

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE İLETİŞİM BECERİLERİ ARASINDAKİ YORDAYICI İLİŞKİNİN İNCELENMESİ (*)

Ali İLİŞ (**)

Arzu GÜLBAHÇE (***)

Öz

Bu çalışmanın amacı Eğitim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasındaki yordayıcı ilişkinin incelenmesidir. Araştırmada betimsel araştırma tekniklerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Çalışma grubunu Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde 2017-2018 eğitim öğretim yılında öğrenim gören 385 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığını belirlemek için 'Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği' ve iletişim becerilerini belirlemek için 'İletişim Becerileri Ölçeği' ölçekleri kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler için, SPSS programı aracılığı ile, betimsel analizler, Pearson korelasyon analizi ve basit doğrusal regresyon analizi testleri uygulanmıştır. Araştırmada iletişim becerilerinin, sosyal medya bağımlılığının %12.4' ünü yordadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Elde edilen verilere göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyinin orta, iletişim becerileri düzeyinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda sosyal medya bağımlılığı ve iletişim becerileri arasında ters yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Eğitim Fakültesi Öğrencileri, Sosyal Medya, İletişim, İletişim Becerileri, Sosyal Medya Bağımlılığı.

*) Bu çalışma, "Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile İletişim Becerileri Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi" adlı yüksek lisans tezinden elde edilen verilerin bir kısmı kullanılarak hazırlanmıştır.

**) Ali Fuat Başgil Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi Rehber Öğretmeni
(e-posta: ali-ilis@windowslive.com). ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6632-5903>

***) Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü.
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Ana Bilim Dalı
(e-posta: arzugulbahce@atauni.edu.tr). ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3565-0877>

An Investigation of the Predictive Relationship Between Social Media Addiction and Communication Skills

Abstract

The aim of this study is, to examine the relationship between Faculty of Education students' social media addiction and communication skills. In this study, relational survey model was applied. The research was applied on 385 Faculty of Education students. In order to collect the data, one form and two different scales were used. First, the Social Media Addiction Scale was used to measure students' social media addiction levels. Second, the Communication Skills Scale was used to determine students' communication skills levels. SPSS software used to analyse the data. In the analyses, descriptive analysis, Pearson correlation analysis and, basic linear regression analysis, Wilk test were applied. In this study, communication skills were found to predict 12.4% of the social media addiction. The study findings show that the level of students' social media addiction is medium and the level of students' communication skills is high. The analysis results show that there is a significant negative correlation between social media addiction and communication skills.

Keywords: *Faculty of Education Students, Social Media, Communication, Communication Skills, Social Media Addiction.*

1. Giriş

1.1. Sosyal Medya

“Sosyal medya; katılımcılarının online ortamlarda kendilerini ifade etme, diğer bireyler ile iletişime geçme, sosyal gruplara katılma ve fikir, yorum ve yayınlarıyla katkıda bulunma imkanı sağlayan içeriklere sahip web siteleri şeklinde tanımlanabilir” (Köksal ve Özdemir, 2013, s. 325).

Sosyal medya, internetin yaygın kullanımı ve gelişimi sonucunda insanların hayatında vazgeçilmez konumda olan bir fenomen olarak nitelendirilmektedir. Dünya genelinde internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte sosyal medya araçlarının gelişimi ve insanların bu araçlara yönelimi söz konusu olmuştur. Sosyal medya bu gelişmeler neticesinde yoğun bir biçimde kullanılan bir iletişim aracı haline almıştır.

İçerik paylaşımı, fotoğraf ya da video paylaşma, görüş paylaşma, bilgi temin etme gibi hususlar, insanların sosyal medya kullanmalarındaki temel nedenler olarak bilinmektedir. Bilgiye ulaşma noktasında çok fazla seçeneği olan insanlar, sosyal medya ile birlikte bilgiye daha hızlı şekilde ulaşmaları sebebiyle bu seçeneği daha fazla tercih eder hale gelmişlerdir. İletişim becerileriyle ilişkilendirilen bir faktör olarak bilgi temini konusu sosyal medya kullanımı kapsamında belirleyici bir konumdur.

Kullanıcıların çevrimiçi araçlardan faydalanarak etkileşim kurması ve paylaşım yapmasını sağlayan araçların tanımlanması sosyal medya ile birlikte olmaktadır (Solmaz,

Tekin, Herzem ve Demir, 2013, s. 24).

Sosyal medyanın tarihi gelişimi, bilişim ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla olmuştur (Hacıfendioğlu, 2014, s. 609). İnternet kullanımının son dönemde yaygınlaştığı düşünüldüğünde sosyal medyanın tarihi gelişiminin çok eskilere uzanmadığı görülecektir.

Dünyada internet kullanan insan sayısı her geçen gün artmaktadır. 2013 yılında dünyada yaklaşık 3 milyar kişi internet kullanıcısıdır ve bu rakam her geçen gün artış göstermektedir (Bank ve Tat, 2014, s. 1184). We are social ve Hootsuite'in 2019'da yayınladıkları Digital Around the World in 2019 raporuna göre tüm dünyada internet kullanıcısı sayısı 4.38 milyar kişi ile nüfusun %56'sını oluştururken, sosyal medya kullanıcı sayısı 3.48 milyar kişi ile nüfusun %45'idir (<https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>).

