

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

Zafer ÖZDEMİR¹

Öz

Özellikle gençler arasında yaygın olarak kullanılan sosyal medya ve sosyal medya bağımlılığı kavramı son yılların popüler konularından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırma kapsamında da üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ele alınmıştır. Bu kapsamda bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, kullanılan uygulamalar, öğrenim gördükleri okul, sosyal medya kullanım araçları, yaşadığı kişiler, sosyal ağları kullanım süresi gibi değişkenlere göre incelenmesidir. Araştırmanın katılımcılarını Sakarya Üniversitesi ve Beykoz Üniversitesinde öğrenim gören 242 öğrenci oluşturmaktadır. Bu amaçla katılımcılara sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve kişisel bilgi formu uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22 istatistik programında analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarından elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin meşguliyet alt boyutunda orta bağımlı; duygu düzenleme alt boyutunda orta bağımlı, tekrarlama alt boyutunda az bağımlı; çatışma alt boyutunda az bağımlı son olarak da sosyal medya toplam puanında az bağımlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyete göre karşılaştırılmasında; meşguliyet, duygu durumu düzenleme çatışma alt boyutlar ve sosyal medya toplam puanlarında cinsiyete göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların puan ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Öte yandan tekrarlama alt boyutunda ise cinsiyete göre anlamlı farklılık elde edilmemiştir. Araştırmanın bir diğer bulgusuna göre de öğrencilerin sosyal medya kullanma süresi ile meşguliyet arasında pozitif yönde orta düzeyde; duygu durum düzenleme, çatışma ve sosyal medya bağımlılıkları toplam puanları ile sosyal medya kullanma süresi arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişkiler tespit edildiği yönündedir.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı

Jel Sınıflaması: L96, O33, L82, L86

SOCIAL MEDIA ADDICTION AMONG UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

Social media and social media addiction that are widely used especially by young persons is one of the popular topics of recent years. Within the context of this study, social media addiction among college students was discussed. In this context, the purpose of this study is to investigate the social media dependency levels of university students by variables such as age, gender, people they live together with, class level, used social media applications, school, social media devices and the time of using social media. Participants of the study consisted of 242 students who were receiving education in Sakarya University and Beykoz University. For this purpose, Social Media Addiction Scale and Personal Information Form were applied to the participants. Data obtained was analyzed using SPSS v 22.0 statistical software. According to the results of the analysis; students' level of social media addiction was found as moderate in occupation sub dimension, moderate in mood modification sub dimension, low in repulse sub dimension and low in conflict sub dimension, and finally low addiction was found in total score. In addition, in the comparison of social media addiction of the students; there were significant difference between the sexes in terms of occupation, mood modification, and conflict sub dimensions and social media total scores.

¹Dr. Öğretim Üyesi, Beykoz Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Beykoz / İstanbul/ Türkiye, e-posta: zaferozdemir@beykoz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0398-4378

The mean scores were higher in male students. On the other hand, no significant difference was observed between male and female students in relapse sub dimension. According to another result of the study; there was a moderate positive correlation between the duration of using social media and occupation sub dimension, and a weak positive correlation between the duration of using social media and mood modification, conflict and social media addiction total scores.

Keywords: Addiction, social media, social media addiction

JEL Classification: L96, O33, L82, L86

1. Giriş

Günümüz toplumunda hem bilgiye ulaşma hem de sosyalleşmeyi sağlama bakımından, internetin önde gelen uygulamaları arasında yer alan sosyal medya uygulamalarının, kişiler arasındaki iletişim araçlarından biri olma yolunda hızlıca ilerlediği ve günlük yaşam içerisinde yaşamın her alanında giderek yaygınlaşarak, kişilerin yaşamlarının önemli birer parçası haline geldiği görülmektedir (Aydın, 2016).

Ülkemizde sosyal medya araçlarından Twitter, İnstagram ve Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinin özellikle genç yaş grubu tarafından sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bu yaş grubundaki gençlerin internet kullanım sebeplerine bakıldığında, genellikle sosyal medya aracılığı ile oyun oynama, video izleme gibi ve benzeri nedenlerle internet kullanımını tercih etmiş oldukları görülmektedir (Durak ve Seferoğlu, 2016; Lee ve Ma, 2012).

