



ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

Dr. Öğr. Üyesi Hasan ÇİFTÇİ

Harran Üniversitesi, Halkla İlişkiler Bölümü
hasanciftci@harran.edu.tr

Öz

Bu araştırmanın temel amacı, Meslek Yüksekokulu öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı düzeylerini incelemektir. Araştırmanın çalışma grubunu 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programında eğitim gören 37 erkek, 77 kız toplam 114 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilen ‘‘Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği’’ kullanılarak yüz yüze anket yöntemiyle yapılmıştır. Verilerin istatistiksel analizleri SPSS 22.0 programı kullanılarak yapılmıştır. Sayısal değişkenlerin normallik dağılımlarına bakmak için Shapiro-wilk testi uygulanmış ve normal dağılım elde edilmiştir. Veri setinde parametrik testler kullanılmıştır. Tanımlayıcı istatistiklerin çözümlenmesinde de frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerler ayrıca grup ortalamalarının farklılıkları için bağımsız örneklem t testi ve One-way ANOVA testinden ve gruplar arası farklılıklara Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır. Araştırmada cinsiyet, yaş ve eğitim durumu internet kullanım sıklıkları, sosyal medya bağımlılığında oldukça belirleyici rol oynamaktadır. Araştırmaya katılanlar en fazla cep telefonu ile sosyal medyaya giriş yapmaktadır. İnterneti bilgi amaçlı kullanmaktadırlar. Katılımcıların % 36’sı günde 3-5 saat arasında % 36’sı ise günde 5 saat ve üzerinde internet kullanmaktadır. Cinsiyete göre erkeklerin kıızlardan daha bağımlı oldukları, kontrollü davranmadıkları ve kendileriyle çatışma halinde oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca eğitim düzeyine paralel olarak bağımlılık düzeyi de artmaktadır. Günlük 5 saat üstü internet kullananların benlik çatışması yaşadıkları asosyal eğilimli oldukları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, internet, yeni medya, sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı.

SOCIAL MEDIA ADDICTION IN UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

The main purpose of this research is to examine the social media addiction levels in vocational college comparatively. The study group consists of 114 students of 37 male and 77 female students who have been educated in the Public Relations and publicity program of the Department of Marketing and advertising of the Vocational School of Social Sciences of Harran University in 2017-2018 academic year. The data of the study were done face to face using the ‘‘social media dependency scale’’ developed by Tutgun-Ünal and Deniz (2015). Statistical analysis was performed using the SPSS 22.0 program. For normality distributions of numerical variables, Shapiro-wilk test was applied and normal distribution was obtained. Parametric tests were used in the data set. In analyzing the descriptive statistics, frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, minimum and maximum values were used as well as the independent sample t test and one-way ANOVA test for differences in group averages and Tukey HSD multiple comparison test for differences between groups. Gender, age and educational status the frequency of Internet use plays a significant role in social media addiction. The survey respondents are entering social media with their most mobile phone. The Internet uses information. Generally, 36 % use internet in 3-5 hours a day, 36 % a day for 5 hours or more. According to gender, males are more dependent than females, can’t be controlled and they are in conflict with themselves. In addition, the level of dependency

increases in parallel with the level of Education. Those who use the Internet more than 5 hours a day were detected to be in conflict and are asocial-prone.

Keywords: Communication, internet, new media, social media, new media dependence.

Giriş

Yeni iletişim teknolojilerinden internet kişi yaşamını kolaylaştırdığı, kişilere zamandan tasarruf etme avantajı sağladığı, bilgi edinmeyi kolaylaştırdığı ve hızlandırdığı için insan hayatının vazgeçilmez parçası haline gelmiştir. Kişiler internet sayesinde günlük birçok işini en az fiziksel güç ve maliyetle kısa bir süre içinde yapabilmektedir. Bu durum kişi ve iş yaşamını kolaylaştırmaktadır. İnternet teknolojisinin olumlu pek çok özellikleri vardır. Her geçen gün gelişen ve değişen bu ağ birçok insanın vazgeçilmezi olmuştur. Tüm bu olumlu özelliklerinin yanı sıra günümüzde bu durum yeni bir bağımlılık olgusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kişiler özellikle gençler internet teknolojisini sosyal medyaya girmek için kullanmaktadır. Sosyal medya kullanımlarında ebeveyn, öğretmen denetimi olmadığı durumlarda ergenlerin olumsuz içeriklerle karşılaşması ve bu içeriklerden etkilenme olasılığı yüksektir. Hayatımıza giren ve oldukça popüler olan sosyal medya ağlarından Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube, Tumblr gibi paylaşım siteleri Dünya’da ve Türkiye’de çok sayıda insan tarafından uzun süre kullanılmaktadır. Öyle görünüyor ki kullanım oranlarında ve sürelerinde eksilmenin aksine hızlı artış devam edecektir. Kullanım miktarlarının ve sürelerinin yoğun olması “bağımlılık” olgusunu gündeme getirmektedir. Kişiler gerçek yaşamda elde edemediklerini, özgürce ifade edemediklerini sanal ortamlarda aramakta ve ifade edebilmektedir. Bu eylem türleri kişilerin kullanım sürelerini arttırmakta; öyle ki bu durum da bağımlılığa sebebiyet vermektedir. İlgili çalışmacıların yaptıkları araştırmalar bu teoriyi kanıtlamaktadır Ergenç (2011); Hazar (2011); Balcı ve Gölcü (2013); Tutgun Ünal, (2015); Deniz ve Gürültü (2018); Gül ve Diken (2018); Tutkun-Ünal ve Deniz (2016); Diker ve Taşdelen (2017).

Kişiler evlerinden dışarı çıktıklarında akıllı telefonlarını evde unuttuklarında tedirgin olmakta, kendini güvensiz hissetmektedir. Evlilik, arkadaşlık, aile ilişkilerinde bireyler buldukları ortamlarda kendi arasında iletişime geçme yerine sosyal hesaplarında gezinmektedir. Akşam uyumadan önce son baktığımız internetteki sosyal hesaplarımız olması ile birlikte sabah uyanınca da ilk baktığımız yine sosyal hesaplarımız oluyor. Bu davranış şekli iletişim bozukluklarının esas nedenlerini oluşturmaktadır. Araştırmacılar çalışmalarında bu konuya geniş yer ayırmakta ve teoriyi desteklemektedir (Sayar, 2002: 60-66; Özener vd., 2008; Şan ve Hira, 2005: 15; Kuloğlu, 2001; Gümüş, 2018: 391-392). Sosyal medya bağımlılığı; kişiler toplantıda iken veya okulda ders esnasında iken, trafikte araç kullanırken telefonlarına bakamama sürelerinin uzaması kişilerde huzursuzluk yaratabilmektedir. Kişiler

başkalarının ne paylaştığına bakmak onlara yorum yazmak, beğenmek için can atmaktadır. Bu çalışma Dünya'ya paralel olarak Türkiye'de gençlerin sosyal medya kullanım oranlarını, amaçlarını belirlemek ve bunun bağımlılık düzeyinde olup olmadığının bilimsel verilerle tespitini edinmektir. Ülkemizde bütün toplumun özellikle ergenlerin internet kullanımını öğrenmeleri çalışmamızdaki veriler sonucunda genellenecek olursa zorunlu bir durumdur. Çünkü sosyal medya kişinin;

1. Günlük iş ve eylemlerini engelliyorsa,
2. İkili ilişkilere geçişte başarısızlığa neden oluyor ise,
3. Hesaplarını kontrol etmediği her an huzursuz olup endişeleniyorsa,
4. Akademik başarısını etkiliyorsa,
5. Sanal durumları gerçeklik zannediyorsa,
6. Algı eksikliği, dikkat dağınıklığı yaratıyor ise,
7. Önceden olmayan; sonradan meydana gelen vücut fonksiyonlarında bozukluğa (panik atak, stres, öfke) sebep oluyorsa bu bir bağımlılık derecesine ulaşmış demektir.

