

Sosyal Medya Bağımlılığı

Sanal Âlemde Kaybolan Benlik ve Dini Yönelim

Dr. Rumeysa Nur TÜRKER DAYAN



FCR YAYIN LTD.

Genel Yayın No | General Publication Number: 1581

FCR Sertifika no | Certificate Number: 46550

ISBN: 0000 0004 4657 1968

ROR ID: ror.org/00zznvq98

Eskiyeni Yayınları

Yayın No | Publication Number: 304

Kitap Adı: Sosyal Medya Bağımlılığı -Sanal Âlemde Kaybolan Benlik ve Dini Yönelim-

Book Title: Social Media Addiction -Lost Self in the Cyber World and Religious Orientation-

ISBN: 978-625-5536-17-4

DOI: doi.org/10.70458/fcr.9786255536174

Yazar | Author: Rumeysa Nur TÜRKER DAYAN | orcid.org/0000-0003-3477-7048

Kurum | Institution: Milli Eğitim Bakanlığı

ROR ID: ror.org/00jga9g46

Yayın Türü | Publication Type: Kitap | Book – Monograph

Yayın Dili | Language: Türkçe | Turkish

Ebat | Dimensions: 13,5 x 21 cm

Baskı Sayısı | Edition: 1

Sayfa Sayısı | Pages: 361

Yayın Tarihi | Publication Date: Mart | March 2025

Yayın Yeri | Place of Publication: Ankara, Türkiye

Mizanpaj ve Kapak | Layout and Cover Design: FCR

Baskı ve Cilt | Printing and Binding: NY MATBAACILIK (Sertifika no: 50732)

Konu Kategorisi | Subject Categories

BIC: JMH | Din Psikolojisi | Psychology of religion

BISAC: RELO12110 | Din / Psikoloji | Religion / Psychology

THEMA: QRM | Din Psikolojisi | Psychology of religion

LC: BL53 | Din ve Psikoloji | Religion and psychology

Atf Bilgisi | Cite as: Türker Dayan, Rumeysa Nur. *Sosyal Medya Bağımlılığı -Sanal Âlemde Kaybolan Benlik ve Dini Yönelim-*. Ankara: Eskiyeni Yayınları, 2025.

© All rights reserved | FCR YAYIN LTD.



Hacı Bayram Mah. Boyacılar Sk. No: 14/1 06050
Altındağ-Ankara/TÜRKİYE • Tel: +90 (312) 310 08 60
www.fcr.com.tr • fcr@fcr.com.tr

Sosyal Medya Bağımlılığı

Sanal Âlemde Kaybolan Benlik ve Dini Yönelim

Dr. Rumeysa Nur TÜRKER DAYAN

Ankara 2025

Yazar Hakkında | About the Author

Dr. Rumeysa Nur TÜRKER DAYAN

1994 yılında memleketi Çankırı (Kurşunlu)'da doğdu. İlköğrenimini Erzurum'da, ortaokul ve lise öğrenimini Erzincan'da tamamladı. İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi İlahiyat (İngilizce) bölümünden 2017 yılında mezun oldu. 2023 yılında İstanbul Üniversitesi Çocuk Gelişimi lisans bölümünü bitirdi. 2019 yılında Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Din Psikolojisi alanında "Savaş Mağduru Sığınmacı Çocuklarda Hayat ve Tanrı Algısı: 7-12 Yaş Arası Suriyeli Çocuklar" isimli çalışmasıyla yüksek lisansını tamamladı. 2024 yılında Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Din Psikolojisi alanında "Ergenlik Dönemindeki Gençlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Algısı ve Dini Yönelim: Polatlı Örneği" isimli çalışmasıyla doktoraasını tamamladı. 2019 yılından bu yana Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı bir lisede öğretmenlik yapan yazar evli ve bir çocuk annesidir.

