

## DİJİTAL YERLİ(LER) YÖNETİCİ ADAYLARININ SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYLERİ

### SOCIAL MEDIA ADDICTION LEVELS OF DIGITAL NATIVES EXECUTIVE CANDIDATES

Ercan KÜÇÜKEŞMEN\*, Ali ŞİMŞEK\*\*, Mustafa Erhan TÜRKOĞLU\*\*\*

- \* Dr. Öğr. Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, ercankucukesmen@isparta.edu.tr, ORCID:0000-0002-1564-498X
- \*\* Öğr. Gör., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, alisimsek@isparta.edu.tr, ORCID:0000-0001-6066-7147
- \*\*\* Öğr. Gör., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, mustafaturkoglu@isparta.edu.tr, ORCID:0000-0001-7629-0647

#### ÖZ

*Bu çalışmanın amacı, yönetici adaylarının dijital yerli(ler) açısından sosyal medya bağımlılığının belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda uygulanan analizler; ortalama, standart sapma, korelasyon ve regresyondur (yapısal eşitlik modellemesi). Örneklem olarak bir devlet üniversitesinin yönetim ve organizasyon bölümü öğrencileri seçilmiştir. Analizler için SPSS v.26 & AMOS v.24 programları kullanılmıştır. Analizler sonucunda; katılımcıların günlük sosyal medya kullanma süresi 1-12 saat arasında olup ortalaması 4.50 (±3.036) saattir. Dijital yerli(ler) ortalama değeri 2.991 (±1.078) ve sosyal medya bağımlılık ortalama değeri 2.325 (±1.147) şeklindedir. Alternatif bilişsel özelliği ve öğretme-öğrenme üzerine beklentileri, sosyal medya bağımlılığını negatif yönde etkilemektedir. Kültürel ve sosyal değerler, sosyal medya bağımlılığını ise pozitif yönde etkilemektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** *Dijital Yerli, Sosyal Medya Bağımlılığı, Yönetici Adayları, Yapısal Eşitlik Modellemesi.*

**Jel Kodları:** *R23, L82, M10, C83.*

#### ABSTRACT

*The aim of this study is to determine the social media addiction levels of executive candidates in terms of digital natives. The analyses performed in line with this objective include mean, standard deviation, correlation, and regression (structural equation modeling). The sample consists of students from the management and organization department of a state university. SPSS v.26 & AMOS v.24 software were used for the analyses. As a result of the analyses, participants' daily social media usage time ranged from 1 to 12 hours, with an average of 4.50 (±3.036) hours. The average value for digital natives is 2.991 (±1.078), and the social media addiction average value is 2.325 (±1.147). Alternative cognitive features and expectations on teaching-learning negatively affect social media addiction. Cultural and social values, on the other hand, positively influence social media addiction.*

**Keywords:** *Digital Natives, Social Media Addiction, Executive Candidates, Structural Equation Modeling.*

**Jel Codes:** *R23, L82, M10, C83.*

## 1. GİRİŞ

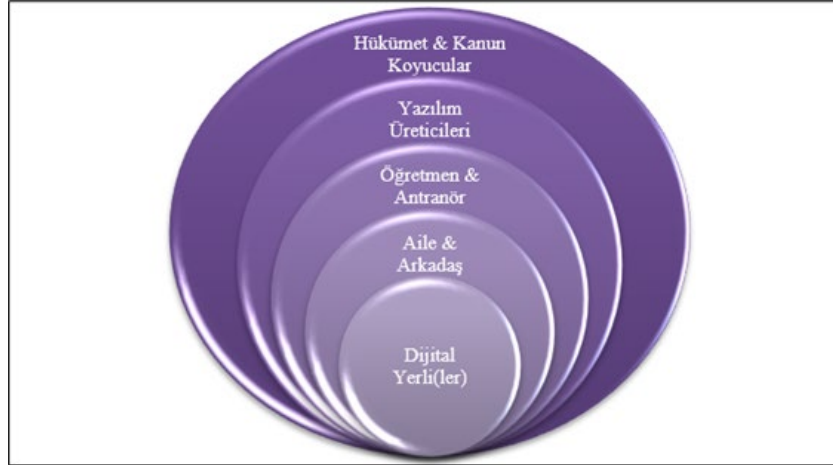
Teknolojinin gelişimi, günümüzde insan yaşamını her yönüyle olumlu ve olumsuz şekilde etkilemektedir (Alfia vd., 2020: 74). İnsanların yaşamlarını iyileştirmek için karar verme süreçlerinin simüle edilmesinde yapay zeka (Artificial Intelligence; AI) ve ilgili teknolojiler kullanılmaktadır (Chao vd., 2021: 75751). Özellikle bu gelişim ve karar verme süreçleri her alanda (ör. sanayi, bilim, sağlık, enerji vb.) görüldüğü gibi eğitim alanında görülmektedir. Eğitim alanındaki gelişimlerin ve değişimlerin öğrenciler, akademisyenler ve kanun koyucular tarafından yakından takip edilmesi ve önlemlerin alınması gerekmektedir (Bennett vd., 2008: 775). Teknolojinin gelişmesi ile internet tabanlı çalışan cihazlar farklılaşarak sosyal yaşamda bir takım (ör. eğitim, sanayi, yeni ürün gelişimi, ürünlerde yenilikler yapılması vb.) dijital eşitsizliğe yol açmıştır (Janschitz & Penker, 2022: 127). Ayrıca teknolojinin gelişmesi ve son yıllarda hayatımıza giren COVID-19 salgını sonucu insanların ürün ve hizmet alımlarında yüz yüze alışveriş yerine online alışverişi ve/veya mobil ödemeyi tercih ettikleri de görülmektedir (Agárdi & Alt, 2022: 1).

Dijital yerli(ler) (Digital Natives; DNs; DY), milenyumun ilk yıllarından itibaren teknolojinin yaygınlaşmasıyla ancak bilgisayar vb. ürünlerle karşılaşabilmişlerdir (Chinn & Fairlie, 2010: 153). Özellikle işletmelerde masaüstü bilgisayarlar, evlerde dizüstü bilgisayarlar ve kablosuz cep telefonları bu süreçte insan hayatına yavaş yavaş girmiştir (Rice & Katz, 2003: 602). Bu dönemin aksine ilerleyen yıllarda ise sosyal ağların da etkisiyle insanlar birbiriyle daha çok iletişime geçmeye başlamışlardır (Qualman, 2009: 56). Bu konuyla ilgili literatürde en çok kullanılan terimler “İnternet Nesli (Net Generation)” (Tapscott, 1999; 2009; Napoli & Ewing, 2000; Hassan, 2016), “Binyılın Öğrencileri (Millennials)” (Howe & Strauss, 2000; Editors of New Strategist Publications, 2006; Sujansky & Ferri-Reed, 2009), “Dijital Yerli(ler) (Digital Natives)” (Prensky, 2001a; 2001b; 2009) ve “Google Kuşağı (Google Generation)” (Helsper & Eynon, 2010) şeklindedir. Bu çalışmada ise dijital yerli(ler) terimi tercih edilmiştir. Bu terimler her ne kadar birbirleri yerine kullanılsa da kendine has özellikleri vardır. Tapscott’a (2009) göre internet nesli, 1977 yılı Ocak ayı ile 1997 Aralık ayı arasında doğanları kapsamaktadır. Sujansky & Ferri-Reed’e (2009) göre binyılın öğrencileri, 1980-99 yılı arasında doğanlar için kullanılmaktadır. Palfrey & Gasser’e (2008) göre dijital yerli(ler) terimi, sosyal dijital teknolojinin çevrimiçi olarak kullanılmasıyla birlikte hayatımıza girdiği ve 1980 yılından sonra doğanlar için kullanılmaktadır. Dijital yerli(ler) kavramı literatürde bazı yazarlar (ör. Prensky, 2001a; Fenley, 2010; Dingli & Seychell, 2015) tarafından tanımlanmıştır. Prensky’e (2001a) göre, 1980 yılından sonra doğan ve bilgisayarların, video oyunlarının ve internetin dijital dilini ana dili olarak görenlerdir. Fenley’e (2010) göre, teknolojiyi birçok şey için kullanan, ortam değiştikçe uyum sağlayan, teknolojiyle büyümüş ve/veya teknolojiyi bir yetişkin olarak benimseyenlerdir. Dingli & Seychell’e (2015) göre bu durumu kabullenen, bulunduğumuz çağı dijital bir çağ olarak gören ve teknoloji alanındaki gelişmeleri ve güncellemeleri takip eden bireylerdir. Bu tanımlamalar ışığında dijital yerli(ler)nin temel özellikleri; (a) bilgi iletişim teknolojileri açısından bilgi ve beceriye ve (b) önceki nesillere göre farklı bir öğrenme becerisine sahip olmaları şeklindedir (Bennett vd., 2008; Şahin, 2009: 158).

Dijital yerli(ler) kavramını ortaya ilk atan Marc Prensky’dir (2001a; 2001b). Nesiller arasında tutum ve davranışlar açısından bir farklılık olduğu bilinmekte olup bu kavramın ortaya çıkmasının farklılıkların daha iyi kavranmasını sağlayacağı vurgulanmaktadır (Jones, 2011: 32). Dijital yerli(ler) olanların bazı özellikleri; (a) hızlı bilgi akışına alışkın olmaları, (b) çoklu görevleri sevmeleri, (c) görsel uyarıcıları yazıya tercih etmeleri, (ç) internette rastgele bilgi edinmeleri, (d) internet ortamında daha verimli olmaları, (e) anlık memnuniyet, (f) ödüllerin gelişimine katkı sağlaması ve (g) iş yerine oyunları (ör. e-oyun) tercih etmeleri şeklindedir (Prensky, 2001a: 2).

Dijital yaşamın ortaya çıkardığı kolaylıkları kullanabilecek ve problemleri çözebilecek en iyi grup olarak dijital yerli(ler) gösterilmektedir. Dijital yerli(ler) teriminin daha iyi anlaşılması için 5 ana gruba ayrılmıştır. Dijital yerli(ler) terimi ve çevresi Şekil 1’de gösterilmektedir (Palfrey & Gasser, 2008: 10).

Şekil 1: Dijital Yerli(ler) Terimi ve Çevresi



Kaynak: (Palfrey & Gasser, 2008: 11)

İlk çemberde yukarıda da bahsedildiği gibi dijital yerli(ler) yer almaktadır. İkinci çemberde, dijital yerli(ler)nin ailesi ve yakın arkadaşları bulunmaktadır. Bu çemberdeki grup hem rehberlik etmekte (ör. internet güvenliği vb.) hem de sosyal açıdan gelişimine (ör. fikri mülkiyet vb.) katkı sağlamaktadır. Üçüncü çemberde öğretmenler, antrenörler ve kişisel gelişim koçları vardır. Üçüncü çemberde yer alanlar, dijital yerli(ler)nin internet ortamında nasıl konumlandırılacağı noktasında rehberlik etmektedirler. Dördüncü çemberde yazılım şirketleri ile bu yazılımları sunan işletmeler yer almaktadır. Bir problem ortaya çıktığında sorunların çözümünde büyük kolaylıklar sağlamaktadırlar. Beşinci çember ise hükümet, kanun koyucular, yasalar ve kolluk kuvvetlerini içermektedir. Ortaya çıkan sorunların çözümü için başvurulacak en son ve en güçlü merci olarak kabul edilmektedir (Palfrey & Gasser, 2008: 11).

Toplumun gelişimine ve gelişme şekline çocukların, gençlerin ve büyüklerin teknolojiyle iç içe olma durumunun büyük bir etkisi bulunmaktadır (Fenley, 2010: 77). Bu kapsamda bilgi teknolojisi (information technology; IT) alanında en çok tercih edilen internettir. Dijital yerli(ler), internet kullanımını genellikle sosyal medya (ör. haber, iletişim, eğitim, bilgi paylaşımı, arkadaş takibi vb.) kullanımı için tercih etmektedir. İnternetteki bu geniş alan gençlerin düşüncelerini ve edinimlerini paylaşabilecekleri bir dünya sunmaktadır (Baz, 2018: 276). İnternet kullanımının bireylerin günlük hayatının bir parçası haline dönüşmesinin nedeni olarak teknolojinin hızla gelişmesi ve büyümesi gösterilmektedir (Leung vd., 2020: 2). Özellikle internet kullanımına paralel olarak sosyal medya (ör. Youtube, Facebook, WhatsApp, Instagram, Tik Tok, Facebook Messenger, Twitter, Telegram, Line, Snapchat vb.) kullanımı da bireylerin günlük hayatının bir parçası haline dönüşmüştür. Sosyal medyanın en önemli kullanıcı grubu ergenler ve genç yetişkinlerden oluşmaktadır (Marengo vd., 2018: 64). Sosyal medya kullanıcıları, sosyal yaşamlarını sosyal medya platformlarında oluşturmaya, yaşamaya ve geliştirmeye eğilim göstermektedirler (Cao vd., 2020: 1305). Bu eğilim bireylerin hem özel hem de çalışma hayatlarında etkisini göstermektedir. Sosyal medya sayesinde bireylerin, çalışma hayatlarına dair profesyonel ağlar oluşturması sonucu işle ilgili bilgilerin edinmeleri ve geri bildirim almaları kolaylaşmaktadır (Carlson vd., 2016:

15). Özellikle çalışan bireylerin, sosyal medya aracılığıyla çok iyi tanımadıkları meslektaşlarıyla bağlantı kurabilmesine, birbirlerinin kişisel yaşamları ve/veya siyasi görüşleri hakkında bilgi edinebilmesine olanak sağlamaktadır (Zivnuska vd., 2019: 743). Kısaca sosyal medya uygulamaları, küresel olarak milyarlarca bireyi bir araya getirerek, kullanıcıların oluşturdukları içeriği paylaştıkları, tartıştıkları, değiştirdikleri ve hemen hemen tüm diğer bireylerle istedikleri zaman ve yerde bağlantı kurmalarını sağlayan son derece etkileşimi yüksek platformlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Kietzmann vd., 2011: 241). Öte yandan sosyal medya kullanımının sosyal medya bağımlılığı başta olmak üzere bazı olumsuz sonuçları olabilir (Aktan, 2018: 405). Dijital yerli(lerin)nin, bilgi teknolojisi alanında yetkin olduğu varsayılmakla birlikte bilgi teknolojisi alanındaki bağımlılıklarla ilgili araştırmalara yeni yeni yer verilmektedir (Wang vd., 2019: 1).