Gençler arasında sıklıkla kullanılan sosyal medyayı en genel anlamda, kullanıcılarına bilgi ve düşüncelerini paylaşabilme olanağı sunan karşılıklı iletişim ve etkileşim ortamı yaratan web sitelerine verilen ad şeklinde tanımlayabilmekteyiz (Sayımer, 2008: 123-131). Hızla gelişen teknoloji ve iletişim araçlarına ulaşımın kolaylaşması ve kolaylıkla sosyal medya sitelerinde hesap oluşturabiliyor olmak sosyal medya platformlarına olan ilgiyi günden güne arttırmaktadır. Bununla birlikte bahsedilen bu sosyal medya siteleri kişiler için eğlence, iletişim şeklindeki kullanım amacından çıkarak bağımlılık haline de gelebilmektedir (Ayğar ve Uzun, 2018). Dolayısıyla bu noktada internet ve sosyal medya kullanımı ile ilgili bir kavram olan sosyal medya bağımlılığının son yılların popüler konularından biri olarak karşımıza çıktığı söylenebilmektedir.

2. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığı kavramından bahsedebilmek için öncelikle bağımlılık kavramına değinmek gerekmektedir. Bağımlılık, genel olarak herhangi bir maddeye yönelik fiziksel bir bağlanmayı (Holden, 2001) ifade etmekte, fizyolojik, zihinsel ve duygusal bir takım tepkilerin gerçekleşmesine neden olan maddeye alışma, onu bırakma ya da uygulama süreçlerinde bireylerin dürtülerini kontrol edememesi şeklinde tanımlanabilmektedir (Byun, Ruffini, Mills, Douglas, Niang, Stepchenkova, Lee,,Loutfi, Lee, Atallah, Blanton, 2009).

Bağımlılık, bireylerin herhangi bir nesne ya da bir eylem üzerinde kontrol sağlayamama ve onsuз yaşamını sürdürememe durumu şeklinde de ifade edilebilmektedir (TBM, 2015).

Sosyal medya bağımlılığı ise her ne kadar tıp literatüründeki DSM-V'te bir bozukluk olarak tanımlanmamış olsa da, literatüre genel olarak bakıldığında sosyal medya bağımlılığının bir davranışsal bağımlılık şeklinde değerlendirildiği görülmektedir (Griffiths ve Szabo, 2014; Kuss ve Griffiths, 2011).

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çalışmalara bakıldığında, çalışmalarda çoğunlukla araştırmacıların internet bağımlılığını sosyal medya bağımlılığına entegre ederek inceledikleri görülmüştür.

Bu noktada sosyal medya platformlarına internet aracılığıyla erişim sağlandığı göz önünde bulundurulduğunda, internet ve sosyal medya bağımlılığının bazı açılardan bir birine yakın olarak değerlendirilebileceği söylenebilmektedir (Eijnden ve diğerleri, 2016, 478). Bu konuda yapılan çalışmalara bakıldığında, internet bağımlılığında görülen belirtilerin benzer şekilde, sosyal medya bağımlılığında da görüldüğü araştırma sonuçlarında yer aldığı bilinmektedir (Andreassen, 2012; Çam ve İşbulan, 2012; Kuss ve Griffiths, 2011; Tutgun Ünal, 2015, s. 85).

Her ne kadar çalışmalarda sosyal medya bağımlılığı yer alsada, sosyal medya bağımlılığının net bir tanımının olmadığı söylenebilmektedir (Eijnden ve diğerleri, 2016, 478). Fakat genel olarak tüm bu tanımlamalar çerçevesinde sosyal medya bağımlılığı, “bilişsel, davranışsal, duygusal alanlardaki sorunlarla belirli, kişilerin yaşamındaki tüm alanları kapsayacak şekilde duygu durumunda bozulmalar, iletişim sorunları, meşguliyet gibi vb. sorunlara sebep olabilen ruhsal ve iletişimsel bir sorun” şeklinde tarif edilebilmektedir (Ünlü, 2018). Görüldüğü gibi sosyal medya bağımlılığının kişilerin günlük işlevselliğine yaşamındaki birçok alana etki edebilecek şekilde tesir edebilen ve kişileri bilişsel, duygusal ve ruhsal alanlarda etkileyebilen bir unsur olduğu anlaşılmaktadır.

Özellikle gençler arasında internetin ve sosyal medya kullanımının ve buna paralel olarak ta sosyal medya bağımlılığının gelişebilme durumunun olabileceği göz önünde bulundurulduğunda sosyal medya bağımlılığı önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada genel olarak literatüre bakıldığında Sosyal Medya Bağımlılığı ile ilgili çalışmaların özellikle gençler ile yürütüldüğü görülmektedir (Tutgun-Ünal, 2019; Kandell, 1998; Çelik, 2017; Tutgun, Deniz ve Moon, 2011; Tutgun-Ünal ve Deniz, 2016). Konu ile ilgili üniversite öğrencileri üzerinde yapılmış çalışmalarda katılımcıların sosyal medya uygulamalarına ayırmış oldukları vaktin arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığı yönünde sonuçlar yer alması (Aktan, 2018; Balcı ve Gölcü, 2013) bu araştırmanın özellikle gençler arasında yapılmasının, gençler arasındaki sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelenmesi ve konu ile ilgili literatüre katkı sağlaması bakımından önemli olduğunu göstermektedir.

Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, kullanılan uygulamalar, öğrenim gördükleri okul, sosyal medya kullanım araçları, birlikte yaşadığı kişiler, sosyal ağları kullanım süresi gibi çeşitli değişkenler açısından incelenerek, anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesidir.

3. Araştırmanın Metodolojisi

3.1 Araştırmanın modeli

Bu araştırma, sosyal medya bağımlılığının çeşitli değişkenler (cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, kullanılan uygulamalar, öğrenim gördükleri okul, sosyal medya kullanım araçları, yaşadığı kişiler, sosyal ağları kullanım süresi) açısından incelendiği betimsel bir çalışmadır.

3.2 Araştırmanın Amacı ve Hipotezler

Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, kullanılan uygulamalar, öğrenim gördükleri okul, sosyal medya kullanım araçları, birlikte yaşadığı kişiler, sosyal ağları kullanım süresi gibi çeşitli değişkenler açısından incelenerek, anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesidir.

Çalışmanın hipotezleri;

H₁ Üniversite öğrencileri arasında sosyal bağımlılığı vardır.

H₂ Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H₃ Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri yaşa göre farklılık göstermektedir.

H₄ Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri sınıf düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H₅ Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri kullanılan uygulamalara göre farklılık göstermektedir.

H₆ Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri okudukları okullarına göre farklılık göstermemektedir.

H₇ Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri kullandıkları cihazlara göre farklılık göstermektedir.

H₈ Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri birlikte yaşadığı kişilere göre farklılık göstermektedir.

H₉ Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medya bağımlılıkları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır.

3.3 Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu İstanbul Beykoz Üniversitesi ve Sakarya Üniversitesinin çeşitli bölümlerinde öğrenimlerine devam eden 242 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcıların 124'ü (%51.2) kadın; 118'i (% 48.8) erkektir. 110'u (%45.5) Sakarya Üniversitesinde; 132'si ise (%54.5) Beykoz Üniversitesinde öğrenim görmektedir.

3.4 Veri Toplama Aracı

Bu araştırma kapsamında veriler, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerini ölçebilmek için kullanılan 'Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği' (SMBÖ) ve demografik bilgilerin yer aldığı kişisel bilgi formu kullanılarak elde edilmiştir.

3.4.1 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Ünal (2015) tarafından geliştirilen ve güvenilirlik ve geçerlilik çalışması yapılmış olan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, kullanılan uygulamalar, öğrenim gördükleri okul, sosyal medya kullanım araçları, birlikte yaşadıkları kişiler, sosyal ağları kullanım süresi gibi çeşitli ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek 41 maddeden oluşmakta olup, 5'li likert tipinde "Her zaman", "Sık sık", "Bazen", "Nadiren" ve "Hiçbir zaman" şeklinde derecelendirilen, dört faktörlü (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma) yapı sergilemektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğinden alınabilecek en yüksek puan 205, en düşük puan 41'dir. Yüksek puan sosyal medya bağımlılığının arttığını ifade etmektedir (Tutgun Ünal, 2016).

Sosyal medya ölçeğinin toplam iç tutarlık katsayısı .93'tür. Bu çalışma sonucuna göre ölçeğin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) toplam iç tutarlık katsayısı Cronbach's α = .96'dir. Ölçeğin meşguliyet alt faktörü .91, duygu durum alt faktörü .88, tekrarlama alt faktörü .88 ve çatışma alt faktörü ise .95 oranlarına sahiptir. Bu değerlere göre ölçek güvenilirdir.

3.4.2 Kişisel bilgi formu

Katılımcıların yaş, cinsiyet, bölüm, sınıf düzeyi, günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri, sosyal medyayı kullanım amaçlarına yönelik soruları içerecek şekilde hazırlanmıştır.

3.5 Verilerin Analizi

Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

4. Bulgular

Araştırma bulguları araştırmaya katılan 242 katılımcının verdiği yanıtlardan elde edilmiştir. Araştırma kapsamında 500 öğrenciye ölçek yanıtlanması için elektronik ortamda gönderilmiş, ancak 250 öğrenciden geri dönüş sağlanmıştır. 25 öğrencinin 8 tanesinin sorularının büyük bölümünü boş bırakmasından dolayı değerlendirilmeye alınmamıştır. Araştırmada katılım sağlanması istenilen sayının tamamından geri dönüş sağlanılamaması araştırmanın kısıtlılığıdır. Araştırmanın bu bölümünde araştırma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmanın amacı bağlamında cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, kullanılan uygulamalar, öğrenim gördükleri okul, sosyal medya kullanım araçları, yaşadığı kişiler, sosyal ağları kullanım süresi ile ilgili elde edilen bulgular ve yorumları aşağıda sırasıyla sunulmuştur.