Sosyal medyanın temel özelliklerinden birisi, hayatın her alanında kullanıma uygun olmasıdır (Köseoğlu ve Al, 2013, s. 110). Tüm dünyada sosyal medya kullanımının düzenli ve sürekli bir şekilde artış gösteriyor olmasında sosyal medyanın hayatın her alanında kullanılma özelliğinin rolü göz ardı edilemeyecek düzeydedir.

Farklı değerler sunan bir yapıda olması sosyal medyanın temel özelliklerinden birisidir. İletişimi kolaylaştıran bir araç olarak sosyal medya, bilgi paylaşımını daha kolay bir hale getirmesi suretiyle kullanıcılar için sosyal destek sağlamaktadır (Hajli, 2013, s. 388). Sosyal medyanın bu niteliği, aynı zamanda sosyal medyaya olan ilgiyi artıran bir etken olarak görünmektedir.

“Toplumdaki sosyal ilişkilerin sosyal medya üzerinde sürdürülebilir hale gelmesi, sosyal medyanın özelliklerinden bir diğeri olarak görünmektedir” (Göker ve Keskin, 2015, s. 864). Siyasi, ekonomik, kültürel, sanatsal ve daha birçok açıdan sosyal medyanın bu özelliği geçerliliğini korumaktadır. Tüm bunlar aynı zamanda sosyal medyanın tercih edilmesi sebepleridir.

1.2. Bağımlılık

Tamar-Gürol'a (2012) göre bağımlılık, zararlı sonuçlar doğurmasına rağmen şiddetli bir biçimde madde arama ve kullanma şeklinde organize olan, tekrar eden ve devamlı bir hastalıktır.

Yeşilay bağımlılığı kişinin eşya veya davranış üzerindeki hâkimiyetini kaybetmesi ve o eşya veya davranış olmadan hayatını devam ettirememesi şeklinde tanımlanmaktadır. Yeşilay'a göre bağımlılık yapıcı şey aynı zamanda bir eylem de olabilmekte ve maddenin kullanımında ya da davranışta irade ortadan kalkmaktadır. Kişi zamanının ve enerjisinin büyük kısmını maddeye ya da eyleme ayırmaktadır. (<http://yesilay.org.tr/documents/file/yesilay/kitap/tbm/internet-bagimligi.pdf>).

Tanımlardan da anlaşılacağı gibi, bireyin bir nesne ya da eylemle bağımlılık düzeyinde bir ilişki kurması, bireyin bağımlı olduğu şeyi iradesi dışında arzulamasına ve gün-

delik hayatının merkezine almasına neden olmaktadır. Bu da bireyde ruhsal ve fiziksel haraba neden olmaktadır.

Bağımlılık tanımlarına bakıldığında hayattaki her nesnenin bağımlılık yaratma potansiyelinin olduğu söylenebilir. Literatür incelendiğinde bağımlılık, madde bağımlılığı ve bir davranışa olan bağımlılık olarak iki düzeyde tanımlanmıştır. Kahve, alkol, uyuşturucu vb. ürünlere karşı geliştirilen bağımlılık madde bağımlılığı olarak tarif edilmektedir. Bir davranışa bağımlılık ise, davranışın normalden daha sık ve düzenli olarak sergilenmesi sonucu bireyi psikolojik, toplumsal ve fiziksel yönlerden problemlere neden olması olarak ifade edilebilir (Karaman ve Kurtoğlu, 2009).

1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

Medya bağımlılığı kavramı ilk kez 1976 yılında kullanılmış, insanların kitle iletişim araçlarına yönelik bağımlılığını açıklamak için kavramın kullanımı gerçekleşmiştir (Işık ve Topbaş, 2015, s. 320). Sosyal medya bağımlılığı kavramı ise sosyal medya araçlarının ortaya çıkması ve yaygınlaşması sonrasında ortaya çıkmıştır.

Sosyal medyanın cep telefonlarına kadar girmesi, sosyal medya kullanımını artırmasının yanında sosyal medya araçlarının çeşitliliğini etkilemiş durumdadır. Böylece sosyal medya türleri, küçük iletişim cihazları ile kolayca kullanılabilir hale gelmiştir (Siddiqui ve Singh, 2016, s. 71). Sosyal medyanın insan hayatında giderek daha fazla yer almaya başlaması ile birlikte insanların bu platformda daha fazla vakit geçirmeye başlaması, sosyal medya bağımlılığı kavramının ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir.

“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” (Tutgun-Ünal, 2015).

Sosyal medya ağlarında normalin üzerinde vakit geçirilmesi, sosyal medya bağımlılığı kavramını açıklamaktadır. Sosyal medya kullanılmaması durumunda bireyin kendisini eksik ya da rahatsız hissetmesi de sosyal medya bağımlılığı tanımı kapsamında kendisine yer edinmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ile birlikte açıklanmak istenen hususlardan birisi de bireyin hayatının diğer alanlarından uzaklaşmaya başlaması olarak görülmektedir (Otrar ve Arğın, 2014, s. 9).

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanma davranışı ile ilgilidir. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılığını bir davranışa olan bağımlılık şeklinde ele almak mümkündür. Sosyal medya bağımlılığı; sosyal medya kullanmaya karşı şiddetli istek duymak, normal çok üzerinde bir süre sosyal medya kullanımı ve bu kullanım sıklığının giderek artması sonucu bireyin psikolojik, fiziksel ve sosyal bütünlüğüne zarar veren bir bağımlılık türü olarak tanımlanabilir.

