



International Refereed Journal / Uluslararası Hakemli Dergi

Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi Karaelmas Journal of Educational Sciences

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/kebd>



Investigation of Social Media Addiction Levels of High School Students in Terms of Demographic Variables

Merve Omay Duyamaz¹, Nezh Önal²

Received: 13 August 2023 , Accepted: 30 June 2024

ABSTRACT

Social media takes a large space in the digital World. It eases the life while it leads to some problems at the same time as well. Social media addiction is one of these problems. It seems essential that it is important to recognize the significance of studies in the literature and even to increase the number of studies in order to be able to be aware of social media addiction and to cope up with it. The aim of the current study which is implemented by basing on this issue is to investigate the level of high school students' social media addiction. Descriptive method which is one of the quantitative research methods was applied for the study. 511 high school students from a city in the Central Anatolia Region in Turkey in 2022-2023 education year included in the study. The "Personal Information Form" consisting of nine questions and the "Bergen Social Media Addiction Scale" were used as data collection tools to examine students' social media addictions. The obtained data were analyzed with statistical techniques using the SPSS program. According to the results of the study, there was no significant difference according to the participants' gender, class level, educational status of parents and social media addiction levels. A statistically significant difference in social media addiction was found according to the variable of the statu of unlimited, limited (quota) and non-availability of the Internet which is used in participants' houses and the variable of the time spent on social media by the participants. It is seen that the time which is spent in the social media by participants affects the social media addiction at the same time. According to the result of the research, educational trainings about this issue can be given to the students in order to class the time spent on social media up on behalf of students. Interesting reasons for using social media can be investigated and suggestions such as taking steps to use social media more educatively can be made.

Keywords: Social Media, Social Media Addiction, High School

Ethical Committee Date / Number : Niğde Ömer Halisdemir University Ethical Committee , 05.04.2023, No: E.342436.

EXTENDED ABSTRACT

Purpose and Significance

The increasing use of social media in the world can lead to some negativities and diseases. Addiction is one of these negativities and is a type of psychological disorder. One of today's rapidly spreading addiction types is social media addiction. Social media addiction can be defined as a situation that causes problems such as not being able to control the use of social media tools, not being able to prevent excessive use, and feeling angry when not used. The aim of this study is to measure the social media addiction levels of high school students and to determine whether variables such as gender, grade level, mother's education level, father's education level, presence of internet at home, unlimited internet at home and time spent on social media affect social media addiction. In this framework, in the research conducted through a survey with students in public high schools in Niğde, social media addiction levels were examined in terms of the demographic variables mentioned. In the studies examining the social media addiction levels of young people and adolescents, the rate of social media use has gradually increased in recent years, and social media

¹ Master's Student, Niğde Ömer Halisdemir University, merveomay@gmail.com 0009-0000-7962-3558

² Assoc.Prof.Dr., Niğde Ömer Halisdemir University, Education Faculty, nezhonal@gmail.com 0000-0002-1103-8771

addiction levels have also started to increase. Since these results are seen, it is important to monitor social media addiction at certain intervals.

Methods

This study was conducted based on the quantitative research method survey design. The survey model is a model that provides the opportunity to photograph the desired feature or situation of the group. In this study, this design was preferred because the current situation of the participants was examined without any intervention. The population of this study consists of 9th, 10th, 11th grade high school students in public high schools in a province in the Central Anatolia region in the 2022-2023 academic year. The reason why 12th graders were not included in the study was that these students were not willing to participate in the study due to the fact that they were in the year of university entrance exam. The schools in the study sample were determined as high schools that the researchers could easily reach and collect data according to convenience sampling. As a result, 511 students from five different high schools were surveyed.

Results

There was no statistically significant difference in the social media addiction levels of the participants according to gender. The average scores of the participants' grade levels were found to be close to each other. The possible reason for this result may be that the rate of social media use has been increasing rapidly in recent years. It was examined whether the participants' mother and father education status affected their social media addiction, and as a result, it was seen that the education status of the parents had no effect on social media addiction. Another variable that was examined for its effect on the level of social media addiction was the lack of internet at home, having unlimited internet and having limited internet, and the results showed that there was a significant difference in the level of social media addiction. It was revealed that the scores of the participants with unlimited internet were higher than the participants who did not have internet at home or had limited internet. Finally, the variable whose effect was examined in the study was the amount of time participants spent on social media daily. It can be said that the time spent by the participants on social media creates a significant difference in their social media addiction levels.

Discussion and Conclusions

Based on the research findings, future studies may focus on the variable of time spent on social media. According to the research results, as the time spent on social media increases, social media addiction levels increase. In another study, the reasons for the time spent by the participants on social media can be investigated. Trainings can be organized so that the time spent on social media does not reach the level of addiction. The attractive aspects of social media can be emphasized and these aspects can be used on more educational platforms to provide useful applications to the participants. By sharing educational and informative posts on social media, students' purposes of using social media can be transformed into more useful.

Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi

Merve Omay Duymaz¹, Nezh Önal²

Başvuru Tarihi: 13 Ağustos 2023 , Kabul Tarihi: 30 Haziran 2024

ÖZET

Dijital dünyada büyük paya sahip olan sosyal medya insan hayatını kolaylaştırırken aynı zamanda bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Zamanla daha fazla kitleye hitap eden sosyal medya araçlarının, insanlar üzerindeki etkilerinin yıldan yıla değişebileceğini düşünerek bu sonucu bilimsel anlamda açıklayan çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmüştür. Buradan hareketle gerçekleştirilen mevcut çalışmanın temel amacı, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelenmesidir. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama deseni kullanılmıştır. Çalışmaya 2022-2023 eğitim öğretim yılında İç Anadolu Bölgesinde bir ilde bulunan 511 lise öğrencisi katılmıştır. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını incelemek için veri toplama aracı olarak, dokuz sorudan oluşan "Kişisel Bilgi Formu" ve "Bergen Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği" kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak istatistiksel tekniklerle analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucuna göre katılımcıların cinsiyetlerine, sınıf düzeylerine, anne ve baba eğitim durumlarına göre sosyal medya bağımlılık düzeylerine göre anlamlı bir fark görülmemiştir. Katılımcıların evlerinde bulunan internetin sınırsız, sınırlı (kotalı) ve internetin olmama durumlarına ve katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri zaman değişkenlerine göre ise sosyal medya bağımlılıklarında istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmıştır. Aynı zamanda katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri zamanın sosyal medya bağımlılıklarını etkilediği görülmüştür. Araştırma sonucuna göre sosyal medyada geçirilen zamanın öğrenciler adına daha kaliteli hale getirmek için öğrencilere bu konuda eğitimler verilebilir. Sosyal medya kullanımında ilgi çekici sebepler araştırılarak sosyal medyanın daha eğitici kullanılması için adımlar atılması gibi öneriler getirilebilir. Sonuç olarak sosyal medya bağımlılığına sebep olarak gösterilebilecek değişkenlerin bulunması sağlanmış olup bu doğrultuda sosyal medya bağımlılığının en aza indirilmesi için çalışmalar yapılabilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Sosyal medya bağımlılığı, Lise öğrencileri


Etik Kurul İzni Tarih / Sayı: Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi Etik Kurulu, Tarih: 05.04.2023, Sayı: E.342436.