Tıp yayınları sosyal medya bağımlılığını resmi hastalık olarak tanımlamaktadır. Young (1996) da İnternet bağımlılığını başlı başına psikiyatrik bir bozukluk olarak tanımlamaktadır. Nitekim Türkiye'nin ilk İnternet Bağımlılığı Polikliniği, Bakırköy Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesi'nde Kasım 2011'den bu yana hizmet vermektedir (Aydeniz, 2011: 34). Dünyadaki tedavi örnekleri herhangi bir kliniğe yatarak bu travmalardan kurtulmaktır. Ülkemizde ise MEB ve RTÜK antlaşması ile krizin oluşmaması için proaktif bir süreç uygulanmaktadır. Bu süreç; medya okuryazarlık eğitimidir. Bu süreç okullarda doğru şekilde uygulanabilirse travmatik durumlar azaltılabilir.

1. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

İzleyici merkezli yaklaşımların günümüzde hala kullanılan önemli araştırma yaklaşımlarından biri kullanımlar ve doyumlar kuramı adıyla anılır. Bu yaklaşım, kişilerin ihtiyaçlarını ya da gereksinimlerini gidermek ve haz ya da doyum sağlamak amacıyla kitle iletişim araçlarını ve bu araçların içeriklerinin kullandıkları düşüncesi üzerine odaklanır. İzleyici merkezli yaklaşımlar arasında en çok dikkati çeken kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının kitle iletişim sürecinde toplumsal boyutu bir kenara bırakarak daha çok bireysel düzeyde psikolojik unsurlar üzerine yoğunlaşması ise eleştiri konusu olmuştur. Söz konusu eleştiriler, “**aktif izleyici**” tezinden vazgeçmeden yaklaşımın sorunlu yanlarını gidermeye çalışan “kullanımlar ve bağımlılık”, “kullanımlar ve etkiler”, “beklenti-değeri” gibi çeşitli modellerin ortaya atılmasına neden olmuştur (Katz vd., 2001: 510-511).

1886'da Rubin ve Windahl, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına bağımlılık unsurunu ekleyerek "kullanımlar ve bağımlılık modelini" geliştirmiştir. Modele göre birey gereksinimlerini gidermek için medyaya başvurdukça daha da çok bağlanacak, bağlandıkça medyanın birey için önemi daha da artacaktır. Bu iletişim etkinliği, bireyin algularına, tutumlarına, davranışlarına, toplumsal sistemin yapısına, iletişim araçlarının içeriğine, yapısına etki etmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 205-207). Kullanımlar ve bağımlılık yaklaşımı, izleyici tercihlerinde var olan toplumsal etkenlerin dışlanmaması gerektiğini savunmaktadır. "Kişi gereksinimlerini gidermek için medyaya daha çok bağlandıkça, medyanın önemi kişi için daha da artacaktır" (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 241).

2. Sosyal Medya Bağımlılığının Tanımlanması

İnternetin en sık kullanım alanlarından birisi sosyal medyadır. Sosyal medya; kişilerin coğrafya, dil, din, ırk, cinsiyet, ekonomik, kültürel olarak ayırım yapılmaksızın istedikleri zaman ve mekândan aktif olmalarına ve paylaşım yapmalarına olanak sağlamaktadır. Sosyal medya sayesinde kişiler iletişim uzmanlarınca da ideal olarak görülen çift yönlü iletişim kurabilmektedir. Kişiler herhangi bir denetime tabi tutulmadan kendi hesaplarından istedikleri zaman bilgi, video, resim paylaşımı yapabilmekte, arkadaşlarının akrabalarının durumlarına yorum yapabilmektedir. Sosyal medyada kişiler kendilerini ifade etmekte ve yorum yapabilmekte daha özgürdür. Dünyada ve ülkemizde internet kullanım oranları ve sürelerinin artması bireylerin internetin sosyal medya nedeni ile kullanım amacında da artış görülmektedir. Bu sonuç ülkemizde bilim insanlarının alana ilgisini arttırmış (Akçay, 2011; Akdemir, 2013; Arın, 2013; Atalay, 2014; Akyazı ve Ünal, 2013; Ayas, ve Horzum, 2013; Aydın ve Çelik, 2017; Balcı ve Gölcü, 2013; Balta ve Horzum, 2008; Çam, 2012; Döner, 2011; Ergenç, 2011; Esen, 2010; Gül ve Diken, 2018; Hazar, 2011; Karaman ve Kurtoğlu, 2009; Mazman ve Usluel, 2011; Öncel ve Tekin, 2016; Yılmazsoy, Kahraman, 2017; Pempek vd., 2009; Seferoğlu ve Yıldız, 2013; Sezgin vd., 2011; Tanrıverdi ve Sağır, 2014; Tutgun Ünal, 2015; Tutkun-Ünal ve Deniz, 2016; Özgür, 2013; Ünlü, 2018; Akın vd., 2017; Taş, 2017; Taş, 2017; Döner, 2011; Kırık vd., 2015; Becan, 2018; Bulut, 2013; Anlı, 2018; Uzun vd., 2016; Deniz ve Gürültü, 2018) alandaki bilimsel çalışmaların kalitesi de çalışmalara paralel olarak artmıştır.

"Medya Bağımlılığı Kuramı" ilk defa 1976'da MelvinDeFleur, Sand-raBall-Rokeach tarafından "Theories of mass communication" adlı eseri ile alana kazandırılmıştır. Sosyolojik bir bakış açısı ile kitle iletişim sürecine yaklaşmakta aynı zamanda iletişim araçlarının sosyal düzen ve alıcılar ile ilişkilerine odaklanmaktadır. Medya bağımlılığı kişilerin birbirleri ile ve çevreleri ile ilişkilerini inceleyen bir kuramdır. Toplumu "ekolojik" bir bakış açısı "organik" bir yapı olarak

görür. Bu kuram toplumun mikro (bireyler, kişiler arası gruplar) ve makro (örgütler, siyasi, ekonomik, kültürel sistemler) bölümleri arasındaki ilişkiyi incelemekte ve iletişime adapte olmaktadır. Bu ilişkilere bağlı olarak bağımlılığı açıklamaya çalışmaktadır (Ball-Rokeach, 1998: 14-15). Kuramın güncel açıklaması; bireylere günlük yaşamda toplumda cereyan eden durumlar hakkında bilgi vermek, manipüle etmek üzere onları kitle iletişim araçlarına bağımlı yapmaktır. Bağımlılık toplumdaki hareketlenmeye değişime, düzene, kaosa göre veya medya aracının önem ve konumuna göre değişiklik gösterebilmektedir. Medya aracının rolü bu durumda oldukça etkilidir (Işık ve Topbaş, 2015: 320).