Sosyal medya bağımlılığının etki alanlarının başında sosyal beceriler gelmektedir. Sosyal medya bağımlılığı, bireylerdeki sosyal bağımlılık açısından etkili bir değişken

niteliği taşımaktadır (Savcı ve Aysan, 2017, s. 202). Başka bir deyişle sosyal medya bağımlılığının etkileri bireyin sosyal becerilerini etkileyen bir yapıya sahiptir. Bu noktada çoğunlukla sosyal medya bağımlılığının sosyal becerilere olumsuz yönde yansımaları beklenmektedir.

Sosyal medya bağımlılığının etkileri arasında aşırı kullanıma değinmek gerekmektedir. Sosyal medya bağımlılığının etkisiyle birlikte bireylerin internet ve sosyal medya kullanım düzeyleri her geçen gün artarak aşırı düzeye ulaşmıştır (Arısoy, 2009, s. 66). Bu da özellikle gençlerin sosyal medya kullanımı konusunda bağımlı konumuna düşmelerine neden olmuş durumdadır. Bireylerin sosyal medyayı aşırı düzeyde kullanmaları ile birlikte gündelik olarak yerine getirmeleri beklenen aktivitelerden uzak kalmaları söz konusu olmaktadır.

Bireylerin sahip oldukları farklı özellikler sebebiyle sosyal medya bağımlılığının etkilerini tam anlamıyla ölçmek mümkün değildir. Her birey için sosyal medyanın farklı etkileri olabilir. Kuss ve Griffiths (2011), içe dönük ve dışa dönük bireylerin tamamen farklı motivasyonlarla sosyal medya kullanımına yöneldiğini ve bu yönelimin kendi yüksek değerleri ile ilişkili olduğunu söylemektedir. Dolayısıyla farklı motivasyonlarla sosyal medya kullanımına yönelen bireylerde oluşacak etkilerin de farklılaşacağını kabul etmek gerekmektedir.

1.4. İletişim Becerileri

“İletişim, en yalın anlamı ile iki birim arasındaki bilgi, duygu, düşünce alışverişidir. Kişilerarası iletişim ise bir kişinin bir başkası ya da başkalarını niyetli ya da niyetsiz olarak etkilemeyi amaçlayarak mesajlarını iletmesi ve onların mesajlarını alması biçiminde tanımlanabilir” (Korkut, 2018, s. 214). İletişim becerileri, insanların etkili ve sağlıklı bir şekilde iletişim kurabilmesi için dikkat etmesi gereken bütün durumları içine almaktadır (Yalçınalp, 2018, s. 5).

“İletişim becerileri sözel olan ve olmayan mesajlara duyarlılık, etkili olarak dinleme ve etkili olarak tepki verme biçiminde özetlenebilmektedir. İletişim becerilerinin doğuştan ve sezgi yoluyla gerçekleştiğini düşünenler olsa da pek çok çalışma iletişim tekniklerinin çoğu öğesinin öğrenilebilir ve öğretilebilir özellikler gösterdiğini göstermektedir” (Korkut, 2005, s. 143). İletişim becerilerinin insanların kurdukları iletişimde etkililiğin sağlanabilmesi bakımından belirleyici konumda olduğu yapılan tanımlar aracılığıyla anlaşılmaktadır.

İnsanların iletişim becerilerini etkileyen pek çok faktörden bahsedilmesi mümkündür. Bu faktörlerin her birisi kişinin kendisine ve iletişim sürecine göre değişebilir. Dolayısıyla iletişim becerilerini etkileyen faktörlerin çokluğu kaçınılmaz olmaktadır. Bu etki insanın iç dinamiğinden kaynaklanabileceği gibi davranışlarından ve günlük yaşam aktivitelerinden de kaynaklanabilmektedir. İnsanların benlik saygısı, iletişim becerilerini etkileyen başlıca faktör konumundadır. Benlik saygısı ile birlikte bağlanma stilleri, iletişim becerilerini etkileyen öncelikli faktörler arasında yer almaktadır (Erözkan, 2005, s. 59).

Sosyal medya bağımlılığı ve iletişim becerileri arasındaki yordayıcı ilişkinin araştırıldığı bu çalışmanın, insanların sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve iletişim becerileri arasındaki etkileşimi anlamak açısından önemlidir. İletişim becerilerinin sosyal medya bağımlılığını yordama gücüne ilişkin elde edilecek verilerin literatüre katkı sunması beklenmektedir.

1.5. Problem

1.6. Bu çalışmanın amacı, eğitim fakültesinde öğrenim gören öğrencilerinin iletişim becerileri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu amaçla aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

2. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık durumları ve iletişim becerileri düzeyleri nasıldır?

3. İletişim becerileri sosyal medya bağımlılığını anlamlı bir düzeyde yordamakta mıdır?

2. Yöntem

2.1. Araştırma Deseni

Bu çalışma Eğitim Fakültesi öğrencilerinin iletişim becerileri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik olarak betimsel araştırma tekniklerinden ilişkisel tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir.

