özel / Ev arkadaş  | 278 | 35.79  | 9.767  |        |              |
| Duygu Durum Düzenleme         | Aile / akraba / evde yalnız | 128 | 12.78  | 5.406  | -1.862 | .063         |
|                               | Devlet / Özel / Ev arkadaş  | 278 | 13.86  | 5.405  |        |              |
| Tekrarlama                    | Aile / akraba / evde yalnız | 128 | 10.68  | 5.066  | -3.458 | <b>.001*</b> |
|                               | Devlet / Özel / Ev arkadaş  | 278 | 12.50  | 4.879  |        |              |
| Çatışma                       | Aile / akraba / evde yalnız | 128 | 36.16  | 14.897 | -1.664 | .097         |
|                               | Devlet / Özel / Ev arkadaş  | 278 | 38.77  | 14.618 |        |              |

\*p<.05

Üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre dindarlık toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır (t=-.631; p=.528).

Üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre dindarlık alt boyutu olan inanç/etki alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır (t=-.671; p=.503).

Üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre dindarlık alt boyutu olan bilgi/ibadet alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır (t=-.400; p=.690).

Üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre sosyal medya bağımlılığı toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $t=-2.632$ ;  $p=.009$ ). Devlet yurdu, özel yurt ya da ev arkadaşlarıyla yaşayanların sosyal medya bağımlılığı toplam puan ortalamaları (ort=100.92) aileleriyle, akrabalarıyla ya da yalnız yaşayanların ortalamalarından (ort=92.63) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan meşguliyet alt ölçeği ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $t=-2.406$ ;  $p=.017$ ). Devlet yurdu, özel yurt ya da ev arkadaşlarıyla yaşayanların meşguliyet ortalamaları (ort=35.79) aileleriyle, akrabalarıyla ya da yalnız yaşayanların ortalamalarından (ort=33.01) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan duygu durum düzenleme alt ölçeği ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ( $t=-1.862$ ;  $p=.063$ ).

Üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan tekrarlama alt ölçeği ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $t=-3.458$ ;  $p=.001$ ). Devlet yurdu, özel yurt ya da ev arkadaşlarıyla yaşayanların tekrarlama ortalamaları (ort=12.50) aileleriyle, akrabalarıyla ya da yalnız yaşayanların ortalamalarından (ort=10.68) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan çatışma alt ölçeği ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ( $t=-1.664$ ;  $p=.097$ ).

Tablo 8’de üniversite öğrencilerinin fakültelerine göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun Eğitim Fakültesi (%37.4) ve İslami İlimler Fakültesi (%49.8) öğrencisi olması ve Mühendislik ve Fen-Edebiyat Fakültesinin toplamda %12.8’i oluşturması nedeniyle fakülte bakımından karşılaştırma sadece Eğitim Fakültesi ve İslami İlimler Fakültesi arasında yapılmıştır.



**Tablo 8.** Üniversite öğrencilerinin fakültelerine göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve bağımsız örneklem t testi bulguları

|                               | Fakülte        | N   | ORT   | SS     | t       | p            |
|-------------------------------|----------------|-----|-------|--------|---------|--------------|
| Dindarlık Toplam              | Eğitim         | 152 | 37.76 | 6.233  | -9.361  | <b>.000*</b> |
|                               | İslami İlimler | 202 | 43.08 | 3.695  |         |              |
| İnanç / Etki                  | Eğitim         | 152 | 25.03 | 4.207  | -4.727  | <b>.000*</b> |
|                               | İslami İlimler | 202 | 26.83 | 2.405  |         |              |
| Bilgi / İbadet                | Eğitim         | 152 | 12.74 | 2.818  | -13.100 | <b>.000*</b> |
|                               | İslami İlimler | 202 | 16.26 | 2.008  |         |              |
| Sosyal Medya Bağımlılığı Top. | Eğitim         | 152 | 98.75 | 29.020 | .126    | .900         |
|                               | İslami İlimler | 202 | 98.35 | 29.843 |         |              |
| Meşguliyet                    | Eğitim         | 152 | 36.01 | 10.549 | 1.638   | .102         |
|                               | İslami İlimler | 202 | 34.23 | 9.796  |         |              |
| Duygu Durum Düzenleme         | Eğitim         | 152 | 13.91 | 5.483  | .792    | .429         |
|                               | İslami İlimler | 202 | 13.45 | 5.441  |         |              |
| Tekrarlama                    | Eğitim         | 152 | 11.55 | 4.955  | -1.799  | .073         |
|                               | İslami İlimler | 202 | 12.51 | 5.062  |         |              |
| Çatışma                       | Eğitim         | 152 | 37.28 | 14.309 | -.554   | .580         |
|                               | İslami İlimler | 202 | 38.15 | 15.051 |         |              |

\*p<.05

Üniversite öğrencilerinin fakültelerine göre dindarlık toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $t=-9.361$ ;  $p=.000$ ). İslami İlimler Fakültesi öğrencilerin dindarlık ortalamaları ( $ort=43.08$ ) Eğitim Fakültesi öğrencilerin ortalamalarından ( $ort=37.76$ ) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin fakültelerine göre dindarlık alt boyutu olan inanç/etki alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $t=-4.727$ ;  $p=.000$ ). İslami İlimler Fakültesi öğrencilerin inanç/etki ortalamaları ( $ort=26.83$ ) Eğitim Fakültesi öğrencilerin ortalamalarından ( $ort=25.03$ ) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin fakültelerine göre dindarlık alt boyutu olan bilgi / ibadet alt ölçeğinden aldıkları ortalama puanlar arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $t=-13.100$ ;  $p=.000$ ). İslami İlimler Fakültesi öğrencilerin bilgi/ibadet ortalamaları ( $ort=16.26$ ) Eğitim Fakültesi öğrencilerin ortalamalarından ( $ort=12.74$ ) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Üniversite öğrencilerinin fakültelerine göre sosyal medya bağımlılığı toplam puan ortalamaları arasında ( $t=.126$ ;  $p=.900$ ) ve alt boyutları olan meşguliyet ( $t=1.638$ ;  $p=.102$ ), duygu durum düzenleme ( $t=.792$ ;  $p=.429$ ), tekrarlama ( $t=-1.799$ ;  $p=.073$ ) ve çatışma ( $t=-.554$ ;  $p=.580$ ) ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır.

Tablo 9’da üniversite öğrencilerinin yaşları, sınıfları, üniversitede geçen süreleri, aile gelir düzeyleri, anne-baba eğitim düzeyleri ile dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki Spearman korelasyon analizi bulguları verilmiştir.

**Tablo 9.** Üniversite öğrencilerinin yaşları, sınıfları, üniversitede geçen süreleri, aile gelir düzeyleri, anne-baba eğitim düzeyleri ile dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki Spearman korelasyon analizi bulguları

|                                 | Yaş           | Sınıf         | Üniversitede geçen süre | Aile Gelir Düzeyi | Anne Eğitim    | Baba Eğitim  |
|---------------------------------|---------------|---------------|-------------------------|-------------------|----------------|--------------|
| Dindarlık Toplam                | <b>.202**</b> | .052          | <b>.169**</b>           | .022              | <b>-.190**</b> | -.056        |
| İnanç / Etki                    | .041          | -.018         | .045                    | .014              | <b>-.114*</b>  | -.038        |
| Bilgi / İbadet                  | <b>.280**</b> | <b>.100*</b>  | <b>.232**</b>           | .010              | <b>-.193**</b> | -.051        |
| Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam | -.049         | .062          | .070                    | -.045             | .046           | .086         |
| Meşguliyet                      | <b>-.109*</b> | .027          | .012                    | .011              | <b>.135**</b>  | <b>.108*</b> |
| Duygu Durum Düzenleme           | -.050         | -.002         | .032                    | -.069             | .078           | .096         |
| Tekrarlama                      | .077          | <b>.154**</b> | <b>.185**</b>           | -.050             | -.008          | .030         |
| Çatışma                         | -.006         | .075          | .085                    | -.058             | -.021          | .057         |

\*\*p<.01; \*p<.05

Üniversite öğrencilerinin yaşları ile dindarlık toplam puanları arasında ( $r=.202$ ;  $p=.000$ ) ve alt boyutu bilgi / ibadet puanları arasında ( $r=.280$ ;  $p=.000$ ) pozitif yönde anlamlı ilişki bulunurken yaş ile inanç / etki alt boyutu arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır ( $r=.041$ ;  $p=.412$ ). Üniversite öğrencilerinin yaşları arttıkça dindarlık düzeyleri ve alt boyutu olan bilgi / ibadet düzeyleri artmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin yaşları ile sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan meşguliyet alt ölçeğinden alınan puanlar arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunurken ( $r=-.109$ ;  $p=.028$ ), öğrencilerin yaşları ile sosyal medya bağımlılığı toplam puan ve diğer alt ölçekler arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin yaşları arttıkça sosyal medya ile meşguliyet düzeyleri azalmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin okudukları sınıf ile dindarlık alt boyutu olan bilgi / ibadet alt ölçeğinden aldıkları puanlar arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunurken ( $r=.100$ ;  $p=.043$ ), öğrencilerin okudukları sınıf ile dindarlık toplam puanı ve diğer alt ölçekler

arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin okudukları sınıf yükseldikçe bilgi / ibadet düzeyleri artmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin okudukları sınıf ile sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan tekrarlama arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunurken ( $r=.154$ ;  $p=.002$ ) öğrencilerin okudukları sınıf ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanı ve diğer alt ölçekler arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin okudukları sınıf yükseldikçe sosyal medya kullanımı sınırlayamama yani tekrarlama düzeyleri artmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin üniversitede geçirdikleri yıllar ile dindarlık toplam puanları arasında ( $r=.169$ ;  $p=.001$ ) ve alt boyutu bilgi / ibadet puanları arasında ( $r=.232$ ;  $p=.000$ ) pozitif yönde anlamlı ilişki bulunurken, inanç / etki alt boyutu ile anlamlı ilişki bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin üniversitede geçirdikleri yıllar arttıkça dindarlık düzeyleri ve dindarlık alt boyutu olan bilgi / ibadet düzeyleri artmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin üniversitede geçirdikleri yıllar ile sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan tekrarlama arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunurken ( $r=.185$ ;  $p=.000$ ) öğrencilerin üniversitede geçirdikleri yıllar ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanı ve diğer alt ölçekler arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin üniversitede kaldıkları süre arttıkça sosyal medya kullanımı sınırlayamama yani tekrarlama düzeyleri artmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin aile gelir düzeyleri ile dindarlık düzeyleri ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır.

Üniversite öğrencilerinin anne eğitim düzeyleri ile dindarlık toplam puanları arasında ( $r=-.190$ ;  $p=.000$ ) ve alt boyutları inanç / etki ( $r=-.114$ ;  $p=.021$ ), bilgi / ibadet ( $r=-.193$ ;  $p=.000$ ) puanları arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin annelerinin eğitim düzeyleri azaldıkça dindarlık düzeyleri ve alt boyutları olan inanç / etki, bilgi / ibadet düzeyleri artmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin anne eğitim düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan meşguliyet arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunurken ( $r=.135$ ;  $p=.006$ ) öğrencilerin anne eğitim düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanı ve diğer

alt ölçekler arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin anne eğitim düzeyi arttıkça sosyal medya meşguliyetleri artmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin baba eğitim düzeyleri ile dindarlık toplam puanları arasında ve alt boyutları arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır.

Üniversite öğrencilerinin baba eğitim düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan meşguliyet arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunurken ( $r=.108$ ;  $p=.030$ ) öğrencilerin baba eğitim düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanı ve diğer alt ölçekler arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin baba eğitim düzeyi arttıkça sosyal medya meşguliyetleri artmaktadır.

Tablo 10'da üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki Spearman korelasyon analizi bulguları verilmiştir.

**Tablo 10.** Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki Spearman korelasyon analizi bulguları

|                                 | Sosyal medya kullanıcılığı süresi | Günlük sosyal medya kullanma süresi |
|---------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| Dindarlık Toplam                | -.070                             | -.092                               |
| İnanç / Etki                    | -.005                             | -.037                               |
| Bilgi / İbadet                  | -.097                             | -.122*                              |
| Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam | .159**                            | .437**                              |
| Meşguliyet                      | .192**                            | .522**                              |
| Duygu Durum Düzenleme           | .222**                            | .335**                              |
| Tekrarlama                      | .059                              | .296**                              |
| Çatışma                         | .095                              | .285**                              |

\*\* $p<.01$ ; \* $p<.05$

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanıcılığı süreleri ile dindarlık puanları ve alt boyutları arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanıcılığı süreleri ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanları ( $r=.159$ ;  $p=.001$ ), alt boyutları meşguliyet ( $r=.192$ ;  $p=.000$ ) ve duygu durum düzenleme ( $r=.222$ ;  $p=.000$ ) puanları arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunurken, sosyal medya kullanıcılığı süreleri ile diğer alt ölçeklerden alınan puanlar arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya

kullanıcılığı süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları olan sosyal medya ile meşguliyet ve duygu durum düzenleme düzeyleri artmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanma süresi ile dindarlık alt boyutu olan bilgi / ibadet alt ölçeği puanları arasında negatif yönde anlamlı ilişki ( $r=-.122$ ;  $p=.014$ ) bulunurken, dindarlık toplam puanı ve alt boyutu inanç / etki puanları ile arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanma süresi arttıkça bilgi / ibadet düzeyleri azalmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanma süresi ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanları ( $r=.437$ ;  $p=.000$ ) ve alt boyutları olan meşguliyet ( $r=.522$ ;  $p=.000$ ), duygu durum düzenleme ( $r=.335$ ;  $p=.000$ ), tekrarlama ( $r=.296$ ;  $p=.000$ ) ve çatışma ( $r=.285$ ;  $p=.000$ ) puanları arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ve alt boyutları olan meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma düzeyleri artmaktadır.

Tablo 11’de, üniversite öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve tek yönlü varyans analizi bulguları verilmiştir. Katılımcıların kullandığı uygulamalar incelendiğinde %15’inin YouTube, %56.7’sinin Instagram, %21.4’ünün Whatsapp ve %6.9’unun diğer uygulamaları (Twitter, Facebook, Discord, Cluphouse, Google) kullandığı görülmüştür. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya hesaplarına göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri analiz edilirken, diğer sosyal medya kullanıcıları analize dahil edilmemiş ve analizler YouTube, Instagram ve Whatsapp kullanıcıları arasında yapılmıştır.

**Tablo 11.** Üniversite öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya uygulamalarına göre dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ortalamaları, standart sapmaları ve tek yönlü varyans analizi bulguları

|                                 | Sosyal Medya | N   | ORT    | SS     | F     | p            | Tukey Posthoc                |
|---------------------------------|--------------|-----|--------|--------|-------|--------------|------------------------------|
| Dindarlık Toplam                | YouTube      | 61  | 40.44  | 6.254  | .102  | .903         |                              |
|                                 | Instagram    | 230 | 40.67  | 5.053  |       |              |                              |
|                                 | Whatsapp     | 87  | 40.38  | 6.091  |       |              |                              |
| İnanç / Etki                    | YouTube      | 61  | 25.85  | 4.028  | .212  | .809         |                              |
|                                 | Instagram    | 230 | 26.03  | 3.049  |       |              |                              |
|                                 | Whatsapp     | 87  | 25.77  | 3.722  |       |              |                              |
| Bilgi / İbadet                  | YouTube      | 61  | 14.59  | 3.133  | .007  | .993         |                              |
|                                 | Instagram    | 230 | 14.63  | 2.753  |       |              |                              |
|                                 | Whatsapp     | 87  | 14.61  | 3.175  |       |              |                              |
| Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam | YouTube      | 61  | 94.54  | 27.343 | 5.269 | <b>.006*</b> | Instagram > Whatsapp p=.006* |
|                                 | Instagram    | 230 | 101.40 | 30.106 |       |              |                              |
|                                 | Whatsapp     | 87  | 89.98  | 27.741 |       |              |                              |
| Meşguliyet                      | YouTube      | 61  | 33.10  | 9.582  | 8.007 | <b>.000*</b> | Instagram > Whatsapp p=.001* |
|                                 | Instagram    | 230 | 36.37  | 10.248 |       |              |                              |
|                                 | Whatsapp     | 87  | 31.59  | 10.147 |       |              |                              |
| Duygu Durum Düzenleme           | YouTube      | 61  | 13.23  | 4.866  | 5.075 | <b>.007*</b> | Instagram > Whatsapp p=.005* |
|                                 | Instagram    | 230 | 14.19  | 5.574  |       |              |                              |
|                                 | Whatsapp     | 87  | 12.05  | 5.296  |       |              |                              |
| Tekrarlama                      | YouTube      | 61  | 11.82  | 5.015  | .066  | .936         |                              |
|                                 | Instagram    | 230 | 11.88  | 5.052  |       |              |                              |
|                                 | Whatsapp     | 87  | 11.66  | 4.685  |       |              |                              |
| Çatışma                         | YouTube      | 61  | 36.39  | 13.942 | 2.980 | .052         |                              |
|                                 | Instagram    | 230 | 38.97  | 15.066 |       |              |                              |
|                                 | Whatsapp     | 87  | 34.69  | 13.314 |       |              |                              |

\*p<.05

Üniversite öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre dindarlık ortalamaları ve alt boyutları olan inanç / etki, bilgi / ibadet ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır.

Üniversite öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre sosyal medya bağımlılığı toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur [F(2-375)=5.269; p=.006]. Farkın kaynağının belirlenmesi amacıyla yürütülen Tukey testi sonucunda Instagram kullanıcılarının sosyal medya bağımlılığı ortalamaları (ort=101.40) Whatsapp kullanıcılarının ortalamalarından (ort=89.98) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (p=.006).

Üniversite öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan meşguliyet alt ölçeği ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur [F(2-375)=8.007; p=.000]. Farkın kaynağının belirlenmesi amacıyla yürütülen Tukey testi sonucunda Instagram kullanıcılarının meşguliyet ortalamaları

(ort=36.37) Whatsapp kullanıcılarının ortalamalarından (ort=31.59) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (p=.001).

Üniversite öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan duygu durum düzenleme alt ölçeği ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur [F(2-375)=5.075; p=.007]. Farkın kaynağının belirlenmesi amacıyla yürütülen Tukey testi sonucunda Instagram kullanıcılarının duygu durum düzenleme ortalamaları (ort=14.19) Whatsapp kullanıcılarının ortalamalarından (ort=12.05) anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (p=.005). Diğer alt ölçek ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır.

### 1.3. Giresun Üniversitesi Öğrencilerinin Dindarlık Düzeyleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri Arasındaki İlişkiler

Tablo 12’de Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık puanları ile sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki Pearson korelasyon analizi bulguları verilmiştir.

