



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Sosyal medya bağımlılığı ile boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi

Determining the relationship between social media addiction and perception of leisure boredom and life satisfaction

Ali İskender

Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ali.iskender@atauni.edu.tr, 0000-0003- 2753-1242

MAKALE BİLGİSİ/ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

Sıkılma, Boş Zaman, Sosyal Medya, Bağımlılık

Key Words:

Boredom, Leisure, Social Media, Addiction

Gönderme Tarihi/Received Date:

01.05.2023

Kabul Tarihi/Accepted Date:

18.06.2023

Yayımlanma Tarihi/Published Online:

30.06.2023

DOI:

[10.53601/tourismandrecreation.1290654](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1290654)

ÖZET

Araştırmanın amacı boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Mevcut araştırma nicel yöntemle hazırlanmış olup veriler SPSS 21 programı ile analiz edilmiştir. Araştırmanın verileri anket tekniği ile elde edilmiştir. Araştırmanın evrenini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Bu kapsamda Türkiye'deki farklı üniversitede eğitim öğretim gören toplam 395 öğrenciye ulaşılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda pearson korelasyon, t testi ve ANOVA analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı pozitif yönlü (48) ilişki bulunmuştur. Mevcut çalışma kapsamında sosyal medya bağımlılığı ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Ayrıca çalışma kapsamında boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyumu arasında (-16) negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı, yaşam doyumu ve boş zamanda sıkılma algısı arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

The current research was prepared with the quantitative method and the data were analyzed with the SPSS 21 program. The data of the research were obtained by the questionnaire technique. The universe of the research consists of university students. With this aim, a total of 395 students studying at different universities in Turkey were reached. The aim of the research is to determine the relationship between the perception of leisure boredom, social media addiction and life satisfaction. Pearson correlation, t test and ANOVA analyzes were carried out in line with the purpose of the research. As a result of the research, a significant positive (48) relationship was found between the perception of leisure boredom and social media addiction. In the current study, no significant relationship was found between social media addiction and life satisfaction. In addition, within the scope of the study, a negative and significant relationship was found between the perception of leisure boredom and life satisfaction (-16). There was no significant difference between social media addiction, life satisfaction and perception of leisure boredom according to gender. Significant differences emerged between the time spent by the participants on social media and their social media addiction levels.

1. Giriş

Boş zamanın tatmin edici şekilde değerlendirilmemesi durumu can sıkıntısına yol açabilmektedir. Can sıkıntısı ise bireyin mutluluk algısını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Boş zamanda sıkılma algısının bireyin boş zamanlarını doldurabilecek uğraşlarının olmaması ya da yeterli düzeyde olmaması durumunda ortaya çıkma olasılığı daha yüksektir.

Boş zamanda sıkılma algısı ile birçok riskli davranış arasında ilişki bulunmuştur. Boş zamanda sıkılma algısı sigara kullanımı (Sharp vd., 2006), madde kullanımı (Mercer

& Eastwood, 2010), alkol kullanımı, intihar eğilimi, şiddet, saldırganlık (Svendsen, 2017), kumar (Blaszczynsk vd., 1990) gibi birçok riskli davranışla ilişkisi bulunmaktadır. Literatürde sosyal medya bağımlılığının psikolojik bozukluklar (Bilgin, 2018), psikolojik semptomlar (Karadağ, 2019), benlik saygısı (Şahin & Öztoprak, 2019), depresyon (Balci & Baloğlu, 2018), uyku kalitesi (Güneş vd., 2018), sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu (Kovan & Ormancı, 2021), yalnızlık (Korkmaz, 2021) gibi kavramlarla ilişkilerini incelemeye yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu araştırmanın amacı boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

Sorumlu yazar /Corresponding author.

Dr.Öğr.Üyesi, Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ali.iskender@atauni.edu.tr, 0000-0003- 2753-1242

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya; iletişim, öğrenme ve iş birliği açısından giderek daha popüler bir platform haline gelmiştir (Kuss & Griffiths, 2017). Sosyal medya yer ve zaman kısıtı olmadan kullanım fırsatı sunan kullanıcılarına paylaşılan bilgileri takip etme, sohbet imkânı sunan (Manavcıoğlu, 2015), kullanıcıların oluşturdukları bilgileri paylaşmalarına olanak veren teknoloji temelli uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Kaplan & Haenlein, 2010). İnsanlar hayal kırıklığından kaçmak ve psikolojik tatmin elde etmek için internette daha fazla zaman harcıyorlar, ancak internetin aşırı kullanımı (Ryan vd., 2014) sosyal medya bağımlılığına yol açmaktadır. Sosyal sitelerde sorunlu etkileşim genellikle sosyal medya bağımlılığı olarak adlandırılır. Sosyal medya bağımlılığı ise bireylerin sosyal ve günlük yaşam aktivitelerinde önemli aksamalara neden olmaktadır (Griffiths vd., 2014).

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya uygulamalarında aşırı meşgul olma, sosyal medya araçlarında vakit geçirmek için aşırı istekli olma ve bu mecralarda vakit geçirirken bireyin yaşamındaki diğer alanlara zaman ayıramaması durumu olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı yaşayan bireyler sosyal medya uygulamalarında iş, aile, kişilerarası iletişim ve ruh durumlarını olumsuz etkileyecek ölçüde vakit geçirmektedirler (Andreassen vd., 2014). Sosyal medya bağımlılığı oluşan bireylerde “sosyal medya ile gerçekleştirilen etkileşim” bireyin yaşamının en önemli uğraşı haline gelir. Bu kişiler sosyal medya platformlarında aşırı zaman harcarlar (Kuss & Griffiths, 2011).