2.2. Çalışma Grubu

Araştırma evrenini, 2017-2018 eğitim öğretim yılında İstanbul ili Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim gören 6699 öğrenci oluştururken; araştırma örneklemini, 2017-2018 eğitim öğretim yılında İstanbul ili Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim gören 385 öğrenci oluşturmuştur.

2.3. Veri Toplama Araçları

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığını tespit etmek amacıyla Tutgun-Ünal (2015) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” ve katılımcıların iletişim becerilerini tespit etmek amacıyla Korkut-Owen ve Bugay (2014) tarafından geliştirilen ‘İletişim Becerileri Ölçeği’ ölçekleri kullanılmıştır. Ayrıca araştırmada kullanılacak değişkenlerin ve demografik bilgilerin tespit edilmesi amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu da uygulanmıştır.

“Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği”, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçüt ve yapı geçerliliğine tabi tutulan ölçekte, ölçüt geçerliliği olarak Facebook Bağımlılık Ölçeği (FBÖ) ve Genelleştirilmiş Problemlü İnternet Kullanım Ölçeği 2 (GPIKÖ2) kullanılmıştır. Yapı geçerliliğini

belirlemek amacıyla faktör analizi yapılmış ve 4 alt boyuta sahip ölçek elde edilmiştir. Alt boyutlar ‘Duygu Durum’, ‘Tekrarlama’, ‘Meşguliyet’ ve ‘Çatışma’ olarak belirlenmiştir. Tüm faktörlerin toplam varyansı %59’dur. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık kat sayısı .967’dir. Alt boyutlara ilişkin Cronbach Alfa değerleri ‘Meşguliyet’ boyutu için .932, ‘Tekrarlama’ boyutu için .914, ‘Duygu Durum’ boyutu için .892, ‘Çatışma’ boyutu için .958 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler ölçeğin bu araştırmada kullanılabilceğini göstermektedir. 1-5 aralığında beşli likert tipi derecelendirmeye sahip 41 maddelik ölçekte, puanların artması, sosyal medya bağımlılığının da arttığını göstermektedir.

“İletişim Becerileri Ölçeği”, üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerini tespit etmek amacıyla geliştirilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılarak yapı geçerliliği test edilen ölçeğin Karser-Meyer-Olkin (KMO) değeri .84 olarak hesaplanmıştır. Analiz sonucunda 4 alt boyuttan oluşan ölçek elde edilmiştir. Alt boyutlar, ‘Kendini İfade Etme (KİE)’, ‘İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler (İİTB)’, ‘Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim (EDSOİ)’ ve ‘İletişim Kurmaya İsteklilik (İKİ)’ olarak belirlenmiştir. Ölçeğe ait tüm faktörler toplam varyans değeri %45.95’ tir. Ölçeğe ait Cronbach Alfa iç tutarlılık kat sayısı .88’dir. Alt boyutlara ilişkin Cronbach Alfa değerleri ‘İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler (İİTB)’ için .79, ‘Kendini İfade Etme (KİE)’ için .72, ‘Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim (EDSOİ)’ için .64 ve ‘İletişim Kurmaya İsteklilik (İKİ)’ için .71 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler ölçeğin araştırmada kullanmak için uygun bir ölçek olduğunu ortaya koymaktadır. 1-5 aralığında beşli likert tipi derecelendirmeye sahip 25 maddelik ölçekte puanların artması, iletişim becerilerinin de arttığını göstermektedir.

Ölçek kullanım izinleri alındıktan sonra, önceden belirlenen bölümlerde ölçekler hakkında gerekli bilgiler verilerek uygulama yapılmaya başlanmıştır. Uygulama sekiz seans- ta gerçekleştirilmiştir. Tüm seanslarda katılımcılara bilgilendirme yapılmış, bu kapsamda toplanan verilerin araştırmada bütün olarak değerlendirileceği, katılımcıların verdikleri yanıtların gizliliğinin araştırmacı tarafından sağlanacağı konusunda katılımcılara gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır.

2.4. Verilerin Analizi

Eğitim Fakültesi öğrencileri tarafından doldurulan ölçekler ve kişisel bilgi formundan elde edilen verilerin analizi, SPSS 22.00 istatistik paket programı aracılığıyla yapılmış ve betimsel analizler, “Pearson korelasyon analizi” ve “basit doğrusal regresyon analizi” testleri, “Kolmogorov-Smirnov” ve “Shapiro-Wilk” testleri ve “Durbin-Watson (D-W)” testi uygulanmıştır.

2.5. Verilerin Dağılımı

Verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığını anlamak amacıyla “Kolmogorov-Smirnov” ve “Shapiro-Wilk” testleri uygulanmış ve Tablo 1’de görüldüğü gibi veriler normal dağılıma uyduğundan parametrik testler uygulanmıştır.