The author was born in 1994 in his hometown of Çankırı (Kurşunlu). She completed her primary education in Erzurum and her secondary and high school education in Erzincan. She graduated from Istanbul University Faculty of Theology, Department of Theology (English) in 2017. She graduated from Istanbul University Child Development Department in 2023. In 2019, she completed her master's degree in the Psychology of Religion at Ankara Yıldırım Beyazıt University Social Sciences Institute with her study titled "Perception of Life and God in War Victim and Refugee Children: Syrian Children Between the Ages of 7-12". In 2024, she completed her doctorate in the Psychology of Religion at Ankara Yıldırım Beyazıt University Social Sciences Institute with her study titled "Social Media Addiction, Self-Perception and Religious Orientation in Adolescents: Polatlı Example". The author, who has been teaching at a high school affiliated with the Ministry of National Education since 2019, is married and a mother of one child.

Kitap Hakkında

Sosyal Medya Bağımlılığı

Sanal Âlemdede Kaybolan Benlik ve Dini Yönelim

Günümüzün haz ve hız çağında sosyal medya artık pek çok insanın hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Dijital âlemin sanal büyü süne kapılan modern insan, denetimsiz özgürlüğün yeni dünyasına adım atarken gerçek benliği ile yeniden kurguladığı sanal benliğin arasında kalarak kendine yabancılaşmaktadır. Sosyal medyanın insanların beğenilme, takdir edilme, onaylanma, sosyalleşme gibi ihtiyaçlarını karşılamayı vadettiği dijital çağda bireyler, benliklerini sanallığın ve gerçekliğin kesişim kümesinde yer alan kriterlere göre yeniden inşa etmektedirler. Dinin kontrol alanından çıkan modern insan, dinin yüklediği sorumluluklardan uzaklaşmanın verdiği sınırsız özgürlük ve haz arayışını sosyal ağların sağladığı yeni imkânlarla gidermeye çalışmaktadır. Sosyal medyanın sunduğu tüketim kültürünün hegemonyasındaki bireyin kendi özünü bulması ve dengeye ulaşması için dinin insana sunduğu anlam dünyasına yeniden adım atması, dijital bağımlılığın yarattığı çıkmazın ötesine geçerek gerçek yaşamın kapılarını aralaması gerekmektedir. Bu kitap sosyal medya bağımlılığı ile benlik algısı arasındaki ilişkide dini yönelimin nasıl deneyimlendiğini; diğere bir deyişle dijital kültürün etkisi altında yetişen gençlerin benliklerini ve dini yönelimlerini nasıl şekillendirdiklerini din psikolojisi perspektifinden inceleyerek ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din Psikolojisi; Sosyal Medya Bağımlılığı; Benlik Algısı; Gençlik; Ergenlik; Dini Yönelim; Tüketim; Mahremiyet; Görünüm Çağında Dindarlık

About the Book

Social Media Addiction

Lost Self in the Virtual World and Religious Orientation

In today's age of pleasure and speed, social media has become an inseparable part of many people's lives. The modern person, who is caught in the virtual magic of the digital world, is alienated from himself by being caught between his real self and the virtual self he has reconstructed while stepping into the new world of uncontrolled freedom. In the digital age, where social media promises to meet people's needs such as being liked, appreciated, approved, and socialized, individuals are reconstructing their selves according to the criteria at the intersection of virtuality and reality. The modern person, who has left the control area of religion, is trying to eliminate the unlimited freedom and pleasure search provided by moving away from the responsibilities imposed by religion with the new opportunities provided by social networks. In order for the individual in the hegemony of the consumer culture offered by social media to find his own essence and reach balance, he needs to step back into the world of meaning offered by religion, go beyond the dead end created by digital addiction and open the doors of real life. This book examines how religious orientation is experienced in the relationship between social media addiction and self-perception; in other words, how young people growing up under the influence of digital culture shape their self and religious orientation from the perspective of religious psychology.

