

Research Article/Araştırma Makalesi

An Examination of the Effects of Digital Contact Habits on Self-Perception

Tolga KARADAŞ^{1,*}  Tuncay DİLCİ² 

¹ Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye, karadastolga@gmail.com

² Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye, tdilci@cumhuriyet.edu.tr


* Corresponding Author: karadastolga@gmail.com

Article Info

Received: 10 November 2024

Accepted: 22 February 2025

Keywords: Digital, social media, digital contact, self-perception, subjective well-being

 10.18009/jcer.1582760

Publication Language: Turkish

Abstract

This study analyzes the impact of digital contact habits on individuals' self-perception, social relationships, and subjective well-being based on age and educational level. Findings obtained from a large sample indicate that, particularly among high school and university students, the intensity of digital media use increases negative shifts in self-perception, such as lack of self-confidence and feelings of inadequacy. Female participants were found to spend more time on social media platforms, leading them to experience the effects stemming from these platforms to a greater extent. The study's findings reveal that increased time spent on digital platforms reinforces negative outcomes such as social isolation, withdrawal, and anxiety. It has been concluded that managing digital media use consciously and in a controlled manner is essential in protecting and supporting individuals' psychological well-being. These results highlight the necessity of developing healthy digital media strategies.



To cite this article: Karadaş, T., & Dilci, T. (2025). Dijital temas alışkanlıklarının benlik algılarına etkilerinin incelenmesi. *Journal of Computer and Education Research*, 13 (25), 218-253. <https://doi.org/10.18009/jcer.1582760>


Dijital Temas Alışkanlıklarının Benlik Algılarına Etkilerinin İncelenmesi

Makale Bilgisi

Geliş: 10 Kasım 2024

Kabul: 22 Şubat 2025

Anahtar kelimeler: Dijital, sosyal medya, dijital temas, benlik algısı, öznel iyi oluş

 10.18009/jcer.1582760



Yayın Dili: Türkçe

Öz

Bu araştırma, dijital temas alışkanlıklarının bireylerin benlik algıları üzerindeki etkilerini yaş ve eğitim düzeyine göre incelemeyi amaçlamaktadır. Nicel ve nitel verilerle desteklenen çalışma, 2115 kişilik geniş bir örneklem üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bulgular, genç yaş grupları ve özellikle lise ile üniversite düzeyindeki katılımcıların sosyal medya kullanımının daha yoğun olduğunu ve bu yoğunluğun, özgüven eksikliği ve yetersizlik hisleri gibi olumsuz benlik algısı değişimlerini artırdığını göstermektedir. Kadın katılımcıların sosyal medya platformlarında daha fazla vakit geçirmesi, onların bu platformlardan kaynaklanan etkileri daha fazla deneyimlemelerine yol açmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, dijital temas alışkanlıkları bireylerin sadece benlik algısını değil, aynı zamanda sosyal ilişkiler ve öznel iyi oluşları üzerinde de belirgin etkilere sahiptir. Dijital platformlarda geçirilen sürenin artması, sosyal izolasyon, içe kapanma ve anksiyete gibi olumsuz etkileri güçlendirmektedir. Bu bulgular, dijital platformların bilinçli kullanımının bireylerin psikolojik sağlığını desteklemedeki önemini vurgulamakta olup, sağlıklı dijital medya stratejilerinin geliştirilmesini gerekli kılmaktadır.

Summary

An Examination of the Effects of Digital Contact Habits on Self-Perception

Tolga KARADAŞ^{1,*}  Tuncay DİLCİ² 

¹ Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye, karadastolga@gmail.com

² Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye, tdilci@cumhuriyet.edu.tr

* Corresponding Author: karadastolga@gmail.com

Introduction

In today's digital age, digital contact has become an integral part of daily life. The increasing use of social media, online platforms, and other digital devices has drastically altered how people interact with information and each other, impacting aspects like self-perception and mental well-being. Digital contact habits have been shown to shape individuals' self-perception and relationships, leading to both positive and negative outcomes depending on age, gender, and usage frequency. Recent studies suggest that extensive engagement with digital platforms may foster social isolation, anxiety, and shifts in self-worth. This study investigates the effects of digital contact habits on self-perception across a diverse population, examining demographic variations and implications for social behavior and subjective well-being.

Method

The study utilizes a mixed-method approach to gather comprehensive data on digital contact habits and their impact on self-perception. Quantitative data were collected from a sample of 2115 participants across various age groups, educational levels, and genders. Additionally, a qualitative approach was employed to gain deeper insights into the participants' personal experiences with digital contact and how it influences their self-view and interpersonal relationships. The survey employed descriptive statistics, and open-ended responses were thematically analyzed. Data were collected through a structured questionnaire based on the Dijitaliz Digital Addiction Scale, which assesses usage patterns, impulsivity, self-perception, and social isolation tendencies. Statistical analyses were conducted using SPSS software to determine trends and significant differences based on demographic factors.

Finding

The study revealed that digital contact habits vary significantly by age, educational level, and gender. Younger participants, especially high school and university students, reported higher social media usage, correlating with increased negative self-perception indicators such as low self-confidence and inadequacy. Women reported spending more time on platforms like Instagram and Twitter, making them more susceptible to the negative psychological impacts of social media, such as social comparison and lowered self-esteem. Statistically significant gender differences were noted, with men engaging more in gaming and women focusing more on social media, reflecting differing digital engagement motives.

Time spent on digital platforms was also correlated with certain mental health outcomes. Frequent users were more likely to report feelings of social isolation, anxiety, and a heightened sense of inadequacy. Moreover, demographic analysis indicated that individuals from separated families reported lower self-perception scores, pointing to potential psychological impacts stemming from family structure. Increased screen time, particularly on social media, showed positive correlations with low self-perception scores across various educational levels, particularly affecting younger age groups.

Discussion and Conclusion

The study's findings underscore the complex relationship between digital contact habits and self-perception, highlighting how intense usage can undermine self-worth and contribute to mental health challenges. Social media platforms often present idealized representations, leading individuals, especially adolescents and young adults, to compare themselves unfavorably with others. This comparison has been linked to self-esteem issues, manifesting as either diminished self-perception or increased social withdrawal.

Moreover, the findings suggest a need for tailored digital literacy programs to educate young people on mindful social media usage, promoting healthier self-perception and psychological resilience. The study also indicates that digital habits have broader social implications, potentially influencing academic performance, career motivation, and interpersonal relationships. Developing conscious digital strategies to limit screen time and manage online interactions could mitigate these adverse effects, fostering healthier engagement with digital media.

The research highlights that digital contact habits influence self-perception and social behaviors, suggesting that moderation and awareness in digital media usage are critical for psychological well-being. This study contributes to understanding digital habits' psychosocial impacts, proposing further exploration into preventative strategies and interventions tailored to demographic needs.

Giriş

Günümüzde dijital temas alışkanlıkları, bireylerin günlük yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Dijital temas mobil iletişim cihazları, TV, bilgisayar ve çeşitleri ile sosyal medyaya bağlanmak, sanal ortamlarda bulunmak, video oyunlar oynamak, dizi/film izlemek, iş amaçlı kullanmak dahil dijital nesnelerin kullanımını ifade etmektedir. İnternetin kullanımı, sosyal medya ve yeni medya toplumsal bir alışkanlık haline gelmiştir. Sosyal medya, katılım, şeffaflık, etkileşim, topluluk oluşturma ve bağlantı kurma özellikleriyle dikkat çekmiş ve hızla yaygınlaşmıştır (Arslan, 2020). Teknolojik gelişmelerin hız kazanması ve dijital cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte, insanlar her zamankinden daha fazla ekran başında vakit geçirmekte ve dijital platformlarla etkileşimde bulunmaktadır. İnternet artık sadece nadiren kullanılan bir bilgi arama yeri değil ve cihazlar da sadece bazen yardımcı araçlar değil, modern toplumun olmazsa olmaz motoru haline gelmiştir (Mackare & Jansone, 2018). Bu temas alışkanlıkları, yalnızca iletişim ve eğlence amacıyla sınırlı kalmayıp eğitim, iş hayatı ve kişisel gelişim gibi pek çok alanda da kendini göstermektedir. Özellikle sosyal medya, çevrimiçi oyunlar, e-ticaret ve dijital yayın platformları gibi çeşitli dijital mecralar, bireylerin günlük rutinlerinde önemli bir yer tutmaktadır. Dünya teknolojik gelişmeler arttıkça, birçok insan günümüzde kültürünü ve çevresini de değiştirmiştir (Abang Yusuf, 2021). Dijital temasın artması, bireylerin yaşam biçimlerini, sosyal ilişkilerini ve hatta öz benlik algılarını şekillendirme potansiyeline sahip olup, bu alışkanlıkların etkilerinin derinlemesine incelenmesi önem taşımaktadır.

Dijital temas, özellikle son yıllarda teknolojinin hızlı ilerlemesi ve internet erişiminin yaygınlaşmasıyla birlikte popüler hale gelmiştir. Dijitalleşme, her alanda geniş kitlelere daha hızlı, etkili ve ekonomik biçimde ulaşmanın en önemli yolu olarak öne çıkmaktadır (Arat & Kazan, 2019). Akıllı telefonlar, tabletler ve dizüstü bilgisayarlar gibi taşınabilir cihazların günlük yaşamda kullanılabilirliğinin artması, bireylerin dijital platformlarla kolayca etkileşimde bulunmasına olanak tanımaktadır. Bu süreçte sosyal medya ağları, çevrimiçi haber siteleri ve dijital eğlence platformları giderek daha fazla tercih edilmeye başlanmış ve kullanıcıların günlük yaşam pratiklerini önemli ölçüde değiştirmiştir. İçerik üretimi konusunda temel bir değişim gerçekleşmektedir. Başlangıçta küçük bir grup bilgisayar meraklısı arasında ortaya çıkan şey, artık nüfusun geniş kesimleri arasında kullanılmaktadır (Selg, 2006). Özellikle Covid-19 pandemi süreci, dijital temasın yaygınlaşmasını hızlandıran

bir dönüm noktası olmuştur; bu dönemde birçok insan, eğitim ve iş gibi temel faaliyetlerini dijital ortamlara taşımak zorunda kalmıştır (Kaya ve diğ., 2024). Dijitalleşmenin bu denli hızlı bir şekilde yaygınlaşması, bireylerin hayatlarının birçok alanında dijital platformların etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamış ve dijital temasın modern toplumun vazgeçilmez bir unsuru haline gelmesine yol açmıştır. Bu popülerlik Sönmezer ve Ilgaz Büyükbaykal'ın (2024) ifadesi ile "Dijitalleşme ile birlikte herkesin ve uzmanlık alanı olması fark etmeksizin her kesimin hem üreten hem de tüketen pozisyonda olduğu, günlük değil anlık bilgiye erişimi sağlayan yeni bir medya" şeklinde büyümeye devam etmektedir.

