

## Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Dindarlık İlişkisi

### Relationship Between Social Media Addiction And Religion In Adolescents

**Orhan GÜRSU – Ahmet Tevfik MUSARA**

Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Din Psikolojisi, orhangursu@akdeniz.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-7478-371X

Yüksek Lisans Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Din Psikolojisi, atmusara@gmail.com, Orcid ID: 0000-0001-5095-9031

Makale Bilgisi	Article Information
<b>Makale Türü – Article Type</b>	Araştırma Makalesi / Research Article
<b>Geliş Tarihi – Date Received</b>	30 Nisan / April 2021
<b>Kabul Tarihi – Date Accepted</b>	23 Haziran / June 2021
<b>Yayın Tarihi – Date Published</b>	25 Haziran / June 2021
<b>Yayın Sezonu</b>	Nisan – Mayıs– Haziran
<b>Pub Date Season</b>	April – May – June

**Atf / Cite as:** Gürsu O.-Musara, A. T. (2021). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Dindarlık İlişkisi/Relationship Between Social Media Addiction And Religion In Adolescents. Turkish Academic Research Review, 6 (2), 417-438. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tarr/issue/62824/930113>

**İntihal / Plagiarism:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and confirmed to include no plagiarism. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tarr>

**Copyright** © Published by Mehmet ŞAHİN Since 2016- Akdeniz University, Faculty of Theology, Antalya, 07058 Turkey. All rights reserved.



## **Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Dindarlık İlişkisi**

**Orhan GÜRSU – Ahmet Tefvik MUSARA**

### **Öz**

Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak, hızlı internet erişiminin cep telefonlarına kadar girmesi sonucunda hayatımızın her anında ve alanında internete ulaşılabilmesi, sosyal medyayı kullanıcıların vazgeçilmezleri arasına sokmuştur. Ne var ki insan hayatındaki yerini katlayarak arttıran sosyal medya, yoğun ve bilinçsiz kullanım sonucu artık hayatımızın her alanına nüfuz edebilmekte, akademik veya işle ilgili sorun oluşturabilmekte, birçok fiziksel ve psikolojik rahatsızlıklara yol açabilmektedir. Bu gelişmelere bağlı olarak alan uzmanları sosyal medya bağımlılığını ciddi bir sağlık sorunu olarak değerlendirmektedirler.

Son 10 yıldır insan hayatındaki yerini katlayarak arttıran sosyal medya, yoğun ve bilinçsiz kullanım sonucu bir bağımlılık haline gelmiştir. Bu araştırmanın amacı ergenlerde sosyal medya bağımlılık düzeyi ve dindarlık düzeyini ölçmek, ikisi arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Bu doğrultuda Antalya'nın 5 merkez ilçesindeki 9 ortaöğretim kurumunda eğitim görmekte olan 440'ı kız ve 267'si erkek olmak üzere 707 kişilik örneklem grubu oluşturulmuştur. Araştırmada sosyal medya bağımlılığını ölçmek için "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği" ve dindarlığı ölçmek için "Dini Tutum ve Davranış Ölçme Envanteri" kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre ergenlerde dindarlık düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarının azaldığı tespit edilmiştir. Ergenlerde sosyal medya ve dindarlık ilişkisini araştırdığımız çalışmamızda sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt boyutları olan; meşguliyet, duygudurum, tekrarlama ve çatışma boyutlarıyla dindarlık arasında negatif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle ergenlerde dindarlık düzeyi yükseldikçe sosyal medya bağımlılığı da düşmektedir. Bu veriler din ya da dindarlığın yaygın olan sosyal medya bağımlılığı üzerinde koruyucu/önleyici bir fonksiyonunun olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Elde ettiğimiz veriler alanyazınla uyumludur. Öte yandan sosyal medyanın olumsuzlarının en aza indirilmesinde din, ahlak ve değerler silsilesinin etkin bir rol oynadığını da belirtmekte fayda var. Bu anlamda eğitim programlarının gençlerin ahlaki olgunluklarına katkı sağlayacak karakter, din ve değer eğitimi gibi alanlarla desteklenmesi yerinde olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Din Psikolojisi, Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı, Ergenlik, Din, Dindarlık

### **Relationship Between Social Media Addiction And Religion In Adolescents**

#### **Abstract**

Today being able to access the internet in every moment and area of our lives as a result of the rapid internet access to mobile phones thanks to the development of communication technologies has made social media an indispensable part of the users. However, social media, which increases its place in human life gradually, can penetrate every area of our lives as a result of intensive and unconscious use, can cause academic or business-related problems (Young, 2004: 402), and many

physical and psychological disorders (Gürsu, 2016). Depending on these developments, field experts consider social media addiction as a serious health problem.

Social media that has doubled its importance in human life has become an addiction because of its ignorant overuse by the people. The aim of this research is to measure the addiction level of social media usage and piety among adolescents and determine the relation between them. In this direction, a sample group, which has 707 students consisting 440 girls and 267 boys studying at 9 middle schools in 5 central towns of Antalya, was formed. To measure the social media addiction "Social Media Addiction Scale" and to measure the piety "Religious attitude and behavior scale" was used. According to the results, there are significant differences between socio-demographic factors, social media addiction and piety. It has also been determined that among adolescents if the level of piety is high, the social media addiction level becomes lower. In our study in which we investigated the relationship between social media and religiousness in adolescents, it was found that there is a negative relationship between religiousness and occupation, mood, repetition, and conflict dimensions which are the sub-dimensions of the social media addiction scale. In other words, as the level of religiousness increases social media addiction decreases in adolescents. These data are important in terms of showing that religion or religiosity has a protective / preventive function on social media addiction that is common. The data we have obtained is compatible with the literature. On the other hand, it is worth noting that religion, morality and variety of values play an active role in minimizing the negative effects of social media. In this sense, it would be appropriate to support educational programs with areas such as character, religion and value education that will contribute to the moral maturity of young people.

**Keywords:** Psychology Of Religion, Social Media, Social Media Addiction, Adolescence, Piety, Religion

### Structured Abstract

#### Relationship Between Social Media Addiction And Religion In Adolescents

Today being able to access the internet in every moment and area of our lives as a result of the rapid internet access to mobile phones thanks to the development of communication technologies has made social media an indispensable part of the users. However, social media, which increases its place in human life gradually, can penetrate every area of our lives as a result of intensive and unconscious use, can cause academic or business-related problems (Young, 2004: 402), and many physical and psychological disorders (Gürsu, 2016). Depending on these developments, field experts consider social media addiction as a serious health problem (Griffiths, 2013; Ögel, 2014). In the face of all these problems, religion provides guidance on how to behave and what to do and what not to do or how to react to unexpected experiences by identifying appropriate and inappropriate actions and providing certain standards for behavior, thereby it can play an effective role in fighting addictions; and loyalty to religion and religious communities that contain higher human values can also prevent the formation of other chemical and behavioral addictions (Gürsu, 2018). As a matter of fact, in Western societies, a negative relationship was found between watching sexual or violent television programs and following cyber sex in individuals with conservative religious beliefs (Hamilton ve Rubin 1992; Stack, Wasserman, Kern, 2004), and it is reported that internet use for sexual purposes is less common among devoutly religious people (Clayton, Osborne, Miller, Oberle, 2013).

