

## YETİŞKİNLERDE İNTERNET KULLANIMINDA VE BU SÜREÇTE OLUŞAN EĞİLİMLERİN İNCELENMESİ

Sıla GÜLCAN

Giresun Üniversitesi, Türkiye  
sila.gulcan@giresun.edu.tr  
<https://orcid.org/0000-0002-3413-1434>

Mustafa Serkan ABDÜSSELAM

Giresun Üniversitesi, Türkiye  
mustafa.serkan@giresun.edu.tr  
<https://orcid.org/0000-0002-3253-7932>

|            |  |
|------------|--|
| <i>Atf</i> | Gülcan, S. ve Abdüsselam, M. S. (2021) Yetişkinlerde İnternet Kullanımında ve Bu Süreçte Oluşan Eğilimlerin İncelenmesi, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5 (2), 186-193 |
|------------|--|

### ÖZ

İnsanlığın varoluşundan itibaren çeşitli şekillerde iletişim gerçekleşmektedir. Gelişen teknoloji ile bu iletişim araçları da değişiklik göstermektedir. Teknolojinin gelişimine paralel olarak internet kullanımında artış görülmektedir. Günümüzde cebimizden evimize kadar birçok alanda kullanılan internet, insanları içine alan bir sosyal ağ olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri insanlara düşüncelerini ve eserlerini paylaşacak bir platform olarak medyayı sunmaktadır. Bu çalışmanın amacı yetişkinlerin internet kullarımlarını incelemek ve bu kullarımlar sırasında onlarda oluşan eğilimleri belirlemektir. Çalışma, sanal ortamda gönüllü 409 internet kullanıcısı ile araştırmacılar tarafından geliştirilen 11 sorudan oluşan bir anket ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada tarama yönteminden yararlanılmıştır. Yapılan araştırmaya göre internet kullanımının demografik özellikler ve mekânsal olarak farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, internete en çok evde erişildiği tespit edilmiştir. Bu süreçte internet kullanımının, günün 24 saatinde ya da günün son 6 saatlik diliminde sürekli ulaşılabilir şekilde olduğu tespit edilmiştir. İnternette bu dolaşımın temel amacının sosyal medyaya ulaşmak olduğu tespit edilmiştir. Teknoloji kullanımının artması ile paralel olarak artış gösteren bazı değişiklikler kullanıcı yaşamını olumlu ve olumsuz etkilemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *İnternet, İnternet Kullanımı, Eğilimler, Yetişkin.*

## EXAMINING ADULTS' USE OF THE INTERNET AND ITS RESULTING TENDENCIES

### ABSTRACT

Communication has been carried out in various ways since the existence of humanity. With the developing technology, these communication tools have diversified. In parallel with the development of technology, there is an increase in the use of the internet. Today, the internet, which is used in many areas from our pocket to our home, comes across as a social network that involves people. New communication technologies offer media as a platform for people to share their thoughts and works. It is known that the best consumers in the effective use of social networks are people from all age groups, especially young

people. The aim of this study is to examine adults' internet usage and to determine the tendencies that occur in them during these uses. The study was carried out with a questionnaire application consisting of 11 questions, which developed by the researchers, with 409 participants. Scanning method was used in the study. According to the research, it was determined that demographic and spatial characteristics differ in internet usage. According to the results obtained in the study, it was found that the internet is mostly accessed from home. In this process, it was determined that internet usage was continuously available 24 hours a day or in the last 6 hours of the day. It has been found that the main purpose of this movement on the internet is to reach social media. Some changes that increase in parallel with the increase in the use of technology affect the lives of users positively and negatively.

