

Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinde Sosyal Ağları Kullanım Düzeylerinin Farklı Parametrelere Bağlı Olarak Belirlenmesi

Determination of Social Network Usage Levels in Vocational School Students Based on Different Parameters

Aynur Sevinç^{1*}, Buket Kaya²

¹ Dicle Üniversitesi, Silvan Meslek Yüksekokulu, Diyarbakır, aynur.sevinc@dicle.edu.tr

² Fırat Üniversitesi, E.O.S.B. Maden Meslek Yüksekokulu, Elazığ, bkaya@firat.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale geçmişi:

Geliş: 1 Temmuz 2020

Düzeltilme: 15 Eylül 2020

Kabul: 19 Eylül 2020

Anahtar kelimeler:

Sosyal ağ, meslek yüksekokulu, sosyal ağ kullanım alışkanlıkları, sosyal ağ bağımlılığı

ÖZET

Bu çalışmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal ağ kullanım durumları ve sosyal ağ bağımlılık düzeylerinin mevcut durumunun belirlenmesi ve bu bağımlılığın farklı demografik değişkenlerle ilişkilendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Dicle Üniversitesi Silvan Meslek Yüksekokulu'nun farklı üç bölümünün 1. ve 2. sınıf düzeyinde öğrenim görmekte olan 147 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışma nicel araştırma yöntemlerinden olan tarama modeli kapsamında gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinde, demografik verilen toplandığı bir kişisel bilgi formu ve sosyal ağ bağımlılığı ölçeği veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak belirlenen analiz teknikleriyle (frekans analizi, t-Testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), korelasyon) analizler gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, meslek yüksekokulu öğrencilerinin çoğunluğunun en az bir sosyal ağ hesabına sahip olduğu görülmüştür. En fazla bağımlılık Çocuk Gelişimi bölümü ile Elektrik ve Enerji bölümü öğrencilerinde tespit edilmiştir. Ayrıca meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal ağ bağımlılıklarının düşük düzeyde olduğu araştırmanın ulaşılan diğer sonuçları arasındadır.

Doi: 10.24012/dumf.760331

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 1 July 2020

Revised: 15 September 2020

Accepted: 19 September 2020

Keywords:

Social media, vocational high school, social media usage habits, social media addiction.

ABSTRACT

In this study, it was aimed to determine the current status of social media use cases and social media addiction levels of vocational school students and to associate this addiction with different demographic variables. The study group of the research consists of 147 students studying at the 1st and 2nd grade levels of three different departments of Dicle University Silvan Vocational School. The study was carried out within the scope of the screening model, which is one of the quantitative research methods. In the research process, a personal information form that collected demographic and social media addiction scale were used as data collection tool. Analysis techniques (frequency analysis, t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), correlation) were carried out with the analysis techniques determined in accordance with the purpose of the research and the results were interpreted. As a result of the analysis, it is seen that the majority of vocational school students have at least one social media account. The most addictions were determined in the Child Development department and the Electricity and Energy department students. In addition, it is among the other results of the research that vocational school students have low social media addiction.

* Sorumlu yazar / Correspondence

Aynur SEVİNÇ

✉ aynur.sevinc@dicle.edu.tr

Giriş

İlk zamanlar savunma sanayisinde kullanılmak üzere ortaya çıkan internet zamanla birçok alanda kullanılmaya başlanmış ve günümüzde herkesin kullanabildiği bir teknoloji haline gelmiştir. İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte internet olgusunun bir uzantısı olarak sosyal medya ağları ortaya çıkmış ve bu platformların kullanımında hızlı bir gelişim meydana gelmiştir. Günümüz dünyasında medya sisteminde önemli bir yere sahip olan sosyal medyanın yakın gelecekte hızla büyümeye devam edeceği, çeşidinin artacağı ve tüm medya sistemlerini kapsayacağı düşünülmektedir.

Global sosyal medya ajansının (We Are Social) her yıl olduğu gibi 2020 yılında da sunduğu raporda yer alan verilere göre, internet kullanıcılarının dünya genelinde nüfusun yarısından fazlasını oluşturduğu belirtilmektedir (%59) [1]. Türkiye’de ise, 2020 yılı itibarıyla ülke nüfusunun %74’ünü karşılayan 62 milyon aktif internet kullanan bireyler bulunmaktadır [2]. Dünya genelinde her iki bireyden birinin sosyal medya hesabının bulunduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte sosyal ağ sitelerinin her yıl kullanıcı sayısını artırması ve kullanımındaki yoğunluk sosyal medya bağımlılığını da gündeme taşımaktadır.

Yaşam kalitesini olumsuz yönde etkileyen bağımlılığı Amerikan Psikiyatri Derneği (2013), zayıflatıcı sonuçlarına rağmen bir maddeye veya davranışa sürekli katılım gösterme hali olarak tanımlamaktadır. Sosyal medyada zaman geçirmenin günlük yaşantımızda bir yer edinmesi, sosyal medya kullanımında aşırıya gidilerek bağımlılık boyutuna gelme riski araştırmacılar için ilgi çekici bir çalışma alanı oluşturmuştur [3].

Alanyazında yer alan çalışmalar incelendiğinde, özellikle lise düzeyinde öğrenim görmekte olan ergen bireylerin ve üniversite öğrencilerinin internete ve sosyal medyaya bağımlılık geliştirmeye daha yatkın kullanıcılar olduğu anlaşılmaktadır. Bu noktada araştırmanın çalışma grubunun meslek yüksekokulu öğrencilerinden seçilmesi uygun görülmüştür. Söz konusu gerekçelerden hareketle, meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri

bazı demografik değişkenlere bağlı olarak bu çalışma ile incelenmektedir.

Araştırmanın Problemi

Günümüzde internet kullanımının yaygınlaşması ve kontrolsüz kullanımı birçok olumsuz sonuç doğurmuştur. Bu olumsuz sonuçlardan biri şüphesiz bir davranışta aşırıya kaçmak olarak tanımlanan bağımlılık durumudur. Web 2.0 teknolojilerinin geliştirilmesi ile kullanımı yaygınlaşan sosyal medya uygulamaları, bireyleri bağımlı hale getirebilmekte ve ileride telafisi zor olan psikolojik sorunlar ortaya çıkarabilmektedir [4]. Bağımlılık ölçeği geliştirilmesi üzerine çalışmaları bulunan ve günümüzde birçok araştırmacının çalışmalarında kullandığı ölçeği (YİBT-KF) alanyazına kazandıran Young, ilerleyen zamanlarda farklı demografik değişkenlerle bağımlılık düzeyinin ilişkilendirildiği çalışmaların yapılması yönünde tavsiyede bulunmuştur. Bu doğrultuda bu çalışmada, üniversite düzeyinde öğrenim görmekte olan meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık durumlarının farklı demografik değişkenlere bağlı olarak araştırılmasının önem taşıdığı kabul edilmektedir.