**Tablo 12.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık puanları ile sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki Pearson korelasyon analizi bulguları

|                                    | 1       | 2       | 3       | 4      | 5      | 6      | 7      |
|------------------------------------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|
| 1. Dindarlık Toplam                | 1       |         |         |        |        |        |        |
| 2. İnanç / Etki                    | .901**  | 1       |         |        |        |        |        |
| 3. Bilgi / İbadet                  | .858**  | .551**  | 1       |        |        |        |        |
| 4. Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam | -.165** | -.083   | -.219** | 1      |        |        |        |
| 5. Meşguliyet                      | -.170** | -.050   | -.268** | .841** | 1      |        |        |
| 6. Duygu Durum Düzenleme           | -.086   | .018    | -.186** | .740** | .643** | 1      |        |
| 7. Tekrarlama                      | -.030   | -.013   | -.043   | .773** | .579** | .481** | 1      |
| 8. Çatışma                         | -.171** | -.134** | -.171** | .892** | .562** | .510** | .636** |

\*\*p<.01; \*p<.05

Üniversite öğrencilerinin dindarlık puanları ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanları arasında (r=-.165; p=.001) ve alt boyutları meşguliyet (r=-.170; p=.001) ve çatışma (r=-.171; p=.001) puanları arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunurken, dindarlığın sosyal medya bağımlılığının diğer alt boyutları olan duygu durum düzenleme ve tekrarlama ile anlamlı ilişkisi bulunmamıştır. Dindarlık arttıkça sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları olan meşguliyet ve çatışma düzeyi azalmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin dindarlık alt boyutu olan inanç / etki alt ölçeğinden aldıkları puanlar ile sosyal medya bağımlılığı alt boyutu olan çatışma alt ölçeğinden aldıkları puanlar arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ( $r=-.134$ ;  $p=.007$ ). Üniversite öğrencilerinin inanç / etki düzeyi azaldıkça çatışma düzeyleri artmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin dindarlık alt boyutu olan inanç / etki alt ölçeğinden aldıkları puanlar ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanları arasında ( $r=-.219$ ;  $p=.000$ ) ve alt boyutları olan meşguliyet ( $r=-.268$ ;  $p=.000$ ), duygu durum düzenleme ( $r=-.186$ ;  $p=.000$ ) ve çatışma ( $r=-.171$ ;  $p=.001$ ) puanları arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin inanç / etki düzeyleri azaldıkça sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları olan meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma düzeyleri artmaktadır.

Tablo 13'te Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık düzeylerinde yordayıcı etkisi olabilecek değişkenlerle yürütülen çoklu regresyon analizi bulguları verilmiştir.

**Tablo 13.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık düzeylerinde yordayıcı etkisi olabilecek değişkenlerle yürütülen çoklu regresyon analizi bulguları

|                         | r    | r <sup>2</sup> | B      | SH    | β     | t      | p     |
|-------------------------|------|----------------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Sabit                   |      |                | 35.958 | 2.238 |       | 16.070 | .000* |
| Yaş                     |      |                | .061   | .088  | .044  | .696   | .487  |
| Cinsiyet                |      |                | -1.469 | .594  | -.115 | -2.475 | .014* |
| Medeni Durum            |      |                | 1.744  | 1.388 | .074  | 1.257  | .210  |
| Fakülte                 |      |                | 5.302  | .663  | .469  | 7.996  | .000* |
| Üniversitede geçen süre | .535 | .286           | -.263  | .209  | -.074 | -1.256 | .210  |
| Anne Eğitim             |      |                | -.469  | .195  | -.115 | -2.403 | .017* |
| Meşguliyet              |      |                | -.001  | .032  | -.002 | -.035  | .972  |
| Çatışma                 |      |                | -.064  | .021  | -.168 | -3.043 | .003* |

\* $p<.05$  [ $F(8-345)=17.259$ ;  $p=.000$ ]

Üniversite öğrencilerin dindarlık düzeyleri ile ilişkili olduğu daha önceki analizlerle belirlenen değişkenlerin dindarlık üzerindeki yordayıcı etkilerine ilişkin çoklu regresyon analizi sonucunda elde edilen modelin anlamlı olduğu [ $F(8-345)=17.259$ ;  $p=.000$ ]; modele giren yaş, cinsiyet, medeni durum, fakülte, üniversitede geçen süre, anne eğitim düzeyi, sosyal medya ile meşguliyet ve çatışma bağımsız değişkenlerinin dindarlık bağımlı değişkenindeki varyansın %28.6'sını açıkladığı ( $r=.535$ ;  $r^2=.286$ ); varyansın açıklanmasında cinsiyet ( $t=-2.475$ ;  $p=.014$ ), fakülte ( $t=7.996$ ;  $p=.000$ ), anne



eğitim düzeyi ( $t=-2.403$ ;  $p=.017$ ) ve sosyal medya bağımlılığına ilişkin çatışma düzeyi ( $t=-3.043$ ;  $p=.003$ ) değişkenlerinin payının anlamlı olduğu geriye kalan yaş, medeni durum, üniversitede geçen süre ve sosyal medya ile meşguliyyetin dindarlık üzerinde anlamlı aıklayıcılıklarının bulunmadığı tespit edilmiştir.

## **2. YORUM VE DEĞERLENDİRME**

Bu bölümde istatistiksel analizler sonucunda elde ettiğimiz bulgular tartışılarak yorumlanacaktır.

### **2.1. Demografik Yapının Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlişkisinin Değerlendirilmesi**

Bu başlık altında katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ve dindarlık düzeylerinin demografik değişkenler açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermedikleri ve bazı demografik değişkenlerle ilişkileri incelenmiş ve sonuçlar değerlendirilmiştir.

#### **2.1.1. Cinsiyete Göre Dindarlık Düzeyleri**

Araştırmamızın sonuçlarına baktığımızda Giresun  niversitesi  ğrencilerinin dindarlık düzeylerinin **cinsiyet durumuna** göre birbirinden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığını görmekteyiz. Bu sonuca göre kadın öğrencilerin dindarlık düzeyleri (inanç/etki boyutunda) erkek öğrencilerden yüksektir. Bu durumda bizim “Giresun  niversitesi  ğrencilerinin cinsiyetlerine göre dindarlık düzeyleri arasında anlamlı fark yoktur.” şeklindeki **1. hipotezimiz doğrulanmamıştır.**

Dindarlık ve cinsiyet ilişkisi bugüne kadar yapılan birçok çalışmada ele alınmış ve hala daha ele alınmaya da devam etmektedir. Literatür taramamızda cinsiyete göre dindarlık düzeyinin değişkenlik gösterdiği sonucuna ulaşan çalışmalar mevcut olsa da son yıllarda yapılan çalışmalarda dindarlık düzeyinde cinsiyet temelli bir farklılık gözükmediği sonucuna daha sık rastlanmaktadır.

Araştırmamızın sonucunda ortaya çıkan kadınların daha dindar olduğu d şncesini destekleyen çalışmalardan birine Güven’in tez çalışmasını örnek gösterebiliriz. Güven’in çalışma sonucuna göre dindarlık puanları dört alt boyutun hepsinde kadınların lehine sonuçlanmıştır. Bu çalışmada kadınların dindarlık düzeyleri dindarlığın bütün alt

boyutlarında erkeklerden daha yüksek görülmüştür.<sup>200</sup> Aynı zamanda Yapıcı'nın ruh sağlığı ve din üzerine yaptığı araştırmada kadınların dindarlık düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek olduğunu<sup>201</sup>, yine üniversite öğrencileri üzerine yapılan bir çalışmada da kadınların dini yaşantı düzeyinin erkeklere göre daha yüksek bulunduğunu gösteren sonuçlara ulaşılmıştır.<sup>202</sup>

Maneviyat ve sosyal medya bağımlılığını inceleyen çalışmaların birinde maneviyat ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı incelenmiş, sonuç kadınların lehine olmuştur. Bu çalışmaya göre kadınlar başa çıkma, aşkınlık, yaşantı, bağlantı alt boyutlarında erkeklere göre yüksek düzeyde farklılık göstermişlerdir ve bunun sebebi çalışmada kişilik özelliklerine bağlanarak açıklanmaya çalışılmıştır.<sup>203</sup> Yine yapılan bir çalışmada dindarlık ve ibadet/bilgi boyutunda kadınların lehine anlamlı bir farklılık ortaya çıkarırken; inanç/etki boyutunda cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir.<sup>204</sup>

Toplumda var olan genel kabul kadınların dindarlık düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek olduğu şeklindedir. Yani bu konuda hakim olan görüş araştırma sonucumuz ile aynı doğrultudadır denilebilir. Bu görüşü destekleyebilecek birçok açıklama da mevcuttur.<sup>205</sup> Yapılan bu açıklamalardan bazıları bizim araştırma sonucumuzda etkili olmuş olabilir.

Nitekim bu açıklamalardan biri ataerkil toplumlardaki cinsiyet anlayışına vurgu yapmaktadır. Böyle toplumlarda kızlar çoğunlukla daha güçlü sorumluluk bilinciyle hareket etmekte ve itaatkar olma konusunda erkeklere nazaran daha az zorlanmaktadır. Bu durumun kadınların dine yönelmelerinde etkisinin olduğu düşünülüyor olabilir. Zira bizim toplumumuz da her ne kadar son yıllar da bu durum değişmeye başlasa da yapı

---

<sup>200</sup> Güven, *Depresyon ve Dindarlık İlişkisi*, 101.

<sup>201</sup> Bu konuda bk. Yapıcı, *Ruh Sağlığı ve Din*.

<sup>202</sup> Mehmet Ali Kirman, *Din ve Sekülerleşme Üniversite Gençliği Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma* (Adana: Karahan Kitabevi, 2005).

<sup>203</sup> Birsen Demiroğlu, *Yetişkinlerin Maneviyat ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021), 145.

<sup>204</sup> Ali Ayten, *Prososyal Davranışlarda Dindarlık ve Empatinin Rolü* (İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Doktora Tezi, 2009), 119.

<sup>205</sup> Asım Yapıcı, "Türk Toplumunda Cinsiyete Göre Dindarlık Farklılaşması: Bir Meta-Analiz Denemesi" 17/2 (2012), 10-11.

itibariyle hala daha ataerkil bir toplum özelliği taşımaktadır. Bu sebeple bu açıklama sonucumuzu etkileyen sebeplerden biri olarak gösterilebilir.

Diğer bir açıklama ise dinin telafi edici gücüne bağlanarak yapılmıştır. Toplumda genelde kadınların meslek edinme, ekonomik bağımsızlık kazanma gibi konularda daha çok engellerle karşılaştığı görüşü hakimdir. Bu düşünceye göre kadınların yaşadığı bu engellemeyi, kendilerinde olan bu eksiklik duygusunu dinin telafi edeceği düşüncesi daha yoğundur. Toplumda bu durumun kadınları daha çok dine yönelmeye sevk ettiği gibi bir algı oluşmuş olabilir.

Çalışma hayatında kadının çok yer almadığı düşüncesi temelinde yapılan açıklamaya bakıldığında kadınların dini ibadetlere, dini konulara daha fazla vakit ayırabileceği inancı, kadınların dindarlık seviyelerinin erkeklere göre daha yüksek olacağı fikrine sebebiyet veriyor olabilir.

Kadınların erkeklere nazaran daha dindar olduğu düşüncesi toplumun genel kabulü olsa da literatür taramamızda yapılan araştırmaların çok azının kadınların dindarlık düzeylerinin erkeklerden fazla olduğunu gösterdiği görülmüştür.

Araştırma sonucumuzu desteklemeyen daha açık bir ifadeyle erkeklerin dindarlık düzeylerinin daha yüksek olduğunu gösteren bulguların yer aldığı çalışmalar da mevcuttur. Örneğin; Varsak'ın çalışmasında cinsiyet değişkeni ve dini inanç ilişkisi incelenmiş ve erkeklerin temel ibadetleri uygulamayı içeren inanç ve uygulamalarının kız öğrencilere göre pozitif yönde farklılaştığı tespit edilmiştir.<sup>206</sup> Yani erkekler namaz, oruç gibi temel ibadetleri yerine getirme konusunda kızlara göre daha çok özen göstermektedir. Yine yapılan bir çalışma sonucunda erkek öğrencilerin dini inanç puan ortalamalarının kızlara göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür.<sup>207</sup>

Her ne kadar hipotezimiz doğrulanmasa da bize göre ise cinsiyet, dindarlık olgusunda etkisiz değildir ancak anlamlı şekilde farklılığa sebebiyet verecek bir değişken de değildir. Nitekim ataerkil yapıya sahip toplumlarda kadınların baskı altında olması aykırı sonuçlara da sebebiyet verebilir yahut kadınların çalışma hayatında etkin

<sup>206</sup> Varsak, "Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği".

<sup>207</sup> Mevlüt Kaya-Cüneyd Aydın, "Üniversite Öğrencilerinin Dini İnanç ile Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi* 30 (2011), 15-42.

olmadığı düşüncesi günümüz toplumunda değişmiştir. Artık kadınlar çalışma hayatının merkezinde gözükmektedir. Bu durumda bu görüşün, tam tersine dönme ihtimali oldukça yüksektir olmalıdır.

Kadınların daha dindar olacağı düşüncesini desteklemek amaçlı yapılan yorumların aksini gösteren birçok sonuca ulaşmak mümkündür. Yine tarihi sahneye bakıldığında kadın olup dini anlamda çok iyi mertebelere ulaştığı bilinen kimselerin varlığı da bilinmektedir. Bu konuda birbirinden farklı birçok açıklamanın olması da aslında cinsiyetin tam manasıyla dindarlığı etki altına alan bir değişken olarak görülemeyeceği ve cinsiyete göre bir farklılaşmanın olduğu görülen sonuçların genellenemeyeceği konusunda bize bir fikir vermektedir. Nitekim son zamanlarda yapılan çalışmalarda çoğu zaman cinsiyet ve dindarlık arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.<sup>208</sup> Yapıcı'nın Meta-Analiz şeklinde olan çalışması da bizim bu düşüncemizi desteklemektedir.<sup>209</sup> Biz bu sebeple bu konuda genelleme yapabilmek için daha derin araştırmaların yapılması gerektiği kanaatini taşımaktayız.

### 2.1.2. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri

Araştırmamızın sonuçlarına baktığımızda Giresun Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin **cinsiyet durumuna göre** birbirinden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığını görmekteyiz. Bu sonuca göre kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri erkek öğrencilerden yüksektir. Bu durumda “Kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri erkek öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksektir.” şeklindeki **2. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı sonucuna ulaşan çalışmalar yeterli sayıda olmasa da mevcuttur. Ancak literatüre baktığımızda araştırmamızda ortaya çıkan sonucu destekleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Anlamlı şekilde farklılığın tespit edildiği çalışmalarda da sosyal medya bağımlılık düzeylerinin erkeklerde daha fazla gözlemlendiği sonucuna varılmıştır. Örneğin

---

<sup>208</sup> Yusuf Öztürk, *Ergenlerde Dindarlık ile Öznel İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Çarşamba Örneği)* (Çorum: Hitit Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017), 51.

<sup>209</sup> Yapıcı, “Türk Toplumunda Cinsiyete Göre Dindarlık Farklılaşması: Bir Meta-Analiz Denemesi”.

Esen'in çalışmasında erkek öğrencilerin internet bağımlılığı düzeylerinin kız öğrencilere göre anlamlı şekilde yüksek olduğu görülmüştür.<sup>210</sup>

Aynı şekilde Öztürk'ün çalışmasında öğrencilerin cinsiyete göre sosyal medya bağımlılıkları karşılaştırılmış; meşguliyet, duygu durum düzenleme, çatışma alt boyutları ve sosyal medya toplam puanlarında cinsiyete göre anlamlı farklılıklar görülmüş, tekrarlama boyutunda ise cinsiyete göre bir farklılık görülmemiştir.<sup>211</sup> Bu çalışma sonucuna göre erkek öğrencilerin meşguliyet, duygu durum düzenleme, çatışma alt boyutları ve sosyal medya toplam puanları kız öğrencilere göre yüksektir.

Sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin erkeklerde daha yüksek düzeyde olduğu bulgularına sahip bazı çalışmalara bakıldığında aslında kadınların bazı alt boyutlarda erkeklere göre daha yüksek düzeyde bağımlılık gösterdikleri ancak bunun kadınlar için anlamlı bir farklılık oluşturmadığı sonucuna varılmıştır. Yani bazı sonuçlara bakıldığında kadınlar sosyal medya bağımlılığının bazı alt boyutlarında erkeklere göre daha yüksek puanlara sahip olmasında rağmen, bu sonuçlar araştırmada anlamlı fark oluşturacak yahut anlamlı bir ilişkiyi ortaya çıkaracak kadar kuvvetli gözükmemektedir.

Tutgun Ünal'ın çalışmasında da kızların meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt boyutlarında erkeklerden daha yüksek düzeyde bağımlılık gösterdikleri görülmektedir.<sup>212</sup> Yani kadınlar erkeklere oranla sosyal medyayla daha çok meşgul olmakta ve sosyal medyadan daha çok duygusal destek almaktadırlar denilebilir. Ancak bu farklılık anlamlı değildir.

Bazı çalışma bulguları da cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı düzeyinin anlamlı şekilde farklılaşmadığını bize gösterir. Örneğin Türkdoğan'ın çalışmasının sonuçlarına bakıldığında sosyal medya bağımlılığı düzeyi ve cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı, her iki cinsiyetin de az bağımlı düzeyde olduğu,<sup>213</sup> Çömlekçi'nin ve Başol'un çalışmasına bakıldığında kadınların sosyal medyayı daha fazla kullanmasına rağmen cinsiyetin bağımlılık üzerinde fark yaratan bir değişken olmadığı, kadınların ve

---

<sup>210</sup> Erol Esen, *Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi* (İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2010).

<sup>211</sup> Zafer Özdemir, "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı", *Beykoz Akademi Dergisi* 7/2 (2019), 96.

<sup>212</sup> Tutgun Ünal, *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*.

<sup>213</sup> Demir Türkdoğan, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği*, 51.

erkeklerin sosyal medya bağımlılık seviyeleri arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı görülmüştür.<sup>214</sup>

Deniz ve Gürültü'nün çalışmasında kızların meşguliyet boyutunda erkeklere göre daha yüksek düzeyde bağımlılık gösterdikleri ancak sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarından ve diğer alt ölçeklerde anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür.<sup>215</sup> Yine Tutgun Önal'ın tez çalışmasında üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği görülmektedir.

Yukarıda örnek olarak sunduğumuz çalışma bulgularına bakıldığında ve literatür incelemesi yapıldığında cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı yahut internet bağımlılığı düzeylerinde ortaya çıkan sonuçların tutarsız olduğu görülmektedir. Genel olarak cinsiyetin bu tür bir bağımlılık üzerinde fark yaratan bir değişken olmamasının sebebini günümüzde sosyal medyayı kullanım amaçlarının iki taraf için de çoğu zaman ortak olması olarak görebiliriz. Başka bir ifadeyle sosyal medya iki taraf için de çoğu zaman fikir alışverişinde bulunma, boş zaman değerlendirme, eğlenme gibi ortak amaçlar için kullanıldığından cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığında çok ciddi farklılıklar gözlenmemiş olabilir. Bizim bu düşüncemizi Çömlekçi'nin araştırma sonucu destekler. Çömlekçi'nin çalışmasına bakıldığında kadınlar ve erkeklerin sosyal medya kullanım amaçları arasındaki farklılıklar incelenmiş ve tüm kullanım amaçları için cinsiyete dayalı bir farklılığın olmadığı görülmüştür.<sup>216</sup> Yine kadın erkek ayrımı olmadan neredeyse toplumun her kesiminin internete ulaşım olanağına sahip olması sebep olarak gösterilebilir. Çalışmamızda kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin yüksek çıkmasının sebebi katılımcı olarak kız öğrencilerin sayısının erkek öğrencilere göre daha fazla olması olabilir.