**Keywords:** *Internet, Usage of Internet, Tendencies, Adults.*

## GİRİŞ

Dünyada internet kullanımı 4,5 milyara ulaşmıştır. Kullanıcıların 3,8 milyarı ise sosyal medya kullanmaktadır (URL-1). Mart 2019 verilerine göre Çin, 829 milyon internet kullanıcısı ile zirvede yer alırken, 560 milyon kullanıcı sayısı ile Hindistan ve 292 milyon kullanıcısı sayısı ile ABD, listede Çin'i takip ediyor. Türkiye ise verilere göre 69 milyon kullanıcı ile 12. sırada yer almaktadır (URL-2). Teknolojilerin gelişmesi, bilgisayar ve internet kullanımının artmasıyla yeni iletişim dönemine girilmiş, gelişen teknolojinin kullanıcılar tarafından içselleştirildiği görülmektedir (Güneş, 2016: 192). Sosyal medya içeriklerinin kullanıcının davranışlarına etkisi olduğu bilinmektedir (İşlek, 2012: 3). Bu gelişim kullanıcıların sahip olduğu donanımlar üzerinde değişiklik gösterebilir. Bu araçlardan en önemlisi ise sosyal medyadır. Kullanıcılar geçmişte sosyalleşmek için farklı birçok fiziki ortam kullanırken günümüzde sosyal medya gibi sanal ortamlar kullanmaktadırlar. Sosyal medya; kullanıcıların kendilerini ifade ettikleri ve diğer kullanıcılar ile bağlantıda kaldıkları yeni bir sanal medyadır. Kullanıcılar artık akıllı telefon, tablet, bilgisayar gibi donanımlar aracılığıyla kolayca internete erişebilmek ve günlük işlerini tek bir donanım aracı ile gerçekleştirebilmektedir. Kullanıcılar sanal medyaların özelliklerden faydalanarak paylaşım yapmakta, diğer kullanıcılar ile bağlantıda kalmaktadır (İşlek, 2012:1).

İnsanların hayatını olumlu ve olumsuz yönde etkileyebilecek olan internet çağında yaşamaktayız. Türkiye genç nüfusa sahip olduğu için bu durum daha da önemli hale gelmektedir (Balıcı&Gülpinar, 2009:6). Çünkü Türkiye, gençlerde internet kullanımında ilk sırada yer almaktadır. Buradan yola çıkılarak internetin etkileri gençlere daha fazla olmaktadır (Cengizhan, 2005: 84).

İnternet ve sosyal medya kullanımının artmasında kullanıcı isteği ve sosyal ortam gibi iki büyük etken bulunmaktadır (Veysel & Aydın, 2014: 204). Teknolojinin sosyal ilişkilere etkisi kullanıcıların tercihleri ile ilişkili olabilir. Kullanıcıların interneti kullandığı süre boyunca davranışlarına etki eden bu durumda farklı eğilimler görülmektedir (Karaçar, 2018: 617). Bu eğilimler; davranışları düşünsel (Think), duygusal (Feel) ve eylemsel (Act) olmak üzere üç farklı başlık altında incelenecektir (Schmitt, 1999). Düşünsel eğilimler, düşünceler üzerine dayalı olumlu ve olumsuz tüm eğilimlerdir. Duygusal eğilimler de kullanıcıyı duygusal olarak etkilemektedir. Eylemsel eğilimler ise kullanıcıyı fiziki olarak etkileyen eğilimlerdir.

Alanyazında internet kullanımı üzerinde pek çok çalışmanın gerçekleştirildiğini bilinmektedir. İnternet günümüzde kaçınılmaz bir araç olup farklı sebeplerle kullanım sağlanmaktadır. Kullanım tercihleri; yaş, cinsiyet, sosyalleşme gibi birçok sebepten dolayı farklılaşmaktadır (Meyen vd, 2010: 880). İnternet kullanıcılarının internet kullanımında nelerin etkili olduğu sonucunda en fazla yüzde ile sosyal etkileşim, bilgi arama, zaman geçirme, eğlence ve rahatlama olarak sıralanmaktadır (Whiting & Williams; 2013). İnternet kullanımının ve sosyal medya kullanımının artması beraberinde bu faaliyetin rutin hale geldiği bilinmektedir (Durak & Seferoğlu, 2016: 526). Fakat internetin gelişmesi ve kullanımının artması bireyi yalnızlaştırmaktadır (Işık, 2007: 381). Bunun yanı sıra günlük hayattaki sosyal ilişkilerde yüz yüze iletişimi de etkilediği görülmektedir. İnternetin gelişmesi ile var olan sosyal ağlar beraberinde özgü dil geliştirilmektedir (Yaman & Erdoğan, 2007: 240). İnternet kullanıcılarının iletişim kurarken kullanmış oldukları dil ve jargonların dil tekniklerinde bozulmaları beraberinde getirdiği görülmektedir (Yaman & Erdoğan, 2007: 239). İnternet kullanımının davranışsal olarak kullanıcıyı etkilediği görülmektedir (Odacı & Çıkrıkçı, 2017: 48). Bu bağlamda stres, kaygı ve depresyon duygularında artışın fazla olmasının internet kullanımını da arttırdığı gözlenmektedir (Odacı & Çıkrıkçı, 2017: 43). İnternet kullanımının