Yeni yüzyılda internete ulaşımının ve internet kullanımının kolaylaştığı günümüzde birtakım kişiler iş hayatında, sosyal yaşamında, özel yaşamında önleyemedikleri internet kullanım isteği sebebi ile sorunlar yaşamaya başlamıştır (Turan, 2015: 1). Bu sorun yüzyılımızın neredeyse ortak sorunu olmaya başlamıştır. Kişilerin davranışları bazı psikolojik sorunlar meydana getirebilmektedir. Bağımlılık da bu psikolojik problemlerden biridir (Ünal, 2015: 1).

Teknoloji ile birlikte değişen ve dönüşen dünyamızda internet teknolojisi kişi yaşamının vazgeçilmez bir parçası olmaktadır. İnsanlar sadece buldukları değil dünyanın her bir yeri ile alakalı bilgi sahibi olmak, iletişim kurmak için interneti tek araç olarak görmektedirler. Teknoloji gelişirken olumlu etkilerinin yanında yeni bir bağımlılık olan sosyal medya bağımlılığı kavramını da ortaya çıkarmıştır (Başaran vd., 2017: 288). Sosyal medyanın günlük kullanım sebepleri, amaçları, alanları bağımlılık bağlantısını incelemeyi gerekli kılmıştır. Günlük yaşamda her bireyin (ergen, genç, orta yaş, yaşlı) elde edebileceği her anında aktif kullanabileceği sosyal medya kişilerin hayatının her kısmına (kültürel, ekonomik, sosyal, siyasi) etki edebilmektedir. Bu sebeple hem bireyin arzu ve ihtiyaçlarınca hem de zorunluluğunca sosyal medya kullanımı; sosyal medya bağımlılığına ortam sağlamaktadır (Babacan, 2016: 7).

Sosyal medya bağımlılığının yaşa göre meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt ölçeklerine göre farklılaştığı belirlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılıklarının da artış gösterdiği belirlenmiştir (Ünal, 2015: 187). Sonuçta dijital medya iç içe girmiş bütünleşik teknoloji ile oldukça karmaşık bir hal almıştır. Olumlu etkilerinin göz ardı edilmeyecek kadar çok olmasının yanı sıra olumsuz etkilerinin de varlığı oldukça fazla olan internet, sosyal medya, akıllı telefonlar yeni teknolojiler olarak üzerinde titizlikle çalışılma yapılacak alanlardır. Yeni teknolojilerinin olumlu etkilerine paralel olarak olumsuz etkileri bireyler üzerinde özellikle de gençler üzerinde oldukça etkilidir (Çukurluöz, 2016: 11).

3. Yeni Medyanın Gelişimi ve Sosyal Medya

Yeni medya geleneksel medyadan daha ileri ve dijitalleşmiş biçimindedir. Bunlar kişisel bilgisayarlarımız, akıllı telefonlarımızdır. Günümüzde yeni medya veya medya ortamları hayatımızın olmazsa olmazları arasına girmişlerdir. Bu yeni medya teknolojileri geleneksel medya araçlarının yerini almaya başlamıştır.

Web 2.0 olarak adlandırılan sitelerde kullanıcılar içerik oluşturan ve içeriği paylaşan aktif kaynaklardır. İnternetin bu sosyal etkileşim imkanlarından faydalandığından Web 2.0 araçları sosyal medya olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya kavramı zikredildiğinde akla bloglar (ağ günlükleri), sosyal ağlar, forumlar (tartışma ortamları) wikiler (bilgi edinme sayfaları), gelmektedir. Youtube, Twitter, Flickr, Facebook gibi siteler Web 2.0 için örnek gösterilebilen ilk uygulamalardandır (Toprak ve Güneş, 2015: 141). Web 2.0 teknolojisinin ürünü olan Sosyal medya, kişilerin birebir ve iki yönlü iletişimine olanak sağlayan bilgi, içerik üretimine, iletimine olanak sağlayan fotoğraf, video gibi paylaşımların yapılabileceği yeni iletişim araçlarındandır (Onat, 2010: 105; Bayram, 2012: 6; Atalay, 2014: 23). Gençler yeni iletişim teknolojilerini bir bakıma demode olmaktan korktukları için kullanmaktadır. (Oğuz, 2017: 62). Sosyal ağlar (Face, Twitter Youtube) bireyler için bir bakıma internette var olmanın simgesidir. Sosyal ortamlar bireyle şuan ne yaptıklarını (canlı yayın) nerede olduklarını (konum paylaşma) düşüncelerini (emojinler) videolarını herhangi bir engele maruz kalmadan paylaşma imkânı buldukları platformlardır. Boyd ve Ellison (2007: 211) ise sosyal paylaşım siteleri kişilerin profillerini oluşturabildikleri ve profillerini herkese sınırlı veya sınırsız şekilde sundukları, ilgi duydukları kişilerin arkadaşlarını, bilgilerine erişebildikleri, çevrimiçi kullanıcıların beğenilerini, aktivitelerini takip edebildikleri, anlık mesajlaşabildikleri, resim, video paylaşabildikleri sitelerdir.

25 Avrupa ülkesinin katılımı ile gerçekleştirilen içinde Türkiye'nin de bulunduğu EU Kids Online (Avrupa Birliği Çevrimiçi Çocuklar) çalışmasında yeni medya ortamlarının avantajları ve dezavantajları aşağıdaki tabloda kategorilendirilmiştir.

Sonuç bağlamında sosyal medya yayımcı, sanal avantajları yanı sıra en büyük özelliğini oluşturan çift yönlü etkileşim nedeni ile insanların bir araya geldiği, offline durumdakilere de benzer deneyimler sunabilen sanal gruplar/topluluklar ismi ile tanımlanabilen kalabalıklar oluşturmaya imkân verir. Sosyal medyanın önemli unsurlarından biri de her bireyin eşit şekilde katılımına olanak sağlayan bir kültürü oluşturmastır. Fakat ticarileşmesi, siber suçlar, mahremiyette sınırsızlığı olumsuz etkileri arasındadır (Bayraktutan, 2013: 115). Sosyal medyanın kullanıcılarına kullanım biçimine bağlı olarak olumlu veya olumsuz etkileri vardır.