Katılımcıların demografik bilgileri:

Tablo 1. Öğrencilerin cinsiyetlerine ve öğrenim görülen okul türüne göre dağılım sonuçları

Cinsiyet	n	%
Kadın	124	51,2
Erkek	118	48,8
Okul	n	%
Sakarya	110	45,5
Beykoz	132	54,5

Tablo1'de öğrencilerin cinsiyetlerine ve öğrenim görülen okul türlerine göre dağılımlarına yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde öğrencilerin, 124'ünün (%51.2) kadın; 118'inin (%48.8) erkek olduğu; 110'unun (%45.5) Sakarya; 132'sinin ise (%54.5) Beykoz Üniversitesinde öğrenim gördükleri görülmektedir.

Tablo 2. Öğrencilerin sosyal medya bağımlıkları puanlarının betimsel istatistik sonuçları

	n	\bar{X}	SS
Meşguliyet	242	33,96	9,95
Duygu Durum Düzenleme	242	12,84	5,13
Tekrarlama	242	9,78	4,54
Çatışma	242	35,42	14,95
Sosyal Medya Bağımlılığı	242	92,02	29,60

Tablo 2' incelendiğinde öğrencilerin meşguliyet alt boyutunda orta bağımlı; duygu düzenleme alt boyutunda orta bağımlı; tekrarlama alt boyutunda az bağımlı; çatışma alt boyutunda az bağımlı son olarak da sosyal medya toplam puanında az bağımlı oldukları tespit edilmiştir. Üniversite öğrencileri arasında sosyal bağımlılığı vardır H_1 hipotezi doğrulanmıştır.

Tablo 3. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyete göre t-testi karşılaştırma sonuçları

	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	t	p
Meşguliyet	Kadın	124	32,24	9,24	-2,80	,00
	Erkek	118	35,77	10,39		
Duygu Durum Düzenleme	Kadın	124	12,11	4,84	-2,30	,02
	Erkek	118	13,61	5,33		
Tekrarlama	Kadın	124	9,39	4,56	-1,35	,17
	Erkek	118	10,18	4,50		
Çatışma	Kadın	124	32,58	13,99	-3,09	,00
	Erkek	118	38,4	15,40		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kadın	124	86,33	27,80	-3,12	,00
	Erkek	118	98,00	30,36		

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyete göre karşılaştırılmasında; meşguliyet, duygu durumu düzenleme, çatışma alt boyutlar ve sosyal medya toplam puanlarında cinsiyete göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .05$). Erkek katılımcıların puan ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Öte yandan tekrarlama alt boyutunda ise cinsiyete göre anlamlı farklılık elde edilmemiştir ($p > .05$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir H_2 hipotezi doğrulanmamıştır.

Tablo 4. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının yaş gruplarına göre tek yönlü varyans analizi (ANOVA) karşılaştırma sonuçları

		n	\bar{X}	SS	F	p	Farklar
Meşguliyet	17-20 yaş	76	34,42	9,83	,10	,95	
	21-24 yaş	109	33,92	10,05			
	25-28 yaş	29	33,59	11,57			
	29 yaş ve üstü	28	33,32	8,52			
Duygu Durum Düzenleme	17-20 yaş	76	13,82	5,16	3,10	,02	1>4 2>4
	21-24 yaş	109	12,89	4,66			
	25-28 yaş	29	12,48	6,27			
	29 yaş ve üstü	28	10,43	4,98			
Tekrarlama	17-20 yaş	76	9,26	4,05	1,35	,25	
	21-24 yaş	109	10,34	4,94			
	25-28 yaş	29	10,00	4,48			
	29 yaş ve üstü	28	8,79	4,18			
Çatışma	17-20 yaş	76	34,66	13,82	3,77	,01	2>4
	21-24 yaş	109	38,26	15,92			
	25-28 yaş	29	33,79	15,31			
	29 yaş ve üstü	28	28,21	10,88			
Sosyal Medya Bağımlılığı	17-20 yaş	76	92,16	27,50	1,90	,13	
	21-24 yaş	109	95,40	30,86			
	25-28 yaş	29	89,86	34,07			
	29 yaş ve üstü	28	80,75	22,97			