1. Giriş

İnsanlar, geçmişten günümüze iletişim kurabilmek için birçok teknoloji geliştirmişlerdir. Zaman içerisinde sosyal medya insanlar arasından çok yaygın kullanılan iletişim aracı olmuştur. Sosyal medya, Web 2.0 teknolojisini kullanarak toplumun haberleşmesini, etkileşime girmesini, paylaşımlar yapmasını, birbirlerinin paylaşımlarını takip edebilmelerini, tartışma ortamları oluşturabildikleri bir yerdir (Blackshaw & Nazzaro, 2006). Sosyal medya bilginin hızlı şekilde yayılmasına büyük katkıda bulunur. Başka bir şekilde tanımlamak gerekirse sosyal medya, kişilerin sahip oldukları sayfalarında kendi özgürlükleriyle fotoğraf, belge ve düşüncelerini paylaştıkları bu paylaşımları ile diğer kullanıcılarla etkileşime girdikleri ortamlardır. Bunun yanında anlık iletişim imkânı da sunar (Sayımer, 2008). İletişim ağını çok hızlı genişleterek iletişimi insanlar için kolaylaştıran çok önemli bir kanaldır. Sosyal medya kullanıcıları teknoloji ile duygu düşüncelerini, yazılarını, resimlerini ve videolarını paylaşabilirken bunun yanında kullanıcılar sosyal medya ortamlarında içerik de üretebilirler. İhtiyaç duyulan bilgiye ulaşmada, işbirlikli çalışmalarda fazlasıyla iyi kullanıldığı söylenebilir (Ajjan & Hartshorne, 2008, s. 78). İçerik üretme konusunda bireyleri yalnızca tüketimden çıkarıp üretime de sevk ettiği söylenebilir.

Kullanıcıların sayısız paylaşımda bulunabildiği, farklı fikirlerden doğan içeriklerin üretildiği ve çeşitli fırsatların bulunduğu yerdir (Vural & Bat, 2010). Bireylerin kendileri içerik geliştirici bir rol üstlenir ve bilgiyi üretmeye başlarlar (McLoughlin & Lee, 2008, s. 95).Kullanıcılarına oldukça sınırsız bir özgürlük ortamı sunar.

Kullanıcı sayısının gün geçtikçe artıyor olması sosyal medyanın kitlesel olarak oldukça güçlü olduğunun da kanıtıdır. Bu gücün kontrolsüz bırakılması sosyal medyanın dezavantajlı yönlerinin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Öztürk & Talas, 2015). Sosyal medyanın avantajlarıyla beraber dezavantajları da

¹ YL Öğrencisi Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, merveomay@gmail.com  0009-0000-7962-3558

² Doç.Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, nezhonal@gmail.com  0000-0002-1103-8771

mevcuttur (Öztürk & Talas, 2015). Avantajlarının yanında dezavantajları da bulunan sosyal medya araçları kullanıcı sayıları hızlıca artırmaya devam etmektedir. Bilginin hızlıca yayılmasının önünde bir engel olmadığı için hangi bilginin doğru bilgi olduğu konusu da bir dezavantajdır. Bu içerikler zaten var olan bilgi kirliliğini daha da artırabilir. Kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler gerçeği yansıtmayabilir. Bilinçli kullanım dışında kötüye kullanan sayısı artabilir ve bunun önüne geçmek zor olabilir.

Sosyal medya uygulamaları, kitleleri etrafında toplamayı başarmıştır. Sosyal medya uygulamalarına erişim için kullanılan cihazlar teknolojik cihazlardır. Günümüzde en çok akıllı telefon kullanılmaktadır. Sosyal medya sitesi niteliğinde ilk karşımıza çıkan site "Sixdegrees.com" sitesidir (Body & Ellison, 2007). Bu siteden sonra sosyal medya siteleri olarak sayabileceğimiz sitelerin sayısı giderek fazlalaşmıştır. Bu sitelerden 2000'li yıllarda kurulanlar, Friendster, Couchsurfing, Open, Hi5, LinkedIn, Tribe.net, MySpace gibi sitelerdir. Sosyal medya sitelerinin Kristina Lerman'a (2007) göre sosyal medya sitesi olarak nitelendirilmesi için bazı unsurlara sahip olması gerekmektedir. Kısaca bu unsurlardan bahsederek, kullanıcıların her çeşit içeriği oluşturmasına imkân sağlayan ve içeriklere katkıda bulunulmasına olanak tanıyan, içeriklerini etiketleyebildikleri, içerikleri aktif veya pasif kullanımla da değerlendirebildikleri, diğer kişilerle ortak ilgi alanlarını oluşturularak sosyal ağlar kurabildikleri ortamlardır. Bu sitelerden sonra çıkan ve yaygınlaşan günümüz sosyal medya siteleri arasında ise, Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, Flickr, Youtube ve fazlası vardır (Gökdemir ve Uğur, 2020). Bu sosyal medya araçlarının kullanım düzeyleri gün geçtikçe artmaktadır. Dünya üzerinde kullanılan en popüler sosyal ağ Facebook'tur (URL-1, 2022). Gökdemir ve Uğur (2020)'ün çalışmalarında katılımcıların sosyal medya ağları kullanma durumlarına bakılmış ve çalışmalarında %57.3 oranla en sık kullanılan sosyal medya uygulamasının Facebook olduğu belirlenmiştir (2020). 2022 yılında yayınlanan TÜİK verilerine göre ise en çok kullanılan sosyal medya uygulaması %82.0 oranı ile WhatsApp, %67.2 ile Youtube'dur. Instagram ise %57.6'lık oran ile üçüncü sırada yer almaktadır. Cinsiyete göre kullanım oranlarına bakıldığında erkeklerin WhatsApp kullanım oranlarının (%85.9), kadınlardan (%78.1) fazla olduğu görülmektedir. Diğer sosyal medya araçları olan Youtube, Facebook, Instagramda da erkeklerin kullanım oranları kadınlara göre 6-7 puan arasında daha yüksek çıkmıştır (URL-2, 2022). Verilere göre cinsiyet değişkeni kullanım oranını etkilemektedir. Erkekler sosyal medya araçlarını kadınlardan daha fazla kullanmaktadır.

