

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma

Ebru ÖZGÜR GÜLER¹, Dilek VEYSİKARANI², Didem KESKİN³

ÖZ: Günümüzde kendine has kavramlar ve sembollerle yeni bir iletişim tarzı sunan internet, hayatımızı birçok konuda etkilemektedir. İnternet kullanımı denilince çoğu kişinin aklına sosyal medya ağları gelmektedir. Yeni iletişim biçimlerini ifade eden sosyal medya, paylaşma ve etkileşime dayanan bir ortamda internetin yaygınlaşması sayesinde bireyler tarafından gün içerisinde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bireylerin interneti aktif ve yoğun olarak kullanmalarının bir sonucu olarak ise sosyal medya bağımlılığı problemi karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı, sosyal medya bağımlılığına ilişkin alt boyutların üniversite öğrencileri üzerinde incelenmesidir. Araştırmanın örneklem grubunu, tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilmiş, 2018 - 2019 Güz döneminde Çukurova Üniversitesi'nde öğrenim gören lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcılara uygulanan anket formunda, geçerlik ve güvenilirliği sınanmış, "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği" ne ilişkin yargı cümleleri ve öğrencilere ait bazı kişisel bilgiler yer almaktadır. Uygulanan faktör analizi sonucunda toplamda altı faktör elde edilmiş, en fazla açıklama gücüne sahip olan faktör "sosyal hayatı engelleme" faktörü olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Sosyal medya bağımlılığı, Faktör analizi.

JEL Kodu: C10, I20, I20.

A Research on Social Media Addiction of University Students

ABSTRACT: Today, the internet offers a communication new style with its concepts and symbols. When it comes to the internet using, most people think about social media networks. Social media expressing communication new forms are used intensively by individuals throughout the day thanks to the internet spread in an environment based on sharing and interaction. In the result, the active and intensive use of the internet by individuals, the social media addiction problem emerges. In this context, the study main aim is to examine the social media addiction sub-dimensions on university students. The study sample group was chosen by random sampling method and the undergraduate students who were studying at Cukurova University during the 2018 - 2019 Fall semester. In the questionnaire, the validity and reliability of the questionnaire were tested and some personal information about the Social Media Addiction Scale and students's some personal information were included. Finally, by the factor analysis, a total of six factors were obtained and the factor that had the most explanatory power was determined as "social life prevention" factor.

Keywords: Internet, Social media addiction, Factor analysis.

JEL Code: C10, I20, I20.

¹ Ekonometri Bölümü, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
Email: ozgurebru@cu.edu.tr ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1514-0474>

² Ekonometri Bölümü, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
Email: dveysikarani@cu.edu.tr ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8071-0720>

³ Ekonometri Bölümü, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
Email: didemkeskin010@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5993-4903>

1. Giriş

Günümüzde yeni kavramlar ve sunduğu yeni iletişim tarzı ile birlikte hayatımızın içine giren internet, hayatımızı birçok farklı konuda etkilemektedir. Özellikle internetin hızla gelişmesi teknolojinin sosyal, kültürel ve ekonomik hayata olan etkilerini gözle görünür bir şekilde var etmektedir. İnternet kullanımı denilince çoğu kişinin aklına sosyal medya ağları gelmektedir. Yeni iletişim biçimlerini ifade eden sosyal medya ağları, bireylerin toplumsal yaşamındaki iletişim kurma alışkanlıklarını da belirli düzeyde değiştirmiştir (Aydın, 2016: 374).

Bireylerin herhangi bir nesneye ya da bir araca verdiği önem düzeyi günlük yaşamını etkileyecek boyutlarda ise, hatta ilişki ve iletişimlerinde aksamalara, engellemelere yol açacak durumda ise bu bağımlılığın göstergesidir (Aktan, 2018: 407). Bireylerin interneti aktif ve yoğun olarak kullanımlarının bir sonucu olarak ise sosyal medya bağımlılığı problemi karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya çeşitli sosyal ağ siteleri ile kullanıcıların dikkatini çekmektedir. Biçim, içerik ve iletişim alt yapısı sayesinde kullanıcıların günlük yaşamlarının önemli bir kısmını kapsamaktadır. Sunduğu iletişim tarzları sayesinde kullanıcıların gün içerisinde çok fazla saatler aktif olmalarına neden olmaktadır. Kullanıcıların gün içerisinde aşırı derecede internet üzerinde vakit harcaması da sosyal medya bağımlılığını ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının bir sonucu olarak kişiler karşılıklı etkileşimi ve iletişimi askıya alarak, iletişimlerinin pek çoğunu sosyal medyadan sağlamaktadır. Kullanıcılar iletişimlerini genellikle resimler, videolar, kelimeler ve ses dosyaları ile sağlarlar. Aynı zamanda tecrübelerini, hayat hikâyelerini ve durumlarını da burada paylaşırlar.

İlk ağ sitesi olan “sixdegrees.com” 1997 yılında yayınlanmıştır ve kullanıcılarına arkadaşlarını listeleme, profil belirleme ve arkadaş listelerini inceleyebilme gibi imkanlar sunmuştur. Ardından oluşturulan sosyal ağ sitesi olan “Ryze.com” ise insanların kendi iş ağlarını geliştirmelerine yardımcı olmak amacıyla faaliyete geçmiştir. Ardından 2003 ve 2004 yıllarında “Myspace” ve “Facebook” gibi sosyal ağ siteleri devreye girmiş, 2006 yılında ise “Twitter”, Jack Dorsey tarafından geliştirilerek dünya çapında yankı uyandırmıştır. 2010 yılı itibarıyla ise Mile Krieger ve Kevin Systrom tarafında kurulan fotoğraf, video vb. paylaşımların gerçekleştirilebildiği sosyal paylaşım ağı olan “instagram” oluşturulmuştur (Alican ve Saban, 2013: 3). Bu sosyal medya araçlarına her geçen gün ilgi artmakta ve kullanıcı sayıları da dikkat çekecek oranda artış göstermektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığı kavramı bilişsel, duygusal ve davranışsal süreçler ile birlikte hareket ederek bireyin hayatında özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük hayatın büyük bir bölümünü meşgul eden ve duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere sebebiyet veren psikolojik bir sorundur (Ünal, 2015: 94). Sosyal medya bağımlılığı, internetin sosyal medya özelinde gerçekleşen bir kolu olduğunu söylenebilir. Literatürde sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılmış araştırmaların incelenmesi yerinde olacaktır.

Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı, sosyal medya bağımlılığına ilişkin alt boyutların üniversite öğrencileri üzerinde incelenmesidir. Buna ek olarak öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin elde edilen alt boyutlar ile çeşitli sosyo-demografik değişkenler arasındaki anlamlı ilişkilerde irdelenecektir. Çalışmanın giriş kısmını oluşturan birinci bölümünün ardından ikinci bölümde literatür araştırmasına yer verilirken, üçüncü bölümde ise metodoloji ve örnekleme yer verilecektir. Çalışmanın dördüncü ve beşinci bölümlerinde ise sırasıyla elde edilen ampirik bulgular ve geliştirilen sonuç ve öneriler değerlendirilecektir.

2. Kavramsal Çerçeve

Kandell (1998), internet bağımlılığını, bir psikolojik bağımlılık olarak tanımlamış ve özellikle gençleri bu bağımlılık açısından riskli grup olarak değerlendirmiştir. Böylelikle, internetin aşırı kullanımının sağlık, ilişki ve zaman yönetimiyle ilgili sorunlara neden olabileceği vurgulanmıştır.

Işık (2007), internetin geleneksel iletişim aracı ve sosyal çevre üzerindeki etkilerini, internet kullanım motivasyonları ve bireysel düzeydeki bağımlılık açısından değerlendirmiştir. Öğrencileri internete yönelten en belirgin değişkenlerin %32 ile “Oyun ve eğlence”, %28 ile “Bilgi ve öğrenme”, %12 oranında “İletişim”, %11 ile “Gerçekten kaçış ve özgürlük arayışı”, %9 oranında “Arkadaşlık” ve %7 oranında da “Fantezi ve cinsellik olduğunu saptamış ve bu değişkenlerin anlama, oryantasyon ve oyun gibi bağımlılık ilişkileri ile arasındaki korelasyonu analiz etmiştir.

Koçer (2012), Erciyes Üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmek amacıyla yaptığı çalışmada öğrencilerin fakülte ya da yüksekokulda

okuma, yaş ve sınıf dağılımları itibariyle internet ve sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Bununla birlikte cinsiyet ve blog sahibi olma durumu ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Kır ve Sulak (2014) üniversite öğrencilerine uyguladıkları çalışmalarında, öğrencilerin cinsiyet, günlük internet kullanım süreleri, sosyal ağ kullanım durumları ve şahsi bilgisayara sahip olma durumlarına göre anlamlı farklılaşma saptarken internet bağımlılığının akademik başarı ve ikamet ettikleri yere veya şahsi cep telefonlarında internet bağlantısına sahip olma durumlarına anlamlı bir farklılaşma yaratmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Yılmazsoy ve Kahraman (2017), sosyal medya bağımlılığı üzerinde; cinsiyet, kişisel bilgisayara sahip olma durumu ve sürekli internet erişimin olması durumunun etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca öğrencilerin günlük internet kullanım süreleri arttıkça, bağımlılıklarının da arttığı elde edilen bulgular arasındadır.

Eroğlu ve Yıldırım (2017) “Sosyal Medya Ağlarının Kullanım Amacı ve Bağımlılığının Uyku Kalitesi İle İlişkinin İncelenmesi” başlıklı çalışmalarında öğrencilerin genel olarak sosyal medyayı kullanım amaçlarının, arkadaşları ile iletişim kurmak olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmada ayrıca, öğrencilerin eğitim gördükleri bölüme göre Uyku Kalitesi ve Sosyal Medya Ağları Bağımlılığı Ölçek puanlarının istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna da ulaşmıştır.

Söner ve Yılmaz (2018), lise öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, cinsiyetin psikolojik iyi oluş ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu ayrıca psikolojik iyi oluş ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönde bir ilişkinin söz konusu olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Çiftçi (2018) “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı” isimli çalışmasında araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunlukla cep telefonu aracılığıyla sosyal medyaya bağlandıkları ve interneti bilgi amaçlı kullandıkları sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca eğitim düzeyine paralel olarak bağımlılık düzeyinin arttığı sonucu da çalışmada vurgulanmıştır.

3. Metodoloji ve Örneklem

Üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik bağımlılık düzeylerinin araştırılmasını amaçlayan bu çalışmada, örneklem grubunu Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde eğitim almakta olan lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerini ölçmek için Ünal'ın (2015) düzenlemiş olduğu 41 sorundan oluşan anket kullanılmıştır. Sosyal medya bağımlılık düzeyini belirlemek amacı ile kullanılan ölçeğin yanı sıra öğrencilere sosyo demografik bilgiler ile sosyal medyayı kullanım amaçları, sosyal medya hesap sayıları, gün içerisinde sosyal medyaya bağlı kalma süreleri ve ne zamandan beri sosyal medya kullandıklarına ilişkin bilgiler de sorulmuştur.