In these studies, the relationship of religion or religiosity with the use of social media has been analyzed in terms of different variables. This study aims to reveal the relationships between adolescent religiosity and social media use. Especially high school students' use of social media and the effect of religion were investigated.

### **Hypothesis of the Study**

The hypothesis of the study is as “There is a relationship between religiosity and social media use.”

### **Method**

This research is an empirical study. It aims to determine the relationship between social media addiction and religiosity, and the effect of religiosity as an independent variable on social media as a dependent variable, using relevant statistical techniques.

Accordingly, a questionnaire consisting of questions including social media addiction and religiosity scales and independent variables, all related to the subject, was filled by the subjects. Then, the data obtained through the questionnaires were transferred to the computer using the SPSS 25 program; In the last stage, an analysis study was conducted using the relevant statistical techniques regarding the relationships between dependent and independent variables and the effect of religiosity on social media addiction.

### **Universe and Sample**

The general population of the study is all adolescents in Turkey, and the population of the study is adolescents from high schools in Antalya. The sample group, on the other hand, consists of 707 subjects selected using the random sampling method from adolescents attending different high schools in Antalya. There are 440 female and 267 male students in the sample group.

### **Data Collection Tool**

Three forms were used as data collection tools. The first of these is the personal information form. To measure social media addiction, "Social Media Addiction Scale" developed by Tutgun Ünal and Deniz (2015) was used. "Religious Attitude and Behavior Measurement Inventory" was used to measure the level of religiosity.

### **Results**

According to the data obtained, when the social media addiction sub-dimension averages were examined according to the level of religiosity, in all sub-dimensions the average of those with a low level of religiousness was higher while the average of those with a high level of religiousness was found to be the lowest.

There is a negative, low level and significant relationship in religiosity score and occupation sub-dimension ( $r = -, 274, p > 0.01$ ); in the emotional state sub-dimension ( $r = -, 264, p > 0.01$ ). It is seen that the reciprocal change is ( $r = -, 264, p > 0.01$ ). There is a negative, low-level and significant relationship in religiosity score and repetition sub-dimension ( $r = -, 213, p > 0.01$ ); in the emotional state sub-dimension ( $r = -, 264, p > 0.01$ ) and conflict sub-dimension ( $r = -, 338, p > 0.01$ ). There is a negative, moderate and significant correlation between the religiousness score and the SMBG ( $r = -, 336, p > 0.01$ ).

Based on the data, we can say that there is a generally negative relationship between religiosity and social media addiction. In other words, as the level of religiousness increases, social media addiction decreases.

### **Discussion and Conclusion**

In our study in which we investigated the relationship between social media and religiousness in adolescents, it was found that there is a negative relationship between religiousness and occupation, mood, repetition, and conflict dimensions which are the sub-dimensions of the social media addiction scale. In other words, as the level of religiousness increases social media addiction decreases in adolescents. These data are important in terms of showing that religion or religiosity has a protective / preventive function on social media addiction that is common. The data we have obtained is compatible with the literature.

As a result; social media affects the youth very broadly and deeply today. If social media is used in a healthy, appropriate and moderate way, it can offer young people and society great opportunities in terms of time and space, and its proper, moderate and careful use is important in order to prevent damage to both the physical and spiritual worlds of young individuals. The problematic use of social media contributes to the resolution of values along with psychological disorders. On the other hand, it is worth noting that religion, morality and variety of values play an active role in minimizing the negative effects of social media. In this sense, it would be appropriate to support educational programs with areas such as character, religion and value education that will contribute to the moral maturity of young people.

### **Giriş**

Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak, hızlı internet erişiminin cep telefonlarına kadar girmesi sonucunda hayatımızın her anında ve alanında internete ulaşılabilmesi, sosyal medyayı kullanıcıların vazgeçilmezleri arasına sokmuştur. İletişim teknolojileri içerisinde yer alan sosyal medya, kişilerin topluluklar kurmalarına veya hali hazırda topluluklara aktif katılımlarına imkân tanıyan, ortak kullanıma dayalı sosyal araçlardır. Bu özelliklerinden yola çıkarak araştırmacılar sosyal medyayı, kişiler arasındaki karşılıklı etkileşimi destekleyen, ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin paylaşımını arttıran ve herkesin kendi kişisel profilini ve iletişim kurmak istediği arkadaş listesini oluşturma şansı veren web tabanlı ortamlar olarak tanımlamaktadır (Vural ve Bat, 2010). Günümüzde Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, whatsapp ve MySpace gibi sosyal ağlar sayesinde kendi sayfalarını oluşturabilmekte, video ve fotoğraf paylaşabilmekte ve kolayca diğer insanlara ulaşabilmektedir (Dağıtmaç, 2015).

Araştırmacılar sosyal medyayı, kişiler arasındaki karşılıklı etkileşimi destekleyen, ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin paylaşımını arttıran ve herkesin kendi kişisel profilini ve iletişim kurmak istediği arkadaş listesini oluşturma şansı veren web tabanlı ortamlar olarak tanımlamaktadırlar (Vural ve Bat, 2010). Bir başka deyişle sosyal medya; kişilerin fotoğraf, ses, görüntü ya da yazı yoluyla düşüncelerini paylaştığı blogları, tartışma ve sohbet sitelerini, müşterilerin birbirleriyle iletişim kurabilecekleri e-postaları, ürün veya hizmet bilgilerine

ulaşabilecekleri siteleri ve forumları ve sosyal paylaşım sitelerini de içerisine alan geniş bir internet ortamından oluşmaktadır (Erol ve Hassan, 2014).

Uzmanlar, yakın bir gelecekte internet kullanımının neredeyse tamamının sosyal medya tarafından karşılanacağını ileri sürmekte ve sosyal medya uygulamalarının iletişim sağlamanın ötesinde; oyun, bilgi edinme, arama yapma gibi birçok konu dâhil olmak üzere bireylerin neredeyse her konuda ihtiyacını karşılayabilecek niteliğe dönüşebileceğine işaret etmektedirler. Buradan hareketle sosyal medyanın günümüz pazarlama yaklaşımları içerisinde önemli bir yer edindiği ve geleceğin pazarlamasında da kilit rol oynayacağı ileri sürülmektedir (Hazar, 2011). Hal böyle olunca öğrenciler, vakitlerinin çoğunu sosyal medya uygulamalarında içerik üreterek harcamaktadır.