Her yıl yüzlerce ülkenin dijital verilerinin yayınlandığı We Are Social raporuna göre dünya nüfusu 7.93 milyardır. Bu nüfusun yüzde %57'si kentlerde yaşamaktadır. Dünyada mobil kullanıcı sayısı 5.32 milyara ulaşmıştır. Bu rakam toplam dünya nüfusunun %67'sidir. Yine dünyadaki internet kullanıcılarına baktığımızda 2022 verilerine göre 5 milyar internet kullanıcısı mevcuttur. Bu rakamda dünya nüfusunun %63'ü yapmaktadır. Bu rakamların içinde bir de sosyal medya kullanıcıları vardır. Dünyadaki sosyal medya kullanıcılarının sayısı 4.65 milyar kişidir. Toplam dünya nüfusunun %58'ini oluşturan bu rakam dünya nüfusunun yarısından baya fazladır. Dünya üzerindeki insanların internete bağlanmak için seçtiği araçlara baktığımızda internete bağlananların % 92.4'ü mobil telefonlarla, %68'i dizüstü veya masaüstü bilgisayarla bağlanmaktadır. Bu da bize mobil telefonların internet hayatımızda rolünün büyük olduğunu göstermektedir. Mobil telefonların internet trafiğindeki ülke sıralamasında Türkiye 5. Sırada yer alıyor. Türkiye'nin kullanım oranı %74.9'dur. Birinci sırada Nijerya %85.7 kullanım oranıyla yer alıyor. Dünya'da en çok tercih edilen sosyal medya araçlarına bakacak olursak yine 2022 yılında yapılan çalışmada en çok tercih edilen sosyal medya aracı Facebook olmuştur. Yapılan araştırmada Facebook kullanıcı sayısı 2.910 milyardır. İkinci sırada ise 2.562 milyar kullanıcı ile Youtube gelmektedir. Üçüncü sırada 2.010 milyar kullanıcı ile Whatsapp, 1.478 milyar kullanıcı ile Instagram dördüncü, 1.263 milyar kullanıcı ile de Wechat beşinci sırada yer almaktadır. Diğer en popüler sosyal medya araçları en çok kullanıcı sayısından en az olana doğru şöyle sıralayabiliriz: Tiktok (1 milyar), Facebook Messenger (988 milyon), Douyin (600 milyon), QQ (574 milyon), Sina Weibo (573), Kuaishou (573 milyon), Snapchat (557 milyon), Telegram (550 milyon), Pinterest (444 milyon), Twitter (436 milyon), Reddit (430 milyon), Quora (310 milyon). Dünyada en çok kullanılan sosyal medya aracı Facebook olmuştur (URL-3, 2022). Daha önceki yıllara bakıldığında da benzer sonucu görmek mümkündür. Facebook kullanımının dünyada bu kadar yaygın olmasından dolayı araştırmacılar sosyal medya üzerinde dururken Facebook üzerinde de durmuşlardır. Facebook adı altında aslında sosyal medya araçlarını kapsayan araştırmalar yapmışlardır. Facebook kullanıcılarının yaş ortalamalarına bakıldığında en çok 18-24 yaş ile 25-34 yaş aralığındaki kullanıcılar yoğunluktadır (Şimşek, 2021). Facebook kullanıcıları yaş aralığı orta yaş ve genç yaş grubunda yoğunlaşmaktadır. Facebook en çok tercih edilen sosyal medya aracı olduğu için alanda en çok çalışma facebook üzerine yapılmaktadır. Diğer sosyal medya araçlarının kullanım oranları ise yıldan yıla artmaktadır.

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de durum benzer durumda olsa da küçük farklılıklar bulunmaktadır. We Are Social Türkiye raporuna göre Türkiye’nin nüfusunun 84 milyon olduğunu düşünürsek bu nüfusun içindeki sosyal medya kullanıcılarının sayısı 68.9 milyondur. Sosyal medya kullanıcılarının nüfusa oranı ise %80’dir. Türkiye’de bir yıl içinde sosyal medya kullanıcı sayısındaki artış 8,9 milyondur. Bu da önceki yıla göre artış oranını %14.8 yapar. Ülkemizde sosyal medyada geçirilen toplam süre 2 saat 59 dakikadır. Geçirilen sürenin önceki yıla göre artışı +2 dakikadır. Yani %1.1 oranında artış mevcuttur. Türkiye’de 13 yaş ve üzeri sosyal medya kullanıcı sayısının nüfusa oranı %101.1’dir. Türkiye’de sosyal medya kullanıcılarının %41.3’ü kadın, %58.7’si erkektir. Dünya genelinde 13 yaş üstü bireylerin sosyal medya kullanım oranları %63 iken, Türkiye’de bu oran %80’dir. Yine Dünya’da bir kişiye düşen sosyal medya hesabı sayısı 8.6 iken, bu oran Türkiye’de 9.1 ‘dir (URL-3, 2022). Ülkemizde sosyal medya kullanım oranları yıllara göre değerlendirildiğinde artış gözlemlenmektedir.