2.2. Boş Zamanda Sıkılma Algısı

Boş zamanda sıkılma algısı bireyde kendini zaman öldürme ve zamanın bilinçsizce geçirilmesi şeklinde göstermektedir. Boş zamanda sıkılma algısı boş zaman kullanım bilinci olmayan bireylerde daha sık ortaya çıkmaktadır (Iso-Ahola & Weissinger, 1990). Bireylerde boş zaman farkındalığının yetersizliği, boş zamana karşı olumsuz duygular besleme, motivasyon araçlarının yetersizliği ve boş zaman engellerinin varlığı boş zamanda sıkılma algısına yol açan etmenlerdir (Iso-Ahola & Weissinger, 1987).

Boş zamanda sıkılma algısını besleyen temel algı “bireyin gereğinden fazla boş zamana sahip olması fakat bu boş zamanı dolduracak çok yetersiz uğraşlara sahip olduğu” düşüncesidir (Iso-Ahola & Weissinger, 1990). Geniş boş zaman değerlendirme uğraşlarına, boş zaman bilincine, ahlakına ve yüksek motivasyona sahip olan bireylerde boş zamanda sıkılma algısının oluşma olasılığı düşüktür (Iso-Ahola & Weissinger, 1987). Sıkılma duygusunun boş zaman açısından oluşturduğu riskli davranışlardan biri bağımlılıktır. Leung (2008) boş zamanda sıkılma algısı ile cep telefonu bağımlılığı arasında ilişki bulunduğunu belirtmiştir.

Wilcock (1998) meşguliyet kaynaklı olarak boş zamanda ortaya çıkan can sıkıntısını “meşguliyet eksikliği” ve “dengesiz meşguliyetler” olarak iki boyutlu ifade etmiştir. Meşguliyet eksikliği dış etmenlerin bireyin tercih ettiği uğraşlarına oranla

daha baskın olduğu durumlarda oluşur. Dengesiz meşguliyetten kaynaklı can sıkıntısı ise birey yaptığı eylemlerin fiziksel, sosyal ve ruhsal ihtiyaçlarını yerine getirmede yetersiz olduğu durumlarda oluşmaktadır. Meşguliyet eksikliği olan bireylerde boş zamanda can sıkıntısının oluşması muhtemel bir sonuçtur. Fakat boş zamanlarını rekreatif etkinliklerle değerlendiren bireylerde boş zamanda sıkılma duygusunun oluşma riski azalmaktadır (Caldwell vd., 1999). Sıkılma verimlilik üzerinde engele sebep olan (Wyatt, 1950), mutluluğun düşmanı (Schopenhauer, 2004), şeytani uğraşların kaynağı (Kierkegaard, 1987) olarak ifade edilmektedir. Sıkılma insanların kaçınmak istediği ve kötü olarak algıladığı bir duygudur. Sıkılan birey kendini öfkeli ve zayıf hissedebilir. Bu durumda birey dikkatini farklı arayışlar içerisine yönlendirerek ve alternatifler arasından kendine yeni bir yol arayışına yönelecektir (Bench & Lench, 2013).

Svensden (2017) can sıkıntısının madde “bağımlılığı, alkol ve tütün ürünleri kullanımı, yeme bozuklukları, vandalizm, depresyon, saldırganlık, nefret, şiddet, intihar” gibi birçok olumsuzlukla ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Sıkılma “itici” (Harris, 2000), “insana hoş gelmeyen, bireyi kısıtlayan” (Todman, 2013; Fahlman vd, 2013), “yorgunluk, sinir, tembellik, huzursuzluk” (Harris, 2000; Martin vd., 2006; O’Brien, 2014) gibi duyguların oluşmasına neden olabilen bir durumdur.

Sıkılmanın konsantrasyon düşüklüğü (Ahmed, 1990), çevreye karşı duyarsızlık (Carriere vd., 2008), şiddet eylemi (Fahlman vd., 2013) gibi davranışlarla ilişkisi bulunmaktadır. Boş zamanlarında sıkılma duygusu yaşayan bireylerde odaklanamama ve yaptıkları iş veya meşguliyetlere tam anlamıyla kendini verememe sorunu ortaya çıkabilmektedir (Seib & Vodanovich, 1998).

2.3. Yaşam Doyumu

Yaşam doyumu yargısal bir süreç olarak ele alınmaktadır. Buna göre yaşam doyumu kategorize edilen ölçütlerin bireyin derecelemesine göre yorumlanması ve bunun sonucunda yaşam doyumunun ifade edilmesi sürecidir (Shin & Jackson, 1978). Yaşam doyumunu bireylerin yaşamını bütünsel olarak ele alması ve bunun sonucunda bireyin değerlendirmeleri sonucu ortaya çıkan bir kavramdır. Birey yaşamını aile, arkadaş, çevre gibi yaşam alanları içerisinde ele alarak memnun olup olmadığına karar verir (Suldo & Huebner, 2006).