Araştırmanın Amacı

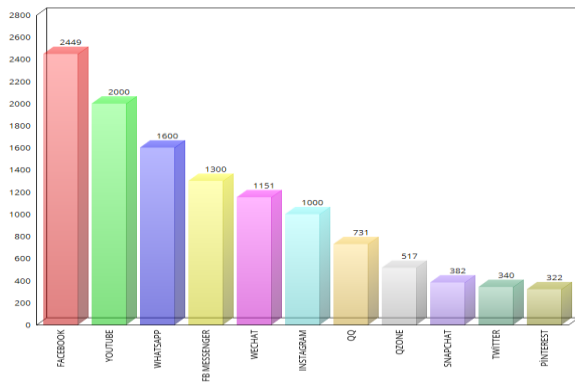
Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımını ve sosyal medya bağımlılığının mevcut durumunu belirlemeye, bu sosyal ağ platformlarına bağımlılığı farklı demografik değişkenlerle ilişkilendirmeye odaklanmıştır. Bu temel amaç çerçevesinde aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmıştır:

1. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve tercihleri ne şekildedir?
2. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları bazı demografik değişkenlere göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
3. Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt faktörleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar

Son yıllarda gün boyunca istediğimiz zamanda ulaşabildiğimiz çevrimiçi hizmetler, yaşam tarzımızın ayrılmaz unsurları haline gelmiştir. Bu çevrimiçi hizmetlerden biri olan sosyal ağ siteleri; fikirleri, bilgileri, resimleri, videoları oluşturmak veya paylaşmak için geliştirilmiş web tabanlı platformlar olarak tanımlanmaktadır. Bu siteler aynı zamanda en aktif kullanıcılar olan genç yetişkinlerin (18-29 yaş) % 90'ı tarafından kullanılmaktadır [5].



Şekil 1. 2020 Yılı Dünya Geneli Sosyal Medya Platformları Aktif Kullanıcı Sayıları (We Are Social, 2020) kaynağından bu araştırma kapsamında yazar tarafından uyarlanmıştır.

“We Are Social” ve “Hootsuite”ın birlikte oluşturduğu rapor, günümüzün güncel sosyal medya kullanım bilgilerini sunmaktadır. Bu istatistiklere göre günümüzde dünya nüfusunun %49’unu oluşturan 3.80 milyar aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. 2019 yılına göre sosyal medya kullanıcı sayısı 2020 yılında %9.2 oranında (321 milyon) artış göstermiştir. 2019 yılı sosyal medya istatistik sonuçlarına göre, dünya genelinde sosyal medya tekil kullanıcı sayısı 3.72 milyar iken 2020 yılına baktığımızda bu sayı 3.80 milyara ulaşmıştır. Ayrıca 2019 yılı istatistik verilerine göre, 2.4 milyar kullanıcı sayısı ile en fazla tercih edilen sosyal ağ siteleri arasında ilk sırada olan Facebook’un, 2020 yılı itibariyle de 2.44 milyar kullanıcı ile liderliği bırakmadığını söylemek mümkündür. En çok tercih edilen sosyal platformlardan olan YouTube ikinci sırada yer almaktadır. En çok kullanılan sosyal ağ platformları sıralamasında 1.600 kullanıcı ile

WhatsApp üçüncü sırada yer almaktadır. Sosyal medya uygulamaları arasında, Instagram ve Snapchat gibi son derece görsel sosyal medya platformları, gençler arasında giderek daha popüler hale gelmiştir [6, 7]. Instagram’ın özellikle ABD’li gençler tarafından en çok kullanılan sosyal medya uygulaması olduğu [8] ifade edilmektedir. Buna karşılık özellikle Instagram ile ilgili olarak, bağımlılık yapan sosyal medya kullanımının depresif belirtiler, yalnızlık, endişe, olumsuz ruh halleri, düşük benlik saygısı ve kişinin görünüşünden memnuniyetsizliği ile ilişkili olduğu belirtilmiştir [7, 9, 10, 11, 12].

Sosyal Medya Bağımlılığı

Günümüzde teknoloji araçlarının ve iletişim hizmetlerinin yükselişi hayatımızı kolaylaştırır da bunun bir sonucu olarak internet ve sosyal medya bağımlılığı gibi davranışsal bağımlılıklar yaygınlaşmaktadır [13]. Her ne kadar modern iletişimin temel taşı olan sosyal medya platformları kullanıcılara birçok fayda getirirse de, görünüşte zararsız görünen alışılmış kullanım, davranışsal bağımlılığın bir işareti olabilir [14]. Longstreet ve Brooks (2017) çalışmalarında, günümüzde 210 milyondan fazla insanın internet ve sosyal medya bağımlılığından etkilendiğini ifade etmektedir [15]. Yapılan araştırma sonuçlarına bakıldığında bu ağlar arasında özellikle Instagram ve Facebook, gençlerin sağlığını, öncelikle de zihinsel sağlıklarını etkileyen en olumsuz araçlar olarak değerlendirilmiştir [16]. Sosyal medya kullanımında, kendi motivasyonunu sağlama gücü yüksek olan bireylerin sosyal ağ hesaplarını kullanımını kendi yaşamlarıyla uyumlu hale getirebileceği, motivasyonunu sağlama noktasında düşük olan bireylerin de sosyal medyanın obsesif kullanıcıları olma eğiliminde oldukları düşünülmektedir [17].

İlgili Araştırmalar

Aparicio-Martínez ve arkadaşları (2020), Güney İspanyol Üniversitesi öğrencilerinde sosyal ağlara bağımlılıktaki cinsiyet farklılıklarını araştırmışlardır. Bulgular, kadınlarda psikososyal faktörlerin daha fazla olduğunu ve erkeklerde ise biyolojik ve sosyal faktörlerin bir

kombinasyonunun bağımlılık düzeyindeki varlığını göstermiştir [16]. Liu ve Ma (2018) tarafından Çin’de s619 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilen çalışmada elde edilen ölçek, klinik hem de klinik olmayan ortamlarda sosyal medya bağımlılığını değerlendirmek için kullanılabilir. Folaranmi Alabi (2013) çalışmasında, Nijerya’da eğitim alan 994 üniversite öğrencisinden topladığı veriler ile kullanımlar ve doyumlar medya bağımlılığı yönünde ölçme aracı geliştirmiştir. Ayrıca araştırmada Nijeryalı öğrencilerin bağımlılık düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir [18].