Sosyal medya bağımlılığı kavramı hakkında bilgi vermeden önce, bağımlılık ve sosyal medya kavramları hakkında bilgi vermek daha faydalı olacaktır. Griffiths (2005), bağımlılığı tanımlamak için 7 temel özellik kullanılmıştır. Bunlar; (a) dikkat çekicilik [salience], (b) tolerans [tolerance], (c) ruh hali değişiklikleri [mood modifications], (ç) yoksunluk [withdrawal], (d) nüksetme [relapse], (e) çatışma [conflict] ve (f) problem [problem] şeklindedir. **Dikkat çekicilik (salience)**, sosyal medya bağımlıları sosyal medyadaki medyayı, siteleri ve uygulamalarını daha fazla nasıl kullanabilecekleri hakkında zaman harcamaları anlamındadır. **Tolerans (tolerance)**, sosyal medya kullanımına zamanla daha fazla zaman harcanması ve ilk başlandığı zamanki zevkin alınabilmesi için sosyal medyada daha uzun süre zaman harcanması şeklindedir. **Ruh hali değişiklikleri (mood modifications)**, sosyal medya kullanıcılarının kişisel sorunlarını (ör. suçluluk, endişe, huzursuzluk, depresyon duyguları vb.) azaltmak ve/veya unutmak için kullanılması anlamındadır. **Yoksunluk (withdrawal)**, sosyal medya kullanımının kanun koyucular ve/veya başka bir sebeple kullanamaması durumunda ortaya çıkan dikkat dağınıklığı, huzursuzluk hissi, sinirlilik ve rahatsız olma hallerinin ortaya çıkmasıdır. **Nüksetme (relapse)**, sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanımını azaltma isteğine karşılık bu isteğini gerçekleştirecek iradeye sahip olmaması ve bu noktada yapılan tavsiyeleri dinlememe durumudur. **Çatışma (conflict)**, sosyalleşme yönüyle hem sosyal aktiviteleri (ör. hobi, çalışma, iş, rekreasyonel aktiviteler, spor vb.) hem de yakın çevresindekileri (ör. eş, çocuk, aile üyeleri, iş arkadaşları ve diğer arkadaşları vb.) görmezden gelme durumudur. **Problem (problem)**, sosyal medya bağımlılarının sağlıklarını, uyku kalitelerini, ilişkilerini ve refah düzeylerini olumsuz etkileyecek düzeyde sosyal medyayı kullanma durumudur (Griffiths, 2005: 193-196).

Sosyal medya kavramı Gavurova vd.'ne (2018) göre, bireylerin çeşitli aktiviteler, olaylar ve günlük yaşamları hakkında iletişim kurmak için kullandıkları bir platformdur. Sosyal medya bağımlılığı kavramıyla ilgili literatürde bazı tanımlar yer almaktadır. Marengo vd.'ne (2020) göre, sosyal medyaya aşırı bağlanma sonucu bireylerin iş ve/veya akademik üretkenliklerin düşmesi, ilişkisel sorunların ortaya çıkması ve çeşitli psikolojik belirtileri de dahil olmak üzere çeşitli olumsuz sonuçların görülmesidir. Griffiths'e (2000) göre, bireylerin sosyal medyayı aşırı kullanmak için bir zorunluluk hissettiği bir internet bağımlılığı biçimidir. Wang vd.'ne (2015) göre, rasyonel (alışılmış) kullanım kalıplarının irrasyonel davranış kalıplarına dönüştüğü bir tür bağımlılıktır. Caplan'a (2005) göre, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçlerle gelişen ve bireyin yaşamında sosyal, akademik ve/veya mesleki açıdan olumsuz sonuçlar doğuran bir tür psikolojik bağımlılıktır. Bağımlılık, sosyal medya ve sosyal medya bağımlılığı kavramlarının tanımlanmasının yanında sorunlu sosyal medya bağımlılığının tanımı, sosyal medyayı yasadışı, etik olmayan ve/veya sosyal olarak kabul edilemez faaliyetler için (ör. çevrimiçi takip, siber zorbalık, dolandırıcılık, yanlış bilgi yayma vb.) kullanmasıdır (Sun & Zhang, 2021: 1).

Yukarıdaki tanımlar doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı; bilgisayar bağımlılığı (ör. programlama), akıllı telefon bağımlılığı, elektronik (e-/online) ticaret bağımlılığı (ör. çevrimiçi alışveriş), siber cinsel bağımlılık, internet/online oyun bağımlılığı, çevrimiçi açık artırma bağımlılığı vb. ilgili diğer bağımlılıkları da kapsayan çevrimiçi bağımlılık türünün bir alt kategorisidir (Moqbel & Kock, 2018). Bu çevrimiçi bağımlılık türleri bireylerdeki kötü sağlık sonuçlarıyla da ilişkili olabilmektedir (Chen vd., 2020: 2). Bu nedenle sosyal medya bağımlılığının nedenlerini, sonuçlarını ve çarelerini anlamak büyük bir önem taşımaktadır (Hou vd., 2019: 1).

Teknolojinin gelişimi, teknoloji ve yazılım tabanlı ürünlerin çeşitlenmesi ve artması, bilgi teknolojisinin gelişimi, internet kullanımının artması ve yaygınlaşması ve sosyal medyayı kullanımı sonucu dijital yerli(ler) olanların gelişimi ve ruh sağlığını da etkilemektedir (De Felice vd., 2022: 1). Dijital yerli(lerin)nin sosyal medya bağımlılığı açısından farkındalık, tutum ve davranışlarının belirlenmesi, fiziksel ve psikolojik refahlarını desteklenmesi için dengeli ve etkili yaklaşımların geliştirilmesi açısından önemli olduğu vurgulanmaktadır (Potas vd., 2022: 1687). Bu önem doğrultusunda çalışmanın araştırma sorusu olarak yönetici adaylarının dijital yerli(ler) açısından sosyal medya bağımlılık düzeylerini etkileme durumunun belirlenmesidir. Daha önce yapılan araştırmalar incelendiğinde, temel olarak dijital yerli(ler) olanların sosyal medya bağımlılığına yönelik inceleme yapılması çalışmanın önemini göstermektedir. Çalışma üç temel bölümden oluşmakta olup (i) kavramsal çerçeve, (ii) yöntem ve (iii) bulgular şeklinde planlanmıştır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölüm iki ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda dijital yerli(ler) ile ilgili literatürde yapılmış çalışmalar açıklanmaya çalışılmıştır. Bu kısımda; (a) dijital yerli(ler), (b) dijital yerli(ler) ile bağımlılık, (c) dijital yerli(ler) ile sosyal medya ve (ç) dijital yerli(ler) ile sosyal medya bağımlılığı hakkında yapılmış ilgili çalışmalar özetlenmiştir. İkinci kısımda ise son yıllarda sosyal medya bağımlılığı hakkında yapılmış çalışmalar özetlenmiştir.

### 2.1. Dijital Yerli(ler)

Bu kısımda (i) dijital yerli(ler), (ii) dijital yerli(ler) ile bağımlılık, (iii) dijital yerli(ler) ile sosyal medya ve (iv) dijital yerli(ler) ile sosyal medya bağımlılığı hakkında yapılan çalışmalar özetlenmiştir.

Dijital yerli(ler) ile ilgili literatür incelendiğinde; **dijital okuryazarlık** (Alfia vd., 2020; Smith vd., 2020; Tran vd., 2020; Özaydın & Kumral, 2021), **dijitalleşme derecesi** (Janschitz & Penker, 2022), **eğitim** (Bennett vd., 2008; Margaryan vd., 2011; Thompson, 2013; Butrime vd., 2015; Teo, 2015; Szeto vd., 2016; Okur & Demirdöven, 2017; Pak vd., 2017; Evans & Robertson, 2020; Chao vd., 2021; Çimen & Hangül, 2021; Huang vd., 2021; Kobul, 2022), **eğitimde teknoloji** (Kennedy vd., 2008; Bennett & Maton, 2010) ve **e-öğrenme** (Jones vd., 2010; Mccarthy, 2010; Leppisaari & Lee, 2012; Armstrong, 2013; Cifredo-Chacón vd., 2015; Copaci & Rusu, 2015; Maini vd., 2021; Warden vd., 2022) konularında çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Dijital yerli(ler) ve **dijital göçmen(ler)** kavramlarının birlikte yapıldığı konular ise; **akıllı yönetim uygulamaları** (Karabulut, 2015; Zhang vd., 2022), **eğitim** (Arabacı & Polat, 2013; Kurt vd., 2013), **e-öğrenme** (Yang vd., 2016; Tufan, 2017), **mobil ödeme** (Agardı & Alt, 2022) ve **özelliklerinin değerlendirilmesi** (Şad & Donmuş, 2017; Tombul, 2020; Manor & Kampf, 2022) konulu bazı çalışmalara rastlanılmıştır. Dijital yerli(ler) ile **bağımlılık** temalı literatür incelendiğinde; **akıllı telefon bağımlılığı** (Conlin & Sillence, 2021; Oh & Park, 2022; Wickord & Quaiser-Pohl, 2022), **bilgi ve iletişim teknolojileri bağımlılığı** (Helsper & Eynon, 2010; Wang vd., 2019), **internet bağımlılığı** (Eşgi, 2013) ve **teknoloji bağımlılığı** (Potas vd., 2022) konularında çalışmaların yapıldığı görülmüştür.

Dijital yerli(ler) ve **dijital göçmen(ler)** kavramlarının **bağımlılık** teması ile **akıllı telefon bağımlılığı** (Ahn & Jung, 2016) konusu birlikte incelenmiştir. Dijital yerli(ler) ile **sosyal medya** (Sarıtaş vd., 2017; Ohme, 2019; Özhavzalı & Yaprak, 2019) temalı ilgili literatür incelendiğinde; **sosyal medya kullanımı** (Correa, 2015; Davison & Ou, 2018; Murray & Kath, 2019), **sosyal medyada e-öğrenme** (Moll & Nielsen, 2017; Chen, 2018) ve **turizm** (Seraphin & Green, 2019) konularında çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Dijital yerli(ler) ve **dijital göçmen(ler)** kavramlarının **sosyal medya** (Çaycı vd., 2022) teması ile birlikte yapıldığı konu ise; **sosyal medya kullanımı** (Çetin & Özgiden, 2013) şeklindedir.

Bu çalışmanın da ana çerçevesini oluşturan dijital yerli(ler) ile **sosyal medya bağımlılığının** (Colucci, 2018; Adorjan & Ricciardelli, 2021; De Felice vd., 2022) birlikte yapıldığı bazı çalışmalara rastlanılmıştır.

Bireylerin ergenlik öncesi ve sonrası karşılaşılabilecekleri ve/veya maruz kalabileceği olumsuz durumlar sadece gerçek hayatta değil, sanal dünyada da olabilmektedir. Bu yeni durum için araştırmacılar çalışmalar yapmakta ve öneriler sunmaktadır. Colucci (2018), sanal medyada karşılaşılan olumsuz durumların daha iyi anlaşılması için öğretmenlerin, ebeveynlerin ve öğrencilerin (çocukların) görüşlerine başvurmuştur. Bu yeni durumu dijital yerli(ler)/göçmen(ler) terimleri çerçevesinde, gençlerin sosyal medyada birçok tehlikeye maruz kalma olasılığının olduğu veya tuzak vb. olumsuz durumlarla karşılaşılabileceği vurgulanmakla birlikte bu gibi durumlar için profesyonel yardım alınması gerektiğini önermektedir. Gençlerin sosyal medya açısından bağımlılığı daha önceki çalışmalarda incelenmiş olmasına karşın Adorjan & Ricciardelli (2021), 13-19 yaş aralığındaki gençlerin bazı sosyal medya uygulamalarına yönelik deneyim ve algılarını incelemiştir. Sonuç olarak; (a) gençlerin kendilerini bağımlı olarak gördükleri, (b) sosyal medya uygulamalarının işleme biçimini bildikleri ve (c) yetişkinleri “dijital göçmen(ler)”, kendilerini “dijital yerli(ler)” olarak tanımlamamakla birlikte kendilerini arada bir yerde (dijital bilgelik – dijital melez) konumlandırmışlardır. Son olarak sosyal medya uygulamalarının kullanılmasındaki en büyük etkinin akran ilişkisi olduğu vurgulanmaktadır. De Felice vd. (2022), sosyal medya uygulamalarının ergenler üzerindeki hem olumsuz etkilerinin belirlenmesine hem de bu olumsuz durumlarına karşın bazı öneriler sunmuştur. 13-18 yaş aralığındaki gençlerin sosyal medya kullanımındaki amaçlarını; (a) gerçek hayatın aksine sosyal dünyada popülerlik arayışı ve (b) sosyal hesaplarda gerçek kimliğinin görünmemesinden kaynaklanan gençlerdeki saldırgan tutumları ve şiddet içeren davranışlar sergilemesi şeklinde belirtmiştir. Çalışmanın sonucunda dijital yerli(ler)nin, sosyal medya uygulamalarına karşın gençlerin karşılaşılabilecekleri olumsuz durumlarla ilgili önleyici korumalar alınması bu uygulamaların gelişmesinde yararlı olacağı öngörülmektedir.