Tablo 1. Yeni Medya Ortamlarında Avantajlar ve Dezavantajlar

AVANTAJLAR	DEZAVANTAJLAR
1 Sınırsız bilgiye ulaşabilme	Yasa olmayan davranışlar (dosya indirme, yükleme, hackleme)
2 Eğitim belgelerine erişebilme	Memuriyetin görevinin kötüye kullanılması
3 Aktif ve eski arkadaşlar ile aynı ağda buluşabilme	İntihar eğilimi, yeme bozukluğu, üzüntü, depresyon, agresiflik gibi davranışları tetikleme
4 Eğlenme, boş zaman geçirme, oyun oynama	Yasa dışı kumar, bahis oynama, mali suçlar işlemek
5 Bilgi içerikleri üretme, paylaşma	Siber mağduriyet yaratmak (zorbalama)
6 Siyasi fikir beyan etme	Kişilerin özel bilgilerini yasadışı kullanmak
7 Kimliğini gizleyebilmek (özelletebilmek)	Sağlık üzerine kasten yanlış bilgiyi desteklemek, yaymak
8 Gruplara üye olma (aktivitelerde bulunabilme)	Kalitesiz, ürünü, hizmeti reklam kullanarak hedef kitleyi ikna etmek
9 İçerik çözümlenebilme, teknolojik bilgi edinimi	Kişilik haklarına saldırmak (ırkçılık) kişileri aşağılamak
10 İş arama, mesleki bilgi edinebilme	Diğer bütün saldırgan davranışlar ve zararlı mesajlar
11 Kişisel bilgiler edinebilme (sağlık, cinsellik, eğitim)	Cinsel yönden şiddet
12 Kariyer gruplarına üye olabilme, sempati duyduğu kişileri takip edebilme	Pedofil kişilerin ve tanımadık kişilerin var olması
13 Online/offline olarak bilgi/belge paylaşabilme	Yasal olmayan bilgilerin varlığı

Kaynak: (Binark vd., 2009: 220).

4. Yöntem

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, Meslek Yüksekokulu öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı eğilimlerini karşılaştırmalı şekilde incelemektir. Bu temel amaç doğrultusunda;

1. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı hangi seviyededir?

2. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarında anlamlı bir fark var mıdır?

3. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin yaş grupları arasında sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarında anlamlı bir fark var mıdır?

4. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin internet kullanım sıklığı arasında göre sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarında anlamlı bir fark var mıdır?

4.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

1- Araştırma bulguları anketin uygulandığı Meslek Yüksekokulundaki öğrencilerin 01-30 (Nisan) 2018 zaman dilimindeki sosyal medya bağımlılığı düzeylerini belirlemektedir.

2- Anket öğrencilerin bağımlılık düzeylerinin ölçmeye yönelik olduğundan; isimlerinin alınmamasına rağmen kişiler bağımlılık kavramı çekincesi ile ankete yoğun katılım göstermemişlerdir.

3- Araştırma verilerinin yalnızca anket yapılarak elde edilmesi gözlem, mülakat vb. yöntemlerinin kullanılmaması araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır.

4- Zaman ve maliyet açısından bu araştırma, Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programında eğitim gören öğrencileri ile sınırlıdır. İnternetin kullanım oranlarının arttığı günümüzde başka üniversitelerde, başka bölümlere, milli eğitim okullarında da anketin uygulanması alana katkıda bulunabilir.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın verileri Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” kullanılarak yüz yüze anket tekniği ile yapılmıştır. Çalışmanın istatistiksel analizleri SPSS 22.0 programı kullanılarak yapılmıştır. Sayısal değişkenlerin normallik dağılımlarına bakmak için shapiro-wilk testi uygulanmış ve normal dağılım elde edilmiştir. Veri setinde parametrik testler kullanılmıştır. Tanımlayıcı istatistiklerin çözümlenmesinde de frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerlerden faydalanılmıştır. Ölçekler normallik dağılımına uygun olduğundan, bağımsız 2 grubun ortalama karşılaştırılmasında bağımsız örneklem t testi, 2’den fazla bağımsız grubun karşılaştırılmasında ise One-WayANOVA (Varyans Analizi) testi, gruplar arasındaki farklılıkları Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır. Sonuçlar %95’lik güven aralığında, 0,05 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir. Ayrıca ölçek ve alt boyutları için güvenilirlik analizi yapılmış ve güvenilirlik katsayısı Cronbach’ salpha olarak elde edilmiştir.

4.4. Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programında eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklemi ise 37 erkek, 77 kız toplam 114 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmacılar 250 evrenli topluluktan örneklem büyüklüğü 0,05 hata payı ile seçerken 114 kişinin yeterli olduğunu belirtmiştir (Balcı, 2011: s.106). Anketin Halkla İlişkiler programı öğrencilerine uygulama nedenleri; Halkla İlişkiler Programında Kitle İletişim, Yeni Medya, Sosyal Medya, Mesleki Yazışma Teknikleri, Okuryazarlık derslerini öğrencilerin görüyor olmasıdır. Cinsiyet oranlarına bakıldığında; ankete katılan öğrencilerden 37’sini erkekler, 77’sini kızlar oluşturmaktadır. Araştırmaya çoğunlukla 18-24 yaş grubu arasındaki öğrenciler katılım göstermiştir. Katılımda gönüllülük esaslı temel alınmıştır. Çalışmaya katılanlardan kişisel bilgileri istenmemiştir.

4.5. Verilerin Toplanması

Üniversite öğrencilerinin Sosyal Medya bağımlılıklarını ölçebilmek üzere Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)

kullanılmıştır. Sosyal Medya Bağımlılığı toplam 41 maddeden, 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar Meşguliyet, Duygu Durum Düzenleme, Tekrarlama ve Çatışmadır. Veriler Meslek Yüksekokulu öğrencilerine yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Yargısal olmayan örnekleme yöntemlerinden kota örnekleme uygulanmıştır.

4.6. Bulgular ve Yorumlar

Tablo 1. Sosyo-Demografik Dağılım

Cinsiyet	n	%
Erkek	37	32,5
Kız	77	67,5
Yaş		
18-24 arası	106	93,0
25 ve üzeri	8	7,0
Sınıf		
1.sınıf	63	55,0
2.sınıf	51	45,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin % 32,5'i erkek, % 67,5'i kız; % 93'ü 18-24 yaş arasında, % 7'si 25 yaş ve üzerinde; % 55'i 1.sınıf, % 45'i ise 2.sınıftadır.

Tablo 2. İnternete En Çok Bağlanılan Yerler, İnternet Erişim Araçları ve İnternet Kullanım Amaçları Dağılımı

İnternete bağlanılma yeri	n	%
Evden	8	7,0
Okuldan	11	10,0
Cep telefonundan	108	95,0
İnternet kafeden	3	3,0
Diğer	1	1,0
İnternet erişim araçları	n	%
Bilgisayar/laptop	20	18,0
Cep telefonu	109	96,0
Tablet	7	6,0
İnternet kullanım amaçları	n	%
Haber okumak için	40	35,0
Bilgi erişimi için	94	83,0
Eğlence, oyun vb. için	46	40,0
Video, fotoğraf yüklemek için	32	28,0
Boş zaman değerlendirmek için	29	25,0
Sosyal ağlara katılmak için	54	47,0
Alışveriş için	22	19,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin en çok internete sırasıyla cep telefonu (% 95), okuldan (% 10) ve evden (% 7) bağlandıkları; öğrenciler en çok cep telefonu (% 96), bilgisayar/laptop (% 18) ve tablet kullanarak internete erişim sağladıkları görülmektedir. Ayrıca öğrenciler interneti sırasıyla bilgi erişimi (% 80), sosyal ağlara katılmak (% 47), eğlence, oyun vb. aktiviteleri kullanmak (% 40) için kullandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3. İnternet Kullanım Sıklığı