Materyal ve Metot

Araştırmanın Modeli

Bu çalışma tarama modelinde yürütülmüştür. Tarama modeli, geçmişte olan veya halen varlığını devam ettiren bir durumu olduğu biçimiyle betimlemeyi amaç edinen araştırma yaklaşımı olarak kabul edilmektedir [19]. Betimsel tarama modellerinden olan ilişkisel *tarama modeli*, genel olarak birden fazla değişkenin arasındaki etkileşimin varlığını ve miktarını belirlemek için kullanılmaktadır. Bu gerekçelerden hareketle bu çalışmada ilişkisel tarama modelinin kullanılması tercih edilmiştir.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, Dicle Üniversitesi Silvan Meslek Yüksekokulunun farklı üç bölümünün 1. ve 2. sınıf düzeyinde öğrenim görmekte olan ve çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden 147 öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırma Sürecinde Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında geliştirilen bir kişisel bilgi formu ve Tutgun-Ünal’ın (2015) doktora tez çalışması sürecinde geliştirdiği sosyal medya bağımlılığı ölçeği (SMBÖ) veri toplama aracı olarak katılımcılara uygulanmıştır. SMBÖ’nün ve alt boyutlarının Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları .75 üzerinde hesaplandığından ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir. Ölçeğin ve alt boyutlarının Cronbach Alfa değerlerine Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. SMBÖ’nün ve alt boyutlarının güvenilirlik değerleri

Boyutlar/SMBÖ	Madde Sayısı	Cronbach Alpha Katsayısı
Meşguliyet Boyutu	12	.932
Duygu Durum Düzenleme	5	.892
Tekrarlama	5	.914
Çatışma Boyutu	19	.958
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)	41	.975

Verilerin Analizi

Araştırma sonucu elde edilen tüm veriler düzenli bir şekilde SPSS 21 programına aktarılmıştır. Çözümlemelerde $p=.05$ anlamlılık düzeyi temel alınarak frekans analizi, t-testi, varyans analizi ve korelasyon analizi gibi çeşitli teknikler ile analizler gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Bulgular ve Yorum

Elde edilen bulgular alt amaçlara göre sırasıyla sunulmuştur. Tablo 2’de katılımcılara ait özelliklere yer verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların tanımlayıcı özellikleri

	Değişken	Sayı (N)	Yüzde (%)
Bölüm	Elektrik ve Enerji Bölümü	42	28.6
	Bilgisayar Teknolojileri Bölümü	26	17.7
	Çocuk Gelişimi Bölümü	79	53.7
	Toplam	147	100.0
Cinsiyet	Kadın	86	58.5
	Erkek	61	41.5
	Toplam	147	100.0
Öğrenim Görülen Sınıf	1.Sınıf	87	59.2
	2. Sınıf	60	40.8
	Toplam	147	100.0

Araştırmaya %28.6’sı (n=42) Elektrik ve Enerji Bölümü, %17.7’si (n=26) Bilgisayar Teknolojileri Bölümü, %53.7’si (n=79) Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinden olmak üzere 147 üniversite öğrencisi katılmıştır. Bu

öğrencilerin %58.5'i kadın (n=86), %41.5'i (n=61) erkek öğrencilerden ve ayrıca %59.2 (n=87) 1. sınıf, %40.8'i (n=60) 2. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların çoğunlukla Çocuk Gelişimi bölümü öğrencileri ve kadın öğrenciler olduğu görülmektedir (Tablo 2).

Tablo 3. Öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları

		Sayı (N)	Yüzde
Sosyal Medya Kullanma Durumu	Evet	145	98.6
	Hayır	2	1.4
Tercih Edilen Sosyal Medya Araçları	Facebook	5	3.4
	Instagram	7	4.8
	WhatsApp	18	12.2
	Instagram+WhatsApp	48	32.7
	WhatsApp+Youtube	18	12.2
	Hepsi	49	33.3
	Kullanmıyorum	2	1.4
Sosyal Medya Paylaşım Türleri	Fotoğraf	50	34.0
	Haber	22	15.0
	Video	11	7.5
	Gittiğiniz yerler	33	22.4
	Hepsi	29	19.7
	Kullanmıyorum	2	1.4
Sosyal Medya Kullanma Geçmişi	1 yıldan az	11	7.5
	1-3 yıl arası	48	32.7
	3-6 yıl arası	37	25.2
	7+ yıl	49	33.3
	Kullanmıyorum	2	1.4
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	0-1 saat	35	23.8
	1-3 saat	63	42.9
	3-6 saat	35	23.8
	6+ saat	12	8.2
	Kullanmıyorum	2	1.4

Tablo 3'te yer alan veriler incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin %98.6'sı (n=145) sosyal medya araçlarını kullandığını, %1.4'ü (n=2) ise herhangi bir sosyal medya aracını kullanmadığını belirtmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin büyük çoğunluğunun herhangi bir sosyal medya hesabı olmakla beraber en az iki sosyal medya platformuna üye oldukları görülmektedir (%78.2). Katılımcıların sosyal medya hesaplarından neleri paylaştıklarına

bakıldığında ise; çoğunlukla fotoğraf paylaşımı yaptıkları (%34), ikinci olarak gittikleri yerleri (%33) ve haberleri (%22), en az oranda ise video paylaşımı yaptıkları belirlenmiştir.

Öğrencilerin sosyal medya kullanım geçmişine bakıldığında; en fazla oranda %33.3'ünün (n=49) 7 yıl ve üzerinde sosyal medya kullanım geçmişine sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %7.5'i (n=11) ise 1 yıldan az süredir sosyal medya hesabı kullandıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin günlük sosyal medya kullanım sürelerine bakıldığında, yoğun olarak %42.9'unun (n=63) 1-3 saat arası sosyal medya hesabını kullandığı görülmektedir (Tablo 3).