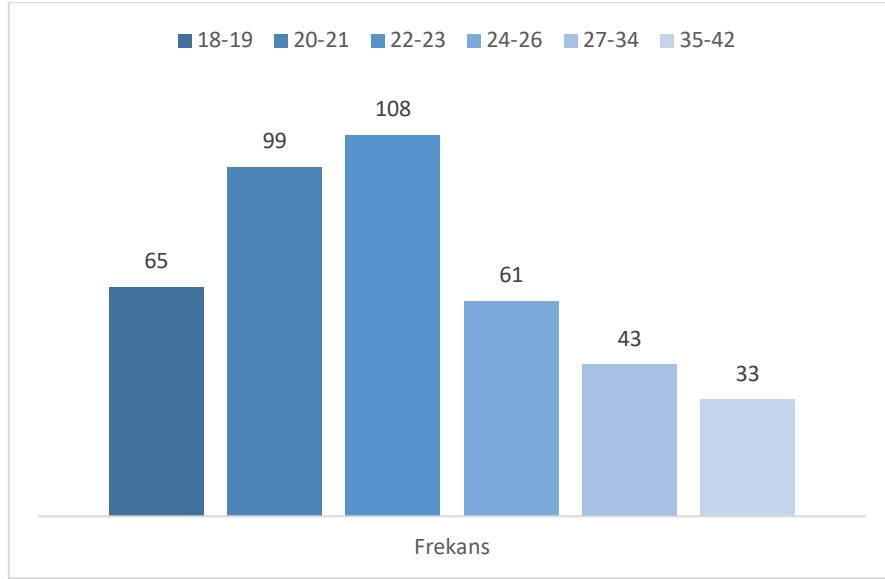
bağımlılığı beraberinde kullanıcılarının uyku kalitesinde sorunları getirmektedir (Polater, 2019:5). Kullanıcıyı internete itici gücün psikolojik olarak etkili olduğu görülmektedir (Cengizhan, 2005: 84). Çalışma ile gelişen teknolojinin kaçınılmaz zorunlu internet kullanımını geçmiş ile gelecek arasındaki durumun ne olduğunu ortaya koyarak gelecek neslin nitelikli internet kullanımının artırılmasına katkı sağlayacaktır. Özellikle bu alanda sınırlı çalışmaların olmasının ve araştırma kapsamında elde edilen sonuçların alana yeni katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma günümüz yetişkinlerin eğilimlerini tespit ettiğinden gelecek geleceğin yetişkinlerinin yetiştirilmesinde ve gerekli önlemlerin alınmasında önem teşkil etmektedir. Bu kapsamda çalışmanın genel amacı, yetişkinlerin interneti kullanma eğilimlerini ve kullanım tercihlerini incelemektir. Araştırmada bu amaç çerçevesinde aşağıdaki sorulara cevaplar aranmıştır:

1. Yetişkinlerin internet kullanım mekanları farklılaşmakta mıdır?
2. Yetişkinlerin internet kullanım saat aralıkları farklılaşmakta mıdır?
3. Yetişkinlerin internet kullanımındaki donanım tercihleri farklılaşmakta mıdır?
4. Yetişkinlerin internet kullanım amaçları farklılaşmakta mıdır?
5. Yetişkinlerin internette harcadıkları süreler farklılaşmakta mıdır?
6. Yetişkinlerin internet kullanımları neticesinde oluşan eğilimler nelerdir?