1) 17-20 yaş, 2) 21-24 yaş, 3) 25-28 yaş, 4) 29 yaş ve üstü

Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının yaş gruplarına göre karşılaştırılmasında; duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyutlarında yaş gruplarına göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .05$). Farklılığın kaynağını tespit etmek için yapılan post hoc (LSD) testi sonuçlarına göre duygu durum düzenleme alt boyutunda; 17-20 yaş ile 29 ve üzeri yaş grupları arasında; 21-24 yaş ile 29 ve üzeri yaş grupları arasında; çatışma alt boyutunda ise 21-24 yaş ile 29 ve üzeri yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Öte yandan meşguliyet, tekraralama alt boyutları ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarında yaş gruplarına göre anlamlı farklılıklar elde edilmemiştir ($p > .05$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri yaşa göre farklılık göstermektedir H_3 hipotezi doğrulanmamıştır.

Tablo 5. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının sınıf düzeylerine göre tek yönlü varyans analizi (ANOVA) karşılaştırma sonuçları

	Sınıf	n	\bar{X}	SS	F	p	Farklar
Meşguliyet	1. sınıf	53	33,53	10,23	,07	,96	
	2. sınıf	103	34,22	10,21			
	3. sınıf	40	33,70	9,09			
	4. sınıf	46	34,13	10,09			
Duygu Durum Düzenleme	1. sınıf	53	12,79	5,07	,92	,42	
	2. sınıf	103	13,43	5,18			
	3. sınıf	40	12,30	4,24			
	4. sınıf	46	12,09	5,78			
Tekrarlama	1. sınıf	53	9,62	4,40	1,07	,36	
	2. sınıf	103	10,10	4,58			
	3. sınıf	40	8,70	4,05			
	4. sınıf	46	10,20	5,01			
Çatışma	1. sınıf	53	35,77	15,89	,26	,85	
	2. sınıf	103	36,20	15,45			
	3. sınıf	40	34,30	13,64			
	4. sınıf	46	34,28	14,15			
Sosyal Medya Bağımlılığı	1. sınıf	53	91,72	30,38	,31	,81	
	2. sınıf	103	93,95	30,71			
	3. sınıf	40	89,00	26,30			
	4. sınıf	46	90,70	29,53			

Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarında sınıf düzeylerine göre anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir ($p>.05$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri sınıf düzeyine göre farklılık göstermektedir H_4 hipotezi doğrulanmamıştır.

Tablo 6. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının kullanılan uygulamalara göre tek yönlü varyans analizi (ANOVA) karşılaştırma sonuçları

		n	\bar{X}	SS	F	p	Farklar
Meşguliyet	İnstagram	162	35,04	9,81	3,73	,01	1>,3,4 2>3
	Facebook	26	35,27	10,92			
	Twitter	22	29,09	8,92			
	Youtube	32	30,81	9,30			
Duygu Durum Düzenleme	İnstagram	162	13,33	4,88	2,71	,04	1>3
	Facebook	26	11,77	6,62			
	Twitter	22	10,32	4,75			
	Youtube	32	13,00	4,89			
Tekrarlama	İnstagram	162	10,36	4,76	3,55	,01	1>4
	Facebook	26	9,65	4,33			
	Twitter	22	8,59	4,50			
	Youtube	32	7,78	2,70			
Çatışma	İnstagram	162	36,86	14,82	2,46	,06	
	Facebook	26	35,77	15,48			
	Twitter	22	28,55	13,22			
	Youtube	32	32,66	15,30			
Sosyal Medya Bağımlılığı	İnstagram	162	95,59	28,81	3,64	,01	1>3,4
	Facebook	26	92,46	33,68			
	Twitter	22	76,55	26,94			
	Youtube	32	84,25	28,25			

1) İnstagram, 2) Facebook, 3) Twitter, 4) Youtube

Tablo 6 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının kullanılan uygulamalara göre karşılaştırılmasında; meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama alt boyutları ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarında uygulamalara göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<.05$). Farklılığın kaynağını tespit etmek için yapılan post hoc (LSD) testi sonuçlarına göre; meşguliyet alt boyutunda, instagram kullananlar ile twitter ve youtube kullananlar arasında; facebook kullananlar ile twitter kullananlar arasında; duygu durum düzenleme alt boyutunda, instagram kullananlar ile twitter kullananlar arasında, tekrarlama alt boyutunda; instagram kullananlar ile youtube kullananlar arasında; sosyal medya bağımlılığı toplam puanında ise, instagram ile twitter ve youtube kullananlar arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Öte yandan çatışma alt boyutunda ise anlamlı farklılık elde edilmemiştir ($p>.05$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri kullanılan uygulamalara göre farklılık göstermektedir H_5 hipotezi doğrulanmamıştır.