Tablo 4. Sosyal medya bağımlılığının öğrenim görülen bölüm değişkenine göre tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları

		N	\bar{x}	Ss	F	P
Meşguliyet	Elektrik ve Enerji Bölümü	42	31.50	10.52		
	Bilgisayar Teknolojileri Bölümü	26	29.23	8.32	0.34	0.71
	Çocuk Gelişimi Bölümü	77	31.02	12.68		
	Toplam	145	30.83	11.32		
Duygu Durum Düzenleme	Elektrik ve Enerji Bölümü	42	14.77	3.86		
	Bilgisayar Teknolojileri Bölümü	26	10.53	4.33	3.12	0.03*
	Çocuk Gelişimi Bölümü	77	14.35	5.62		
	Toplam	145	13.22	4.98		
Tekrarlama	Elektrik ve Enerji Bölümü	42	10.73	5.00		
	Bilgisayar Teknolojileri Bölümü	26	9.53	3.87	1.43	0.24
	Çocuk Gelişimi Bölümü	77	11.44	5.34		
	Toplam	145	10.89	5.02		

Çatışma	Elektrik ve Enerji Bölümü	42	41.12	15.06		
	Bilgisayar Teknolojileri Bölümü	26	31.00	11.00	3.08	0.03*
	Çocuk Gelişimi Bölümü	77	43.42	19.28		
	Toplam	145	38.50	17.00		
SMBÖ	Elektrik ve Enerji Bölümü	42	91.90	27.49		
	Bilgisayar Teknolojileri Bölümü	26	82.30	21.72	1.06	0.34
	Çocuk Gelişimi Bölümü	77	93.28	39.07		
	Toplam	145	90.72	33.07		

*p<0.05

Elde edilen ortalama puanlara bakıldığında, öğrenim görülen bölüm değişkenine göre meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde ölçeğin *Çatışma* ve *Duygu-Durum Düzenleme* alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmüştür (F=1.06; p<0.05). Bu sonuçlara göre;

Duygu-Durum alt boyutunda, Elektrik ve Enerji bölümü ile Çocuk Gelişimi bölümü öğrencilerinin diğer bölüm öğrencilerine göre sosyal medya bağımlılık düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (F=3.12; p<0.05). Yani bu öğrencilerin sosyal medyada aktif oldukları zamanlarda duygu durumlarında değişimler meydana gelmekte, kullanıcı birey kişisel sorunlarını unutmak amacıyla sosyal medyada vakit geçirebilmektedir.

Çatışma alt boyutunda, Elektrik ve Enerji bölümü ile Çocuk Gelişimi bölümü öğrencilerinin diğer bölüm öğrencilerine göre sosyal medya bağımlılık düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (F=3.08; p<0.05). Bu bölüm öğrencilerinin diğer bölüm öğrencilerine göre sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde olduğu yani sosyal medya kullanımının hayatlarında sorunlar oluşturduğu söylenebilir (Tablo 4).

Tablo 5. Sosyal medya bağımlılığının cinsiyet değişkenine göre bağımsız örneklem t-testi sonuçları

	Cinsiyet	N	\bar{x}	Ss	t	P
Meşguliyet	Kadın	84	31.20	12.30	0.45	0.65
	Erkek	61	30.33	9.92		
Duygu Durum Düzenleme	Kadın	84	12.20	5.38	-0.50	0.96
	Erkek	61	12.25	4.43		
Tekrarlama	Kadın	84	11.10	5.09	0.59	0.55
	Erkek	61	10.60	4.95		
Çatışma	Kadın	84	39.90	18.86	1.14	0.25
	Erkek	61	36.60	13.99		
SMBÖ	Kadın	84	92.60	37.62	0.74	0.45
	Erkek	61	88.93	26.15		

*p<0.05

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre SMBÖ ve alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 6. Öğrenim görülen sınıf değişkenine göre bağımsız örneklem t-testi sonuçları

	Öğrenim Görülen Sınıf	N	\bar{x}	Ss	t	P
Meşguliyet	1.Sınıf	85	30.78	10.41	-	0.94
	2. Sınıf	60	30.91	12.61	0.67	
Duygu Durum Düzenleme	1.Sınıf	85	12.54	4.82	0.95	0.34
	2. Sınıf	60	11.73	5.22		
Tekrarlama	1.Sınıf	85	10.47	4.36	-	0.22
	2. Sınıf	60	11.50	5.82	1.21	
Çatışma	1.Sınıf	85	33.75	14.66	-	0.03*
	2. Sınıf	60	41.05	19.76	1.48	
SMBÖ	1.Sınıf	85	89.35	27.65	-	0.55
	2. Sınıf	60	92.79	40.08	0.58	

*p<0.05

Tablo 6'da yer alan ortalama puanlar incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf değişkenine göre SMBÖ'de istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Fakat *Çatışma* alt boyutunda anlamlı düzeyde farklılaşma olduğu görülmektedir (t=-1.489; p<0.05). Bu farklılığın *az bağımlılık* düzeyinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu bulgulara göre, 2. sınıf öğrencilerinin 1.sınıf öğrencilerine

göre sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde olduğu sonucuna gidilebilir.

Tablo 7. Sosyal medya uygulamaları değişkenine göre varyans analizi (Anova) sonuçları

		N	\bar{x}	Ss	F	P	Farklılık Kaynağı
Meşguliyet	Facebook ^a	5	28.00	9.72			b-a
	Instagram ^b	7	34.85	10.18			b-f
	WhatsApp ^c	18	25.94	11.29	2.79	0.02*	d-c
	Hepsi ^d	49	33.63	11.70			d-f
	Instagram+WhatsApp ^e	48	32.55	10.72			e-a
	WhatsApp+Youtub ^{e f}	18	25.11	8.48			e-f
	Toplam	145	31.10	11.18			
Duygu Durum Düzenleme	Facebook ^a	5	11.80	2.28			b-a
	Instagram ^b	7	16.71	2.98			b-f
	WhatsApp ^c	18	9.47	4.88	4.25	0.001*	d-c
	Hepsi ^d	49	15.95	5.06			d-f
	Instagram+WhatsApp ^e	48	13.11	4.96			e-a
	WhatsApp+Youtub ^{e f}	18	9.35	3.56			e-f
	Toplam	145	12.29	4.97			b-a
Tekrarlam a	Facebook	5	11.20	3.83			
	Instagram	7	14.14	5.52			
	WhatsApp	18	9.11	4.68	1.46	0.205	
	Hepsi	49	11.16	4.89			
	Instagram+WhatsApp	48	11.48	5.31			
	WhatsApp+Youtube	18	9.50	4.630			
	Toplam	145	10.96	5.02			
Çatışma	Facebook	5	43.75	8.65			
	Instagram	7	45.28	21.07			
	WhatsApp	18	35.47	19.46	1.17	0.32	
	Hepsi	49	36.31	14.74			
	Instagram+WhatsApp	48	42.91	17.57			
	WhatsApp+Youtub ^e	18	35.33	17.84			
	Toplam	145	38.74	17.00			
SMBÖ	Facebook ^a	5	91.75	13.45			b-a