Yaşam doyumu bireylerin beklentileri ile şu anki başarısı arasındaki tutarsızlığın değerlendirilmesi sonucu ortaya çıkan değerlendirmelerdir. Buna göre tutarsızlığın az olması kişinin yaşam doyumunun daha yüksek olacağı anlamına gelmektedir (Diener vd., 2003). Bireyin olumlu duygularının olumsuz duygularına göre daha baskın olduğu durumlarda yaşam doyum düzeyinin de artacağı ifade edilmektedir (Frish, 2006).

3. Yöntem

Bu araştırma nicel yöntemle hazırlanmış olup verilerin elde edilmesinde anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın verileri 2023 yılı Nisan ayı içerisinde online anket kullanılarak elde edilmiştir. 2023 yılında ülkemizde Kahramanmaraş merkezli depremlerin ardından yaşanan olumsuz koşullardan

kaynaklı üniversitelerde eğitim öğretime bir süreliğine online olarak devam etme kararı alınmıştır. Bu koşullar da dikkate alınarak anketin online yapılmasına karar verilmiştir. Araştırmada kullanılan anket çalışması için Atatürk Üniversitesi Etik Kurul'u tarafından E.88656144-000-2300119614 sayı ve 10.04.2023 tarihli toplantısında bilim etiği yönünden sakınca bulunmadığına dair görüş alınmıştır. Online anketler araştırmacının farklı üniversitelerden akademisyenlerle iletişime girerek anketlerin öğrencilere ulaştırılmasıyla elde edilmiştir.

3.1. Evren Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'de eğitim gören üniversiteli öğrenciler oluşturmaktadır. Örnekleme yöntemi olarak basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmış olup bu kapsamda farklı üniversitelerden veriler elde edilmiştir. Yükseköğretim Kurulunun (YÖK) 2023 yılı için yayınladığı istatistiklere göre Türkiye'de toplam 208 yükseköğretim kurumu bulunmaktadır. 2021-2022 eğitim öğretim yılında Türkiye'de ön lisans düzeyinde 3.250.101, lisans düzeyinde 4.579.047 yüksek lisans düzeyinde 358.271 ve doktora düzeyinde 109.540 öğrenci olmak üzere toplam 8.296.959 öğrencinin eğitim aldığı belirlenmiştir (YÖK, 2023). Ural & Kılıç (2005) evren sayısının 100000 ve üzeri olduğu durumlarda 384 verinin evreni temsil edecek yeterlilikte olduğunu belirtmiştir. Bu araştırma kapsamında 395 anket elde edilmiş olup elde edilen veri sayısı evreni temsil edecek düzeydedir.

3.2. Veri Toplama Yöntemi

Boş zamanda sıklık algısı ölçeği Iso-Ahola & Weissinger (1987) tarafından geliştirilmiş olup ölçeğin Türkçeye uyarlaması ise Kara vd. (2014) tarafından gerçekleştirilmiştir. Iso-Ahola ve Weissinger (1987) tarafından geliştirilen orijinal ölçek 16 ifadeden oluşurken Türkçe uyarlamasında sıklık ve doyum olarak iki boyut ve 10 ifadeden oluşmuştur. Yaşam doyumu ölçeği 5 ifadeden oluşmakta olup ölçekten alınan puanın artması yaşam doyumunun da yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Diener vd., 2003). Bu ölçeğin Türkçe uyarlaması Köker (1991) tarafından yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ölçeği Şahin & Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiş olup ölçek 20 ifade ve iki boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin sanal tolerans alt boyutu 1-11'inci maddeler, sanal iletişim alt boyutu ise 12-20'nci maddelerden oluşmaktadır. Ölçekte kullanılan 5. ve 11. maddeler ters kodlanmaktadır. Bu araştırmada sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutları ve toplam puanları ayrı ayrı araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmada kullanılan tüm ölçekler 5'li Likert tipi ölçekler olup katılımcılar kesinlikle katılmıyorum ile kesinlikle katılıyorum arasında yanıtlar verebilmektedir.

3.3. Araştırmanın Amacı ve Hipotezler

Bu araştırmanın amacı gençlerde görülen sosyal medya bağımlılığı ile boş zamanda sıklık algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Sommers & Vodanovich (2000) ileri seviyedeki bir can sıkıntısının "depresyon, kaygı, hassasiyet, obsesif kompulsif davranış bozuklukları" ile ilişkili olduğunu ifade etmiştir. Harris (2000), Vodanovich & Kass (1990) sıklık ile yaş faktörü arasında ilişki olduğunu

belirtmişlerdir. Harris (2000), Vodanovich & Kass (1990)'e göre genç gruplar daha fazla sıklığa maruz kalmaktadır.

Bu araştırma kapsamında boş zamanlarında sıkılan gençlerin can sıkıntısının yarattığı olumsuz ruh halinden kaçmak ve unutmak için sosyal medyaya yöneldiği düşünülmüştür. Zaman içerisinde bu kaçış eylemi bağımlılığa dönüşme riskini barındırmaktadır. Nitekim Mannell (1984) boş zamanlarında sıkılan kişilerin bu durumdan kurtulmak, can sıkıntısını ve mutsuzluğunu bertaraf edebilmek için riskli davranışlarda bulunabileceğini belirtmiştir (Mannell, 1984). Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H_1 Katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_{1a} Katılımcıların cinsiyetlerine göre yaşam doyum düzeyleri anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_{1b} Katılımcıların cinsiyetlerine göre boş zamanda sıklık algısı düzeyleri anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır.