## YÖNTEM

Çalışmada, bilimsel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama (survey) yöntemi kullanılmıştır. Araştırmalarda betimsel tarama yöntemi belirlenen bir grubun belirli bir konu hakkında görüşlerinin öğrenilmesi amacıyla kullanılmaktadır (McMillan & Schumacher, 2006). Anket soruları, çalışma araştırma sorularına göre hazırlanmış olup uzman görüşü de alınmıştır. Araştırmacılar tarafından geliştirilen anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kullanıcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla yapılandırılmış ifadelerle yer verilmiştir. Bu bölümden elde edilen verilerin yüzde ve frekans değerleri hesaplanmıştır. Kullanıcıların internet kullanım tercihlerini inceleyen yapılandırılmış maddelerden oluşan ikinci ve üçüncü bölüm ise kullanıcıların eğilimlerini inceleyen yarı yapılandırılmış maddelerden oluşmaktadır. Kullanıcılara; interneti, özellikle sosyal medya kullanımlarında değişen ya da yeni oluşan davranışların kazanılmasında etkin olup olmadığı sorulmuştur. Elde edilen veriler, tümevarım analiz tekniğiyle analiz edilmiştir. Nitel verilerin analizi kapsamında elde edilen kodlar, temalara göre gruplandırılmıştır.

Anket 2019 yılında 18-42 yaş aralığında gönüllü 440 kişilik bir çalışma grubuna uygulanmıştır. Araştırmacılar tarafından geliştirilen anket ,11 sorudan oluşmaktadır. Anket internet üzerinde gerçekleştirilmiş olup tamamen gönüllülük esasına dayalı katılımcılar tarafından cevaplanmıştır.. Bu süreçte internet üzerinden elde edilen yanıtlar incelenmiş ve 31 katılımcının yanıtları geçersiz sayılmıştır. Çalışmada 247'si kadın (%60) ve 162'si erkek (%40), bunların 337'si bekâr (%82) ve 72'si evli (%18) demografik olarak dağılmıştır. Katılımcıların yaş dağılımı Grafik 1'de görselleştirilmiştir.



**Grafik 1.** Katılımcıların Yaş Dağılım Grafiği

## BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların internet kullanım amaçları, nerede kullandıkları, hangi donanımı tercih ettikleri, bu kullanımın saat aralıkları ve süreleri, katılımcıların interneti özellikle sosyal medyayı kullanımları neticesinde hangi eğilimleri meydana getirdiği ya da değiştirdiği incelenmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcıların İnternet Kullanım Mekânları.

|                 | Ev   | Okul | İş Yeri | Diğer |
|-----------------|------|------|---------|-------|
| <b>Frekans</b>  | 267  | 33   | 24      | 85    |
| <b>Yüzdeler</b> | 65,1 | 8    | 5,9     | 20,7  |

Tablo 1 de katılımcıların internet kullanım mekânlarına ile ilgili bulgular verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların internet kullanım mekânları çeşitlilik göstermiştir. Katılımcıların 267'si (%65,1) evde, 85'i (%20,7) diğer alanlarda, 24'ü (%5,9) işyerinde, 33'ü (%8) okulda interneti kullandıkları tespit edilmiştir.

**Tablo 2.** Katılımcıların İnternet Kullanım Saat Aralıkları

|                 | 24 sa | 06:00-12: | 06:00-18: | 06:00-23: | 12:00-18 | 12:00-23 | 18:00-23 |
|-----------------|-------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|
| <b>Frekans</b>  | 197   | 3         | 28        | 6         | 14       | 12       | 129      |
| <b>Yüzdeler</b> | 48    | ,7        | 6,8       | 1,5       | 3,4      | 2,9      | 31,5     |

Tablo 2'de katılımcıların internet kullanımının saat aralıklarına yer verilmiştir. Katılımcıların internet kullanım saat aralıkları incelendiğinde katılımcıların 197 (%48) ile en çok interneti 24 saatler olarak aralıksızca kullandıkları, 129 (%31,5) katılımcı 18.00-23.00 saatler arası kullandıkları, geriye kalan 63 (%15,3) katılımcı günün farklı saatlerinde kullandıkları tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Katılımcıların İnternet Kullanımındaki Donanım Tercihleri.