Çalışma grubunu 2018-2019 eğitim ve öğretim yılında Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Ekonometri, İktisat, İşletme, Maliye ve Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler bölümlerinde öğrenim gören toplamda 320 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışmanın daha sağlıklı sonuçlar verebilmesi için, uygulanan anket formunda, eksik ya da hatalı doldurulmuş olan formlar çalışmadan çıkarılarak, 300 adet anket formu değerlendirilmeye alınmıştır.

4. Ampirik Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerinin özetlendiği Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların %47,7'sinin kadın ve %52,3'ünün de erkek öğrencilerden oluştuğu gözlenmektedir. Öğrencilerin yaş ortalamaları 21,1'dir ve 18-22 yaş aralığında olanlar %82, 23-26 yaş aralığında olanlar %17,3 ve 27 ve üzeri yaşta olanlar ise %0,7'lik bir dilimi oluşturmaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin, %42'si Ekonometri bölümünde, %11,3'ü İktisat bölümünde, %8'i İşletme bölümünde, %35,3'ü Maliye bölümünde ve %3,3'ü Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümünde öğrenim görmektedir. Bölümler arasındaki öğrenci sayıları ile ilgili olan oransal farklılığın olmasının nedeni bölümlerde eğitim gören öğrenci kontenjanlarındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır.

Öğrencilerin %7'si birinci sınıf, %70'i ikinci sınıf, %11'i üçüncü sınıf ve %16,7'si dördüncü sınıfta öğrenim görmektedir. Ayrıca öğrencilerin %63,3'ü birinci öğretim öğrencisi iken %34,7'si ikinci öğretimde eğitim almaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin sahip oldukları sosyal medya hesap sayıları incelendiğinde %32,3'ünün tek bir sosyal medya hesabına, %58,3'ünün 2 - 4 arası sosyal medya hesabına, %7,7'sinin 5 - 7 arası sosyal medya hesabına ve geri kalan %1,7'sinin ise 8 veya daha fazla sosyal medya hesabına sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin %40,7 ile büyük bir çoğunluğu, 4 - 6 yıl arası sosyal medyayı kullanırken bu oranı %39 ile 7 yıldan fazla süredir kullananlar izlemektedir. 1 - 3 yıl arası kullananların oranı %16 iken, 1 yıldan az sürede kullananlar ise sadece %4,3'lük bir dilime karşılık gelmektedir. Gün içinde sosyal medyaya bağlanma süreleri incelendiğinde bir saatten az bağlananların oranı %9, 1 - 3 saat arası bağlananların oranı %45,3, 4 - 6 saat arası bağlananların oranı %34,3 ve 7 saat ve üzeri bağlananların oranı ise %11,3'tür.

Tablo 1: Sosyo-Demografik Özellikler

Değişken	Frekans	Yüzde (%)
<i>Cinsiyet</i>		
Kadın	143	47,7
Erkek	157	52,3
<i>Yaş</i>	<i>Ortalama:21,1</i>	
18-22	246	82,0
23-26	52	17,3
27 ve üzeri	2	0,7
<i>Bölüm</i>		
Ekonometri	126	42,0
İktisat	34	11,3
İşletme	24	8,0
Maliye	106	35,3
Siyaset Bil. ve Ul. İlş.	10	3,3
<i>Sınıf</i>		
1. sınıf	7	2,3
2. sınıf	210	70,0
3. sınıf	33	11,0
4. sınıf	50	16,7
<i>Öğrenim Durumu</i>		
I. Öğretim	196	65,3
II. Öğretim	104	34,7
<i>Sosyal Medya Hesap Sayısı</i>		
1 tane hesap	97	32,3
2-4 tane hesap	175	58,3
5-7 tane hesap	23	7,7
8 ve üstü hesap	5	1,7
<i>Ne zamandan beri sosyal medya kullanıyorsunuz?</i>		
1 yıldan az	13	4,3
1-3 yıl arası	48	16
4-6 yıl arası	122	40,7
7 yıldan fazla	117	39,0
<i>Günde ne kadar süre sosyal medyada bağlı kalırsınız?</i>		
1 saatten az	27	9,0
1-3 saat arası	136	45,3
4-6 saat arası	103	34,3
7 saat ve üstü	34	11,3

Sosyo-demografik özellikleri belirlendikten sonra öğrencilere yönetilen on üç adet sosyal medyayı kullanım amaçları sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda en sık kullanılan sekiz amaç Tablo 2’de gösterilmiştir. Öğrenciler genel olarak sosyal medyayı, sohbet etmek, müzik dinlemek, araştırma yapmak, beğenilen şeyleri paylaşmak, beğenilen gruplara üye olmak, farklı ülke ve şehirler hakkında fikir sahibi olmak, gündemi takip etmek ve yazılı ve sözlü araçlara internet üzerinden erişebilmek amaçlarını sık sık kullanmaktadırlar.

Tablo 2: Sosyal Medya Kullanımında En Sık Kullanılan Amaçlar

Kullanım Amacı	Tercih Oranı (%)
Sohbet etmek için	0,43
Müzik dinlemek için	0,38
Beğendiğim herhangi bir şeyleri (haber, resim, video vb.) paylaşmak için	0,38
Merak ettiğim konular hakkında araştırma yapmak, bilgi edinmek için	0,48
İlgimi çeken gruplara, markalara üye olmak veya takip etmek için	0,37
Farklı ülke, şehir veya mekân hakkında fikir ve bilgi edinmek için	0,40
Gündemi takip etmek ve haberdar olmak için	0,36
Radyo, gazete, kitap, dergi vb. yazılı ve sözlü araçlara internet üzerinden erişim için	0,42

Toplamda 41 sorundan oluşan Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğine faktör analizi uygulanarak önemli alt boyutlar elde edilmek istenmiştir. İlk olarak korelasyon matrisi incelenmiş, değişkenler arasında yüksek korelasyonlar olduğu gözlenmiştir. Kullanılan ölçek için seçilen örneklemin faktör analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla KMO ölçütü hesaplanmış, %95 olarak elde edilen bu değer oldukça mükemmel olarak değerlendirilmiştir. Ardından korelasyon matrisinin birim matrise eşit olup olmadığını yani anlamlılığını test eden Bartlett’in Küresellik testi yapılmış, elde edilen bulgular Tablo 3’te özetlenmiştir.