Dijital temas alışkanlıklarına dair yapılan araştırmalar, dünya genelinde insanların giderek daha fazla zamanını dijital platformlarda geçirdiğini ortaya koymaktadır. Statista'ya (2023) göre 2023 yılında dünya çapında günlük ortalama internet kullanım süresi yaklaşık 7 saat olarak rapor edilmiştir. Sosyal medya kullanımına ilişkin veriler, bu süre içinde sosyal medya platformlarında geçirilen zamanın ortalama 2 saat 30 dakika olduğunu göstermektedir. Sosyal medya platformlarına ek olarak 'Yapay Zeka'nın endişe verici şekilde popüler olması dijital temas kullanımını artıracığı görülmektedir. Yapay zeka kullanımının etik sonuçları ve gelişime etkisi ciddi bir şekilde değerlendirilmelidir (Tümen-Akyıldız, 2024). Türkiye'de ise bu süreler dünya ortalamasının üzerine çıkarak dijital temasın günlük yaşamda ne denli yaygın olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle gençler ve üniversite öğrencileri, dijital platformları sosyal etkileşim, eğlence ve bilgi edinme amacıyla en sık kullanan gruplar arasında yer almaktadır. We Are Social ve Hootsuite (2024) raporları, Türkiye'deki internet kullanıcılarının %81'inin aktif sosyal medya kullanıcıları olduğunu ve bu kullanıcıların büyük bir kısmının her gün sosyal medya hesaplarını kontrol ettiğini ortaya koymaktadır. Bu veriler, dijital temasın bireyler üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ve bu alışkanlıkların toplumsal yapıyı şekillendirmede önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Dijital temas alışkanlıklarının arkasında yatan nedenler, teknolojik gelişmelerin yanı sıra toplumsal ve bireysel dinamikler tarafından şekillendirilmektedir. Teknolojinin hızla gelişmesi ve dijital cihazların daha erişilebilir hale gelmesi, bireylerin dijital platformlarla etkileşimde bulunmasını kolaylaştırması da önemli bir etkidir. Mobil teknolojilerin eğitim alanındaki potansiyeli hakkında çok şey yazılmıştır; bu teknolojiler, taşınabilirlik, nispeten düşük maliyet, kullanım kolaylığı, etkileşime açıklık, bağlam duyarlılığı ve bağlantı

özellikleriyle karakterizedir (McNeal & Hooft, 2006). Sosyal medya, oyun, çevrimiçi alışveriş ve dijital eğlence platformları gibi çeşitli dijital mecraların sunduğu hızlı ve anlık içerik tüketimi, özellikle gençlerin ve üniversite öğrencilerinin bu platformlara olan ilgisini artırmaktadır. Günümüzde insanlar, haberleri çeşitli kaynaklardan, medya kuruluşlarından ve platformlardan üretebilme, tüketebilme, depolayabilme ve yayınlatabilme konumundadır. Haber tüketimi için her zamankinden daha fazla seçenek mevcuttur; bu nedenle, farklı haber tüketim kalıplarını hem anlamak hem de karşılaştırma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır (Orfanidou, & Panagiotou, 2023). Aynı zamanda, bilgiye hızlı erişim, sosyal bağlantıların sürdürülmesi ve eğlence ihtiyacının karşılanması gibi faktörler, dijital temasın günlük yaşamın bir parçası haline gelmesini sağlamaktadır. Dijital ortamlar, bireylerin kendilerini ifade etme, sosyal çevreleriyle bağlantı kurma ve günlük hayatın stresinden uzaklaşma gibi ihtiyaçlarına da yanıt vermektedir. Tüm bu nedenler, dijital temas alışkanlıklarının yaygınlaşmasının temel sebepleri olarak öne çıkmaktadır. Kullanım sebeplerinin yanı sıra, Cangas ve Cavén (2011) kullanıcıları "geliştirici, eleştirmen, toplayıcı, bağlayıcı ve izleyici" olarak beş grupta sınıflandırılmıştır. Bu grup kullanıcılar internetin kullanılma sebeplerine dair bilgi verir niteliktedir.

Dijital temas alışkanlıkları, bireylerin hem fiziksel hem de zihinsel sağlıkları üzerinde çeşitli etkiler yaratmaktadır. Bireylerin, öz denetim becerisi ve sosyal eğilimleri (Aksel & Sarı, 2020) dijital temasa bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir. Son zamanlarda teknolojinin gelişmesi ile bilgisayar oyunlarına olan ilginin artması, her yaş grubundan kişilerin fiziksel aktiviteye katılımını azalttığı sonucunu ortaya çıkarmış ve bu durum sağlık sorunlarına yol açmıştır (Kolçak & Çakır, 2022).

Fiziksel açıdan, uzun süreli ekran kullanımı göz yorgunluğu, baş ağrısı ve uyku bozuklukları gibi sorunlara yol açabilirken, hareketsiz bir yaşam tarzına sebep olarak obezite ve kas-iskelet sistemi rahatsızlıkları riskini de artırmaktadır. Aynı zamanda, sürekli çevrimiçi olma durumu, bireylerin günlük rutinlerini ve doğal uyku döngülerini olumsuz etkileyebilir. Zihinsel etkiler açısından bakıldığında, dijital platformlarda geçirilen uzun sürelerin odaklanma sorunları, stres ve anksiyete düzeylerinde artış gibi sonuçlar doğurabileceği görülmektedir. Yoğun ve sık kullanım, çeşitli olumsuz davranışların ve psikolojik sorunların gelişimine veya ilerlemesine katkıda bulunur (Zincir vd., 2023). Bu etkiler, dijital cihazların anlık bildirimler ve hızlı içerik akışı gibi özellikleri nedeniyle dikkat

dağınıklığı ve zihinsel yorgunluğa da yol açabilir. Aynı zamanda performans düşüklüğü ve akademik başarısızlık, iletişim problemleri, dil becerilerinde gerileme (Kazaz vd., 2022) gibi bir çok etki oluşabileceği görülmektedir. Zamanla değişime uğrayan eğitim sistemlerinde akademik benlik algısı sağlığı daha çok ön plana çıkmaktadır (Ağlar vd., 2024). Sonuç olarak, dijital temasın fiziksel ve zihinsel sağlık üzerindeki bu olumsuz etkileri, bireylerin genel yaşam kalitelerini etkileyebilir ve uzun vadede daha ciddi sağlık sorunlarına yol açabilir.

Ülkelerin geleceğinde önemli bir yere sahip olan öğrencilerinin akademik başarısını etkileyen faktörler önem arz etmektedir. Dijital temasın uzun süreli etkileri, bireylerin benlik algıları üzerinde de belirgin izler bırakabilmektedir. Dijital oyunlar bilişsel açıdan olumlu etkiler sağlayabilmekte, ancak öte yandan bağımlılık ve sosyalleşme sorunları gibi olumsuz etkiler de ortaya çıkabilmektedir (Cihan & Ilgar, 2019). Dijital platformların sık kullanımı ve sosyal medyadaki paylaşımlar, kullanıcıların kendilerini başkalarıyla karşılaştırma yapmasına yol açarak, bireylerin öz değer algısını olumsuz etkileyebilir. Özellikle gençler ve üniversite öğrencileri, sosyal medya paylaşımlarının yarattığı idealize edilmiş yaşam standartları nedeniyle, kendilerini yetersiz veya başarısız hissedebilirler. Ayrıca, çevrimiçi etkileşimlerin yüz yüze sosyal ilişkilerin yerini alması, bireylerin sosyal becerilerinde zayıflamaya ve sosyal izolasyon hissine yol açabilir. Bu durum, bireylerin kendi kimliklerini ve benlik algılarını oluşturma süreçlerini karmaşıklştırabilir ve dijital ortamların sunduğu geri bildirimlere bağımlı hale getirebilir. Ek olarak “sanal oyun sürelerinin de artmasıyla birlikte sağlıklı yaşam alışkanlıklarının olumsuz etkilenebileceği düşünülmektedir” (Avcı vd., 2023). Dolayısıyla, dijital temas alışkanlıklarının bireylerin benlik algısı üzerindeki etkileri ve toplumsal bağlarını derinden etkileyen faktörler olarak öne çıkmaktadır.

Benlik kavramına ilişkin ilk çalışmalar William James tarafından yapılmıştır. James, benliği iki temel gruba ayırmaktadır: ‘bilen ben’ ve ‘bilinen ben.’ Bilen ben, bireyin kendini algılama sürecinde aktif rol oynayan tarafıdır. Bilen ben maddesel, sosyal ve ruhsal olmak üzere üç farklı boyuttan oluşmaktadır. Bilinen ben ise saf egodan oluşmaktadır. (Yılmaz, 2016: 80; akt. Asıl, 2017: 5). Benlik algısı, bireyin kendini nasıl gördüğü ve değerlendirdiği, yani kendine dair oluşturduğu genel kavrayış olarak tanımlanabilir. Benlik gelişimi durağan bir durum olmayıp, yaşam boyu sürekli gelişen ve değişmeye elverişli bir olgudur (Coşkun & Altay, 2009). Bu algı bireyin fiziksel, zihinsel, duygusal ve sosyal yönlerini kapsayan çok boyutlu bir yapı olarak kabul edilir. Benlik algısı, bireyin kendi değerine, yeterliliğine ve

toplumdaki konumuna ilişkin düşüncelerini içeren öznel bir değerlendirme sürecidir. Bu kavram, bireyin günlük yaşantısındaki davranışlarını, kararlarını ve ilişkilerini etkileyen temel bir psikolojik yapı olarak öne çıkar. Benlik algısının olumlu ya da olumsuz yönde şekillenmesi, bireyin yaşam kalitesini ve ruh sağlığını önemli ölçüde etkileyebilir. Bu nedenle, dijitalleşme gibi dış faktörlerin benlik algısı üzerindeki etkilerinin incelenmesi, psikoloji ve sosyoloji gibi disiplinler açısından büyük önem taşır.

Benlik algısı ve dijital temas konulu çalışmasında Altuntaş (2020), sosyal medya kullanımı arttıkça ruhsal belirti düzeyleri arasında pozitif yönde ilişki olduğunu ve anksiyete, depresyon, olumsuz benlik ve somatizasyon (psikolojik kökenli fiziksel rahatsızlıklar) arasında negatif yönde ilişki olduğunu belirtmektedir. Altuntaş'ın (2020) araştırmasında geçen 'ruhsal belirti', bireyin zihinsel ve duygusal sağlığıyla ilgili ortaya çıkan olumsuz durumları ifade etmektedir. Bu belirtiler, anksiyete (kaygı), depresyon (çökkünlük), olumsuz benlik algısı (kendini yetersiz ve değersiz hissetme) ve somatizasyon gibi durumlarla ilişkilendirilmiştir. Başka bir deyişle, ruhsal belirtiler bireyin psikolojik iyi oluşunu olumsuz etkileyen ve dijital temasla artabilen duygusal ve bilişsel belirtileri kapsamaktadır.

Benlik algısı; bireyin yalnızca kendisi hakkındaki algılarıdır. İnsanların "ben" ve "bana ait olan" olarak tanımladıkları bir kavramdır. Bireyin kendisine dair geliştirdiği benlik algısı olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirilebilir (Yaprak, 2018). Bununla birlikte benlik algısı, farklı boyutlara ve çeşitlere sahip olan karmaşık bir yapıdır. Bunlar arasında en yaygın olarak kabul edilen çeşitler, öz saygı, öz yeterlilik ve ideal benliktir. Öz saygı, bireyin kendine duyduğu genel değer ve saygıyı ifade ederken, öz yeterlilik bireyin belirli bir görevi başarma kapasitesine duyduğu inancı temsil eder. İdeal benlik ise, bireyin olmak istediği kişi veya ulaşmayı hedeflediği yaşam biçimiyle ilgilidir. Bu çeşitler, birbiriyle ilişkili olup, birinin olumlu ya da olumsuz yönde etkilenmesi diğerlerini de etkileyebilir. Örneğin, sosyal medya kullanımı sırasında başkalarıyla kıyaslama yapıldığında, kişinin öz saygısında bir düşüş meydana gelebilir ve bu durum ideal benlik ile öz saygı arasındaki uyumsuzluğa yol açabilir. Dolayısıyla, dijital temas alışkanlıklarının benlik algısının farklı boyutları üzerindeki etkilerini anlamak, bireylerin dijital ortamlarla etkileşimlerini daha sağlıklı bir şekilde yönetmelerine yardımcı olabilir.