Tablo 1. Dağılım Normalliği

	“Kolmogorov-Smirnov”			“Shapiro-Wilk”		
	Statistic	S.d	p	Statistic	S.d.	P
“Meşguliyet boyutu”	,031	385	,056	,792	385	,082
“Duygu Durum Düzenleme “	,038	385	,058	,273	385	,120
“Tekrarlama boyutu”	,021	385	,065	,435	385	,100
“Çatışma boyutu”	,046	385	,052	,622	385	,073
“Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam”	,017	385	,090	,576	385	,090
“İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler boyutu”	,027	385	,078	,480	385	,231
“Kendini İfade Etme boyutu”	,036	385	,055	,561	385	,103
“Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim boyutu”	,034	385	,059	,579	385	,092
“İletişim Kurmaya İsteklilik boyutu”	,042	385	,051	,583	385	,133
“İletişim Becerileri Toplam”	,022	385	,082	,686	385	,081

3. Bulgular

3.1. Birinci Alt Probleme (Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Durumları Nasıldır?) Yönelik Bulgular:

Tablo 2. Öğrencilerin “Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği” ve “İletişim Becerileri Ölçeği” puanlarına ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

	N	Minimum	Maximum	Aritmetik ortalama	S.s.
Meşguliyet boyutu	385	12	60	33,78	9,97
Duygu Durum Düzenleme boyutu	385	5	25	12,71	4,71
Tekrarlama boyutu	385	5	25	10,97	4,80
Çatışma boyutu	385	19	87	35,93	14,01
Sosyal Medya Bağımlılık Toplam	385	41	194	93,40	28,83
“İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler boyutu”	385	25	50	39,50	5,44
“Kendini İfade Etme boyutu”	385	7	20	15,73	2,65
“Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim boyutu”	385	13	30	23,53	3,65
“İletişim Kurmaya İsteklilik boyutu”	385	10	25	18,94	3,11
İletişim Becerileri Toplam	385	64	125	97,57	12,99

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğinin, Meşguliyet boyutu puan ortalamasının 33.78 ± 9.97 ve ranjı 48 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum puan aralığı 12-60 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların Meşguliyet boyutunun orta düzeyde olduğu söylenebilir.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğinin, Duygu Durum Düzenleme boyutu puan ortalamasının 12.71 ± 4.71 ve ranjı 20 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum puan aralığı 5-25 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların Duygu Durum Düzenleme boyutunun orta düzeyde olduğu söylenebilir.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğinin, Tekrarlama boyutu puan ortalamasının 10.97 ± 4.801 ve ranjı 20 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum puan aralığı 5-25 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların Tekrarlama boyutunun düşük düzeyde olduğu söylenebilir.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğinin, Çatışma boyutu puan ortalamasının 35.93 ± 14.00 ve ranjı 66 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum puan aralığı 19-95 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların Çatışma boyutunun düşük düzeyde olduğu söylenebilir.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği Toplam puan ortalamasının 93.40 ± 28.83 ve ranjı 153 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum 41-205 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların Sosyal Medya Bağımlılıklarının orta düzeyde olduğu söylenebilir.

İletişim Becerileri Ölçeğinin, İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler boyutu puan ortalamasının 39.50 ± 5.44 ve ranjı 25 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum puan aralığı 10-50 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler boyutunun yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

İletişim Becerileri Ölçeğinin, Kendini İfade Etme boyutu puan ortalamasının 15.73 ± 2.65 ve ranjı 13 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum puan aralığı 4-20 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların Kendini İfade Etme boyutunun yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

İletişim Becerileri Ölçeğinin, Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim boyutu puan ortalamasının 23.53 ± 3.65 ve ranjı 17 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum puan aralığı 6-30 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim boyutunun yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

İletişim Becerileri Ölçeğinin, İletişim Kurmaya İsteklilik boyutu puan ortalamasının 18.94 ± 3.11 ve ranjı 15 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum aralığı 5-25 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların İletişim Kurmaya İsteklilik boyutunun yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

İletişim Becerileri Ölçeği Toplam puan ortalamasının 97.57 ± 12.99 ve ranjı 61 olup bu boyuttan alınabilecek minimum ve maksimum puan aralığı 25-125 olduğu dikkate alındığında araştırmaya alınanların İletişim Becerilerinin yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Durumlarına İlişkin Frekans ve % Değerleri

	Bağımlılık Durumu									
	“Bağımlılık yok”		“Az bağımlı”		“Orta bağımlı”		“Yüksek Bağımlı”		“Çok yüksek bağımlı”	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%
“Meşguliyet boyutu”	48	12,5	122	31,7	131	34,0	67	17,4	17	4,4
“Duygu Durum Düzenleme”	91	23,6	86	22,3	130	33,8	57	14,8	21	5,5
“Tekrarlama boyutu”	145	37,7	91	23,6	94	24,4	43	11,2	12	3,1
“Çatışma boyutu”	199	51,7	106	27,5	68	17,7	10	2,6	2	,5
“Sosyal Medya Bağımlılık”	118	30,6	140	36,4	108	28,1	16	4,2	3	,8