Tablo 3: Örneklem Uygunluğu ve Bartlett Testi Sonuçları

KMO = 0,95		
Bartlett Küresellik Testi		
$\chi^2 = 8623,138$	Serbestlik Derecesi = 820	p-değeri = 0,00

Tablo 3 incelendiğinde, Bartlett küresellik testi için test istatistiği 8623,138 ve p-değeri 0,000 olup %5 anlamlılık düzeyinde, korelasyon matrisinin birim matrise eşit olduğu şeklindeki H_0 hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifade ile kullanılan değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmakta ve faktör analizine uygun olduğu ifade edilmektedir.

Yapılan faktör analizi sonucunda özdeğeri 1’den büyük olan (Hair ve diğerleri, 2010: 110) toplamda altı adet anlamlı faktör elde edilmiş ve bu altı faktörün toplam varyansı açıklama oranı %65,19 olarak bulunmuştur. Kullanılan değişkenlerin sadece tek bir faktörde yüklenmesini sağlamak amacıyla Equamax faktör döndürmesi (rotasyon) yapılmış, elde edilen sonuçlar Tablo 4’te özetlenmiştir. Tablo 4’de ayrıca her bir faktöre ilişkin hesaplanan öz değerler ve toplam açıklanan varyansa olan katkı miktarları da verilmiştir. Bu durumda en fazla açıklama gücüne sahip olan birinci faktör; 17,08 özdeğeri ile toplam varyansın %11,68’ini açıklamaktadır. İkinci faktöre ait özdeğer 3,95 olup toplam varyansın %11,52’sini açıklamaktadır. Üçüncü faktörün özdeğeri 1,88 ve toplam açıklama oranı %11,48 dir. Dördüncü faktörün özdeğeri 1,5 olup toplam varyansın %10,74’ünü açıklamaktadır. Beşinci faktöre ait özdeğer 1,31 olup bu faktörün toplam varyansı açıklama oranı %10,34 iken altıncı ve son faktöre ilişkin özdeğer 1,01 olup modele %9,43 oranında katkı sağlamaktadır.

Tablo 4’de elde edilen altı faktörün içinde yüksek korelasyonlarla barındırdıkları ifadelerin yapısı göz önünde bulundurularak isimler verilmiştir. Bu şekilde en fazla açıklama payına (%11,8) sahip olan birinci faktöre “Sosyal Hayatı Engelleme Faktörü (SHE)”, ikinci faktöre “Sorumluluk Bilincini Azaltma Faktörü (SBA)”, üçüncü faktöre “Bağımlılığı Kontrol Altına Alamama Faktörü (BKAA)”, dördüncü faktöre “Bağımlılığın Psikolojik Etkisi Faktörü (BPE)”, beşinci faktöre “Ruhsal

Durumun Bağımlılıkla İlişkisi Faktörü (RDBİ)”, altıncı ve en az açıklama gücüne sahip (% 9,43) faktör için ise “*Bağımlılığın Günlük Rutine Etkisi Faktörü (BGRE)*” şeklinde faktörlere isimler verilmiştir.

Tablo 4: Equamax ile Elde Edilen Özdeğerler, Varyans Açıklama Yüzdeleri (VAY) ve Faktör Yükleri

Faktör 1: Sosyal Hayatı Engelleme (Özdeğer = 17,08; VAY= %11,68)	Faktör Yükleri
<i>Sosyal medyadan dolayı hobilerime ... daha az öncelik veririm.</i>	0,643
<i>Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.</i>	0,628
<i>Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.</i>	0,626
<i>Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.</i>	0,576
<i>Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla ... ilgili çalışmalarını ihmal ederim.</i>	0,553
<i>Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim</i>	0,531
<i>Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.</i>	0,522
<i>İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.</i>	0,429
<i>Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar yaşadığım olur.</i>	0,428
Faktör 2: Sorumluluk Bilincini Azaltma (Özdeğer = 3,95; VAY=%11,52)	
<i>Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.</i>	0,644
<i>Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim</i>	0,635
<i>Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezindiğimi saklamaya çalışırken bulurum.</i>	0,629
<i>Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.</i>	0,605
<i>Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığım olur.</i>	0,589
<i>Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle problem yaşamama neden olur</i>	0,546
<i>Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur</i>	0,540
<i>Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.</i>	0,490
Faktör 3: Bağımlılığı Kontrol Altına Alamama (Özdeğer = 1,88 -VAY %11,48)	
<i>Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.</i>	0,818
<i>Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.</i>	0,784
<i>Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.</i>	0,733
<i>Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.</i>	0,642
<i>Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.</i>	0,608
<i>Çalışmalarına olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.</i>	0,529
Faktör 4: Bağımlılığın Psikolojik Etkisi (Özdeğer = 1,5 - VAY %10,743)	
<i>Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.</i>	0,749
<i>Belli süre sos. medyaya girmediğimde sos. medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.</i>	0,732
<i>Sabah kalktığımda bir gün daha bu işi kaldıramayacağımı hissediyorum.</i>	0,731
<i>Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.</i>	0,721
<i>İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.</i>	0,609
<i>Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.</i>	0,600
<i>Sosyal medyada düşündüğümden daha fazla zaman geçirdiğim olur.</i>	0,540
Faktör 5: Ruhsal Durumun Bağımlılıkla İlişkisi (Özdeğer = 1,31; VAY=%10,34)	
<i>Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.</i>	0,816
<i>Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.</i>	0,742
<i>Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sos. medyada gezinmeyi tercih ederim</i>	0,714
<i>Problemlerimden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.</i>	0,692
<i>Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.</i>	0,557
Faktör 6: Bağımlılığın Günlük Rutine Etkisi (Özdeğer = 1,01; VAY= %9,43)	
<i>Sos. medya ile bağlantımı her kesmeye kalktığımda, kendime “birkaç dakika daha” derim.</i>	0,688
<i>Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.</i>	0,547
<i>Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur</i>	0,533
<i>Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.</i>	0,477
<i>Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur</i>	0,452
<i>Sosyal medya ile ilgili eylemlere uzun süreler ayırırım.</i>	0,450