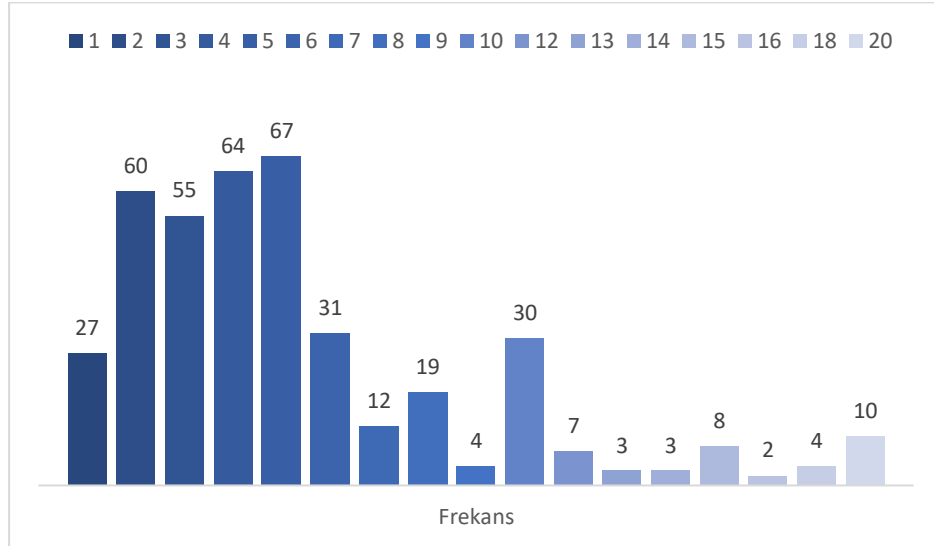
|                 | Telefon | Bilgisayar | Tablet | Diğer |
|-----------------|---------|------------|--------|-------|
| <b>Frekans</b>  | 382     | 21         | 4      | 2     |
| <b>Yüzdeler</b> | 93,2    | 5,1        | 1      | ,5    |

Tablo 3’te katılımcıların internet kullanımındaki donanım tercihlerine yer verilmiştir. Katılımcıların internet kullanımındaki donanım tercihleri sırasıyla 382’si (%93,2) telefon, 21’i (%5,1) Bilgisayar, 4’ü (%1) Tablet, 2’si (% ,5) diğer donanımlar olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** İnternet Kullanım Amacı

|                 | Tek Amaç  |         |                 |            |      |              | Birçok Amaç |
|-----------------|-----------|---------|-----------------|------------|------|--------------|-------------|
|                 | Araştırma | Eğlence | Haberler Erişim | Haberleşme | Oyun | Sosyal Medya |             |
| <b>Frekans</b>  | 99        | 63      | 13              | 34         | 14   | 120          | 56          |
| <b>Yüzdeler</b> | 24,1      | 15,4    | 3,2             | 8,3        | 3,4  | 29,3         | 13,7        |

Tablo 4’te katılımcının interneti kullanım amacı verilmiştir. İnternet kullanım amaçları tek ve birçok amaçlı olarak iki sınıfta ele alınmıştır. Yapılan çalışmada tek amaçlı kullanımlarda, kullanıcıların 120 ‘si (%29,3) sosyal medya, 99’u (%24,1) araştırma ve 63’ü (%15,4) eğlence olarak ilk üç sırada yer almaktadır. 56’sı (%13,7) birçok amaçlı kullanımda yer almaktadır.