Sosyal Medya Bağımlılık durumları açısından, “Meşguliyet” boyutunda öğrencilerin % 12.5’inde bağımlılık yok, % 31.7’si az bağımlı, % 34’ü orta düzeyde bağımlı, % 17.4’ü yüksek düzeyde bağımlı, % 4.4’ü çok yüksek düzeyde bağımlı, “Duygu Durum Düzenleme” boyutunda öğrencilerin % 23.5’sinde bağımlılık yok, % 22.3’ü az bağımlı, % 33.8’i orta düzeyde bağımlı, % 14.8’i yüksek düzeyde bağımlı, % 5.5’i çok yüksek düzeyde bağımlı, “Tekrarlama” boyutunda öğrencilerin % 37.7’sinde bağımlılık yok, % 23.6’sı az bağımlı, % 24.4’ü orta düzeyde bağımlı, % 11.2’si yüksek düzeyde bağımlı, % 3.1’i çok yüksek düzeyde bağımlı, “Çatışma” boyutunda öğrencilerin % 51.7’sinde bağımlılık yok, % 27.5’i az bağımlı, % 17.7’si orta düzeyde bağımlı, % 2.6’sı yüksek düzeyde bağımlı, % 0.5’i çok yüksek düzeyde bağımlı ve Sosyal Medya Bağımlılık geneli açısından % 30.6’sında bağımlılık yok, % 36.4’ü az bağımlı, % 28.1’i orta düzeyde bağımlı, % 4.2’si yüksek düzeyde bağımlı, % 0.8’i çok yüksek düzeyde bağımlı olduğu tespit edilmiştir.

2.3.2. İkinci Alt Probleme (Sosyal Medya Bağımlılığı ve İletişim Becerileri Arasında İlişki Var mıdır?) Yönelik Bulgular:

Sosyal Medya Bağımlılığı ile İletişim Becerileri arasında ilişki olup olmadığını belirlemek için Pearson momentler çarpımı korelasyon analizi uygulanmıştır (Tablo 4).

Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İletişim Becerileri Arasındaki İlişki ile İlgili Korelasyon Değerleri

		Meşguliyet boyutu	DuyguDurum Düzenleme	Tekrarlama boyutu	Çatışma boyutu	Sosyal Medya Bağımlılık
“İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler boyutu”	r	-,111*	-,191**	-,238**	-,404**	-,305**
	P	,030	,000	,000	,000	,000
“Kendini İfade Etme boyutu”	r	-,145**	-,187**	-,213**	-,394**	-,308**
	P	,004	,000	,000	,000	,000
“Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim boyutu”	r	-,079	-,126*	-,195**	-,389**	-,269**
	P	,124	,013	,000	,000	,000
“İletişim Kurmaya İsteklilik boyutu”	r	-,026	-,094	-,168**	-,282**	-,189**
	P	,612	,065	,001	,000	,000
İletişim Becerileri Toplam	r	-,107*	-,178**	-,244**	-,427**	-,314**
	P	,035	,000	,000	,000	,000

(*) p<0.05 (**) p<0.001

Tablo 4 incelendiğinde, “İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler” boyutu, “Kendini İfade Etme” boyutu, ve “İletişim Becerileri Toplamı” ile “Meşguliyet” boyutu, “Duygu Durum Düzenleme” boyutu, “Tekrarlama” boyutu, “Çatışma” boyutu ve “Sosyal Medya Bağımlılık Toplamı” arasındaki korelasyon değerlerinin tümü ters yönde anlamlı, Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim boyutu “Duygu Durum Düzenleme” boyutu, “Tekrarlama” boyutu, “Çatışma” boyutu ve “Sosyal Medya Bağımlılık Toplamı” arasındaki korelasyon değerlerinin tümü ters yönde anlamlı, “İletişim Kurmaya İsteklilik” boyutu ile Tekrarlama” boyutu, “Çatışma” boyutu ve “Sosyal Medya Bağımlılık Toplamı” arasındaki korelasyon değerlerinin tümü ters yönde anlamlı bulunmuştur.

Sonuç olarak İletişim Becerileri az olan öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık durumlarının artacağı veya tam tersine Sosyal Medya Bağımlılık durumu arttıkça İletişim Becerileri azalacağı söylenebilir.

İletişim Becerilerinin Sosyal Medya Bağımlılığını yordama gücünü anlamak amacıyla basit doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır (Tablo 5).

Tablo 5. İletişim Becerilerinin Sosyal Medya Bağımlılığını Yordamasına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	Beta	t	P
Sabit	161,439	10,590		15,244	,000
“İletişim İlkeleri ve Temel Beceriler boyutu”	1,786	1,384	,337	1,290	,198
“Kendini İfade Etme boyutu”	,938	1,782	,086	,526	,599
“Etkin Dinleme ve Sözel Olmayan İletişim boyutu”	2,656	1,612	,336	1,648	,100
“İletişim Kurmaya İsteklilik boyutu”	4,375	1,808	,472	2,420	,016
İletişim Becerileri Toplam	-,697	,108	-,314	-6,482	,000
R=,352	R ² =,099				
F _(5, 379) =10,715	p=,000				

Değişkenlerde otokorelasyon sorunu için Durbin-Watson (D-W) testi uygulanmıştır. D-W değeri 1,727 olarak bulunmuştur. Bu değer 2'ye yakın olduğu için otokorelasyon olmadığı tespit edilmiştir. Çoklu bağlantı sorununu tespit etmek için ise tolerans değerlerine bakılmış ve elde edilen tüm değerlerinin (1- R²)'den büyük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5 incelendiğinde İletişim Becerileri değişkeninin öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığını düşük düzeyde yordadığı görülmektedir (R=.352 R²=.124, p<0.05). İletişim Beceri öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığının toplam varyansının % 12,4'ünü açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre yordayıcı değişkenine göre, Sosyal Medya Bağımlılığı üzerinde İletişim Becerileri değişkeni etkilidir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde İletişim Kurmaya İsteklilik boyutu ve İletişim Becerileri toplam puan değişkenlerinin Sosyal Medya Bağımlılığı üzerinde düşük düzeyde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Bulgular, sosyal medya bağımlılığının üniversite öğrencileri arasında yaygınlığı konusunda önemli sonuçlar içermektedir. Bu çalışmada Tablo 3'teki sosyal medya bağımlılık durumlarına ilişkin frekans ve değerler incelendiğinde çalışmaya katılan her on kişiden yedisinin, seviyesi değişmekle beraber, sosyal medya bağımlısı olduğu görülmektedir. Bu tespit ciddiye alınması gereken bir bağımlılık türü ile karşı karşıya olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile iletişim becerileri arasında ters yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Başka bir deyişle iletişim becerilerinin az olması sosyal