### 2.1.3. Medeni Duruma Göre Dindarlık Düzeyleri

17. Araştırmamızın sonucuna göre Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık düzeylerinin **medeni duruma göre** birbirinden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığını söyleyebiliriz. Bu sonuca göre bekar üniversite öğrencilerinin dindarlık

---

<sup>214</sup> Çömlekçi-Başol, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi", 182.

<sup>215</sup> Deniz-Gürültü, "Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları", 360.

<sup>216</sup> Çömlekçi-Başol, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi", 182.

düzeyi evli öğrencilere göre daha düşük çıkmıştır. Bu durumda “Evli olan öğrencilerin dindarlık düzeyleri evli olmayan öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksektir.” şeklindeki **3. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Literatürde araştırma sonucumuzu destekleyen birçok çalışma mevcuttur ancak bu sonucumuzu desteklemeyen çalışmalara tarafımızdan rastlanmamıştır. Bizi destekleyen bu çalışmalardan birine Türkiye’de dindarlık ve kadın üzerine bir değerlendirmenin yapıldığı Uysal’ın çalışması örnek olarak gösterilebilir. Uysal bu çalışmasında dindarlık ve medeni durum arasındaki ilişkiyi ele alıp, incelenmiştir. Bu inceleme sonucuna bakıldığında evli olan grubun hem genel dindarlık düzeylerinin hem de dindarlığın etki ve tecrübe boyutlarındaki puanlarının bekar gruba göre daha yüksek olduğu görülmektedir.<sup>217</sup> Yine medeni durum değişkenine göre dindarlık düzeyinin ölçüldüğü Güven’in çalışması da bizi destekler niteliktedir. Bu çalışmada evlilerin bekarlara kıyasla dindarlığın her boyutunda daha yüksek puanlar aldığı gözlemlenmiştir.<sup>218</sup>

Medeni duruma göre dindarlık düzeylerinin incelendiği çalışmalarda evlilerin bekarlara oranla dindarlık düzeylerinin yüksek çıkmasının birçok sebebi olabilir. Bunlardan biri olarak evli olan bireylerin daha düzenli bir hayata sahip olmaları, sorumluluklarının daha üst seviyede olması ve bu konudaki farkındalıkları gösterilebilir. Nitekim sorumluluklarının farkında olan birinin dini sorumlulukları konusunda da daha dikkatli davranması beklenen bir sonuçtur. Bekarların ise düzenli bir hayattan uzak olmaları ve sorumluluklarının evlilere göre daha az olması, sonucu etkiler nitelikte gözükmektedir.<sup>219</sup> Yine aynı şekilde evli bireylerin çocuklarını daha iyi yetiştirme istekleri ve onlara örnek olma ihtiyacı hissetmeleri de dindarlığın evli bireylerde artmasında etkisi olan sebepler arasında sayılabilir.<sup>220</sup>

#### **2.1.4. Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri**

**18.** Araştırmamızın sonucuna göre Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık gibi sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin de **medeni duruma göre** birbirinden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığını söyleyebiliriz. Bu sonuca göre bekar öğrencilerin

---

<sup>217</sup> Uysal, *Türkiye’de Dindarlık ve Kadın*, 82.

<sup>218</sup> Güven, *Depresyon ve Dindarlık İlişkisi*, 104. Ayrıca bk. Yasin Samet Kazel, *Orta Yetişkinlik Döneminde Sorumluluk ve Dindarlık İlişkisi* (Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, 2022), 54.

<sup>219</sup> Ayten, *Prososyal Davranışlarda Dindarlık ve Empatinin Rolü*, 129.

<sup>220</sup> Yoğurtçu, *Yetişkinlerde Dindarlık ve Ruh Sağlığı*, 54-55.

sosyal medya bağımlılığı düzeyleri evli öğrencilere göre daha yüksektir. Bu durumda “Evli olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi evli olmayan öğrencilere göre anlamlı düzeyde düşüktür.” şeklindeki **4. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Literatürdeki araştırmalara bakıldığında bu araştırmaya benzer bulgulara rastlamak mümkündür. Ancak bu sonucu desteklemeyen çalışma bulguları da mevcuttur.

Sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan ve bekar kişilerin sosyal medya bağımlılığında evli kişilere göre artış gözlemlendiği tespit edilen Enginyurt’un çalışmasını,<sup>221</sup> yine Türkiye’de sosyal medya bağımlılığı ve kullanımı üzerine yapılan ve bekarların sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin evlilere göre anlamlı derecede yüksek bulunduğu Uslu’nun çalışmasını bizim sonucumuzu destekleyici olarak gösterebiliriz.<sup>222</sup>

Bazı çalışma bulguları ise, medeni durum ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığını yahut medeni duruma göre sosyal medya bağımlılığı arasında farklılıklar olsa da bu farklılıkların anlamlı farklılıklar olmadığını gösterir niteliktedir. Nitekim Eren’in 18-30 yaş aralığındaki kişiler üzerinde sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumunu incelediği çalışmasında sosyal medya bağımlılığının medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermediği, bekarların evlilere oranla sosyal medya bağımlılığı yüksek olsa da bunun anlamlı bir farklılık oluşturmadığı tespit edilmiştir.<sup>223</sup> Yine Ateş’in çalışmasında sosyal medya bağımlılığı ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamış, hatta bu çalışmada evli bireylerin bekar bireylere göre sosyal medya bağımlılıklarının yüksek olduğu saptanmıştır.<sup>224</sup> Ancak Ateş, bu çalışmada araştırmaya katılan bireylerden çok azının evli olduğunu ve bu durumun sonucu etkilemiş olabileceğini ifade etmektedir.

---

<sup>221</sup> Hasretnur Enginyurt, *Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Pozitif-Negatif Duygu Durum Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 42.

<sup>222</sup> Mustafa Uslu, “Türkiye’de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması”, *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi* 6/2 (2021), 383.

<sup>223</sup> Feyat Eren, *18-30 Yaş Arasındaki Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doyumu Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020), 64.

<sup>224</sup> Perihan Ateş, *Üniversite Öğrencilerinde Duygusal Zekanın Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisi* (İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2018), 47.



Yukarıda örnek olarak sunulan çalışma bulgularından fark edildiği gibi literatür taramamızda da medeni duruma göre sosyal medya bağımlılığı düzeyleri açısından sonuçların sıklıkla değişime uğradığı görülmüştür. Araştırmaya katılan kimselerin günümüzde sosyal medyaya ulaşmada herkesle eşit fırsata sahip olması ya da çalışmaya katılan kimseler arasında evli bireylerin sayısının çalışma grubuna göre az olması, sonuçları bu doğrultuda etkilemiş olabilir. Nitekim başka araştırmalarda araştırma grubunun niteliklerine ve değişkenlerin dağılım oranına göre farklı sonuçların çıkması da mümkündür. Bizim çalışmamızda evli bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin düşük çıkmasının sebebi ise çalışmaya katılan bireylerde evli olanların sayısının düşük olması gösterilebilir.

#### **2.1.5. Yaşanılan Yere Göre Dindarlık Düzeyleri**

Araştırmamızın sonucuna göre Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık düzeylerinin **Giresun’da yaşadıkları yere göre** birbirinden istatistiksel olarak anlamlı bir düzeyde farklılaşmadığını söyleyebiliriz. Daha açık bir ifadeyle araştırmamızda Giresun Üniversitesi öğrencilerinin yurttan kalma, aile yanında veya yalnız yaşama gibi yaşadığı yer değişkenine göre dindarlık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma mevcut değildir. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre dindarlık düzeyleri arasında anlamlı fark yoktur.” şeklindeki **5. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Yaşanılan yere göre dindarlık düzeylerinde anlamlı bir farklılığın olmamasının sebebi bireylerin kişilik özellikleri, buldukları ortamlardaki arkadaşlarının dini eğilimleri, araştırmaya katılanların ailelerinin muhafazakar olup olmaması durumu, internete ulaşım gibi birçok etken olabilir. Bu etkenler sürekli olarak katılımcıların değişmesiyle değişecek olduğundan sonuçlar da sıklıkla değişim gösterecektir. Bu sebeple yaşanılan yerin dindarlık düzeyleri üzerinde yeteri derecede anlamlı bir etkiye sahip olmadığını düşünmekteyiz. Araştırma sonucumuz da bizim bu düşüncemizi destekler niteliktedir.

Literatür taramamızda bizim sunduğumuz seçenekler doğrultusunda yaşanılan yer değişkenine göre dindarlık düzeyinin incelendiği çalışmaların çok az olduğu

görülmüştür. Sınırlı çalışmalar içerisinde araştırma sonucumuzu kısmen destekleyen bulgular olduğu gibi desteklemeyen bulguların da mevcut olduğunu söyleyebiliriz.

Acat'ın ergenler üzerinde yaptığı çalışmada bireylerin dindarlıkları ile aile yanında kalmaları veya yurt ve pansiyonda kalmaları arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu gözlemlenmiştir. Ancak bireylerde yurt ve pansiyonda kalmak dindarlığın ibadet/bilgi boyutunda anlamlı bir ilişkiyi ortaya çıkarırken; aile yanında kalmak veya yurt ya da pansiyonda kalmak dindarlığın genelinde ve inanç/etki boyutunda anlamlı bir ilişkiye sebebiyet vermemektedir. Bu açıdan bakıldığında sonucumuz kısmen desteklenmektedir.<sup>225</sup> Acat'ın bu çalışmasında elde edilen bulgulara göre yurt ya da pansiyonda kalan bireylerin namaz kılma, oruç tutma, Kur'an okuma ve ibadet etme gibi dindarlıkla ilgili konularda ailesiyle yaşayanlardan daha yüksek ortalamalara sahip olduğu gözükmemektedir. Bu durumun sebebi yurtlarda var olan disiplin ve sorumluluk anlayışının dini bilgiyi öğrenme ve ibadet sorumluluklarını yerine getirmede olumlu etkiye sahip olması gösterilebilir. Araştırmaya katılan bireylerin bulunduğu yurt içerisindeki arkadaş grubunun dini yönelimleri yahut bu bireylerin kaldıkları yurtların dini amaç güden ve öğrencileri yönlendirebilecek bir yapıya sahip olan yurtlar olması bu sonucun ortaya çıkmasında etken olabilir.

Bodur'un İlahiyat Fakültesi öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada ise öğrencilerin kaldığı yer ile dindarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin tespit edilmesi ise bizim sonucumuzu desteklememektedir.<sup>226</sup> Çalışmaya göre en yüksek dindarlık sonucu KYK yurtlarında yaşayan ve dini grup ve hareketlere bağlı olan ev ya da yurtlarda yaşayan öğrencilere aittir. Bu sonucun ortaya çıkma sebebi araştırmaya katılan bireylerin kaldıkları yurttaki arkadaş ortamlarının dini eğilimli olması ve bu bireylerin arkadaş çevreleri tarafından aileye nazaran daha kolay yönlendirilebilecek yaş seviyelerinde olmaları olabilir. Aynı şekilde dini grup ve hareketlere bağlı yurtlarda sıklıkla dini eğitimlerin verilmesi, dini görev ve sorumluluklara karşı hassasiyetin diğer yerlere göre daha yüksek düzeyde olması bu sonucun ortaya çıkmasına etken olmuş olabilir.

---

<sup>225</sup> Betül Acat, *Ergenlerde Dindarlık, Değerler, İnternet Bağımlılığı ve Hayat Memnuniyeti İlişkisi* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans, 2019), 66.

<sup>226</sup> Bodur Hüsnü Ezber, "İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi", *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi* 30 (2017), 347.

### 2.1.6. Yaşanılan Yere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri

Araştırmamızın sonucuna göre Giresun Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin **Giresun’da yaşadıkları yere göre** istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığını söyleyebiliriz. Bir başka deyişle devlet yurdu, özel yurt ya da ev arkadaşlarıyla yaşayanların sosyal medya bağımlılığı toplam puan ortalamaları aileleriyle, akrabalarıyla ya da yalnız yaşayanların ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin Giresun’da yaşadıkları yere göre sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı fark vardır.” şeklindeki **6. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Literatür taramamızda bizim sunduğumuz seçenekler doğrultusunda yaşanılan yer değişkenine göre sosyal medya bağımlılığının incelendiği bir çalışma sonucuna rastlamadık. Ancak yaşanılan yere göre internet bağımlılığı, akıllı telefon bağımlılığının incelendiği çalışmaların sınırlı sayıda olsa da mevcut olduğunu söyleyebiliriz. Bu sınırlı çalışmalar içerisinde ise araştırma sonucumuzu kısmen destekleyen bulguların var olduğunu söyleyebiliriz.

Akdağ, Yılmaz, Özhan ve Şan’ın üniversite öğrencileri üzerinde internet bağımlılığını çeşitli değişkenler açısından inceledikleri çalışmada, yaşanılan yer değişkenine göre internet bağımlılığının kontrol kaybı boyutunda anlamlı farklılıklar görülmüştür. Ancak genel itibarıyla bakıldığında bu çalışmada yaşanılan yerin kontrol kaybı boyutu dışında anlamlı farklılığa sebep olmaması, bu değişkenin bağımlılık üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını göstermektedir.<sup>227</sup> Bu çalışmaya göre kontrol kaybı boyutunda gözükten farklılık ailesi yanında kalanlar ile özel yurttaki kalanlar arasında ortaya çıkmaktadır. Bunun sebebi ise aile ortamında kalan bireylerin daha fazla kontrol altında olmaları ve aileleri tarafından kısıtlanmaları olabilir. Özel yurtlarda veya devlet yurtlarında kalan öğrencilerin yurt tarafından verilen sınırsız internet olanağına sahip olması da etken olarak gözükebilir. Bu çalışmanın geneline bakıldığında, elde edilen bulgular bizim sonucumuzu kısmen destekler niteliktedir.

---

<sup>227</sup> Mustafa Akdağ vd., “Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılıklarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (İnönü Üniversitesi Örneği)”, *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 15/1 (2014), 90.

Bekar'ın üniversite öğrencileri üzerinde çeşitli bağımlılıkları incelediği çalışma bulgularına bakıldığında, yaşanan yer göre akıllı telefon bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık görülmezken; internet bağımlılığı arasında anlamlı şekilde farklılaşmanın olduğu görülmektedir. Bu bulgulara göre kendine ait odası olan kişilerde akıllı telefon bağımlılığı düşükken, internet bağımlılığı düzeyi yüksek bulunmuştur. Bu sonuç da bizim düşüncemizi kısmen destekler niteliktedir. Bu durumun sebebi araştırmaya katılan bireylerin kişilik özellikleriyle alakalı olabilir.<sup>228</sup>

### 2.1.7. Eğitim Görülen Fakülteleere Göre Dindarlık Düzeyleri

19. Araştırmamızın sonucuna göre Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık düzeyleri **eğitim gördükleri fakülteleere göre** birbirinden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bu sonuca göre İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin dindarlık düzeyleri analize dahil edilen Eğitim Fakültesi öğrencilerinden yüksektir. Bu durumda “İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin dindarlık düzeyleri diğer fakülte öğrencilerine göre anlamlı düzeyde yüksektir.” şeklindeki **7. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Araştırmamızın sonucuna göre İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin dindarlık düzeyleri analize katılan Eğitim Fakültesi öğrencilerine göre daha yüksektir. Bu sonucumuzu destekleyen birçok çalışma da mevcuttur.

Literatüre bakıldığında İslami İlimler Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin yahut dini eğitim gören İmam Hatip Liseleri öğrencilerinin dindarlık düzeylerinin diğer okullarda eğitim gören öğrencilere nazaran daha yüksek çıktığı bulgusuna sahip çalışmaların daha çok olduğu görülmektedir. Örneğin; Acat'ın çalışmasında İmam Hatip öğrencilerinin dindarlık eğilimleri araştırmaya katılan diğer okulların öğrencilerine göre daha yüksek çıkmıştır.<sup>229</sup> İmam Hatip Liseleri İslami İlimler veya İlahiyat Fakültelerinin alt yapısını hazırlayan bir okul türü olarak değerlendirildiğinde bu çalışma, sonucumuzu destekler niteliktedir. Yine aynı şekilde Kaya ve Aydın'ın çalışmasında İlahiyat öğrencilerinin dini inanç ve ahlaki olgunluk ortalamaları diğer

<sup>228</sup> Türker Bekar, *Üniversite Öğrencilerinde Teknoloji ile İlgili Bağımlılıklar ve İlişkili Faktörler* (Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Uzmanlık Tezi, 2018), 50-51.

<sup>229</sup> Acat Betül, *Ergenlerde Dindarlık, Değerler, İnternet Bağımlılığı ve Hayat Memnuniyeti İlişkisi* (İstanbul: MARMARA ÜNİVERSİTESİ, Yüksek Lisans, 2019), 59-60.

bölüm öğrencilerine göre daha yüksek bulunmuştur.<sup>230</sup> Bu sonuçların temel sebebi olarak dini içerikli eğitimlerin bu tür okullarda yoğun bir program dahilinde veriliyor olması, burada eğitim alan öğrencilerin birçoğunun ailesinin muhafazakar bir yapıya sahip olduğu ve çocuklarını da bu şekilde yetiştirdiği düşüncesinin kuvvetli olması gösterilebilir.

### 2.1.8. Eğitim Görülen Fakülteleere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri

**20.** Araştırmamızın diğer bir sonucuna göre Giresun Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri **eğitim aldıkları fakülteleere göre** birbirinden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır. Bu sonuca göre İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile Eğitim Fakültesi öğrencileri arasında anlamlı bir fark yoktur. Bu durumda “İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri diğer fakülte öğrencilerine göre daha anlamlı düzeyde düşüktür.” şeklindeki **8. hipotezimiz doğrulanmamıştır.**

Literatüre baktığımızda sonucumuzu destekleyen çalışmalar olduğu gibi desteklemeyen çalışmalar da elbette mevcuttur. Örneğin; Varsak'ın<sup>231</sup> Deniz ve Gürültü'nün<sup>232</sup> çalışma sonucu ve Türkdogan'ın çalışmasında yer alan İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının alt ölçekleri olan meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma boyutundaki sonucu bizim sonucumuzu desteklemiyorken aynı çalışmada tekrarlamada boyutunda ortaya çıkan sonuç bizim sonucumuzu desteklemektedir.<sup>233</sup> Yine aynı şekilde İlahiyat Fakültesi öğrencileri arasında yapılan bir çalışmada öğrencilerin azımsanmayacak bir çoğunluğunun sosyal medyayı aktif kullandığı ve bu sebeple dini ibadetleri yerine getirmede sıkıntı yaşadıkları görülmüştür.<sup>234</sup>

Sosyal medya bağımlılığı davranışsal bir bağımlılık türüdür. Sosyal medya ve unsurları içerik açısından, kolaylık açısından, sunduğu fırsatlar açısından ne kadar faydalı olsa da bağımlılığa dönüştüğünde artık zararları açısından değerlendirilmelidir. Dinlerin ise

<sup>230</sup> Kaya-Aydın, “Üniversite Öğrencilerinin Dini İnanç ile Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, 27.