Sosyal medya dünyanın farklı bölgelerinde, farklı algılara ve deneyimlere sahip bireyleri birbirine bağlayan ortak bir ağdır. Bu denli farklı algıya ve deneyime sahip insanları

aynı yapı altında birleştirebilmek ise ortak özellikleri sergilemeyi gerektirmektedir (Bekiroğlu & Hülür, 2016: 150). Sergilenen deneyimler ve paylaşımlar bireyleri etkileyebilmektedir. Dolayısıyla, dijital platformlar bireylerin kendilerini ifade etme ve kimliklerini oluşturma süreçlerine önemli katkılar sağladığı söylenebilir. Ancak bu platformlarda geçirilen uzun süreler ve sosyal medyanın idealize edilmiş yaşamları öne çıkaran yapısı, bireylerin kendi benlik algılarını olumsuz yönde etkileyebilir. Özellikle sosyal medya, bireylerin başkalarının yaşamlarıyla sürekli kıyaslama yapmasına ve kendi yaşamlarını yetersiz görmelerine neden olabilir. Bu durum, bireylerin öz saygısını ve öz yeterlilik algısını zayıflatarak, benlik algısında bir dengesizlik yaratabilir. Dijital temasın yoğun olduğu bireylerde, çevrimiçi ortamların sunduğu geri bildirimler (beğeniler, yorumlar) benlik algısının belirleyici bir unsuru haline gelebilir. Sosyal medyada geri bildirim niteliğinde olan beğeni ve yorumlar bir çeşit onaylama/onaylanma mekanizması haline gelebilir ve bireyler, dijital ortamların sunduğu onay mekanizmalarına göre hareket ederek davranışlarını şekillendirebilir. Bu ilişki, dijital temasın yalnızca bir alışkanlık olarak kalmayıp, bireylerin kendilik kavrayışlarını ve sosyal ilişkilerini şekillendiren kritik bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Benlik saygısı kişinin kendine karşı pozitif veya negatif tavrı ya da bireyin kendini yeterli, güvenli, önemli olarak algılama derecesidir (Baybek & Yavuz, 2005). Uğurlu ve Akın'a (2007) göre, ruhsal belirti gösterme durumu ile öğrencilerin yaş grupları, sınıfları, okullarından memnuniyetleri, babaların eğitim düzeyi, ailenin ekonomik düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu durumu üniversite öğrencilerinin ideal ve mevcut benlik algılarına yönelik durumları açıklayabilir. İdeal benlik algısı, öğrencilerin kendilerine dair ulaşmayı arzuladıkları hedefleri, idealleri ve kişisel gelişim beklentilerini içerir. Bu algı, akademik başarı, sosyal çevre tarafından kabul görme ve mesleki yetkinlik gibi faktörlerle şekillenir. Ancak, mevcut benlik algısı öğrencilerin şu anda kendilerini nasıl gördükleriyle ilgilidir ve genellikle dijital temas gibi çevresel faktörlerden etkilenir. Özellikle sosyal medya ve çevrimiçi platformların yoğun kullanımı, öğrencilerin kendilerini başkalarıyla kıyaslamasına neden olarak, mevcut benlik algısında olumsuz değişiklikler yaratabilir. Bu durum, öğrencilerin kendilerini yetersiz veya başarısız hissetmelerine yol açabilir ve beklenen benlik algısıyla mevcut benlik algısı arasındaki uyumsuzluğu artırabilir. Bu

uyumsuzluk, öğrencilerde düşük öz saygı, motivasyon kaybı ve hatta depresif semptomlar gibi olumsuz sonuçlar doğurabilir.

Benlik algısı, bireylerin eğitim süreçlerindeki başarıları ve akademik motivasyonları üzerinde doğrudan etkili bir unsurdur. Eğitim, öğrencilerin yalnızca bilgi edinmelerini değil, aynı zamanda özgüven kazanmalarını ve kimliklerini oluşturmalarını sağlayan kritik bir süreçtir. Benlik algısı yüksek olan öğrenciler, akademik zorluklarla daha iyi başa çıkabilir ve öğrenmeye karşı daha pozitif bir tutum sergileyebilirler. Ancak, dijital temas alışkanlıklarının yoğunlaştığı günümüzde, özellikle üniversite öğrencileri için benlik algısının şekillenmesi daha karmaşık hale gelmiştir.

Dijital platformlarda geçirilen zaman, öğrencilerin kendilerine ve akademik başarılarına dair algılarını olumsuz yönde etkileyebilir. Bu bağlamda, dijital temas alışkanlıklarının benlik algılarına etkilerini incelemek, eğitimde yaşanan bu değişimlerin anlaşılması açısından önemli bir problem durumunu ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, dijitalleşmenin eğitim ve benlik algısı üzerindeki etkileri arasındaki ilişkiyi derinlemesine araştırmak, hem akademik başarıyı desteklemek hem de öğrencilerin dijital ortamlarla sağlıklı bir etkileşim kurmalarını sağlamak amacıyla incelenmiştir.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, dijital temas alışkanlıkları ile benlik algıları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Farklı yaş gruplarında benlik saygısının öneminin arttığı ve dijital nesne ile sanal ortamlara yoğun bir şekilde maruz kalınan günümüzde, bu iki değişken arasındaki ilişkinin nasıl şekillendiği merak konusudur. Özellikle eğitim kademelerine göre öğrencilerinin kendilerini algılama biçimleri, sosyal ilişkileri ve akademik başarıları üzerindeki etkileri araştırılmak istenmektedir. Bu bağlamda, araştırmanın ana sorusu şu şekildedir:

Dijital temas alışkanlıkları ile benlik algıları arasındaki ilişki nasıldır?

Bu ana soru doğrultusunda, araştırmanın alt soruları şunlardır:

- 1- Demografik özelliklere göre dijital mecralara temas oranı nedir?
- 2- Dijital mecralara temas etme durumu demografik özelliklere göre nasıl farklılık göstermektedir?
- 3- Dijital temas alışkanlıkları, demografik özelliklere göre benlik algıları üzerinde nasıl etkiler yaratmaktadır?
- 4- Dijital temasın benliğe karşı etkileri nelerdir?

Yöntem

Araştırmanın Modeli ve Tasarımı

Bu araştırmada kullanıcıların dijital temas alışkanlıklarını ve bu alışkanlığın kullanıcı benliğine etkisini anlamak için tarama modelinde betimsel bir araştırma tasarladık. "Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Karasar, 2009)." Araştırmada, iki değişkenin derinlemesine incelenmesi için nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin birlikte yer aldığı karma yöntem yaklaşımı tercih edilmiştir. Araştırmanın nicel bölümünü kapalı uçlu sorunun analizinde kullanılan betimsel istatistik teknikler oluştururken, nitel kısmını ise açık uçlu sorunun analizinde kullanılan içerik analizi tekniği tercih edilmiştir.

Araştırmanın Veri Toplama Aracı ve Analizi

Araştırmanın nicel örneklemini toplam 2115 kişiden oluşmaktadır. Bu kişilerin demografik bilgileri eğitim düzeyi ve cinsiyete göre: Okul öncesi kız öğrenci sayısı 166, okul öncesi erkek öğrenci sayısı 167, ilkokul kız öğrenci sayısı 153, ilkokul erkek öğrenci sayısı 173, ortaokul kız öğrenci sayısı 171, ortaokul erkek öğrenci sayısı 180, lise kız öğrenci sayısı 172, lise erkek öğrenci sayısı 201, üniversite kız/kadın öğrenci sayısı 201, üniversite erkek öğrenci sayısı 166, yetişkin kadın sayısı 208 ve yetişkin erkek sayısı 157'dir.

Araştırmanın nicel boyutunda veriler Dilci (2019) tarafından oluşturulan Dijitalanaliz ölçeği aracılığı ile elde edilmiştir. Ölçek yapay zeka tabanlı olarak kullanıcıların demografik durumlarına, temas edilen dijital mecra ve temas süresine göre bağımlılık durumunu ölçmekte aynı zamanda kullanıcıların benlik algıları, dürtüsellik durumları, performans/üretkenlik, sosyal izolasyon ve yoksunluk durumlarını puanlayarak bilgi veren algoritmaya sahiptir. Bu algoritmadan elde edilen puanların analizi ise SPSS 25 paket programı ile analiz edilmiştir.

Çalışmanın nitel bölümü için çalışma grubu ise random yöntemle seçilmiş 76 kişiden oluşmaktadır. Cinsiyet olarak katılımcıların 40'ı kadın ve 36'sı erkektir. Çalışma grubundaki kişilere dijital temasın bireydeki etkisini anlamak için "Dijital Temas Alışkanlıklarınıza Bağlı Olarak, Benlik Algınızda ve Kendinize Dönük Diğer Algılarınızda Değişimler Hissettiniz mi? Evet ise Benlik Algınızdaki Bu Değişikleri Nasıl Açıklarsınız?" sorusu yöneltilmiştir.

Elde edilen cevapları içerik analizi yöntemine göre analiz ederek nicel verilerle bir birini ne derece desteklediği incelenmiştir.

Dijitalizasyon Dijital Bağımlılık Ölçeği

Ölçeğin KMO değerinin .94, Bartlett testi sonucunun .00 ($p < .01$) ve faktör analizinde açıklanan varyansın %64,7 olduğu belirlenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, madde uyum indeksinin Ki-kare değerinde anlamlı olduğu bulunmuştur ($\chi^2 = 756.20$, $N = 450$, $sd = 278$, $p = 0.00$); ayrıca RMSEA: 0.075, SRMR: 0.14, GFI: 0.87, AGFI: 0.91, CFI: 0.98, IFI: 0.98, NFI: 0.093; $\chi^2/sd = 2.78$ olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin Cronbach's alpha (α) iç tutarlılık katsayısı .976 olarak bulunmuştur (Dilci, 2019).

Ölçek, beş alt boyuttan ("Yoksunluk", "Dürtüsellik", "Düşük Performans", "Düşük Öz Algı" ve "Sosyal İzolasyon") ve toplam 40 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin toplam güvenilirliği .94 olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada ölçeğin güvenilirliği yoksunluk alt boyutunda .91, dürtüsellik alt boyutunda .94, düşük performans alt boyutunda .85, düşük öz algı alt boyutunda .84, sosyal izolasyon alt boyutunda .84 ve toplamda .98 olarak bulunmuştur. Ölçek, beşli Likert tipi olarak hazırlanmış ve "Kesinlikle Katılmıyorum = 1", "Katılmıyorum = 2", "Kararsızım = 3", "Kısmen Katılıyorum = 4" ve "Kesinlikle Katılıyorum = 5" şeklinde derecelendirilmiştir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 200, en düşük puan ise 40'tır. Ölçekten alınan puanın artması örneklemin dijital temas alışkanlıklarının yoğun olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Dilci, 2019).

Bulgular ve Yorum

Nicel Bulgular

Bu bölümde araştırmanın nicel bulguları yer almaktadır. Araştırmanın nicel boyutunda katılımcıların sosyo-demografik durumlarına ilişkin frekans bilgileri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Demografik özelliklere ilişkin frekans tablosu

Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Kadın	1071	50,64
	Erkek	1044	49,36
Yaş	4-6	333	15,74
	7-9	326	15,50
	10-14	351	16,60
	15-19	373	18,50
	20-40	678	31,10
	40+	54	2,57
	Eğitim Düzeyi	Okul Öncesi	333
	İlkokul	326	16,60
	Ortaokul	351	15,50
	Lise	373	17,74
	Üniversite	728	34,43
Anne-Baba	Birlikte	1940	91,96
	Ayrı	175	8,04

Çalışmaya katılanların, %50,64'ünün kadın, %49,36'sının erkek olduğu, katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımı oldukça dengeli görülmektedir. En çok katılım sağlayan yaş grubu 15-19 yaş aralığındadır ve katılımcıların yaklaşık %18,50'sini oluştururken, en küçük yaş grubu 40 yaş ve üstüdür (%2,57). Katılımcıların eğitim düzeyi çeşitlilik göstermektedir. En büyük eğitim grubu üniversite mezunlarıdır (%34,43), ardından lise mezunları gelmektedir (%17,74). Okul öncesi, ilkokul ve ortaokul düzeyindeki katılımcılar benzer sayılara sahiptirler (%15,74, %16,60 ve %15,50). Katılımcıların büyük bir çoğunluğu anne ve baba birlikte yaşamaktadır (%91,96), ancak ayrı yaşayanlar da bulunmaktadır. Bununla birlikte dijital mecralara temas ve kullanım sürelerine yönelik bilgiler Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Dijital mecra kullanım sürelerine ilişkin frekans dağılımı

Değişken	Ort.	Min.	Maks.	SS
Instagram	41,46	0,00	450,00	59,33
Facebook	9,04	0,00	220,00	22,13
Twitter	21,49	0,00	450,00	47,40
TV	61,00	0,00	450,00	58,36
Youtube	52,33	0,00	520,00	57,69
Oyun	49,15	0,00	600,00	65,41
Diğer	81,23	0,00	960,00	124,68
Toplam	228,02	1,00	1210,00	183,50

Instagram: Günlük ortalama Instagram kullanımı 41.46 dakikadır. Minimum kullanım süresi 0 dakika, maksimum kullanım süresi ise 450 dakikadır. Standart sapma (SS) 59.33'tür, bu dağılımın ne kadar yaygın olduğunu göstermektedir.