İnternet kullanım sıklığı	n	%
Günde 1 saat	9	7,0
Günde 1-3 saat arası	23	20,0
Günde 3-5 saat arası	41	36,0
Günde 5 saat ve üzeri	41	36,0

Araştırmada öğrencilerin % 7'si interneti günde 1 saat, % 20'si günde 1-3 saat arasında, % 36'sı günde 3-5 saat arasında ve % 36'sı ise günde 5 saat ve üzerinde kullandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılık Alt Boyutları ve İnternet İçin Eleştirel Okur-Yazarlık Ölçeği Tanımlayıcı İstatistikleri

Alt boyut/Ölçek	n	Ort.	S.S.	Min.-maks.
Meşguliyet	114	32,15	10,27	12-60
Duygu Durum Düzenleme	114	13,28	4,27	5-25
Tekrarlama	114	12,23	4,36	5-25
Çatışma	114	42,19	15,26	19-95
Sosyal Medya Bağımlılığı	114	99,85	28,32	41-205

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden elde edilen ortalama puan 99,85 olduğu; ölçekten alınabilecek minimum puan 41, maksimum puan ise 205 olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre elde edilen aralık hesaplamalarına göre Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medyaya az bağımlı olduğu görülmüştür.

Alt boyutlardan alınan ortalama puanlar değerlendirildiğinde, meşguliyet alt boyutunun ortalama puanı 32,15'tir. Puan değerlendirildiğinde, Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin meşguliyetlerinden dolayı sosyal medyaya orta seviyede bağımlı olduğu söylenebilir.

Duygu durum düzenleme alt boyutunun ortalama puanı 13,28'dir ve bağımlılık aralıkları değerlendirildiğinde, Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin duygu durum düzenleme alt boyutuna göre sosyal medyaya orta seviyede bağımlı olduğu görülmektedir.

Tekrarlama alt boyutundan alınan ortalama puan 12,23 olması, sosyal medyaya orta seviyede bağımlı olduklarını göstermiştir.

Çatışma alt boyutundan alınan ortalama puan 42,19'dur ve Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin çatışma alt boyutuna göre sosyal medyaya az bağımlı oldukları görülmektedir.

Tablo 5. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Analizi

	Madde sayısı	Cronbach'salpha
Sosyal Medya Bağımlılığı	41	0,959
Meşguliyet	12	0,922
Duygu Düzenleme Durumu	5	0,834
Tekrarlama	5	0,838
Çatışma	19	0,951

Kullanılan ölçeklerin ve alt boyutlarda yer alan maddelerin güvenilirlik analizleri için Alpha modeli ile maddeler arası korelasyona bağlı uyum değerleri hesaplanmıştır. Alfa (α)

katsayısına bağlı olarak ölçek ve alt boyutlarının güvenilirliği aşağıdaki gibi değerlendirilmiştir.

$0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek/boyut güvenilir değildir,

$0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin/boyutun güvenilirliği düşük,

$0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek/boyut oldukça güvenilir ve

$0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek/boyut yüksek derecede güvenilirdir (Kalaycı, 2006, s.405).

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği ($\alpha=0,959$) için hesaplanan güvenilirlik katsayısı, yüksek derecede güvenilirdir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt boyutlarına ait α katsayıları, alt boyutlar düzeyinde de güvenilirliklerin oldukça yeterli olduğunu göstermektedir ($\alpha=834$ ile $\alpha=951$ arasında).

Tablo 6. Sosyal Medya Bağımlılığının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Cinsiyet ¹		n	Ort.	S.S.	t	p
Meşguliyet	Erkek	37	32,76	9,75	0,436	0,863
	Kız	77	31,86	10,56		
Duygu Durum Düzenleme	Erkek	37	13,68	3,99	0,683	0,496
	Kız	77	13,09	4,41		
Tekrarlama	Erkek	37	13,59	4,24	2,364	,020*
	Kız	77	11,57	4,30		
Çatışma	Erkek	37	47,08	14,79	2,422	,017*
	Kız	77	39,84	15,01		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Erkek	37	107,11	28,39	1,919	0,057
	Kız	77	96,36	27,79		

¹Bağımsız örneklem t testi, * $p < .05$

Araştırmada sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre karşılaştırılması bağımsız örneklem t testi ile değerlendirildiğinde; tekrarlama ve çatışma boyutlarında erkekler lehine farklılık görülmektedir ($p < .05$). Erkek öğrenciler kız öğrencilere göre sosyal medya kullanımını denetim altına alamamakta, aynı şekilde kullanımlarını tekrarlamaktadır. Çatışma boyutunda da yine aynı şekilde erkek öğrenciler kız öğrencilere göre sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde olduğu, olumsuz etkilendikleri söylenebilir. Meşguliyet, duygu durum düzenleme ve sosyal medya bağımlılığı, cinsiyete göre bir farklılaşma görülmemektedir ($p > .05$).

Tablo 7. Sosyal Medya Bağımlılığının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

Ölçek	Yaş ¹	n	Ort.	S.S.	t	p
Meşguliyet	18-24 arası	106	32,32	10,24	0,648	0,518
	25 ve üzeri	8	29,88	11,10		
Duygu Durum Düzenleme	18-24 arası	106	13,34	4,28	0,535	0,594
	25 ve üzeri	8	12,50	4,28		
Tekrarlama	18-24 arası	106	12,33	4,37	0,909	0,365
	25 ve üzeri	8	10,88	4,32		
Çatışma	18-24 arası	106	42,48	15,21	0,733	0,465
	25 ve üzeri	8	38,38	16,34		
Sosyal Medya Bağımlılığı	18-24 arası	106	100,47	28,03	0,851	0,397
	25 ve üzeri	8	91,63	32,78		

¹Bağımsız örneklem t testi,

Araştırmada sosyal medya bağımlılığının yaş gruplarına göre karşılaştırılması bağımsız örneklem t testi ile değerlendirildiğinde; sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları yaş grupları arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemektedir ($p>.05$).

Tablo 8. Sosyal Medya Bağımlılığının Sınıf Düzeylerine Göre Karşılaştırılması

Ölçek	Sınıf ¹	n	Ort.	S.S.	t	p
Meşguliyet	1.sınıf	63	29,90	9,53	-2,663	,009*
	2.sınıf	51	34,92	10,55		
Duygu Durum Düzenleme	1.sınıf	63	12,75	4,13	-1,494	0,138
	2.sınıf	51	13,94	4,38		
Tekrarlama	1.sınıf	63	11,17	4,36	-2,961	,004*
	2.sınıf	51	13,53	4,05		
Çatışma	1.sınıf	63	39,02	14,11	-2,530	,013*
	2.sınıf	51	46,12	15,83		
Sosyal Medya Bağımlılığı	1.sınıf	63	92,84	26,11	-3,043	,003*
	2.sınıf	51	108,51	28,78		