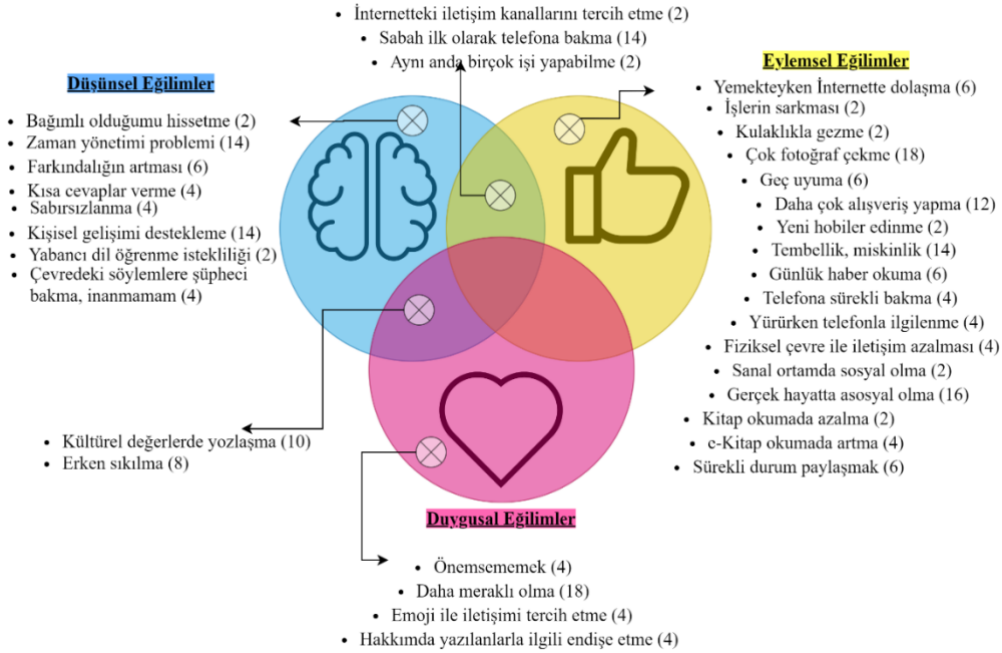


**Grafik 2.** Katılımcıların İnternette Harcadıkları Süre Dağılım Grafiği.

Grafik 2’de katılımcıların internette harcadıkları süre dağılımı görselleştirilmiştir. Katılımcıların internette süre harcama ortalaması 5 saat 25 dakikadır. Süre yığılımı 2 ile 5 saat (%61,2) aralığındadır. Ayrıca diğer süreler incelendiğinde 10 saat (%17,1) ve 20 saat (%2,4) kullanımlarının da ön planda olduğu gözlemlenmiştir.

Katılımcılara “internet kullanımı davranışınızı değiştiriyor mu?” sorusu sorulduğunda katılımcıların 267’si (% 65,1) davranış değişikliği olmadığını, 138’si (%33,7 ) davranış değişikliği olduğunu söylemiştir. Katılımcıların internet kullanımı ile birlikte hangi davranışlarının ne şekilde değiştiği sorulduğunda birçok farklı yanıt elde edilmiştir. Kullanıcıların verdiği yanıtlar incelendiğinde farklı durumlara eğilimler tespit edilmiştir. Bu eğilimler ise 3 farklı temada altında incelenmiştir. Bunlar;

düşünsel, duygusal ve eylemsel eğilimlerdir. Her bir tema altında hangi kodların işlendiği, sıklıkları ile birlikte Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Katılımcıların Eğilim Temaları ve Kodları.

Şekil 1 incelendiğinde kullanıcılar internetin bağımlı olma, kısa cevaplar verme, sabırsızlanma, erken sıkılma, zaman yönetim problemi, çevredeki söylemlere şüpheci bakma, yabancı dil öğrenme isteği, kişisel gelişimi destekleme vs. gibi düşünsel eğilimlere etki ettiğini söylemişlerdir. Duygusal eğilimlerde; kişide erken sıkılmak, önemsenmemek, daha meraklı olmak, emoji ile iletişim kurmak, hakkında yazılanlar ilgili endişe duymak vs. gibi durumlarla kendini göstermektedir. İnternetin kullanıcı üzerinde eylemsel olarak oluşturduğu eğilim ise; yemek yerken internette dolaşmak, çok fotoğraf çekmek, daha çok alışveriş yapmak, sürekli durum paylaşmak, kitap yerine e-kitap okumak, gerçek hayatta asosyal olmak, sanal ortamda sosyal olmak, geç uyumak, tembellik, yeni hobiler edinmek, daha suskun olmak, aynı anda birçok işi yapabilmek, sürekli telefona bakmak isteği gibi alışkanlıklardır.

## SONUÇ

Bu araştırmada yetişkinlerin internet kullanım tercihleri ve bu kullanımından oluşan eğilimleri incelenmiştir. Araştırmada elde sonuçlara göre internete, en çok evde erişilmektedir. Günümüzde evlerde yaygın olarak internet bağlantısının olmasıyla en çok internete erişimin de yine evden olması beklenen bir durumdur. Nitekim pandemi ile birlikte günümüzde evlerde daha çok vakit geçirmemiz nedeniyle internet kullanımının bu şekilde devam edebileceği söylenilebilir.

İnternet kullanımı, yetişkinlerde günün 24 saatinde ya da günün son 6 saatlik diliminde sürekli ulaşılabilir şekildedir. Gerçek anlamda kişinin 24 saat boyunca kesintisiz olarak internete bağlanabilmesi hayali bir durumdur. Ancak yetişkinlerin kendilerini internete kesintisiz olarak bağlanma durumları onların sürekli internette oldukları izlenimi yaratma istekleriyle açıklanabilir. Gerçekçi bir yaklaşımla yetişkinlerin internete bağlanma aralıkları günün son çeyreği olarak ifade edilebilir.