H_2 Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_3 Sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları ile boş zamanda sıklık algısı "sıklık" alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_4 Sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları ile boş zamanda sıklık algısı "doyum" alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_5 Boş zamanda sıklık algısı "sıklık" alt boyutu ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_6 Boş zamanda sıklık algısı "doyum" alt boyutu ile yaşam doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4. Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeklere güvenilirlik analizi uygulanmış olup sonuçlar Tablo 1'de gösterilmektedir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin toplam güvenilirlik düzeyi α , 867 alt boyutlarının ise sırasıyla sanal tolerans α , 740, sanal iletişim α , 836 olarak belirlenmiştir. Boş zamanda sıklık algısı ölçeği iki alt boyuttan oluşmakta olup güvenilirlik düzeyleri sırasıyla "sıklık" alt boyutu, α , 715, "doyum" alt boyutu α , 659 şeklindedir. Yaşam doyumu ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik düzeyi ise α , 789'dur. Kayış (2014) Alfa katsayısına bağlı olarak $0,60 \leq \alpha < 0,80$ aralığındaki ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu belirtirken $0,80 \leq \alpha < 1,00$ aralığındaki ölçeğin ise yüksek derecede güvenilir olduğunu ifade etmiştir. Buna göre araştırmada kullanılan ölçeklerin yeterli düzeyde güvenilir olduğu görülmektedir.

Hipotezleri test etmek için gerekli analizlere başlamadan önce verilerin normallik sayılımsını karşılayıp karşılamadığını belirlemek için basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Bu sonuçlara ilişkin bilgilere Tablo 2'de yer verilmiştir. Buna göre maddelerin basıklık çarpıklık değerleri +2 ile -2 arasında olduğu belirlenmiştir (Harrington, 2009). Elde edilen sonuçlar doğrultusunda verilerin normal dağılım gösterdiği anlaşılmıştır.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlik Düzeyleri

Ölçekler	α
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	
“Sanal Tolerans”	.740
“Sanal İletişim”	.836
Boş Zamanda Sıkılma Algısı Ölçeği	
“Sıkılma”	.715
“Doyum”	.659
Yaşam Doyumu Ölçeği	.789
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Tüm	.867

Tablo 2. Ölçeklerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

Ölçekler	Basıklık	Çarpıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği		
“Sanal Tolerans”	.143	.376
“Sanal İletişim”	.296	.507
Boş Zamanda Sıkılma Algısı Ölçeği		
“Sıkılma”	-.399	.267
“Doyum”	.127	-0.20
Yaşam Doyumu Ölçeği	-.203	.202
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Tüm	.346	.497

Tablo 3’te katılımcıların demografik bilgileri yer almaktadır. Araştırma anketlerine yanıt veren katılımcıların %59,2’si kadinken %40,8’i ise erkektir. Katılımcıların %52,4’ü 17-21 yaş aralığında, %34,9’u 22-26 yaş aralığında ve %12,7’si ise 27 yaş ve üzerindedir. Katılımcılara günde ne kadar süre sosyal medyada vakit geçirdikleri sorusu iletilmiştir. Buna göre

Tablo 3. Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

	Kategori	N	%
Cinsiyet	Erkek	128	40,8
	Kadın	258	59,2
Yaş	17-21	205	52,4
	22-26	138	34,9
	27 ve üstü	50	12,7
Günde ne kadar süre sosyal medyada vakit geçirirsiniz?	1 saatten az	26	6,6
	1-2 saat	124	31,4
	3-4 saat	118	29,9
	5 saatten fazla	127	32,2
Hangi sosyal medya uygulamalarını kullanırsınız?	Instagram	357	90,4
	Whatsapp	374	94,7
	YouTube	302	76,5
	Twitter	201	50,9
	TikTok	90	22,8
	Snapchat	144	36,5
	Facebook	63	15,9
	Telegram	77	19,5
WeChat	2	0,5	
Swarm	2	0,5	

katılımcıların %32,2’si günde 5 saatten fazla, %31,4’ü günde 1-2 saat, %29,4’ü günde 3-4 saat, %6,6’sı ise günde 1 saatten az sosyal medyada vakit geçirmektedir sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılara hangi sosyal medya uygulamalarını kullandıkları sorusu yöneltilmiştir. Buna göre katılımcıların %94,7’si Whatsapp uygulamasını, %90,4’ü Instagram uygulamasını, %76,5’i YouTube uygulamasını, %50,9’u Twitter uygulamasını, %36,5’i Snapchat uygulamasını, %22,8’i TikTok uygulamasını, %19,5’i Telegram uygulamasını, %15,9’u Facebook uygulamasını kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılığı, boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyumları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için bağımsız t testi analizi yapılmış olup sonuçlar Tablo 4’te detaylıca gösterilmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda H_1 reddedilmiştir.

Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını belirlemek için tek yönlü ANOVA karşılaştırması yapılmış ve sonuçlar Tablo 5’te gösterilmiştir. Buna göre sosyal medyada günde 1 saatten az vakit geçirenlerle günde 3-4 saat ve günde 5 saatten fazla vakit geçirenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.94; 3-4 saat arası vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.60 ve 1 saatten az vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.20’dir. Sosyal medyada günde 1-2 saat vakit geçirenlerle günde 3-4 saat ve günde 5 saatten fazla vakit geçirenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.94; 3-4 saat arası vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.60 ve 1-2 saat vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.17’dir.