Facebook: Günlük ortalama Facebook kullanımı 9.04 dakikadır. Minimum kullanım süresi 0 dakika, maksimum kullanım süresi ise 220 dakikadır. Standart sapma (SS) 22.13'tür.

Twitter: Ortalama Twitter kullanımı 21.49 dakikadır. Minimum kullanım süresi 0 dakika, maksimum kullanım süresi ise 450 dakikadır. Standart sapma (SS) 47.40'tur.

TV: Ortalama TV izleme süresi 61.00'dir. Minimum izleme süresi 0 dakika, maksimum izleme süresi ise 450 dakikadır. Standart sapma (SS) 58.36'dır.

Youtube: Ortalama YouTube kullanımı 52.33'tür. Minimum kullanım süresi 0 dakika, maksimum kullanım süresi ise 520 dakikadır. Standart sapma (SS) 57.69'dur.

Oyun: Ortalama oyun oynama süresi 49.15'tir. Minimum oynama süresi 0 dakika, maksimum oynama süresi ise 600 dakikadır. Standart sapma (SS) 65.41'dir.

Diğer: Ortalama diğer aktiviteler için harcanan süre 81.23'tür. Minimum süre 0 dakika, maksimum süre ise 960 dakikadır. Standart sapma (SS) 124.68'dir.

Toplam: Tüm aktivitelerin toplam süresi olarak hesaplanan ortalama süre 228.02'dir. Minimum süre 1 dakika, maksimum süre ise 1210 dakikadır. Standart sapma (SS) 183.50'dir, bu toplam aktivite sürelerinin dağılımının oldukça yaygın olduğunu göstermektedir.

Cinsiyet ve eğitim durumlarına göre dijital mecralara temasa ilişkin bilgiler günlük ve dakika olarak Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3. Dijital mecraların eğitim durumu ve cinsiyete göre ortalama temas süresi

Kategori/Cinsiyet	Instagram	Facebook	Twitter	TV	YouTube	Oyun	Diğer	Toplam
Okul Öncesi/Kadın	20	7	2	77	40	49	20	215
Okul Öncesi/Erkek	8	2	1	67	39	51	17	185
İlkokul/Kadın	12	4	2	70s	53	37	25	203
İlkokul/Erkek	5	6	1	72	51	67	22	224
Ortaokul/Kadın	34	4	4	71	64	46	33	256
Ortaokul/Erkek	25	8	5	70	63	75	35	281
Lise/Kadın	104	4	16	49	72	28	74	347
Lise/Erkek	64	11	10	51	74	89	62	361
Üniversite/Kadın	94	4	24	59	70	12	47	310
Üniversite/Erkek	76	17	16	58	79	55	50	351
Yetişkin/Kadın	72	15	15	71	53	15	40	281
Yetişkin/Erkek	37	31	20	101	36	15	40	280

Tablo 3'e göre; okul öncesi kadın öğrencilerin ve erkek öğrencilerin, ilkokul kadın ve erkek öğrencilerin en çok temas ettikleri dijital mecra TV olduğu ve takiben YouTube uygulaması olduğu tespit edilmiştir. Benzer olarak, ortaokul kadın ve erkek öğrencilerin en çok temas ettiği dijital mecralar TV ve YouTube uygulaması olduğu bulgulanmıştır. Yaş grubunun ilerlemesi ile tercihlerin değiştiği tespit edilmiştir. Lise kadın öğrencilerin en çok tercih ettiği dijital mecra Instagram uygulaması iken lise erkek öğrenciler video oyunlarda

daha çok vakit geçirdiği tespit edilmiştir. Üniversite kadınların en çok temas ettiği uygulamalar Instagram uygulaması ve YouTube iken üniversite erkeklerin YouTube ve Instagram uygulamasında temas halinde olduğu tespit edilmiştir. 40 yaş üzeri kadınların en çok temas ettiği mecralar Instagram ve TV ve erkeklerin en çok temas ettiği mecra TV olduğu tespit edilmiştir. Tüm mecralar arasında en çok temas edilen dijital mecraların Instagram uygulaması, YouTube uygulaması ve TV olduğu tespit edilmiştir. Dijital mecralara günlük ekran süreleri ile cinsiyet karşılaştırması Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Dijital mecra günlük ekran süreleri ile cinsiyet karşılaştırması

Değişken	Grup	Cinsiyet		t testi	
		Ort.	SS	t	p
Instagram	Kadın	47,22	65,94	4,547	0,001*
	Erkek	35,55	51,04		
Facebook	Kadın	7,46	21,04	-3,305	0,001*
	Erkek	10,65	23,10		
Twitter	Kadın	22,23	45,05	0,718	0,473
	Erkek	20,74	49,72		
Tv	Kadın	62,40	60,68	1,117	0,264
	Erkek	59,56	55,88		
Youtube	Kadın	51,80	57,16	-0,424	0,672
	Erkek	52,87	58,26		
Oyun	Kadın	35,14	53,98	-10,15	0,001*
	Erkek	63,52	72,62		
Diğer	Kadın	88,38	132,88	2,674	0,008*
	Erkek	73,89	115,27		
Toplam	Kadın	217,46	181,19	-2,677	0,007*
	Erkek	238,86	185,31		

* $p < 0,05$; $t = \text{bağımsız örneklem } t \text{ testi}$

Instagram: "Kadın" ve "Erkek" grupları arasındaki Instagram kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. "Kadın" grubu, "Erkek" grubundan anlamlı bir şekilde daha fazla Instagram uygulamasını kullanmaktadır.

Facebook: "Kadın" ve "Erkek" grupları arasında Facebook kullanımı arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. Ancak, bu durum "Kadın" grubunun "Erkek" grubundan daha az Facebook kullandığını gösterir.

Twitter: "Kadın" ve "Erkek" grupları arasındaki Twitter kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. P değeri 0.05'in üzerindedir, bu da gruplar arasındaki farkın anlamlı olmadığını gösterir.

TV: "Kadın" ve "Erkek" grupları arasında TV izleme alışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

Youtube: "Kadın" ve "Erkek" grupları arasında YouTube kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

Oyun: "Kadın" ve "Erkek" grupları arasındaki oyun oynama alışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. "Erkek" grubu, "Kadın" grubundan anlamlı bir şekilde daha fazla oyun oynamaktadır.

Diğer: "Kız" ve "Erkek" grupları arasındaki "Diğer" kategorisindeki alışkanlıklar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. "Kadın" grubu, "Erkek" grubundan anlamlı bir şekilde farklı bir aktiviteye daha fazla katılmaktadır.

Toplam: "Kadın" ve "Erkek" grupları arasındaki toplam aktiviteler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. "Erkek" grubu, "Kadın" grubundan anlamlı bir şekilde daha fazla aktiviteye katılmaktadır.

Yaş değişkenine göre dijital mecralara temas süreleri karşılaştırmasına ilişkin bilgiler Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Dijital mecra günlük ekran süreleri ile yaş grupları karşılaştırması

Değişken	Grup	Yaş	ANOVA			Fark
		Ort.	SS	F	p	
Instagram	4-6 (1)	14,33	35,38	87,28	0,001*	1<3,1<4,1<5
	7-9 (2)	9,57	21,88			
	10-14 (3)	29,91	43,24			
	15-19 (4)	76,00	73,04			
	20-40 (5)	57,92	65,36			
	40+ (6)	26,85	29,74			
Facebook	4-6 (1)	4,59	14,29	12,07	0,001*	1<3,1<4,1<5
	7-9 (2)	5,34	17,79			
	10-14 (3)	7,53	23,42			
	15-19 (4)	8,55	19,14			
	20-40 (5)	13,54	26,54			
	40+ (6)	17,26	26,65			
Twitter	4-6 (1)	1,48	8,36	141,03	0,001*	1<3,1<4,1<5
	7-9 (2)	1,98	9,73			
	10-14 (3)	4,67	16,30			
	15-19 (4)	16,00	32,59			
	20-40 (5)	46,30	63,22			
	40+ (6)	109,76	82,93			
Tv	4-6 (1)	72,78	56,52	13,46	0,001*	1<3,1<4,1<5
	7-9 (2)	70,37	56,52			
	10-14 (3)	70,29	59,79			
	15-19 (4)	53,26	56,69			
	20-40 (5)	52,44	59,56			
	40+ (6)	31,57	26,47			
Youtube	4-6 (1)	40,11	42,41	17,65	0,001*	1<3,1<4,1<5
	7-9 (2)	47,68	48,86			
	10-14 (3)	61,47	55,94			
	15-19 (4)	69,04	60,60			
	20-40 (5)	49,22	65,30			

	40+ (6)	13,33	29,52			
	4-6 (1)	51,92	60,44			
	7-9 (2)	51,90	60,65			
Oyun	10-14 ⁽³⁾	60,52	68,29	10,26	0,001*	1<3,1<4,1<5
	15-19 ⁽⁴⁾	58,46	72,65			
	20-40 ⁽⁵⁾	35,03	61,92			
	40+ (6)	45,83	61,93			
	4-6 (1)	18,83	37,37			
Diğer	7-9 (2)	24,60	53,13	149,1	0,001*	1<3,1<4,1<5
	10-14 ⁽³⁾	35,07	54,91			
	15-19 ⁽⁴⁾	75,31	92,66			
	20-40 ⁽⁵⁾	152,80	162,57			
	40+ (6)	279,80	143,25			
Toplam	4-6 (1)	204,05	136,14	61,47	0,001*	1<3,1<4,1<5
	7-9 (2)	207,15	118,53			
	10-14 ⁽³⁾	269,45	150,23			
	15-19 ⁽⁴⁾	331,45	185,67			
	20-40 ⁽⁵⁾	185,68	213,71			
	40+ (6)	1,02	0,14			

* $p<0,05$; F=Anova Testi, Fark=Tukey Testi

Instagram, Facebook, Twitter, TV, Youtube, Oyun ve Diğer platformlarına yönelik ANOVA sonuçları: Her platformun grupları arasındaki yaş ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermektedir (F istatistiği yüksek ve p değeri düşük). Bu, platform kullanıcılarının yaşlarının farklı olduğunu gösterir.

Her platform için "1<3, 1<4, 1<5" şeklinde grup karşılaştırmaları, Grup 1'in diğer gruplara göre yaş açısından anlamlı bir şekilde düşük olduğunu ifade etmektedir. Örneğin, Instagram kullanıcılarının yaş ortalaması diğer platformlara göre anlamlı bir şekilde düşük olduğu görülmektedir.

Grup Karşılaştırmaları: Grup 1 (4-6 yaş aralığı) en düşük yaş ortalamasına sahip olduğu, diğer yaş gruplarına göre önemli ölçüde daha genç olduğu görülmektedir. Grup 4 (15-19 yaş aralığı) Twitter, TV, Youtube ve Oyun kullanıcıları arasında yüksek yaş ortalamasına sahiptir. Grup 5 (20-40 yaş aralığı) ise YouTube kullanıcıları arasında en yüksek yaş ortalamasına sahiptir. Grup 6 (40+ yaş aralığı) ise diğer platform kullanıcıları arasında yüksek yaş ortalamasına sahiptir.

Toplam Veriler: "Toplam" grubu diğer platformlara göre anlamlı bir şekilde düşük bir yaş ortalamasına sahiptir. Bu, toplam nüfusun yaş açısından daha genç olduğunu gösterir. Sonuç olarak, yaş gruplarına göre farklı platformların tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 6'da dijital mecralara temas süreleri ile eğitim düzeyi karşılaştırması bilgisi verilmiştir.