<sup>231</sup> Varsak, “Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği”, 103.

<sup>232</sup> Deniz-Gürültü, “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları”, 361.

<sup>233</sup> Demir Türkdogan, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği*, 40-41.

<sup>234</sup> Muhammed Fatih Tekeli, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Din: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 157.

bağımlılığın her türüne karşı olduğunu ifade etmiştik. Bu bağlamda dinin sosyal medya bağımlılığıyla birçok noktada çatışacağı söylenebilir. Aynı zamanda dinlerin bu konularda sunduğu birçok çözüm de mevcuttur.

Dindar olan bir kimsenin de bu durumda sosyal medya bağımlılığı konusunda bilinçli olması, sosyal medya bağımlılığı yaşama ihtimalinin diğer kimselerden daha düşük olması beklenen bir sonuç gibi gözükmektedir. Ancak araştırma sonucu bu hipotezimizi desteklememiştir. Araştırmamızda bu sonucun elde edilmesinde birçok değişken etkili olmuş olabilir. Sosyal medyanın yoğun olarak hangi amaçla kullanıldığını bilmiyor oluşumuz bu sonuca etki eden değişkenler arasında sayılabilir.

### **2.1.9. Yaş ile Dindarlık İlişkisi**

Giresun Üniversitesi öğrencilerinin **yaşları** ile dindarlık düzeyleri arasındaki korelasyona baktığımızda ikisi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin varlığından bahsedebiliriz. Buna göre öğrencilerin yaşları arttıkça dindarlık düzeylerinde ve aynı zamanda dindarlığın bilgi/ibadet boyutunda da artış görülmektedir. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin yaşları arttıkça dindarlık düzeyleri artacaktır.” **şeklindeki 9. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Literatür taramamızda dindarlık ile yaş değişkenini inceleyen pek çok çalışmanın mevcut olduğunu gördük. Bu konudaki çalışmalar değerlendirildiğinde yaşın artmasıyla dindarlığın arttığını da söylememiz mümkündür. Yine aynı şekilde bu çalışmaların büyük bir çoğunluğunda 18-30 yaş aralığında dindarlık düzeyinde ciddi bir düşüşün olduğu, 30 yaşından sonra ise dindarlık seviyesinde sürekli bir artışın görüldüğü ifade edilmiştir. İncelediğimiz çalışmalarda dindarlık ve yaş arasında anlamlı bir ilişkinin varlığının, katılımcıların yaş aralıklarının daha geniş olduğu çalışmalarda daha kuvvetli şekilde ortaya çıktığını görmekteyiz. Bizim araştırmamızda ise bu fark çok belirgin şekilde görülmemektedir. Bunun temel sebebi olarak çalışma grubumuzun üniversite öğrencileri ile sınırlı olmasını gösterebiliriz.

Balcı Arvas ve Hökelekli'nin çalışmasında yaş ile dindarlık arasında pozitif bir ilişki gözlemlenmiş ve yaş arttıkça katılımcıların dindarlık düzeylerinin arttığı ifade

edilmiştir.<sup>235</sup> Bu açıdan bizim sonucumuz bu çalışma ile desteklenmektedir. Ancak çalışmada dindarlık düzeyi için yaş aralıklarına bakıldığında en düşük seviyenin 18-30 yaş aralığında tespit edildiği dikkat çekmektedir.

Dindarlığın yaş arttıkça arttığı sonucuna Ayten'in,<sup>236</sup> Mehmedoğlu'nun,<sup>237</sup> Göcen'in<sup>238</sup> çalışmalarında da ulaşılmıştır. Yine aynı şekilde Uysal'ın çalışmasında yaş arttıkça dinselliğin artış gösterdiği görülmektedir. Karaca'nın çalışmasında dindarlık ve yaş ilişkisi sonuçlarına bakıldığında ise çok anlamlı bir düzeyde olmasa da 23-39 ve 40-59 yaş aralığında bulunan kişilerin dindarlık düzeyleri ergenliğin son dönemindeki kişilerin dindarlık düzeylerinden daha yüksek gözükmektedir. Ancak bu çalışmada 23-39 ve 40-59 yaş aralıklarında yer alan kimselerin dindarlık düzeylerinin yaşlılardan da yüksek görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır.<sup>239</sup> Yani yaş arttıkça dindarlığın arttığı düşüncesi bu sonuca göre doğrulanmıyorken, diğer sonuca göre doğrulanmaktadır. Bu farklılığın sebebi olarak araştırmaya katılan kimselerin kişisel özellikleri veya dini yetiştirilme tarzları gösterilebilir.

Güven'in çalışmasında en yüksek dindarlık algısı 46 yaş ve üstünde görülürken, en düşük dindarlık algısı 18-25 yaş aralığında görülmüştür. Ancak Güven'in, bu çalışmasında ortaya çıkan sonucun pozitif yönde anlamlı gözükse bile güvenilir olmadığını söylemesi yaş ve dindarlık algısı arasında anlamlı bir ilişkinin bulunamadığını ortaya çıkarır.<sup>240</sup> Bu sonuç, bizim araştırma sonucumuzu ve yukarıda saydığımız çalışmalar da dahil olmak üzere birçok çalışmanın sonucunu desteklememektedir.

Görüldüğü gibi yaş faktörü ile dindarlığın ilişki içinde olduğunu destekleyen çalışmalar olduğu gibi desteklemeyen çalışmalar da mevcuttur. Ancak literatür taramamızda incelediğimiz çalışmaların büyük bir çoğunluğunun yaş arttıkça dindarlığın arttığı

---

<sup>235</sup> Fatma Balcı Arvas-Hayati Hökeleli, "Dindarlık ile Evlilik Doyumu ve Evlilikte Sorun Çözme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme", *Değerler Eğitimi Dergisi* 15/34 (2017), 140.

<sup>236</sup> Ali Ayten, *Empati ve Din: Türkiye'de Yardımlaşma ve Dindarlık Üzerine Psiko-Sosyal Bir Araştırma* (İstanbul: İz Yayınları, 2010), 143.

<sup>237</sup> Mehmedoğlu, *Kişilik ve Din*, 138-139.

<sup>238</sup> Gülüşan Göcen, *Şükür: Pozitif Psikolojiden Din Psikolojisine Köprü* (İstanbul: Dem Yayınları, 2014), 208.

<sup>239</sup> Faruk Karaca, *Ölüm Psikolojisi* (İstanbul: Beyan Yayınları, 2000), 347.

<sup>240</sup> Güven, *Depresyon ve Dindarlık İlişkisi*, 106-107.

sonucuna vardığını söyleyebiliriz. Bunun sebeplerinden biri insanın yaş aldıkça ortaya çıkan fiziksel ve psikolojik değişimleridir diyebiliriz. Nitekim yaşlılık fiziksel bir güç kaybının yaşandığı, bazı meşguliyetlerin, bazı zevk ve hazların azaldığı, olgunluğun ve ölüm korkusunun ise artış gösterdiği bir dönem olarak görülmektedir. Bunların kişi üzerinde oluşturduğu kaygı yahut olgunluğun kattığı farklı bakış açısı kişiyi dünya zevklerinden uzaklaştırıp dine daha çok yönlendirebilmektedir.

Bizim araştırma sonucumuzda yaş aralıkları çok geniş olmasa da bizim araştırmamızda yaş arttıkça dindarlığın da arttığının gözlemlenmesi sınıf düzeyi, olgunluk ile alakalı olabilir.

#### **2.1.10. Yaş ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi**

Giresun Üniversitesi öğrencilerinin yaşları ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasındaki korelasyona baktığımızda ise ikisi arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmüştür. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin yaşları ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.” şeklindeki **10. hipotezimiz doğrulanmamıştır.**

Literatür taramamızda yaş faktörünün sosyal medya bağımlılık düzeyini arttırdığı sonucuna varan çalışmalar olduğu gibi bizim araştırma sonucumuza benzer çalışmaların da var olduğunu söyleyebiliriz. Ancak incelediğimiz birçok çalışmada yaş faktörü ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişkiden söz edilmediği görülmüştür.

Özdemir’in üniversite öğrencileri üzerinde sosyal medya bağımlılığını incelediği çalışmasında yaş faktörüne göre duygu durum düzenleme ve çatışma boyutlarında anlamlı farklılıklar görülürken; sosyal medya bağımlılığı toplam puanları ile meşguliyet ve tekrarlama boyutlarında yaşa göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Bu çalışma bizim sonucumuzu kısmen destekler niteliktedir.<sup>241</sup> Zira bizim elde ettiğimiz bulgulara bakıldığında yaş faktörüne göre meşguliyet boyutunda negatif yönde bir ilişki tespit edilirken bu çalışmada yaş faktörü başka alt boyutlarda etkili olmaktadır.

---

<sup>241</sup> Özdemir, “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı”, 103.



Aynı şekilde Tutgun Ünal'ın üniversite öğrencileri üzerinde sosyal medya bağımlılığı ile ilgili doktora çalışmasında da yaşa bağlı olarak sosyal medya bağımlılığında anlamlı farklılık bulunmamıştır.<sup>242</sup> Naycı'nın çalışmasında da yaş faktörüne bağlı olarak sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı farklılaşma görülmemiştir. Bu iki çalışma sonucu ise bizim sonucumuzu destekler niteliktedir.<sup>243</sup>

Türkdoğan'ın gençler üzerinde gerçekleştirdiği sosyal medya bağımlılığını inceleyen çalışmasında farklı yaştaki öğrenciler ile meşguliyet ve duygu durum düzenleme boyutunda anlamlı bir farklılık görülürken, tekrarlama ve çatışma boyutunda anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Ancak genel itibariyle bu çalışma bulgularına göre yaş faktörü ve sosyal medya bağımlılığı arasında istatistiki olarak anlamlı farklılık olduğu gözlemlenmiştir.<sup>244</sup>

Aynı şekilde Erciyes Üniversitesi öğrencileri arasında yapılan bir çalışmanın sonucuna göre yaş faktörünün internet bağımlılığı üzerinde anlamlı bir değişikliğe yol açtığı ve 20 yaşın altındaki öğrencilerde internet bağımlılığı riskinin daha fazla olduğu ifade edilmiştir.<sup>245</sup> Bu iki araştırma sonucu araştırma sonucumuzu desteklememektedir.

Yaşa göre farklılığın tespit edildiği çalışmalarda katılımcılardan yaş olarak büyük olanların ya bağımlı olmadıkları ya da daha küçük yaşlara göre daha az bağımlı oldukları yahut küçük yaştakilerin internet bağımlılığı risklerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bunun sebebi olarak küçük yaştakilerin erkenden internetle, sosyal medyayla karşılaşmaları, akran etkisi, daha çok eğlence odaklı olgunlaşmamış bir yaş aralığında yer almaları sayılabilir.

Bu sonuçlara baktığımızda sadece yaş faktörüne bağlı kalarak sosyal medya bağımlılığının değişimini net bir şekilde sunmanın gerçekçi olmadığını düşünmekteyiz. Nitekim bireyin sosyal medya kullanım yılı ve kaç yaşından itibaren sosyal medya kullandığı gibi sosyal medya bağımlılığını tetikleyecek diğer etkenleri de göz önünde

---

<sup>242</sup> Tutgun Ünal, *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, 160.

<sup>243</sup> Nagihan Naycı, *Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Üstbiliş, Kişiler Arası Yeterlik ve Duygu Düzenleme Açısından İncelenmesi* (İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021), 63.

<sup>244</sup> Demir Türkdoğan, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği*, 53-54.

<sup>245</sup> Osman Günay vd., "Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Depresyon Düzeyleri", *The Journal of Psychiatry And Neurological Sciences* 31/1 (2018), 84-85.

bulundurarak genelleme yapmanın daha sağlıklı olacağını ve daha belirleyici sonuçlar sunacağını varsaymaktayız.

### **2.1.11. Aile Gelir Düzeyi ile Dindarlık İlişkisi**

Çalışmamızda Giresun Üniversitesi öğrencilerinin **aile gelir düzeyleri** ile dindarlık düzeyleri arasındaki korelasyona baktığımızda aile gelir düzeyi ile dindarlık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin aile gelir düzeyleri ile dindarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur” şeklindeki **11. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Topçu ve Dal’ın çalışmasına bakıldığında gelir düzeyleri ile dindarlık arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmaması bizim sonucumuzu destekler niteliktedir. Yine Arvas ve Hökelekli’nin gelir algısı ile dinin etkisini hissetme ve eş odaklı dua edebilme arasında anlamlı farklılıkların olmadığı sonucuna varan çalışması<sup>246</sup> ile Şahin’in dindarlık ve sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görüldüğü doktora tezi çalışması<sup>247</sup> bizim sonucumuzu destekler niteliktedir.

Ancak yapılan çalışmalar incelendiğinde gelir düzeyi ile dindarlık düzeyi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu ifade eden çalışmaların da var olduğunu söyleyebiliriz.

Nitekim Bursa’da lise öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada aile gelir düzeyleri ile dini inanç ve davranışlar arasındaki ilişki incelenmiş ve aile gelir durumu çok yüksek olanlarla çok düşük olanlar arasında negatif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuca göre dindarlığın en düşük görüldüğü grup çok yüksek gelire sahip olan gruptur. Gelir durumu düşük olanların ise namaz sorumluluğunu daha iyi yerine getirdikleri görülmüştür. Bu açıdan bu çalışma bizim sonucumuzu desteklememektedir.

Yine yetişkinler üzerinde maneviyat ile ilgili yapılan bir çalışmada maneviyat ile katılımcıların aylık gelir değişkeni arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir. Ancak bu farklılığın etki düzeyinin az olduğu ifade edilmiştir. Kula’nın çalışmasında da sosyo-

---

<sup>246</sup> Balcı Arvas-Hökelekli, “Dindarlık ile Evlilik Doyumu ve Evlilikte Sorun Çözme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme”, 142.

<sup>247</sup> Adem Şahin, *İlahiyat, Tıp ve Mühendislik Fakültelerinde Okuyan Öğrencilerde Dini Hayatın Boyutları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Yayınlanmamış (İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Doktora Tezi, 1999), 114.

ekonomik düzey ve dindarlık arasında negatif yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Kula'nın çalışmasına göre sosyo-ekonomik düzey yükseldikçe dindarlık azalmaktadır.<sup>248</sup> Gelir düzeyi ile maneviyat düzeyin ya da dindarlık düzeyi arasında anlamlı ilişkinin görüldüğü çalışmalara Kılıç'ın çalışması<sup>249</sup> ile Uçar'ın çalışması<sup>250</sup> da örnek olarak verilebilir.

Gelir düzeyi değişkeni ve dindarlığı inceleyen çalışmalarda birbirinden farklı sonuçların elde edildiği görülmektedir. Ancak literatür taramamızda genel olarak gelir düzeyi yüksek olanların dindarlık düzeylerinin düştüğü, düşük gelir grubunda olanların da daha dindar olduğu sonucuna daha sık rastlanmıştır.

Nitekim gelir düzeyi yükseldikçe kişi birçok şeye ulaşmada, birçok işini halletmede çok zorlanmamaktadır. Bu durum kişiyi hem şükretmekten hem Allah'la iletişim kurma ihtiyacından uzak tutuyor olabilir. Aynı zamanda gelirin çok olması kişinin bu geliri elde etmek için çok fazla çalıştığını ve bu sebepten çok fazla vakte sahip olmadığı ihtimalini de akla getirir. Bu durumda da dini görev ve sorumluluklarda istenilen hassasiyet gösterilemiyor olabilir.

#### **2.1.12. Aile Gelir Düzeyi ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi**

Giresun Üniversitesi öğrencilerinin **aile gelir düzeyleri** ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasındaki korelasyona baktığımızda ise aile gelir düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin aile gelir düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.” şeklindeki **12. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Bizim araştırma sonucumuzu destekleyen çalışmalar olduğu gibi bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varan ve bizim sonucumuzu desteklemeyen çalışmalar da mevcuttur.

---

<sup>248</sup> Naci Kula, *Gençlik Döneminde Kimlik ve Din, Gençlik Din ve Değerler Psikolojisi*, ed. Hayati Hökelekli (Ankara: Ankara Okulu Yayınları, 2002), 30-70.

<sup>249</sup> Fatma Kılıç, *Çocuk Evlerinde Çalışan Bakım Elemanların Psikolojik Sermaye Algısı, İş Doyumu ve Maneviyat Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 90-91.

<sup>250</sup> Mehmet Uçar, *Yaşlılarda Yaşam Kalitesi ile Spiritüalite (Maneviyat) Arasındaki İlişki*. (Malatya: İnönü Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017), 31.

Esen'in ergenler arasında internet bağımlılığı ile ilgili yaptığı çalışmada ailenin sosyo-ekonomik düzeyine göre internet bağımlılığı düzeyinin farklılaşmadığı görülmüştür.<sup>251</sup> Bu çalışma bizim araştırma sonucumuzu desteklemektedir. Yine Acat'ın ergenler üzerinde internet bağımlılığını incelediği çalışmasında internet bağımlılığı riski ile harcama durumları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.<sup>252</sup> Bu sonuç, bizim sonucumuzla benzer niteliktedir denilebilir.

Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı üzerine yapılan bir çalışmada ise ekonomik durumunun kötü olduğunu ifade eden öğrencilerin internet bağımlılığı puanlarının ekonomik durumu orta ve iyi olanlara nazaran daha yüksek çıkmış ancak analiz sonuçlarına göre ekonomik durumun internet bağımlılığı riskinde önemli bir etkisinin olmadığı görülmüştür.<sup>253</sup> Ateş'in üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada da gelir durumu ile sosyal medya bağımlılığı arasında herhangi bir ilişkiye rastlanamamıştır.<sup>254</sup> Bu sonuçlar bizim araştırma sonucumuzu destekler niteliktedir.

Araştırmada çıkan sonucumuzun sebeplerinden bazıları ise internete ulaşmanın kolaylığı ve ucuz oluşu olabilir.

Bursa'da lise öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada ise gelir düzeyi ve sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.<sup>255</sup> Bu sonuca göre gelir durumu arttıkça sosyal medya kullanımı da artmaktadır. Yine 18-30 yaş arası bireylerde sosyal medya bağımlılığının ekonomik durum değişkeni açısından incelendiği bir çalışmada bu iki değişken arasında anlamlı bir farklılaşmadan söz edilmiştir. Şeker'in çalışmasında da sosyal medya bağımlılığında aile gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.<sup>256</sup>

Yukarıda sunduğumuz üç çalışma sonucu da bizim araştırma sonucumuzu destekler nitelikte değildir. Ancak bu çalışmalara bakıldığında gelir düzeyi yükseldiğinde bazı

---

<sup>251</sup> Esen, *Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi*, 84.

<sup>252</sup> Acat, *Ergenlerde Dindarlık, Değerler, İnternet Bağımlılığı ve Hayat Memnuniyeti İlişkisi*, 87.

<sup>253</sup> Günay vd., "Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Depresyon Düzeyleri", 85.

<sup>254</sup> Ateş, *Üniversite Öğrencilerinde Duygusal Zekanın Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisi*, 47.

<sup>255</sup> Varsak, "Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği", 103.