Tablo 4. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Ölçekler Arasındaki Farklılıkları Gösteren T Testi Tablosu

Ölçek	Grup	N	\bar{x}	t	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kadın	234	2.57	.704	.482
	Erkek	161	2.52		
Sanal Tolerans	Kadın	234	2.71	1.579	.115
	Erkek	161	2.60		
Sanal İletişim	Kadın	234	2.39	-.361	.718
	Erkek	161	2.42		
Boş Zamanda Sıkılma	Kadın	234	2.84	.698	.486
	Erkek	161	2.77		
Boş Zamanda Doyum	Kadın	234	3.37	.858	.392
	Erkek	161	3.31		
Yaşam Doyumu	Kadın	234	2.75	-.315	.753
	Erkek	161	2.78		

Sosyal medyada günde 3-4 saat vakit geçirenlerle günde 1 saatten az vakit geçirenler, günde 1-2 saat vakit geçirenler ve günde 5 saatten fazla vakit geçirenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 1 saatten az vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.20, sosyal medyada 1-2 saat vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.17, sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları ise \bar{x} 2.94'tür. Sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerle günde 1 saatten az vakit geçirenler, günde 1-2 saat vakit geçirenler ve günde 3-4 saat vakit geçirenler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 1 saatten az vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.20, sosyal medyada 1-2 saat vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları \bar{x} 2.17, sosyal medyada günde 3-4 saat vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık ortalamaları ise \bar{x} 2.60'tür. Elde edilen bulgular sonucunda H_2 kabul edilmiştir.

Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleriyle boş zamanda "sıkılma" algısı arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için tek yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Buna göre sosyal medyayı günlük 1-2 saat kullananlarla sosyal medyayı günlük 3-4 saat ve günlük 5 saatten fazla kullananlar arasında boş zamanda "sıkılma" boyutu arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Sosyal medyada günde 3-4 saat vakit geçirenlerin boş zamanda "sıkılma" algısı ortalamaları \bar{x} 2.87 ve sosyal medyada günde 5 saatten fazla vakit geçirenlerin boş zamanda "sıkılma" algısı ortalaması ise \bar{x} 3.14'tür. Sosyal medyayı günde 3-4 saat kullananlarla sosyal medyayı günde 1-2 saat kullananlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Sosyal medyayı günde 1-2 saat kullananların boş zamanda "sıkılma" algısı ortalaması \bar{x} 2.46'dır. Sosyal medyayı günde 5 saatten fazla kullananlarla sosyal medyayı günde 1-2 saat kullananlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Sosyal medyayı günde 1-2

Tablo 5. Katılımcıların Günlük Sosyal Medya Kullanım Süreleri ile Ölçekler Arasındaki Farklılıkları Gösteren Tek Yönlü ANOVA Tablosu

Ölçek	Grup	N	\bar{x}	s.s.	F	p	Tukey
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 saatten az	26	2.20	.72911	35.533	,000	(3,4)
	1-2 saat	124	2.17	.59953			(3,4)
	3-4 saat	118	2.60	.65925			(1,2,4)
	5 saatten fazla	127	2.94	.70031			(1,2,3)
*Sosyal Medya Bağımlılığı alt boyutu "Sanal Tolerans"	1 saatten az	26	2.41	.76237	33.080	,000	(4)
	1-2 saat	124	2.26	.63744			(3,4)
	3-4 saat	118	2.73	.67044			(2,4)
	5 saatten fazla	127	3.06	.61092			(1,2,3)
*Sosyal Medya Bağımlılığı alt boyutu "Sanal İletişim"	1 saatten az	26	1.93	.91467	24.677	,000	(3,4)
	1-2 saat	124	2.05	.69157			(3,4)
	3-4 saat	118	2.45	.78082			(1,2,4)
	5 saatten fazla	127	2.80	.74909			(1,2,3)
Boş Zamanda "Sıkılma"	1 saatten az	26	2.64	1.19239	12.289	,000	-
	1-2 saat	124	2.46	.80077			(3,4)
	3-4 saat	118	2.87	.94051			(2)
	5 saatten fazla	127	3.14	.87509			(2)
Boş Zamanda "Doyum"	1 saatten az	26	3.29	1.11747	.095	,963	-
	1-2 saat	124	3.35	.80900			-
	3-4 saat	118	3.37	.83468			-
	5 saatten fazla	127	3.33	.62473			-
Yaşam Doyumu	1 saatten az	26	2.92	1.04166	1.051	,370	-
	1-2 saat	124	2.78	.81520			-
	3-4 saat	118	2.83	.88249			-
	5 saatten fazla	127	2.66	.91930			-

saat kullananların boş zamanda “sıkılma” algısı ortalaması \bar{x} 2.46’dır.

Ölçekler arasındaki ilişki belirlemek için “pearson korelasyon” analizi yapılmış olup sonuçlar Tablo 6’da detaylıca belirtilmiştir. Tablo 6’ya göre sosyal medya bağımlılığı ile boş zamanda “sıkılma” boyutu arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Buna göre gençlerin sosyal medya bağımlılığı arttıkça boş zamanda “sıkılma” düzeyleri $\beta,48$ düzeyinde artmaktadır. Araştırma sonucunda gençlerin sosyal medya bağımlılıkları arttıkça boş zamanda “doyum” düzeylerinin $\beta,13$ düzeyinde pozitif yönlü arttığı sonucuna da ulaşılmıştır ($p < 0,05$).