Her geçen gün etkileri daha fazla ortaya çıkan sosyal medya bağımlılığı bireylerin hayatında önemli bir yer kaplıyor. Ne var ki insan hayatındaki yerini katlayarak arttıran sosyal medya, yoğun ve bilinçsiz kullanım sonucu artık hayatımızın her alanına nüfuz edebilmekte, akademik veya işle ilgili sorun oluşturabilmekte (Young, 2004: 402), birçok fiziksel ve psikolojik rahatsızlıklara yol açabilmektedir (Gürsu, 2016). Bu gelişmelere bağlı olarak alan uzmanları sosyal medya bağımlılığını ciddi bir sağlık sorunu olarak değerlendirmektedirler (Griffiths, 2013; Ögel, 2014). Örneğin, Forest ve ekibinin (2012) gerçekleştirdiği çalışmada sosyal anksiyete ile düşük benlik saygısına sahip olan bireylerin sosyal medyayı daha fazla kullandığı bilgisine yer verilmiştir. Yine Carpenter'ın (2012) araştırmasında; Facebook'u çok sık kullanan ergenlerde narsistik eğilimlerin olduğu, yetişkinlerde ise mani, saldırgan davranışlar ile antisosyal davranış bozukluğu belirtilerinin görüldüğü, sosyal medyanın özellikle çocuk ve ergen ruh sağlığına olumsuz etkide bulunduğu; bu gruptaki bireylerde anksiyete, depresyon ve diğer psikolojik rahatsızlıkların daha yüksek çıktığı bilgisine yer verilmiştir (Carpenter, 2012).

Touraine'e göre (2002), ihtiyaçları oluşturan içgüdüler, kişinin denge halinde kalmasına, gerilimin azaltılıp tatmine ulaşmasına imkân tanımakta ve insanın tabiatında yer alan haz duygusu, arzunun tatmin edilmesi veya arzunun yarattığı gerilimin azaltılmasına yol açmaktadır. Ancak içgüdü, arzu ve istekleri özellikle sosyal medya içerisinde gidermeye çalışırken kendini ifşa etme, oyun oynama, yaratıcılığını kullanma, farklılık yaratma gibi birçok etmenlerle birlikte kişiliğin içeriği tüketilmekte ya da yeni içerikler oluşturulmaktadır. Nitekim konuyla ilgili gerçekleştirilen 24 araştırmanın incelendiği bir gözden geçirme çalışmasında Facebook bağımlılığı ile haz istemi, tatmin olmayı isteme arasında anlamlı pozitif

bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (Ryan, Chester, Reece, Xenos., 2014). Sosyal medya kullanımı ile psikolojik rahatsızlıkların incelendiği diğer çalışmalarda sosyal medya ile; narsisizm, psikopatlık (Fox ve Rooney, 2015), beden imaj algıları ve ruhsal hallerini daha olumsuz algılama (Fardouly, Diedrichs, Vartanian, Halliwell, 2015), sosyal kaygı (Agarwal ve Kar, 2015), bipolar bozukluk, mani, histrionik kişilik bozukluğu (Rosen, Whaling, Rab, Carrier, Cheever, 2013), yalnızlık, alkol ve madde kullanımının artması (Clayton, Osborne, Miller, Oberle, 2013), akademik başarının daha düşük olması (Kirschner ve Karpinski, 2010; Rosen, 2011), bağımlı olma düzeyinin yükselmesi (Kuşay, 2013) arasında ilişki olduğu belirlenmiştir.

Tüm bu sorunlar karşısında din, uygun olan ve uygun olmayan eylemleri belirleyerek ve davranış için belli standartlar sağlayarak kişinin içinde bulunduğu çevrede nasıl davranması gerektiği ve neleri yapıp neleri yapmaması gerektiği veya beklenmedik yaşantılar karşısında nasıl tepki vermesi gerektiği hakkında rehberlik hizmeti sunmakta ve böylelikle bağımlılıklarla mücadelede etkin bir rol oynayabilmekte, daha yüksek insani değerleri içeren din ve dini topluluklara olan bağlılık, diğer kimyasal ve davranışsal bağımlılıkların oluşmasının önünde de engel olabilmektedir (Gürsu, 2018). Nitekim, Batı toplumlarında, muhafazakâr dini inançlara sahip bireylerde cinsel veya şiddet içerikli televizyon programları izleme ile siber seks takip etme arasında negatif ilişki saptanmış (Hamilton ve Rubin 1992; Stack, Wasserman, Kern, 2004), cinsel amaçlı internet kullanımının çok dindar insanlar arasında daha az görüldüğü belirtilmektedir (Clayton, Osborne, Miller, Oberle, 2013).

Tanrı'ya bağlılık ile problemlerli internet kullanımı arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada; Tanrı'nın kişiyi terk etmesi kaygısı gibi Tanrı'ya kaygılı bağlanmanın internet obsesifliğini doğurduğu ileri sürülmüştür (Knabb ve Pelletier, 2014). Çoban'ın (2013) gerçekleştirdiği çalışmada ise lise öğrencilerinde dindarlık ve sanal bağımlılık arasındaki ilişki incelenmiş ve sonuçta; dindarlık ile internet-bilgisayar bağımlılığı arasında negatif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Aynı çalışmada, daha çok cinsel içerikli ve kumar sitelerini kullanmayı tercih eden öğrencilerin daha çok bağımlı olduğuna yönelik bulgulara da yer verilmiştir (Çoban, 2013).

Son zamanlarda sosyal medya bağımlılığı ile din arasında bir ilişkinin olup olmadığını inceleyen araştırmaların çoğaldığını ifade edebiliriz. Bu çalışmalarda din ya da dindarlığın sosyal medya kullanımı ile ilişkisi farklı değişkenler açısından ele alınıp incelenmiştir. Bu çalışma ergen dindarlığı ile sosyal medya kullanımı



arasındaki ilişkileri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Özellikle lise düzeyindeki öğrencilerin sosyal medya kullanımları ve dinin etkisi araştırılmıştır.

### **Çalışmanın Hipotezleri**

Çalışmanın hipotezi: “Dindarlık ile sosyal medya kullanımı arasında ilişki vardır.” şeklindedir.

### **Yöntem**

Bu araştırma, ampirik bir çalışmadır. Sosyal medya bağımlılığı ve dindarlık arasındaki ilişkiyi, bağımsız değişken olarak dindarlığın, sosyal medya bağımlı değişkenine etkisini, ilgili istatistiksel teknikler kullanarak tespit etmeyi amaçlamaktadır.

Bu doğrultuda konu ile ilgili sosyal medya bağımlılık ve dindarlık ölçekleri ile bağımsız değişkenleri kapsayan sorulardan oluşan bir anket formunun denekler tarafından doldurulması sağlanmıştır. Daha sonra anketlerle ulaşılan veriler SPSS 25 programı kullanılarak bilgisayara aktarılmış; son aşamadaysa bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler ve dindarlığın sosyal medya bağımlılığına etkisi ilgili istatistiksel teknikler kullanılarak analiz çalışması yapılmıştır.

### **Evren ve Örneklem**

Araştırmanın genel evreni Türkiye’deki bütün ergenler, çalışma evreni ise Antalya’daki liselerde öğrenim gören ergenlerdir. Örneklem grubu ise Antalya’daki farklı liselerde öğrenim görmekte olan ergenlerden tesadüfi örneklem metodu kullanılarak seçilmiş 707 denekten oluşmaktadır. Örneklem grubunda 440 kız, 267 erkek öğrenci bulunmaktadır. Anket uygulanan okullar: Antalya Anadolu İmam Hatip Lisesi, Antalya Anadolu Lisesi, Adem Tolunay Anadolu Lisesi, Antalya Barosu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Falez Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Aksu Fen Lisesi, Erünel Sosyal Bilimler Lisesi, Mahmut Celalettin Ökten Anadolu İmam Hatip Lisesi, Hayme Ana Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi.