Faktörleştirme sonrasında elde edilen alt boyutların güvenilirliklerini test etmek amacıyla Cronbach α katsayıları hesaplanmış ve bulgular Tablo 5’de özetlenmiştir. Tablo 5’de görüldüğü üzere alt boyutları için α katsayıları %85,2 ile %91,6 ile 0,852 arasında değerler almaktadır. Ayrıca

faktörleştirme işlemi yapılmadan önce toplam 41 sorudan oluşan *Sosyal Medya Bağımlılığı* ölçeğinin tamamına ilişkin Cronbach α katsayısı da %96,4 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 5: Alt Boyutlara İlişkin Cronbach α , Güvenirlilik Katsayıları

Alt Boyut	Madde Sayısı	α
Sosyal Hayatı Engelleme (SHE)	9	0,916
Sorumluluk Bilincini Azaltma (SBA)	8	0,905
Bağımlılığı Kontrol Altına Alamama (BKAA)	6	0,903
Bağımlılığın Psikolojik Etkisi (BPE)	7	0,885
Ruhsal Durumun Bağımlılık ile İlişkisi (RDBİ)	5	0,863
Bağımlılığın Günlük Rutine Etkisi (BGRE)	6	0,852

Elde edilen toplam altı faktörün ilgili demografik değişken grupları için anlamlı fark gösterip göstermediği t-testi ve ANOVA ile test edilmiştir. Burada test edilen hipotezler genel olarak aşağıdaki şekildedir:

H_0 : “İlgili demografik değişkene göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark yoktur”

H_1 : “İlgili demografik değişkene göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark vardır”

Test sonuçlarında “Cinsiyet”, “Öğrenim Durumu (1. veya 2. Öğretim)” ve “Yaş” değişkenlerinin elde edilen alt boyutlar için %5 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin öğrenim gördükleri “Sınıf” değişkeni ile sadece “Sosyal Hayatı Engelleme” ve “Bağımlılığı Kontrol Altına Alamama” faktörleri için %5 düzeyinde anlamlı farklılıklar elde edilmiş ve bulgular Tablo 6’da özetlenmiştir.

Tablo 6: Sınıfın Ölçekler Üzerindeki Etkisi

Alt Boyut	F	p - değeri
<i>Sosyal Hayatı Engelleme (SHE)</i>	3,77	0,01
Sorumluluk Bilincini Azaltma (SBA)	0,72	0,54
<i>Bağımlılığı Kontrol Altına Alamama (BKAA)</i>	2,74	0,04
Bağımlılığın Psikolojik Etkisi (BPE)	0,74	0,53
Ruhsal Durumun Bağımlılık ile İlişkisi (RDBİ)	1,07	0,36
Bağımlılığın Günlük Rutine Etkisi (BGRE)	0,03	0,99

Tablo 7’de ise anlamlı fark bulunan faktörler için, farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirleyebilmek amacıyla ikili karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu amaçla, Levene testi ile varyansların homojen olduğu görülerek, Bonferroni testi kullanılmıştır.

Tablo 7: SHE ve BKAA Faktörlerinin Öğrenim Görülen Sınıf İçin İkili Karşılaştırmaları

Alt Boyut	Gruplar	Ortalama	Anlamlı Farklar
SHE	(1): 1. sınıf	-0,57	
	(2): 2. sınıf	-0,08	(3) > (2)
	(3): 3. sınıf	0,43	
	(4): 4. sınıf	0,15	
BKAA	(1): 1. sınıf	0,19	
	(2): 2. sınıf	-0,08	(4) > (2)
	(3): 3. sınıf	-0,04	
	(4): 4. sınıf	0,35	

Tablo 7’ye göre “Sosyal Hayatı Engelleme” faktörü bakımından üçüncü sınıf öğrencilerinin, ikinci sınıf öğrencilerine daha fazla sosyal medya bağımlılığı sorunu yaşadıkları gözlenmektedir. Ayrıca

dördüncü sınıf öğrencileri, ikinci sınıf öğrencilerine nazaran daha fazla “Bağımlılığı Kontrol Altına Alamama” sorunu yaşamaktadırlar. Diğer gruplar açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Sosyal medyaya gün içerisinde bağlanma sürelerinin alt boyutlar üzerindeki etkisi Tablo 8’de verilirken anlamlı farka neden olan gruplara ilişkin ikili karşılaştırmalar ise Tablo 9’da özetlenmektedir. Burada test edilen hipotezler;

H_0 : “Sosyal medyaya gün içerisinde bağlanma süresine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark yoktur”

H_1 : “Sosyal medyaya gün içerisinde bağlanma süresine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark vardır” şeklindedir.

Tablo 8 incelendiğinde, SHE, BPE, RDBİ ve BGRÉ boyutları ile sosyal medyaya gün içerisinde bağlanma süresi arasında %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark meydana geldiği sonucuna ulaşılır. Diğer taraftan öğrencileri gün içerisinde sosyal medyaya bağlanma süreleri ile SBA ve BKAA faktörleri arasında anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir.