Benzer şekilde sosyal medya bağımlılığı alt boyutları (sanal tolerans, sanal iletişim) ile boş zamanda sıkılma algısı alt boyutları (sıkılma, doyum) arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Sanal tolerans/boş zamanda sıkılma β^{46} ; sanal tolerans/boş zamanda doyum β^{12} ; sanal iletişim/boş zamanda sıkılma β^{41} ; sanal iletişim/boş zamanda doyum β^{11} ; $p < 0,05$). H_3 ve H_4 kabul edilmiştir.

Araştırma sonucunda boş zamanda sıkılma algısı “sıkılma” boyutu ile yaşam doyumunu arasında anlamlı negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Buna göre boş zamanda sıkılma algısı arttıkça yaşam doyumunda $\beta, -15$ düzeyinde azalma görülmektedir. Boş zamanda sıkılma algısı “doyum” boyutu ile yaşam doyumunu arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Buna göre boş zamanda doyum düzeyi arttıkça yaşam doyumunda $\beta, 20$ düzeyinde bir artış görülmektedir. H_5 ve H_6 kabul edilmiştir.

Sonuç ve Öneri

Mevcut araştırma sonucunda boş zamanda sıkılma algısı ile yaşam doyumunu ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Araştırma kapsamında boş zamanda sıkılma algısı artarken sosyal medya bağımlılığının da artmakta olduğu ve boş zamanda sıkılma algısı artarken yaşam doyumunun ise azalmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki mevcutken boş zamanda sıkılma algısı sıkılma boyutu ile yaşam doyumunu arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 6. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Alt Boyutlarıyla Boş Zamanda Sıkılma, Boş Zamanda Doyum ve Yaşam Doyumunu Arasındaki İlişki

Boyutlar		Sos.Med.Bağ	*San.Tolerans	*San. İletişim	Boş zamanda sıkılma	Boş zamanda doyum	Yaşam doyumunu
Sosyal Medya	r	1	,921	,908	,482	,132	-,022
Bağımlılığı	p	,000***	,000***	,000***	,000***	,009***	,658
*Sanal Tolerans	r	,921	1	,673	,468	,129	-,028
	p	,000***		,000***	,000***	,010***	,576
*Sanal İletişim	r	,908	,673	1	,410	,111	-,012
	p	,000***	,000***		,000***	,027***	,812
Boş zamanda sıkılma	r	,482	,468	,410	1	-,157	-,166
	p	,000***	,000***	,000***		,002***	,001***
Boş zamanda doyum	r	,132	,129	,111	-,157	1	,207
	p	,009***	,010***	,027***	,002***		,000***
Yaşam doyumunu	r	-,022	-,028	-,012	-,166	,207	1
	p	,658	,576	,812	,001***	,000***	

*** $p < 0,05$

Bu araştırmanın sonuçları ile yapılan benzer çalışmalar arasında yakın sonuçlar bulunmuştur. Ayhan vd. (2018) yaptıkları çalışmada lise öğrencilerinin serbest zamanda sıkılma algısı ile yalnızlık ve sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Buna göre serbest zamanda sıkılma algısı ve yalnızlık düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılığında artış yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır. Kara vd. (2022) serbest zamanda sıkılma algısının mesleki tükenmişliği ve sosyal medya bağımlılığını yordama düzeyini incelemişlerdir. 409 çalışan üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında serbest zamanda sıkılma algısının katılımcıların mesleki tükenmişlik ve sosyal medya bağımlılığında yordayıcı gücü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kara & Gürbüz (2022) serbest zamanda sıkılma algısı ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Buna göre serbest zamanda sıkılma algısı ile internet bağımlılığı arasında düşük düzeyli anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Duygun vd. (2022) lise öğrencileri üzerine gerçekleştirdikleri araştırmalarında boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasında orta düzeyli pozitif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alan yazınında boş zamanda sıkılma algısı ile yaşam doyumunu arasındaki ilişkiyi inceleyen başka çalışmaya rastlanmamış olup bu çalışma kapsamında boş zamanda sıkılma algısı “sıkılma” boyutu ile yaşam doyumunu arasında düşük düzeyli negatif yönlü bir ilişki tespit edilirken boş zamanda sıkılma algısı ölçeği “doyum” boyutu ile yaşam doyumunu arasında ise pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında cinsiyete göre katılımcıların sosyal medya bağımlılığı, boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyum düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Araştırma sonucuna göre katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ortalamalarına bakıldığında da sosyal medyada fazla vakit geçiren katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha fazla arttığı belirlenmiştir. Buna göre sosyal medyada 1 saatten az vakit geçirenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri $\bar{x}2.20$, 1-2 saat vakit geçirenlerin $\bar{x}2.17$, 3-4 saat vakit geçirenlerin $\bar{x}2.60$ ve 5 saatten fazla vakit geçirenlerin $\bar{x}2.94$ olarak belirlenmiştir.