<sup>256</sup> Volkan Taha Şeker, *Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon ve Anksiyete Arasındaki İlişki* (İstanbul: Beykent Üniversitesi, Yüksek Lisans, 2018), 75.

katılımcılarda sosyal medya bağımlılığı düşerken bazı katılımcılarda arttığı da görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında anlamlı bir ilişki gözlemlenmiş olsa da bu sonuçlara bakarak genelleme yapmanın pek de mümkün olmadığı görülmektedir.

Bu sonuçlar içerisinde gelir düzeyi arttıkça kişilerde sosyal medya bağımlılığının artmasının sebebi olarak bu kişilerin gelir düzeyinin sayesinde internete, sosyal medyada paralı olan ve bağımlılığa sebep olan uygulamalara ulaşmada sıkıntı yaşamıyor olma ihtimalleri gösterilebilir. Yine aynı şekilde bu kimselerin herhangi bir ekonomik kaygıya sahip olmamaları, bir şeyleri elde etmedeki kolaylıkları onlara daha fazla boş vakit kazandırıyor olabilir. Bu da sosyal medyaya harcanacak vakti arttırabilir.

Gelir düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığının azaldığının gözlenmesinin sebeplerinden biri ise yukarıdaki açıklamamızın aksine araştırmaya katılanların yüksek bir gelir elde etmek için daha çok çalışıyor olma ihtimalleridir. Bu durumda sosyal medyaya ayıracak çok fazla zaman kalmaması bağımlılığı azaltmaktadır.

### **2.1.13. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi ile Dindarlık İlişkisi**

Araştırmamızda Giresun Üniversitesi öğrencilerinin **günlük sosyal medya kullanım süresi** ve dindarlık düzeyleri arasındaki korelasyona baktığımızda ikisi arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüştür. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süresi ile dindarlık düzeyleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.” şeklindeki **13. hipotezimiz doğrulanmamıştır.**

Literatür taramamızda bu sonucumuzu destekleyen çalışmaya rastlanmadı. Ancak günlük sosyal medya kullanım süresi ile dindarlık arasında negatif yönde bir ilişkinin var olduğu sonucuna varıp bizim araştırma sonucumuzu desteklemeyen çalışmaların mevcut olduğunu gördük.

İlahiyat Fakültesi öğrencileri arasında yapılan bir çalışmada üniversite öğrencilerinin günlük internet kullanımı ile dindarlık algıları ele alınmış ve aralarında anlamlı farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Nitekim interneti 1 saatten daha az kullanan öğrencilerin dindarlık algısı puan ortalamalarının, 1 saatten fazla kullanan öğrencilerin dindarlık algısı puan ortalamalarına göre göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bir başka deyişle bu çalışmaya göre günlük internet kullanım süresi arttıkça dindarlık algısı

azalmaktadır.<sup>257</sup> Bu çalışma bizim sonucumuzu desteklemeyen çalışmalardan biri olarak sunulabilir.

Yine lise öğrencileri üzerinde sosyal medya kullanım yoğunluğu ile dini davranışlar arasındaki ilişkinin incelendiği bir çalışmada negatif yönlü bir ilişkinin var olduğu sonucuna varılmıştır. Yani sosyal medya kullanım yoğunluğu arttıkça dini davranışlarda azalma görülmüştür. Bu çalışmada dikkat çeken durum ise; yapılan araştırmada en yüksek düzeydeki ilişkinin bu iki değişken arasında tespit edilmiş olmasıdır.<sup>258</sup>

Sosyal medyada uzun süreli vakit geçirmenin bazı ibadetlere engel olduğu düşüncesi bu sonuçların sebebi olarak gösterilebilir. Nitekim Varsak'ın yukarıda sunduğumuz çalışmasında sosyal medya kullanım yoğunluğu ile en yüksek ilişkiye sahip olan namaz kılma ve Kur'an okuma ibadetleridir.<sup>259</sup>

Dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisini çalışmamızın ana konusu olarak seçmeye bizi yönelten düşünce dinlerin bağımlılığın her türüne karşı uzak mesafede durması ve birçok açıdan sosyal medyanın sunduğu şeylerle bağdaşmıyor olmasıydı. Bu bağlamda günlük sosyal medya kullanım süresinin sosyal medya bağımlılığını arttırdığı düşüncesine dayanarak dindarlık düzeyini düşüreceğini varsaydık. Ancak bu bağlamda kurduğumuz hipotezimiz doğrulanmadı. Elde ettiğimiz bulguya göre günlük sosyal medya kullanım süresi ile dindarlık arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görüldü.

#### **2.1.14. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisi**

Araştırmamızda **günlük sosyal medya kullanım süresi** ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edebiliriz. Yani bu sonuca göre Giresun üniversitesi öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyleri de artmaktadır. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya

---

<sup>257</sup> Eldar Kerimov, *Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeyleri ile Din Algıları Üzerine Bir Araştırma* (Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016), 61.

<sup>258</sup> Varsak, “Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği”, 104.

<sup>259</sup> Varsak, “Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği”, 104.

bağımlılığı düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.” şeklindeki **14. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Sosyal medya ve unsurlarını tümüyle zararlı görmek doğru bir yaklaşım değildir. Nitekim sosyal medya ve unsurları kullanım amacına veya ihtiyaca göre oldukça faydalı özelliklere de sahiptir. Ancak insanların hayatını birçok açıdan kolaylaştırıcı bir etkiye sahip olan sosyal medya ve unsurlarının bilinçsizce kullanılması ve bu kullanımın kontrol altına alınamaması bir problem olarak karşımıza çıkar. Biz hipotezimizi bu açıdan sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya bağımlılığının arasında pozitif bir ilişkinin olduğu şeklinde kurduk. Nitekim elde ettiğimiz bulgular ilgili hipotezimizi doğruladı. Bu konuda yaptığımız literatür taramasında elde ettiğimiz bulguyla çelişen bir araştırmaya da rastlamadık.

Bizim bu sonucumuzu destekleyen çalışmalara Deniz ve Gürültü'nün,<sup>260</sup> Kırık ve arkadaşlarının,<sup>261</sup> Keskin'in,<sup>262</sup> ve Tutgun Ünal'ın çalışmalarını<sup>263</sup> örnek olarak verebiliriz.

Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada interneti günlük kullanma süresi arttıkça internet bağımlılığının arttığı gözlemlenmiştir. Çalışma bulgularına bakıldığında günlük internet kullanım süresi 6 saatten fazla olan öğrencilerin, günlük internet kullanım süresi 6 saatten az olan öğrencilere göre internet bağımlılığı düzeyleri daha fazladır.<sup>264</sup> Bu sonuç da bizim sonucumuzu destekler niteliktedir.

Ancak işi gereği veya eğitim amaçlı sosyal medyayı kullananların bu çalışmalarda yer alma ihtimali de göz önünde bulundurulmalıdır. Yukarıda destekleyici olarak sunduğumuz üniversite öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada eğitim ve araştırma amacı dışında kullanım süresinin bağımlılığı arttırdığı ifade edilmiştir.<sup>265</sup> Bu bağlamda

---

<sup>260</sup> Deniz-Gürültü, “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları”, 364.

<sup>261</sup> Ali Kırık vd., “A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey”, *International Journal of Sport Culture and Science* 3/3 (2015), 108-122.

<sup>262</sup> Baran Keskin, *Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ile Benlik Saygısı ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişki* (İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021), 56.

<sup>263</sup> Tutgun Ünal, “İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği”, 58.

<sup>264</sup> Kerimov, *Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeyleri ile Din Algıları Üzerine Bir Araştırma*, 60.

<sup>265</sup> Kerimov, *Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeyleri ile Din Algıları Üzerine Bir Araştırma*, 60.

günlük kullanım süresi değişkenine bağlı yapılacak sosyal medya veya internet bağımlılığı incelemesinde kullanım amacının tespiti önemli gözükmetedir. Bu çalışmada bu açıdan bir değerlendirme yapılmamıştır. Yine de genel olarak yapılan araştırmalara baktığımızda günlük internet ve sosyal medya kullanım süresinin arttığı durumlarda internet ve sosyal medya bağımlılığının da artması beklenen bir sonuç olarak sunulmaktadır.

#### **2.1.15. Kullanılan Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Dindarlık Düzeyleri**

Araştırmamızda Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık düzeylerinin **en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarına göre** birbirinden istatistiksel olarak anlamlı bir düzeyde farklılaşmadığı görülmüştür. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre dindarlık düzeyleri arasında anlamlı fark yoktur.” şeklindeki **15. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Günümüzde birçok sosyal medya uygulaması mevcuttur. Hepsinin ortak amaçları olduğu gibi birbirlerinden çok daha farklı kullanım amaçları da vardır. Whatsapp, Instagram, Facebook ve Twitter uygulamalarının 2022 yılında yapılan bir araştırmada en çok tercih edilen uygulamalar arasında ilk sıralarda yer aldıklarını ifade eden bilgiyi teorik kısımda paylaşmıştık. Belirttiğimiz bu uygulamaların, büyük bir çoğunluk tarafından gün içinde defalarca muhakkak kontrol ettiği, göz gezdirdiği uygulamalar olmaları ve bireylerin hayatına etki etmesi açısından onları önemli kılmaktadır. Ancak literatür taramasında ilgili çalışmaların birçoğunda en çok kullanılan uygulamalardan ziyade kişilerin kullandığı sosyal medya uygulamaları sayısı değişken olarak kabul edildiği için bu değişken bağlamında dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çok fazla sonuca rastlanılmamıştır.

İlahiyat Fakültesi öğrencilerinde yapılan bir tez çalışmasında sık tercih edilen sosyal medya uygulaması türüne göre dini hayata etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı incelenmiştir. Bu sonuca göre “Bağımlılık Etkili Kullanım” alt faktöründe öğrencilerin sık tercih ettiği sosyal medya uygulamaları ve dini hayata etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı farklılık gözlemlenmiştir. Ama bu farklılık Instagram ve Whatsapp kullanıcıları arasında ortaya çıkmaktadır. Ancak genele bakıldığında öğrencilerin sıklıkla tercih ettiği uygulama türüne göre dini hayat yönelik



algıları toplam puanları arasında anlamlı farklılıklar yoktur.<sup>266</sup> Bu bağlamda bu araştırma bizim sonucumuzu kısmen desteklemektedir.

Yine yetişkinler üzerinde yapılan bir çalışmada Facebook, Instagram, Twitter ve YouTube uygulamaları ile yetişkinlerin maneviyat düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Bu sonuçlara göre maneviyat ile Facebook ve Youtube kullanımı arasında anlamlı düzeyde bir farklılık görülmemiştir. Twitter ve Instagram kullanımı ve maneviyat arasında ise anlamlı bir düzeyde farklılık gözlemlenmiştir. Bu araştırmanın sonuçları da bizim sonucumuzu kısmen desteklemektedir.

Araştırmalara baktığımızda sonuçlar birbirleriyle istenilen düzeyde örtüşmemektedir. Zira bizim sonucumuz da sunduğumuz çalışmalarla birebir aynı değildir. Bunun sebeplerinden biri sık kullanılan uygulamaların her araştırmada değişkenlik gösterme potansiyeline sahip olması olabilir. Yaş faktörü burada etkili olabilir. Zira yetişkinlerin gençlerin veya çocukların takip ettiği veya kullandıkları uygulamalar birbirinden içerik olarak farklılaşmaktadır. Buna dayanarak kullanılan sosyal medya uygulamalarının dindarlık düzeyinde anlamlı bir farklılığa sebep olmayacağını ve bu sonuçların her an değişikliğe uğrayabileceğini öngörmekteyiz. Burada daha dikkate alınması gereken uygulama adı değil uygulamaya ayrılan zaman, bu zamanın bilinçli şekilde kontrolü, bu uygulamaların kullanım amacı ve içeriğidir.

#### **2.1.16. Kullanılan Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri**

Araştırmamızda Giresun Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin **en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarına göre** birbirinden istatistiksel olarak anlamlı bir düzeyde farklılaştığı görülmüştür. Bu sonuca göre Instagram kullanıcılarının sosyal medya bağımlılığı düzeyleri WhatsApp kullanıcılarının sosyal medya bağımlılığı düzeylerinden anlamlı derecede yüksek bulunmuştur. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin en çok kullandıkları

---

<sup>266</sup> Tekeli, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Din: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği*, 152.

sosyal medya uygulamasına göre sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı fark vardır.” şeklindeki **16. hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Lise öğrencileri üzerinde Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılan bir tezin sonucuna göre sosyal medya bağımlılığında en yüksek ortalama Twitter kullanıcıları arasında gözlemlenmiştir. Bu araştırmaya göre Twitter kullanımının sık olduğunu ifade eden öğrenciler sosyal medya bağımlılığı alt ölçekleri olan meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma boyutunda en yüksek puanı alırken, tekrarlama boyutunda Snapchat kullanıcıları en yüksek puanı almıştır. Genel olarak bakıldığında meşguliyet boyutu ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanları ile en sık kullanılan sosyal medya uygulamaları arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür.<sup>267</sup> Bu sonuç bizim sonucumuzu destekler niteliktedir.

Araştırmamızda Instagram kullanıcılarının WhatsApp kullanıcılarına göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri anlamlı derecede yüksek bulunmuştur. WhatsApp genel itibariyle birçok kimse için haberleşme kaynağı olduğundan neredeyse telefonu olan herkesin kullandığı bir program olarak bilinmektedir. Çoğu zaman amaç haberleşmek, teyitleşmek, görüntülü konuşmak olmaktadır. WhatsApp uygulamasının içeriği genel itibariyle bir bağımlılığa yol açacak türden değildir. Ancak Instagram içerik olarak çok daha geniştir. Haberleşme, görüşme, paylaşma, ticaret, takipleşme, görünme, gösterme, bilgi edinme, moda gibi birçok şeyi insana sunabilmektedir. Instagram uygulamasının anlık değişimlerin gerçekleştiği bir yapıya sahip olması ve hayatın bizzat içinde yer alan birçok şeyi insana sunması bakımından WhatsApp uygulamasına göre bağımlılığa daha kolay kapı araladığını söylememiz mümkündür.

## **2.2. Dindarlık Düzeyleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi**

Çalışmamızda dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasındaki korelasyona baktığımızda Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı düzeyi arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki görülmüştür. Yani Giresun üniversitesi öğrencilerinde dindarlık düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyi

---

<sup>267</sup> Kübra Baydaş, *Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Kırılgan Narsistik Kişilik Özellikleriyle İlişkisi* (Adana: Çukurova Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022), 35.

azalmaktadır. Bu durumda “Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında negatif yönde bir ilişki vardır.” **şeklindeki ana hipotezimiz doğrulanmıştır.**

Literatüre bakıldığında bizim araştırma sonucumuzu destekleyen çalışmalar mevcuttur. Daha önce sosyal medya bağımlılığının birçok değişkenle ilişkisinin araştırma konusu olduğu ancak din ve dindarlık ile ilişkisinin incelendiği çalışmaların var olsa da yeteri kadar olmadığını ifade etmiştik. Bu konuda yapılan çalışmaların sınırlı olmasına bağlı olarak bizim bu sonucumuzu destekleyen çalışma bulgularının az olduğunu söylememiz mümkündür.

Bodur’un İlahiyat öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği sosyal medya bağımlılığı ve dindarlık ilişkisini inceleyen çalışmasında dindarlık ve sosyal medya kullanımı arasında ters yönlü bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Yani öğrencilerde dindarlık düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımı azalmaktadır. Bu çalışma bizim sonucumuzu destekler niteliktedir.

Gürsu’nun çalışması da bizim araştırma sonucumuzu farklı bir açıdan desteklemektedir. Gürsu, çalışmasında nöropsikoloji ile din ve bağımlılık ilişkisini İslam dini açısından ele almıştır. Bir başka ifadeyle Gürsu nöropsikolojiden faydalanarak inançlı olma halinin insan beynindeki değişimini incelemiş bu durumun bağımlılıklarla mücadelede nasıl etkili olduğunu bize sunmuştur. Bu çalışmanın sonucunda da İslam’a ait uygulamalardan olan namaz, oruç ve dua gibi ibadetlerin bağımlılığa karşı bir set oluşturduğunu, aynı zamanda inancın ve bu ibadetlerin insanın beyin yapısını bağımlılıklar karşısında olumlu şekilde etkilediğini tespit etmiştir.<sup>268</sup>

Örneğin dua ibadetinin Allah ile birey arasında derin bir bağ oluşturduğunu ve bu şekilde duanın kişinin kendisini yalnız, kimsesiz hissetmesine engel olduğunu belirtir. Aynı zamanda ümitvar olabilmesi açısından onu desteklediğini, kaygı stres gibi duyguları gidermede ve bireyin mücadele gücünü arttırmada psikoterapik bir etkiye sebep olduğunu ifade eder. Yani dua, bireyi sosyal medya bağımlılığına iten psikolojik birçok etkene engel olabilecek bir çözüm yolu olarak gösterilebilir. Bu durumda dua

---

<sup>268</sup> Gürsu, *Bağımlılık ve Din: Nöropsikolojik Bir Yaklaşım*.

eden, dua etmeyi alışkanlık haline getiren bir bireyin onu sosyal medyaya itecek ve bağlayacak birçok psikolojik problemini aşabilmesi daha kolaydır diyebiliriz.

Aynı şekilde oruç ibadetinin nefsi kontrol edebilme, iradeyi kontrol altına alabilme adına kişiyi desteklediğini söyler. Bu açılardan bakıldığında dindar olan insanın bağımlılıklar karşısında güçlü kalacağı ve onlara karşı oluşan zaafiyetlerin azalacağı düşünülmektedir. Nitekim bizim çalışmamızdaki bu sonuç ve Gürsu'nun çalışması birbirini doğrular niteliktedir.

Yetişkinler üzerinde maneviyat ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisini inceleyen bir çalışmada elde edilen bulgular yine bizim elde ettiğimiz sonuç ile benzer niteliktedir. Nitekim bu çalışmaya göre bu iki değişken arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Değişkenlerden biri artarken diğeri azalmaktadır. Maneviyat alt boyutları incelendiğinde dindarlık düzeylerinin maneviyatla iç içe olduğu görülmektedir. Bu açıdan bu sonuç bizim için destekleyici çalışmalardan biri olarak kabul edilmiştir.<sup>269</sup> Yine aynı şekilde bizim araştırma sonucumuzla benzer nitelik taşıyan bir çalışmada da sosyal medya kullanımı ve dindarlık arasındaki ilişkinin negatif yönlü olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanımı arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı gerçeği açısından bu sonuç da bizim sonucumuzu destekler diyebiliriz.<sup>270</sup>

Problemlili internet kullanımı ile Tanrıya bağlılık ilişkisinin incelendiği Batı kaynaklı bir çalışmada da Tanrıya kaygılı bağlanmanın internet obsesifliğine yol açtığı sonucuna varılmıştır.<sup>271</sup> Bu bağlamda Tanrıya sağlıklı şekilde bağlanmanın bağımlılığın ortaya çıkışını engelleyebileceğini söylememiz mümkündür.

Bu araştırma sonucumuzu kısmen desteklemeyen çalışmalar az da olsa mevcuttur. Örneğin Çoban'ın çalışması bizim sonucumuzu kısmen destekler niteliktedir. Çoban lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmasında dindarlık ve sanal bağımlılık ilişkisini incelemiş ve dindarlık ile sanal bağımlılık arasında negatif yönde bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Bu ilişki, anlamlı olacak kadar kuvvetli olmasa da aynı çalışma

---

<sup>269</sup> Demiroğlu, *Yetişkinlerin Maneviyat ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, 143.