Tablo 8: Sosyal Medyaya Gün İçerisinde Bağlanma Süresinin Alt Boyutlara Etkisi

Alt Boyut	F	p - değeri
SHE	3,40	0,02
SBA	1,13	0,27
BKAA	0,95	0,42
BPE	8,54	0,00
RDBİ	4,89	0,00
BGRE	9,03	0,00

Tablo 9: SHE, BPE, RDBİ ve BGRÉ Faktörlerinin Sosyal Medyaya Bağlanma Süresi İçin İkili Karşılaştırmaları

Alt Boyut	Gruplar	Ortalama	Anlamlı Farklar
SHE	(1): 1 saatten az	-0,44	
	(2): 1 - 3 saat arası	0,08	
	(3): 4 - 6 saat arası	0,15	(3) > (1)
	(4): 7 saatten fazla	0,22	
BPE	(1): 1 saatten az	0,65	(4) > (1)
	(2): 1 - 3 saat arası	-0,12	(4) > (2)
	(3): 4 - 6 saat arası	0,19	(4) > (3)
	(4): 7 saatten fazla	0,50	
RDBİ	(1): 1 saatten az	-0,58	
	(2): 1 - 3 saat arası	-0,06	(4) > (1)
	(3): 4 - 6 saat arası	0,16	(4) > (2)
	(4): 7 saatten fazla	0,23	
BGRÉ	(1): 1 saatten az	-0,58	(4) > (1)
	(2): 1 - 3 saat arası	-0,06	(4) > (2)
	(3): 4 - 6 saat arası	0,16	(4) > (3)
	(4): 7 saatten fazla	0,23	

Anlamlı farklılığa sebep olduğu gözlenen faktörlere ilişkin ikili karşılaştırmalar sonucunda Tablo 9’da görüldüğü üzere sosyal medyaya gün içerisinde 4 – 6 saat arasında bağlananların 1 saatten daha az bağlananlardan daha çok sosyal hayattan engelleme şeklinde bağımlılık yaşadıkları gözlenmiştir. Benzer şekilde sosyal medyaya gün içerisinde 7 saatten fazla bağlananların, diğer bağlanma süresi gruplarının tamamından daha fazla bağımlılığı kontrol altına alamama sorunu

yaşadıkları dikkat çekmiştir. Öğrencilerin ruhsal durumlarının bağımlılıkları ile ilişkisi faktörü bakımından bakıldığında yine sosyal medyaya gün içerisinde 7 saatten fazla bağlanma alışkanlıkları olanların, 3 saatten az bağlanan öğrencilere nazaran bu bağımlılığı daha çok yaşadıkları gözlenmiştir. Son olarak bağımlılığın günlük rutine etkisi faktörü açısından da 7 saatten fazla bağlı kalanlar diğer gruplara göre daha fazla etkilendikleri görülmüştür. Dolayısıyla öğrencilerin sosyal medyaya gün içerisinde bağlandıkları süre arttıkça sosyal medya bağımlılıklarının da arttığı söylenebilir.

Araştırmada test edilen bir diğer hipotez

H_0 : “Sosyal medyayı kullanma süresine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark yoktur”

H_1 : “Sosyal medyayı kullanma süresine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark vardır”

şeklinde. Bu hipotezin testi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 10’da sunulmuş ve sadece bağımlılığın psikolojik etkisi faktörü açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Tablo 10: Sosyal Medyayı Kullanım Yılıının Faktörler Üzerindeki Etkisi

Alt Boyut	F	p - değeri
SHE	1,89	0,13
SBA	1,04	0,37
BKAA	0,64	0,58
BPE	6,10	0,00
RDBİ	1,91	0,13
BGRE	2,58	0,05

Tablo 11 de verilen ikili karşılaştırma sonucu incelendiğinde %5 anlamlılık düzeyinde sosyal medya kullanım yılı arttıkça bağımlılığın psikolojik etkisinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyayı 1 yıldan az süredir kullanan öğrenciler bu faktör açısından anlamlı farklılaşma yaratmıyorken bağımlılığın psikolojik etkisinin 1 – 3 yıl arası kullanan öğrencilerde, 4 – 6 yıl ve 7 yıldan fazla kullanan öğrencilerde daha az olduğu belirlenmiştir.

Tablo 11: BPE Faktörünün Sosyal Medyayı Kullanım Yılı İçin İkili Karşılaştırması

Alt Boyut	Gruplar	Ortalama	Anlamlı Farklar
BPE	(1): 1 yıldan az	-0,96	
	(2): 1 - 3 yıl arası	-0,24	(3) > (2)
	(3): 4 - 6 yıl arası	0,13	
	(4):7 yıldan fazla	0,07	(4) > (2)

Öğrencilerin aktif olarak kullandıkları toplam sosyal medya hesap sayısının sosyal medya bağımlılığının alt boyutları üzerindeki etkisini test etmek için

H_0 : “Öğrencilerin aktif olarak kullandıkları toplam sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark yoktur”

H_1 : “Öğrencilerin aktif olarak kullandıkları toplam sosyal medya hesap sayısına göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark vardır” hipotezleri sınanmıştır.

Tablo 12’ye göre SHE, BPE ve BGRE değişkenlerinin ortalamaları üzerinde anlamlı bir etkisi görülmektedir. Diğer faktörler açısından anlamlı bir fark gözlenmemiştir.Farklılığa neden olduğu gözlenen faktörler için farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için ikili karşılaştırmalar yapılmış, elde edilen bulgular Tablo 13’de özetlenmiştir.