Yetişkinlerin internete ulaşmada ve kullanmada kendilerine sunulan donanımlardan cep/akıllı telefon gibi taşınabilir cihazları tercih ettiklerisoneucuna ulaşılmıştır. İnternet erişimin evlerden yapılmasına rağmen taşınabilir cihazlarla kullanımının tercih edilmesi, yetişkinlerin internet kullanımının sürekli beraberinde olmasını istediklerinden olabilir.

Yine çalışmada elde edilen önemli sonuçlardan biri de yetişkinlerin internette dolaşımın temel amacının sosyal medyaya erişmek olduğudur. Katılımcıların çok yüksek bir oranla sosyal medyayı kullandıkları görülmüştür. Yetişkinlerin sosyal medya aracılığıyla iletişim kurması ve sosyal medyanın farklı bir sosyal alan oluşturması ile bu durum açıklanabilir. Sosyal medyanın iletişim araçlarında en çok kullanılmasının nedeni diğer medya araçlarından farklı birçok özelliklerinin olması ve çift yönlü ve eş zamanlı bilgi akışının olmasıyla ilgilidir. Solmaz ve arkadaşlarının (2013: 31) belirttiği gibi internet kullanıcılarının internet kullanımında en çok sosyal medyaya katılımı yönünden bu sonuçlarla benzerlik göstermektedir.

İnternet kullanıcılarının her gün interneti kullandıkları bilinmektedir (Özdemir & Erdem, 2016:257; Herbia vd., 2012). Araştırmada yetişkinlerin günde yaklaşık beş buçuk saat süreyle internete bağlı kaldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Kullanıcıların interneti en fazla bilgi toplama aracı, haberleri takip edebilmek ve sosyal iletişim kurabilmek amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. İnternet kullanımındaki artışın gelişen teknoloji ve yaşamın gerekçesi olması ile açıklanabilir.

Yaygınlaşan internet kullanımının artması kullanıcı üzerinde etkilerin olacağı düşünülmektedir (LaRose vd., 2003: 225). Araştırmada internet kullanımından kaynaklı eğilimlerin düşünsel, eylemsel ve duygusal eğilimlerin olduğu ve bunların bazıları olumlu ve bazıları olumsuz olarak görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Erken sıkılma, bağımlı olma, işlerin sarkması, yazılanlarla ilgili kendi adına endişe duymak gibi olumsuz eğilimler olsa da günlük haber okuma, aynı anda birçok iş yapabilme, yeni hobiler edinme, daha meraklı olmak gibi olumlu eğilimlerin olduğu görülmektedir. Hasim ve Salman (2010: 307) gelişen internetin kullanımının artması kullanıcı üzerinde olumsuz etkileri olduğunu vurgulamaktadır. Çalışmada internet bağımlılığının artmasının medya tüketim alışkanlıklarını da beraberinde getirdiğine vurgu yapılmaktadır. Bununla birlikte yaygın olarak çevrimiçi internet kullanımının arttığı da görülmektedir (Hajli, 2014: 387).

Koronavirüs (Covid-19) pandemisi öncesinde uygulanan bu araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar alanyazınla paralellik gösterse de pandemiden dolayı bu internet kullanımlarının farklılaşabileceği ön görülmektedir. Bundan dolayı pandemiye yaşayanlara yeniden bu çalışma uygulanarak var olan değişimin ortaya konulması önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Balcı, Ş., ve Gülnar, B. (2009). *Üniversite öğrencileri arasında internet bağımlılığı ve internet bağımlılarının profili*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(1), 5-22.
- Bosse, I., Renner, G., & Wilkens, L. (2020). *Social Media and Internet Use Patterns by Adolescents With Complex Communication Needs*. Language, Speech, and Hearing Services in Schools, 1-13.
- Canöz, N. (2016). *Modern İletişimde İnternet ve Sosyal Medyanın Yeri: Türkiye'deki Kullanıcılara Yönelik Bir Araştırma*. Humanities Sciences, 11(2), 37-38.
- Cengizhan, C. (2005). *Öğrencilerin bilgisayar ve internet kullanımında yeni bir boyut: "internet bağımlılığı"*. Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 22(22), 83-98.
- Durak, h., & Seferoğlu, s. s. (2016). Türkiye'de sosyal medya okuryazarlığı ve sosyal ağ kullanım örüntülerinin incelenmesi. *Journal of International Social Research*, 9(46), 526-535.
- Erdoğan, Y. (2008). *Exploring the relationships among Internet usage, Internet attitudes and loneliness of Turkish adolescents*. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2),1-3.
- Güneş, E. P. U. (2016). *Toplumsal değişim, teknoloji ve eğitim ilişkisinde sosyal ağların yeri*. Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 2(2), 191-206.
- Hajli, M. N. (2014). *A study of the impact of social media on consumers*. International Journal of Market Research, 56(3), 387-404.
- Hasim, M. S., & Salman, A. (2010). *Factors affecting sustainability of internet usage among youth*. The Electronic Library, 301-313.
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D., & Logan, D. (2012). *Share, like, recommend: Decoding the social media news consumer*. Journalism studies, 13(5-6), 815-824.