## 2.2. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili literatürde; **sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin değerlendirilmesi** (Tutgun-Ünal & Deniz, 2015; Aktan, 2018; Baz, 2018; Çiftçi, 2018; Deniz & Gürültü, 2018; Özdemir, 2019; Özgür Güler vd., 2019; Sağar, 2019; Tutgun-Ünal, 2019; Aksoy, 2020; Kıran vd., 2020; Korkmaz, 2020; Tülay & Erdinç, 2020; Al-Samarraie vd., 2021; Can vd., 2021; Doğrusever, 2021; Uslu, 2021; Allahverdi, 2022; Gao vd., 2022; Kumar & Mullai, 2022; Mutlu vd., 2022; Ursoniu vd., 2022; Watson vd., 2022; Yue vd., 2022), **akademik erteleme** (Akbaş Coşar & Gedik, 2021), **algılanan sosyal destek** (Yıldız & Koçak, 2020), **dindarlık** (Gürsu & Musara, 2021), **girişimcilik eğilimi** (Yanikkerem & Karakuş Selçuk, 2019), **psikolojik bozukluk** (Bilgin, 2018), **psikolojik iyi oluş** (Balcı vd., 2020a), **sağlık durumu** (Chen vd., 2022), **sağlık okuryazarlığı** (Ertem & Güzel, 2021), **sosyal medya kullanım amaçları** (Altayef & Karacı, 2019; Çömlekçi & Başol, 2019), **sosyal medya kullanım motivasyonları** (Karayığit vd., 2021) ve **yeme bozukluğu** (He & Li, 2022; He vd., 2022; Imperatori vd., 2022) konularında araştırmalar yapılmıştır.

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili birden fazla konunun birlikte yapıldığı çalışmalar ise; **akademik performans ve kaygı** (Malak vd., 2022), **gelişmeleri kaçırma korkusu ve sanal ortamda sosyalleşme** (Zhu & Xiong, 2022), **internet kullanımı ve e-oyun** (Moreno vd., 2022), **öğrenme tükenmişliği ve yabancılaşma** (Wenkai vd., 2022) ve **sosyal medya ve akıllı telefon kullanımı** (Marengo vd., 2022) konulu bazı çalışmalara rastlanılmıştır.

Allahverdi (2022), cinsiyet (*kadın*), çalışma alanı (*sosyal bilimler ve mühendislik bölümü*) ve sosyal medya uygulamaları (*Instagram, Facebook ve Twitter*) ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmiştir. Gao vd. (2022), cinsiyet (*erkek*) ve kariyer/iş amacıyla (*doğru orantılı*) ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Kumar & Mullai (2022), sosyal medya bağımlılığının erken tespit edilmesinin çok önemli olduğu ve bu durumun erken tespit edilmesi için matematiksel bir model önerisinde bulunmuşlardır. Mutlu vd. (2022), medeni durum (*bekar*), yaş (*genç*) ve unvan (*ters orantılı*) ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Ursoniu vd. (2022), “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Öğrenci Formu; SMAS-SF; SMBÖ-ÖF” geçerlilik ve güvenilirlik analizlerini yapmış ve literatüre bu konuda katkıda bulunmuşlardır. Yue vd. (2022), cinsiyet ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Al-Samarraie vd. (2021), sosyal medya ağlarını kullanan gençlerin sosyal medya bağımlılığını sosyal, teknolojik, davranışsal ve zihinsel olmak üzere dört ana kategoride toplamışlardır. Sosyal medya bağımlılığının kavramsallaştırılması ve derinlemesine anlaşılması sosyal medya bağımlılığını önlemek için olası eylemler hakkında doğru önerilerin ortaya koyulacağını vurgulamışlardır. Can vd. (2021), cinsiyet, düzenli spor, kardeş sayısı, yaş (*ters orantılı*) ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Doğrusever (2021), sosyal medyayı kullanım süresi, sosyal medya hesabı sayısı ve sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmiştir. Uslu (2021), sosyal medya kullanımından genel anlamda memnun oldukları, sosyal medya kullanımının yaş ile ters orantılı olduğu (*emeklilikte artış gösterdiği*) ve sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya bağımlılığı arasında doğru bir orantı olduğunu vurgulamaktadır. Aksoy (2020), cinsiyet ve medeni durum ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmiştir. Kıran vd. (2020), cinsiyet ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Korkmaz (2020), sosyal medya bağımlılığına yönelik önleyici faaliyetler için önerilerde bulunmuştur. Tülay & Erdinç (2020), bazı betimsel özellikler ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Dijital yerli(ler) ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılmış araştırmalar incelendiğinde bu çalışmanın araştırma sorusu “yönetici adaylarının dijital yerli(ler) düzeylerinin sosyal medya bağımlılığına etki durumu var mıdır?” şeklinde belirlenmiştir. Genel alternatif hipotez (**H<sub>A</sub>**) ise; “yönetici adaylarının dijital yerli(ler) düzeyleri (*alternatif bilişsel özellik; kültürel ve sosyal değerler; öğretme-öğrenme üzerine beklentiler*) sosyal medya bağımlılığını (*meşguliyet; duygu durum düzenleme; tekrarlama; çatışma*) pozitif yönlü etkilemektedir” şeklindedir (açıklama için yöntem bölümüne bkz.).

### 3. YÖNTEM

Bu bölümde; araştırma yöntemi (yaklaşımı), araştırma türü, örnekleme yöntemi ve veri toplama tekniği temelinde araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, sınırlılıkları, araştırma için alınan etik kurul izni, veri toplama araçları (anket), araştırmanın modeli ve verilerin analizi hakkında bilgiler verilmiştir. Araştırma yöntemi (yaklaşımı) nicel araştırma yöntemi, araştırma türü ilişkisel (korelasyonel) araştırma, örnekleme yöntemi olasılığa dayalı örnekleme tekniklerinden basit olasılıklı (rasgele) örnekleme ve veri toplama tekniği anket tekniğidir.

Bu çalışmanın amacı, yönetici adaylarının dijital yerli(ler) açısından sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin belirlenmesidir. Gelecekte hem kamu hem de özel sektörde yönetici olacak günümüz yönetici adaylarının sosyal medya bağımlılık düzeylerinin dijital yerli(ler) açısından incelenmesi ve bu konudaki literatürdeki boşluğun doldurulması çalışmanın önemli yönüdür. Araştırmanın sınırlılıkları ise; (i) 2021-2022 eğitim-öğretim yılı bahar dönemi Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu Yönetim ve Organizasyon Bölümü İnsan Kaynakları Yönetimi programı (Erkek: 84; Kadın: 88; Toplam: 172), İşletme Yönetimi programı (Erkek: 79; Kadın: 44; Toplam: 123), Lojistik programı (Erkek: 132; Kadın: 54; Toplam: 186) ve Sağlık Kurumları İşletmeciliği programı (Erkek: 46; Kadın: 98; Toplam: 144) olmak üzere toplam 625 (Erkek: 341; Kadın: 284) önlisans öğrencisini kapsamakta, (ii) veriler anket tekniği ile Google Formlar üzerinden elektronik ortamda elde edilmesi ve (iii) verilerin elde edilmesi için anketlerin elektronik ortamda 1 Mart – 5 Nisan 2021 tarihler arasında yapılmasıdır. Bu çalışma için, Is\*\*\* Uy\*\*\* Bi\*\*\* Üni\*\*\* Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 24.11.2020 tarihli, 36 toplantı sayılı ve 01 karar numaralı etik kurul izni alınmıştır.

Veri toplama için kullanılan anket hakkında bilgi verilmiştir. Anket; (i) yeni binyılın öğrencisi, (ii) sosyal medya bağımlılığı ve (iii) betimleyici özellikler olmak üzere üç ana bölümden oluşmaktadır.

**Yeni Binyılın Öğrencisi Anketi:** Yükseköğretim öğrencilerinin bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili tutum ve davranışlarının değerlendirilmesi için Şahin (2009; 2010) tarafından geliştirilmiştir. Bu ölçek 38 ifade 3 boyuttan (alternatif bilişsel özellikler, kültürel ve sosyal değerler, öğretme-öğrenme üzerine beklentiler) oluşmaktadır. “İnternet ilan sitelerine ve forumlarına üye olabilirim” ifadesi alternatif bilişsel özellikler boyutuyla, “Aradığım bilgileri kitaptan bulmaktansa internetten bulmayı tercih ederim” ifadesi kültürel ve sosyal değerler boyutuyla, “Okulda kullanılan bilgi ve iletişim teknolojilerine yeterli sıklıkta ulaşabiliyorum” ifadesi öğretme-öğrenme üzerine beklentiler boyutuyla ilgili bazı örnek ifadelerdir. Bu 38 ifadeye ait önem değerlerinin belirlenmesi için 5’li likert tipi (1: Kesinlikle Katılmıyorum, ... , 5: Kesinlikle Katılıyorum) tercih edilmiştir.

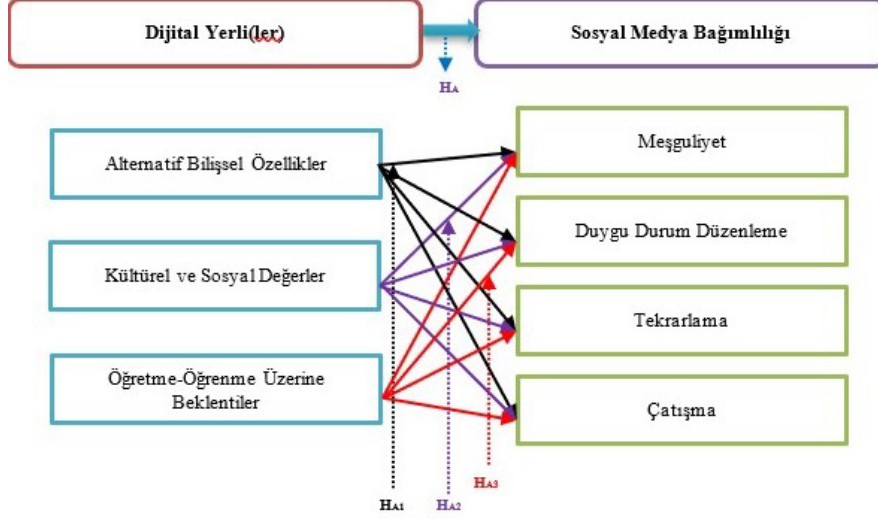
**Sosyal Medya Bağımlılığı Anketi:** Yükseköğretim öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının değerlendirilmesi için kullanılan ölçek Tutgun-Ünal & Deniz (2015) tarafından geliştirilmiştir. Bu ölçek 41 ifade ve 4 boyuttan (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma) oluşmaktadır. “Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ediyorum” ifadesi meşguliyet boyutuyla, “Problemlerinden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır” duygu durum düzenleme boyutuyla, “Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm” tekrarlama boyutuyla, “Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır” çatışma boyutuyla ilgili bazı örnek ifadelerdir. Bu 41 ifadeye ait önem değerlerinin belirlenmesi için 5’li likert tipi (1: Hiçbir Zaman, 2: Nadiren, 3: Bazen, 4: Sık Sık, 5: Çok Sık) kullanılmıştır.

**Betimleyici Özellikler:** Katılımcıların; demografik özellikleri (yaş ve cinsiyet), eğitim özellikleri (sınıf ve öğrenim durumu) ve sosyal medya kullanımı özellikleri (sosyal medya için tercih edilen uygulamaları, sosyal medya kullanırken tercih edilen cihaz, sosyal medya kullanımında tercih edilen mekanlar, günlük sosyal medya kullanma süresi) ile ilgili toplam 8 soru yer almaktadır.

Araştırma için önerilen model ve hipotez ile ilgili bilgiler Şekil 2’de gösterilmektedir.



Şekil 2: Araştırma İçin Önerilen Model



**H<sub>A1</sub>:** Alternatif bilişsel özelliği, sosyal medya bağımlılığını (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma) pozitif yönlü etkilemektedir.

**H<sub>A2</sub>:** Kültürel ve sosyal değerleri, sosyal medya bağımlılığını (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma) pozitif yönlü etkilemektedir.

**H<sub>A3</sub>:** Öğretme-öğrenme üzerine beklentileri, sosyal medya bağımlılığını (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma) pozitif yönlü etkilemektedir.

#### 4. BULGULAR

Bu bölüm üç alt kısımdan oluşmaktadır. Bu alt kısımlar; **(a)** betimleyici bilgilere ait verilerin analizi (ortalama standart sapma, korelasyon; SPSS v.26), **(b)** açıklayıcı (SPSS v.26) ve doğrulayıcı (AMOS v.24) faktör analizi ve **(c)** yapısal eşitlik modellemesi (regresyon; AMOS v.24) şeklindedir. Katılımcıların betimleyici özelliklerine ait analiz sonuçları bir sonraki kısımda açıklanmaktadır.

##### 4.1. Betimleyici Bilgilere Ait Verilerin Analizi

Katılımcıların yaşları 18-25 arasında değişmekte olup 20 ve altında olanların oranı %55.8 ve 21 ve üstünde olanların oranı %44.2'dir. Katılımcıların yaşlarının ortalaması ( $\pm$  standart sapma) 21 ( $\pm$  1.369)'dir. Katılımcıların %46.2'si erkek ve %53.8'i kadındır. Katılımcıların %65.1'i birinci sınıfta ve %34.9'u ikinci sınıfta okumaktadır. Katılımcıların öğrenim durumu dağılımı %62.9'u normal öğretim ve %37.1'i ikinci öğretim şeklindedir. Sosyal medya için tercih edilen uygulamalar açısından en çok kullanılan uygulama %77.2 ile Instagram'dır. Diğer uygulamaların sıralaması ise; %9.8 ile YouTube, %9.1 ile Twitter, %0.6 ile Facebook ve %3.3 ile diğer şeklindedir. Sosyal medya kullanırken tercih edilen cihazların dağılımına bakıldığında yüksek oranda %95.4 ile akıllı telefon olduğu görülmektedir. Diğer cihazların sıralaması ise; %2.2 ile dizüstü (laptop), %2.0 ile masaüstü ve %0.4 tablettir. Sosyal medya kullanımında tercih edilen mekanlar incelendiğinde katılımcıların %73.5'i ikamet edilen yer, %2.6'sı üniversite yerleşkesi, %1.9'u kafe vb. yerler ile %22.1'i diğer mekanlar şeklindedir. Katılımcıların günlük sosyal medya kullanma süresi 1-12 saat arasında olup ortalama 4.50 ( $\pm$ 3.036) saattir. Katılımcıların %53.1'i 4 saat ve altında sosyal medyada vakit geçirirken, %46.9'u 5 saat ve üstünde sosyal medyada vakit geçirmektedir.