Keywords: Psychology of Religion; Social Media Addiction; Self-Perception; Youth; Adolescence; Religious Orientation; Consumption; Privacy; Religiosity in the Age of Appearance

İÇİNDEKİLER

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	12
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	12
TABLolar DİZİNİ.....	12
ÖN SÖZ	15
GİRİŞ.....	17

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	25
1.1. Sosyal Medyanın Tanımı.....	25
1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri.....	26
1.3. Sosyal Medya Kullanımı.....	27
1.3.1. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları.....	30
1.3.1.1. Kendini İfade Etme Arzusu ve Bilgi Paylaşımı.....	31
1.3.1.2. Duygusal Yoksunluğu Giderme ve Sosyal İzolasyon.....	32
1.3.1.3. Beğenilme ve Kabul Görme İsteği.....	33
1.3.1.4. Gündemi Kaçırma Korkusu.....	33
1.3.1.5. Moda ve Tüketim Olgusu	34
1.3.1.6. Şöhret Kültürü, Rol Model Oluşturma ve Sosyal Kıyas..	36
1.3.1.7. Statü ve Prestij Oluşturma.....	37
1.3.2. Davranışsal Bağımlılık Olarak Sosyal Medya	38
1.3.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlişkili Kuramlar	49
1.3.3.1. Young'un Bağımlılık Kuramı ve Tanı Kriterleri	49
1.3.3.2. Goldberg'in Bağımlılık Tanı Kriterleri	52
1.3.3.3. Davis'in Bilişsel Davranışçı Bağımlılık Kuramı ve Tanı Kriterleri.....	53
1.3.3.4. Suler'in Bağımlılık Kuramı ve Tanı Kriterleri	56
1.3.3.5. Griffiths'in Bileşen Modeli ve Tanı Kriterleri.....	59
1.4. Benlik Algısı	63
1.4.1. Benlik-Kişilik-Kimlik	63
1.4.2. Benliğin Boyutları	75
1.4.2.1. Gerçek Benlik-İdeal Benlik	75

1.4.2.2. Sosyal Benlik ve İdeal Sosyal Benlik.....	77
1.4.2.3. Ayna Benlik	77
1.4.2.4. İlişkisel Benlik ve Ayrık Benlik.....	82
1.4.3. Benlik ile İlişkili Kavramlar	84
1.4.3.1. Benlik Algısı	84
1.4.3.2. Benlik Saygısı	87
1.4.3.3. Benlik Sunumu	88
1.4.3.4. Benlik Bilinci (Öz Farkındalık)	91
1.4.4. Dijital Benlik ve Dijital Bağlamda Benlik Sunumu.....	91
1.4.4.1. Narsistik Dışavurum ve Narsistik Merkezileşme.....	94
1.4.4.2. Sosyal Kıyas ve Negatif Kendilik Algısı	103
1.4.4.3. Sosyal Medya ve İdeal Sosyal Benlik Oluşturma	108
1.4.4.4. Sosyal Medya ve Sahte Benlik	112
1.4.4.5. Sosyal Medyada Benliği Paketleme, Kurgulama ve İzlenim Yönetimi	115
1.4.4.6. Sosyal Medya Ortamında Mahremiyet ve Teşhir.....	117
1.4.5. Benlik Algısı İle İlişkili Kuramlar.....	120
1.4.5.1. Carl Rogers'ın Benlik Kuramı	120
1.4.5.2. George Herbert Mead'ın Sembolik Etkileşim Kuramı ..	124
1.4.5.3. Hary Stack Sullivan'ın Kişilerarası Kuramı.....	131
1.4.5.4. Allport'un Benlik Kuramı ve Söylenti Teorisi.....	138
1.4.5.5. Bandura'nın Sosyal Bilişsel Kuramı	147
1.4.5.6. Festinger'in Sosyal Karşılaştırma Kuramı	151
1.4.5.7. Karen Horney'in İdealleştirilmiş Benlik ve Görkem Arayışı Kuramı.....	160
1.5. Ergenlik Döneminde Dini Yönelim, Benlik Algısı ve Sosyal Medya Kullanımı	166
1.5.1. Ergenlik Döneminde Dini Yönelim ve Dini Şüphe	166
1.5.2. Ergenlik Döneminde Benlik Algısı ve Dini Yönelim.....	175
1.5.3. Ergenlik Döneminde Sosyal Medya Kullanımı ve Dini Yönelim.....	182
1.5.3.1. Post-Modernitenin Dini Yönelim Modeli: Görünüm Çağında Dini Yönelim.....	182
1.5.3.2. Ergenlik Döneminde Sosyal Medya Kullanımı ve Dini Yönelim	184