Tablo 12: Sosyal Medya Hesap Sayısının Ölçekler Üzerindeki Etkisi

Alt Boyut	F	p - değeri
SHE	2,97	0,03
SBA	2,15	0,10

BKAA	1,27	0,29
BPE	5,75	0,00
RDBİ	0,70	0,56
BGRE	3,53	0,02

Tablo 13’de görüldüğü üzere, sosyal medya hesap sayısı 1 veya 2 – 4 tane arası olan öğrencilerin, 5 – 7 tane aktif hesabı olan öğrencilerden daha az sosyal hayatlarının engellendiği ve bağımlılığın psikolojik etkisinin daha az olduğu gözlenmiştir. Bağımlılığın günlük rutine etkisi faktörü açısından ele alındığında ise sosyal medya hesap sayısı 1 veya 2 – 4 tane arası olan öğrencilerin, 5 – 7 tane aktif hesabı olan öğrencilerden daha az, 5 – 7 arasında hesabı bulunan öğrencilerin ise 8 ve daha fazla hesabı olan öğrencilerden daha az etkilendikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumda genel olarak kullanılan aktif hesap sayısı arttıkça öğrenci hepsini kontrol etmek ya da kullanmak için daha fazla zaman ayıracağı için sosyal medya bağımlılığı da artacaktır.

Tablo 13: SHE, BPE ve BGRE Faktörlerinin Sosyal Medya Hesap Sayısı İçin İkili Karşılaştırmaları

Alt Boyut	Gruplar	Ortalama	Anlamlı Farklar
SHE	(1): 1 tane	-0,19	(3) > (1)
	(2): 2 - 4 tane	0,06	(3) > (2)
	(3): 5 - 7 tane	0,12	
	(4): 8 ve üstü	0,92	
BPE	(1): 1 tane	-0,33	(3) > (1)
	(2): 2 - 4 tane	0,13	(3) > (2)
	(3): 5 - 7 tane	0,35	
	(4): 8 ve üstü	0,17	
BGRE	(1): 1 tane	-0,23	(3) > (1)
	(2): 2 - 4 tane	0,15	(3) > (2)
	(3): 5 - 7 tane	-0,22	(4) > (3)
	(4): 8 ve üstü	0,09	

Tablo 14: Sosyal Medyanın Hayattaki Öneminin Alt Boyutlar Üzerindeki Etkisi

Alt Boyutlar	F	p-değeri
SHE	3,50	0,01
SBA	1,58	0,18
BKAA	2,66	0,03
BPE	20,04	0,00
RDBİ	4,03	0,00
BGRE	2,30	0,06

Son olarak öğrencilere yöneltilen “Sosyal medyanın hayatınızdaki önemini 5 puan üzerinden değerlendiriniz” şeklindeki sorunun faktörler üzerindeki etkileri incelenmek istenmiştir. Burada test edilen hipotezler

H_0 : “Sosyal medyanın öğrencilerin hayatındaki önemine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark yoktur”

H_1 : “Sosyal medyanın öğrencilerin hayatındaki önemine göre sosyal medya bağımlılığı alt boyutları ortalamaları arasında fark vardır”

şeklinde olup elde edilen bulgular Tablo 14’de özetlendiği gibidir. Tablo 14’de görüldüğü üzere öğrencilerin sosyal medyanın hayatlarındaki önemine ilişkin derecelendirmeleri ile SHE, BKAA, BPE

ve RDBİ faktörleri arasında %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için yapılan ikili karşılaştırmalara ilişkin bulgular Tablo 15’de özetlenmiştir.

Tablo 15’e göre sosyal medyanın hayatlarındaki önemi sorusuna 2 puan veren öğrencilerin, 5 puan veren öğrencilerden daha az sosyal hayatlarının engellenmesi problemi ile karşılaştıkları görülmektedir. Benzer şekilde bağımlılığı kontrol altına almada 3 Puan veren öğrenciler, 5 Puan veren öğrencilerden daha başarılıdır. Bağımlılığın psikolojik etkisi boyutu açısından 5 Puan veren öğrencilerin dışındaki tüm öğrenciler daha avantajlı olarak görülürken, ruhsal durumun bağımlılık ile ilişkisinde ise 4 puan verenlerde anlamlı bir farklılık gözlenmezken diğer gruplar için düşük puan veren öğrenciler bağımlılıktan daha az etkilenmektedirler. Özetle, Tablo 15 incelendiğinde, öğrencilerin sosyal medyaya hayatlarında verdikleri önem arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığı söylenebilir.

Tablo 15: SHE, BKAA, BPE ve RDBİ’nin Sosyal Medyanın Hayattaki Önemi İçin İkili Karşılaştırmaları

Alt Boyutlar	Gruplar	Ortalama	Anlamlı Farklar
SHE	(1): 1 puan	0,18	(5) > (2)
	(2): 2 puan	0,29	
	(3): 3 puan	0,01	
	(4): 4 puan	0,36	
	(5): 5 puan	0,13	
	BKAA	(1): 1 puan	0,00
(2): 2 puan		0,01	(5) > (3)
(3): 3 puan		0,24	
(4): 4 puan		0,12	
(5): 5 puan		0,28	
BPE		(1): 1 puan	0,90
	(2): 2 puan	0,39	(5) > (2)
	(3): 3 puan	0,10	(5) > (3)
	(4): 4 puan	0,28	(5) > (4)
	(5): 5 puan	0,69	
	RDBİ	(1): 1 puan	0,53
(2): 2 puan		0,14	(5) > (2)
(3): 3 puan		0,16	(5) > (3)
(4): 4 puan		0,17	
(5): 5 puan		0,12	

5. Sonuç ve Öneriler

Sosyal medya, günümüzde en yaygın kullanılan teknoloji türlerinden biri olup bireyler arasındaki iletişimi, etkileşimi ve geri bildirimleri kolaylaştırma, istenilen bilgiye hem hızlı hem de güncel olarak ulaşma imkânı tanıma gibi özellikleri barındırmaktadır (Aydın, 2016: 382). Bu durumun sözü edilen olumlu etkilerinin yanı sıra birçok olumsuz sonucu da beraberinde getirdiği yadsınamaz bir gerçektir.