Korelasyon (r), aynı dağılıma sahip iki değişken arasındaki ilişki düzeyidir. Bu ilişki düzeyinin değeri  $\pm 1.00$  arasındadır (Watkins, 2021: 42). Korelasyon analizi sonucu elde edilen değerlerin aralıkları (anlamları); 0.00-0.29 arası (düşük düzeyde), 0.30-0.64 arası (orta düzeyde), 0.65-0.84 arası (yüksek düzey) ve 0.85-1.00 arası (çok yüksek düzey) şeklindedir (Ural & Kılıç, 2013: 244). Dijital yerli(ler) ve boyutları ile sosyal medya bağımlılığı ve boyutları arasındaki korelasyon katsayısı, ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Dijital Yerli(ler) ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki, Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	SMB	M	DDD	T	Ç	DY	ABÖ	KSD	OÜB
SMB	1								
M	0.834**	1							
DDD	0.821**	0.726**	1						
T	0.858**	0.660**	0.597**	1					
Ç	0.810**	0.584**	0.586**	0.740**	1				
DY						1			
ABÖ						0.838**	1		
KSD						0.845**	0.639**	1	
OÜB						0.838**	0.614**	0.606**	1
Ortalama	2.325	2.805	2.631	2.182	1.872	2.991	3.289	2.642	3.076
S. Sapma	1.147	1.284	1.363	1.281	1.182	1.078	1.119	1.138	1.102

\*\* p  $\leq$  0.01

**SMB:** Sosyal Medya Bağımlılığı; **M:** Meşguliyet; **DDD:** Duygu Durum Düzenleme; **T:** Tekrarlama; **Ç:** Çatışma; **DY:** Dijital yerli(ler); **ABÖ:** Alternatif Bilişsel Özellikler; **KSD:** Kültürel ve Sosyal Değerler; **OÜB:** Öğretme-Öğrenme Üzerine Beklentiler

Dijital yerli(ler) ile alternatif bilişsel özellikler arasında **yüksek** düzeyde (0.838;  $p \leq 0.001$ ), kültürel ve sosyal değerler ile arasında **yüksek** düzeyde (0.845;  $p \leq 0.001$ ) ve öğretme-öğrenme üzerine beklentiler ile arasında **yüksek** düzeyde (0.838;  $p \leq 0.001$ ) bir ilişki vardır. Dijital yerli(ler) ortalama değeri 2.991 ( $\pm 1.078$ ) şeklinde hesaplanmıştır. Alternatif bilişsel özelliklerin en yüksek ortalamaya (3.289 $\pm$ 1.119) sahip olduğu ve kültürel ve sosyal değerlerin en düşük ortalamaya (2.642 $\pm$ 1.138) sahip olduğu gözlenmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ile meşguliyet arasında **yüksek** düzeyde (0.834;  $p \leq 0.001$ ), duyu durum düzenleme ile arasında **yüksek** düzeyde (0.821;  $p \leq 0.001$ ), tekrarlama ile arasında **çok yüksek** düzeyde (0.858;  $p \leq 0.001$ ) ve çatışma ile arasında **yüksek** düzeyde (0.810;  $p \leq 0.001$ ) bir ilişki vardır. Sosyal medya bağımlılığının ortalama değeri 2.325 ( $\pm 1.147$ ) şeklinde hesaplanmıştır. En son olarak meşguliyetin en yüksek ortalamaya (2.805 $\pm$ 1.284) sahip olduğu ve çatışmanın en düşük ortalamaya (1.872 $\pm$ 1.182) sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır.

#### 4.2. Açıklayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi

Disiplinler (sosyal, fen, sağlık, güzel sanatlar vb.), bir popülasyon örneğinden (örneklerden) nicel ve nitel bilgileri elde etmek amacıyla ampirik çalışmalarda anket tekniğini kullanırlar. Araştırmacılar (akademisyenler, psikologlar, sosyologlar, araştırma şirketleri vb.), elde edilen verilerden çıkarımlarda bulunmak için bazı istatistiksel analizler kullanmaktadır (Leontitsis & Pagge, 2007: 336). Buna göre bu kısımda; **(i)** katılımcı yeter sayısı, **(ii)** güvenilirlik katsayısı, **(iii)** açıklayıcı faktör analizi ve **(iv)** doğrulayıcı faktör analizi hakkında bilgi verilecektir.

**Katılımcı Yeter Sayısı:** Yeni binyılın öğrencisi (38) ve sosyal medya bağımlılığı (41) anketlerinde toplam 79 ifade yer almaktadır. Everitt (1975)'e göre, anketteki ifadelerin 5 katı kadar katılımcılıya ulaşılması yeterlidir. Toplam 549 katılımcıya ulaşılmış olup, ilk incelemeler sonucu (kontrol sorusu) 539 (yeterli anket sayısı: 395) katılımcının anketi analizler için uygun görülmüştür.

**Güvenirlilik Katsayısı:** Güvenirlilik katsayısı (cronbach's alfa;  $\alpha$ ), veriler için bir güvenilirlik tahminidir (Bravo & Potvin, 1991: 383). Cronbach (1951)'a göre, bu katsayının değeri 0-1 aralığında bir değer almakta olup, bu değer 1 değerine ne kadar yakınsa cevaplar o kadar güvenilir olduğu kabul edilmektedir. Christmann & van Aelst (2006: 1661)'e göre, bu değer minimum 0.7'nin üstünde olması arzu edilmektedir.

**Açıklayıcı Faktör Analizi:** Kline (1994)'a göre açıklayıcı faktör analizi (exploratory factor analysis; EFA; AFA), birçok alanda sıklıkla kullanılmakta olup, anket verilerinin analizleri için bir gereklilik olduğu vurgusunu yapmaktadır. Açıklayıcı faktör analizin aşamaları; **(a)** KMO değeri, **(b)** Küresellik testi değeri, **(c)** varyans değeri ve **(d)** faktör yükü değerinin belirlenmesidir (Mindrila, 2017: 20).

**(a) KMO değeri:** Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri, Gözlemlenen değişkenlerin örnekleme temsil etme yetisi için hesaplanmaktadır. Bu değer, 0-1 arasında değerler almaktadır. Hesaplanan KMO değerinin 0.5'in altında olmaması gerekmektedir. Eğer bu değer 0.8'in üstünde olması durumunda ise iyi olduğu kabul edilmektedir (Kaiser, 1970: 405; Kaiser & Rice, 1974: 112). **(b) Küresellik testi değeri:** Hinton vd. (2004: 349)'ne göre, değişkenler arasında bir ilişkinin olup olmadığının belirlenmesi önemli olup, eğer bir ilişki bulunmaz ise verilerin tekrar gözden geçirilmesi gerekmektedir (uç değer ve/veya verilerin tekrar toplanması). Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığının belirlenmesi için elde edilen bu değer (p) 0.05'in altında çıkması gerekmektedir. **(c) Varyans değeri:** Faktör analizi elde edilen boyutların verilerdeki varyansın yüzde (%) kaçını açıkladığını göstermektedir. **(d) Faktör yükü değeri:** Faktör yükü, her bir değişkenin ait olduğu faktöre ne derece katkıda bulunduğunu göstermektedir. Faktör yükü değerleri  $\pm 1$  arasında olup, hangi değişkenlerin hangi faktöre yüklendiği tespit etmektedir (Liossi, 2002: 42). Bu değerlerin 0.3'ün altında olmaması gerekmektedir. Eğer bu durum gerçekleşirse, bu değeri alan değişkenler (en düşükten başlanarak) analizden çıkarılarak faktör analizi tekrarlanır (Netemeyer vd., 2003: 43).

AFA sonucunda 19 ifadeden oluşan **dijital yerli(ler)**; alternatif bilişsel özellikler (7 m.), kültürel ve sosyal değerler (6 m.) ve öğretme-öğrenme üzerine beklentiler (6 m.) olmak üzere 3 boyuttan oluşmaktadır. Yapılan analizin sonucu; alternatif bilişsel özellikleri varyansın %24.175'ini, kültürel ve sosyal değerleri varyansın %19.85'ini, öğretme-öğrenme üzerine beklentiler varyansın %17.833'ünü ve üç boyutun toplamı varyansın %61.857'sini açıklamıştır (**KMO: 0.934; X<sup>2</sup>: 5870.470; sd: 171; p: 0.000**). Faktör yükü değerleri incelendiğinde; alternatif bilişsel özelliklere ait faktör yükünün değerleri 0.547-0.801 arasında ( $\alpha$ : 0.875), kültürel ve sosyal değerlere ait faktör yükünün değerleri 0.532-0.783 arasında ( $\alpha$ : 0.854), öğretme-öğrenme üzerine beklentilere ait faktör yükünün değerleri 0.457-0.833 arasında ( $\alpha$ : 0.859) ve dijital yerli(ler) ait faktör yükünün değerleri 0.457-0.833 arasındadır ( $\alpha$ : 0.933). Elde edilen sonuçlara göre dijital yerli(ler)ye ait açıklayıcı faktör analizi sonuçları kabul edilmiştir. AFA sonucunda 41 ifadeden oluşan **sosyal medya bağımlılığı**; meşguliyet (12 m.), duygu durum düzenleme (5 m.), tekrarlama (5 m.) ve çatışma (19 m.) olmak üzere 4 boyuttan oluşmaktadır. Yapılan analizin sonucu; meşguliyet varyansın %31.409'unu, duygu durum düzenleme varyansın %21.378'ini, tekrarlama varyansın %11.436'sını, çatışma varyansın %8.938'ini ve dört boyutun toplamı varyansın %73.162'sini açıklamıştır (**KMO: 0.974; X<sup>2</sup>: 24810.662; sd: 820; p: 0.000**). Faktör yükü değerleri incelendiğinde; meşguliyeğe ait faktör yükünün değerleri 0.587-0.854 arasında ( $\alpha$ : 0.951), duygu durum düzenlemeye ait faktör yükünün değerleri 0.551-0.762 arasında ( $\alpha$ : 0.934), tekrarlama ait faktör yükünün değerleri 0.641-0.735 arasında ( $\alpha$ : 0.946), çatışmaya ait faktör yükünün değerleri 0.572-0.851 arasında ( $\alpha$ : 0.975), sosyal medya bağımlılığına ait faktör yükünün değerleri 0.551-0.854 arasındadır ( $\alpha$ : 0.980). Elde edilen sonuçlara göre sosyal medya bağımlılığına ait açıklayıcı faktör analizi sonuçları kabul edilmiştir.

**Doğrulayıcı Faktör Analizi:** Tabachnick & Fidell (2007: 734)'e göre ifadeler bazı ölçütlere göre test edilmekte olup değerler istenilen düzeyde çıkmadığında verilerin (veya oluşturulan modelin) gözden geçirilmesi gerekmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi (confirmatory factor analysis; CFA) için kullanılan değişkenler; Ki-Kare (**Chi-Square; X<sup>2</sup>**), standart sapma (**standard deviation; sd**), yaklaşık hataların ortalama karekökü (**Root Mean Square Error of Approximation; RMSEA**), karşılaştırmalı uyum indeksi (**Comparative Fit Index; CFI**), iyilik uyum indeksi (**Goodness-of-Fit Index; GFI**) ve düzeltilmiş uyum indeksi (**Adjusted Goodness-of-Fit-Index; AGFI**) şeklindedir (bkz. Hu & Bentler, 1998). Tablo 2'de doğrulayıcı faktör analizinin doğruluğunu test etmek için kullanılan uyum indekslerinin aralıkları yer almaktadır.