Instagram ^b	7	111.00	35.52			b-f
WhatsApp ^c	18	80.00	38.29	2.45	0.042*	d-c
Hepsi ^d	49	97.26	29.68			d-f
Instagram+WhatsApp ^e	48	97.82	36.10			e-a
WhatsApp+Youtub ^{e f}	18	74.29	20.61			e-f
Toplam	145	91.37	32.88			

*p<0.05

Tablo 7’de yer alan bulgular incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya kullanma araçları değişkenine göre SMBÖ ve ölçeğin *Meşguliyet* ve *Duygu Durum Düzenleme* boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık görülmüştür. Bu sonuçlara göre, ölçeğin *Meşguliyet* alt boyutunda katılımcıların kullandıkları sosyal medya uygulaması kapsamında bu platformlara farklı düzeyde bağımlılık geliştirdikleri tespit edilmiştir. Bu boyutu ölçen maddeler dikkate alındığında (1-13) katılımcı bireylerin sosyal medya uygulamalarını kullanmadıkları zamanlarda bile zihinlerini sosyal medya ile meşgul ettikleri sonucuna varılabilir.

Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin bir diğer alt boyutu olan *Duygu-Durum Düzenleme* boyutunda ise kullanılan sosyal medya uygulamasının yüksek düzeyde anlamlı farklılık oluşturduğu görülmektedir (F=4.25; p<0.01). Bu sonuca göre, *Duygu-Durum Düzenleme* bağımlılığının tercih edilen sosyal medya uygulamasına göre farklı düzeylerde bağımlılık oluşturduğu görülmektedir (Tablo 7). Örneğin; Instagram kullanımı bu alt boyutta 16.71±2.98 ortalama puanı ile orta bağımlılık düzeyinde bulunmuştur (Tablo 7).

Tablo 8. Öğrencilerin sosyal medya paylaşım türü değişkenine göre varyans analizi (Anova) sonuçları

		N	\bar{x}	Ss	F	P
Meşguliyet	Fotoğraf	51	31.66	11.74		
	Haber	22	29.70	12.23		
	Video	11	26.81	7.54	0.75	0.56

	Gittiğiniz yerler	32	33.03	8.62		
	Hepsi	29	30.62	13.14		
	Toplam	145	31.10	11.18		
Duygu Durum Düzenleme	Fotoğraf	51	12.62	4.85		
	Haber	22	11.38	5.67		
	Video	11	11.81	4.70	0.86	0.48
	Gittiğiniz yerler	32	13.34	4.95		
	Hepsi	29	11.31	4.90		
	Toplam	145	12.29	4.97		
Tekrarlama	Fotoğraf	51	11.54	5.43		
	Haber	22	11.42	5.67		
	Video	11	10.27	4.10	0.93	0.44
	Gittiğiniz yerler	32	11.34	4.44		
	Hepsi	29	9.48	4.71		
	Toplam	145	10.96	5.02		
Çatışma	Fotoğraf	51	40.93	16.59		
	Haber	22	39.57	19.53		
	Video	11	37.20	14.36	0.53	0.71
	Gittiğiniz yerler	32	38.60	17.07		
	Hepsi	29	35.27	16.98		
	Toplam	145	38.74	17.00		
SMBÖ	Fotoğraf	51	96.02	33.90		
	Haber	22	88.16	39.27		
	Video	11	84.70	25.14	0.54	0.70
	Gittiğiniz yerler	32	92.82	26.49		
	Hepsi	29	86.33	36.01		
	Toplam	145	91.37	32.88		

*p<0.05

Tablo 8 incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya paylaşım türleri değişkenine göre, sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir (p>0.05).

Tablo 9. Sosyal medya kullanım geçmişi değişkenine göre varyans analizi (Anova) sonuçları

		N	\bar{x}	Ss	F	P	Farklılık Kaynağı
Meşguliyet	1 yıldan az ^a	12	24.11	7.55			
	1-3 yıl arası ^b	48	29.68	11.46	2.71	0.02*	c-a
	3-6 yıl arası ^c	36	32.40	11.61			d-a
	7+ yıl ^d	49	34.85	10.75			
	Toplam	143	31.10	11.18			

Duygu Durum Düzenleme	1 yıldan az ^a	12	9.60	4.67			
	1-3 yıl arası ^b	48	12.27	5.29			
	3-6 yıl arası ^c	36	13.05	4.69	1.26	0.28	
	7+ yıl ^d	49	12.30	4.87			
	Toplam	143	12.29	4.97			
Tekrarlama	1 yıldan az ^a	12	9.36	3.61			
	1-3 yıl arası ^b	48	11.29	5.18			
	3-6 yıl arası ^c	36	10.86	5.04	0.44	0.71	
	7+ yıl ^d	49	11.08	5.19			
	Toplam	143	10.96	5.02			
Çatışma	1 yıldan az ^a	12	26.60	11.61			
	1-3 yıl arası ^b	48	41.82	18.58		c-a	
	3-6 yıl arası ^c	36	36.47	14.41	2.80	0.02*	d-a
	7+ yıl ^d	49	40.97	17.20		b-a	
	Toplam	143	38.74	17.00			
SMBÖ	1 yıldan az ^a	12	66.12	23.66			
	1-3 yıl arası ^b	48	94.00	38.48	1.73	0.16	
	3-6 yıl arası ^c	36	93.00	30.28			
	7+ yıl ^d	49	92.00	28.77			
	Toplam	143	91.37	32.88			

*p<0.05

Tablo 9’da yer alan bulgular incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya kullanım geçmişi değişkenine göre SMBÖ’nün alt boyutlarından *Meşguliyet* ve *Çatışma* boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar görülmektedir. 1 yıldan az ve 1-3 yıl arası sosyal medya kullanım geçmişi bulunan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyi 3 yıl ve üzerinde sosyal medya kullanım geçmişi bulunan bireylere göre anlamlı derecede düşüktür. Sosyal medya kullanım geçmişi arttıkça katılımcı bireylerin sosyal medya ile çatışma hali artmakta yani olumsuz etkilenmektedir. Ayrıca sosyal medya kullanım geçmişi arttıkça yoğun olarak sosyal medya aktiviteleriyle meşguliyette artmaktadır.