Sosyal medya kullanımının dünyada ve ülkemizde hızla artıyor olması insanların hayatında bazı değişikliklere sebep olmaya başlamıştır. Dünya’da artan sosyal medya kullanımı bazı olumsuzluklara ve hastalıklara da yol açabilmektedir (Çömlekçi & Başol, 2019). Bağımlılık bu olumsuzluklardan biridir ve psikolojik bir rahatsızlık çeşididir (Tutgun Ünal & Deniz, 2016). Günümüzün hızla yayılan bağımlılık çeşitlerinden birisi de sosyal medya bağımlılığıdır. Sosyal medya bağımlılığı sosyal medya araçlarının kullanımını kontrol edememe, aşırı kullanıma engel olamama, kullanılmadığı durumlarda sinirli hissetme gibi problem yaşatan bir durum olarak tanımlanabilir (Bardakçı & Aslan, 2021). Başka bir tanımla sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya araçlarıyla normalden çok daha fazla beraber olma, sosyal medya araçları ile zaman geçirmek için ve kullanmak için fazla istek duyma, zamanımızın çok büyük bir bölümünü sosyal medya araçlarındaki aktivitelere harcama gibi durumlar olarak tanımlanabilir (Andreassen vd., 2014). Greenfield (2011), insanların zevk aldığı davranışların bağımlılık özelliği olduğunu, dijital dünyanın da insanlara zevk verdiği için duygu durumlarında ve kullanım oranlarında değişikliğe yol açtığını söylemektedir. Gençlerin ve ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelendiği çalışmalarda son yıllara doğru sosyal medya kullanım oranı gittikçe artmış bununla beraber sosyal medya bağımlılık düzeyleri de artmaya başlamıştır. Bu sonuçlar görüldüğü için sosyal medya bağımlılığının belli aralıklarda izlenmesi gerekmektedir (Tutgun-Ünal & Deniz, 2016). İnternet kullanımının en yoğun olduğu grup genç gruptur (Balcı & Ayhan, 2007). Benzer şekilde sosyal medya kullanımının en fazla artış gösterdiği yaş grubu gençlerdir (Balcı, Bekiroğlu, Karaman, 2019. s. 44). Mevcut çalışmada bu sebepten dolayı lise öğrencileri örneklem olarak tercih edilmiştir. Çalışmada lise öğrencilerinin seçilmiş olmasının temel sebebi internet kullanım durumlarının daha küçük yaş gruplarına göre ebeveyn kontrolünden çıkmış olmasının düşünülmesidir. Bu sayede çalışmanın sonucunu etkileyebileceğini düşündüğümüz ebeveyn kontrolü değişkeni dışarıda bırakmaya çalışılmıştır. Mevcut çalışmada ele alınan değişkenlerin seçilme sebebi ise lise öğrencilerinin yaş grubunda yapılan çalışmalarda ve hatta Uluslararası Öğrenci Değerlendirme (PISA) Sınavının anket çalışmalarında ortalama 15 yaş grubundaki öğrencilerin genel olarak internette geçirdikleri süreler bakılmış olması fakat sosyal medyada geçirdikleri süreyle yapılan çalışmaların azlığıdır. Yine benzer çalışmalarda cinsiyet, sınıf düzeyi gibi değişkenlere bakılmış fakat anne baba eğitim durumunun sosyal medya bağımlılık düzeylerinde fark oluşturup oluşturmadığı da yeterli düzeyde incelenmediği görülmüştür. Bu çalışmada bütün bunlar göz önünde bulundurularak örneklem seçimi ve demografik değişkenlerin seçimi sağlanmıştır.

Bütün bu durumlar göz önüne alındığında yapılan bu çalışmanın amacı, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini ölçerek, cinsiyet, sınıf düzeyi, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, evde internetin varlığı, evdeki internetin sınırsız olma durumu ve sosyal medyada geçirilen zaman gibi değişkenlerin sosyal medya bağımlılığına etki edip etmediğini belirlemektir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda lise öğrencilerinin bağımlılık düzeyleri dikkate alınarak iyileştirici çalışmalar yapılmasına zemin hazırlamak amaçlanmaktadır. Günümüz koşullarında konunun önemini vurgulamak ve yapılacak olan benzer çalışmalara destek olabilmek istenmektedir. Sosyal medya bağımlılığının yol açabileceği siber zorbalık, siber mağduriyet gibi risk faktörlerini önleyici çalışmalar yapılmasına teşvik edici olması beklenmektedir.

Bu araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri nedir?
2. Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri cinsiyete, sınıf düzeyine, anne eğitim durumuna, baba eğitim durumuna, evde internetin varlığına, evdeki internetin sınırsız olma durumuna ve sosyal medyada geçirilen süreye göre değişmekte midir?

2. Yöntem

2.1. Etik Kurul İzni

.... Üniversitesi Etik Kurulu, Tarih: 05.04.2023, Sayı: E.342436. Araştırmada kullanılmış olan Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği izni araştırmaya başlamadan önce alınmıştır.

2.2. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, nicel araştırma yöntemi ilişkisel tarama desenine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada katılımcıların mevcut durumu herhangi bir müdahalede bulunmadan incelendiği için bu desen tercih edilmiştir.

2.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu çalışmanın evreni 2022-2023 eğitim öğretim yılında İç Anadolu bölgesinde Niğde ilinde bulunan devlet liselerindeki 9, 10, 11. Sınıf lise öğrencileri oluşturmaktadır. 12. Sınıfların çalışmaya dahil edilmemesinin sebebi ise bu sınıf öğrencilerinin üniversite sınavına giriş yılında olmaları gerekçesi ile araştırmaya katılmaya gönüllü olmamalarıdır. Çalışma örnekleminde yer alan okullar araştırmacıların kolay ulaşabildiği liseler arasından seçilmiştir. Uygun örneklem kullanılmıştır. Sonuçta beş farklı liseden 511 öğrenciye anket uygulaması yapılmıştır. Katılımcılara cinsiyet, sınıf düzeyi, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, evde internete sahip olma durumu, sosyal medyada günlük ortalama harcanan zaman değişkenleri aşağıdaki gibidir.

Tablo 1

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	316	61.8
	Erkek	195	38.2
Sınıf Düzeyi	9. Sınıf	131	25.6
	10. Sınıf	190	37.2
	11. Sınıf	190	37.2
Anne eğitim durumu	İlkokul	149	29.2
	Ortaokul	124	24.3
	Lise	139	27.2
	Lisans	72	14.1
	Lisansüstü	27	5.3
Baba eğitim durumu	İlkokul	117	22.9
	Ortaokul	136	26.6
	Lise	117	22.9
	Lisans	91	17.8
	Lisansüstü	50	9.8
Evde internete sahip olma durumu	Sınırsız	431	84.3
	Sınırlı (kotalı)	35	6.8
	İnternet yok	45	8.8
Sosyal medyada günlük ortalama harcanan zaman?	0-2 saat	128	25.0
	2-4 saat	242	47.4
	4 +	141	27.6