Antalya’nın 5 merkez ilçesindeki farklı türden liselerde gerçekleşmesi hasebiyle örneklemin çalışma evrenini temsil edebilme özelliğinin yüksek olduğu düşünülmektedir.

### **Veri Toplama Aracı**

Veri toplama aracı olarak 3 form kullanılmıştır. Bunların ilki kişisel bilgi formudur. Sosyal medya bağımlılığını ölçmek için Tutgun Ünal ve Deniz’in (2015)



geliştirdiği “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” kullanılmıştır. Dindarlık düzeyini ölçmek içinse “Dini Tutum ve Davranış Ölçme Envanteri” kullanılmıştır.

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını belirlemek amacıyla Tutgun Ünal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” (SMBÖ) kullanılmıştır. SMBÖ 41 maddeden oluşan 5’li likert tipindeki bir ölçek olup “Meşguliyet”, “Duygu durum düzenleme”, “Tekrarlama”, “Çatışma” olarak adlandırılan dört alt boyuta sahiptir. Tutgun Ünal (2015, s.151) ölçeğin alt boyutlarını aşağıdaki biçimde tanımlamıştır: “... meşguliyet, kişinin sosyal medya aktivitelerini veya faaliyetlerini yoğun bir şekilde düşünmesi ve bu aktivitelerle uğraşması diğer bir ifade ile meşgul olması anlamındadır. Duygu durum düzenleme, kişinin sosyal medya aktivitelerinin ruh halini değiştirmesi anlamında olup, bu aktiviteler süresince kişinin duygu durumunda değişimler gerçekleşmektedir. Tekrarlama, sosyal medyadan uzak durma veya kontrol davranışından sonra aktivitenin önceki kalıplarına geri dönülmesine karşı bir eğilim anlamında olup, kişi sosyal medyadan bir süre uzak kaldığında veya sosyal medya kullanımına sınırlama getirmeye çalıştığında her seferinde önceki kullanım alışkanlıkları nüksetmektedir. Çatışma, sosyal medya aktivitelerinin kişinin ilişkilerinde, iş/egitim ve diğer aktivitelerinde tezatlığa neden olması, sosyal medyanın kişinin yaşamını olumsuz etkilemesi anlamındadır.”

Çalışmada Milli Eğitim Bakanlığı’nın okul rehberlik servislerinde kullanılmasını onayladığı 36 maddeden oluşan “Dini Tutum ve Davranış Ölçme Envanteri” kullanılmıştır. Ölçeğin özgün formunda uygulandığı gibi toplam skor üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Bu çalışma için ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .78 olarak tespit edilmiştir.

### **Verilerin Toplanması ve Analizi**

Araştırma için gerekli görülen demografik değişken sorularından oluşan kişisel bilgi formu, “Dini Tutum ve Davranış Ölçme Envanteri” ve “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” (SMBÖ) kullanılmıştır. Anket işlemi 2018-2019 eğitim-öğretim yılında Antalya ilinin 5 merkez ilçesinde uygulanmıştır. Anketler her okulun rehber öğretmeni eşliğinde öğrencilere dağıtılmış, sorular cevaplanmadan önce öğrencilere gerekli bilgiler verilmiştir. Anketleri doldurması için öğrencilere 30 dakika zaman ayrılmıştır. İşlem bittikten sonra anket kağıtları toplanıp tasniflenmiştir. Eksik ve boş bırakılan veri toplama araçları elendikten sonra tüm veriler bilgisayar ortamında kodlanmıştır. SMBÖ’den alınan puanlar alt boyutlarıyla birlikte ayrı ayrı puanlandırılmıştır. Belirlenen toplam puanlar araştırmanın amaçları doğrultusunda

betimsel (Aritmetik ortalama, standart sapma gibi) ve fark testleri (t-testi, ANOVA gibi) kullanılarak çözümlenmiştir.

Ölçeğin bu çalışmada elde edilen Cronbach  $\alpha$  iç tutarlılık güvenilirlik katsayıları Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1. SMBÖ ve Alt Boyutlarının İç Tutarlılık Katsayıları**

Mevcut Örneklem

Meşguliyet	0,928
Duygu durumu	0,885
Tekrarlama	0,875
Çatışma	0,942
SMBG	0,964
Dindarlık	0,943

Analiz tekniklerine karar vermeden önce ölçeklerden elde edilen puanlarının normal dağılıma sahip olup olmadığını belirlemek için basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir (Tablo 2.).

**Tablo 2. Ölçek Alt boyutlarına Göre Çarpıklık ve Basıklık Değerleri**

	N	Çarpıklık		Basıklık	
		Değer	S. Hata	Değer	S. Hata
Meşguliyet	707	0,337	0,092	-0,558	0,184
Duygu durumu	707	0,756	0,092	-0,323	0,184
Tekrarlama	707	0,889	0,092	-0,009	0,184
Çatışma	707	1,226	0,092	1,509	0,184
SMB	707	0,812	0,092	0,649	0,184
Dindarlık	707	-0,645	0,092	-0,041	0,184

Sosyal Medya bağımlılığı Dindarlık ölçeklerinin her ikisinde de çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,509 ile -0,645 arasındadır. Bu değerler normal dağılım için yeterli görülmektedir (DeCarlo, 1997; Hopkins ve Weeks, 1990). Karşılaştırma analizlerinde normal dağılıma sahip olduğu varsayılarak parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir. Cinsiyet değişkeninde bağımsız örneklem t-test uygulanırken iki değerden daha fazla olan değişkenlerde (okul, veli eğitim düzeyleri gibi) tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi yapılmıştır (Field, 2009; Pallant, 2007). Tek yönlü varyans analizinde gruplar arası farklılaşma için grup homojenliği ve örneklem eşitliği kontrol edilerek post testlerden LSD ve Dunnett C kullanılmıştır (Kayri, 2009).

$$\eta^2 = \frac{t^2}{t^2 + (n_1 + n_2 - 2)} \text{ t-test için}$$

$$\eta^2 = \frac{KT_{gruplararası}}{KT_{toplam}} \text{ ANOVA için}$$

Etki büyüklüğünün yorumlanmasında ise 0,01-0,06 küçük, 0,06-0,14 orta ve 0,14 üzeri ise büyük etki olarak kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2015)

İlişki düzeyini belirlemek için basit korelasyon hesaplaması yapılmıştır. Korelasyon katsayısının (r) mutlak değeri 0,70-1,00 arasında olduğunda yüksek, 0,70-0,30 arasında olduğunda orta ve 0,30-0,00 arasında olduğunda ise düşük olarak kabul edilmektedir. Korelasyon katsayısının karesi (r<sup>2</sup>) yüzdeliği ise karşılıklı açıklanabilen değişimi göstermektedir (Büyüköztürk, 2015). Verilerin analizi SPSS 25 programı ile yapılmış ve %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır.

### Bulgular

Bu bölümde araştırmada elde edilen sonuçlara göre bulgulara yer verilmiştir.