1.5.3.3. Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Dinin Belirlediği Ölçü ve Sınırlarla Paylaşım	187
1.5.3.4. Sosyal Medyada Dinin İdeal Benliğin Sunumuna Etkisi	190
1.5.3.5. Sosyal Medya ve Dijital Cemaatler	193
1.5.3.6. Sosyal Medyada Din Adına Tüketim Algısı Oluşturma ve Pazar Yaratma.....	195
1.5.3.7. Sosyal Medyada İslami Değerleriyle Görünür Olma ve Giyim Tarzı ile Nesneleşme	197

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM	201
2.1. Araştırmanın Yöntemi ve Deseni.....	201
2.2. Araştırmanın Problemleri ve Hipotezler.....	202
2.2.1. Araştırmanın Problemi.....	202
2.2.2. Araştırmanın Hipotezleri	203
2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	204
2.4. Veri Toplama Araçları	204
2.4.1. Kişisel Bilgi Formu	205
2.4.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....	205
2.4.3. Benlik Kuramı Ölçeği	206
2.4.4. Yeniden Yapılandırılmış Müslüman Dini Yönelim Ölçeği..	207
2.4.5. Veri Toplama Araçlarına İlişkin Normallik Varsayımlarının Test Edilmesi	208
2.5. Verilerin Toplanması ve İstatistiksel Analizi	210
2.6. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	211
2.7. Örneklem Grubu ve Özellikleri	212
2.7.1. Örneklem Grubunun Yaşlara Göre Dağılımı	212
2.7.2. Örneklem Grubunun Cinsiyete Göre Dağılımı	213
2.7.3. Örneklem Grubunun Sınıf Düzeyine Göre Dağılımı.....	213
2.7.4. Örneklem Grubunun Sosyo-ekonomik Düzeylerine Göre Dağılımı	213
2.7.5. Örneklem Grubunun Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Dağılımı	214
2.7.6. Örneklem Grubunun Algılanan Anne Baba Tutumuna Göre Dağılımı	214

2.7.7. Örneklem Grubunun Sosyal Medya Uygulaması İçin Kullandıkları Cihazlara Göre Dağılımı.....	215
2.7.8. Örneklem Grubunun Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Algısı ve Dini Yönelim Düzeylerine İlişkin Tanımlayıcı Bulgular	216