Tablo 1’de araştırmanın katılımcılarına ait demografik özelliklerine göre sayı ve yüzdeler dağılımları listelenmiştir. Katılımcıların %61.8’i kadın %38.2’si erkeklerden oluşmaktadır. Verilerin normal dağılım göstermesi için sınıf düzeylerinden seçilen katılımcıların birbirlerine yakın sayıda olmasına dikkat edilmiştir. Araştırmaya katılanlardan 9. sınıf düzeyinde olan 131 kişi, 10. sınıf düzeyinde 190 ve 11 sınıf düzeyinde olan yine 190 kişidir. Araştırmada katılımcıların anne ve baba eğitim durumlarına yer verilmiştir. Anne eğitim durumları incelendiğinde anne eğitim düzeyinin en fazla ilkokul (%29.2)

düzeyinde ve daha sonra sırayla lise (%24.3), ortaokul (%24.3), lisans (%14.1), Lisansüstü (%5.3) şeklinde dağılım gösterdiği görülmektedir. Baba eğitim düzeyi incelendiğinde ise sırayla ortaokul (%26,6), ilkököl ve lise eşit (%22.9), lisans (%17.8), lisansüstü (%9.8) şeklinde dağılım göstermiştir. Katılımcılardan 431 (%84.3) kişi evlerinde sınırsız internet olduğunu belirtmiştir. 35 (%6.8) kişi evlerindeki internetin sınırlı olduğunu söylemiştir. 45 (%8.8) kişi ise evlerinde internet bulunmadığını belirtmiştir. Katılımcılardan sosyal medyada harcanan günlük ortalama zamanları sorulduğunda %25'i (128) akşam 0 ila 2 saat arasında ortalama zaman geçirdiğini belirtmiştir. %47.4'ü (242) 2 ila 4 saat arasında ortalaman zaman geçirdiğini belirtmiştir. %27.6'sı (141) ise 4 saat ve üzeri ortalama zaman geçirdiğini belirtmiştir.

2.4. Veri Toplama Araçları

Araştırmada Andreassen ve arkadaşları (2012) tarafından geliştirilen, Demirci (2019) tarafından Türkçe 'ye uyarlaması yapılan Bergen Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek ilk olarak internet bağımlılığını ölçmek amacıyla geliştirilmiş olup Demirci (2019) tarafından sosyal medya bağımlılığı ölçeğine uyarlanmıştır. Ölçeğin çalışma grubu 14-57 yaşları arasındaki 371 üniversite öğrencisi, 127 lise öğrencisi, 160 da çalışan katılımcıdan oluşmaktadır. Ölçekteki maddeler ayrı ayrı zihinsel uğraş, duygu durumundaki değişiklik, tolerans, yoksunluk, çatışma, başarısız bırakma girişimi şeklinde altı esas bağımlılık ölçütlerini karşılamaktadır. Ölçek tek faktörlü yapıda olup beşli Likert tipinden oluşmaktadır. (1) çok nadir, (2) nadir, (3) bazen, (4) sıkça, (5) oldukça sık şeklinde 1 ve 5 arasındaki sayılarla derecelendirilmiştir. Ölçeğin orijinalinde toplam puanı en az 6 en çok 30 olacak şeklindedir.. Ölçeğin iç tutarlılığı .88 olarak bulunmuştur. Ölçeğin uyarlamasından elde edilen test-tekrar test güvenilirlik katsayısı .82'dir Ölçekte ters kodlanması gereken madde bulunmamaktadır. Bununla beraber öğrencilerin cinsiyet, sınıf düzeyi, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, evde internete sahip olma durumu, sosyal medyada günlük ortalama harcanan zaman değişkenlerinin yer aldığı 9 sorudan oluşan kişisel bilgi formu kullanılmıştır.

2.5. Verilerin Analizi

Araştırmada Cronbach's Alpha katsayısı ,74 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada kullanılan veriler 2022-2023 eğitim öğretim yılında Niğde ilinde belirlenen 5 farklı liseden seçilen 560 lise öğrencisinden toplanmıştır. Kayıp veriler ve uç değerlerin bulunduğu katılımcı ölçekleri dahil edilmediğinden dolayı çalışma 511 kişi ile tamamlanmıştır. Verilerin analizine başlamadan önce ölçek puanlarının normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir.

Tablo 2

Ölçme aracından elde edilen puanların standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerlerine ilişkin bulgular

Bergen Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği	Ortalama Puan	Standart Sapması (Std. Deviation)	Çarpıklık Katsayısı (Skewness)	Basıklık Katsayısı (Kurtosis)
	16,834	5,472	,154	-,409

Tablo 2'de verilerin normal dağılım gösterip göstermediği çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılarak belirlenmiştir. Çarpıklık basıklık -1,5 ile +1,5 arasında ise dağılımın normal dağılım olduğu kabul edilebilir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu çalışmada değerler bu aralıkta bulunduğu için verilerin normal dağılım gösterdiği ifade edilebilir. Ölçeğin ortalama puanı 16,8337 bulunmuştur.

3. Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark oluşturup oluşturmadığını test etmek amacıyla parametrik testlerden t-Testi yapılmış ve analizin sonuçları Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3

Cinsiyete Göre Yapılan T-Testi Analizi Sonuçları

Cinsiyet	N	\bar{x}	SS	sd	t	p
Kadın	316	16,478	5,757	509	-1,876	,061
Erkek	195	17,410	4,953			

Tablo 3’de yer alan sonuca göre grupların aritmetik ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bulunan bu sonuç göre kız ve erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre fark göstermediğini ortaya koymaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek için parametrik testlerden ANOVA yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4
Sınıf Düzeyine Göre Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Grup	f, \bar{x} ve SS Değerleri			ANOVA Sonuçları					
	N	\bar{x}	SS	Var.K	KT	Sd	KO	F	p
9.Sınıf	131	16,695	5,152	Gruplar Arası	87,722	2	43,861	1,468	.231
10.Sınıf	190	16,411	5,785	Gruplar içi	15181,139	508	29,884		
11.Sınıf	190	17,353	5,341	Toplam	15268,861	510			
Toplam	511	16,834	5,472						

Tablo 4’te görülen analiz sonucuna göre sınıf düzeylerinin ortalamalarının çok farklı olmadığı görülmüştür. Sınıf düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı görülmektedir ($F=1,468$; $p=.231$). Bu sonuçlara göre araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin buldukları sınıf düzeylerinden bağımsız olduğu ve sosyal medya bağımlılığının sınıf düzeyine göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının anne eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla parametrik testlerden ANOVA yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 5
Anne Eğitim Durumuna Göre Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Grup	f, \bar{x} ve SS Değerleri			ANOVA Sonuçları					
	N	\bar{x}	SS	Var.K	KT	Sd	KO	F	p
İlkokul	149	15,987	5,617	Gruplar Arası	249,179	4	62,295	2,099	.080
Ortaokul	124	16,524	5,417	Gruplar içi	15019,682	506	29,683		
Lise	139	17,705	5,299	Toplam	15268,861	510			
Lisans	72	17,125	4,873						
Lisansüstü	27	17,667	6,737						
Toplam	511	16,834	5,472						