medya bağımlılığı düzeyini artırmakta ya da sosyal medya bağımlılığı düzeyinin artması durumunda iletişim becerileri azalmaktadır. Demir'e (2016) göre de sosyal medya kullanımını aile içi iletişimi olumsuz etkilemektedir. Engelberg ve Sjöberg (2004)'ün çalışmasında internet ve sosyal medya bağımlılığı olan kişilerin yalnızlık düzeyinin oldukça yüksek, sosyal ve duygusal becerilerinin düşük düzeyde olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca başka bir çalışmada internet bağımlılığı ile depresyon arasında ilişki saptandığı belirtilmiştir (Shirazi vd., 2016, 3. Akt. Mendi ve Oğuz, 2018).

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığının orta düzeyde olduğu görülmektedir. Araştırma öğrencilerin özellikle Meşguliyet ve Duygu Durum Düzenleme boyutlarında daha yüksek bağımlılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çalışmalar nadir olsa da literatürde çalışmayı destekleyen bulgular mevcuttur. Tutgun-Ünal'ın (2015) yaptığı bir çalışmada üniversite öğrencilerinin meşguliyetlerinden ötürü sosyal medya bağımlılığı orta düzeyde bulunmuştur. Balcı ve Gölçü'nün (2013) Selçuk Üniversitesinde yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı Facebook açısından araştırılmış ve katılımcıların % 5.1' inin Facebook bağımlısı olduğu ortaya konmuştur. Çakmak (2014) da yaptığı araştırma sonucunda öğrencilerin büyük bir kısmının sosyal medyayı sıklıkla kullandıklarını tespit etmiş, yüksek iletişim kaygısına sahip olan öğrencilerin diğer öğrencilere göre daha az sosyal medya ortamlarını kullandıkları sonucuna ulaşmıştır.

Araştırma ayrıca iletişim becerilerinin sosyal medya bağımlılığını düşük düzeyde anlamlı yordadığını ortaya koymaktadır. Buna göre iletişim becerileri arttıkça sosyal medya bağımlısı olma ihtimali yordama düzeyi düşük de olsa göz önünde bulundurulmalıdır. Bu tam tersi şekilde de ifade edilebilir. Yani iletişim becerileri azaldıkça sosyal medya bağımlısı olma ihtimali de yine araştırmanın düşük yordama düzeyince artmaktadır. Ekşi ve Ümmet'e (2013) göre, iletişim problemleri yaşayan bireyi içe kapanmaya ve sanal internet dünyasına yönelmeye itmektir.

Sosyal medya kullanımı, bazı çalışmalarda (Kaya vd.2015) iletişim açısından olumlu olarak değerlendirilse de genellikle iletişimi olumsuz etkilemektedir. Sosyal medya kullanımının bağımlılık düzeyine eriştiği durumlarda bu olumsuz etkinin varlığını gözlemek bu çalışma ile mümkün olmuştur.

Bu çalışma 2017-2018 eğitim öğretim yılında Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesinde okuyan 385 öğrenci ile sınırlı olup, çalışmada ortaya çıkan ilişki, sosyal medya bağımlılığının iletişim becerilerini olumsuz yönde etkilediği şeklinde yorumlanabileceği gibi, iletişim becerileri azaldıkça bireylerin sosyal medya bağımlısı olma ihtimalinin artacağı anlamı da çıkarılabilir. Bu sonuçtan hareketle, temeli iletişime dayalı bir meslek olan öğretmenlik mesleğini tercih eden eğitim fakültesi öğrencilerine sosyal medyayı sağlıklı kullanmaları için aşağıdaki öneriler sunulabilir:

İletişim becerilerinin sosyal medya bağımlılığını yordama gücüne ilişkin sabit bilgiler ışığında, üniversite öğrencilerine iletişim becerileri kazandırmaya dönük eğitim çalışmalarının planlanması, uygulanması ve sürdürülebilir hale getirilmesi önerilebilir.

Bu anlamda öğrencilere hem iletişim becerilerini güçlendirecek eğitimler hem de sosyal medyayı gerektiği kadar kullanmaları kullanabilmeleri için sosyal medya okuryazarlığı eğitimleri verilmelidir.

Sosyal medyayı yoğun bir biçimde kullanan öğrencilerin bu süreyi eğitimlerine ve kişisel gelişimlerine katkı sağlayacak şekilde kullanmaları sağlanmalı ve duygusal, davranışsal ve bilişsel boyutlarda iletişim becerileri kazanabilmeleri için desteklenmelidirler.