Tablo 2: Doğrulayıcı Faktör Analizi İçin Uyum İndeksleri

Değişkenler	İyi Uyum Değer Aralığı	Kabul Edilebilir Değer Aralığı
p	≤ 0.05	≤ 0.05
X <sup>2</sup> /sd	< 3.00	≤ 5.00
RMSEA	≤ 0.05	≤ 0.10
CFI	≥ 0.95	≥ 0.85
GFI	≥ 0.95	≥ 0.85
AGFI	≥ 0.90	≥ 0.80

**Kaynak:** (Schemelleh-Engel vd., 2003: 52)

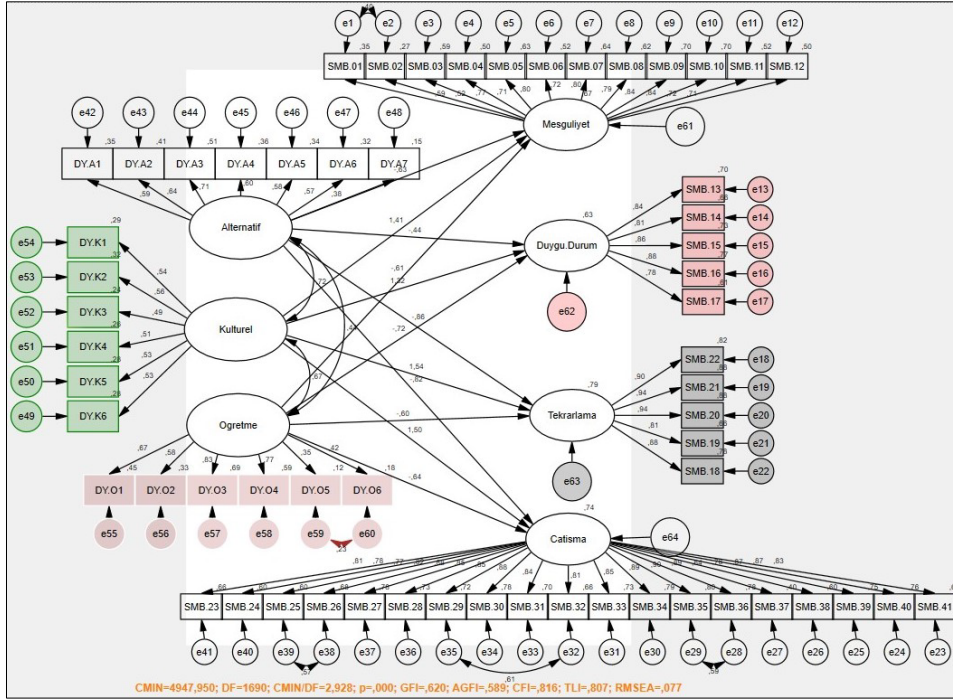
Doğrulayıcı faktör analizi için AMOS v.24 programı kullanılmıştır. Bu program ile dijital yerli(ler)ye ve sosyal medya bağımlılığına ait doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Dijital yerli(ler)ye ait yapılan doğrulayıcı faktör analizine göre; alternatif bilişsel özelliklere ait faktör yükünün değerleri 0.360-0.747 arasında, kültürel ve sosyal değerlere ait faktör yükünün değerleri 0.523-0.660 arasında, öğretme-öğrenme üzerine beklentilere ait faktör yükünün değerleri 0.302-0.863 arasında ve dijital yerli(ler)ye ait faktör yükünün değerleri 0.302-0.863 arasındadır. Alternatif bilişsel özellikler ile kültürel ve sosyal değerler arasındaki ilişki düzeyi **orta** (r=0.515), alternatif bilişsel özellikler ile öğretme-öğrenme üzerine beklentiler arasındaki ilişki düzeyi **orta** (r=0.427) ve kültürel ve sosyal değerler ile öğretme-öğrenme üzerine beklentiler arasındaki ilişki düzeyi **orta** (r=0.470) şeklindedir. Yapılan analiz sonucunda (2 iterasyon) dijital yerli(ler)nin 3 boyuttan oluştuğu kabul edilmiştir (**X<sup>2</sup>: 43; sd: 147; X<sup>2</sup>/sd: 4.375; RMSEA: 0.10; CFI: 0.771; GFI: 0.819; AGFI: 0.766; p ≤ 0.05**). Bazı değerlerin kabul edilebilir değer aralığında (**X<sup>2</sup>/sd; RMSEA; p**) olduğu tespit edilmiştir (bkz. Tablo 2).

Sosyal medya bağımlılığına ait yapılan doğrulayıcı faktör analizine göre; meşguliye ait faktör yükünün değerleri 0.540-0.841 arasında, duygu durum düzenlemeye ait faktör yükünün değerleri 0.773-0.872 arasında, tekrarlama ait faktör yükünün değerleri 0.813-0.937 arasında, çatışmaya ait faktör yükünün değerleri 0.634-0.896 arasında ve sosyal medya bağımlılığına ait faktör yükünün değerleri 0.540-0.937 arasındadır. Meşguliyet ile çatışma arasındaki ilişki düzeyi **orta** (r=0.647), tekrarlama ile çatışma arasındaki ilişki düzeyi **yüksek** (r=0.798), meşguliyet ile tekrarlama arasındaki ilişki düzeyi **yüksek** (r=0.710), meşguliyet ile duygu durum düzenleme arasındaki ilişki düzeyi **yüksek** (r=0.757), duygu durum düzenleme ile tekrarlama arasındaki ilişki düzeyi **orta** (r=0.619) ve duygu durum düzenleme ile çatışma arasındaki ilişki düzeyi **orta** (r=0.630) şeklindedir. Yapılan analiz sonucunda (3 iterasyon) sosyal medya bağımlılığının 4 boyuttan oluştuğu kabul edilmiştir (**X<sup>2</sup>: 91; sd: 770; X<sup>2</sup>/sd: 3.620; RMSEA: 0.89; CFI: 0.864; GFI: 0.676; AGFI: 0.638; p ≤ 0.05**). Bazı değerlerin kabul edilebilir değer aralığında (**X<sup>2</sup>/sd; RMSEA; CFI; p**) olduğu tespit edilmiştir (bkz. Tablo 2). Yapılan analizler sonucunda verilerin güvenilirlik ve geçerlilik değerleri istenilen düzeyde çıktığı tespit edilmiştir. Bir sonraki bölümde çalışmanın hipotezlerinin test edilmesi için yapısal eşitlik modellemesi hakkında bilgiler verilecektir.

### 4.3. Yapısal Eşitlik Modellemesi

**Araştırma sorusu** temelinde (yönetici adaylarının dijital yerli(ler) düzeylerinin sosyal medya bağımlılığına etki durumu var mıdır?) belirlenen **genel hipotezin** (yönetici adaylarının dijital yerli(ler) düzeyleri sosyal medya bağımlılığını pozitif yönlü etkilemektedir) test edilmesi için oluşturulan yapısal eşitlik modellemesi Şekil 3'te gösterilmektedir.

Şekil 3: Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisi



Önerilen yapısal eşitlik modellemesinin uygunluğunun test edilmesi için yapılan analiz sonucunun (1 iterasyon) kabul edilebilir olduğu belirlenmiştir ( $X^2$ : 140; sd: 1690;  $X^2$ /sd: 2.928; RMSEA: 0.77; CFI: 0.816; GFI: 0.620; AGFI: 0.589;  $p \leq 0.05$ ). Bazı değerlerin iyi değer aralığında ( $X^2$ /sd) ve bazı değerlerin kabul edilebilir değer aralığında (RMSEA; p) olduğu tespit edilmiştir (bkz. Tablo 2). Yapısal eşitlik modellenmesinde dijital yerli(ler)de ilişki düzeyi; alternatif bilişsel özellikler ile kültürel ve sosyal değerler arasındaki ilişki düzeyi **orta** düzeyden **yüksek** düzeye ( $r_{eski}=0.515$ ;  $r_{yeni}=0.721$ ) ve kültürel ve sosyal değerler ile öğretme-öğrenme üzerine beklentiler arasındaki ilişki düzeyi **orta** düzeyden **yüksek** düzeye ( $r=0.470$ ;  $r_{yeni}=0.667$ ) yükselmiştir. Alternatif bilişsel özellikler ile öğretme-öğrenme üzerine beklentiler arasındaki ilişki düzeyinde bir artış görülmesine karşın **orta** ( $r=0.427$ ;  $r_{yeni}=0.441$ ) düzeyde kalmıştır. Dijital yerlilerin (bağımsız değişken) sosyal medya bağımlılığına (bağımlı değişken) etkisinin ( $\beta$ : Standardize Edilmiş Regresyon Değeri) yapısal eşitlik modellemesi sonuçları Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3: Dijital Yerli(ler)nin Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisinin Yapısal Eşitlik Modellemesi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Etki Yönü	Bağımlı Değişkenler	$\beta_1$	$\beta_2$	Standart Hata	Kritik Oran
Alternatif Bilişsel Özellikler (Kabul Edilmedi)	Negatif	Meşguliyet	(0.627)***	-0.900	0.182	-4.942
	Negatif	Duygu Durum Düzenleme	(0.435)***	-0.923	0.234	-3.942
	Negatif	Tekrarlama	(0.862)***	-1.702	0.264	-6.506
	Negatif	Çatışma	(0.822)***	-1.450	0.231	-6.264
Kültürel ve Sosyal Değerler (Kabul)	Pozitif	Meşguliyet	1.407***	1.384	0.198	6.991
	Pozitif	Duygu Durum Düzenleme	1.317***	1.913	0.246	7.793
	Pozitif	Tekrarlama	1.544***	2.108	0.255	8.278
	Pozitif	Çatışma	1.500***	1.812	0.226	8.031
Öğretme-Öğrenme Üzerine Beklentiler (Kabul Edilmedi)	Negatif	Meşguliyet	(0.607)***	-0.769	0.168	-4.583
	Negatif	Duygu Durum Düzenleme	(0.718)***	-1.343	0.251	-5.357
	Negatif	Tekrarlama	(0.604)***	-1.062	0.225	-4.723
	Negatif	Çatışma	(0.643)***	-1.000	0.204	-4.902

\*\*\* p ≤ 0.001

\*\* p ≤ 0.01

\* p ≤ 0.05

Yapılan analiz sonucunda  $H_{A1}$  (Alternatif bilişsel özelliği, sosyal medya bağımlılığını (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma) pozitif yönlü etkilemektedir) ve  $H_{A3}$  (Öğretme-öğrenme üzerine beklentileri, sosyal medya bağımlılığını (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma) pozitif yönlü etkilemektedir) alternatif ana ve alt hipotezler kabul edilmez iken  $H_{A2}$  (Kültürel ve sosyal değerleri, sosyal medya bağımlılığını (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma) pozitif yönlü etkilemektedir) alternatif ana ve alt hipotezleri kabul edilmiştir.

Şahin (2010: 5-6)'e göre alternatif bilişsel özellikleri; (a) ileri düzey enformasyon becerilerine sahip, dijital okur, (b) çoklu görev yapan, (c) bağımsız öğrenen, (ç) deneysel öğrenen, (d) görsel öğrenen, (e) oyuna düşkün ve (f) dikkat süreleri kısa şeklindedir. Pedró (2011: 10)'e göre; dijital kaynakları tercih eden, görselliğe önem veren, çoklu görevleri yapabilen ve karmaşık problemleri çözebilir. Şahin (2010: 6-7)'e göre kültürel ve sosyal değerlerinin özellikleri; (a) sanal olarak sosyal, fiziksel olarak yalnız, (b) dinlenmeye ayrılan sürelerde de dijital araçlarla zaman geçiren, (c) bireyler arası iletişimde hızlı, sabırsız, (ç) çoklu ortamı düz metine tercih eden, (d) kısaltma dili kullanan ve (e) kendini serbestçe ifade eden şeklindedir. Pedró (2011: 11-12)'e göre; sanal ortamda aktif, hızlı reaksiyon gösteren ve multimedya içerikleri tercih etmektedirler. Şahin (2010: 8)'e göre öğretme-öğrenme üzerine beklentilerinin özellikleri; (a) okulun teknoloji altyapısından beklentileri yüksek, (b) derste dijital medya kullanım sıklığı, (c) öğrenmenin bireye uyarlanması, (ç) birlikte çalışma ve ağ kurma fırsatları, (d) ders sürelerinin uzunluğu ve (e) oyun merkezli öğrenen şeklindedir. Pedró (2011: 12-13)'e göre; teknolojinin eğitim alanında kullanılmasını, kullanma sıklığını ve kişileştirilmesini kapsamaktadır. **Meşguliyet**, bir kişinin sosyal medya faaliyetlerini yoğun bir şekilde düşündüğü ve bu faaliyetlerle ilgilenmesidir. **Duygu durum düzenleme**, bir kişinin ruh halinin sosyal medya faaliyetlerine göre değişiklik göstermesidir. **Tekrarlama**, sosyal medya kullanımını bırakma eğilimine girmesine karşın bunda başarısız olmasıdır. **Çatışma**, sosyal medya kullanımının gerçek ilişkilerinde sıkıntılar yaratması durumudur (Tutgun-Ünal & Deniz, 2015: 59-60).

Alternatif bilişsel özelliği; **meşguliyeti** [ $\beta_1$ : (0.627);  $p \leq 0.001$ ], **duygu durum düzenlemeyi** [ $\beta_1$ : (0.435);  $p \leq 0.001$ ], **tekrarlamayı** [ $\beta_1$ : (0.862);  $p \leq 0.001$ ] ve **çatışmayı** [ $\beta_1$ : (0.822);  $p \leq 0.001$ ] *negatif yönlü* etkilemektedir. Dijital kaynakları tercih eden ve karmaşık problemleri rahatlıkla çözebilenler; (a) devamlı sosyal medya kullanma isteğini, (b) ruh hali değişimini, (c) sosyal medyadan uzak kalma isteğini ve (d) arkadaşlarıyla olan ilişki düzeyini anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir. Kültürel ve sosyal değerler; **meşguliyeti** [ $\beta_1$ : 1.407;  $p \leq 0.001$ ], **duygu durum düzenlemeyi** [ $\beta_1$ : 1.317;  $p \leq 0.001$ ], **tekrarlamayı** [ $\beta_1$ : 1.544;  $p \leq 0.001$ ] ve **çatışmayı** [ $\beta_1$ : 1.500;  $p \leq 0.001$ ] *pozitif yönlü* etkilemektedir. Sanal ortamda aktif olma durumu; (a) devamlı sosyal medya kullanma isteğini, (b) ruh hali değişimini, (c) sosyal medyadan uzak kalma isteğini ve (d) arkadaşlarıyla olan ilişki düzeyini anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Öğretme-öğrenme üzerine beklentileri; **meşguliyeti** [ $\beta_1$ : (0.607);  $p \leq 0.001$ ], **duygu durum düzenlemeyi** [ $\beta_1$ : (0.718);  $p \leq 0.001$ ], **tekrarlamayı** [ $\beta_1$ : (0.604);  $p \leq 0.001$ ] ve **çatışmayı** [ $\beta_1$ : (0.643);  $p \leq 0.001$ ] *negatif yönlü* etkilemektedir. Teknolojinin eğitim alanında kullanılması ve entegre edilmesi; (a) devamlı sosyal medya kullanma isteğini, (b) ruh hali değişimini, (c) sosyal medyadan uzak kalma isteğini ve (d) arkadaşlarıyla olan ilişki düzeyini anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir.