<sup>270</sup> “İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi”, 346.

<sup>271</sup> Joshua J. Knabb-Joseph Pelletier, “The Relationship Between Problematic Internet use, God Attachment and Psychological Functioning Among Adults at a Christian University.”, *Mental Health, Religion & Culture* 17/3 (2014), 239-251.

içerisinde cinsel içerikler ve sanal kumar oyunlarını tercih edenlerin daha yüksek düzeyde bağımlı olduklarının gözlemlenmiştir<sup>272</sup> Bu durumda çok yoğun bir şekilde olmasa bile sosyal medyanın ve internetin bu amaç doğrultusunda kullanıldığının tespiti doğal olarak din ile bağdaşmayacaktır. Bu açıdan bakıldığında Çoban'ın araştırmasında dindarlığın sanal bağımlılık türleriyle ilişkisinin anlamlı şekilde olmasa da negatif yönde olması beklenen bir sonuçtur. Bu sonuç da bizim araştırma sonucumuzu kısmen desteklemektedir.

İlahiyat Fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada sosyal medya bağımlılığı ve din ele alınmış; sonuç olarak da öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandığı, sosyal medyada dikkate değer uzun zaman geçirdikleri görülmüştür. Ayrıca çalışmada öğrencilerin yarısına yakını sosyal medyada geçirdikleri zamanlarda dini sorumluluklarını yerine getirme konusunda sıkıntı yaşadığını ifade etmiştir. Araştırmanın genel sonucuna bakıldığında ilahiyat öğrencilerinin büyük çoğunluğu olmasa da azımsanmayacak bir kısmının sosyal medya bağımlısı olduğu görülmüştür.<sup>273</sup> Bu sonuç çalışma sonucumuzu kısmen destekler nitelikte gözükmektedir. Bunun sebebi olarak, internetin ve sosyal medya uygulamalarının artık her kesim tarafından ulaşılabilir durumda olması gösterilebilir. Yine aynı şekilde sosyal medyayı kullanım amacını bilmek de bunu açıklamak adına önemli gözükmektedir. Zira sosyal medya uygulamaları ticari amaçlı, eğitim amaçlı, dini içerik ve sayfaları takip etme, dini içerik paylaşma amaçlı kullanılabilir. Bu açıdan araştırmaya katılan kişiler sosyal medyada daha fazla vakit geçiriyor olabilirler. Bu sebeple bu konuda yapılacak başka bir araştırmada daha ayrıntılı çalışılmasının faydalı olacağını düşünmekteyiz.

Dinlerin insanlara hayatın her alanında yol gösterme, neyi nasıl yapması gerektiğini bildirme bir yaşam tarzı sunma ve toplumsal düzeni, bireyi koruyacak birçok tavsiye ve çözümleri insanlara ulaştırma amacı güttüğünü söyleyebiliriz. Dinlerin bu bağlamda bağımlılığın her türüne karşı ortak bir tepki vereceğini ve bağımlılığın hiçbir türünü onaylamayacağını ifade edebiliriz. Yine aynı şekilde davranış bağımlılıkları içinde yer

---

<sup>272</sup> Ramazan Çoban, *Lise Öğrencilerinde Dindarlık ve Sanal Bağımlılık Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma (Burdur Gölhisar Örneği)* (Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2013), 101-102.

<sup>273</sup> Muhammed Fatih Tekeli, *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Din: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 157.

alan sosyal medya bağımlılığı da dinler açısından aynı tepkiyle karşılanacağı düşünülmektedir. Nitekim İslam dini açısından bakıldığında İslam'da yer alan emir ve yasakların, tavsiye edilen davranışların, peygamber örnekliliğiyle sunulan hayat tarzının sosyal medya bağımlılığıyla bağdaşmadığı görülmektedir. Bu durumda İslam'ı iyi bir şekilde yaşamaya çalışan bir bireyin bu tarz bağımlılık türleriyle vakit kaybetmesi, bu platformlarda oyalanırken hayattan kopması, ruh dünyasına, bedenine, ailesine, topluma ve toplumun değerlerine zarar vermesi beklenmeyen bir sonuçtur. Biz bu bağlamda katılımcıların dindarlık düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile negatif yönde bir ilişki içerisinde olacağı yönünde ana hipotezimizi oluşturduk. Yapılan araştırmalar az sayıda olsa da bu araştırmalarda elde edilen bulguların, hipotezimize ve sonucumuza benzer ve bizim düşüncemizi destekler nitelikte olduğu görülmüştür.

Son olarak analize giren bağımsız değişkenlerimizin birbirleri üzerinde de bir etkisi olduğu için regresyon analizi yapılmış ve hepsi birden ele alındığında dindarlığı gerçekten en çok hangi değişkenlerin etkilediği de tespit edilmiştir. Buna göre yaş, cinsiyet, medeni durum, fakülte, üniversitede geçen süre, anne eğitim düzeyleri ve sosyal medya bağımlılığı alt başlıkları olan meşguliyet ve çatışma bağımsız değişkenleri dindarlık bağımlı değişkeninin %28.6'sını açıklamaktadır. Bu değerın açıklanmasında cinsiyet, fakülte, anne eğitim düzeyi ve sosyal medya bağımlılığına ilişkin çatışma düzeyi değişkenlerinin payının anlamlı olduğu, geriye kalan yaş, medeni durum, üniversitede geçen süre ve sosyal medya ile meşguliyetin dindarlık üzerinde anlamlı açıklayıcılığının bulunmadığı belirlenmiştir. Bu bağlamda yaş, cinsiyet, medeni durum, fakülte, üniversitede geçen süre, anne eğitim düzeyleri ve sosyal medya bağımlılığı alt başlıkları olan meşguliyet ve çatışma düzeylerinin dindarlık düzeyi üzerinde anlamlı yordayıcı etkisi vardır diyebiliriz.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

### 1. SONUÇ

Araştırmamızda elde edilen bulgular doğrultusunda şu sonuçlara varılmıştır;

1. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin dindarlık puanları ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanları arasında ve alt boyutları meşguliyet ve çatışma puanları arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Yani dindarlık arttıkça sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları olan meşguliyet ve çatışma düzeyi azalmaktadır. İlgili sonuç için Tablo 12 incelenebilir.
2. Kadınların dindarlık düzeylerinde ve inanç/etki alt boyutunda anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle kadınların dindarlık düzeyinde ve inanç etki alt boyutunda aldıkları toplam puanlar erkek öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. İlgili sonuç için Tablo 5 incelenebilir.
3. Kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ve meşguliyet, duygu düzenleme ve tekrarlama alt boyutlarında aldıkları toplam puanlar erkek öğrencilere göre anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur. İlgili sonuç için Tablo 5 incelenebilir.
4. Evli olan öğrencilerin dindarlık sıra ortalamaları bekar öğrencilerin sıra ortalamalarından, aynı şekilde evli öğrencilerin inanç/etki ve bilgi/ibadet alt boyutu sıra ortalamaları bekar olan öğrencilerin inanç/etki ve bilgi/ibadet alt boyutu sıra ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. İlgili sonuç için Tablo 6 incelenebilir.
5. Evli öğrencilerin bekar öğrencilere göre sosyal medya bağımlılığı sıra ortalamaları anlamlı şekilde düşük çıkmıştır. Aynı şekilde evli öğrencilerin meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyutu sıra ortalamaları da bekar öğrencilerin sonuçlarına göre anlamlı şekilde düşük çıkmıştır. İlgili sonuç için Tablo 6 incelenebilir.
6. Giresun üniversitesi öğrencilerinde yaşadıkları yere göre dindarlık toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunamamıştır. Aynı zamanda inanç/etki ve bilgi/ibadet alt boyutu puanları arasında da anlamlı fark bulunamamıştır. İlgili sonuç için Tablo 7 incelenebilir.
7. Giresun üniversitesi öğrencilerinin yaşadıkları yere göre sosyal medya bağımlılığı toplam puan ortalamaları arasında anlamlı düzeyde fark vardır. Bir başka deyişle devlet yurdu, özel yurt ya da ev arkadaşlarıyla yaşayanların sosyal medya bağımlılığı toplam

puan ortalamaları aileleriyle, akrabalarıyla ya da yalnız yaşayanların ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Aynı şekilde devlet yurdu, özel yurt ya da ev arkadaşlarıyla yaşayanların meşguliyet ve tekrarlama alt boyutun ortalamaları aileleriyle, akrabalarıyla ya da yalnız yaşayanların ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksektir. İlgili sonuç için Tablo 7 incelenebilir.

**8.** İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin dindarlık ortalamaları Eğitim Fakültesi öğrencilerine göre anlamlı düzeyde yüksek çıkmıştır. Aynı zamanda İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin inanç/etki ve bilgi/ibadet alt boyutundan aldığı ortalamalar Eğitim Fakültesi öğrencilerinin ortalamalarından anlamlı düzeyde yüksektir. İlgili sonuç için Tablo 8 incelenebilir.

**9.** Eğitim görülen fakülteye göre sosyal medya bağımlılığı toplam puanları arasında aynı zamanda meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyutu ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. İlgili sonuç için Tablo 8 incelenebilir.

**10.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin yaşları ile dindarlık toplam puanları arasında ve alt boyutu bilgi / ibadet puanları arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Yani öğrencilerin yaşları arttıkça dindarlık düzeyleri ve alt boyutu olan bilgi / ibadet düzeyleri artmaktadır. İlgili sonuç için Tablo 9 incelenebilir.

**11.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin yaşları ile sosyal medya bağımlılığı toplam puan ve duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt ölçekleri arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. İlgili sonuç için Tablo 9 incelenebilir.

**12.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin aile gelir düzeyi ile dindarlık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. İlgili sonuç için Tablo 9 incelenebilir.

**13.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin aile gelir düzeyi ile dindarlık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. İlgili sonuç için Tablo 9 incelenebilir.

**14.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanma süresi ile dindarlık toplam puanı ve alt boyutu inanç / etki puanları ile arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. İlgili sonuç için Tablo 10 incelenebilir.

**15.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanma süresi ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanları ve alt boyutları olan meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma puanları arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süreleri arttıkça



sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ve alt boyutları olan meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma düzeyleri artmaktadır. İlgili sonuç için Tablo 10 incelenebilir.

**16.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre dindarlık ortalamaları ve alt boyutları olan inanç/etki, bilgi/ibadet ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır. İlgili sonuç için Tablo 11 incelenebilir.

**17.** Giresun Üniversitesi öğrencilerinin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre sosyal medya bağımlılığı toplam puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur. İlgili sonuç için Tablo 11 incelenebilir.

**18.** Aynı zamanda çalışmamızda yaş, cinsiyet, medeni durum, fakülte, üniversitede geçen süre, anne eğitim düzeyleri ve sosyal medya bağımlılığı alt başlıkları olan meşguliyet ve çatışma düzeylerinin dindarlık düzeyi üzerinde anlamlı yordayıcı etkisinin olduğu görülmüştür. İlgili sonuç için Tablo 13 incelenebilir.

## **2. ÖNERİLER**

Sosyal medya bağımlılığı ve dindarlık ilişkisi üzerine yapılan çalışmamızda bu iki değişken arasında negatif yönde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığının engellenmesinde dinin etkin rol oynayabileceği düşünülmektedir. Bu düşünceden ve bu sonuçtan hareketle sunacağımız öneriler şunlardır:

- 1.** Sosyal medya bağımlılığı ve bağımlılığın her türünde bireyin maddi yönüyle ilgilenirken aslında onu bağımlılığa iten manevi eksikliklere de dikkat etmek gerekmektedir. Özellikle hayati öneme sahip olan bazı manevi ihtiyaçlar gözden kaçırılmamalıdır. Bu bağlamda din her açıdan destekleyici duyguları geliştirmek, insanı bağımlılığa itecek negatif duyguları azaltmak veya yok etmek adına katkı sağlayabilecek konumda gözükmektedir. Dinin bu yönünü çeşitli şekillerde kullanabilmenin önemi göz ardı edilmemelidir.
- 2.** Her bireye uygun olduğu düşünülen bir yaştan sonra belli aralıklara manevi danışmanlıklar yapılabilir ve bu fırsat ücretsiz şekilde herkese sunulabilir.
- 3.** Sosyal medya bağımlılığı gibi bağımlılığın her türü irade yetersizliği eksikliğini bir problem olarak gün yüzüne çıkartmaktadır. Çocuklarımızı yetiştirme konusunda özellikle irade eğitimi, duygu ve davranış kontrolü konusunda hassas davranmak

önemlidir. Bu açıdan dini eğitimin faydalı olduğu düşünülmektedir. Zira dini sorumlulukların irade yönetiminde etkili olduğuna dair düşünceler çalışmamızda yer almıştır.

**4.** İrade yönetimi ve duygu kontrolü eğitimi kadar dini bilgi edinme ve dini değerlerin kazandırılması sağlıklı bir din eğitimine bağlıdır. Bu açıdan dini temelli eğitimlerin verildiği kademelerde yapılacak planlamalar özenle hazırlanmalı ve davranışa yönelik çalışmalar yapılmalıdır. İnsanların toplumsal değerlere bağlı şekilde yetiştirilmesi eğitim süreci kadar önemsenmelidir. Değerler eğitimi ile ilgili bilgilendirmelerin okullarda öğrencilere sunulduğu gibi ailelere de sunulması faydalı olabilir.

**5.** Sosyal medya bağımlılığı küçük yaştan itibaren başlayıp hızlıca gelişen ve yayılan bir bağımlılık türüdür. Buradan hareketle ebeveynlerin bu konuda takipte olmaları, çocuklarının hangi platformu ne sıklıkla ve ne amaçla kullandığını genel itibarıyla bilmeleri ve gerektiğinde onlara sınırlar koymada çekinmemeleri oldukça önemlidir.

**6.** Bizim araştırmamızda dindarlık, sosyal medya bağımlılığı karşısında geniş bir çerçevede el alınmıştır. Ancak yeni yapılacak çalışmalarda sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya kullanımı din ile ilgili başka değişkenler ile ele alınarak incelenebilir.

**7.** Sosyal medya kullanımı konusunda ciddi ve etkili bir şekilde yasal düzenlemenin gerekliliği ortadadır. Özellikle küçük çocuklarda bazı sınırlamaların getirilmesi artık zorunlu bir ihtiyaç gibi gözükmektedir.

**8.** Sosyal medyanın boş vakit değerlendirme aracı olarak da kullanılmakta olduğunu söylememiz mümkün gözükmektedir. Bu sebeple özellikle çocuklara ve gençlere boş vakitlerini değerlendirebilecekleri, eğlenebilecekleri ve geliştirebilecekleri spor faaliyetleri, sanatsal faaliyetler ve eğitim imkanları sunulmalıdır.

**9.** Özellikle gençlerin ve çocukların takibi altında olan, topluma yön verdiği düşünülen fenomenlerin, video kanal sahiplerinin veya yönlendirici olduğu düşünülen sosyal medya kullanıcılarının belirlenip takip altında olmalarının faydalı olacağı düşünülmektedir.

**10.** Bireylere, ailelere, topluma, toplumsal birliğe zarar verecek sosyal medya uygulamalarının devlet tarafından tespiti yapılması ve gerekli işlemler ve sınırlamalar konusunda harekete geçmede geç kalınmaması önemli gözükmektedir.

- 11.** Milli Eğitim Bakanlığı tarafından sosyal medya uygulamaları kullanılarak çeşitli sayfalar oluşturulabilir ve öğrenciler akademik anlamda yönlendirilebilir. Sosyal medya uygulamalarının çekiciliği bu açıdan fırsata dönüştürülebilir.
- 12.** Dünya üzerinde faydalı görülen ve yaygın olan eğitim içerikli sosyal medya uygulamalarının benzerleri ülkemizde piyasaya sürülebilir. Özellikle çocuklar ve gençler bu uygulamaları kullanmaya teşvik edilirse güzel sonuçlar alınabilir.
- 13.** Sosyal medya kullanımıyla gerçekleşen dini içerikleri hedef almış faaliyetler ve paylaşımlar Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından takip edilmeli ve bu tarz paylaşımlar karşısında dini içerikler üretilip bu alan avantaja dönüştürülebilir.
- 14.** Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından ebeveynler için bilinçli sosyal medya kullanımını ve çocukların sosyal medya kullanımının kontrollü şekilde takibini içeren eğitimler hazırlanabilir.

## KAYNAKÇA

- Acat, Betül. *Ergenlerde Dindarlık, Değerler, İnternet Bağımlılığı ve Hayat Memnuniyeti İlişkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans, 2019.
- Adivar, Abdülhak Adnan. *Tarih Boyunca İlim ve Din*. İstanbul: Remzi Kitapevi, 2. Basım, 1969.
- Akar, Erkan. *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web'de Pazarlama Stratejileri*. Ankara: Elif Yayınevi, 1. Basım, 2010.
- Akdağ, Mustafa vd. “Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılıklarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (İnönü Üniversitesi Örneği)”. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 15/1 (2014), 73-96.
- Akkök, İbrahim Can. *Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medya Haberlerine Güven Arasındaki İlişki: Cinsiyetin Düzenleyici Rolü*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022.
- Akseki, Ahmet Hamdi. *İslam Dini İtikat, İbadet ve Ahlak*. 16 Cilt. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 20. Basım, 1970.
- Aksoy, Elif. *Yetişkinlik Döneminde Hayatı Anlamlandırma ve Dindarlık İlişkisi (Gaziantep Örneğinde)*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Aksoy, Seyitcan. *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Sosyal Kaygı ve Kişisel İyi Oluş ile Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, 2020.
- Altun, Dilşad. *Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Ebeveyn Tutumuyla İlişkisi*. Konya: Karatay Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022.
- Andreassen, Cecilie Schou vd. “Predictors of Use of Social Network Sites at Work-A Specific Type of Cyberloafing”. *Journal of Computer-Mediated Communication* 19/4 (2014), 906-921.
- Arıcı, Handan-Arıcın, Sümeyra. “Ergen Din Tasavvurunun İnşasında Sosyal Medya” 12 (2021), 67-93.
- Arslan, Hasan. “Dinle İlgili Düşünce, Tanım ve Algılamalar”. *Düşünce-Yorum Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi* 3/5 (2010), 251-270.
- Atak, Mustafa-Ataman, Aslıhan. “Ruh Sağlığı ve Dindarlık İlişkisi”. *İbn Haldun Çalışmaları Dergisi* 7 (2022), 201-216.