¹Bağımsız örneklem t testi, * $p<.05$

Araştırmada sosyal medya bağımlılığının sınıf düzeylerine göre karşılaştırılması bağımsız örneklem t testi ile değerlendirildiğinde; meşguliyet, tekrarlama, çatışma ve sosyal medya bağımlılığında Meslek Yüksekokulu 2. Sınıf öğrencileri lehine farklılıklar gözlenmektedir ($p<.05$). 2.sınıf öğrencileri, 1.sınıf öğrencilerine göre sosyal medyada daha fazla meşgul olmakta, sosyal medya kullanımlarını denetim altına alamamakta ve aynı şekilde kullanımlarını tekrarlamakta, sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde olduğu ve olumsuz etkilendikleri söylenebilir. Ayrıca 2.sınıf öğrencileri 1.sınıf öğrencilerinin bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Sosyal Medya Bağımlılığının İnternet Kullanım Sıklıklarına Göre Karşılaştırılması

İnternet kullanma sıklığı	Sosyal Medya Bağımlılığı		Meşguliyet		Duygu Durum Düzenleme		Tekrarlama		Çatışma	
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.
Günde 1 saat	89,33	34,06	26,44	9,10	11,44	2,55	11,56	4,61	39,89	19,64
Günde 1-3 saat arası	86,74	27,09	28,70	9,23	11,78	4,41	10,78	5,53	35,48	13,55
Günde 3-5 saat arası	101,37	24,22	31,54	9,37	13,17	4,06	12,27	3,88	44,39	13,65
Günde 5 saat ve üzeri	108,00	29,13	35,95	10,83	14,63	4,36	13,15	3,93	44,27	16,02
F	3,438		4,013		3,038		1,54		2,154	
p	,019*		,009*		,032*		0,208		0,098	

¹One-way ANOVA, * $p<.05$

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı internet kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermiştir ($F:3,438$; $p:0,019<.05$). Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi ile kullanım sıklıkları arasındaki farklılıklar değerlendirildiğinde; günde 5 saat ve üzerinde interneti kullanan öğrenciler, günde 1-3 saat arasında kullananlara göre sosyal medyada daha fazla bağımlı olduğu görülmektedir.

Meşguliyet ve duygu durumu düzenleme boyutları, internet kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermiştir ($p < .05$). Günde 5 saat ve üzerinde interneti kullanan öğrenciler, günde 1 saat ve günde 1-3 saat arasında interneti kullananlara göre sosyal medyada daha fazla meşgul oldukları; günde 5 saat ve üzerine interneti kullanan öğrenciler, günde 1-3 saat arasında interneti kullananlara göre daha fazla duygusal destek almakta olduğu görülmüştür. Tekrarlama ve çatışma boyutlarında, internet kullanım sıklıkları arasında anlamlı farklılık görülmemektedir ($p > .05$).

5. Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada Meslek Yüksekokulu öğrencileri arasında sosyal medya bağımlılığı incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının puanlarının sırasıyla cinsiyet, yaş grupları, sınıf düzeyi ve interneti kullanma sıklığı durumları bakımından farklılıkları incelenmiştir.

Araştırmaya katılan Meslek Yüksekokulu öğrencilerinden, 37 kişi (% 32,5) erkek, 77 kişi (% 67,5) ise kız öğrencileri olduğu; Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin % 93'ü 18-24 yaş grubu arasında yer almakta; öğrencilerin % 55'i 1.sınıf ve % 45'i ise 2.sınıftadır.

Meslek Yüksekokulu öğrencileri internete hem erişim (% 96) hem de bağlanma yeri (% 95) olarak en çok cep telefonundan bağlanmaktadır. Ayrıca öğrenciler interneti en fazla bilgi erişimi (% 83), sosyal ağlara katılım (% 47) ve eğlence, oyun vb. aktiviteleri (% 40) kullanmaktadır.

Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu sosyal medyaya cep telefonu/akıllı telefon ile giriş yaptıkları sonucu çalışmanın bulgusuyla örtüşmektedir. (Öncel ve Tekin, 2016; Akyazı ve Tutgun Ünal, 2013). Fakat Yılmazsoy ve Kahraman (2017)'in yaptıkları çalışmada sosyal medyaya giriş yapma durumunun akıllı telefonlar ve kişisel bilgisayar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı; bütün araçların eşit düzeyde kullanıldıkları araştırmanın bulgularıyla çelişmektedir.

Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin % 72'si günde en az 3 saat interneti kullanmakta olup bununla birlikte internet kullanmayan öğrenci yoktur.

Ayrıca günlük 5 ve saat üstü internet kullananların çatışma halinde oldukları asosyal eğilimli oldukları buna bağlı olarak sosyal medya bağımlılıklarının arttığı sonucu Kırık vd. (2015); Becan (2018)'in araştırma sonuçları ile örtüşmektedir.

Araştırmaya katılan Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı puanları sırasıyla cinsiyet, yaş grupları, internet kullanım sıklığı değişkenleri bakımından farklılık oluşturup oluşturmadığına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Araştırmada elde edilen

sosyal medya kullanımında cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve internet kullanım süreleri sosyal medya bağımlılığında ve kullanım sürelerinde oldukça belirleyici rol oynamaktadır. Bu bulgular Ayas ve Horzum (2013); Deniz ve Gürültü (2018); Çetinkaya (2013); Hazar (2011); Aydın ve Çelik (2017); Yılmazsoy ve Kahraman (2017) araştırmalarındaki bulgular ile benzerlik gösterirken; (Kırık vd. (2015); Becan (2018); Akdemir (2013); Gül ve Diken (2018)'in yaptıkları araştırmaların sonuçları ile anlamlı farklılık göstermemiştir.

Araştırmaya katılan Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı puanları cinsiyet açısından anlamlı bir fark gösterip göstermediği incelendiğinde; erkek öğrencilerin tekrarlar ve çatışma alt boyutları, kız öğrencilere göre anlamlı olarak yüksek bulunmuştur (Tablo 6). Sosyal medya kullanımının cinsiyet değişkenleri açısından incelenmesinde; erkeklerin kızlardan daha bağımlı oldukları kızların daha az bağımlı oldukları, erkeklerin sosyal medyayı kontrollü davranmadıkları ve kendileriyle çatışma halinde oldukları tespit edilmiştir. Bu bulgular Seferoğlu ve Yıldız (2013); Karaman ve Kurtoğlu (2009); Yılmazsoy ve Kahraman, (2017); Becan (2018); Balta ve Horzum (2008); Esen (2010); Tanrıverdi ve Sağır (2014); Karaman ve Kurtoğlu (2009); Çam (2012)'in yaptıkları çalışmalardan ortaya çıkan; “Cinsiyete göre bireylerin sosyal medya bağımlılıklarına bakıldığında kızların erkeklere kıyasla daha az bağımlı oldukları tespit edilmiştir”. sonucu ile benzerlik göstermektedir. Fakat Pempek vd. (2009); Ergenç (2011); Hazar (2011); Balcı ve Gölcü (2013); Tutgun Ünal, (2015); Deniz ve Gürültü (2018); Gül ve Diken (2018); Tutkun-Ünal ve Deniz (2016)'in yaptıkları çalışmalarda kadınların erkeklere oranla daha fazla internet kullandıkları ve erkeklere göre kadınların sosyal medya bağımlısı oldukları sonuçları ile eşleşmemektedir.