Bu araştırma üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında elde edile sonuçlar doğrultusunda, boş zamanda sıkılma algısı yaşayan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin arttığı görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığı bireylerin özel hayatlarını, kişilerarası iletişimlerini, iş yaşamını olumsuz etkileyebilen bir davranışsal bağımlılık türüdür. Bu kapsamda bireylere boş zamanlarını daha verimli geçirecekleri aktiviteler edinmeleri tavsiye edilmektedir. Bireylerin edinecekleri hobilerle birlikte boş zamanları verimli geçeceğinden dolayı boş zamanda sıkılma algıları düşecek ve boş zamanda doyum algıları ve yaşam tatmin düzeyleri artacaktır (Çetiner & Yayla, 2021). Özellikle bireyi sosyalleştirici etkinliklerin boş zamanda tercih edilmesi kişiyi yalnızlık duygusundan da uzaklaştıracaktır. Boş zamanlarını aktif bir şekilde değerlendiren kişilerde boş zamanda sıkılma algısının oluşması ihtimali düşüktür. Boş zamanlarını değerlendirmeyi bilmeyen, yeterli ve faydalı uğraşları olmayan kişiler bu boşluğu doldurmak için uzun süreler sosyal medyada vakit geçiriyor olabilir. Sosyal medyada geçirilen süre arttıkça bağımlılık düzeyleri de artmaktadır. Bu olumsuz gidişatı önleyebilmek için boş zamanın faydalı ve tatmin edici aktivitelerle geçirilmesi tavsiye edilmektedir. Bireyler kendi ruhsal durumuna, karakterine uygun zevk alacağı uğraşlarını tespit ederek bunu hobiye dönüştürmeli. Hobilerini ise aksatmadan yerine getirerek boş zamanlarında yaşayabilecekleri sıkılma algılarını ortadan kaldırabilir.

Bu araştırma boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi incelerken, gelecekte yapılacak çalışmalarda araştırmacılara boş zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide aracı değişkenlerin etkisinin incelenmesi tavsiye edilmektedir.

Etik Beyan

Bu çalışmada kullanılan anket yöntemi için Atatürk Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 10.04.2023 tarihli ve 06/102 nolu toplantısında E.88656144-000-2300119614 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazara aittir.

Yazar Katkı Beyanı

Yazarın katkı oranı %100'dür.

Çıkar Beyanı

Çalışma tek yazarlı olduğu için çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Ahmed, S. M. S. (1990). Psychometric Properties of the Boredom Proneness Scale. *Perceptual and Motor Skills*, 71, 963-966.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., & Pallesen, S. (2014). Predictors of Use of Social Network Sites At Work-A Specific Type of Cyberloafing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 906-921.
- Ayhan, C., Kaya, B. H., Yalçın, İ. & Karakaş, G. (2018). Serbest Zamanda Sıkılma Algısı, Yalnızlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki, Conference: Erpa International Congresses on Education, 28 Haziran-1 Temmuz 2018, ss.58, İstanbul.
- Balci, Ş. & Baloglu, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: "Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması". *İletişim Dergisi*, 29, 209-234.
- Bench, S. W., & Lench, H. C. (2013). On The Function Of Boredom. *Behavioral Sciences*, 3, 459-472.
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247.
- Blaszczynski, A., McConaghy, N. & Frankova, A. (1990). Boredom Proneness in Pathological Gambling. *Psychological Reports*, 67(1), 35-42.
- Caldwell, L., Darling, N., Payne, L. L. & Dowdy, B. (1999). Why Are You Bored? An Examination of Psychological and Social Control Causes of Boredom among Adolescents. *Journal of Leisure Research*, 31, 103- 121.
- Carriere, J. S. A., Cheyne, J. A. & Smilek, D. (2008). Everyday Attention Lapses and Memory Failures: the Affective Consequences of Mindlessness. *Consciousness and Cognition*, 17, 835-847.
- Çetiner, H. & Yayla, Ö. (2021). Aktivite Bağlılığının Yaşam Tatmini ve Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Bisiklet Kullanıcılarına Yönelik Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, 209-222.
- Diener, E., Oishi, S. & Lucas, R. E. (2003). Personality, Culture, and Subjective Wellbeing: Emotional and Cognitive Evaluations of Life. *Annual Reviews*, 54, 403-425.
- Duygun, S., Turkak, V., Cöhce, E. & Balci, Ç.R. (2022). Lise Öğrencilerinde Boş Zaman Can Sıkıntısının Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Anatolia Social Research Journal*, 1(1), 106-119.
- Fahlman, S. A., Mercer-Lynn, K. B., Flora, D. B. & Eastwood, J. D. (2013). Development and Validation of the Multidimensional State Boredom Scale. *Assessment*, 20, 68-85.
- Frish, M. B. (2006). Quality of Life Therapy: Applying A Life Satisfaction Approach to Positive Psychology and Cognitive Therapy. (First Edition). New Jersey, John Wiley & Sons.
- Griffiths, M. D., Kuss, D.J. & Demetrovics, Z. (2014). *Social Networking Addiction: An Overview of Preliminary Findings*. In: Rosenberg, K. P., Feder, L.C. (Eds.), *Behavioral Addictions*. Academic Press, pp. 119-141.
- Güneş, N. A., Akbıyık, İ. D., Aypak, C. & Görpelioglu, S. (2018). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Uyku Kalitesi. *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 22 (4) , 185-192.
- Harrington, D. (2009). *Confirmatory Factor Analysis*. New York, Oxford University Press, Inc.
- Harris, M. B. (2000). Correlates and Characteristics of Boredom Proneness and Boredom. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(3), 576-598.
- Iso-Ahola S. E. & Weissinger E. (1987). Leisure and Boredom. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 5, 356-364.
- Iso-Ahola, S. E. & Weissinger, E. (1990). Perceptions of Boredom in Leisure: Conceptualization, Reliability and Validity of the Leisure Boredom Scale. *Journal of Leisure Research*, 22(1), 1-17.

- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! the Challenges and Opportunities of Social Media, *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kara, F. M., Öncü, E. & Gürbüz, B. (2014). Leisure Boredom Scale: the Factor Structure and the Demographic Differences. *The Turkish Journal of Sport and Exercise*, 16(2), 28-35.
- Kara, F. M., Sarol, H., Gürbüz, B. & Gürkan, R. K. (2022). Serbest Zamanda Sıkılma Algısının Mesleki Tükenmişliği ve Sosyal Medya Bağımlılığını Belirlemedeki rolü, 3rd. International Recreation and Sports Management Congress, 16-19 Mayıs 2022, ss. 320-321, Antalya.
- Kara, M. F. & Gürbüz, B. (2022). Serbest Zamanlarda Sıkılma Algısı: İnternet Bağımlılığı ve Algılanan Sosyal Yetkinlik İlişkisi. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 200-216.
- Karadağ, A. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Semptomlar Arasındaki İlişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 154-166.
- Kayış, A. (2014). *Güvenirlilik Analizi*, İçinde Şeref Kalaycı (Ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, ss. 403-419, Asil Yayın, Ankara.
- Kierkegaard, S. (1987). *Either/Or*, vol 1. (çev. H. V. Hong and E. H. Hong). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Korkmaz, S. (2021). Olumlu ve Olumsuz Dini Başa Çıkma, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yalnızlık İlişkisi. *Tekirdağ İlahiyat Dergisi*, 7(1), 237-271.
- Kovan, A. & Ormancı, N. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki: COVID-19 Pandemi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2, 125-145.
- Köker S. (1991). *Normal ve Sorunlu Ergenlerin Yaşam Doymu Düzeyinin Karşılaştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- 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.
- Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311.
- Leung, L. (2008). Linking Psychological Attributes to Addiction and Improper Use of the Mobile Phone among Adolescents in Hong Kong. *Journal of Children & Media*, 2(2), 93-113.
- Manavcıoğlu, K. (2015). *Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi-Kurumsal Odaklı Bir Yaklaşım*, İstanbul, Beta Yayınları.
- Mannell, R. C. (1984). Personality in Leisure Theory: the Self-As-Entertainment Construct. *Loisir et Societe/Society and Leisure*, 7, 229-242.
- Martin, M., Sadlo, G. & Stew, G. (2006). The Phenomenon of Boredom. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 193-211.
- Mercer, K. B. & Eastwood, J. D. (2010). Is Boredom Associated with Problem Gambling Behaviour? It Depends on What You Mean by Boredom. *International Gambling Studies*, 10, 91-104.
- O'Brien, W. (2014). Boredom. *Analysis*, 74, 236-244.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J. & Xenos, S. (2014). The Uses and Abuses Of Facebook: A Review of Facebook Addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148.
- Schopenhauer, A. (2004). *On the Suffering of the World*. (Çev. R. J. Hollindale). London: Penguin Group.
- Seib, H. M. & Vodanovich, S. J. (1998). Cognitive Correlates of Boredom Proneness: the Role of Private Self-Consciousness and Absorption. *Journal of Psychology*, 132(6), 642-652.
- Sharp, E. H., Caldwell, L. L., Graham, J.W. & Ridenour, T. (2006). Individual Motivation and Parental Influence on Adolescents' Experiences of Interest in Free Time: A Longitudinal Examination. *Journal of Youth and Adolescence*, 35, 359- 372.
- Shin, D. C. & Johnson, D. M. (1978). Avowed Happiness as An Overall Assessment of Quality of Life. *Social Indicator Research*, 5(5), 475-492.
- Sommers, J. & Vodanovich, S. J. (2000). Boredom Proneness: Its Relationship to Psychological and Physical-Health Symptoms. *Journal of Clinical Psychology*, 56(1), 149-155.
- Suldo, S. M. & Huebner, E. S. (2006). Is Extremely High Life Satisfaction During Adolescence Advantageous?. *Social Indicators Research*, 78(2), 179-203.
- Svendsen, L. F. H. (2017). *Sıkıntının Felsefesi* (Çev: M. Erşen). (İkinci Baskı). Bağlam, İstanbul.
- Şahin, Y. F. & Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Benlik Saygısına Göre İncelenmesi. *İBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı, 363-377.
- Şahin, C. & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538.
- Todman, M. (2013). The Dimensions of State Boredom: Frequency, Duration, Unpleasantness, Consequences and Causal Attributions. *Educational Research International*, 1, 32-40.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara
- Vodanovich, S. J. & Kass, S. J. (1990). A Factor Analytic Study of the Boredom Proneness Scale. *Journal of Personality Assessment*, 55(2), 115-123.
- YÖK (2023). Öğrenim Düzeyine Göre Öğrenci Sayısı. <https://istatistik.yok.gov.tr/>. 05.05.2023 tarihinde alınmıştır.
- Wyatt, S. (1950). An Autobiography. *Occupational Psychology*, 24(2), 65-74.
- Wilcock, A. A. (1998). *An Occupational Perspective of Health*. SLACK Incorporated, USA.