Tablo 6. Dijital mecralarda günlük ekran süreleri ile eğitim düzeyi karşılaştırması

Değişken	Grup	Eğitim	ANOVA			
		Düzeyi	Ort.	SS	F	p
Instagram	Okul Öncesi ⁽¹⁾	14,33	35,38	107	0,001*	1<4,1<5,1<6
	İlkokul ⁽²⁾	11,19	27,41			
	Ortaokul ⁽³⁾	29,61	41,41			
	Lise ⁽⁴⁾	78,79	73,08			
	Üniversite ⁽⁵⁾	54,56	63,64			
Facebook	Okul Öncesi ⁽¹⁾	4,59	14,29	13,91	0,001*	1<4,1<5,1<6
	İlkokul ⁽²⁾	5,60	17,79			
	Ortaokul ⁽³⁾	7,41	23,78			
	Lise ⁽⁴⁾	8,77	19,45			
	Üniversite ⁽⁵⁾	13,60	26,33			
Twitter	Okul Öncesi ⁽¹⁾	1,48	8,36	148,8	0,001*	1<4,1<5,1<6
	İlkokul ⁽²⁾	2,13	9,74			
	Ortaokul ⁽³⁾	4,69	16,67			
	Lise ⁽⁴⁾	13,28	28,44			
	Üniversite ⁽⁵⁾	51,77	66,86			
Tv	Okul Öncesi ⁽¹⁾	72,78	56,52	15,13	0,001*	1<4,1<5,1<6
	İlkokul ⁽²⁾	71,38	57,09			
	Ortaokul ⁽³⁾	69,21	59,42			
	Lise ⁽⁴⁾	52,62	55,48			
	Üniversite ⁽⁵⁾	51,23	58,55			
Youtube	Okul Öncesi ⁽¹⁾	40,11	42,41	18,81	0,001*	1<4,1<5,1<6
	İlkokul ⁽²⁾	48,64	48,40			
	Ortaokul ⁽³⁾	61,42	56,95			
	Lise ⁽⁴⁾	71,10	60,50			
	Üniversite ⁽⁵⁾	45,92	63,66			
Oyun	Okul Öncesi ⁽¹⁾	51,92	60,44	12,15	0,001*	1<4,1<5,1<6
	İlkokul ⁽²⁾	53,23	59,95			
	Ortaokul ⁽³⁾	59,71	69,57			
	Lise ⁽⁴⁾	58,94	73,38			
	Üniversite ⁽⁵⁾	36,10	61,75			
Diğer	Okul Öncesi ⁽¹⁾	18,83	37,37	177,7	0,001*	1<4,1<5,1<6
	İlkokul ⁽²⁾	25,31	52,53			
	Ortaokul ⁽³⁾	35,04	55,71			
	Lise ⁽⁴⁾	66,24	79,89			
	Üniversite ⁽⁵⁾	165,23	164,66			
Toplam	Okul Öncesi ⁽¹⁾	204,05	136,14	71,99	0,001*	1<4,1<5,1<6
	İlkokul ⁽²⁾	213,47	121,63			
	Ortaokul ⁽³⁾	267,09	151,31			
	Lise ⁽⁴⁾	345,61	176,25			
	Üniversite ⁽⁵⁾	167,83	210,31			

* $p<0,05$; $F=Anova$ Testi, $Fark=Tukey$ Testi

Instagram: Eğitim düzeyi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). İlkokul, Ortaokul, Lise ve Üniversite grupları arasındaki farklar belirtilmemiş, ancak Okul Öncesi grupları diğer gruplardan anlamlı olarak farklıdır.

Facebook: Eğitim düzeyi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). İlkokul, Ortaokul, Lise ve Üniversite grupları arasındaki farklar belirtilmemiş, ancak Okul Öncesi grupları diğer gruplardan anlamlı olarak farklıdır.

Twitter: Eğitim düzeyi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). İlkokul, Ortaokul, Lise ve Üniversite grupları arasındaki farklar belirtilmemiş, ancak Okul Öncesi grupları diğer gruplardan anlamlı olarak farklıdır.

TV: Eğitim düzeyi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). İlkokul, Ortaokul, Lise ve Üniversite grupları arasındaki farklar belirtilmemiş, ancak Okul Öncesi grupları diğer gruplardan anlamlı olarak farklıdır.

Youtube: Eğitim düzeyi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). İlkokul, Ortaokul, Lise ve Üniversite grupları arasındaki farklar belirtilmemiş, ancak Okul Öncesi grupları diğer gruplardan anlamlı olarak farklıdır.

Oyun: Eğitim düzeyi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). İlkokul, Ortaokul, Lise ve Üniversite grupları arasındaki farklar belirtilmemiş, ancak Okul Öncesi grupları diğer gruplardan anlamlı olarak farklıdır.

Diğer: Eğitim düzeyi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). İlkokul, Ortaokul, Lise ve Üniversite grupları arasındaki farklar belirtilmemiş, ancak Okul Öncesi grupları diğer gruplardan anlamlı olarak farklıdır.

Her bir durumda, "Fark" sütunu, Okul Öncesi grubun diğer gruplarla karşılaştırıldığını ve bu gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir.

Tablo 7 dijital mecralara günlük temas süreleri ile anne-baba birlikte ya da ayrı durumlarına ilişkin karşılaştırması bilgilerini göstermektedir.

Tablo 7. Dijital mecra günlük ekran süreleri ile anne-baba durumları karşılaştırması

Değişken	Grup	Anne-Baba Ayrı		t testi	
		Ort.	SS	t	P
Instagram	Birlikte	42,90	60,78	5,878	0,001*
	Ayrı	25,01	35,24		
Facebook	Birlikte	8,76	22,03	-1,965	0,05
	Ayrı	12,24	23,11		
Twitter	Birlikte	17,86	42,51	-7,853	0,001*
	Ayrı	63,05	73,74		
Tv	Birlikte	62,56	59,01	5,047	0,001*
	Ayrı	43,12	46,95		
Youtube	Birlikte	54,36	58,20	5,497	0,001*
	Ayrı	29,09	45,61		
Oyun	Birlikte	49,78	65,78	1,507	0,132
	Ayrı	41,88	60,73		
Diğer	Birlikte	72,91	119,39	-9,114	0,001*
	Ayrı	176,43	143,38		
Toplam	Birlikte	239,27	180,82	10,52	0,001*
	Ayrı	99,36	164,37		

* $p < 0,05$; t =bağımsız örneklem t testi

Instagram: Anne-baba birlikte olan kullanıcılar ile ayrı olan kullanıcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). Anne-baba birlikte olan kullanıcılar Instagram kullanımında daha yüksek ortalamaya sahiptir.

Facebook: Anne-baba birlikte olan kullanıcılar ile ayrı olan kullanıcılar arasında Facebook kullanımında anlamlı bir fark vardır ($p = 0,05$). Ancak bu fark negatif bir t-testi istatistiği ile ifade edilmiştir, yani anne-baba birlikte olan kullanıcılar Facebook kullanımında biraz daha düşük bir ortalama puan göstermektedir.

Twitter/X: Anne-baba birlikte olan kullanıcılar ile ayrı olan kullanıcılar arasında Twitter kullanımında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). Anne-baba birlikte olan kullanıcılar Twitter kullanımında daha yüksek ortalamaya sahiptir.

TV: Anne-baba birlikte olan kullanıcılar ile anne-baba ayrı olan kullanıcılar arasında TV izleme alışkanlığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). Anne-baba birlikte olan kullanıcılar TV izleme konusunda daha yüksek bir ortalamaya sahiptir.

Youtube: Anne-baba birlikte olan kullanıcılar ile Anne-baba ayrı olan kullanıcılar arasında Youtube kullanımında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,001$). Anne-baba birlikte olan kullanıcılar Youtube kullanımında daha yüksek bir ortalamaya sahiptir.

Oyun: Anne-baba birlikte olan kullanıcılar ile anne-baba ayrı olan kullanıcılar arasında oyun oynama alışkanlığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($p=0,132$).

Diğer: Anne-baba birlikte olan kullanıcılar ile ayrı olan kullanıcılar arasında diğer aktivitelerde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). Anne-baba birlikte olan kullanıcılar diğer aktivitelerde daha yüksek bir ortalamaya sahiptir.

Toplam: Anne-baba birlikte olan kullanıcılar ile anne-baba ayrı olan kullanıcılar arasında toplam aktivite skorları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p<0,001$). Anne-baba birlikte olan kullanıcılar toplam aktivite skorlarında daha yüksek bir ortalamaya sahiptir.

Bu sonuçlar, Anne-baba birlikte olmalarının kullanıcıların bazı aktiviteleri (Instagram, Twitter, TV, Youtube, Diğer ve Toplam) daha fazla tercih etmeleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Ancak Facebook ve Oyun aktiviteleri konusunda farklar istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Tablo 8, Dijital analiz ölçeğinde elde edilen puanlara göre kullanıcıları dijital temas sonucu benlik algılarına ilişkin bilgileri göstermektedir.

Tablo 8. Benlik algısı puanlarına ilişkin frekans tablosu

Değişken	Ortalama	Min.	Maks	SS	Çarpıklık	Basıklık
Benlik Algısı	7,78	0,00	20,00	4,24	0,300	-0,151

Benlik Algısı: ortalama benlik algısı puanı 7.78'dir. Minimum değer 0.00, maksimum değer ise 20.00'dir. Standart sapma (SS) 4.24'tür. Benlik algısı değişkeninin çarpıklık değeri pozitif (0.300), bu dağılımın sağa çarpık olduğunu gösterir. Basıklık (kütle eğriliği) değeri ise -0.151, bu dağılımın normal dağılıma yakın olduğunu göstermektedir.

Tablo 9, cinsiyete göre kullanıcıların benlik algılarına ilişkin karşılaştırmanın bilgisini içermektedir.

Tablo 9. Benlik algısı puanları ile cinsiyet karşılaştırması

Değişken	Grup	Cinsiyet		t testi	
		Ort.	SS	t	p
Benlik Algısı	Kadın	7,75	4,10	-0,406	0,684
	Erkek	7,82	4,38		

* $p<0,05$; t=bağımsız örneklem t testi

Tabloya göre, benlik algısı düzeyinde kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu, cinsiyetin benlik algısı üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını gösterir. Her iki cinsiyet de benzer benlik algısı düzeylerine sahiptir.

Tablo 10, yaş gruplarına göre kullanıcıların benlik algılarına ilişkin karşılaştırmanın bilgisini içermektedir.

Tablo 10. Benlik algısı puanları ve yaş grupları karşılaştırılması

Değişken	Grup	Yaş		ANOVA		
		Ort.	SS	F	p	Fark
Benlik Algısı	4-6 (1)	6,99	3,79	17,02	0,001*	1<3,1<4,1<6
	7-9 (2)	7,51	4,03			
	10-14 (3)	8,58	4,58			
	15-19 (4)	9,11	4,44			
	20-40 (5)	7,25	4,04			
	40+ (6)	6,11	3,69			

* $p<0,05$; $F=Anova$ Testi, $Fark=Tukey$ Testi

Benlik Algısı: Yaş gruplarına göre benlik algısı düzeyi arasında anlamlı bir fark vardır ($F=17.02$, $p=0.001$). Post-hoc analiz sonuçları, yaş grupları arasında anlamlı farklar olduğunu gösterir. Özellikle 1<3, 1<4 ve 1<6 grupları arasında belirgin farklar görülmektedir. Bu, yaşın benlik algısı üzerinde etkili olduğunu gösterir.

Tablo 11, eğitim durumlarına göre kullanıcıların benlik algılarına ilişkin karşılaştırmanın bilgisini içermektedir.

Tablo 11. Benlik algısı puanları ve eğitim durumları karşılaştırılması

Değişken	Grup	Eğitim Düzeyi		ANOVA		
		Ort.	SS	F	p	Fark
Benlik Algısı	Okul Öncesi (1)	6,99	3,79	18,62	0,001*	1<4,1<5
	İlkokul (2)	7,68	4,09			
	Ortaokul (3)	8,47	4,59			
	Lise (4)	9,13	4,39			
	Üniversite (5)	7,19	4,07			

* $p<0,05$; $F=Anova$ Testi, $Fark=Tukey$ Testi

Eğitim düzeyi gruplarına göre benlik algısı düzeyi arasında anlamlı farklılık vardır ($F=18.62$, $p=0.001$). Post-hoc analiz sonuçları, eğitim düzeyi grupları arasında anlamlı farklar olduğunu gösterir. Özellikle 1<4 ve 1<5 grupları arasında önemli farklar vardır. Bu, eğitim düzeyinin benlik algısı üzerinde etkili olduğunu gösterir.