Tablo 7. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının öğrenim görülen okullara göre t-testi karşılaştırma sonuçları

	Okul	n	\bar{X}	SS	t	p
Meşguliyet	Sakarya	110	34,44	9,53	,68	,49
	Beykoz	132	33,56	10,31		
Duygu Durum Düzenleme	Sakarya	110	12,95	4,88	,29	,76
	Beykoz	132	12,75	5,35		
Tekrarlama	Sakarya	110	9,95	4,54	,54	,58
	Beykoz	132	9,63	4,55		
Çatışma	Sakarya	110	36,43	14,87	,95	,34
	Beykoz	132	34,59	15,03		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Sakarya	110	93,79	29,03	,84	,39
	Beykoz	132	90,55	30,10		

Tablo7 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının öğrenim görülen okullara göre karşılaştırılma sonuçlarına göre; öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının öğrenim görülen okullara göre anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir ($p>.05$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri okudukları okullarına göre farklılık göstermemektedir H_6 hipotezi doğrulanmamıştır.

Tablo 8. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medya kullanma araçlarına göre t-testi karşılaştırma sonuçları

	Kullanılan Cihaz	n	\bar{X}	SS	t	p
Meşguliyet	Masa üstü ve Mobil Cihaz	54	34,19	11,04	,18	,85
	Yalnız Mobil Cihazlar	188	33,90	9,66		
Duygu Durum Düzenleme	Masa üstü ve Mobil Cihaz	54	13,69	5,99	1,36	,17
	Yalnız Mobil Cihazlar	188	12,61	4,85		
Tekrarlama	Masa üstü ve Mobil Cihaz	54	10,26	4,82	,87	,38
	Yalnız Mobil Cihazlar	188	9,64	4,47		
Çatışma	Masa üstü ve Mobil Cihaz	54	37,02	15,21	,88	,37
	Yalnız Mobil Cihazlar	188	34,97	14,89		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Masa üstü ve Mobil Cihaz	54	95,15	31,44	,87	,38
	Yalnız Mobil Cihazlar	188	91,13	29,08		

Tablo 8 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medyaya ulaşma araçlarına göre anlamlı farklılıklar göstermediği tespit edilmiştir ($p>.05$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri birlikte yaşadığı kişilere göre farklılık göstermektedir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri kullandıkları cihazlara göre farklılık göstermektedir H_7 hipotezi doğrulanmıştır.

Tablo 9. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının yaşadığı kişilere göre tek yönlü varyans analizi (ANOVA) karşılaştırma sonuçları

		n	\bar{X}	SS	F	p	Farklar
Meşguliyet	Aile	172	33,01	9,56	3,13	,04	3>1
	Yalnız	16	38,06	13,28			
	Arkadaş	54	35,81	9,71			
Duygu Durum Düzenleme	Aile	172	12,59	5,12	1,98	,13	
	Yalnız	16	15,25	6,80			
	Arkadaş	54	12,94	4,49			
Tekrarlama	Aile	172	9,25	4,10	4,17	,01	3>1
	Yalnız	16	10,94	5,79			
	Arkadaş	54	11,13	5,20			
Çatışma	Aile	172	33,25	13,84	6,80	,00	3>1
	Yalnız	16	38,81	20,37			
	Arkadaş	54	41,37	15,06			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Aile	172	88,10	27,84	5,44	,00	3>1
	Yalnız	16	103,06	41,14			
	Arkadaş	54	101,26	28,85			

Tablo 9 incelendiğinde öğrencilerin meşguliyet, tekrarlama, çatışma alt boyutları ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarında yaşadığı kişiye göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<.05$). Farklılığına kaynağını tespit etmek için yapılan post hoc (LSD) testi sonuçlarına göre; meşguliyet, tekrarlama, çatışma ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarında arkadaşları ile yaşayanlar ile ailesi ile yaşayanlar arasında anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Öte yandan duygu düzenleme alt boyutunda ise anlamlı farklılıklar saptanmamıştır ($p>.05$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri birlikte yaşadığı kişilere göre farklılık göstermektedir H_8 hipotezi doğrulanmıştır.