Tablo 10. Sosyal medya bağımlılığının günlük sosyal medya kullanım düzeyine göre varyans analizi (Anova) sonuçları

		N	\bar{x}	Ss	F	p	Farklılık Kaynağı
Meşguliyet	0-1 saat ^a	36	23.58	8.67			d-a
	1-3 saat ^b	63	30.85	9.74	15.00	0.000*	d-b
	3-6 saat ^c	34	34.75	10.39			c-a
	6+ saat ^d	12	43.91	11.38			
	Toplam	145	31.10	11.18			
Duygu Durum Düzenleme	0-1 saat	36	9.26	4.88			d-a
	1-3 saat	63	12.57	4.21	8.58	0.000*	d-b
	3-6 saat	34	13.45	4.53			c-a
	6+ saat	12	16.25	5.92			
	Toplam	145	12.29	4.97			
Tekrarlama	0-1 saat	36	9.00	4.17			d-a
	1-3 saat	63	11.06	4.57	3.20	0.025	d-b
	3-6 saat	34	12.02	5.93			c-a
	6+ saat	12	13.16	5.44			
	Toplam	145	10.96	5.02			
Çatışma	0-1 saat	36	31.85	14.65			d-a
	1-3 saat	63	39.16	13.83			d-b
	3-6 saat	34	40.18	20.27	5.43	0.001	c-a
	6+ saat	12	54.00	19.85			
	Toplam	145	38.74	17.00			
SMBÖ	0-1 saat	36	73.26	29.69			d-a
	1-3 saat	63	91.85	25.04			d-b
	3-6 saat	34	98.50	36.39	9.36	0.000*	c-a
	6+ saat	12	125.45	36.20			
	Toplam	145	91.37	32.88			

*p<0.05

Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre, araştırmaya katılan öğrencilerin günlük sosyal medya kullanma süresi değişkenine göre SMBÖ ve alt boyutlarında yüksek düzeyde anlamlı farklılıklar saptanmıştır (p<0.01). Elde edilen sonuçlardan yola çıkılarak, günlük sosyal medya kullanım süresinin meslek yüksekokulu öğrencilerinin SMBÖ ve alt boyutlarının puanlarına etki ettiği ve günlük kullanım süresi arttıkça sosyal medya

bağımlılık düzeyinin de arttığı yorumu yapılabilir (Tablo 10).

Araştırmada kullanılan sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve alt boyutları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla Pearson korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Pearson korelasyon katsayısının mutlak değer olarak, 0.00-0.30 arasında olması düşük; 0.30-0.70 arasında olması orta; 0.70-1.00 arasında olması ise yüksek düzeyde bir ilişki olarak kabul edilmektedir [20]. Hesaplanan korelasyon katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olabilmesi için p anlamlılık değeri 0.05'ten küçük olmalıdır. Bu bilgiler doğrultusunda korelasyon analizleri yapılmış ve analiz sonucunda elde edilen verilere Tablo 11'de yer verilmiştir.

Tablo 11. Sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve alt boyutlarının korelasyonu

		SMB Ö	Meşguli yet	Duygu Durum Düzenle me	Tekrarla ma	Çatış ma
SMBÖ	R	1	.86**	.81**	.81**	.91**
	P		.000	.000	.000	.000
Meşguli yet	R	.86**	1	.72**	.64**	.64**
	P	.000		.000	.000	.000
Duygu Durum Düzenle me	R	.81**	.72**	1	.64**	.64**
	P	.000	.000		.000	.000
Tekrarla ma	R	.81**	.64**	.64**	1	.71**
	P	.000	.000	.000		.000
Çatışma	R	.91**	.64**	.64**	.71**	1
	P	.000	.000	.000	.000	

**Korelasyon 0.01 düzeyinde önemli kabul edilmektedir

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve alt boyutları arasındaki ilişkinin düzeyini belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında; en güçlü ilişkinin *Meşguliyet* boyutu ile *Duygu-Durum Düzenleme* boyutu arasında olduğu görülmektedir (r=.72; p<0.01). Bununla birlikte *Tekrarlama* ile *Meşguliyet* boyutları arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki belirlenmiştir (r=0.64; p<0.01). Benzer şekilde *Duygu-Durum Düzenleme* ve *Çatışma* boyutları arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki

görülmüştür ($r=0.640$; $p<0.01$). Ayrıca *Tekrarlama* ile *Çatışma* boyutu arasında pozitif yönde güçlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r=0.71$; $p<0.01$).

Tartışma ve Sonuç

Araştırmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları incelenirken, çalışmanın ana konusunu oluşturan değişkenlerin çeşitli demografik değişkenlere bağlı olarak farklılaşma durumu da araştırılmıştır. Verilerin analizi sonucu elde edilen bulgular çalışmanın amaçları ve alt amaçları kapsamında sırasıyla sunulmuştur. Bununla birlikte analizler ölçeğin toplam puanları ve alt ölçek boyutları kapsamında ayrı ayrı yapılmış ve elde edilen bulgular yorumlanırken $p=.05$ anlamlılık derecesi baz alınarak bulguların yorumlanması gerçekleştirilmiştir.

Araştırmaya katılan meslek yüksekokulu öğrencilerinin büyük kısmının en az bir sosyal medya platformuna aktif ya da pasif olmak üzere üye oldukları tespit edilmiştir (%98.6). Çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden öğrencilerin çoğunlukla Çocuk Gelişimi bölümü öğrencilerinden ve kadın katılımcılardan oluştuğu görülmüştür. Çalışmada öncelikle meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları incelenmiştir. Köroğlu ve Tutgun-Ünal (2013), gerçekleştirdikleri çalışmada sosyal medya araçlarına bağımlılığın oluşup oluşmama durumunun tespiti için bu ortamların ne düzeyde ne şekilde benimsendiğinin belirlenmesinin gerekliliğini ortaya koyan çalışmalar yapıldığını vurgulamışlardır [21]. Bu çalışmada da öncelikle katılımcıların sosyal medyayı benimseme düzeyi belirlenmiş ve sosyal medya bağımlılık durumları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Katılımcıların ağırlıklı olarak Instagram ve WhatsApp kullandıkları, paylaşım türü olarak çoğunlukla fotoğraf paylaşımı yaptıkları, sosyal medya kullanım geçmişinin en fazla oranda 7 yıl ve üzerinde olduğu ve yine çoğunlukla günlük 1-3 saat arasında sosyal medya

kullandıkları belirlenmiştir. Sosyal medya platformlarından dünya genelinde kullanıcı sayısı kapsamında liderliği son yıllarda bırakmayan Facebook'un meslek yüksekokulu öğrencileri tarafından tercih sırasında gerilerde yer alması araştırmanın dikkat çeken sonuçlarından biridir. Oysa Çakır ve arkadaşlarının (2015), Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi 2. ve 3. sınıf düzeyinde öğrenim gören 909 öğretmen adayı ile yürütmüş olduğu çalışmada, Facebook'un katılımcılar tarafından en çok tercih edilen sosyal medya platformu olduğu sonucuna ulaşılmıştır [22].