Araştırmada elde edilen bir başka bulguya göre gençler interneti en fazla bilgi amaçlı kullanmaktadırlar. Bu sonuç Akyazı ve Tutgun Ünal (2013); Yılmazsoy ve Kahraman (2017); Sezgin vd. (2011); Becan (2018); Özgür (2013); Mazman ve Usluel (2011) yaptıkları çalışmalardaki “İnternetin eğitsel amaçla kullanma düzeylerinin diğer kullanım amaçlarına göre yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.” sonucu ile paralellik gösterirken; Uzun vd., (2016); Hazar (2011) yaptıkları çalışmalardan elde ettikleri kullanıcıların interneti/sosyal medyayı oyun, eğlence, sosyalleşmeye ve sohbet amaçlı etkinlikler gerçekleştirmek için kullandıkları sonucu ile benzerlik göstermemektedir.

Araştırmaya katılan Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sınıf düzeylerindeki sosyal medya bağımlılıkları değerlendirildiğinde; 2.sınıf öğrencilerinin, 1.sınıflara göre sosyal medyada daha fazla bağımlı oldukları; kendilerini kontrol edemedikleri için, tekrar tekrar

sosyal medya kullandıkları ve sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde oldukları, olumsuz etkilendikleri görülmektedir

Araştırmaya katılan Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin interneti kullanma sürelerine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları puanları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. İnterneti günde 5 saat ve üzerinde kullanan öğrenciler, günde 1-3 saat arasında internet kullananlara göre sosyal medya bağımlılığı fazladır; ayrıca günde 5 saat ve üzerinde interneti kullanan öğrenciler sosyal medyada daha fazla meşguliyyete ve kendilerini kontrol edemedikleri için, tekrar tekrar sosyal medyayı daha fazla kullanmaktadır

Sonuç olarak sosyal medya bağımlılığı Meslek Yüksekokulu erkek öğrencileri üzerinde daha olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Sosyal medya üzerinde erkek öğrencilerin kendilerini kontrol edememekte ve sürekli çatışma halinde oldukları görülmüştür. Meslek Yüksekokulu 2.sınıf öğrencileri, 1.sınıf öğrencilerine göre sosyal medyaya daha bağımlı oldukları ayrıca sosyal medya üzerinde daha fazla meşgul oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte kendilerini kontrol edemedikleri ve aynı davranışa devam ettikleri aynı zamanda internet üzerinde daha fazla çatışma (kontROLSÜZLÜK, bağımlılık, benlik kaybı, duygu bozukluğu, tekrarlama) halinde oldukları saptanmıştır. Sınıf düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır.

Günlük internet kullanım süreleri değerlendirildiğinde; internet sürelerinin artış göstermesi sosyal medyaya olan bağımlılığı arttırmakta ve ayrıca sosyal medyada olan meşguliyyet daha fazla olmakta ve duygusal desteğe daha çok ihtiyaç duymaya başlamaktadır. Öğrencilerin aile içi ve arkadaşlarıyla olan ilişkileri giderek zayıflatmaktadır. Bununla birlikte içine kapanık olmakta ve sosyal medyaya bağımlı hale getirmektedir.

Teknolojinin baş döndürücü hızla geliştiği günümüzde internet vazgeçilmez bir araç konumundadır. İnternetin ilk ortaya çıkış amacı evirilerek günümüzde farklı birçok amaçla kullanılmasına neden olmuştur. İnternet günümüzde belli bir grup için “sosyal medya” anlamına gelmektedir. Sosyal medya her ne kadar tüm yaş grupları arasında popüler iletişim, paylaşım aracı olsa da gençlerin kullanım oranları ve süreleri daha yüksektir. Bilinçsiz aşırı kullanım günümüzde literatüre “İnternet Bağımlılığı” veya “Sosyal Medya Bağımlılığı” gibi yeni kavramların girmesine neden olmuştur. Bu kavramlar kişilerin günlük, akademik hayatları üzerinde olumsuzluklar yaratabilmektedir. Bu durumda olumsuzlukları en aza indirebilmek için;

1. İnternetin sınırları aşabilme gücü sayesinde gençler istedikleri zaman istedikleri yerden internete bağlanabilmektedirler. Fakat kontROLSÜZ kullanım ile çoğu zaman problemler yaşayabilirler. Bu sebeple ebeveynlerin konu ile ilgili bilgileri gençleri internetin zararlı etkilerinden korunmak için oldukça önemlidir.

2. MEB ve RTÜK'ün aralarında yaptıkları protokole göre 2007-2008'de tüm Türkiye'de okullarda seçmeli ders olarak okutulan Medya Okuryazarlığı dersinin öğrencileri Geleneksel Medya ve Yeni Medya'nın zararlı içeriklerine karşı koruyabilmesi ihtimali yüksektir. Bu nedenle dersin zorunlu hale getirilmesi konusunda aileler yetkililere baskıda bulunabilirler.

3. Medya Okuryazarlığı dersinin zorunlu bir ders olması sağlanmalı ve ilkokuldan üniversiteye kadar ders programlarında yer alması sağlanmalıdır.

4. Medyada gençlerin bilgi iletişim teknolojilerinde nasıl faydalanacakları konusunda farkındalık yaratma adına kamu spotları yapılabilir.

5. İnternet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı her ne kadar yeni kavramlar olsa da bu konuda bağımlı olduğu tespit edilen kişilere psikolojik ve sosyal destekler verilmeli, danışmanlar tarafından rehberlik yapılmalıdır.

Kaynakça

- Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-161.
- Akdemir, T. N. (2013). İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Tutumları İle Akademik Erteleme Davranışları ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Akın, A., Demirci, İ. & Kara, S. (2017). Facebook Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerliliği ve Güvenirliği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (59), 65-72.
- Akyazı, E. & Ünal, A. T. (2013). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Amaç, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal Ağları Kullanımı. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 3(6), 1-24.
- Anlı, G. (2018). İnternet Bağımlılığı: Sosyal ve Duygusal Yalnızlık. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (İbad)*, 3(2), 389-397.
- Argın, S. F. (2013). Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy Örneği). Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Atalay, R. (2014). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları İle Algıladıkları Sosyal Destek Düzeyleri Arasındaki İlişki (Bahçelievler İlçesi Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Ayas, T. & Horzum, M.B. (2013). İlköğretim Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Aile İnternet Tutumu. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. 4(39), 46-57.
- Aydeniz, H. (2011). Bilinçli Medya Kullanımı. Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Aydın, M. & Çelik, T. (2017). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Ve Doyumlarının İncelenmesi. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 82-97.
- Babacan, M. E. (2016). Sosyal Medya Kullanım Alanları ve Bağımlılık İlişkisi. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(1), 7-28.
- Balcı, A. (2011). Sosyal Bilimlerde Araştırma. Ankara: Pegem Yayıncılık,
- Balcı, Ş. & Gölcü, A. (2013). Facebook Addiction Among University Students İn Turkey: Selçuk University Example. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255-278.
- Ball Rokeach, S. J. (1998). A Theory Of Media Power And A Theory Of Media Use: Different Stories, Questions, And Ways Of Thinking. *Mass Communication and Society*, 1(1-2), 5-40.
- Balta, Ö. Ç. & Horzum, M. B. (2008). Web Tabanlı Öğretim Ortamındaki Öğrencilerin İnternet Bağımlılığını Etkileyen Faktörler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41(1), 187-205.
- Başaran Alagöz, S.; Yazgan, A. E., & Baiturova, K. (2017). Tüketicilerin İnternet Bağımlılığının Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Genel Algı ve Tutumları Üzerindeki Etkisi. *Journal Of Suleyman Demirel University Institute Of Social Sciences*, 29(4), 287-310.
- Bayraktutan G. (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya. İçinde: M. C. Öztürk (Ed.), Değişim Aracı Olarak Yeni Medya (s. 26-49) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.