Sosyal medya bağımlılığı kavramı, internetin yaygınlaşması ile birlikte üzerinde durulması gereken bir konu haline gelmiştir. Bu çalışmada da sosyal medyayı yoğun olarak kullanan kesimi oluşturan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri araştırılmıştır. Çalışmanın örneklem grubunu Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim görmekte

olan toplamda 300 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerinin büyük bir çoğunluğu sosyal medyayı arkadaşları ile iletişim kurmak, müzik dinlemek, fotoğraf paylaşmak, sevdiği grupları takip etmek gibi amaçlar için kullandıklarını ifade etmiştir.

İlk olarak öğrencilere yöneltilen 41 soruluk sosyal medya bağımlılığı anketine uygulanan faktör analizi sonucunda “sosyal hayatı engelleme”, “sorumluluk bilincini azaltma”, “bağımlılığı kontrol altına alamama”, “bağımlılığın psikolojik etkisi”, “ruhsal durumun bağımlılıkla ilişkisi” ve “bağımlılığın günlük rutine etkisi” olarak adlandırılan 6 faktör elde edilmiştir. Öğrencilerin ağırlıklı olarak sosyal medyadan dolayı hobilerine, eş - aile üyelerine ve arkadaşlarına yeterince vakit ayıramadıklarını belirttikleri dikkat çekmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan üniversite öğrencileri sosyal medya yüzünden üretkenliklerinin azaldığını, kullanımı durdurmak konusunda zorluk yaşadıklarını, bağlantılarını her kesmeye kalktıklarında bu durumu sürekli ertelediklerini ve sosyal medyayı kontrol etme alışkanlıkları nedeniyle yapmak zorunda oldukları işleri ötelediklerini ifade etmiştir. Bunlara ek olarak sosyal medyayı, kişisel problemlerini unutmak amacıyla kullandıkları da elde edilen bulgular arasındadır.

Öğrencilere yöneltilen bazı sosyo-demografik sorular doğrultusunda literatür ile benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara öğrencilerin cinsiyet ve yaş ve öğrenim durumları (I. Öğretim ve II. Öğretim) değişkenleri bakımından sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Öğrencilerin sosyal medyayı ne kadar süredir kullandıkları sorusuna verdikleri yanıtlar ışığında kullanım yılının artması durumunda literatüre benzer olarak sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığı görülmüştür (Aktan, 2018; Balcı ve Gölcü, 2013). Aynı şekilde sosyal medyayı günlük kullanım süresinin artması durumunda ve aktif olarak kullanılan sosyal medya hesap sayısında artış olması durumunda öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri de artmaktadır (Çiftçi, 2018; Alican ve Saban, 2013).

Öğrencilerin sosyal medyayı hayatlarındaki önem düzeyine göre puanlanmasının istendiği soruda öğrencilerin vermiş oldukları puan (1: en düşük, 5: en yüksek) arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu durum sosyal medyanın getirdiği faydaların yanında kullanıcılara verdiği zararlar açısından da dikkat çekicidir. Çünkü öğrencilerin büyük bir çoğunluğu sosyal medyayı hayatlarının ayrılmaz bir parçası olarak görmekte ve zamanlarının önemli bir bölümünü sosyal medyada harcayarak sosyal medyayı çevre ile iletişim ve etkileşim aracı olarak görmektedir. Bu doğrultuda yapılan çalışma benzer sonuçlar göstermekle birlikte sosyal medyanın günümüzde nüfusun önemli bir bölümünü oluşturan gençler tarafından kontrollü bir biçimde kullanmasının önemini de vurgulamaktadır. Bu doğrultuda genç nüfusun, sosyal medya ağlarını sık kullanmalarının yanında hem kendileri hem de ülkelerinin geleceği için daha etkili ve faydalı amaçlar için kullanabilmelerine yönelik çalışmaların yapılması gerektiği tartışılmaz bir gerçektir. Ayrıca çalışmada kullanılan sosyo-demografik sorular genişletilerek, gençlerin sosyal medyayı daha etkili nasıl kullanabileceklerine yönelik çalışmaların da yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aktan, E. (2018). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi*. Erciyes İletişim Dergisi, 5(4), 405-421.
- Alican, C. ve Saban, A. (2013). *Ortaokul ve lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Ürgüp örneği*. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35(2), 1-14.
- Aydın, İ. E. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi; 35, 373-386.
- Balcı, Ş. ve Gölcü, A. (2013). *Facebook Addiction among University Students in Turkey: Selcuk University Example*. Türkiyat Araştırmaları Dergisi (34), 255- 278.
- Çiftçi, H. (2018). *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı*. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(4), 417-434.
- Eroğlu, O., ve Yıldırım, Y. (2017). *Sosyal Medya Ağlarının Kullanım Amacı ve Bağımlılığının Uyku Kalitesi İle İlişkinin İncelenmesi*. Türkiye Spor Bilimleri Dergisi, 1(1), 1-10.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B. ve Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition, Pearson Publication, New York, 758.

- Işık, U. (2007) Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kandell, J. J. (1998). *Internet addiction on campus: the vulnerability of college students*. *Cyberpsychology and Behavior*, 1, 11–17.
- Kır, İ. ve Sulak, Ş. (2014). *Eğitim fakültesi öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin incelenmesi*. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(51),150-167.
- Koçer M. (2012). *Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet Ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 170-185.
- Söner, O. ve Yılmaz, O. (2018). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri Arasındaki İlişki*. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 59-74.
- Ünal, A.T. (2015). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmazsoy, B. ve 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.