Tablo 12, ebeveyn durumlarına göre kullanıcıların benlik algılarına ilişkin karşılaştırmanın bilgisini içermektedir.

Tablo 12. Benlik algısı puanları ve ebeveyn durumları karşılaştırılması

Değişken	Grup	Anne-Baba Ayrı		t testi	
		Ort.	SS	t	p
Benlik Algısı	Birlikte	7,94	4,21	5,688	0,001*
	Ayrı	6,02	4,19		

* $p < 0,05$; t =bağımsız örneklem t testi

Benlik Algısı: "Anne-Baba Ayrı" ve "Birlikte" grupları arasında benlik algısı düzeyi açısından anlamlı bir fark bulunmaktadır ($t=5.688$, $p=0.001$). "Birlikte" yaşayan bireyler, "Ayrı" yaşayanlara göre daha yüksek benlik algısı düzeyine sahiptir.

Tablo 13, dijital temas durumlarına göre kullanıcıların benlik algılarına ilişkin karşılaştırmanın bilgisini içermektedir.

Tablo 13. Benlik algısı puanları ile sosyal medya günlük ekran süreleri karşılaştırması

		Instagram	Facebook	Twitter	Tv	Youtube	Oyun	Diğer	Toplam
Benlik Algısı	r	,205**	0,023	-,047*	,120**	,321**	,228**	0,036	,368**
	p	0,000	0,298	0,032	0,000	0,000	0,000	0,095	0,000

* $p < 0,05$; r =Korelasyon katsayısı

Benlik Algısı puanları ile Instagram, Twitter, TV, Youtube, Oyun, Diğer ve Toplam aktiviteleri arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Yani benlik algısı arttıkça bu aktivitelerin kullanımı artar. Ancak Benlik Algısı ile Facebook aktivitesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Nitel Bulgular

Bu bölümde araştırmanın nitel bulguları yer almaktadır. Tablo 14, araştırmanın çalışmanın çalışma grubuna ilişkin bilgilerin frekans dağılımını göstermektedir.

Tablo 14. Demografik özelliklere ilişkin frekans dağılımı

Değişken	Kategori	N	%
Yaş	15-19	16	21,33
	20-40	51	68,00
	41+	9	10,67
Cinsiyet	Kadın	39	52,00
	Erkek	36	48,00
Eğitim Durumu	Lise	16	21,33
	Ön Lisans	16	21,33
	Lisans	28	37,33
	Lisansüstü	15	20,00
Medeni Durum	Evli	29	38,67
	Bekâr	43	57,33
	Ayrılmış	3	4,00

Çalışma grubunun yaşları incelendiğinde, %21,33'ünün 15-19 yaş aralığında, %68'inin 20-40 yaş aralığında ve %10,67'sinin 40 yaş üzeri olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %52'si kadın, %48'i erkek bireylerden oluşmaktadır. Eğitim durumu açısından, katılımcıların %21,33'ünün lise mezunu, %21,33'ünün ön lisans mezunu, %37,33'ünün lisans mezunu ve %20'sinin lisansüstü eğitim seviyesine sahip olduğu tespit edilmiştir. Medeni durum açısından ise, katılımcıların %38,67'si evli, %57,33'ü bekar ve %4'ü ayrılmış durumdadır.

Nitel verilerin analizi tema ve kodlara göre aşağıdaki bulgular elde edilmiştir. Dijital mecralara temas etme sürelerine ilişkin frekans dağılımı Tablo 15'de sunulmuştur.

Tablo 15. Dijital mecralara temas etme süreleri ve oranları ve frekans dağılımı

TEMAS SÜRESİ (saat)	N	F %
1-2	2	5,40
3-4	6	16,21
5-6	10	27,02
7+	19	51,35
TOPLAM	37	100

Nitel veri analizi, katılımcıların dijital temasının günlük yedi saatten fazla olduğunu göstermektedir. Günlük 1-2 saat süre teması olduğunu belirten katılımcı sayısı ikidir. Tablodan anlaşıldığı üzere katılımcıların büyük çoğunluğunun günlük dijital temas süresi ortalamanın oldukça üzerindedir.

Araştırmanın ana konusu olan dijital temasın benlik algısına etkisini görmek için katılımcılara "Covid-19 Pandemi Sürecinde Dijital Temas Alışkanlıklarınıza Bağlı Olarak, Benlik Algınızda ve Kendinize Dönük Diğer Algılarınızda Değişimler Hissettiniz mi? Evet ise Benlik Algınızdaki Bu Değişikleri Nasıl Açıklatırsınız?" sorusu yöneltilmiştir. Bu sorudan

elde edilen veriler bireylerde dijital temas sonucu kullanıcıların benlik algılarının nasıl etkilendiğini anlamaya yöneliktir. En çok temas edilen dijital mecralara ilişkin nitel veri sonuçları ve frekans dağılımı tablo 16’de verilmiştir.

Tablo 16. En çok temas edilen dijital mecralara ilişkin frekans dağılımı

Mecra Türü	Temas Edilen	n	f %	N	F %
Sosyal Medya Site-Uygulamaları	Instagram	12	48	18	36
	Youtube	3	12		
	Twitter	4	16		
	TıkTok	1	4		
	Diğer	5	20		
Çalışma ve Eğlence Uygulamaları	Sosyal Medya	7	41,16	11	22
	Dizi/Film Platformları	8	47,04		
	Diğer	2	11,76		
Bilgisayar ve Mobil Cihaz Kullanımı	Telefon	14	66,64	17	34
	Bilgisayar	5	23,8		
	Televizyon	1	4,76		
	Tablet	1	4,76		
İnternet ve Dijital Hizmetler	e-devlet	1	100	1	2
	zoom	1	100		
Oyun Siteleri ve Uygulamaları				2	4
Haber ve Bilgi Edinme Site ve Uygulamaları	Sosyal Medya	1	33,33	2	4
	Haber Siteleri	2	66,66		
TOPLAM				50	100

Pandemi sürecinde özellikle Instagram ve Twitter gibi sosyal medya platformları en çok temas edilen sosyal ağ siteleri konumundadır. Instagram ve Twitter uygulamalarını Tv izleme ve Youtube uygulaması takip etmektedir. Bu platformlar, insanların haberleri takip etmeleri, bağlantı kurmaları ve eğlence amaçlı içerik tüketmeleri açısından popüler olmuştur. WhatsApp ve Facebook: WhatsApp ve Facebook gibi mesajlaşma ve sosyal medya platformları da belirgin bir şekilde öne çıkmıştır. Cinsiyet değişkenlerine göre kadın ve erkeklerin sosyal medya kullanma oranları birbirine büyük oranda benzerlik gösterirken, lise çağında erkek öğrencileri daha çok oyun oynamak için ve kız öğrenciler sosyal medya kullanımı açısından ön plana çıktığı görülmektedir.

Çalışma grubundan elde edilen verilerin tekrar eden görüşlere göre dijital temasın benlik algısına etkiilerine ilişkin frekans dağılımı Tablo 17’de belirtilmiştir.

Tablo 17. Benlik algısına ilişkin bilgiler ve frekans dağılımı

ETKİLER	HİSSEDİLEN	n	f %	N	F %
Sosyal Medya ve Mukayese	Olumlu Mukayese	2	50	4	15,38
	Olumsuz Mukayese	2	50		
Tembellik ve İçer Kapanıklık	Yetersiz Hissetme	2	33,33	6	23,07
	İçer Dönük Olma	3	50		
	Umutsuzluk, Gelecek Kaygısı	1	16,66		
Özgüven Eksikliği ve Değer Kaybı	Yetersiz Hissetme	2	25	7	26,92
	Değersiz Hissetme	3	37,5		
	Özgüvensizlik	3	37,5		
Bağımlılık ve İkna Etme	Sorumluluktan Kaçınma			2	7,69
Hedef Belirleme ve Değişim İsteksizliği				2	7,69
Depresyon ve Anksiyete İşaretleri				3	11,53
İçsel Mücadele ve Dış Etkenler				2	7,69
TOPLAM				26	100

Tablo 17 verilerine göre yoğun dijital temasın kullanıcıları kıyasa sürükleyerek kendisine olan algısında sorgulamaya sürüklediği görülmektedir. Bu mukayese sonucu kullanıcıların kendilerini değersiz hissetmeleri, özgüven kaybı yaşaması, içer kapanıklık ve depresyon yaşama etkileri göze çarpmaktadır.

Sosyal Medya ve Mukayese: Birçok katılımcı, sosyal medya kullanımının, diğer insanların lüks yaşam tarzlarını görmeleriyle kendi başarılarını veya durumlarını değerlendirmelerine neden olduğunu belirtmektedir. Mukayese etme eğilimi, başarısızlık hissi ve yetersizlik duygusu benlik durumlarında olumsuz etkiler olduğu görülmüştür. Mukayese yapılması kişilerin benliğini çoğu zaman olumsuz etkilese de olumlu gelişmelere neden olduğu da görülmektedir. Paylaşılan içerikler bireylerde umutsuzluk ya da eksik hissettirmesi gibi ilham verici içeriklerle de kullanıcılara destek olduğu görülmüştür.

K3: "İnsanların varlıklarını sürekli paylaşımları beni başarısız hissettiriyor. Örneğin lüks arabasını paylaşan birisini gördüğümde bende aynı araca sahip olamamak başarısız hissetmeme sebep olmaktadır. Ya da tatile gidemediğimde tatile giden birini görmek içten içe beni üzüyor ve karamsarlığa yöneltiyor."

K28: "Sosyal medyanın olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum."

K53: "Evet. İzlediğim videolarla beraber ben yaparım güveni hissetmeye başladım. Hissetmeye başladığımdan bu yana dahada kendimi ilerletiyorum."

K66: "Evet, birey ve onun yansıması olan sosyal ortamların tamamını derinlemesine incelemek ve analiz etmek adına gereken koşul ve zamanın sağlanması Covid-19 sürecinde doğal olarak sunulmuştur. Bu

sebeple de ilk günlerinde olmasa bile durumu ve şartları kabul edip kendi içime dönmeye başladıktan sonra daha adil ve gerçekçi bir yaklaşımla mevcut benliğim ile ideal benliğim arasındaki farkları sebepleriyle ortaya koyma arayışına girdim. Bu süreç, zamanla olumlu olarak değişim ve gelişime dönüştü. İnsanlara, onlara biçilen konumlara; hedeflere, gerçekçi olup olmadıklarına; acı ve keder biçilen durumları duygusal bağlamından uzak bir şekilde çözüm gerekenler ya da kabullenilmesi gerekenler olarak sınıflandırılmasına kadar birçok taşın yerini bulması ve dolayısıyla da yaşam serüveninde daha sağlam ilerlenmesi mümkün olmuştur benim için."

Tembellik ve İçe Kapanıklık: Dijitalleşmeyle birlikte, birkaç katılımcı kendilerini daha içe dönük ve tembel hissettiklerini ifade etmiştir. Evde geçirilen zamanın artması, sosyal etkileşimlerin azalması ve ekran başında daha fazla vakit geçirme, kullanıcıların benlik algılarına etkisi olduğu görülmektedir.

K12: "Hissettim. Kendimle az ilgilenir oldum"

K16: "Tembellik hissi oluştu."

K32: "Kısmen. Yetersiz ve üretken olamama"

K40: "Pasif, içe dönüklük, umutsuzluk, yetersizlik"

K60: "Biraz daha içe kapanık oldum"

K69: "Evet, aşırı özgüvensizlik, çekingenlik, umutsuzluk, gelecek kaygısı ve aşırı içe kapanma"

Özgüven Eksikliği ve Değer Kaybı: Bazı katılımcılar, pandemi döneminde dijital temasların etkisiyle özgüven eksikliği ve değer kaybı hissetmeye başladıklarını ifade etmişlerdir. Sosyal medya üzerinden diğerlerini gözlemlemek, bu duyguları tetikleyici bir faktör olduğu görülmektedir. Benlik algısına yönelik kişilerin kendilerini bulma ve tamamlama yönelimlerinde sosyal medyanın etkisi olumsuz değerlendirilmektedir.