- Bayram, A. T. (2012). Pazarlama Veri Tabanının Güncel Bir Unsuru Olan Sosyal Medyanın Otel Pazarlamasındaki Yeri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Becan, C.(2018). Sosyal Medya Bağımlılığının Haber Takibi Motivasyonları Üzerine Etkisi. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 5(3), 238-256.
- Binark, M, Bayraktutan-Sütçü, G. & Buçakçı, F. (2009). İnternet Kafelerde Gençlerin Oyun Oynama Pratikleri: Ankara Mikro Ölçeğinde Etnografik Alan Çalışmasının Bulgularının Değerlendirilmesi ve Yeni Medya Okuryazarlığı Önerisi, Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Türler ve Oyuncu(187-224). İstanbul: Kalkedon,
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230.
- Çam, E. (2012). Öğretmen Adaylarının Eğitsel Ve Genel Amaçlı Facebook Kullanımları Ve Facebook Bağımlılıkları (SAÜ Eğitim Fakültesi Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Çukurluöz Ö. (2016). Eğitim Bilimleri Enstitüsü Lise Öğrencilerinin Dijital Bağımlılıklarının İncelenmesi: İli Çankaya İlçesi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Deniz, L. & Gürültü, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367.
- Diker, E., & Taşdelen. B. (2017) Sosyal Medya Olmasaydı Ne Olurdu? Sosyal Medya Bağımlısı Gençlerin Görüşlerine İlişkin Nitel Bir Araştırma. *Uluslararası Hakemli İletişim Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 17, 189-206.
- Döner, C. (2011). İlköğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığının Farklı Değişkenlere Göre İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Erdoğan, İ. & Alemdar, K. (2005). Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Ankara: Erk Yayınları.
- Ergenç, A. (2011). Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Esen, E. (2010). Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Gençlik ve Spor Bakanlığı (2013). Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu. M. Bulut (Ed.). Ankara: Eğitim, Kültür ve Araştırma Yayınları.
- Gül, Ş. & Diken, E.H. (2018). Fen Bilgisi Öğretmeni Adaylarının Sosyal Medya Bağımlılıklarının İncelenmesi. *E-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 41-50.
- Gümüş, N. (2018). Sosyal Medya Pazarlamaya Yönelik Tüketici Algılarının İncelenmesi: Kırgızistan Üzerinde Bir Araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 391-413
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması İletişim. İletişim: *Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-177.
- Işık, U. & Topbaş, H. (2015). Facebook ve Bağımlılık: Medya Bağımlılığı Araştırması. *International Journal of Social Science*, 38, 319-336.
- Karaman, M. K. & Kurtoğlu, M. (2009). Öğretmen Adaylarının İnternet Bağımlılığı Hakkındaki Görüşleri. Akademik Bilişim Konferansı, Harran Üniversitesi, Şanlıurfa, Şubat 11-13.
- Katz, E.; Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (2001) "Uses and Gratifications Research", *Public Opinion Quarterly*, C.LXXIII, No:4, s.510-511. Erişim:<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=2&hid=6&sid=483119df-d689-4b4b-ae2be770824d4cb5%40sessionmgr11>.
- Kırık, A. M., Arslan, A., Çetinkaya, A. & Gül, M., (2015). A Quantitative Research On The Level Of Social Media Addiction Among Young People İn Turkey. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3), 108-122.
- Kuloğlu, C. (2001). İnternet kafeler ve İnternet Bağımlılığı: Ankara Örneği. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Mazman, S. G. & Usluel, Y. K. (2011). Gender Differences İn Using Social Networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10(2), 133-139.
- Oğuz C. (2017). İletişim Teknolojisindeki Hızlı Değişimin Ekseninde Yeni Bir Kavram: "İletişim Açlığı", *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 18.
- Onat, F. (2010). Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 31, 103-122.
- Öncel, M. & Tekin, A. (2016). Ortaöğretim Öğrencilerinin Facebook Bağımlılık Düzeyleri ve Kullanım Amaçlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 179-197.
- Özener, O.; Pak, B. & Erdem, A. (2002). Mimari Etkinlik Alanı Olarak İnternet ve Yeni Perspektifler. VIII. "Türkiye'de İnternet" Konferansı 19-21 Aralık 2002, Erişim: [http:// inet-tr.org.tr/](http://inet-tr.org.tr/)

- Özgür, H. (2013). Sosyal Ağların Benimsenmesi ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(10), 169-181.
- Pempek, T.A., Yermolayeva, Y.A. & Calvert, S.L. (2009). College Students' Social Networking Experiences On Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30, 227-238.
- Sayar, Kemal (2002). "Psikolojik Mekân Olarak Siber Alan Sayar", *Yeni Sempozyum*,40.
- Seferoğlu, S. S. & Yıldız, H. (2013). Dijital Çağın Çocukları: İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımları ve İnternet Bağımlılıkları Üzerine Bir Araştırma. *İletişim ve Diplomasi*, 2, 31-48.
- Sezgin, S., Erol, O., Dulkadir, N. & Karakaş, A. (2011). Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri (BÖTE) Öğrencilerinin Facebook Kullanım Amaçları ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı İle İlgili Görüşleri: MAKÜ Örneği. In *International Educational Technology Conference*. İstanbul.
- Şan, M. K. & Hira, İ. (2005). Bilgi Toplumu: Bir Risk Olarak Özel Alanın Kayboluşu. IV. Ulusal Bilgi-Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli.
- Tanrıverdi, H. & Sağır, S. (2014). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(18), 776-821.
- Taş, İ. (2017). Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 4(1), 27-40.
- Toprak, E. & Uça Güneş E. P. (2015). Temel Bilgi Teknolojileri. İçinde: T. V. Yüzer & M. R. Okur (Ed.), *Sosyal Ağlar* (s.138-161).
- Turan R. T. (2015). Başkent Üniversitesi Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı Sıklığı ve İlişkili Faktörler. *Uzmanlık Tezi*. Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Tutgun Ünal, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tutgun Ünal, A., & Deniz, L. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi, *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181.
- Uzun, Ö., Yıldırım, V. & Uzun, E. (2016). Dikkat Eksikliği Hiperaktivite Bozukluğu Olan Ergenlerde Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Saygısı ve Algılanan Sosyal Destek İlişkisi. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(3). 142-147.
- Ünlü, F. (2018). Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1),161-172.
- Yılmazsoy, B. & Kahraman, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı İle Sosyal Medyayı Eğitsel Amaçlı Kullanımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Facebook Örneği. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 6(1), 9-20.
- Young, K. S. (1996). Internet Addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder. *Cyber Psychology And Behavior*, 1(3), 240-242.