- Ateş, Perihan. *Üniversite Öğrencilerinde Duygusal Zekanın Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2018.
- Ayan, Göktürk. *Tüketim Kültürü Bağlamında Kimlik İnşasının Sosyal Medyada Kullanımı: Instagram Örneği*. Ankara: Başkent Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016.
- Ayten, Ali. *Empati ve Din: Türkiye’de Yardımlaşma ve Dindarlık Üzerine Psiko-Sosyal Bir Araştırma*. İstanbul: İz Yayınları, 2. Basım, 2010.
- Ayten, Ali. “Kendini Gerçekleştirme ve Dindarlık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 29 (2005), 185-204.
- Ayten, Ali. *Prososyal Davranışlarda Dindarlık ve Empatinin Rolü*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Doktora Tezi, 2009.
- Ayten, Ali. *Psikoloji ve Din*. İstanbul: İz Yayıncılık, 5. Basım, 2017.
- Bahadır Abdülkerim. *Jung ve Din*. İstanbul: İz Yayıncılık, 2. Basım, 2010.
- Balcı Arvas, Fatma-Hökelekli, Hayati. “Dindarlık ile Evlilik Doyumu ve Evlilikte Sorun Çözme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme”. *Değerler Eğitimi Dergisi* 15/34 (2017), 129-160.
- Balcı, Şükrü-Gölcü, Abdülkadir. “Facebook Addiction among University Students in Turkey: ‘Selcuk University Example’”. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi* 34 (2013), 255-278.
- Balta, Emine. *Sosyal Medya Bağımlılığının Orta Öğretim İkinci Kademe Öğrencileri Arasındaki Nedenleri, Eğitsel Bilişsel Sonuçları (Sivas Merkez İlçe Örneği)*. Sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Baydaş, Kübra. *Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Kırılgan Narsisistik Kişilik Özellikleri ile İlişkisi*. Adana: Çukurova Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022.
- Beard, Keith-Wolf, Eve. “Modification in the Proposed Diagnostic Criteria for Internet Addiction”. *Cyberpsychology & Behavior* 4/3 (2001), 83-377.
- Bekar, Türker. *Üniversite Öğrencilerinde Teknoloji ile İlgili Bağımlılıklar ve İlişkili Faktörler*. Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Uzmanlık Tezi, 2018.
- Bıyık, Mustafa. “Yeni Dünya Düzenine Küresel Bir Din Modeli: Moonculuk, Milel ve Nihal İnanç” 1/1 (2003), 93-114.

- Bodur Hüsni Ezber. "İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi". *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi* 30 (2017), 329-351.
- Bostancı, Mustafa. *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2010.
- Bölüktaş, Rukiye Pınar. "Social Media Addiction and Related Factors among Turkish Nursing Students". *Kocaeli Tıp Dergisi* 11/1 (2022), 203-210.
- Bulut, Mehmet (ed.). *Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu*. Ankara: Gençlik Araştırmaları Yayın, 2013.
- Byrne, B.M. *Structural Equation Modeling with AMOS*. New York, Taylor & Francis Group, 2. Basım, 2010
- Campbell, Heidi. "This is My Church: Seeing the İnternet and Club Culture as Spiritual Spaces". *Religion Online Finding Faith on the İnternet*, 107-121.
- Canan, İbrahim. *Hadis Ansiklopedisi (Kütüb-i Sitte)*. 18 Cilt. İstanbul: Akçağ Yayınevi, 1993.
- Carpenter, Cristopher. "Narcissism on Facebook: Self-Promotional and Anti-Social Behavior". *Personality and Individual Differences* 52/4 (2012), 482-486.
- Cemiloğlu Altunay, Meltem. "Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da 'Pıt Pıt Net'" 12 (2010), 31-56.
- Critchley, Simon. *İmansızların İmanı Siyasal Teoloji Deneyleri*. İstanbul: Metis, 1. Basım, 2013.
- Çağan, Kenan. *Postmodernizm ve Mahremiyetin Dönüşümü*. Pruva Yayınları, 2019.
- Çetin, Nida Sümeyye. "Gençlerin Dini Kimliğinde Medya Etkisi: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 4/1 (2021), 137-152.
- Çoban, Ramazan. *Lise Öğrencilerinde Dindarlık ve Sanal Bağımlılık Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma (Burdur Gölhisar Örneği)*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2013.
- Çömlekçi, Mehmet Fatih-Başol, Oğuz. "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi". *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/4 (2019), 173-188.

- Debgici, Alaaddin Attar. *Depresyon ve Dindarlığın Bazı Tezahürleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Denizli İli Örneği*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016.
- Demir Türkdoğan, Rüya. *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Demiroğlu, Birsen. *Yetişkinlerin Maneviyat ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Deniz, Levent-Gürültü, Ercan. “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları”. *Kastamonu Eğitim Dergisi* 26/2 (2018), 355-367.
- Doğan, Mebrure. *Sabır Psikolojisi: Pozitif Psikoloji Bağlamında Bir Araştırma*. İstanbul: Çamlıca Yayınları, 1. Basım, 2016.
- Duman, Özlem Deniz. *Dijital Bağımlılıklar ve Sosyal Medya Hastalıkları*. İstanbul: İskenderiye Kitap, 1. Basım, 2021.
- Durar, Erkan. *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon ve Sosyal Fobi ile İlişkisi*. Kars: Kafkas Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2018.
- Egger, Oliver-Rauterberg, Matthias. *Internet Behaviour and Addiction*. Zurich: Swiss Federal Institute of Technology, 1996.
- Eken, Metin. “Modern Görsel Kültürde M Nesli’nin Online İnanç Pratikleri”. *Bilimname* 2020/43 (2020), 31-71.
- Enginyurt, Hasretnur. *Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Pozitif-Negatif Duygu Durum Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Eraslan, Levent. *Sosyal Medyayı Anlamak*. İstanbul: Nobel Yaşam, 2. Basım, 2016.
- Eraslan, Levent-Eser Çakıcı, Derya. *Sosyal Medya Toplum Araştırma: Sosyal Medya Sosyolojisine Giriş*. İstanbul: Beta Basım Yayım, 1. Basım, 2015.
- Erdem, Cahit-Avcı, Fatma. “Okul Öncesi Eğitimde Aile Katılımının Sağlanması için Bilgi İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: WhatsApp Uygulaması Örneği”. *Başkent University Journal Of Education* 7/2 (2020), 439-452.
- Erdoğruca Korkmaz, Nuran. *Bağlanma, İnsan-Tanrı İlişkisi ve Psikolojik İyilik Hali*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2012.

- Eren, Feyat. *18-30 Yaş Arasındaki Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaşam Doyumu Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.
- Esen, Erol. *Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2010.
- Fırat, Nuray-Barut, Yaşar. “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)’nin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”. *Journal of Human Sciences* 15/4 (2018), 2458-9489.
- Fox, Jesse-Rooney, Margaret C. “The Dark Triad and Trait SelfObjectification as Predictors of Men’s use and Self-Presentation Behaviors on Social Networking Sites”. *Personality and Individual Differences* 76 (2015), 161-165.
- Fromm, Erich. *Psikanaliz ve Din*. çev. Elif Erten. İstanbul: Say Yayınları, 7. Basım, 2021.
- George, D. ve Mallery, P. *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 17.0 Update*. Boston: Pearson 10. Basım, 2010
- Göcen, Gülüşan. *Şükür: Pozitif Psikolojiden Din Psikolojisine Köprü*. İstanbul: Dem Yayınları, 2014.
- Griffiths, Mark D. “Technological Addictions”. *Current Psychiatry Reports* 24/76 (1995), 14-19.
- Günay, Osman vd. “Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Depresyon Düzeyleri”. *The Journal of Psychiatry And Neurological Sciences* 31/1 (2018), 79-88.
- Günay, Ünver. *Din Sosyolojisi*. İstanbul: İnsan Yayınları, 13. Basım, 2014.
- Gürses, İbrahim. *Dindarlık ve Kişilik*. Bursa: Emin Yayınları, 2. Basım, 2017.
- Gürses, İbrahim-İrk, Esra. “İnternet Kullanımı ve Ergenlerin Dini Gelişimleri Üzerine Bir Araştırma”. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 27/1 (2018), 109-135.
- Gürsu, Orhan. *Bağımlılık ve Din: Nöropsikolojik Bir Yaklaşım*. İstanbul: Dem Yayınları, 1. Basım, 2018.
- Gürsu, Orhan. “Değerlerin Çözülmesi Bağlamında Medya, Bilişim ve İletişim Teknolojilerinin İnsan Psikolojisi Üzerindeki Etkisi”. *Eğitimde Gelecek*



- Arayışları: Dünden Bugüne Türkiye’de Beceri, Ahlak ve Değerler Eğitimi Uluslararası Sempozyumu*. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları, 2016.
- Gürsu, Orhan. “Ergenlik Döneminde Dijital Oyun Bağımlılığı ve Dindarlık İlişkisi” 22/1 (2022), 199-216.
- Güven, Hülya. *Depresyon ve Dindarlık İlişkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2008.
- Haberli, Mehmet. “Sosyal Medyada Dini İnanç ve Ahlaki Değerlerin Dejenerasyonu Üzerine Bir Değerlendirme”. *I. Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Kongresi*, 640-648.
- Hacıkeleşoğlu Hızır. “Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Dindarlık ve Ahlaki Kayıtsızlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 21/2 (2021), 877-907.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: 7. Basım, 2010
- Hamilton, Neal F.-Alan, M. Rubin. “The Influence of Religiosity on Television Viewing” 69/3 (1992), 667-678.
- Hazar, Murat. “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 0/2 (2011), 151-175.
- Himmelfarb, Harold S. “Measuring Religious Involvement”. *Oxford University Press* 53/4 (1975), 606-618.
- Hoover, Stewart M. *Religion in the Media Age*. Routledge, 1. Basım, 2006.
- Horozcu, Ümit. *Din Psikolojisi*. İstanbul: Rağbet Yayınları, 2017.
- Hökelekli, Hayati. *Din Psikolojisi*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 13. Basım, 2017.
- Hökelekli, Hayati. *Din Psikolojisine Giriş*. İstanbul: Dem Yayınları, 7. Basım, 2017.
- Hökelekli, Hayati. “Dini Kişiliğin Kuruluşunda Kişiliğin Rolü”. *Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları* 19/2 (1985), 16-28.
- İşman, Aytekin-Dağdeviren, Engin. “Diffusion of Twitter in Turkey”. *The Turkish Online Journal of Educational Technology* 17/4 (2018), 1-7.
- Kahveci, Hakkı. “Sosyal Medya İçeriklerinin Ahlaki Değerler Bağlamında İncelenmesi: YouTube Örneği” 11/1 (2021), 204-225.
- Karaca, Faruk. *Ölüm Psikolojisi*. İstanbul: Beyan Yayınları, 2000.

- Karadeniz, Kibar. *Bağımlılık Yapan Madde Kullanma Suçlarının İslam Hukuk Sosyolojisi Açısından Değerlendirilmesi*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2009.
- Karaküçük, Emir. *Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yabancılaşma*. Mersin: Mersin Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Karl, Karl-Engels, Friedrich. *Din Üzerine*. çev. Kaya Güvenç. Ankara: Sol Yayınları, 5. Basım, 2013.
- Karslı, Necmi. “Gençlerde İnternet Bağımlılığı ve Dindarlık İlişkisi”. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi* 46 (2019), 225-260.
- Kaya, Mevlüt-Aydın, Cüneyd. “Üniversite Öğrencilerinin Dini İnanç ile Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi* 30 (2011), 15-42.
- Kazel, Yasin Samet. *Orta Yetişkinlik Döneminde Sorumluluk ve Dindarlık İlişkisi*. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2022.
- Kerimov, Eldar. *Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeyleri ile Din Alguları Üzerine Bir Araştırma*. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016.
- Keskin, Baran. *Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ile Benlik Saygısı ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişki*. İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Kılıç, Fatma. *Çocuk Evlerinde Çalışan Bakım Elemanların Psikolojik Sermaye Algısı, İş Doyumu ve Maneviyat Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Kırık, Ali vd. “A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey”. *International Journal of Sport Culture and Science* 3/3 (2015), 108-122.
- Kim, Won vd. “On social Web sites”. *Information Systems* 35/2 (2010), 215-236.  
<https://doi.org/10.1016/j.is.2009.08.003>
- Kirman, Mehmet Ali. *Din ve Sekülerleşme Üniversite Gençliği Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma*. Adana: Karahan Kitabevi, 2005.

- Knabb, Joshua J.-Pelletier, Joseph. "The Relationship Between Problematic Internet use, God Attachment and Psychological Functioning Among Adults at a Christian University." *Mental Health, Religion & Culture* 17/3 (2014), 239-251.
- Kobak, Kadriye-Biçer, Serkan. "Facebook Sosyal Paylaşım Sitesinin Kullanım Nedenleri". *In 8th International Education Technology Conference*, 567-571.
- Kovan, Ayşen-Ormanlı, Neşe. "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki: COVID-19 Pandemi Örneği". 125-145. Erciyes: Erciyes İletişim Dergisi, 2021.
- Köse, Ali-Ayten, Ali. *Din Psikolojisi*. İstanbul: Timaş, 2014.
- Kula, Naci. *Gençlik Döneminde Kimlik ve Din, Gençlik Din ve Değerler Psikolojisi*. ed. Hayati Hökelekli. Ankara: Ankara Okulu Yayınları, 2002.
- Kurt, Abdurrahman. "Dindarlığı Etkileyen Faktörler". *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 18/2 (2009), 1-26.
- Kurt, Abdurrahman. "Sosyal Güven ve Din". *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/9 (2000), 277-289.
- Kuruçay, Yasin. *Ergenlerde Dindarlık ve Hayatın Anlamı Arasındaki Çok Yönlü İlişki Üzerine Bir Araştırma*. Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi, Doktora Tezi, 2019.
- Kuss, Daria-Griffiths, Mark D. "Online Social Networking and Addiction: A Literature Review of Empirical Research". *Multidisciplinary Digital Publishing Institute* 8/9 (2011), 3528-3552.
- Küçükcan, Talipcan. "Dini Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dini İletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler". *II. Uluslar Arası Dini Yayınlar Kongresi*. 210-220. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 1. Basım, 2005.
- Lewis, Kevin vd. "Tastes, Ties, and Time: A New Social Network Dataset Using Facebook.Com". *Social Networks* 30/4 (2008), 330-342. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2008.07.002>
- Lietsala, Katri-Sirkkunen, Esa. *Social Media: Introduction to The Tools and Processes of Participatory Economy*. University of Tampere, 2008.
- Longstreet, Phil-Brooks, Stoney. "Life Satisfaction: A Key To Managing Internet & Social Media Addiction". *Technology in Society* 50 (2017), 73-77.

- Marangoz, Mehmet vd. "E-Ticaret İşletmelerinin Web ve Sosyal Ağ Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi". *İnternet Uygulamaları ve Yönetim Dergisi* 3/2 (2012), 53-78.
- Marks, Isaac. "Behavioural (non-chemical) Addictions". *British Journal of Addiction* 85/11 (1990), 1385-1543.
- McCormack, Abby-Griffiths, Mark D. "Motivating and Inhibiting Factors in Online Gambling Behaviour: A Grounded Theory Study". *International Journal of Mental Health and Addiction* 10/1 (2012), 39-53.
- Mehmedoğlu, Ali Ulvi. *Kişilik ve Din*. İstanbul: Dem Yayınları, 1. Basım, 2004.
- Mehmedoğlu, Ali Ulvi-Aygün, Adem. "James W. Fowler ve İnanç Gelişim Teorisi". *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 6/1 (2006), 117-139.
- Mitchell, Kimberly J.-Finkelhor, David. "The Exposure Of Youth To Unwanted Sexual Material on the Internet: A National Survey" 34/3 (2003), 330-358.
- Musonera, Etienne. "Instagram: A Photo Sharing Application". *Journal of the International Academy for Case Studies* 24/4 (2018), 1-9.
- Naycı, Nagihan. *Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Üstbiliş, Kişiler Arası Yeterlik ve Duygu Düzenleme Açısından İncelenmesi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Odabaşı, H. Ferhan vd. "Eğitim için Yeni Bir Ortam: Twitter". *Anadolu Journal of Educational Sciences International* 2/1 (2012), 89-103.
- Olkun, Emre Osman. "Dijitalleşmenin Haber Üzerindeki Olumsuz Etkileri: Sosyal Medya Yalan/Sahte Haber Sorunu". *Dijital İletişim Fırsatlar ve Tehditler*. ed. Özer Silsüpür. 248. İstanbul: Eğitim Yayınevi, 1. Basım, 2022.
- Onat, Ferrah. "Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 2010/31 (2010), 103-121.
- Onay, Ahmet. *Dindarlık Etkileşim ve Değişim*. İstanbul: Dem Yayınları, 1. Basım, 2004.
- Oyman, Nihat. "Sosyal Medya Dindarlığı". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28 (2016), 125-167.
- Özdalga Elisabeth. "Din Din Midir Yoksa Başka Bir Şey Midir? Dinsel Fenomenleri İndirgeyici (Redüksiyonist) Yaklaşımların Bir Ön Eleştirisi". *İslami Araştırmalara Dergisi* 3/2 (1989), 29-39.

- Özdemir, Zafer. “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı”. *Beykoz Akademi Dergisi* 7/2 (2019), 91-105.
- Özkan, Hakan. “Din Eğitimi Çerçevesinde İbadetlerin, İrade Eğitimi ve Zaman Yönetimiyle İlişkisi”. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/1 (2022), 323-352.
- Öztürk, İsa. *Gordon Allport’un Din Anlayışı*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2015.
- Öztürk, Yusuf. *Ergenlerde Dindarlık ile Öznel İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Çarşamba Örneği)*. Çorum: Hitit Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017.
- Peker, Hüseyin. “Kur’an’a Göre Dindarlığın Boyutları”. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 12/2 (2012), 41-49.
- Prensky, Marc. “Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently?” *On the Horizon* 9/6 (2001), 1-6.
- Sağar, Mehmet Enes-Özçelik, Tuğba. “Ergenlerde Duygu Düzenleme ve Yaşam Doyumunun Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Yordayıcı Rolü”. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 12/2 (2022), 493-511.
- Sağbaş, Ensar Arif vd. “Sosyal Medya ve Gençler Üzerine Etkileri”. 153-163. Muğla, 2016.
- Sambur, Bilal. *İslam’ın Aktüel Değeri*. Ankara: Katkı Yayınları, 2. Basım, 2007.
- Savcı, Mustafa vd. “Ergenlerde Sosyal Medya Bozukluğu Ölçeği’nin Türkçe Uyarlaması”. *Nöro Psikiyatri Arşivi* 55/3 (2018), 248-255.
- Seufert, Michael vd. “Group-based Communication in WhatsApp”. *IFIP Networking Conference (IFIP Networking) and Workshops* 536-541 (2016).
- Shaw, Martha-Siyah, Donald K. “Internet Addiction Definition, Assessment, Epidemiology And Clinical Management” 22/5 (2008), 353-365.
- Subaşı, Necdet. “Türkiye Dindarlığı: Yeni Tipolojiler”. *İslâmiyât* V/4 (2002), 17-40.
- Şahin, Adem. *İlahiyat, Tıp ve Mühendislik Fakültelerinde Okuyan Öğrencilerde Dini Hayatın Boyutları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Yayınlanmamış*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1999.
- Şeker, Volkan Tah. *Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon ve Anksiyete Arasındaki İlişki*. İstanbul: Beykent Üniversitesi, Yüksek Lisans, 2018.