Tablo 10. Öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişki sonuçları

		Meşguliyet	Duygu Durum Düzenleme	Tekrarlama	Çatışma	Sosyal Medya Bağımlılığı
Kullanma Süresi	r	,307	,269	,121	,153	,246
	p	,000**	,000**	,060	,017*	,000**

Tablo 10 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya kullanma süresi ile meşguliyet arasında pozitif yönde orta düzeyde; duygu durum düzenleme, çatışma ve sosyal medya bağımlılıkları toplam puanları ile sosyal medya kullanma süresi arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir ($p < .01$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medya bağımlılıkları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır H_0 hipotezi doğrulanmıştır.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi, kullanılan uygulamalar, öğrenim gördükleri okul, sosyal medya kullanım araçları, birlikte yaşadığı kişiler, sosyal ağları kullanım süresi gibi çeşitli değişkenler açısından incelenerek, anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin toplam puan üzerinden değerlendirmesine göre 'az bağımlı' düzeyinde bulunduğu görülmektedir. Buna göre elde edilen bu sonuç beklenenin aksine bir sonuç olsa da, literatürdeki bu konu ile ilgili yapılmış bazı araştırma sonuçları ile de benzer niteliktedir (Aktan, 2018). Bu bulgu ile benzer sonuç içeren Tutgun-Ünal (2015)'in çalışma sonuçlarına göre de üniversite öğrencilerinin; sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarına göre az bağımlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgulara göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanları yapılan çalışma sonuçları ile paralellik göstermektedir. Ayrıca araştırmaya katılan kişilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin alt faktörler açısından değerlendirilmesinde; duygu düzenleme ve meşguliyet alt boyutları bakımından orta bağımlı, tekrarlama ve çatışma alt boyutları bakımından az bağımlı oldukları sonucu elde edilmiştir.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılığının cinsiyetlerine göre, tekrarlama alt boyutu hariç, diğer alt boyutlarda ve ölçeğin toplamında farklılaştığı belirlenmiştir. Sonuçlar erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin kız öğrencilere göre daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu Esen (2010), Tanrıverdi ve Sağır (2014) tarafından yapılan araştırma bulguları ile desteklenmektedir. Bu noktada erkek öğrencilerin sosyal medyada olanları kız öğrencilere göre daha fazla merak ettiği, sosyal medyayı daha fazla kullandığı, sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğu ve dolayısıyla da sosyal medyada erkek öğrencilerin kız öğrencilere nazaran daha fazla zevk aldıkları ve bağımlılık geliştirdikleri söylenebilmektedir.

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının yaş gruplarına göre karşılaştırılmasında; duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyutlarında farklılık görülmüştür. Buna göre yaşları 21-24 yaş grubundakilerin sosyal medya çatışmalarının 29 ve üzeri yaş grubundakilere göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Yani bu yaş aralığındaki öğrencilerin sosyal medya kullanımından dolayı daha fazla olumsuz etkilendikleri söylenebilmektedir. Meşguliyet, tekrarlama alt boyutları ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarında ise yaş gruplarına göre anlamlı farklılıklar elde edilmemiştir. Aynı şekilde sınıf düzeylerine ve öğrenim görülen okullara göre de farklılık görülmemiştir. Tutgun-Ünal (2015) ve Gürültü (2016) yapmış oldukları çalışmalarının sonucuna göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanlarının sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuçlar, çalışmamızın sonucu ile paralellik göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların sosyal medya uygulamalarını kullanım oranları şu şekildedir: % 66,9 Instagram, %13 YouTube, %10 -Facebook, %9 -Twitter. Buna göre en çok kullanılan sosyal medya uygulamasının Instagram olduğu görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığının kullanılan uygulamalara göre karşılaştırılmasında; meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama alt boyutları ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarında uygulamalara göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı toplam puanında instagram ile twitter ve youtube kullananlar arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Öte yandan çatışma alt boyutunda ise anlamlı farklılık elde edilmemiştir.

Özellikle gençler arasında kullanımı oldukça yaygın olan mobil telefonların (Şar, 2013) sosyal medyaya ulaşma noktasında da büyük oranda tercih edildiği çalışmamızın sonuçlarında görülmektedir. Türkdoğan (2019)' un 'Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği' adlı çalışmasında da benzer sonuç elde edilmiş olup, çalışmasında bu oranın yüzde 62 civarında olduğu görülmektedir. Bu durum sosyal medya uygulamalarına bağlanmakta mobil cihazların giderek daha çok kullanıldığını göstermektedir. Yine çalışma bulgularına göre katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medyaya ulaşma araçlarına göre anlamlı farklılık göstermediği de tespit edilmiştir.

Öğrencilerin meşguliyet, tekrarlama, çatışma alt boyutları ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarında arkadaşı ile yaşayanlar ile ailesi ile yaşayanlar arasında anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Öte yandan duygu düzenleme alt boyutunda ise anlamlı farklılıklar saptanmamıştır.