Tablo 5’te görülen analiz sonucuna göre anne eğitim düzeyleri ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmemiştir ($F=2,099$; $p=.080$). Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinde anne eğitim durumunun etkisinin olmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının baba eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla parametrik testlerden ANOVA yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6
Baba Eğitim Durumuna Göre Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Grup	f, \bar{x} ve SS Değerleri			ANOVA Sonuçları					
	N	\bar{x}	SS	Var.K	KT	Sd	KO	F	p
İlkokul	117	16,316	5,499	Gruplar Arası	62,286	4	15,571	,518	.722
Ortaokul	136	16,926	5,572	Gruplar içi	15206,575	506	30,053		
Lise	117	17,197	5,607	Toplam	15268,861	510			
Lisans	91	16,637	4,741						
Lisansüstü	50	17,300	6,125						
Toplam	511	16,834	5,472						

Tablo 6'da görülen analiz sonucuna göre baba eğitim durumunun ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($F=,518$; $p=.722$). Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinde baba eğitim durumlarının etkisi olmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının evde internet var ise sınırlı mı kotalı internet mi durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla parametrik testlerden ANOVA yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7

Evde İnternete Sahip Olma Durumuna Göre Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Grup	f, \bar{x} ve SS Değerleri			ANOVA Sonuçları						
	N	\bar{x}	SS	Var.K	KT	Sd	KO	F	p	Ayırtedicilik indeksi
A-Sınırsız	431	17,051	5,449	Gruplar Arası	189,463	2	94,732	3,191	.042*	A>B, A>C, C>B
B- Sınırlı (kotalı)	35	14,686	4,757	Gruplar içi	15079,398	508	29,684			
C-İnternet yok	45	16,422	5,918	Toplam	15268,861	510				
Toplam	511	16,834	5,472							

* $p < .05$ olduğundan anlamlı fark vardır. (A: 0-2 saat, B: 2-4 saat, C: 4+ saat)

Tablo 7'de görülen analiz sonuçlarına göre bulunan farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($F=3,191$; $p=.042$). Farkların kaynağını saptamak amacıyla Scheffe testi kullanılmıştır. Ortalama puanlara bakıldığında evde sınırsız interneti olan katılımcıların en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Evde interneti olmayan öğrenciler ile sınırlı interneti olan öğrenciler ve sınırsız interneti olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık ölçeğinden aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medyada günlük ortalama harcanan zaman durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla parametrik testlerden ANOVA yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8

Sosyal Medyada Günlük Ortalama Harcanan Zaman Durumuna Göre Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Grup	f, \bar{x} ve SS Değerleri			ANOVA Sonuçları						
	N	\bar{x}	SS	Var.K	KT	Sd	KO	F	p	Ayırtedicilik indeksi
A: 0-2 saat	128	12,977	4,869	Gruplar Arası	4461,708	2	2230,854	104,863	.000*	B<C, C>A, C>B
B: 2-4 saat	242	16,413	4,335	Gruplar içi	10807,153	508	21,274			
C: 4 + saat	141	21,057	4,831	Toplam	15268,861	510				
Toplam	511	16,834	5,472							

* $p < .05$ olduğundan anlamlı fark vardır. (A: 0-2 saat, B: 2-4 saat, C: 4+ saat)

Tablo 8'de görülen analiz sonuçlarına bakıldığında bulunan farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($F=104,863$; $p=.000$). Farkların kaynağını saptamak amacıyla Scheffe testi kullanılmıştır. Ortalama puanlara bakıldığında sosyal medyada geçirilen süre 4 saat ve üzeri olduğu durum diğer durumlardan fazla puana sahiptir. Analiz sonuçlarına göre sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi artmaktadır.

4. Sonuçlar ve Tartışma

Bu araştırma lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet, sınıf düzeyi, anne ve baba eğitim durumu, evde internetin sınırlı, kotalı veya olmama durumu, sosyal medyada geçirilen ortalama süreye göre değişkenlik gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılmıştır. Yapılan araştırmada katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinde cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık

görülmemiştir. Bu durumun muhtemel sebebi gençler arasında sosyal medya bağımlılıklarının yüksek oranda yaygın olması olabilir (Balcı, Bekiroğlu & Karaman, 2019. s. 44). Alandaki araştırmaların çoğunda cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir fark görülmesi de bu durum değişebilmektedir. Güney ve Taştepe'nin (2020) lise öğrencileri ile yaptığı çalışmada kızların sosyal medya bağımlısı olma durumlarının erkeklere göre daha mümkün olduğu sonucuna varılmıştır. Brys'e (2013) göre ise internet bağımlılığının erkekler arasında daha yaygın bir durum olduğu aşikârdır. Deniz ve Gürültü'nün (2018) lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları adlı çalışmada da benzer sonuç elde edilmiştir. Sosyal medya bağımlılık durumunun meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çalışma boyutlarından cinsiyete göre meşguliyet boyutu hariç hiçbirinde anlamlı bir fark bulunmamıştır. Yalnızca meşguliyet boyutunda kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla bağımlılık gösterdikleri görülmüştür. Çiftçi'nin (2018) meslek yüksekokulu öğrencileri ile yaptığı sosyal medya bağımlılık düzeyinin incelenmesi çalışmada ise bu sonuçlara zıt sonuçlar elde edilmiştir. Sosyal medya bağımlılık düzeyleri erkekler lehine sonuç göstermiştir. Kız öğrencilerin sosyal medyayı daha kontrollü kullandıkları yorumu yapılmıştır. Çömlekçi ve Başol (2019), üniversite öğrencileri ile yaptıkları sosyal medya bağımlılık düzeyi çalışmada cinsiyetler arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Baz (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini incelemiş ve yine cinsiyete göre anlamlı bir fark bulunmamıştır. Mevcut çalışmada elde edilen sonucu destekleyen çalışmalar olduğu gibi tam tersi sonuçlarının elde edildiği çalışmalar da olmuştur. Bu sonuçların farklılaşmasının sebebi olarak katılımcıların sosyal medya eğilimlerinin bölgeden bölgeye, yıldan yıla değişebileceği olabilir.