**Tablo 3. Dindarlık Düzeylerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı ve Dindarlık Düzeylerinin Karşılaştırılması**

Dindarlık Düzeyine Göre SMB Alt Boyut Puanlarına İlişkin Betimsel İstatistik

Alt Boyut	Dindarlık Düzeyi	N	Ort.	S. Sapma
Meşguliyet	Düşük	151	35,85	12,01
	Normal	214	32,59	11,45

	Yüksek	342	28,44	11,02
	Total	707	31,28	11,74
Duygu durumu	Düşük	151	13,25	5,48
	Normal	214	11,28	5,70
	Yüksek	342	10,04	4,87
	Total	707	11,10	5,40
Tekrarlama	Düşük	151	11,89	5,80
	Normal	214	10,63	4,93
	Yüksek	342	9,50	4,83
	Total	707	10,35	5,16
Çatışma	Düşük	151	42,77	18,48
	Normal	214	37,41	15,90
	Yüksek	342	31,45	12,44
	Total	707	35,67	15,62
SMBG	Düşük	151	103,76	36,41
	Normal	214	91,91	32,30
	Yüksek	342	79,42	28,21
	Total	707	88,40	32,78

Sosyal medya bağımlılığı alt boyut ortalamalarının dindarlık düzeylerine göre durumu incelendiğinde bütün alt boyutlarda düşük dindarlık düzeyindekilerin ortalaması daha yüksek iken yüksek dindarlık düzeyinde olanların ortalaması ise en düşüktür. Bu farklılaşmanın istatistiksel olarak anlamlılığını belirlemek için Tek yönlü varyans (ANOVA) testi yapılmıştır.

Dindarlık Düzeyine Göre SMB Alt Boyut Puanlarına İlişkin ANOVA Değerleri

		Kareler Top.	sd	Kareler Ort.	F	P	$\eta^2$
Meşguliyet	Gruplar arası	6286,451	2	3143,226	24,317	0,000*	0,065
	Gruplar içi	90999,212	704	129,26			
	Toplam	97285,663	706				
Duygu durumu	Gruplar arası	1089,576	2	544,788	19,666	0,000*	0,053
	Gruplar içi	19502,69	704	27,703			
	Toplam	20592,266	706				
Tekrarlama	Gruplar arası	625,112	2	312,556	12,089	0,000*	0,033
	Gruplar içi	18201,895	704	25,855			
	Toplam	18827,007	706				
Çatışma	Gruplar arası	14338,073	2	7169,036	31,979	0,000*	0,083
	Gruplar içi	157821,452	704	224,178			
	Toplam	172159,525	706				
SMBG	Gruplar	65812,90	2	32906,4	33,44	0,000	0,087

arası	4	52	7	*
Gruplar içi	692620,6	704	983,836	
	15			
Toplam	758433,5	706		
	19			

\* 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Meşguliyet alt boyutunda ANOVA Sonuçlarına  $F_{(2,706)}=24,317$  ve  $p=0,000<0,05$  olduğundan dolayı dindarlık düzeylerine göre oluşan fark istatistiksel olarak anlamlıdır. Farklılaşmanın hangi alt boyutlar arasında olduğunu belirlemek için grup varyansları eşit kabul edildiği ve örneklemeler eşit olmadığından dolayı post hoc testlerden LSD testi yapılmıştır. Test sonucuna göre tüm alt boyutlarda farklılaşma olduğu görülmektedir. Dindarlık düzeyi yüksek olanların her iki gruba göre ortalaması daha düşüktür. Dindarlık düzeyi normal olanlar ise düşük gruba göre yüksek ama dindarlık düzeyi yüksek olan gruba göre ise düşüktür. Etki büyüklüğüne ( $\eta^2=0,065$ ) bakıldığında orta etki düzeyindedir.

Duygu durumu alt boyutunda ANOVA sonuçlarına  $F_{(2,706)}=19,666$  ve  $p=0,000<0,05$  olduğundan dolayı dindarlık düzeylerine göre oluşan fark istatistiksel olarak anlamlılık düzeyindedir. Farklılaşmanın hangi düzeyler arasında olduğunu belirlemek için grup varyansları eşit olmadığından dolayı post hoc testlerden Dunnett C testi yapılmıştır. Test sonucuna göre farklılaşma bütün düzeylerdedir. Dindarlık düzeyi yüksek olanların her iki gruba göre ortalaması daha düşüktür. Dindarlık düzeyi normal olanlar ise dindarlık düzeyi düşük gruba göre yüksek ama dindarlık düzeyi yüksek olan gruba göre ise düşüktür. Etki büyüklüğüne ( $\eta^2=0,053$ ) bakıldığında küçük etki düzeyindedir.

SMBG'nin tekrarlama alt boyutunda ise ANOVA sonuçlarına  $F_{(2,706)}=12,089$  ve  $p=0,000<0,05$  olduğundan dolayı dindarlık düzeylerine göre oluşan fark istatistiksel olarak anlamlılık düzeyindedir. Farklılaşmanın hangi düzeyler arasında olduğunu belirlemek için grup varyansları eşit olmadığı ve örneklemeler eşit olmadığından dolayı post hoc testlerden Dunnett C testi yapılmıştır. Test sonucuna göre farklılaşma bütün düzeylerdedir. Dindarlık düzeyi yüksek olanların her iki gruba göre ortalaması daha düşüktür. Etki büyüklüğüne ( $\eta^2=0,033$ ) bakıldığında küçük etki düzeyindedir.

Çatışma alt boyutunda ANOVA sonuçlarına  $F_{(2,706)}=31,979$  ve  $p=0,000<0,05$  olduğundan dolayı dindarlık düzeylerine göre oluşan fark istatistiksel olarak anlamlılık düzeyindedir. Farklılaşmanın hangi düzeyler arasında olduğunu belirlemek için grup varyansları eşit olmadığı ve örneklemeler eşit olmadığından dolayı post hoc testlerden Dunnett C testi yapılmıştır. Test sonucuna göre farklılaşma bütün düzeylerde. Dindarlık düzeyi yüksek olanların her iki gruba göre ortalaması daha düşüktür. Dindarlık düzeyi normal olanlar ise dindarlık düzeyi düşük gruba göre yüksek ama dindarlık düzeyi yüksek olan gruba göre ise düşüktür. Etki büyüklüğüne ( $\eta^2=0,083$ ) bakıldığında orta etki düzeyindedir.

SMBG ANOVA sonuçlarına  $F_{(2,706)}=33,447$  ve  $p=0,000<0,05$  olduğundan dolayı dindarlık düzeylerine göre oluşan fark istatistiksel olarak anlamlılık düzeyindedir. Farklılaşmanın hangi düzeyler arasında olduğunu belirlemek için grup varyansları eşit olmadığı ve örneklemeler eşit olmadığından dolayı post hoc testlerden Dunnett C testi yapılmıştır. Test sonucuna göre farklılaşma bütün düzeylerde. Dindarlık düzeyi yüksek olanların her iki gruba göre ortalaması daha düşüktür. Dindarlık düzeyi normal olanlar ise dindarlık düzeyi düşük gruba göre yüksek ama dindarlık düzeyi yüksek olan gruba göre ise düşüktür. Etki büyüklüğüne ( $\eta^2=0,087$ ) bakıldığında orta etki düzeyindedir.