Öğrencilerin sosyal medya kullanma süresi ile meşguliyet arasında pozitif yönde orta düzeyde; duygu durum düzenleme, çatışma ve sosyal medya bağımlılıkları toplam puanları ile sosyal medya kullanma süresi arasında pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Buna göre katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerinin ve sosyal medyaya ayırmış oldukları sürelerin artması, kişilerin sosyal medya bağımlılığında belirleyici olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla araştırma bulgularına göre kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi de artabilmektedir. Bu bulgu Balcı ve Gölcü (2013) ve Türkdoğan (2019) un çalışma sonucu ile benzer yöndeki bir bulgudur. Bu noktada kişilerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin artması bağımlılık düzeylerinin artmasına yol açmasının önüne geçebilmek adına gençlerin sosyal medyayı kullanım sıklıklarının kontrol edilmesi ve belli düzeylerde sınırlandırılmasının önemli olduğu bir gerçektir.

Bu noktada gençlerin sosyal medyada fazlaca vakit geçirmelerinin önüne geçebilmek adına üniversitelerde çeşitli sosyal faaliyet alanları oluşturulması ve sosyal medya kullanımının fazla olması sonucunda kişilerin yaşayabileceği olumsuzluklar konusunda gerekli bilgilendirmelerin yapılması gibi birçok önlem alınabileceği söylenebilmektedir. Bu araştırma üniversite öğrencileri arasında giderek artan oranlarda kullanılmaya başlanan sosyal medya bağımlılığının oluşumundaki risk faktörlerinin belirlenmesi ve araştırma kapsamındaki değişkenler açısından ne derecede etkileyip etkilemediğinin belirlenmesi açısından literatüre katkı sağlayacaktır. Daha sonraki yapılacak çalışmalara ışık tutması açısından bu tür çalışmalar oldukça önemlidir. Alınacak tedbirlerin belirlenmesi için, sosyal medya bağımlılığının gelişiminde etkili olabilecek değişkenlerin belirlenmesi şarttır. Bu nedenle benzer bilimsel çalışmaların farklı değişkenler açısından daha fazla üniversite öğrencisi dahil edilerek, olabildiğince geniş kapsamlı olarak yapılması önerilir.

Kaynakça

- Ağyar Bakır, B. & Uzun, B. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*. Advance online publication <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.3.0046>.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Andreassen, C., S. (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110, 2, 501-517.
- 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. (2013). Facebook Addiction Among University Students in Turkey: 'Selçuk University Example'. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (34): 255-278.
- Byun, S., Ruffini, C., Mills, J. E., Douglas, A. C., Niang, M., Stepchenkova, S., Lee, S. K., Loutfi, J., Lee, J. K., Atallah, M., Blanton, M. (2009). Internet addiction: Metasynthesis of 1996-2006 quantitative research. *Cyber psychology&Behavior*, 12(2), 203-207.
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 11 (3), 14-19.
- Durak, H. ve Seferoğlu, S.S. (2016). Türkiye'de Sosyal Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Ağ Kullanım Örüntülerinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 526-535.
- Eijnden, R. V., Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior* (61), 478-487.
- Esen, E. (2010). *Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı, İzmir.
- Gürültü, E. (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Griffiths MD, Szabo A. Is excessive online usage a function of medium or activity? An empirical pilot study. *J BehavAddict*, 2014;3:74-77.
- Holden, C. (2001). Behavioral Addictions: Do They Exist? *Science*, 294: 980-982.
- Kandell, J.J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students, *Cyber psychology&Behavior*, 1, 11-17.

- Kuss DJ, Griffiths MD. Online social networking and addiction –a review of the psychological literature. *Int J Environ ResPublic Health*, 2011;8:3528– 3552.
- Saymer İ. (2008). *Sanal ortamda halkla ilişkiler*: Beta Yayınları.
- Şar, A.H. (2013). Examination of loneliness and mobil phone addiction problem observed in teenagers from the some variables. *The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science*, 6(2). 1207-1220.
- Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Yıl: 7(18), 776-821.
- Türkdoğan, R.D. (2019). *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. Kayseri.
- Tutgun, A., Deniz, L. ve Moon, Man-Ki. (2011). “A comparative study of problematic internet use and loneliness among Turkish and Korean prospective teachers”, *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10(4), 14-30.
- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi, *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181
- Tutgun-Ünal A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi. *Route Edu SociSci J*. 3(2):155-81.
- Tutgun-Ünal, A. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği, *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*. (2); 49-80.
- Türkiye Bağımlılıkla Mücadele Eğitim Programı. (2015). *Teknoloji canavara dönüşmeden*. İstanbul: Şekil Ofset. http://tbm.org.tr/media/1891/ortaokul_teknoloji_kitap.pdf adresinden 01.06.2019 tarihinde edinilmiştir.
- Ünlü, F. (2018). Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (1), 161-172.