Araştırmada elde edilen diğer bir sonuç ise sosyal medya bağımlılık düzeylerinin katılımcıların sınıf düzeylerine göre farklılaşmadığıdır. Katılımcıların sınıf düzeyleri ortalama puanları birbirine yakın bulunmuştur. Ortaya çıkan sonucun muhtemel sebebi sosyal medya kullanım oranlarının son yıllarda hızla artması olabilir (Belçer, Uysal & Akgün, 2022). Doğrusever'in (2021) çalışmada ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri incelenmiş ve sınıf seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Benzer çalışmaların çoğunda sınıf düzeyleri ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Dolayısıyla araştırma sonucuna göre sınıf düzeyi veya yaş faktörü sosyal medya bağımlılık düzeyine etkisi olmayan bir değişkendir. Deniz ve Gürültü'nün (2018) lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının araştırıldığı çalışmada da benzer sonuç elde edilmiştir. Öğrencilerin sınıf seviyeleri ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Çiftçi (2018), yaptığı çalışmada öğrencilerin yaş gruplarının sosyal medya bağımlılık düzeylerine etki etmediği sonucuna verilmiştir. Baz'ın (2018) yaptığı çalışmada yine benzer bir sonuca ulaşılmış ve yaş düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyine etki etmediği bulunmuştur. Güney ve Taştepe'nin (2020) ergenlerin sosyal medya bağımlılığının araştırıldığı araştırmasında sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Mevcut çalışmada da olduğu gibi alandaki benzer çalışmalar da aynı sonuç elde edilmiştir. Sınıf düzeyi veya yaş seviyesi incelendiğinde katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları bu durumdan etkilenmemiştir.

Katılımcıların anne ve baba eğitim durumlarının sosyal medya bağımlılıklarına etki edip etmediği incelenmiş ve bunun sonucunda anne baba eğitim durumunun sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkisinin olmadığı görülmüştür. Anne ve baba eğitim durumu farklı olan katılımcıların benzer davranışlar sergilediği söylenebilir. Bu durumun sebebi olarak internet teknolojisinde yaşanan büyük gelişmeler, internet ve teknolojinin herkes tarafından ulaşılabilir olması ve gençlerin sosyalleşmek için sosyal medyayı tercih etmeleri gösterilebilir (Kirschner & Karpinski, 2010). Benzer değişkenlerin incelendiği çalışmalardan biri olan Bilginer'in (2020) lise öğrencileri ile sosyal bağımlılık - öz yeterlik düzeyi arasındaki ilişkinin incelendiği tez çalışmada sonucu destekleyen durum ortaya çıkmıştır. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin anne ve baba eğitim durumuna göre anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir. Alanda sosyal medya bağımlılığına etkisi çok da araştırılmamış olan anne ve baba eğitim durumu değişkeninin mevcut çalışmaya yakın olduğu düşünülen bu çalışmada elde ettiğimiz sonuçlara benzer sonuçlar elde edilmiştir. Mevcut çalışmayı destekler nitelikteki bu sonuçla beraber anne baba eğitim durumunun sosyal medya bağımlılık düzeyinde fark oluşturmadığını söyleyebiliriz.

Sosyal medya bağımlılık düzeyine etkisinin incelendiği bir diğer değişken olan evde internetin olmaması, sınırsız internet olması ve sınırlı internet olması durumu sonuçlarında sosyal medya bağımlılık düzeyinde anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Sınırsız internete sahip olan katılımcıların sosyal medya bağımlılık ölçeğinden aldıkları puanların evde interneti olmayan veya sınırlı interneti olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Evde sınırlı interneti olan katılımcıların ise evde interneti olmayan katılımcılara göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden aldıkları puan ortalaması daha düşüktür. Burada elde edilen sonuca göre sosyal medya bağımlılık düzeyini artıran durumun evde sınırsız internetin olması

durumu olduğu söylenebilir. Kotalı internete sahip olan katılımcılarla evinde sınırsız internet olan katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmüştür. Bu fark ise evde sınırsız interneti olan katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Evde interneti olmayan katılımcılarla sınırsız internete sahip veya sınırlı internete sahip olan katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Bu durumda katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerini artıran değişkenin katılımcıların evinde bulunan sınırsız internetin olduğu yorumu yapılabilir. Aynı yorumu evinde interneti olmayan katılımcılarla sınırlı interneti olan katılımcılar arasında yapmak yanlış olacaktır. Evinde interneti bulunmayan katılımcılarla sınırlı interneti olan katılımcılar arasında sosyal medya bağımlılık düzeyleri açısından anlamlı bir fark görülmemiştir. Aynı şekilde evinde internet olmayan katılımcılarla evinde sınırsız interneti bulunan katılımcılar arasında sosyal medya bağımlılık düzeyleri açısından anlamlı bir fark görülmemiştir. Bu durumun sebebi olarak gençlerin internete kolay erişebilir olması durumu gösterilebilir. Bilginer'in (2020) lise öğrencileri ile yaptığı tez çalışmasında sosyal medya bağımlılığı evde internetin olup olmama durumuna göre incelenmiştir. Sonuç olarak evde interneti olan öğrenci ile olmayan öğrencinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu çalışmadaki internet yok seçeneği ile sınırlı veya sınırsız internet olması arasında anlamlı bir fark olmamasını durumunu desteklemektedir. Mevcut çalışmayı bir noktada desteklememiş olsa da bu çalışmada sınırsız internete sahip olan katılımcıların diğer katılımcılara oranla sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı fark elde edilmiştir.

Son olarak çalışmada etkisi incelenen değişken katılımcıların sosyal medyada günlük geçirdikleri süre miktarıdır. Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri zamanın sosyal medya bağımlılık düzeylerinde anlamlı bir fark oluşturduğu söylenebilir. 0-2 saat zaman geçiren katılımcılar ile 2-4 saat ve 4 saatten fazla zaman geçiren katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. 0-2 saat zaman geçiren katılımcıların ortalama puanı 2-4 saat zaman geçiren katılımcıların ortalama puanından daha düşük 2-4 saat zaman geçiren katılımcıların ortalama puanı ise 4 saat ve üzeri zaman geçiren katılımcılardan daha düşük bulunmuştur. Bu durumda sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyinin de arttığı söylenebilir. Sosyal medyada geçirilen zamanla bağımlılık düzeyi arasındaki anlamlı farkın keyifli zaman geçirmekle ilgili olduğu söylenebilir (Greenfield, 2011). Benzer çalışmalarda sosyal medyada geçirilen zamana değil de internette geçirilen zaman değişkeni incelenmiştir. Bu iki değişkenin birbiriyle yakından ilişkili olduğu düşünülürse benzer çalışmalar bu çalışmada elde edilen sonucu destekler niteliktedir. Deniz ve Gürültü'nün (2018) yine aynı çalışmasında sosyal medyada geçirilen zaman değişkenine değil de internette geçirilen zaman değişkenine bakılmış bu çalışmayla benzer bir sonuca ulaşılmıştır. İnternette geçirilen zaman miktarı arttıkça katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de kademeli olarak arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yine benzer sonuca Çiftçi'nin (2018) çalışmasında rastlanmıştır. Kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi de artmaktadır. Alandaki benzer çalışmalara bakıldığında mevcut çalışmadaki sonucu destekler niteliktedir.