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUMLAR	219
3.1. Sosyal Medya Bağımlılığı İle İlgili Bulgular ve Yorumlar.....	219
3.1.1. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yaş İlişkisine Yönelik Bulgular	219
3.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığı-Cinsiyet İlişkisine Yönelik Bulgular	220
3.1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı-Sosyo-Ekonomik Düzey İlişkisine Yönelik Bulgular	226
3.1.4. Sosyal Medya Bağımlılığı-Algılanan Anne-Baba Tutumu İlişkisine Yönelik Bulgular	229
3.1.5. Sosyal Medya Bağımlılığı-Okul Çeşidi İlişkisine Yönelik Bulgular	235
3.1.6. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Dini Yönelim Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	238
3.2. Benlik Algısı ile İlgili Bulgular ve Yorumlar.....	251
3.2.1. Ergenlerin Yaş Düzeyleri ile Benlik Algısı Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular	251
3.2.2. Benlik Algısı-Cinsiyet İlişkisine Yönelik Bulgular	253
3.2.3. Benlik Algısı-Sosyo-Ekonomik Düzey İlişkisine Yönelik Bulgular	254
3.2.4. Benlik Algısı-Algılanan Anne-Baba Tutumu İlişkisine Yönelik Bulgular	257
3.2.5. Benlik Algısı-Okul Çeşidi İlişkisine Yönelik Bulgular.....	261
3.2.6. Benlik Algısı ile Dini Yönelim Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	267
3.3. Dini Yönelim ile İlgili Bulgular ve Yorumlar.....	272
3.3.1. Ergenlerin Yaş Düzeyleri ile Dini Yönelim Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular	272

3.3.2. Dini Yönelim-Cinsiyet İlişkisine Yönelik Bulgular	276
3.3.3. Dini Yönelim-Sosyo-Ekonomik Düzey İlişkisine Yönelik Bulgular	279
3.3.4. Dini Yönelim-Algılanan Anne-Baba Tutumu İlişkisine Yönelik Bulgular	281
3.3.5. Dini Yönelim-Okul Çeşidi İlişkisine Yönelik Bulgular.....	286
3.4. Dini Yönelim - Sosyal Medya Bağımlılığı - Benlik Algısı İlişkisine Yönelik Bulgular.....	290
SONUÇ VE TARTIŞMA	295
KAYNAKÇA	311
DİZİN.....	355

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

SMB: Sosyal Medya Bağımlılığı	
SMBÖ: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	
BKM: Benlik Kuramı Ölçeği	
MROS-R: Yeniden Yapılandırılmış Müslüman Dini Yönelim Ölçeği	

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: Davis'in Bilişsel Davranışçı Modeli.....	54
Şekil 2: Nevrotik İnsanda Ağır Basan Eğilimler	165
Şekil 3: Araştırma Deseni.....	202

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1: Ölçme Araçları ve Alt Boyutlarına İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri	209
Tablo 2: Yaşlara Göre Dağılım	212
Tablo 3: Cinsiyete Göre Dağılım	213
Tablo 4: Sınıf Düzeyine Göre Dağılım.....	213
Tablo 5: Sosyo-Ekonomik Düzeye Göre Dağılım.....	213
Tablo 6: Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Dağılım	214
Tablo 7: Algılanan Anne Baba Tutumuna Göre Dağılım.....	214
Tablo 8: Sosyal Medya Uygulaması İçin Kullanılan Cihaz	215
Tablo 9: Ölçme Araçları ve Alt Boyutlarına İlişkin Betimsel İstatistikler.....	217
Tablo 10: Ergenlerin Yaş Düzeyleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi	219
Tablo 11: Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılmasına İlişkin T-Testi Sonuçları	221
Tablo 12: Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Sosyo-Ekonomik Düzeye (Sed) Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	226
Tablo 13: Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Algılanan Ebeveyn Tutumuna Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	229