## 5. SONUÇ, DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Sanayi devrimiyle birlikte makineler insan gücünün yerini almaya başlamıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte yapay zeka uygulamalarının artması ile akıllı makineler hem insan gücünün yerini almaya hem de karar verme süreçlerine etki etmeye başlamıştır. İş hayatı dahil olmak üzere tüm sektörlere ve hayatın tüm alanlarına teknoloji nüfuz etmiş ve sürekli bir şekilde devam etmektedir. Bu çalışmada, üniversite düzeyinde eğitim alan yönetici adaylarının (dijital yerli(ler)) sosyal medya bağımlılıkları üzerine bir araştırma yapılmıştır. Temel amaç günümüz teknoloji gelişiminin yönetici adaylarına sosyal medya dünyasındaki etkilerinin incelenmesidir. Bu çalışmanın öznel bir diğer yönü ise, son yıllarda hayatımıza giren ve yavaş yavaş etkileri azalan COVID-19 salgınının en yoğun olduğu dönemde yapılmış olması ve o dönemdeki (1 Mart – 5 Nisan 2021) durumun ortaya konulmasıdır. Bu salgının etkilerinin tam anlaşılması için bu araştırmanın aynı ve/veya farklı bir örneklem üzerinde günümüzde tekrar yapılması daha uygun olacağı önerilmektedir.

Araştırmada, yönetici adayı üniversite öğrencilerinin (dijital yerli(ler)) seçilmesinin temel amacı, teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmeleri ve farklı bir öğrenme becerisine sahip olmalarıdır (Prensky, 2001a; 2001b çalışmalarına bkz.). Özellikle bu kadar teknolojiyle iç içe bir neslin hayatlarında, teknolojinin hem olumlu hem de olumsuz yönleri görülmektedir. Olumsuz yönü bağımlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Griffiths'e (2005) göre bağımlılık; dikkat çekicilik, tolerans, ruh hali değişiklikleri, yoksunluk, nüksetme, çatışma ve problem özelliklerini taşımaktadır. Kısaca gelecekte hem kamu hem de özel sektörde yönetici olarak çalışmayı düşünen (kariyer hedefi) günümüz yönetici adaylarının sosyal medya bağımlılık düzeylerinin dijital yerli(ler) açısından incelenmesi ve bu konudaki literatürdeki boşluğun doldurulması bu çalışmanın önemli yönüdür. Yükseköğretim öğrencilerinin bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili tutum ve davranışlarının değerlendirilmesi için Şahin (2009; 2010) tarafından geliştirilen "yeni binyılın öğrencisi anketi" ile yükseköğretim öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının değerlendirilmesi için Tutgun-Ünal & Deniz (2015) tarafından geliştirilen "sosyal medya bağımlılığı anketi" kullanılmıştır. Katılımcıların betimleyici özelliklerinin belirlenmesi için; yaş, cinsiyet, sınıf, öğrenim durumu, sosyal medya için tercih edilen uygulamaları, sosyal medya kullanırken tercih edilen cihaz, sosyal medya kullanımında tercih edilen mekanlar, günlük sosyal medya kullanma süresi ile ilgili sorular sorulmuştur.

Araştırmaya katılanların yaş aralığı 18-25 olup yaşlarının ortalaması 21'dir. Katılımcıların yarısından fazlası kadın olup birinci sınıf normal öğretimde eğitim görmektedirler. Sosyal medya uygulamalarından en çok Instagram'ı tercih ettikleri, sosyal medya uygulamalarına ulaşmak için tamamına yakınının telefonu tercih ettikleri ve sosyal medyada vakit geçirmek için büyük çoğunluğunun yaşadıkları yerden bağlandıkları görülmektedir. Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süresinin ortalama 4-5 saat aralığında olup, bu oran hem dünya hem de Türkiye ortalamasının altındadır. Dünyada en çok kullanılan uygulama Youtube iken Türkiye'de en çok Instagram (çalışmanın Giriş bölümüne bkz.) olup, bu durum araştırmada elde edilen bulguyla paralellik göstermektedir. İlgili literatürde betimleyici özellikler ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar bulunmaktadır. Bu çalışma amaç ve kapsam yönüyle ilgili ilişkiyi inceleyen araştırmalardan (Aktan, 2018; Baz, 2018; Çiftçi, 2018; Deniz & Gürültü, 2018; Altayef & Karacı, 2019; Çömlekçi & Başol, 2019; Özdemir, 2019; Özgür Güler vd., 2019; Sağar, 2019; Tutgun-Ünal, 2019; Aksoy, 2020; Kıran vd., 2020; Korkmaz, 2020; Tülay & Erdinç, 2020; Can vd., 2021; Doğrusever, 2021; Uslu, 2021; Allahverdi, 2022; Gao vd., 2022; Kumar & Mullai, 2022; Mutlu vd., 2022; Ursoniu vd., 2022; Yue vd., 2022) farklı olup çalışmanın literatüre katkısını ortaya koymaktadır.

Dijital yerli(ler) ile alternatif bilişsel özellikler, kültürel ve sosyal değerler ve öğretme-öğrenme üzerine beklentiler ile aralarında yüksek düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Dijital yerli(ler) ortalama değeri 2.991'dir. Alternatif bilişsel özellikler en yüksek ortalamaya ve kültürel ve sosyal değerler en düşük ortalamaya sahiptir. Sosyal medya bağımlılığı ile meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma ile aralarında yüksek düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının ortalama değeri 2.325'tir. Meşguliyetin en yüksek ortalamaya ve çatışma en düşük ortalamaya sahiptir. Alternatif bilişsel özellikleri; dijital kaynakları tercih eden, görselliğe önem veren, çoklu görevleri yapabilen ve karmaşık problemleri çözebilendir. *Kültürel ve sosyal değerlerinin özellikleri*; sanal ortamda aktif, hızlı reaksiyon gösteren ve multimedya içerikleri tercih etmektedirler. *Öğretme-öğrenme üzerine beklentilerin özellikleri*; teknolojinin eğitim alanında kullanılmasını, kullanma sıklığını ve kişileştirilmesini kapsamaktadır (Pedró, 2011: 10-13). Sosyal medya bağımlılığının boyutu olan *meşguliyet*, bir kişinin sosyal medya faaliyetlerini yoğun bir şekilde düşünmesidir. *Duygu durum düzenleme*, bir kişinin ruh halinin sosyal medya faaliyetlerine göre değişmesidir. *Tekrarlama*, sosyal medya kullanımını bırakma eğilimine girmesine karşın bırakmamasıdır. *Çatışma*, sosyal medya kullanımının insani ilişkilerde zorluklar yaşamasına neden olma durumudur (Tutgun-Ünal & Deniz, 2015: 59-60). Bu çalışmada önerilen **yapısal eşitlik modellemesi** için yapılan analiz sonucunda; **(i)** alternatif bilişsel özelliği, sosyal medya bağımlılığını *negatif yönlü*, **(ii)** öğretme-öğrenme üzerine beklentileri, sosyal medya bağımlılığını *negatif yönlü* ve **(iii)** kültürel ve sosyal değerleri, sosyal medya bağımlılığını *pozitif yönlü* etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. *Alternatif bilişsel özelliği*; meşguliyeti, duygu durum düzenlemeyi, tekrarlama ve çatışmayı negatif yönlü etkilemektedir. Dijital kaynakları tercih eden ve karmaşık problemleri rahatlıkla çözebilenler; **(i)** devamlı sosyal medya kullanma isteğini, **(ii)** ruh hali değişimini, **(iii)** sosyal medyadan uzak kalma isteğini ve **(iv)** arkadaşlarıyla olan ilişki düzeyini anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir. *Kültürel ve sosyal değerler*; meşguliyeti, duygu durum düzenlemeyi, tekrarlama ve çatışmayı pozitif yönlü etkilemektedir. Sanal ortamda aktif olma durumu; **(i)** devamlı sosyal medya kullanma isteğini, **(ii)** ruh hali değişimini, **(iii)** sosyal medyadan uzak kalma isteğini ve **(iv)** arkadaşlarıyla olan ilişki düzeyini anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. *Öğretme-öğrenme üzerine beklentileri*; meşguliyeti, duygu durum düzenlemeyi, tekrarlama ve çatışmayı negatif yönlü etkilemektedir. Teknolojinin eğitim alanında kullanılması ve entegre edilmesi; **(i)** devamlı sosyal medya kullanma isteğini, **(ii)** ruh hali değişimini, **(iii)** sosyal medyadan uzak kalma isteğini ve **(iv)** arkadaşlarıyla olan ilişki düzeyini anlamlı ve negatif yönde etkilemektedir.



Bu çalışmada elde edilen sonuçlar; **(i)** sosyal medya bağımlılığının olumsuz etkilerinin azaltılması için hem kişisel gelişim programlarında hem de eğitim alanında kullanılması, **(ii)** sosyal medya kullanımının aşırı düzeyde olması durumunda yaşamsal faaliyetler alanlarında sorunlar oluşturabileceği ve **(iii)** teknolojinin eğitim alanında kullanılmasının hem sosyal medya bağımlılığını azaltacağı hem de öğrenime olumlu etki edeceği sonuçları elde edilmiştir. Bu sonuçlar, Colucci (2018), Adorjan & Ricciardelli (2021), Al-Samarraie vd. (2021) ve De Felice vd. (2022) çalışmalarında elde edilen sonuçlarla paralellik göstermektedir. Çalışmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda ileride yapılması planlanan çalışmalar için araştırmacılara bazı öneriler; **(i)** farklı bir örneklem üzerinde aynı ve/veya farklı bir ölçekte tekrar yapılabileceği, **(ii)** salgın sonrası sosyal medya bağımlılığının değerlendirilmesi için tekrardan aynı örneklem üzerinde aynı ve/veya farklı bir ölçekte tekrar yapılabileceği, **(iii)** sosyal medya bağımlılığının kuşaklar üzerinde farklılıklarının incelenmesi ve **(iv)** kuşak ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide farklı değişkenlerin düzenleyici ve/veya aracı rolünün incelenmesi şeklindedir.

#### KAYNAKÇA

1. ADORJAN, M. ve RICCIARDELLI, R. (2021). Smartphone And Social Media Addiction: Exploring the Perceptions and Experiences of Canadian Teenagers. *Canadian Review of Sociology*, 58(1), 45-64.
2. AGÁRDI, I. ve ALT, M. A. (2022). Do Digital Natives Use Mobile Payment Differently Than Digital Immigrants? A Comparative Study Between Generation X and Z. *Electronic Commerce Research*, 22(3), 1-28.
3. AHN, J. ve JUNG, Y. (2016). The Common Sense of Dependence on Smartphone: A Comparison Between Digital Natives and Digital Immigrants. *New Media & Society*, 18(7), 1236-1256.
4. AKBAS COŞAR, H. ve GEDİK, H. (2021). Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Bağımlılığı ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Bayterek Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 32-65.
5. AKSOY, Ö. N. (2020). Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Balıkesir Örneği. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 9-24.
6. AKTAN, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
7. ALFIA, N., SUMARDI ve KRISTINA, D. (2020). Digital Native Students' Perceived Competence on Digital Literacy: A Study of Digital Native Students at A Private Islamic Junior High Boarding School. *AKSARA: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 21(1), 74-87.
8. ALLAHVERDI, F. Z. (2022). Relationship Between Perceived Social Media Addiction and Social Media Applications. *Psychology in the Schools*, 59(6), 1075-1087.
9. AL-SAMARRAIE, H., BELLO, K. A., ALZHRANI, A. I., SMITH, A. P. ve EMELE, C. (2021). Young Users' Social Media Addiction: Causes, Consequences and Preventions. *Information Technology and People*, 1-30.
10. ALTAYEF, H. A. A. ve KARACI, A. (2019). Analysis of Social Media Addiction and Usage Purposes Among Secondary-School Students in Turkey. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 10(38), 7-34.
11. ARABACI, İ. B. ve POLAT, M. (2013). Dijital Yerliler, Dijital Göçmenler ve Sınıf Yönetimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(47), 11-20.
12. ARMSTRONG, D. (2013). The New Engagement Game: The Role of Gamification in Scholarly Publishing. *Learned Publishing*, 26(4), 253-256.
13. BALCI, Ş. ve BALOĞLU, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: "Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 209-234.

14. BALCI, Ş., KARAKOÇ, E. ve ÖĞÜT, N. (2020a). Psychological Well-Being as a Predictor of Social Media Addiction: A Survey on Health Workers. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 7(1), 35-63.
15. BAZ, F. Ç. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 276-295.
16. BENNETT, S. ve MATON, K. (2010). Beyond The 'Digital Natives' Debate: Towards A More Nuanced Understanding of Students' Technology Experiences. *Journal of Computer Assisted Learning*, 26(5), 321-331.
17. BENNETT, S., MATON, K. ve KERVIN, L. (2008). The 'Digital Natives' Debate: A Critical Review of The Evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775-786.
18. BİLGİN, M. (2018). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247.
19. BRAVO, G. ve POTVIN, L. (1991). Estimating The Reliability of Continuous Measures with Cronbach's Alpha or The Intraclass Correlation Coefficient: Toward the Integration of Two Traditions. *Journal of Clinical Epidemiology*, 44(45), 381-390.
20. BUTRIME, E., VITKUTE-ADZGAUSKIENE, D., ZUZEVICIUTE, V. ve STATKEVICIENE, V. (2015). Digital Native Student Attitude on Learning with Modern ICT Tools. *7th International Conference on Education and New Learning Technologies*, 5651-5661.
21. CAN, B., HAZAR, Z. ve KURT, S. (2021). Spor Yapan ve Yapmayan Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi (Karma Model Araştırması). *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(1), 15-39.
22. CAO, X., GONG, M., YU, L. ve DAI, B. (2020). Exploring The Mechanism of Social Media Addiction: An Empirical Study from Wechat Users. *Internet Research*, 30(4), 1305-1328.
23. CAPLAN, S. E. (2005). A Social Skill Account of Problematic Internet Use. *Journal of Communication*, 55(4), 721-736.
24. CARLSON, J., ZIVNUSKA, S., HARRIS, R. B., HARRIS, K. J. ve CARLSON, D. S. (2016). Social Media Use in The Workplace: A Study of Dual Effects. *Journal of Organizational and End User Computing*, 28(1), 15-31.
25. ÇAYCI, B., ÇAYCI, A. E. ve EKEN, İ. (2022). Özçekim Kültürünün Yükselişi: Dijital Yerlilerin ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medyada Özçekim Paylaşım Tutumlarının Karşılaştırılması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(1), 242-267.
26. ÇETİN, M. ve ÖZGİDEN, H. (2013). Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(1), 172-189.
27. CHAO, P. J., HSU, T. H., LIU, T. P. ve CHENG, Y. H. (2021). Knowledge of and Competence in Artificial Intelligence: Perspectives of Vietnamese Digital-Native Students. *IEEE Access*, 9(5), 75751-75760.
28. CHEN, B.-C., CHEN, M.-Y., WU, Y.-F. ve WU, Y.-T. (2022). The Relationship of Social Media Addiction with Internet Use and Perceived Health: The Moderating Effects of Regular Exercise Intervention. *Frontiers in Public Health*, 10(5), 1-15.
29. CHEN, I. H., STRONG, C., LIN, Y. C., TSAI, M. C., LEUNG, H., LIN, C. Y., PAKPOUR, A. H. ve GRIFFITHS, M. D. (2020). Time Invariance of Three Ultra-Brief Internet-Related Instruments: Smartphone Application-Based Addiction Scale (SABAS), Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), And the Nine-Item Internet Gaming Disorder Scale- Short Form (IGDS-SF9) (Study Part B). *Addictive Behaviors*, 101(105960), 1-8.
30. CHEN, M.-M. (2018). Students' Perceptions of The Educational Usage of a Facebook Group. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 18(4), 332-348.