Genç yetişkinler arasında en popüler olan Instagram, en hızlı büyüyen sosyal ağlardan birini temsil etmektedir. Instagram kullanıcılarının % 59'undan fazlası 18 ile 29 yaş arasındadır [23]. Bu araştırmanın çalışma grubunu oluşturan meslek yüksekokulu öğrencilerinin de söz konusu yaş aralığında olduğu ve katılımcıların Instagram kullanımının fazla olduğu belirlenmiştir. Takipçi sayısındaki artış gibi yüksek değerler yüksek popülariteye işaret ettiğinden [24] genç bireyler arasında tercih edildiği düşünülmektedir. Bazı kullanıcılar için, bu popülarite bağımlı olma riski taşımaktadır [10]. Bunun yanında, İngiltere'de son zamanlarda yapılan büyük çaplı bir anket Instagram'ı ergenlerin refahı açısından mevcut sosyal medya platformları arasında en zararlısı olarak tanımlamaktadır [25].

Araştırmanın ikinci alt amacı kapsamında cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Fakat incelenen bazı araştırmalarda kadınların sosyal medya bağımlılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Balcı ve Tiryaki (2014) araştırmalarında, kadınların sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğu ve duygusal destek aldıklarını belirtmişlerdir [26]. Öğrenim görülen bölüm değişkenine bağlı olarak yapılan analizler sonucunda, Elektrik ve Enerji bölümü ile Çocuk Gelişimi bölümü öğrencilerinin *Duygu-Durum Düzenleme* ve *Çatışma* alt boyutlarında sosyal medyaya bağımlılık düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, bu bölümlerde öğrenim görmekte olan öğrenciler sosyal medyadan daha fazla duygusal destek alma gerekliliği duymaktadır. Bununla birlikte

Elektrik ve Enerji bölümü ile Çocuk Gelişimi bölümü öğrencileri sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde yani daha fazla olumsuz etkilenmektedir. Tutgun-Ünal (2015) ise, farklı fakültelerde eğitim gören üniversite öğrencileriyle yürüttüğü çalışmasında, Hemşirelik Fakültesi'nde öğrenim gören sosyal medya kullanıcılarının *Duygu-Durum Düzenleme* boyutunda sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır [3].

Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sınıf değişkenine göre yapılan analizler sonucunda 2.sınıf öğrencilerinin lehine anlamlı farklılık saptanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, 2.sınıf öğrencileri 1.sınıf öğrencilerine göre sosyal medyaya *Çatışma* boyutunda daha bağımlıdır. Bu bağımlılığın *az bağımlılık* düzeyinde olduğu söylenebilir. Sosyal medya ortamları değişkenine göre elde edilen sonuçlara göre, SMBÖ ile ölçeğin *Meşguliyet* ve *Duygu-Durum Düzenleme* boyutunda anlamlı farklılıklar görülmüştür. Özellikle Instagram kullanımının bireyleri orta düzeyde bağımlılık boyutuna getirdiği belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre, sosyal medya ortamları türü kullanıcıların bu ortamlara farklı düzeylerde bağımlılık geliştirmesine neden olmaktadır. Kullanılan sosyal medya hesap sayısı arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Kullanıcılar sosyal medya ortamlarını kişisel problemlerinden bir kaçış ortamı olarak görmekte ve bu ortamlara duygusal bir sığınma durumu yaşamaktadırlar.

Araştırmaya katılan meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım geçmişine yönelik olarak sosyal medya bağımlılık düzeyleri uygun analiz teknikleriyle incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, *Meşguliyet* ve *Çatışma* boyutlarında anlamlı düzeyde farklılık tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım geçmişi arttıkça bu boyutlarda bağımlılık düzeyi de artmaktadır. Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya platformlarını kullanma yılı arttıkça alışkanlık oluştuğu ve zamanla vazgeçememe boyutuna gelerek bu platformlara bağımlılık oluşturdukları söylenebilir. Meslek yüksekokulu öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım

süresi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığı çalışmanın ulaşılan sonuçları arasındadır. Araştırma sonucumuzu destekleyen bir çalışmada Çiftçi (2018), günde 5 saat ve üzerinde interneti kullanan öğrencilerin günde 1-3 saat arasında kullananlara göre sosyal medyaya daha fazla bağımlı olduğu sonucuna ulaşmıştır [27]. Literatürle uyumlu olarak bu çalışma, sosyal ağları daha sık ve daha uzun süre kullanan katılımcıların bağımlılık tanısına sahip olduklarını tespit etmiştir [28].

Araştırmada kullanılan SMBÖ ile alt boyutları arasında yapılan korelasyon incelemesi sonucunda boyutlar arasında pozitif yönlü güçlü ve orta düzey ilişkiler tespit edilmiştir. Bireyin sosyal medya ile meşguliyetinin artması duygu durumlarında da o kadar etkili olabilmektedir. Elde edilen bu sonuçlar, ölçeğin bu çalışmada kullanılmasının uygunluğuna işaret etmekle birlikte, bir boyuta ait sosyal medya bağımlılık düzeyinin diğer boyuta ait bağımlılık düzeyini pozitif yönde istatistiksel açıdan anlamlı olarak etkilediğini de göstermektedir.