K36: "Kendimi değersiz hissetmeye başladım"

K40: "Kendimi değersiz hissetmeye başladım"

K42: "Tabii ki de benlik algılarımda değişiklikler oldu. Başta özgüven eksikliğini tamamlanmasını gösteren etkenler olduğu gibi psikolojik olarak akademik anlamda mükemmeliyetçilik içeren hislerin de değiştiğini hissettim."

K46: "Yetersiz ve her şeyde geride olduğumu bu yüzden işe yaramayacağımı düşündüm"

K61: "Özgüvensizlik ile iletişim kuramama meydana geldi"

K64: "Hayata karşı yetersiz hissettim cesaret kalmadı"

K69: "Evet, aşırı özgüvensizlik, çekingenlik, umutsuzluk, gelecek kaygısı ve aşırı içe kapanma"

Bağımlılık ve İkna Etme: Birkaç katılımcı, bilgisayar ve telefon kullanım sürelerinin artmasıyla birlikte kendilerini daha az kullanma konusunda ikna etme eğiliminde olduklarını ifade etmişlerdir. Bağımlılık boyutuna gelen bu durumda kişilerin dijital nesneye

karşı temas etmeme konusunda kendilerini telkin ettikleri fakat genelde başarısızlıkla sonuçlandığı bilinmektedir.

K15: "Evet kendimi kandırıyorum bir şekilde ikna ediyorum bilgisayar ve telefon ile daha fazla vakit geçiriyorum."

K56: "çok fazla zaman geçirdiğimin farkındaydım uzaklaşmak istedim ama başka yapacak bir şeyim yoktu."

Hedef Belirleme ve Değişim İsteksizliği: Pandemi döneminde, bazı katılımcılar hedef belirleme konusunda isteksizlik yaşadıklarını ifade etmektedirler. Değişim sürecinde zorlananlar, kendi iç dünyalarındaki bu dirençle başa çıkmakta zorlandıklarını dile getirmişlerdir. Hedef belirleme sürecinde sosyal medyada görülen yaşantılara kıyasla belirlenmeye çalışılan hedefler ulaşılması zor olacağı için insanları umutsuzluğa sürükleyip, benlik algılarını olumsuz etkileyecektir.

K66: "Evet, birey ve onun yansıması olan sosyal ortamların tamamını derinlemesine incelemek ve analiz etmek adına gereken koşul ve zamanın sağlanması Covid-19 sürecinde doğal olarak sunulmuştur. Bu sebeple de ilk günlerinde olmasa bile durumu ve şartları kabul edip kendi içime dönmeye başladıktan sonra daha adil ve gerçekçi bir yaklaşımla mevcut benliğim ile ideal benliğim arasındaki farkları sebepleriyle ortaya koyma arayışına girdim. Bu süreç, zamanla olumlu olarak değişim ve gelişime dönüştü. İnsanlara, onlara biçilen konumlara; hedeflere, gerçekçi olup olmadıklarına; acı ve keder biçilen durumları duygusal bağlamından uzak bir şekilde çözüm gerekenler ya da kabullenilmesi gerekenler olarak sınıflandırılmasına kadar birçok taşın yerini bulması ve dolayısıyla da yaşam serüveninde daha sağlam ilerlenmesi mümkün olmuştur benim için."

K74: "Pandemiden önceki bilişsel, duygusal ve davranışsal rutinlerin değişmesi ile yer yer umutsuzluk oluşmuş, odaklanmanın ve hareket kabiliyetinin azalması ile yetersizlik duygularında yükselmeler olmuştur."

Depresyon ve Anksiyete İşaretleri: Bazı katılımcılar, dijitalleşme sürecinin özellikle depresyon ve anksiyete işaretlerini artırdığını ifade etmişlerdir. Kendi başlarına kalma, sürekli dijital içerik tüketme ve mukayese etme, bu olumsuz hislere neden olduğu görünmektedir.

K31: "Yetersiz hissetme sürekli depresif hissetme"

K40: "Pasif, içe dönüklük, umutsuzluk, yetersizlik"

K45: "Anlamama yorgunluk"

İçsel Mücadele ve Dış Etkenler: İçsel mücadelelerin yanı sıra, pandemi sürecinde dış etkenlerin de bu değişimlere etki ettiğini ifade eden katılımcılar bulunmaktadır. Sosyal izolasyon, ekran başında geçirilen süre, sosyal medya etkileşimleri gibi faktörler, bu içsel değişimlere katkıda bulunduğu ifade edilmiştir.

K3: "İnsanların varlıklarını sürekli paylaşmaları beni başarısız hissettiriyor. Örneğin lüks arabasını paylaşan birisini gördüğümde bende aynı araca sahip olamamak başarısız hissetmeme sebep olmaktadır. Ya da tatile gidemediğimde tatile giden birini görmek içten içe beni üzüyor ve karamsarlığa yöneltiyor."

K36: "Kendimi değersiz hissetmeye başladım"

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Sonuç

Bu araştırma, dijital temas alışkanlıklarının bireylerin benlik algıları üzerindeki etkilerini yaş ve eğitim düzeylerine göre detaylandırarak incelenmiştir. Bulgular, dijital platformlarla yoğun etkileşimin, bireylerin benlik algılarında belirgin değişimlere neden olduğunu göstermektedir. Araştırmanın alt problemlere dayalı sonuçları şu şekilde özetlenebilir:

Bulgular, yaş ve eğitim düzeyine göre dijital temas oranlarında anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. Genç yaş grupları, özellikle lise ve üniversite öğrencileri, sosyal medya ve çevrimiçi içerik platformlarını daha yoğun kullanmakta; buna bağlı olarak bu grupların benlik algılarında olumsuz etkilerin daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Buna karşın, yetişkin ve daha yüksek eğitim seviyesine sahip bireylerin dijital temas sürelerinin daha dengeli olduğu ve benlik algıları üzerindeki etkilerin daha sınırlı olduğu belirlenmiştir.

Cinsiyet farklılıkları açısından incelendiğinde, kadın katılımcıların sosyal medya platformlarında daha fazla vakit geçirdiği ve bu platformlarla ilişkili benlik algısı etkilerini daha yoğun yaşadığı görülmektedir. Bu sonuç, kadınların dijital platformlarda daha fazla karşılaştırmaya maruz kalmaları nedeniyle özgüven eksikliği ve değersizlik hislerini daha sık deneyimlediklerini göstermektedir. Erkek katılımcılar ise dijital oyunlarda daha fazla vakit geçirerek farklı türde dijital etkileşimlere yönelmiştir; bu durum, onların benlik algılarını sosyal ilişkilerden ziyade bireysel performans algısı üzerinden etkileyebilmektedir.

Dijital platformlarla uzun süre temas halinde olmanın, bireylerin sosyal ilişkilerinde yüz yüze etkileşimlere olan ihtiyacı azaltarak sosyal izolasyona yol açtığı; bunun ise benlik algısını olumsuz etkileyen bir faktör olduğu belirlenmiştir. Özellikle sosyal medyada yoğun zaman geçiren bireylerin, diğer kullanıcılarla yaptıkları karşılaştırmalar sonucunda benlik algılarında özgüven kaybı ve kendini değersiz hissetme gibi olumsuz değişimler yaşadıkları görülmüştür. Bu etkileşimlerin, bireylerin dijital ortamlarda sunulan idealize edilmiş yaşam

tarzlarına uyum sağlama kaygısı taşımasına ve kendilik algılarında yetersizlik hissetmesine neden olduğu tespit edilmiştir.

Dijital temas alışkanlıklarının, bireylerin benlik algısının yanı sıra genel psikolojik iyi oluşları üzerinde de güçlü etkileri olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal medya ve dijital içerik tüketimi, bireylerin hem kendileri hem de çevreleri hakkında duygu ve düşüncelerinde farklılaşmalara yol açarak öznel iyi oluşlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Dijital temasın artışı ile beraber sosyal izolasyon, içe kapanıklık, özgüven eksikliği ve umutsuzluk gibi duygusal belirtilerin güçlenmesi, dijital platformların bilinçli kullanılmasının gerekliliğini vurgulamaktadır.

Bu bulgular ışığında, dijital temas alışkanlıklarının bireylerin benlik algıları üzerindeki etkilerinin daha derinlemesine anlaşılması ve dijital medya kullanımının daha sağlıklı bir şekilde yönetilmesi için gerekli stratejilerin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Dijital mecraların kontrollü kullanımını teşvik eden yaklaşımlar, bireylerin benlik algılarını koruyarak sosyal ilişkilerinde daha sağlıklı bir denge kurmalarına olanak sağlayabilir.

Tartışma

Araştırmada, dijitalleşmenin insan kimliği ve benlik algısı üzerine etkisi olduğu kanıtlanmıştır. Literatürde benzer şekilde yapılan çalışmaların sentezlenmesi ile dijital teknolojilerin bireylerin kimliklerini oluşturmada etkilerinin mevcut olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Atalay'ın (2019) çalışmaları, teknolojinin bireylerin kendilerini ifade etmeleri, sosyal etkileşime girmeleri ve kimliklerini keşfetmeleri için yollar sağlayarak, bireylerin kendilerini nasıl algıladıklarını ve dünyayla nasıl etkileşime girdiklerini ifade etmektedirler. Bu sonuçlar araştırmada elde ettiğimiz dijitalleşmenin benlik algısı üzerinde etkisi olduğunu destekler niteliktedir.

Teknolojinin getirdiği değişimler hayatın her alanında yoğun bir şekilde hissedilmektedir (Gedik & Şahan, 2024). Teknoloji ve benlik arasında bir ilişki bulunmaktadır. Özellikle mobil cihazlara aşırı bağımlılık, kişinin özgüvenini ve dijital yeterlilik algılarını etkileyebilir (Romero-Tena vd., 2024). Pandeminin öğrencilerin dijital becerilere dair algılarını ve çevrimiçi öğrenme ortamındaki benlik yeterliliklerini bozmaktadır (Romero-Tena vd., 2024). Yee ve Bailenson (2009), sanal avaturların psikolojik etkilerini ve dijital benlik temsilinin davranışı nasıl etkilediğini araştırmaktadır. Bulguları, somutlaştırılmış sanal kimliklerin, somutlaştırılmamış temsillere kıyasla benlik algısı ve

davranış üzerinde daha derin bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuçlar ile 'sosyal medyada yoğun zaman geçiren bireylerin, diğer kullanıcılarla yaptıkları karşılaştırmalar sonucunda benlik algılarında özgüven kaybı ve kendini değersiz hissetme gibi olumsuz değişimler yaşadıkları görülmüştür' sonucu örtüşmektedir.

Teknolojinin insan kimliği ve benlik algısı üzerinde derin bir etkiye sahip olduğu kolektif olarak görülmektedir. Teknoloji, dünyayla nasıl etkileşime girdiğimiz, kendimizi başkalarına nasıl sunduğumuz ve kendi kimliklerimizi nasıl anladığımızın şekillenmesinde entegre bir hale gelmiştir. Dijital teknolojiler, bireylere benzeri görülmemiş kendini ifade etme, bağlantı kurma ve kimlik keşfi fırsatları sunmaktadır. Bu bağlamda, dijital bağımlılık ve keşif sürecinde kullanıcıların benlik algılarının etkilenmiş olduğu bu çalışmada kanıtlanmıştır. Benzer bir şekilde Akça ve Özel (2023) çalışmaları sonucunda, dijital zeka ve akıl oyunlarının algılanan stres düzeylerinde olumsuz etkiler olduğunu belirtmişlerdir. Buna karşın dijital araçların ve web sitelerinin eğitime entegre edilmesiyle öğretimde motivasyonun arttığını belirten Sercanoğlu, vd., (2021) çalışmalarında bir uygulamanın olumlu etkilerinden bahsetmektedir.