31. CHINN, M. D. ve FAIRLIE, R. W. (2010). ICT Use in the Developing World: An Analysis of Differences in Computer and Internet Penetration. *Review of International Economics*, 18(1), 153-167.
32. CHRISTMANN, A. ve VAN AELST, S. (2006). Robust Estimation of Cronbach's Alpha. *Journal of Multivariate Analysis*, 97(7), 1660-1674.
33. CIFREDO-CHACÓN, M. D. L. Á., QUIRÓS-OLOZÁBAL, Á. ve GUERRERO-RODRÍGUEZ, J. M. (2015). Computer Architecture and FPGAs: A Learning-By-Doing Methodology for Digital-Native Students. *Computer Applications in Engineering Education*, 23(3), 464-470.
34. ÇİFTÇİ, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.
35. ÇİMEN, B. ve HANGÜL, Ş. (2021). Digital Immigrant Teachers' Perceptions about Digital Native Students: An Investigation into Turkish School Context. *European Journal of Education and Psychology*, 14(2).
36. COLUCCI, A. (2018). The Role of The Social Networks, Between A Utility and A New Addiction. *Psychiatria Danubina*, 30(7), 511-514.
37. ÇÖMLEKÇİ, M. F. ve BAŞOL, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
38. CONLIN, M.-C. ve SILENCE, E. (2021). Exploring British Adolescents' Views and Experiences of Problematic Smartphone Use and Smartphone Etiquette. *Journal of Gambling Issues*, 46(2), 279-301.
39. COPACI, I. A. ve RUSU, A. S. (2015). A Profile Outline of Higher Education E-Tutoring Programs for the Digital-Native Student – Literature Review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 209(12), 145-153.
40. CORREA, T. (2015). Digital Skills and Social Media Use: How Internet Skills Are Related to Different Types of Facebook Use Among 'Digital Natives'. *Information Communication & Society*, 19(8), 1095-1107.
41. CRONBACH, L. J. (1951). Coefficient Alpha and The Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
42. DAVISON, R. M. ve OU, C. X. J. (2018). Subverting Organizational Is Policy with Feral Systems: A Case in China. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 570-588.
43. DE FELICE, G., BURRAI, J., MARI, E., PALONI, F., LAUSI, G., GIANNINI, A. M. ve QUAGLIERI, A. (2022). How Do Adolescents Use Social Networks and What Are Their Potential Dangers? A Qualitative Study of Gender Differences. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9), 1-12.
44. DENİZ, L. ve GÜRÜLTÜ, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367.
45. DİKMEN, M. (2021). COVID-19 Pandemisinde Üniversite Öğrencilerinin Depresyon Düzeyleri ile Sosyal Medya Bağımlılıkları Arasındaki İlişki: Bir Yapısal Eşitlik Modeli. *Bağımlılık Dergisi*, 22(1), 20-30.
46. DINGLI, A. ve SEYCHELL, D. (2015). *The New Digital Natives: Cutting the Chord* (First Edition). Springer.
47. DOĞRUSEVER, C. (2021). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Bazı Sosyo Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 23-42.
48. EDITORS OF NEW STRATEGIST PUBLICATIONS. (2006). *The Millennials: Americans Born 1977 to 1994* (Third Edition). New Strategist Publications, Inc.
49. ERTEM, A. A. ve GÜZEL, A. (2021). Sağlık Okuryazarlığı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 7(1), 245-260.

- 50.EŞGİ, N. (2013). Dijital Yerli Çocukların ve Dijital Göçmen Ebeveynlerinin İnternet Bağımlılığına İlişkin Algılarının Karşılaştırılması. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 28(3), 181-194.
- 51.EVANS, C. ve ROBERTSON, W. (2020). The Four Phases of The Digital Natives Debate. İçinde Human Behavior & Emerging Technologies (ss. 269-277). John Wiley and Sons Inc.
- 52.EVERITT, B. S. (1975). Multivariate Analysis: The Need for Data, and other Problems. The British Journal of Psychiatry, 126(3), 237-240.
- 53.FENLEY, S. (2010). Navigation and Visualisation Techniques in eLearning and Internet Research. İçinde M. Ebner & M. Schiefner (Ed.), Looking Toward the Future of Technology-Enhanced Education: Ubiquitous Learning and the Digital Native (First Edition, ss. 55-86). Information Science Reference.
- 54.GAO, N., EISSENSTAT, S. H. J. ve DEMASI, M. (2022). A One-Year Follow-Up Study of Changes in Social Media Addiction and Career Networking Among College Students with Disabilities. Journal of American College Health, 70(March), 1-8.
- 55.GAVUROVA, B., BACIK, R., FEDORKO, R. ve NASTISIN, L. (2018). The Customer's Brand Experience in The Light of Selected Performance Indicators in The Social Media Environment. Journal of Competitiveness, 10(2), 72-84.
- 56.GRIFFITHS, M. (2000). Internet Addiction - Time to be Taken Seriously? Addiction Research, 8(5), 413-418.
- 57.GRIFFITHS, M. (2005). A 'Components' Model of Addiction Within a Biopsychosocial Framework. Journal of Substance Use, 10(4), 191-197.
- 58.GÜRSU, O. ve MUSARA, A. T. (2021). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Dindarlık İlişkisi. Turkish Academic Research Review, 6(2), 417-438.
- 59.HASSAN, M. (2016). Parenting in the Age of Facebook: Raising the Net Generation (First Edition). Rupa Publications India Pvt. Ltd.
- 60.HE, Z. ve LI, M. (2022). Executive Function and Social Media Addiction in Female College Students: The Mediating Role of Affective State and Stress. Journal of Genetic Psychology, 183(4), 279-293.
- 61.HE, Z., LI, M., LIU, C. ve MA, X. (2022). Common Predictive Factors of Social Media Addiction and Eating Disorder Symptoms in Female College Students: State Anxiety and the Mediating Role of Cognitive Flexibility/Sustained Attention. Frontiers in Psychology, 12(647126), 1-8.
- 62.HELSPER, E. J. ve EYNON, R. (2010). Digital Natives: Where Is the Evidence? British Educational Research Journal, 36(3), 503-520.
- 63.HINTON, P. R., BROWNLOW, C., MCMURRAY, I. ve COZENS, B. (2004). SPSS Explained (First Edition). Routledge.
- 64.HOU, Y., XIONG, D., JIANG, T., SONG, L. ve WANG, Q. (2019). Social Media Addiction: Its Impact, Mediation, and Intervention. Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 13(1 (Article 4)), 1-17.
- 65.HOWE, N. ve STRAUSS, W. (2000). Millennials Rising: The Next Great Generation (First Edition). Vintage Books.
- 66.HU, L.-T. ve BENTLER, P. M. (1998). Fit Indices in Covariance Structure Modeling: Sensitivity to Underparameterized Model Misspecification. Psychological Methods, 3(4), 424-453.
- 67.HUANG, F., TEO, T. ve HE, J. (2021). Digital Nativity of University Teachers in China: Factor Structure and Measurement Invariance of The Digital Native Assessment Scale (DNAS). Interactive Learning Environments, 29(3), 385-399.
- 68.IMPERATORI, C., PANNO, A., CARBONE, G. A., CORAZZA, O., TADDEI, I., BERNABEI, L., MASSULLO, C., PREVETE, E., TARSITANI, L., PASQUINI, M., FARINA, B., BIONDI, M. ve BERSANI, F. S. (2022). The Association Between Social Media Addiction and Eating Disturbances Is Mediated by Muscle Dysmorphia-Related

- Symptoms: A Cross-Sectional Study in A Sample of Young Adults. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 27(3), 1131-1140.
69. JANSCHITZ, G. ve PENKER, M. (2022). How Digital Are 'Digital Natives' Actually? Developing An Instrument to Measure the Degree of Digitalisation of University Students – The DDS-Index. *BMS Bulletin of Sociological Methodology*, 153(1), 127-159.
70. JONES, C. (2011). Students, The Net Generation, And Digital Natives: Accounting for Educational Change. İçinde M. Thomas (Ed.), *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology and The New Literacies* (First Edition, ss. 30-45). Taylor & Francis.
71. JONES, C., RAMANAU, R., CROSS, S. ve HEALING, G. (2010). Net Generation or Digital Natives: Is There a Distinct New Generation Entering University? *Computers & Education*, 54(3), 722-732.
72. KAISER, H. F. (1970). A Second-Generation Little Jiffy. *Psychometrika*, 35(4), 401-415.
73. KAISER, H. F. ve RICE, J. (1974). Little Jiffy, Mark IV. *Educational and Psychological Measurement*, 34(1), 111-117.
74. KARABULUT, B. (2015). Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 11-23.
75. KARAYİĞİT, C., GROTER, A. ve THOMPSON, M. (2021). Addictive Use of social media and Motivations for Social Media Use Among Emerging Adult University Students. *Bağımlılık Dergisi*, 22(3), 266-274.
76. KENNEDY, G. E., JUDD, T. S., CHURCHWARD, A., GRAY, K. ve KRAUSE, K.-L. (2008). First Year Students' Experiences with Technology: Are They Really Digital Natives? *Australasian Journal of Educational Technology*, 24(1), 108-122.
77. KIETZMANN, J. H., HERMKENS, K., MCCARTHY, I. P. ve SILVESTRE, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
78. KIRAN, S., KÜÇÜKBOSTANCI, H. ve EMRE, İ. E. (2020). Sosyal Medya Kullanımının Kişiler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 435-441.
79. KLINE, P. (1994). *An Easy Guide to Factor Analysis* (First Edition). Routledge.
80. KOBUL, M. K. (2022). Socioeconomic Status Influences Turkish Digital Natives' Internet Use Habitus. *Behaviour & Information Technology*, 41(10), 1-19.
81. Korkmaz, Ö. (2020). Sosyal Medya Bağımlılığı: Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2).
82. KUMAR, G. M. ve MULLAI, M. (2022). Modeling Social Media Addiction with Case Detection and Treatment. *Stochastic Analysis and Applications*, 41, 1-32.
83. KURT, A. A., GÜNÜÇ, S. ve ERSOY, M. (2013). Dijitalleşmede Son Durum: Dijital Yerli, Dijital Göçmen ve Dijital Göçebe. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 46(1), 1-22.
84. LEONTITSIS, A. ve PAGGE, J. (2007). A Simulation Approach on Cronbach's Alpha Statistical Significance. *Mathematics and Computers in Simulation*, 73(5), 336-340.
85. LEPPISAARI, I. ve LEE, O. (2012). Modelling Digital Natives' International Collaboration: Finnish-Korean Experiences of Environmental Education. *Educational Technology & Society*, 15(2), 244-256.
86. LEUNG, H., PAKPOUR, A. H., STRONG, C., LIN, Y. C., TSAI, M. C., GRIFFITHS, M. D., LIN, C. Y. ve CHEN, I. H. (2020). Measurement Invariance Across Young Adults from Hong Kong and Taiwan Among Three Internet-Related Addiction Scales: Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), Smartphone Application-Based Addiction Scale (SABAS), and Internet Gaming Disorder Scale-Short Form (IGDS-SF9) (Study Part A). *Addictive Behaviors*, 101(105969), 1-9.
87. LIOSSI, C. (2002). Paediatric Procedure-Related Cancer Pain Assessment. İçinde C. Liossi (Ed.), *Procedure-Related Cancer Pain in Children* (First Edition, ss. 35-74). CRC Press.