Alt Boyut	Dindarlık Puanı
Meşguliyet	-,274**
Duygu durumu	-,264**
Tekrarlama	-,213**
Çatışma	-,338**
SMBG	-,336**

\*\* 0.01 düzeyinde anlamlıdır

Dindarlık puanı ile meşguliyet alt boyutunda ( $r= -,274$ ,  $p>0.01$ ); duygu durumu alt boyutunda ( $r= -,264$ ,  $p>0.01$ ) negatif, düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Karşılıklı değişimin ( $r= -,264$ ,  $p>0.01$ ) şeklinde olduğu görülmektedir. Dindarlık puanı ile tekrarlama alt boyutunda ( $r= -,213$ ,  $p>0.01$ ); duygu durumu alt boyutunda ( $r= -,264$ ,  $p>0.01$ ) ve çatışma alt boyutunda ( $r= -,338$ ,  $p>0.01$ ) negatif,



düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Dindarlık puanı ile SMBG negatif, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır ( $r = -.336, p > 0.01$ ).

Verilerden hareketle dindarlık ile sosyal medya bağımlılığı arasında genel olarak negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu ifade edebiliriz. Bir başka deyişle, dindarlık düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığı azalmaktadır.

### **Tartışma ve Sonuç**

Ülkemizde yoğun bir şekilde internet kullanılmakta ve internet kullanıcılarının %80,9'u interneti sosyal medya hesaplarına erişmek için kullanmaktadır. Sosyal medya ağları ile anlık mesajlaşma programları toplumumuzda yaygın olarak kullanılmaktadır. En yaygın olarak kullanılan sosyal medya aracı facebook'tur ve 42 milyon facebook kullanıcısının %36'sını 20 – 29 yaş grubu oluşturmaktadır (Turan, 2016). Ergenler ve gençler genelde interneti ve özelde ise sosyal medyayı; haber okumak, bilgi edinmek, ders çalışmak gibi amaçlar için kullanmanın yanında yaygın olarak eğlenmek, arkadaş edinmek, sohbet etmek, arkadaşları ile randevulaşmak için de kullanmaktadır (Turan, 2015).

Ergenlerde sosyal medya ve dindarlık ilişkisini araştırdığımız çalışmamızda sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt boyutları olan; meşguliyet, duygudurum, tekrarlama ve çatışma boyutlarıyla dindarlık arasında negatif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle ergenlerde dindarlık düzeyi yükseldikçe sosyal medya bağımlılığı da düşmektedir. Bu veriler din ya da dindarlığın yaygın olan sosyal medya bağımlılığı üzerinde koruyucu/önleyici bir fonksiyonunun olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Elde ettiğimiz veriler alanyazınla uyumludur. Nitekim Turan'ın (2018a), 416 öğrenci örneklemini üzerinde yürüttüğü çalışmada katılımcıların bireysel dindarlık algıları ve sosyal medya kullanım düzeylerini belirlemeye yönelik sorular oluşturulmuş ve sonuçta; dindarlık algısı ile yalnızlık, olumsuz dini başa çıkma, sosyal medyada görünürlük düzeyi ve kullanılan sosyal medya sayısı arasında negatif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Yani dindarlık algıları yükselen bireylerin kullandıkları sosyal medya sayısının da azaldığı, dindarlık ile kullanılan sosyal medya sayısı arasında anlamlılık düzeyinde ( $p < 0,05$ ) ve negatif yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, öğrencilerin kendilerini dindar olarak algılama düzeyine göre üye olunan ve hesap oluşturulan sosyal medya sayısı azalmakta, dindarlığı artan bireyin hayatından memnuniyeti artmakta, yalnızlık oranları düşmekte, sosyal medyaya daha az yönelmektedirler (Turan, 2018).

Beyoğlu Anadolu İmam Hatip Lisesinde okuyan, yaşları 14-18 arasında değişen 150 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada; sosyal medya bağımlılık puanının Facebook ve Instagram kullandığını söyleyenlerde anlamlı düzeyde daha yüksek, sosyal medyayı eğlence amaçlı kullananlarda hem internet bağımlılığı hem de sosyal medya bağımlılığının diğerlerine göre anlamlı derecede fazla olduğu, ibadete bağımlılığı az veya orta düzeyde olanların internet ve sosyal medya bağımlılığının anlamlı düzeyde fazla olduğu ve sürekli spor yapanlarda internet bağımlılığının anlamlı derecede daha düşük düzeyde olduğu bulgularına yer verilmiştir (Ankaralı, 2019). Yazara göre, başarılı eğitim veren okullarda, başarılı öğrencilerde internet ve sosyal medya bağımlılığının daha düşüktür. Ayrıca dini inancının gereklerini yerine getirmeye daha çok gayret eden öğrencilerde internet/sosyal medya bağımlılığı oranı azalmaktadır (Ankaralı, 2019).

Bir diğer çalışmada Karşlı (2019), öğrencilerin yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik durum, sigara kullanımı ve kişilik yapısını içeren demografik özellikleri ile internet bağımlılığı ve dindarlık ilişkisini incelenmiş ve sonuçta; cinsiyet ve kişilik yapısı ile internet bağımlılığı arasında pozitif; içsel dini motivasyon, dini bilinç, dini değer ve dini şuur ile internet bağımlılığı arasında negatif yönlü ilişkiler tespit etmiştir (Karşlı, 2019). Yazar, dini bağlılığı yüksek olan bireylerin internet bağımlılığının düşük çıkmasında “dinin aşırılık, israf, sağlığı koruma, emanete riayet, müstehcenlik ve ifşa ile ilgili emir ve yasaklarına itaat eğilimi, dinin bireye kazandırmış olduğu anlam, amaç, sorumluluk, vicdan ve otokontrol duygusu; günahlardan ötürü ilahi cezaya uğrama korkusu, dinin emirlerine uygun bir şekilde yaşayarak Allah’ın rızasını kazanma ve Cennet’e girme arzusunun etkili olmuş olabileceğini” öne sürmektedir.