Kaynakça

- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi*, 1, 55-67.
- Balcı, Ş. ve Gölcü, A. (2013). Facebook addiction among university students in Turkey: "Selçuk University Example". *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255-278.
- Bank, N.Z. ve Tat, U. (2014) . *Social media and its effects on individuals and social systems*. Human capital without borders: Knowledge and learning for quality of life. *Proceedings of the management, knowledge and learning international conference (25-27 June 2014)*. Portoroz, Slovenia.
- Çakmak, V. (2014). İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi: üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Tez No. 377781).
- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale'deki lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 27-50.
- Engelberg, E. ve Sjöberg, Lennart (2004). Internet Use, Social Skills, and Adjustment, *Cyber Psychology ve Behavior*, 7(1), p. 41- 47.
- Ekşi, F. ve Ümmet, D. (2013). Bir kişilerarası iletişim problemi olarak internet bağımlılığı ve siber zorbalık: psikolojik danışma açısından değerlendirilmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11 (25), 91-115. Retrieved from <http://dergipark.org.tr/ded/issue/29175/312422>
- Erözkan, A. (2005). Üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerini etkileyen faktörler. *Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 59-72.
- Göker, G. ve Keskin, S. (2015). Sosyal medya türevi olarak sosyal içerik platformları: betimsel bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (39), 861-874.
- Hacıfendioğlu, Ş. (2014). Sosyal medyanın marka bağlılığına etkisi üzerine bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 59-70.
- Hajli, M.N. (2013). A study of the impact of social media on consumers. *International Journal of Market Research*, 56 (3), 387-405.
- Işık, U. ve Topbaş, H. (2015). Facebook ve bağımlılık: medya bağımlılığı araştırması. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 38, 319-336.

- Karaman, K. M. ve Kurtoğlu, M. (2009). Öğretmen adaylarının internet bağımlılığı hakkındaki görüşleri. M. Akgül vd. (Ed.), *XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* içinde (s. 649-659). Şanlıurfa: Harran Üniversitesi.
- Kaya, H., Arslanova, E., Elmas, G., Güre, Ö., Hasanoğlu, Ö. ve Turan, N. (2015). Hemşirelik fakültesi öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanma amacı ile iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İletişim ve Kuram Araştırma Dergisi*, 40, 16-31. <http://www.iletisimdergisi.gazi.edu.tr/site/index.php/IKAD/article/view/159> adresinden edinilmiştir.
- Korkut, F. (2005). Yetişkinlere yönelik iletişim becerileri eğitimi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 143-149.
- Korkut, F.(2018). Etkili iletişim becerileri, çatışma çözme biçimleri ve takım çalışması. http://content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/44660/32044/ileti%C5%9Fim_%C3%A7at%C4%B1%C5%9Fmalar%C4%B1-2.pdf, Erişim Tarihi: 13.01.2018.
- Köksal, Y. ve Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medyanın tutundurma karmaşı içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (1), 323-337.
- Köseoğlu, Y. ve Al, H. (2013). Bir siyasal propaganda aracı olarak sosyal medya. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8 (3), 103-125.
- Kuss, D.J. ve Griffiths, M.D. (2011). Online social networking and addiction. *International Journal Environmental Research Public Health*, 8, 3528-3552.
- Mendi, B. ve Oğuz, G. (2018). Üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerinin sosyal medyayı kullanım özellikleri bağlamında incelenmesi: Bir vakıf üniversitesindeki sağlık bilimleri öğrencileri üzerinde değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Elektronik Dergi*, 6 (1). 666-690.
- Otrar, M. ve Arın, F.S. (2014). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının kullanım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 1-13.
- Savcı, M. ve Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağımlılık. *Düşünen Adam Dergisi*, 30, 202-216.
- Shirazi, M., Pour, A. B., Ghaffari, P., Jahangir, F., Daryae, E., Pour, A.Z., Bagheryan, M. ve Shahbazi, F. (2016). The relationship between internet addiction and depression in nursing students of Iarstan school of nursing and Gerash paramedical school, *Journal of Obstetrics, Gynecology ve Cancer Research*, 1 (1), e.7148.
- Siddiqui, S. ve Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5 (2), 71-75.

- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımını üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7 (4), 23-32.
- Tamar-Gürol, D. (2012). Bağımlılık nedir?. www.bagimlilik.info.tr/bagimlilik_nedir.html web adresinden 19 Temmuz 2018 tarihinde erişilmiştir.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Tez No. 396821).
- Türkiye Bağımlılıkla Mücadele Programı, Teknolojiye Bağımlı Yaşamamak İçin, <http://yesilay.org.tr/documents/file/yesilay/kitap/tbm/internet-bagimliliği.pdf> web adresi üzerinden 19 Temmuz 2018 tarihinde erişilmiştir.
- Yalçınalp, S.(2018). Eğitimde materyal tasarımı ve kullanımı. http://moodle.baskent.edu.tr/pluginfile.php/191/mod_resource/content/0/ders_notlari/Egitim_Teknolojisi_ve_Iletisim_-_Ders_Notu.pdf , Erişim Tarihi: 11.01.2018.
- We Are Social, Hootsuite (2019). Digital in 2019, essential insights into İnternet, social media, mobile and ecommerce use around the world. <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> web adresi üzerinden 27 Mayıs 2019 tarihinde erişilmiştir