Sonuçlar

Araştırmanın genel sonuçlarına bakıldığında, meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri bireylerin günlük yaşamında meşguliyet, duygu durumu, çatışma gibi farklı boyutlarda psikolojik sorunlar doğurmaktadır. Gittikçe artan sosyal medya çeşitliliği ve sosyal medya kullanım oranı, ortaya çıkan bu sorunların temel nedeni olarak görülmektedir. Literatürde yer alan konuyla ilgili yapılmış çalışmaların genelinde, kullanıcı bireylerin tercih ettikleri sosyal medya uygulama sayılarının artmasıyla birlikte genç kullanıcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığı belirtilmektedir. Bu sonuç, genç bireyler tarafından sosyal medya uygulamalarına geliştirilen bağımlılık düzeylerinin belirli aralıklarla izlenilmesinin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medyaya bağımlılıklarının *az bağımlılık düzeyinde* olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte araştırma kapsamında farklı değişkenlere bağlı olarak farklı boyutlarda bağımlılık düzeyi geliştirildiği

unutulmamalıdır. Son olarak, bu çalışmanın bir yüksekokulun ön lisans bölümleriyle sınırlı olması, yaş ve eğitim düzeyi açısından heterojen yapının az olması bu çalışma için potansiyel bir sınırlamadır. Konuyla ilgili gelecekte gerçekleştirilecek araştırma sonuçlarının daha geniş bir nüfusa genellenebilmesi için, farklı eğitim geçmişlerine sahip çeşitli yaş gruplarından oluşan daha heterojen ve fazla sayıda katılımcı grubu ile çalışma yürütülebilir.

Öneriler

Bu çalışma ile meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Farklı eğitim kademesinde öğrenim görmekte olan üniversite öğrencileriyle de benzer çalışmalar yürütülebilir. Bunun yanında, sosyal medya bağımlılığı oluşturmaya yönelik davranışların farklı değişkenler açısından incelendiği çalışmalar yapılabilir.

Günümüzde popülerliği gittikçe artan Instagram kullanımının meslek yüksekokulu öğrencilerinin bu uygulamadaki takipçi sayısı artışı ile öznel mutluluğu üzerine etkisi ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiler incelenebilir. Bununla birlikte üniversite eğitimi alan meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medyayı faydalı ve kontrollü kullanımına yönelik öğretim elemanları tarafından farkındalık çalışmaları oluşturulabilir. Sosyal medyanın daha çok eğitimsel yönünün benimsetilebilmesi adına uygulamalı derslerin bir kısmı sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilebilir.

Kaynaklar

- [1] We are Social. URL: <https://wearesocial.com/digital-2020> (Erişim Tarihi: 28.03.2020)
- [2] URL: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=kategorist> (Erişim Tarihi: 28.03.2020)
- [3] Ünal Tutgun, A. (2015). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [4] Arslan, A., Kırık, A. M., Karaman, M., ve Çetinkaya, A. (2015). Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Dijital Bağımlılık. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 8(8), 34-58.
- [5] Alzougool, B. (2018). The Impact Of Motives For Facebook Use On Facebook Addiction Among Ordinary Users in Jordan. *International Journal of Social Psychiatry*, 64(6), 528-535.
- [6] Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew Research Center*, 31, 2018.
- [7] Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A., & Settanni, M. (2018). Highly-Visual Social Media and Internalizing Symptoms

- in Adolescence: The Mediating Role of Body Image Concerns. *Computers in Human Behavior*, 82, 63-69.
- [8] URL: http://www.piperjaffray.com/private/pdf/CM-19-0338%20TSWT%20Infographic%20Spring%202019_11x17.pdf (Erişim Tarihi: 31.05.2020)
- [9] Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive Celebrity and Peer Images on Instagram: Effect on Women's Mood and Body Image. *Body Image*, 19, 37-43.
- [10] Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online Social Networking and Addiction—A Review Of The Psychological Literature. *International Journal of Environmental Research And Public Health*, 8(9), 3528-3552.
- [11] Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). Instagram# instasad?: Exploring Associations Among Instagram Use, Depressive Symptoms, Negative Social Comparison, And Strangers Followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(5), 247-252.
- [12] Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2018). Exploring The Relationship Between Frequency Of Instagram Use, Exposure To Idealized Images, And Psychological Well-Being In Women. *Psychology of Popular Media Culture*.
- [13] Rajesh, T., & Rangaiah, B. (2020). Facebook Addiction And Personality. *Heliyon*, 6(1), e03184.
- [14] Chung, K. L., Morshidi, I., Yoong, L. C., & Thian, K. N. (2019). The Role Of The Dark Tetrad And Impulsivity In Social Media Addiction: Findings from Malaysia. *Personality and Individual Differences*, 143, 62-67.
- [15] Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life Satisfaction: A Key to Managing Internet & Social Media Addiction. *Technology in Society*, 50, 73-77.
- [16] Aparicio-Martínez, P., Ruiz-Rubio, M., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D., & Vaquero-Abellán, M. (2020). Gender Differences In The Addiction To Social Networks In The Southern Spanish University Students. *Telematics and Informatics*, 46, 101304.
- [17] Seo, D., & Ray, S. (2019). Habit And Addiction In The Use Of Social Networking Sites: Their Nature, Antecedents, And Consequences. *Computers in Human Behavior*, 99, 109-12
- [18] Folaranmi, A. O. (2013). A Survey Of Facebook Addiction Level Among Selected Nigerian University Undergraduates. *New Media and Mass Communication*, 10, 70-80.
- [19] Karasar, N. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Kavramlar-İlkeler-Teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [20] Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (14. Baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- [21] Köroğlu, O. ve Tutgun Ünal, A. (2013). Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağları Benimseme Düzeyleri İle Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Yeni Medya Kongresi*, Kocaeli.
- [22] Çakır, H., Hava, K., Gülen, Ş. B. ve Özüdoğru, G. (2015). Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağ Sitelerinde Güvenlik Farkındalıklarının İncelenmesi. *International Journal of Human Sciences*, 12(1), 1303-5134.
- [23] Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?. *SocialMedia+Society*, 3(1), 2056305117691544.
- [24] Woodruff, S., Santarossa, S., & Lacasse, J. (2018). Posting# selfie on Instagram: What are People Talking About?. *The Journal of Social Media in Society*, 7(1), 4-14.
- [25] Royal Halk Sağlığı Derneği. URL: <https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html> (Erişim Tarihi: 30.05.2020)
- [26] Balcı, Ş., Tiryaki, S. (2014). Facebook addiction among high school students in Turkey. IISES- The International Institute of Social and Economic Sciences: Vienna 10th Academic Conference, Vienna, Austria, June 3-6, 2014, pp.120-134.
- [27] Çiftçi H. (2018) Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.
- [28] Saikia, A. M., Das, J., Barman, P., & Bharali, M. D. (2019). Internet Addiction And Its Relationships With Depression, Anxiety, And Stress In Urban Adolescents Of Kamrup District, Assam. *Journal Of Family & Community Medicine*, 26(2), 108.