Ulusal’ın (2019) Ankara’ya bağlı merkez ilçelerden 2si temel lise, 2 meslek lisesi ve 2 Anadolu imam hatip lisesi olmak üzere 4’ü devlet okulu toplam 6 lise ve bu liselerde öğrenim gören 260’ı kız 245’i erkek toplam 505 öğrenci ile gerçekleştirdiği çalışmada, meslek lisesi öğrencilerinin diğer öğrencilere göre dindarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Sosyal medyaya yönelik olumlu tutum toplam puanları değerlendirildiğinde puanların okul türlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşarak meslek lisesi öğrencilerinin, diğer lise öğrencilerine göre sosyal medyaya yönelik olumlu tutumların daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Erol’un (2019) araştırmasında ise, imam hatip lisesi (İHL) öğrencileri genel olarak sosyal medyayı kullanmaya daha geç başladığı ve daha seyrek veya daha kısa sürelerde kullandıkları tespitine yer verilmiştir. Ayrıca İHL öğrencilerinin daha az

sayıda sosyal medya hesaplarının olduğu ve tanımadıkları kişilerin takip veya arkadaşlık isteklerini kabul etme oranlarının düşük olduğu, sosyal medyadaki ahlaki olgunlukları daha yüksek olan imam hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medyayı diğer öğrencilere göre çoğu yönden daha dikkatli kullandığı tespitlerine yer verilmiştir. Yazara göre, imam hatip lisesi öğrencilerinin ahlaki olgunlukları da diğer okullara göre daha yüksektir

Korkmaz ve Mehmedoğlu'nun (2018), araştırmasında ise problemlerli internet kullanımı, siber zorbalık ve dindarlık ilişkisi üzerine 1130 katılımcı üzerinde bir çalışma yürütülmüş ve çalışmanın sonucunda dindarlık düzeyi ile problemlerli internet kullanımı arasında negatif yönlü bir korelasyon saptanmıştır. Turan'ın (2018b), Ordu Üniversitesinin çeşitli fakülte ve bölümlerinde öğrenim gören 341 öğrenciyle gerçekleştirdiği araştırmasında; cinsiyetin, dindarlık ve sosyal medyada benliğini övme/böbürlenme ile ideal benliğin icrası alt boyutlarında farklılığa yol açtığı, ilahiyat fakültesi öğrencilerinin dindarlığın tüm boyutlarında diğer fakülte öğrencilerinden daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ve benlik saygısı ile sosyal medyada kendini yüceltme ve kendini ifade etme alt boyutları arasında negatif yönde anlamlılık düzeyinde ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Meydan ve meslektaşlarının (2018) araştırmasında ise, Zonguldak'taki farklı lise türlerinde öğrenim gören 429 öğrenciye anket uygulanmış ve araştırma sonucunda gençlerin büyük çoğunluğunun (%80) günde en az 1 saat sosyal medyada vakit geçirdiği; en çok kullandıkları sosyal medya platformlarının ise fikir, düşünce paylaşımından ziyade görsel, hareketli ve anlık durum paylaşımına odaklanan platformlar olduğu ve sosyal medyada fazla vakit geçirenlerin, daha az vakit geçirenlere oranla hayatı amaçsız olarak değerlendirme eğilimlerinin daha fazla olduğu bulgularına yer verilmiştir.

Yurtdışında yapılan çalışmalarda da benzer sonuçların olduğunu ifade edebiliriz. Şöyle ki, Armfiel ve Holbert (2009:142) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir çalışmada, dindarlık ile problemlerli internet kullanımı arasında negatif yönlü anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır. Almenayes'in (2015) araştırmasında da sosyal medya kullanımı ile dindarlık arasında negatif anlamlı bir sonucun olduğu tespitine yer verilmiştir. Almenayes'in (2014) bir diğer araştırmasında problemlerli internet kullanım türlerinden olan sosyal medya bağımlılığı ile dindarlık ilişkisi üzerine araştırma yapılmış ve çalışmanın sonuçlarına göre dindarlık ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yine Braun ve meslektaşları (2016) tarafından Güney Kore'de gerçekleştirilen bir başka çalışma da Tanrı inancı güçlü olan kişilerin çevrimiçi oyun oynama ve dijital

oyun bağımlılık seviyelerinin Tanrı inancı düşük olan kişilere göre daha az seviyede olduğu belirlenmiştir.

Sonuç olarak; sosyal medya, günümüzde gençliği çok geniş ve derin bir şekilde etkilemektedir. Sosyal medyanın, sağlıklı, yerinde ve kararında kullanılması durumunda hiç şüphesiz gençlere, topluma zaman ve mekân yönünden çok büyük imkanlar sunabilmekte ve yerinde, ölçülü ve dikkatli bir şekilde kullanılması genç bireylerin gerek fiziksel ve gerekse ruhsal dünyalarında tahribatların oluşmaması için önem taşımaktadır. Sosyal medyanın problemli kullanımı psikolojik rahatsızlıklarla birlikte değerlerin çözülmesine de katkı sağlamaktadır. Nitekim Düvenci (2012), araştırmasında "internet ortamı toplumun ahlaki değerlerini koruyor" ifadesine katılımcıların %25'inin "kesinlikle katılmadığını" %41'nin "katılmadığını", %28 "kararsız" olduğunu tespit etmiştir. Bu ifadeye sadece %5 kişi olumlu yaklaşmıştır. Benzer şekilde UHİM (2011) tarafından yapılan mülakatta katılımcıların yaklaşık %71'i internetin ve sosyal medyanın utanmayı unutturduğunu, internet ortamında bastırılmış duyguların ortaya çıktığını, sosyal medyada kişilerin kimliklerinin bilinmemesinin ahlaki değerlerden uzaklaşmaya ve mahremiyet sınırlarının genişlemesine yol açtığını dile getirmişlerdir (akt. Turan, 2015). Berson ve Berson (2003), 12-18 yaş arasındaki genç kızların %74'ünün zamanlarının büyük çoğunluğunu sohbet odalarında ya da mesajlaşma ile geçirdiklerini dile getirerek bir anlamda bu tehlikeye işaret etmektedirler.

Bu bilgilerden hareketle sosyal medyanın olumsuzluklarının en aza indirilmesi ile birlikte gençlerin faydalanabileceği bir araç haline dönüşebileceği ifade edilebilir. Ebeveynlerin çocuklarının denetiminde hassas olmaları, internette geçirdikleri zaman dilimini sınırlandırmaları ve en önemlisi internet ve cep telefonunu hangi amaç için kullandıklarını ve sosyal medyayı hangi amaçlar için kullandıklarını takip etmeleri önem kazanmaktadır. Öte yandan sosyal medyanın olumsuzlarının en aza indirilmesinde din, ahlak ve değerler silsilesinin etkin bir rol oynadığını da belirtmekte fayda var. Bu anlamda eğitim programlarının gençlerin ahlaki olgunluklarına katkı sağlayacak karakter, din ve değer eğitimi gibi alanlarla desteklenmesi yerinde olacaktır. Gençlerin eğitim süreçlerinde internetin ve sosyal medyanın doğru kullanımı ve tehlikeleri hakkında bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Duygu ve davranış kontrolü eğitiminin verilmesi kadar dini ve manevi değerlerin sağlıklı bir din eğitimi ile gerçekleştirilmesi sosyal medya bağımlılığı sorununun çözümü için katkı sağlayabilecektir. En nihayetinde toplumda değerlerin sürdürülebilmesinin, yerleşebilmesinin en önemli yollarından birisi çocuk

ve gençlerin bu değerler manzumesi ile yetiştirilmesi, eğitim sürecinde öğretimden de önce değerlerin işlenmesi olacaktır.

### **Kaynakça**

Agarwal, V., & Kar, S. K. (2015). Technology addiction in adolescents. *Journal of Indian Association for Child and Adolescent Mental Health- ISSN 0973-1342*, 11(3), 170-174.

Almenayes, J. J. (2014). Religiosity and the Perceived Consequences of Social Media Usage in a Muslim Country. *Journal of Arts and Humanities (JAH)*, 3 (5), 108-117.