- Şener, Gülüm. “Türkiye’de Facebook Kullanımı Araştırması”. *XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*. 33-41. İstanbul: Bilgi Üniversitesi, 2009.
- Şener, Sami-Yiğit, Beyza Nur. “Sosyal Medyanın Gençlerin Düşünce ve Değerlerine Etkisi”. *Academic Platform* 5/3 (2021), 529-553.
- Şentürk, Habil. *Lise Öğrencilerinde Dindarlık ve Sanal Bağımlılık Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma (Burdur Gölhisar Örneği)*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2013.
- Taatila, Vesa P. vd. “Framework To Study The Social İnnovation Networks”. *European Journal of Innovation Management* 9/3 (2006), 312-326.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. *Using Multivariate Statistics*. Boston: Allyn and Bacon, 6. Basım, 2013
- Taş, Oğuzhan-Taş, Tuğba. “Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu”. *İletişim Dergisi* 29 (2019), 183-208.
- Tekeli, Muhammed Fatih. *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Din: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Tutgun Ünal, Aylin. *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2015.
- Tutgun Ünal, Aylin. “İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği”. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi* 2 (2019), 49-80.
- Tümer, Günay. “Çeşitli Yönleriyle Din”. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28/1 (1986), 213-268.
- Tümer, Günay vd. *Dinler Tarihi*. Ankara, 9. Basım, 2012.
- Türkel, Zeynep. *Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Yalnızlık ve Yaşam Doyumu Arasındaki Yordayıcı İlişkiler*. İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2018.
- Uçar, Mehmet. *Yaşlılarda Yaşam Kalitesi ile Spiritüalite (Maneviyat) Arasındaki İlişki*. Malatya: İnönü Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017.
- Uslu, Mustafa. “Türkiye’de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması”. *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi* 6/2 (2021), 370-396.

- Utma, Seçil. “Mahremiyet Olgusu ve Sosyal Medyada Mahremiyetin Serüveni”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/59 (2018), 1193-1204.
- Uysal, Veysel. *Din Psikolojisi Açısından Dinî Tutum Davranış ve Şahsiyet Özellikleri*. İstanbul: İFAV yayınları, 1. Basım, 1996.
- Uysal, Veysel. *Türkiye’de Dindarlık ve Kadın*. İstanbul: Dem Yayınları, 1., 2006.
- Üneri, Özden Şükran-Tanıdır, Canan. “Bir Grup Lise Öğrencisinde İnternet Bağımlılığı Değerlendirmesi: Kesitsel Bir Çalışma”. *Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi* 4 (2011), 265-272.
- Ünlü, Feyza. “Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon”. *Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 4/1 (2018), 161-172.
- Varsak, Osman. “Sosyal Medyanın Dinî Yaşantıya Etkileri: Bursa İl Merkezindeki Lise Öğrencileri Örneği”. *Muş Alparslan Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi* 5/1 (2022), 87-108.
- Vosoughi, Soroush vd. “The Spread of True and False News Online.” *Science* 359/6380 (2018), 1146-1151.
- Vural Akıncı, Z. Beril-Bat, Mikail. “Yeni Bir İletişim Aracı olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi* 5/20 (2010), 3349-3382.
- Wunthnow, Robert (ed.). *The Religious Dimension: New Directions in Nicel Research*. Newyork: Academic Press, 1. Basım, 1989.
- Yalom, Irvin D. *Din ve Psikiyatri*. İstanbul: Pegasus Yayınları, 2. Basım, 2020.
- Yaparel, Recep. “Dinin Tarifi Mümkün mü?” *DEÜİFD* IV (1987), 403-417.
- Yapıcı, Asım. *Ruh Sağlığı ve Din*. Karahan Kitabevi, 3. Basım, 2021.
- Yapıcı, Asım. “Türk Toplumunda Cinsiyete Göre Dindarlık Farklılaşması: Bir Meta-Analiz Denemesi” 17/2 (2012), 1-34.
- Yıldırım, Sait. “Sosyal Medyada Gösteriş Olgusu ve Kutsalın Tüketimi”. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 10/28 (2021), 125-143.
- Yıldız, Murat. “Dindarlığın Tanımı ve Boyutları üzerine Psikolojik Bir Çalışma” 1/1 (2001), 19-42.
- Yılmaz, Eyüp. “Sokak Oyunlarından Sanal Oyunlara: Dijital Oyunların Gelişimsel Süreçlerinin Çocuk Kullanıcıların Ahlaki Gelişimleri Açısından

- Değerlendirilmesi”. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 24/3 (2022), 545-557.
- Yılmaz, Hüseyin. “Türk Müslümanlığı Dindarlık ve Modernlik”. *İslamiyat 3 Aylık Araştırma Dergisi* 5/4 (2002), 57-66.
- Yiğit, Abdurrahman. *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Alışkanlıkları ve Sosyal Medyanın Öğrenciler Üzerindeki Etkileri*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Yoğurtçu. *Yetişkinlerde Dindarlık ve Ruh Sağlığı*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, 2009.
- Young, Kimberly S. “Internet Addiction: A New Clinical Phenomenon and Its Consequences”. *American Behavioral Scientist* 48/4 (2004), 402-415.
- Young, Kimberly S.günay. “Cognitive Behavior Therapy with Internet Addicts: Treatment Outcomes and Implications” 10/5 (2007), 671-679.
- Yumni, Sezen. *Sosyoloji Açısından Din*. İstanbul: Marmara üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, 1. Basım, 1998.
- Zinderen, İbrahim Ethem. “Yeni Medyada Kimlik İnşası: YouTuber Kimliğine İlişkin Bir İnceleme”. *Erciyes İletişim Dergisi* 7/1 (2020), 415-434.

## İNTERNET KAYNAKLARIM

- Regro Digital Marketing. "We are Social 2022 Türkiye Sosyal Medya Kullanımı Verileri". (Erişim 27 Aralık 2022). <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>
- Onedio, “Doğum Yaptığımı Söyleyen TikTok Fenomeni Mükremin Gezgin’den Videolu Açıklama Geldi: ‘Ben Anne Olamayacağım’”. (Erişim 10 Haziran 2022). <https://onedio.com/haber/dogum-yaptigini-soyleyen-tiktok-fenomeni-mukremin-gezgin-den-videolu-aciklama-geldi-ben-anne-olamayacagim-1075122>



## EKLER

### EK 1. KİŞİSEL BİLGİ FORMU

#### Sayın Katılımcı,

Bu araştırma Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü yüksek lisans öğrencisi Esra KÜÇÜK AYDIN tarafından, Prof. Dr. İbrahim GÜRSES'in danışmanlığını yürüttüğü bir çalışma kapsamında yapılmaktadır ve size sunulan anket çalışması bilimsel bir çalışmanın parçasıdır. Anket sorularımız kapsamında paylaşacağınız bilgiler gizli tutularak, yalnızca araştırmacılar tarafından, grup düzeyinde değerlendirilecektir ve sonuçlar bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Bu bilgiler kesinlikle başka kurum ve kuruluşlarla paylaşılmayacaktır. Ankette yer alan soruların doğru veya yanlış bir cevabı yoktur ancak anket sorularının olmasını istediğiniz gibi değil de yaşadığımız, yaptıklarımız çerçevesinde, eksiksiz, dikkatli ve samimi bir şekilde doldurmanız çalışmanın doğru sonuçlanması için oldukça önemlidir. Ankete katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Ayırmış olduğunuz zaman ve katılımınız için teşekkür ederiz.

Esra KÜÇÜK AYDIN  
Bursa Uludağ Üniversitesi S.B.E.  
Din Psikolojisi-Yüksek Lisans Öğrencisi

1. Cinsiyetiniz:  
( ) Kadın ( ) Erkek
2. Doğum tarihinizi sadece yıl olarak giriniz.
3. Medeni durumunuz nedir ?  
( ) Bekar  
( ) Evli
4. Romantik ilişki durumunuz nedir?  
( ) Şuan herhangi bir romantik ilişkim yok.  
( )Yüz yüze sosyal ortamında tanıştığım biriyle romantik ilişkim var.  
( ) Sosyal medya ortamında tanıştığım biriyle romantik ilişkim var.  
( ) Nişanlılık sürecindeyim evlilik hazırlığı yapıyorum.  
( ) Evliyim.
5. Giresun'da kimlerle yaşıyorsunuz?  
( ) Ailemle  
( ) Akrabalarım  
( ) Evde ev arkadaşlarımla  
( ) Devlet yurdunda arkadaşlarımla  
( ) Özel yurttta arkadaşlarımla  
( ) Yalnız yaşıyorum

6. Okuduğunuz fakülte hangisidir?

- Mühendislik  
 İlahiyat ( İslami İlimler )  
 Eğitim Fakültesi  
 Fen Edebiyat Fakültesi

7. Üniversite kaçınıcı sınıftasınız?

- Hazırlık  
 1. Sınıf  
 2. Sınıf  
 3. Sınıf  
 4. Sınıf

8. İlk gelişinizden bu yana hesapladığınızda üniversitedeki kaçınıcı yılınızdasınız? İlk yılınız ise 1, ikinci yılınız ise 2, ..... onuncu yılınız ise 10 vb. şekilde giriniz.

9. Ailenizin Gelir Durumu:

- Düşük  
 Orta  
 Yüksek

10. Annenizin eğitim durumu:

- Okuryazar değil  
 Okuryazar  
 İlkokul  
 İlkokul + Ortaokul (8 yıllık dahil )  
 Lise  
 Önlisans (2 Yıllık)  
 Lisans (4 Yıllık)  
 Yüksek Lisans  
 Doktora

11. Babanızın eğitim durumu

- Okuryazar değil  
 Okuryazar  
 İlkokul  
 İlkokul + Ortaokul (8 yıllık dahil )  
 Lise  
 Önlisans (2 Yıllık)  
 Lisans (4 Yıllık)  
 Yüksek Lisans  
 Doktora

12. Herhangi bir sosyal medya sitesine üyeliğiniz var mı?

- Evet  
 Hayır

13. Ne kadar süredir sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz?

- 1-3 yıl
- 3-6 yıl
- 6-10 yıl
- 10 yıldan fazla

14. Sosyal medyaya günde ne kadar süre bağlanırsınız?

- 1 saatten az
- 1-3 saat arası
- 3-6 saat arası
- 6 saatten fazla

15. Sosyal medya uygulamalarından en çok hangisini kullanıyorsunuz?

- Facebook
- YouTube
- Twitter
- Instagram
- Whatsapp
- Cluphouse
- Tik Tok
- Diğer

## EK 2. KISA DİNDARLIK ÖLÇEĞİ

Her bir soruda katılımcılara “her zaman, çoğu zaman, bazen, nadiren, hiçbir zaman”, “tamamen katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, hiç katılmıyorum” ile “çok iyi, iyi, orta, zayıf, hiçbir bilgim yok” şeklinde 1’den 5’e kadar puanlanan seçenekler sunulmuştur.

Araştırmada katılımcıların dindarlık düzeylerini tespit etmek için Ayten’in oluşturduğu “Kısa Dindarlık Ölçeği” kullanılmıştır. 10 madde ve 2 alt boyuttan oluşan ölçekte tersten puanlanan soru bulunmamaktadır. 1,2,3,4,9 ve 10. sorulardan oluşan ilk boyut inanç- etki, 5,6,7 ve 8. sorulardan oluşan ikinci boyut ise bilgi- ibadet boyutu olarak isimlendirilmiştir.

1. Dini inançlarım muhtaçlara yardım etmemde etkilidir.
  - a) Her zaman
  - b) Çoğu zaman
  - c) Bazen
  - d) Nadiren
  - e) Hiçbir zaman
2. İbadet ederken kendimi Allah’a yakın hissedirim.
  - a) Her zaman
  - b) Çoğu zaman
  - c) Bazen
  - d) Nadiren
  - e) Hiçbir zaman
3. Din, hayatın anlamını kavrama ve hayatta karşılaşılan sorulara cevap bulmada yardımcıdır.
  - a) Tamamen katılıyorum
  - b) Katılıyorum
  - c) Kararsızım
  - d) Katılmıyorum
  - e) Hiç katılmıyorum
4. Sosyal problemlerle (ailevi problemler, geçim sıkıntısı vb.) ilgili çözüm yolları ararken dini inançlarınızın rolü olur mu?
  - a) Her zaman
  - b) Çoğu zaman
  - c) Bazen
  - d) Nadiren
  - e) Hiçbir zaman
5. Kur’an-ı Kerim’i, Arapçasından ve Türkçe mealinden ne sıklıkta okursunuz?
  - a) Her gün bir miktar okurum
  - b) Çoğu zaman okurum
  - c) Bazen okurum
  - d) Nadiren okurum
  - e) Hiç Okumam

6. 5 vakit namaz kılmayla ilgili davranışınız aşağıdakilerden hangisine uygundur?
- Her zaman
  - Çoğu zaman
  - Bazen
  - Nadiren
  - Hiçbir zaman
7. Sağlığınız elverdiği sürece Ramazan oruçlarınızı tutar mısınız?
- Her zaman
  - Çoğu zaman
  - Bazen
  - Nadiren
  - Hiçbir zaman
8. İbadetlerinizi gereği gibi yerine getirebilmek için sahip olduğunuz bilgi düzeyini nasıl buluyorsunuz?
- Çok iyi
  - İyi
  - Orta
  - Zayıf
  - Hiçbir bilgim yok
9. Dini inançların gereği doğru söylemeye gayret ediyorum.
- Her zaman
  - Çoğu zaman
  - Bazen
  - Nadiren
  - Hiçbir zaman
10. Dini inançlarım gereği komşuma iyi davranıyorum.
- Her zaman
  - Çoğu zaman
  - Bazen
  - Nadiren
  - Hiçbir zaman

### **EK 3. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ (SMBÖ)**

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını ölçebilmek amacıyla Tutgun-Ünal ve Deniz tarafından geliştirilmiş olup tüm geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. 41 maddeden ve dört faktörden (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma) oluşan SMBÖ “Her zaman”, “Sık sık”, “Bazen”, “Nadiren” ve “Hiçbir zaman” olarak derecelendirilmiş 5’li likert türden bir ölçektir. Dört faktörlü SMBÖ’de tüm faktörler toplam varyansın %59’unu açıklamıştır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olan cronbach alpha değeri .967 olarak belirtilmiştir. SMBÖ’den alınabilecek en yüksek puan 205, en düşük puan ise 41’dir. Alt ölçekler ise kendi içlerinde ayrıca değerlendirilebilmektedir.

Buna göre, ölçme aracında yer alan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 ve 12 numaralı maddeler “Meşguliyet” (Occupation) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın kişiyi bilişsel olarak meşgul etme etkisini ölçmektedir.

Ölçme aracında yer alan 13, 14, 15, 16 ve 17 numaralı maddeler “Duygu Durum Düzenleme” (Mood Modification) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın duygusal olarak etkisini ölçmektedir.

Ölçme aracında yer alan 18, 19, 20, 21 ve 22 numaralı maddeler “Tekrarlama” (Relapse) boyutu ile ilgili olup kişinin sosyal medya kullanımını kontrol altına almak isteyip alamamasını, aynı ölçüde kullanmaya devam etmesini ölçmektedir.

Ölçme aracında yer alan 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 numaralı maddeler “Çatışma” (Conflict) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın kişinin hayatında problemlere yol açma etkisini ölçmektedir.

1. Hiçbir zaman    2. Nadiren    3. Bazen    4. Sık Sık    5. Her zaman

|   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1.Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.                   |   |   |   |   |   |
| 2.Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.                                |   |   |   |   |   |
| 3. Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.         |   |   |   |   |   |
| 4.Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.                          |   |   |   |   |   |
| 5.İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.                        |   |   |   |   |   |
| 6.Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.   |   |   |   |   |   |
| 7.Sosyal medyada düşündüğümden daha fazla zaman geçirdiğim olur.                                      |   |   |   |   |   |
| 8.Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime “birkaç dakika daha” derim.  |   |   |   |   |   |
| 9.Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.   |   |   |   |   |   |
| 10.Sosyal medyayı planladığımdan daha fazla kullandığım olur.   |   |   |   |   |   |
| 11.Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.                                      |   |   |   |   |   |
| 12.Sosyal medya ile ilgili eylemlere (oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs) uzun süreler ayırıyorum. |   |   |   |   |   |
| 13.Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.  |   |   |   |   |   |
| 14.Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.                              |   |   |   |   |   |
| 15.Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyada gezinmeyi tercih ederim.           |   |   |   |   |   |
| 16.Problemlerimden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.                                |   |   |   |   |   |
| 17.Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.   |   |   |   |   |   |
| 18.Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.                                    |   |   |   |   |   |
| 19.Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.                        |   |   |   |   |   |
| 20.Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.                          |   |   |   |   |   |
| 21.Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.              |   |   |   |   |   |
| 22.Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.                              |   |   |   |   |   |
| 23.Mesleğime/çalışmalarına olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.    |   |   |   |   |   |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| 24.Sosyal medyadan dolayı hobilerime, boş zaman ve dinlenme faaliyetlerime daha az öncelik veririm.    |  |  |  |  |  |
| 25.Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.                                   |  |  |  |  |  |
| 26.Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.  |  |  |  |  |  |
| 27.Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.                               |  |  |  |  |  |
| 28.Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmaları ihmal ederim.     |  |  |  |  |  |
| 29.Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.                       |  |  |  |  |  |
| 30.Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.             |  |  |  |  |  |
| 31.Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.  |  |  |  |  |  |
| 32.Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.                        |  |  |  |  |  |
| 33.İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.                     |  |  |  |  |  |
| 34.Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezindiğimi saklamaya çalışırken bulurum.                      |  |  |  |  |  |
| 35.Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.   |  |  |  |  |  |
| 36. Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığım olur.                     |  |  |  |  |  |
| 37. Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur.                     |  |  |  |  |  |
| 38. Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrıları, vb) yaşadığım olur.    |  |  |  |  |  |
| 39. Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle olan ilişkilerimde problem yaşamama neden olur. |  |  |  |  |  |
| 40. Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur.  |  |  |  |  |  |
| 41. Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.                  |  |  |  |  |  |



## EK 4. ETİK KURUL RAPORU



**BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİK KURULLARI**  
(Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu)  
**TOPLANTI TUTANAĞI**

**OTURUM TARİHİ**  
23 ARALIK 2022

**OTURUM SAYISI**  
2022-11

**KARAR NO 46:** Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'nden alınan Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı öğretim üyesi Prof. Dr. İbrahim GÜRSES'in danışmanlığında yüksek lisans öğrencisi 701821010 numaralı Esra KÜÇÜK AYDIN'ın "Dindarlı ve Sosyal Medya Bağlılığı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma (Giresun Örneği)" konulu tez çalışması kapsamında uygulanacak ölçek sorularının değerlendirilmesine geçildi.

Yapılan görüşmeler sonunda; Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı öğretim üyesi Prof. Dr. İbrahim GÜRSES'in danışmanlığında yüksek lisans öğrencisi 701821010 numaralı Esra KÜÇÜK AYDIN'ın "Dindarlı ve Sosyal Medya Bağlılığı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma (Giresun Örneği)" konulu tez çalışması kapsamında uygulanacak ölçek sorularının fikri, hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğu başvurucaya ait olmak üzere uygun olduğuna oybirliği ile karar verildi.

Prof. Dr. Feriye YILMAZ  
Kurul Başkanı

Prof. Dr. Abamüslim AKDEMİR  
Üye

Prof. Dr. Doğan ŞENYÖZ  
Üye

Prof. Dr. Ayşe OĞUZLAR  
Üye

Prof. Dr. Vejdî BİLGİN  
Üye

Prof. Gülay GÖĞÜŞ  
Üye

Prof. Dr. Alev SİNAR UĞURLU  
Üye