Tablo 14: Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Okul Türüne Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları ...	235
Tablo 15: Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Dini Yönelimi Arasındaki İlişkilere Ait Korelasyon Sonuçları.....	239
Tablo 16: Ergenlerin Yaş Düzeyleri ile Benlik Algısı Arasındaki İlişkilere Ait Korelasyon Analizi Sonuçları	251
Tablo 17: Ergenlerin Benlik Algılarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları.....	253
Tablo 18: Ergenlerin Benlik Algılarının Sosyo-Ekonomik Düzeyine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	255
Tablo 19: Ergenlerin Benlik Algılarının Ebeveyn Tutumlarına Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	257
Tablo 20: Ergenlerin Benlik Algılarının Okul Türüne Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	262
Tablo 21: Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Dini Yönelimi Arasındaki İlişkilere Ait Korelasyon Sonuçları.....	267
Tablo 22: Ergenlerin Yaş Düzeyleri ile Dini Yönelim Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi Sonuçları.....	272
Tablo 23: Ergenlerin Dini Yönelimlerinin Yaş Değişkenine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	273
Tablo 24: Ergenlerin Dini Yönelimlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları.....	276
Tablo 25: Ergenlerin Dini Yönelimlerinin Sosyo-Ekonomik Değişkenine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	279
Tablo 26: Ergenlerin Dini Yönelimlerinin Ebeveyn Tutumuna Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	282
Tablo 27: Ergenlerin Dini Yönelimlerinin Okul Türüne Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	287
Tablo 28: Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerinde Dini Yönelim Düzeyinin Etkisine İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizinin Sonuçları.....	290
Tablo 29: Ergenlerin Benlik Algıları Üzerinde Dini Yönelim Düzeyinin Etkisine İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizinin Sonuçları	291

ÖN SÖZ

Sosyal medya, kimileri için bilgi edinme, günlük olayları takip etme, yalnız kalmayı tercih etme, pasif yaşantı veya yüz yüze sosyal ortamlardan kaçınma gibi amaçlarla kullanılabilen bir platformken, kimileri için de başkaları tarafından takip edilme arzusu, sanal topluluklar arasında onaylanma isteği ve sosyalleşme amacını taşımaktadır. Bunun yanı sıra sosyal medya ağları, özellikle genç bireylerin kullanıcı profilleriyle bir benlik algısı oluşturmalarına; aynı zamanda istedikleri şekilde düzenleyebildikleri bir benlik sunumu gerçekleştirmelerine neden olmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyanın aşırı kullanımı ise bireylerin zamanlarının büyük bir kısmını sosyal medya ile geçirmesi ve bu durumun günlük hayatlarını ve ilişkilerini olumsuz yönde etkilemesi gibi olumsuz sonuçlara yol açan bir davranışsal bağımlılık türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde artık sosyal medyanın sunduğu özgür ortamda, kişilerin bireysel din anlayışlarını bazı spiritüel inançlarla nasıl zenginleştirdiklerini görmekteyiz. Bununla birlikte dini kavramların sosyal medya platformlarında elde ettiği yeni sınırlar ve algı, sosyal medyanın bireylere tüketim odaklı ticari faaliyetlerini yürütmeleri için geniş bir alan sunması ve bu sürecin dini tecrübelerini ve benlik algılarını nasıl etkilediği önemli hale gelmektedir. Bunun yanı sıra dini yönelim biçimlerinin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi, benliğin ve dinin sosyal medyada dijitalleşme serüveninde hangi aşamalardan geçtiği, bireylerin sosyal medyada oluşturdukları benlik sunumu ile günlük hayatta benliklerini var etme biçimlerinin ne ölçüde örtüştüğü ya da farklılaştığı, sosyal medya kullanıcılarının sanal ve gerçek ortamda yaşadıkları geçişlerde dindarlıklarını nasıl deneyimledikleri gibi hususların araştırılması gerekmektedir.

Bu araştırmanın konusu ergenlik dönemindeki gençlerde dini yönelim ile sosyal medya bağımlılığı ve benlik algısı arasındaki

ilişkinin araştırılmasından oluşmaktadır. Bu bağlamda çalışmada teorik ve uygulamalı olarak sosyal medya bağımlılığı, benlik algısı ve dini yönelim ilişkisi literatürdeki teorik bilgiler ışığında nicel verilerle ele alınmıştır. Bu kitap yazar tarafından Prof. Dr. Behlül Tokur'un danışmanlığında 2024 yılında tamamlanan "Ergenlik Dönemindeki Gençlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Algısı ve Dini Yönelim: Polatlı Örneği" başlıklı doktora tezine dayanmaktadır.

Rumeysa Nur TÜRKER DAYAN
Ekim 2024