Almenayes, J. J. (2015). Empirical analysis of religiosity as predictor of social media addiction. *Journal of Arts and Humanities*, 4(10), 44-52.

Ankaralı, H. (2019). Beyoğlu Anadolu İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi, Başarı ile İlişkisi ve Bağımlılık Üzerine Etkili Faktörler. *Kalemname*, 4(8), 301-331.

Armfield, G. G ve Holbert, L. R. (2009). “The relationship between religiosity and internet use”. *Journal of Media and Religion*, 2 (3): 129-144.

Berson, I. R., & Berson, M. J. (2003). Digital literacy for effective citizenship. (Advancing Technology). *Social Education*, 67(3), 164-168.

Braun, B., Kornhuber, J., Lenz, B ve diğ. (2016). “Gaming and religion: the impact of spirituality and denomination”. *Journal of Religion and Health*, 55: 1464-1471.

Carpenter, C.J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-Promotional and Anti-Social Behavior. *Personality and Individual Differences*, 52(4), 482-486.

Charlton, J.P., Soh, P.C., Ang, P.H. ve Chew, K.W. (2013). Religiosity, Adolescent Internet Usage Motives and Addiction. *Information, Communication & Society*, 16: 10, ss. 1619-1638.

Clayton, R.B., Osborne, R.E., Miller, B.K., Oberle, C.D. (2013). Loneliness, Anxiousness, and Substance use as Predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 29, 687–693.

Çoban, R. (2013). *Lise Öğrencilerinde Dindarlık ve Sanal Bağımlılık Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma (Burdur Gölhisar Örneği)*. Basılmamış

Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dağıtmaç, M. (2015). *Sosyal Medya Bizi Neden Kullanır*. İstanbul: Okurakademi yayınları.

Düvenci, A., (2012). Ağ Neslinin İnternet Kullanımı Üzerinde Sosyal Medya Etkisinin Sosyal Sapma Yaklaşımı ile incelenmesi, (Basılmamış Doktora Tezi), *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.

Erol, G., & Hassan, A. (2014). Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi. *Journal of International Social Research*, 7(31).

Erol, H. T. K. (2019). *Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Aktiviteleri ve Ahlaki Olgunlukla İlişkisi* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi, Turkey).

Fardouly, J., Diedrichs, J.P., Vartanian, L.R., Halliwell, E. (2015). Social Comparisons on Social Media: The Impact of Facebook on Young Women's Body Image Concerns and Mood. *Body Image*, 13, ss. 38–45.

Fox, J. Ve Rooney, M.C. (2015). The Dark Triad and Trait Self-Objectification as Predictors of Men's use and Self-Presentation Behaviors on Social Networking Sites. *Personality and Individual Differences*, 76, ss. 161–165.

Griffiths, M.D. (2013). Adolescent Mobile Phone Addiction: A Cause For Concern? *Education And Health*, Vol.31 No. 3, ss.76-78.

Gürsu, O. (2016). Değerlerin çözülmesi bağlamında medya, bilişim ve iletişim teknolojilerinin insan psikolojisi üzerindeki etkisi. *Eğitimde Gelecek Arayışları: Dünden bugüne Türkiye'de Beceri, Ahlak ve Değerler Eğitimi Uluslararası Sempozyumu Bildiriler*. Haz., Arzu Güvenç Saygın ve Murat Saygın. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları, 811-830.

Gürsu, O. (2018). *Bağımlılık ve Din: Nöropsikolojik Bir Yaklaşım*, İstanbul: Dem Yayınları.

Hamilton, N.F. ve Rubin, A. (1992) The Influence of Religiosity on Television Viewing, *Journalism Quarterly*, vol. 69, no. 3, ss. 667–678.

Hazar, M. (2011), Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, sayı: 32, ss. 151-176.

Karlı, N. (2019). Gençlerde İnternet Bağımlılığı ve Dindarlık. *OMUIFD: Ondokuz Mayıs University Review of the Faculty of Divinity*, (46).

Kirschner, P.A. ve Karpinski, A.C., (2010). Facebook® and Academic Performance. *Computers in human behavior*, 26(6), ss. 1237-1245.

Knabb, J.J. ve Pelletier, j. (2014). The Relationship Between Problematic Internet use, God Attachment, and Psychological Functioning Among Adults at a Christian University. *Mental Health, Religion & Culture*, Vol. 17, No. 3, ss. 239–251.

Korkmaz, S., & Mehmedoğlu, A. U. (2018). Dindarlık, siber zorbalık ve problemlili internet kullanımı ilişkisine dair nicel bir araştırma. *Dini Araştırmalar*, 21(53 (15-06-2018)), 35-54.

Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medyada Çekicilik ve Bağımlılık: Facebook Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Beta Yayınları.

Meydan, H., Aybey, S., Dikmen, F. & Dikmen, S. (2018). Sosyal medya ve gençlik değerleri: Zonguldak'ta liselerde öğrenim gören gençler üzerine bir inceleme. *Türkiye Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 7, 125-143

Ögel K. (2014). *İnternet Bağımlılığı, İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak*. 2. Baskı, İstanbul: Kültür Yayınları.

Rosen, L. D. (2011). *Poke me: How social networks can both help and harm our kids*. <http://www.fenichel.com/pokeme.shtml> (E.T. 15.07.2015).

Rosen, L.D., Whaling, K. Rab, S., Carrier, L.M., Cheever, N.A. (2013). Is Facebook creating “iDisorders”? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 29, 1243–1254

Ryan, T., Chester, A., Reece, J., ve Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133–148

Stack, S., Wasserman, I. ve Kern, R. (2004) Adult social bonds and use of internet pornography, *Social Science Quarterly*, vol. 85, no. 1, ss. 75–88.

Touraine, A. (2002). *Modernliğin Eleştirisi*. (çev. Hülya Uğur Tanrıöver), İstanbul: Cogito YKY.

Turan, Y. (2015). İletişim araçlarının mahremiyet algısını şekillendirmedeki rolü. *Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu II* (Ed: Y. Ünal, YB Gündoğdu, Şevket Pekdemir ve Hasan Atsız), Ordu İlahiyat Vakfı Yayınları, Ordu, 11-33.



Turan, Y. (2016). Sosyal Medyanın Kimlik Gelişimindeki Rolü. *Uluslararası Kişilik ve Karakter İnşasında Dinin Yeri Sempozyumu*, 399-420

Turan, Y. (2018a). Yalnızlıkla başa çıkma: Yalnızlık, dini başa çıkma, dindarlık, hayat memnuniyeti ve sosyal medya kullanımı. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 22(1), 395-434.

Turan, Y. (2018b). Dindarlık Benlik Saygısı ve Sosyal Medyada Benlik Odaklı Doymalar/Religiosity, Self-Esteem and Self-Focused Gratifications in Social Media. *Journal of History Culture and Art Research*, 7(5), 624-650.

Ulusal, R. (2019). *Ergenlik döneminde narsisizm, dindarlık ve sosyal medya tutumları ilişkisi* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi, Turkey).

Vural, Z., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 3348-3382.

Young, K. S. (2004). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American behavioral scientist*, 48(4), 402-415.