4.1. Öneriler

Araştırma bulgularından yola çıkılarak gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalarda sosyal medyada geçirilen süre değişkeni üzerinde odaklanılabilir. Araştırma sonuçlarına göre sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyleri artmaktadır. Başka bir çalışma ile katılımcıların sosyal medya medyada geçirdikleri zamanın sebepleri araştırılabilir. Yıldan yıla sonuçları değişebilecek olan bir konu üzerinde yapılan bu çalışma sosyal medya bağımlılık konusunda lise öğrencilerinin konuyla ilgili güncel durumunu ortaya koyan bir çalışmadır. Alanda yapılacak başka çalışmalar ile lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile daha farklı değişkenler arasındaki ilişkiler araştırılabilir. Sosyal medyanın kullanım oranının artışıdaki sebepler araştırılarak bağımlılık nedenleri ortaya konulabilir. Sosyal medyada harcanan zamanı kısa tutmak adına farklı çeşitli fiziksel faaliyetlere (spor etkinlikleri, sosyal etkinlikler vb.) gençler özendirilebilir. Ailelerle görüşmeler yapılarak gençlerin sosyal medya kullanımlarını kontrol altında tutmaları için neler yapılacağı hakkında eğitimler düzenlenebilir.

Sosyal medyada geçirilen zamanın bağımlılık düzeyine erişmemesi için eğitimler düzenlenebilir. Sosyal medyanın çekici yönleri üzerinde durulup bu yönlerinin daha eğitici platformlar üzerinde kullanarak katılımcılara faydalı olabilecek uygulamalar sunulması sağlanabilir. Sosyal medya üzerinden eğitici ve bilgi amaçlı paylaşımlarda bulunularak öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçlarını daha faydalı hale dönüştürülebilir.

Kaynaklar

- Ajjan, H., & Hartshorne, R. (2008). Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests. *The Internet and Higher Education*, 11(2), 71-80. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2008.05.002>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological reports*, 110(2), 501-517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Balcı, Ş. ve Ayhan, B. (2007). Üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ve doyumları üzerine bir saha araştırması. *Selçuk İletişim*, 5 (1), 174-197.
- Balcı, Ş., Bekiroğlu, O., ve Karaman, S. Y. (2019). Sosyal medya bağımlılığının bir belirleyicisi olarak öz saygı: Konya örneğinde bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2019(48), 35-64. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ikad/issue/72714/989702>
- Bardakçı, S. ve Arslan, A. (2021). Üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılıklarının sosyal kaygı düzeyleri üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 50(230), 899-922. <https://doi.org/10.37669/milliegitim.710703>
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine çalışma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 276-295. <https://doi.org/10.26466/opus.470118>
- Belçer, M., Uysal, İ., ve Akgün, A. (2022). Üniversite öğrencilerinin facebook bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi: Sağlık hizmetleri meslek yüksekokulu örneği. *Hastane Öncesi Dergisi*, 7(3), 349-363. <https://doi.org/10.54409/hod.1200538>
- Bilginer, A. (2020). *Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile öz yeterlik düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi: Mardin ili örneği* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü). <https://acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/71381>
- Blackshaw, P., & Nazzaro, M. (2006). Consumer-generated media (CGM) 101: Word of mouth in the age of the web-fortified consumer. New York: Nielsen Buzz Metrics.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/J.1083-6101.2007.00393.X>
- Büyükoztürk, S., Cakmak, E. K., Akgun, O. E., Karadeniz, S. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 418-432.
- Çömlekçi, M. F., ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>
- Demirci, İ. (2019). Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(1), 15-22. <http://dx.doi.org/10.5455/apd.41585>
- Deniz, L. ve Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.389780>
- Doğrusever, C. (2021). Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin bazı sosyo demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 23-42. <https://doi.org/10.18037/ausbd.902542>
- Gökdemir, S., ve Uğur, İ. (2020). Sosyal medya kullanımının akademik güdülenme davranışı üzerine etkisi: Turizm eğitimi alan üniversite öğrencileri üzerine bir çalışma (The effect of social media usage on academic motivation behavior: a study on university students who gets tourism education). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 2110-2131. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.651>
- Greenfield, D. (2011). The addictive properties of internet usage. internet addiction: a handbook and guide to evaluation and treatment. ed. Kimberly S. Young, Cristiano Nabuco De Abreu. *John Wiley & Sons*, 135-153.
- Güney, M., ve Taştepe, T. (2020). Ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(2), 183-190. <https://www.doi.org/10.46971/ausbid.757713>
- Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in human behavior*, 26(6), 1237-1245. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.024>
- Lerman, K. (2007). Social information processing in news aggregation. *IEEE Internet Computing*, 11(6), 16-28. doi: [10.1109/MIC.2007.136](https://doi.org/10.1109/MIC.2007.136)
- McLoughlin, C., & Lee, M. J. W. (2008). Social software and participatory learning: pedagogical choices with technology affordances in the web 2.0 era. Singapore. In *ASCILITE-Australian Society for Computers in Learning in Tertiary Education Annual Conference*. p. 664-675.
- Öztürk, M. F., ve Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Şimşek, B. (2021). Üniversite öğrencilerinde bağlanma stilleri ve aleksitiminin, sosyal medya kullanımı üzerindeki yordayıcı rolü (Master's thesis, Işık Üniversitesi). <https://hdl.handle.net/11729/3330>

- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics* (Vol. 6, pp. 497-516). Boston, MA: pearson.
- Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181. <http://dx.doi.org/10.17121/ressjournal.488>
- URL - 1: Internet World Stats (2017). Internet World Stats. Usage and population statistics. <http://www.internetworldstats.com> adresinden 5 Mart 2023 tarihinde erişilmiştir.
- URL-2: www.data.tuik.gov.tr, 2022. adresinden 23 Mayıs 2023 tarihinde erişilmiştir.
- URL-3: www.wearesocial.com (2022). More than 5 billion people now use the internet. <https://wearesocial.com/digital-2020>. 5 Mart 2023 tarihinde erişilmiştir.
- Vural, Z. B. A., ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma, *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Araştırmada tüm yazarlar eşit katkı sağlamıştır.