Sosyal medya platformları, sanal ortamlar ve çevrimiçi araçlar, bireylerin kimliklerini çeşitli şekillerde kuratörlüğünü yapmalarına ve sunmalarına olanak tanıyarak benlik sunumunun sınırlarını genişletir. Ancak, teknolojinin yaygınlığı, benlik algısı ve kimlik oluşumu üzerindeki potansiyel olumsuz etkileriyle ilgili endişeleri de beraberinde getirmektedir. Teknolojiye aşırı bağımlılık, gerçek ve sanal benlikler arasında bir kopukluğa yol açarak özgüveni ve refahı etkileyebilir. Ek olarak, sosyal medya influencerlarının etkisi ve kuratörlüğe alınmış çevrimiçi kişiliklere vurgu, gerçekçi olmayan beklentilere ve sosyal karşılaştırmaya katkıda bulunabilir.

Tartışılan bulguların bireyler, eğitimciler ve politikacılar için önemli sonuçları vardır: Bireyler, teknolojinin benlik algısı ve kimlik oluşumu üzerindeki etkisinin farkında olmalıdır. Çevrimiçi ve çevrimdışı katılım arasında bir denge kurmak, çevrimiçi içerik hakkında eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek ve otantik kendini ifade etmeye teşvik edilmesi gerekmektedir.

Öneriler

İnternet erişimi ve internet kullanım sıklığı, öz-yeterliği ve çevrimiçi bilgi kullanım davranışlarını açıklayan ve benliği etkileyen önemli etmenlerdendir. Bu bağlamda, elde edilen bulgular ve sonuçlara göre öneriler:

- ❖ İnternet erişimi ve kullanım sıklığı daima kontrollü ve bilinçli bir şekilde sağlanmalıdır. Sanal ortamın eğlence ve boş vakit geçirme aracı olarak değil amaç doğrultusunda kullanılıp kalan vakitleri üretkenliğe, sosyal ilişkilere, bireysel gelişime ve hobilere harcanması konusunda yönlendirmeler yapılmalıdır.
- ❖ Özellikle genç yaş gruplarında sosyal medya kullanım bilincini artırmak amacıyla eğitim programları düzenlenmelidir. Okullarda ve üniversitelerde medya okuryazarlığı eğitimleri vererek gençlerin dijital platformlarda karşılaştırma, idealize edilmiş yaşamlar gibi içeriklerin etkilerini daha iyi anlamaları sağlanabilir.
- ❖ Dijital temasın özgüven kaybı, sosyal izolasyon ve değersizlik gibi olumsuz etkilerini azaltmak için, gençler ve dijital platformlarla yoğun temasta bulunan bireyler için psikolojik destek programları sunulabilir. Özellikle okullarda ve üniversitelerde psikolojik danışmanlık birimleri, sosyal medya kullanımıyla ilgili bilinçlendirme çalışmaları yaparak benlik algısının korunmasına destek olabilir.
- ❖ Sosyal medya platformlarının bireyler üzerindeki psikolojik etkilerini azaltmaya yönelik algoritma ve içerik düzenlemeleri yapılmalıdır. Özellikle genç kullanıcıların aşırı etkileşimini sınırlandırmak amacıyla sosyal medya platformlarının kullanım sürelerini takip eden ve kullanıcıyı bilgilendiren özellikler yaygınlaştırılabilir.
- ❖ Dijital temasın genç bireyler üzerindeki etkilerini azaltmak için ailelerin çocuklarıyla olan iletişimini güçlendirmesi önemlidir. Ailelerin, çocuklarının dijital platformlarla olan ilişkilerini daha bilinçli ve denetimli bir şekilde yönetmelerine yardımcı olmaları, gençlerin dijital medya kaynaklı benlik algısı etkilerinden korunmalarını destekleyebilir.
- ❖ Dijital medya kullanımının sosyal karşılaştırma, sosyal izolasyon ve özsaygı üzerindeki etkileri hakkında toplum genelinde farkındalık yaratılmalıdır. Kamu ve sivil toplum kuruluşları, dijital temas alışkanlıklarının bireyler üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulayan bilinçlendirme kampanyaları yürüterek daha sağlıklı dijital alışkanlıkların benimsenmesine katkıda bulunabilir.

Bu öneriler, dijital temasın bireylerin benlik algıları üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için etkili stratejiler geliştirilmesine zemin hazırlamaktadır. Dijital platformların sağlıklı ve dengeli bir şekilde kullanılması, bireylerin kendilik algısını korumak ve toplumsal ilişkileri güçlendirmek için önemlidir.

Bilgilendirme

Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında hazırladığı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Etik Kurul Belgesi

Etik Kurul Komisyon Adı: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu

Etik Kurul Belge Tarihi ve Sayı No: 30.03.2025-280662

Yazar Katkı Beyanı

Tolga KARADAŞ: *Alanyazın taraması, kavramsallaştırma, metodoloji, veri toplama formunun hazırlanması ve geliştirilmesi, verilerin toplanması, işlenmesi, analizi, yorumlanması, denetim, inceleme-yazma ve düzenleme.*

Tuncay DİLCİ: *Alanyazın taraması, kavramsallaştırma, metodoloji, veri toplama formunun hazırlanması ve geliştirilmesi, verilerin toplanması, işlenmesi, analizi, yorumlanması, denetim, inceleme-yazma ve düzenleme.*

Kaynaklar

- Abang Yusof, D. A. (2021). Reading habits among students in the digital era: Changes of trends and behaviours. *Journal of Academic Library Management (AcLiM)*, 1(1), 43–54. <https://doi.org/10.24191/aclim.v1i1.5>.
- Ağlar, C., Arslan, A., & Şahbaz, A. F. (2024). Analysis of Turkish curriculum at the middle school level prepared during the republican era. *Journal of Computer and Education Research*, 12(23), 2-30. <https://doi.org/10.18009/jcer.1309488>.
- Akça, C. & Özel, Y. (2023). The effect of mind and intelligence games on university students' perceived stress and psychological well-being level. *Journal of Computer and Education Research*, 11(22), 447-458. <https://doi.org/10.18009/jcer.1252277>.
- Akçay Bekiroğlu, H., & Hülür, A. B. (2016). Üniversite öğrencilerinin facebook kullanımı ve dijital şizofreni üzerine bir araştırma. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(14), 146-175.
- Aksel, N., & Sarı, E. (2020). Ortaokul öğrencilerinin dijital oyun bağımlılığı, öz denetimi ve sosyal eğilimleri. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 436-444.
- Altuntaş, F. (2020). *Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, benlik algısı ve ruhsal belirti düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi.* (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi).

- Arat, T., & Kazan, İ. (2019). Geleneksel reklamcılıktan dijital reklamcılığa geçiş. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(18), 448-464.
- Arslan, A. (2020). Üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *International e-Journal of Educational Studies (IEJES)*, 4 (7), 27-41. <https://doi.org/10.31458/iejes.600483>
- Asıl, S. (2017). Tüketimde benlik algısı: Sosyal medya hesaplarında tüketici olmak. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 1-22. <https://doi.org/10.31454/usb.381447>
- Atalay, D. (2019). *Sosyal medyanın mahremiyet ve benlik inşasına etkisi üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Avcı, P., Satılmış, N., Kılınçarslan, G., & Bayraktar, I., (2023). Dijital oyun oynama süresinin günlük yaşam alışkanlıkları üzerine etkisi (karma yöntem araştırması). *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 12(3), 1358-1366.
- Baybek, H., & Yavuz, S. (2005). Muğla üniversitesi öğrencilerinin benlik saygılarının incelenmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (14), 73-95.
- Cihan, B. B., & Araç-İlgar, E. (2019). Dijital spor oyunlarının sporcular üzerindeki etkilerinin incelenmesi fenomenolojik bir çözümleme. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(1), 171-189. <https://doi.org/10.31680/gaunjss.510351>
- Coşkun, Y., & Altay, C. (2013). Lise öğrencilerinde yabancılaşma ve benlik algısı ilişkisi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 29(29), 41-56.
- Dilci, T. (2019) A study on validity and reliability of digital addiction scale for 19 years or older. *Universal Journal of Educational Research* 7(1), 32-39. <https://doi.org/10.13189/ujer.2019.070105>.
- Gedik, Ç., & Şahan, G. (2024). Evaluation of parents' and teachers' views on digital parenting skills. *International e-Journal of Educational Studies*, 8 (16), 87-106. <https://doi.org/10.31458/iejes.1417362>
- Karasar, N. (2009) *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Nobel Yayınları.
- Kaya, D., Kutluca, T., & Dağhan, G. (2024). Investigation of the relationships between e-learning styles, educational technology self-efficacy perceptions and problem-solving skills of pre-service elementary mathematics teachers'. *International e-Journal of Educational Studies*, 8 (17), 157-174. <https://doi.org/10.31458/iejes.1355282>
- Kazaz, N., Dilci, T., & Karadaş, T. (2022). Effects of digital media on education (Meta-thematic analysis). *International Journal of Emerging Technologies in Learning (ijET)*, 17(16), 222-242.
- Kolçak, S., & Çakır, E. (2022). Ortaokul öğrencilerinin dijital oyun oynama motivasyonunun fiziksel aktiviteye katılım motivasyonu üzerine etkisi. *Research in Sport Education and Sciences*, 24(4), 113-118. <https://doi.org/10.5152/JPESS.2022.221635>.
- Mackare, K., & Jansone, A. (2018). Habits of using internet and digital devices in education, society, integration, education. *Proceedings of the International Scientific Conference*, 5, 348-356. <https://doi.org/10.17770/sie2018vol1.3248>.
- McNeal, T., & Van't Hooft, M. (2006). Anywhere, anytime: Using mobile phones for learning. *Journal of Research on Educational Technology*, 2(2), 24-31.
- Orfanidou, A., & Panagiotou, N. (2023). Digital natives: Media literacy, news consumption and habits. *Imgelem*, 7(13), 669-692. <https://doi.org/10.53791/imgelem.1380233>

- Romero-Tena, R., Llorente-Cejudo, C., Puig-Gutiérrez, M., & Barragán-Sánchez, R. (2021). The pandemic and changes in the self-perception of teacher digital competences of infant grade students: A cross-sectional study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9), 4756. <https://doi.org/10.3390/ijerph18094756>
- Selg, H. (2006). Popular culture as a driver of internet use. Exploiting the knowledge economy, 1789–1796. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kth:diva-121210>.
- Sercanoğlu, M., Bolat, Y. İ., & Göksu, İ. (2021). Kahoot! as a gamification tool in vocational education: More positive attitude, motivation and less anxiety in EFL. *Journal of Computer and Education Research*, 9(18), 682-701. <https://doi.org/10.18009/jcer.9224882>
- Sönmezer, Z., & Ilgaz-Büyükbaykal, A. C. (2024). Dijital medya ve teknolojinin kolektif kullanımı. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 14(3), 753-762. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1464676>
- Statista. (2023). Average daily time spent using the internet worldwide from 2011 to 2023. Statista. Erişim adresi: <https://www.statista.com>
- Tümen-Akyıldız, S. (2024). Enhancing or hindering? AI's role in sparking creativity in language teaching: Insights from private high school EFL teachers. *International e-Journal of Educational Studies*, 8(18), 234-254. <https://doi.org/10.31458/iejes.1502509>
- Uğurlu, N., & Akın, H. (2008). Muğla sağlık yüksekokulu öğrencilerinin beden benlik algisi ve psikolojik sıkıntı belirtileri ile ilişkisi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(4), 38-47.
- Yaprak, Y. (2017). *Geç ergenlik dönemindeki bireylerde olumsuz benlik algısının sanal zorbalığa etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul
- Yee, N. & Bailenson, J. B. (2009) The difference between being and seeing: The relative contribution of self-perception and priming to behavioral changes via digital self-representation, *Media Psychology*, 12(2), 195-209,
- Zincir, S., Sapmaz, F., Hamutoğlu, N. B., & Topal, M. (2023). The relationship between digital game addiction, cyberloafing, and psychological well-being in primary school students. *Anatolian Current Medical Journal / ACMJ / acmj*, 5(4), 511-517.
- We Are Social & Hootsuite. (2024). Digital 2024: Global overview report. We Are Social & Hootsuite. Erişim adresi: <https://wearesocial.com/digital-2024>.

Copyright © JCER

JCER's Publication Ethics and Publication Malpractice Statement are based, in large part, on the guidelines and standards developed by the Committee on Publication Ethics (COPE). This article is available under Creative Commons CC-BY 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)