88. MAINI, R., SEHGAL, S. ve AGRAWAL, G. (2021). Today's Digital Natives: An Exploratory Study on Students' Engagement and Satisfaction Towards Virtual Classes Amid COVID-19 Pandemic. *International Journal of Information and Learning Technology*, 38(5), 454-472.
89. MALAK, M. Z., SHUHAIBER, A. H., AL-AMER, R. M., ABUADAS, M. H. ve ABUROOMI, R. J. (2022). Correlation Between Psychological Factors, Academic Performance and Social Media Addiction: Model-Based Testing. *Behaviour & Information Technology*, 41(8), 1583-1595.
90. MANOR, I. ve KAMPF, R. (2022). Digital Nativity and Digital Diplomacy: Exploring Conceptual Differences Between Digital Natives and Digital Immigrants. *Global Policy*, 13(May), 1-16.
91. MARENGO, D., ANGELO FABRIS, M., LONGOBARDI, C. ve SETTANNI, M. (2022). Smartphone And Social Media Use Contributed to Individual Tendencies Towards Social Media Addiction in Italian Adolescents During the COVID-19 Pandemic. *Addictive Behaviors*, 126(March), 1-5.
92. MARENGO, D., LONGOBARDI, C., FABRIS, M. A. ve SETTANNI, M. (2018). Highly-Visual social media And Internalizing Symptoms in Adolescence: The Mediating Role of Body Image Concerns. *Computers in Human Behavior*, 82(May), 63-69.
93. MARENGO, D., POLETTI, I. ve SETTANNI, M. (2020). The Interplay Between Neuroticism, Extraversion, And Social Media Addiction in Young Adult Facebook Users: Testing the Mediating Role of Online Activity Using Objective Data. *Addictive Behaviors*, 102(106150 (March)), 1-5.
94. MARGARYAN, A., LITTLEJOHN, A. ve VOJT, G. (2011). Are Digital Natives A Myth or Reality? University Students' Use of Digital Technologies. *Computers & Education*, 56(2), 429-440.
95. MCCARTHY, J. (2010). Blended Learning Environments: Using Social Networking Sites to Enhance the First Year Experience. *Australasian Journal of Educational Technology*, 26(6), 729-740.
96. MINDRILA, D. (2017). Exploratory Factor Analysis: An Overview. İçinde D. Mindrila (Ed.), *Education in a Competitive and Globalizing World: Exploratory Factor Analysis, Applications in School Improvement Research* (First Edition, ss. 1-26). Nova Science Publishers, Inc.
97. MOLL, R. ve NIELSEN, W. (2017). Development And Validation of a social media and Science Learning Survey. *International Journal of Science Education: Part B*, 7(1), 14-30.
98. MOQBEL, M. ve KOCK, N. (2018). Unveiling The Dark Side of Social Networking Sites: Personal and Work-Related Consequences of Social Networking Site Addiction. *Information & Management*, 55(1), 109-119.
99. MORENO, M., RIDDLE, K., JENKINS, M. C., SINGH, A. P., ZHAO, Q. ve EICKHOFF, J. (2022). Measuring Problematic Internet Use, Internet Gaming Disorder, and Social Media Addiction in Young Adults: Cross-sectional Survey Study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 8(1), 1-13.
100. MURRAY, K. ve KATH, W. (2019). Attitudes to Social Media Use as a Platform for Continuing Professional Development (CPD) within Occupational Therapy. *Journal of Further and Higher Education*, 43(4), 545-559.
101. MUTLU, H. T., SİNE NAZLI, R. ve SARI, G. (2022). Akademisyenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Saha Araştırması: Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Konuralp Tıp Dergisi*, 14(2), 344-356.
102. NAPOLI, J. ve EWING, M. T. (2000). The Net Generation: An Analysis of Lifestyles, Attitudes and Media Habits. *Journal of International Consumer Marketing*, 13(1), 21-34.
103. NETEMEYER, R. G., BEARDEN, W. O. ve SHARMA, S. (2003). *Scaling Procedures: Issues and Applications* (First Edition). Sage Publications, Inc.

104. OH, S. ve PARK, S. (2022). Smartphone Usage Patterns and Their Physical, Psychological, and Cyber-Behavioral Predictors Among Adolescents in South Korea. *Journal of School Health*, May, 1-10.
105. OHME, J. (2019). When Digital Natives Enter the Electorate: Political Social Media Use Among First-Time Voters and Its Effects on Campaign Participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 16(2), 119-136.
106. OKUR, A. ve DEMİRDÖVEN, G. H. (2017). Ortaöğretim Öğrencilerinin Bilgiye Ulaşma Tercihlerine Yönelik Görüşleri (Sakarya Cemil Meriç Sosyal Bilimler Lisesi Örneği). *Sakarya University Journal of Education*, 7(3), 483-497.
107. ÖZAYDIN, A. ve KUMRAL, O. (2021). Dijital Yerlilerin Gözünden Dijital Okuryazarlık. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi (JRES)*, 8(2), 362-377.
108. ÖZDEMİR, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91-105.
109. ÖZGÜR GÜLER, E., VEYSİKARANİ, D. ve KESKİN, D. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 1-13.
110. ÖZHAVZALI, M. ve YAPRAK, N. (2019). Instagram Kullanma Alışkanlıklarının Dijital Yerliler Açısından Araştırılması: Kırıkkale Üniversitesi Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1034-1058.
111. PAK, R., ROVIRA, E., MCLAUGHLIN, A. C. ve LEIDHEISER, W. (2017). Evaluating Attitudes and Experience with Emerging Technology in Cadets and Civilian Undergraduates. *Military Psychology*, 29(5), 448-455.
112. PALFREY, J. ve GASSER, U. (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives (First Edition)*. Basic Books.
113. PEDRÓ, F. (2011). *The New Millennium Learners: Challenging our Views on ICT and Learning*. IDB Publications (Working Papers) 2432, Inter-American Development Bank.
114. POTAS, N., AÇIKALIN, N. Ş., ERÇETİN, Ş. Ş., KOÇTÜRK, N., NEYİŞCİ, N., ÇEVİK, M. S. ve GÖRGÜLÜ, D. (2022). Technology Addiction of Adolescents in the COVID-19 Era: Mediating Effect of Attitude on Awareness and Behavior. *Current Psychology*, 41(4), 1687-1703.
115. PRENSKY, M. (2001a). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
116. PRENSKY, M. (2001b). Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6.
117. PRENSKY, M. (2009). Innovate: Journal of Online Education H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*, 5(3-Article 1), 1-10.
118. QUALMAN, E. (2009). *Socialnomics: How social media Transforms the Way We Live and Do Business (First Edition)*. John Wiley & Sons Inc.
119. RICE, R. E. ve KATZ, J. E. (2003). Comparing Internet and Mobile Phone Usage: Digital Divides of Usage, Adoption, and Dropouts. *Telecommunications Policy*, 27(8-9), 597-623.
120. ŞAD, S. N. ve DONMUŞ, V. (2017). Öğretmenlik Mesleği Bağlamında Dijital Yerlilik, Dijital Göçmenlik ve Dijital Melezlik. *Elektronik Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(11), 11-22.
121. SAĞAR, M. E. (2019). Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının İrdelenmesi. *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi*, 1(1), 29-42.
122. ŞAHİN, M. C. (2009). Yeni Binyılın Öğrencileri'nin Özellikleri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 155-172.
123. ŞAHİN, M. C. (2010). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Yeni Binyılın Öğrencileri (OECD-New Millennium Learners) Ölçütlerine Göre Değerlendirilmesi [Doktora Tezi]. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*.

124. SARITAŞ, E., BARUTÇU, S. ve ADIGÜZEL, D. Ü. (2017). Dijital Yerlilerin Sosyal Ağlardaki Akran İletişimi ve Tüketim Davranışları. Kesit Akademi Dergisi (The Journal of Kesit Academy), 3(12), 695-708.
125. SCHERMELLEH-ENGEL, K., MOOSBRUGGER, H. ve MÜLLER, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
126. SERAPHIN, H. ve GREEN, S. (2019). The Significance of The Contribution of Children to Conceptualising the Destination of The Future. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 544-559.
127. SMITH, E. E., KAHLKE, R. ve JUDD, T. (2020). Not Just Digital Natives: Integrating Technologies in Professional Education Contexts. *Australasian Journal of Educational Technology*, 36(3), 1-14.
128. SUJANSKY, J. G. ve FERRI-REED, J. (2009). *Keeping The Millennials: Why Companies Are Losing Billions in Turnover to This Generation- and What to Do About It* (First Edition). John Wiley & Sons, Inc.
129. SUN, Y. ve ZHANG, Y. (2021). A Review of Theories and Models Applied in Studies of Social Media Addiction and Implications for Future Research. *Çinde Addictive Behaviors* (ss. 1-10). Elsevier Ltd.
130. SZETO, E., CHENG, A. Y.-N. ve HONG, J.-C. (2016). Learning with social media: How do Preservice Teachers Integrate YouTube and social media in Teaching? *Asia-Pacific Education Researcher*, 25(1), 35-44.
131. TABACHNICK, B. G. ve FIDELL, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (Fifth Edition). Pearson Education.
132. TAPSCOTT, D. (1999). New Authorities of The Digital Age. *Leader to Leader*, 13, 6-9.
133. TAPSCOTT, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your* (First Edition). McGraw-Hill.
134. TEO, T. (2015). Do Digital Natives Differ by Computer Self-Efficacy and Experience? An Empirical Study. *Interactive Learning Environments*, 24(7), 1725-1739.
135. THOMPSON, P. (2013). The Digital Natives as Learners: Technology Use Patterns and Approaches to Learning. *Computers & Education*, 65(July), 12-33.
136. TOMBUL, I. (2020). Argümantatif Yaklaşımla Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenleri Tartışmak. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 14, 134-155.
137. TRAN, T., HO, M.-T., PHAM, T.-H., NGUYEN, M.-H., NGUYEN, K.-L. P., VUONG, T.-T., NGUYEN, T.-H. T., NGUYEN, T.-D., NGUYEN, T.-L., KHUC, Q., LA, V.-P. ve VUONG, Q.-H. (2020). How Digital Natives Learn and Thrive in The Digital Age: Evidence from An Emerging Economy. *Sustainability (Switzerland)*, 12(9), 1-24.
138. TUFAN, F. (2017). Interpersonal Interaction Process for Distance Learners: An Example from Turkey in Line with The Concepts of Digital Natives and Digital Immigrants. *Erciyes İletişim Dergisi Akademia*, 5(2), 294-310.
139. TULAY, A. ve ERDİNÇ, B. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 59-74.
140. TUTGUN-ÜNAL, A. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2, 49-80.
141. TUTGUN-ÜNAL, A. ve DENİZ, L. (2015). Development of the Social Media Addiction Scale. *AJIT-e Online Academic Journal of Information Technology*, 6(21), 51-70.
142. URAL, A. ve KILIÇ, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi* (4. Baskı). Detay Yayıncılık.



143. URSONIU, S., SERBAN, C. L., GIURGI-ONCU, C., RIVIS, I.-A., BUCUR, A., PAPAVA, I. ve BREDICEAN, A.-C. (2022). Validation of the Romanian Version of the Social Media Addiction Scale-Student Form (SMAS-SF) Among Undergraduate Medical Students. *Neuropsychiatric Disease and Treatment*, 18, 1195-1205.
144. USLU, M. (2021). Türkiye’de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması. *Turkish Academic Research Review*, 6(2), 370-396.
145. WANG, C., LEE, M. K. O. ve HUA, Z. (2015). A Theory of Social Media Dependence: Evidence from Microblog Users. *Decision Support Systems*, 69(January), 40-49.
146. WANG, H.-Y., SIGERSON, L. ve CHENG, C. (2019). Digital Nativity and Information Technology Addiction: Age Cohort Versus Individual Difference Approaches. *Computers in Human Behavior*, 90(1), 1-9.
147. WARDEN, C. A., YI-SHUN, W., STANWORTH, J. O. ve CHEN, J. F. (2022). Millennials’ Technology Readiness and Self-Efficacy in Online Classes. *Innovations in Education and Teaching International*, 59(2), 226-236.
148. WATKINS, M. W. (2021). *A Step-by-Step Guide to Exploratory Factor Analysis with SPSS (First Edition)*. Routledge.
149. WATSON, J. C., PROSEK, E. A. ve GIORDANO, A. L. (2022). Distress Among Adolescents: An Exploration of Mattering, Social Media Addiction, and School Connectedness. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 40(1), 95-107.
150. WENKAI, S., XIAOHONG, W., HUIWEN, X., HUISHI, L., LIAO, S. ve FEI, H. (2022). The Role of Interpersonal Alienation in The Relationship Between Social Media Addiction and Learning Burnout Among Chinese Secondary School Students. *Children’s Health Care*, 51(4), 1-24.
151. WICKORD, L.-C. ve QUAISER-POHL, C. (2022). Psychopathological Symptoms and Personality Traits as Predictors of Problematic Smartphone Use in Different Age Groups. *Behavioral Sciences*, 12(2), 1-17.
152. YANG, J., HUANG, R. ve KINSHUK. (2016). The Learning Preferences of Digital Learners In K-12 Schools in China. *Eurasia Journal of Mathematics, Science & Technology Education*, 12(4), 1047-1064.
153. YANIKKEREM, E. ve KARAKUŞ SELÇUK, A. (2019). Hemşirelik Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimi ve Sosyal Medya Bağımlılığını Etkileyen Faktörler. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 15-30.
154. YILDIZ, E. ve KOÇAK, O. (2020). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Algılanan Sosyal Destek Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 3(3), 1102-1126.
155. YUE, H., ZHANG, X., CHENG, X., LIU, B. ve BAO, H. (2022). Measurement Invariance of the Bergen Social Media Addiction Scale Across Genders. *Frontiers in Psychology*, 13(879259), 1-8.
156. ZHANG, B., PENG, G., LIU, C., ZHANG, Z. J. ve JASIMUDDIN, S. M. (2022). Adaptation Behaviour in Using One-Stop Smart Governance Apps: An Exploratory Study Between Digital Immigrants and Digital Natives. *Electronic Markets*, 32(4), 1-20.
157. ZHU, X. ve XIONG, Z. (2022). Exploring Association Between Social Media Addiction, Fear of Missing Out, and Self-Presentation Online Among University Students: A Cross-Sectional Study. *Frontiers in Psychiatry*, 13(896762), 1-9.
158. ZIVNUSKA, S., CARLSON, J. R., CARLSON, D. S., HARRIS, R. B. ve HARRIS, K. J. (2019). Social Media Addiction and Social Media Reactions: The Implications for Job Performance. *The Journal of Social Psychology*, 159(6), 746-760.