McMillan, H. & Schumacher J. (2006). *Research in Education Evidence-Based Inquiry*. Allyn and Bacon Inc., Boston.

Işık, U. (2007). *Medya bağımlılığı teorisi doğrultusunda internet kullanımının etkileri ve internet bağımlılığı*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi.

İşlek, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.

Karaçar, E. (2018). *Turizm lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri-Sinop Üniversitesi örneği*. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(2), 602-621.

LaRose, R., Lin, C. A., & Eastin, M. S. (2003). *Unregulated Internet usage: Addiction, habit, or deficient self-regulation?*. Media Psychology, 5(3), 225-253.

Meyen, M., Pfaff-Rüdiger, S., Dudenhöffer, K., & Huss, J. (2010). *The internet in everyday life: a typology of internet users*. Media, Culture & Society, 32(5), 873-882.

Odacı, H., & Çıkrıkçı, Ö. (2017). *Problemlili internet kullanımında depresyon, kaygı ve stres düzeyine dayalı farklılıklar*. Addicta: The Turkish Journal on Addictions, 4(1), 48-49.

Özdemir, S., & Erdem, R. (2016). *Sosyal Medyanın Örgüt İçi İletişimdeki Rolü*. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(3), 247-270.

Polater, E. (2019). *Bir grup üniversite öğrencisinde internet kullanım düzeyi, anksiyete ve uyku kalitesi arasındaki ilişkinin incelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi.

Pujazon-Zazik, M. ve Park, MJ (2010). *Tweeting or not tweeting: gender differences and the potential positive and negative health consequences of adolescent social internet use*. American magazine for men's health, 4 (1), 77-85.

Schmitt, B.H, (1999), *Experiential Marketing*, The Free Press, New York.

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). *İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama*. Selçuk üniversitesi iletişim fakültesi akademik dergisi, 7(4), 23-32.

Van Den Eijnden, RJ, Lemmens, JS ve Valkenburg, PM (2016). *Sosyal medya bozukluğu ölçeği*. İnsan Davranışında Bilgisayarlar , 61 , 478-487.

Veysel, E. R. E. N., & AYDIN, A. (2014). *Sosyal medyanın kamuoyu oluşturmadaki rolü ve muhtemel riskler*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2014(3), 197-205.

Whiting, A., & Williams, D. (2013). *Why people use social media: a uses and gratifications approach*. Qualitative Market Research: An International Journal, 362-369.

Yaman, H., & Erdoğan, Y. (2007). *İnternet kullanımının Türkçeye etkileri: Nitel bir araştırma*. Journal of Language and Linguistic Studies, 3(2), 237-249.

## **ELEKTRONİK KAYNAKLAR**

URL-1: <https://wearesocial.com/digital-2020> Erişim Tarihi:16.10.2020

URL-2:<https://www.milligazete.com.tr/haber/2987405/interneti-en-cok-kullanan-ulkeler-aciklandi-turkiye-kacinci-sirada> Erişim Tarihi: 16.10.2020

## **Atıf için:**

Gülcan, S. ve Abdüsselam, M. S. (2021) Yetişkinlerde İnternet Kullanımında ve Bu Süreçte Oluşan Eğilimlerin İncelenmesi, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5 (2), 186-193