

Yıldız, E. ve Koçak, O. (2020). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(3), 1102-1126.

Araştırma

Makale Geliş Tarihi: 28.01.2020
Makale Kabul Tarihi: 23.05.2020

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE ALGILANAN SOSYAL DESTEK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation of the Relationship between Social Media Addiction and Perceived Social Support in University Students

Esra YILDIZ*

Orhan KOÇAK**

* Araştırma Görevlisi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, esrayildiz@esenyurt.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-2912-1231

** Prof. Dr. İstanbul Üniversitesi- Cerrahpaşa Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, orhan.kocak@istanbul.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0281-8805

ÖZET

Sosyal medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek kavramları son yıllarda farklı araştırmalara konu olmuştur. Alan yazında birçok farklı değişkenle ilişkisi incelenen bu kavramların birlikte bir çalışma konusu olmadığı görülmüştür. Bu kapsamda bu araştırmada; İstanbul'da bulunan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım ve bağımlılık düzeyi ile algılanan sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkiyi ölçmek amaçlanmıştır. İlişkisel tarama modelindeki araştırmanın verileri "Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği: Yetişkin Formu" ve "Çok Yönlü Algılanan Sosyal Destek Ölçeği" ile İstanbul'da üniversitelerde öğrenim gören 410 öğrenciden toplanmıştır. Verilerin çözümlenmesinde SPSS 22.0 programı kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre; medeni durumun aile ve arkadaş hariç değer verilen özel bir kişiden alınan destek ile, sosyal medya kullanım amacı ve kullanılan sosyal medya platformu sayısının ise algılanan sosyal destek ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile ilişkili olduğu, sosyal medya kullanım süresinin artması ile sosyal medya bağımlılığının arttığı ve sosyal medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek düzeylerinin fakülte ve bölüm bazında değişiklik gösterdiği anlaşılmıştır. Sonuç olarak, algılanan sosyal destek düzeyi ve alt boyutlarının sosyal medya bağımlılığını negatif yönde etkilediği görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı, Algılanan Sosyal Destek, Üniversite Öğrencileri

ABSTRACT

Social media addiction and the perceived social support terms have been mentioned in different researches in recent years. It was seen that the terms whose relationship with different variables was analyzed in the literature are not a study subject together. Within this

scope, it was aimed to measure the relation of using social media and the addiction level of students who study at some universities in İstanbul to the perceived level of social support in this research. Data of the research in the relational screening model was collected from 410 students who study at universities in İstanbul with “social media addiction scale: Adult Form” and “Multi-faceted Perceived Social Support Scale”. SPSS 22.0 program was used in analyzing data. According to the research findings, the marital status is related to the support received from a private person valued excluding family and friends, the purpose of social media use and the number of social media platforms used is perceived levels of social support and social media addiction, social media addiction increases with the increase in social media usage time and social media addiction and perceived social support levels differed on the basis of faculty and department. The results have shown that the perceived level of social support and sub-dimensions of it affect social media addiction negatively.

Key words: Social media, Social Media Addiction, Perceived Social Support, University Students

1. GİRİŞ

Sosyal medya kullanımı, akıllı telefonların yaygınlaşması ve sosyal medya platformlarının telefonlara uygulama halinde yüklenerek kolayca ulaşılabilir olması etkisi ile günümüzde büyük bir artış göstermektedir. Sosyal medya kullanımının; iletişim kurmak, oyun oynamak, bilgiye ulaşım için arama yapmak gibi birçok sebebi vardır. Sosyal medyanın bu çok yönlülüğü bireylerin başka bir desteğe ihtiyacını azaltmaktadır. Buna bağlı olarak günümüzde sosyal medyanın aşırı ve bilinçsiz kullanımını ifade eden sosyal medya bağımlılığı önemli bir sorun haline gelmiştir.

Sosyal medya bağımlılığının depresyon, bireylerin beğenilme ihtiyacı ve arkadaşlarının sosyal medyada daha fazla vakit geçirmesi gibi birçok sebebi bulunmaktadır. Bireylerin çevresinden gördükleri desteğin bireylerin nasıl algıladığını ifade eden ‘algılanan sosyal destek’ kavramı da sosyal medya bağımlılığının nedenleri arasında bulunmaktadır. Bireylerin sosyal destek kaynakları ve sosyal destek algıları bireyler üzerinde büyük etkilere ve koruyucu bir role sahiptir. Örneğin, sosyal destek sistemleri ve sosyal destek algısı bireyde olası psikolojik zararları ve farklı psikolojik rahatsızlıklar ve bozuklukların oluşumunu engellemesi açısından önemlidir. Bu nedenle sosyal destek kaynaklarının ve sosyal destek algılarının bireyler üzerindeki olumsuz etkileri sosyal medya bağımlılığına zemin hazırlayabilmektedir.

Bu çalışma algılanan sosyal destek düzeyinin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisini ölçmeyi ve sosyal destek kaynakları ve sosyal desteğin algılanma biçiminin bireylerin bağımlılığı üzerindeki rolünü kanıtlamayı amaçlamaktadır. Çalışma bağımlı bireylerin değerlendirme, müdahale ve rehabilite çalışmalarının sosyal destek kaynakları göz önüne alınarak yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Yapılan çalışma sosyal

medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek kavramları arasındaki ilişki hakkında alan yazındaki boşluğu doldurmak üzere atılan bir adım olarak düşünülmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı

Temeli iletişim kurmak olan internet, 1960'lı yıllarda Amerika'da kullanılmaya başlanmıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde ise internet özelinde sosyal medya büyük bir gelişim göstermiş, sosyal medya platformları tüm dünyaya yayılmıştır (Arısoy, 2009). Son yıllarda en önemli iletişim araçları uygulamalarından biri olan sosyal medya, internet ve mobil araçların gelişimi sonucunda ortaya çıkmıştır. Yüz yüze iletişimin sağladığı etkiyi sanal ortamda oluşturan sosyal ağlar internetin en önemli dallarından biri olmuştur. İstatistiklere göre Türkiye'de aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 2 milyonluk bir artış göstererek 52 milyona (nüfusun %63'ü) ulaşmıştır (<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>).

Sosyal medya platformları; kullanıcıların kendi adına profil sayfaları oluşturabildikleri ve profil sayfaları üzerinden içerikler yayınlatabildikleri bir tür web platformlarıdır. Sosyal medya; bireyler tarafından fikirler, deneyimler, kavrama yetileri, algılar, müzik, fotoğraf ve videoları başkaları ile paylaşmak amacı ile kullanılan araçlar ve platformlar kümesi olarak tanımlanmaktadır (Vural ve Bat, 2010). Yapılan araştırmalarda sosyal medya platformlarının bireylerin düşüncelerini, görüşlerini ve yaşamlarını ayrıntıları ile paylaşmalarını teşvik eden bir ortam olduğu ileri sürülmüştür (Paul ve Dredze, 2011).

Bireylerin sosyal medya kullanım nedenleri farklılık göstermektedir (Tektaş, 2014). Milyonlarca internet kullanıcısı, arkadaşlarıyla bağlantıda kalmak, yeni arkadaşlar bulmak, fotoğraflarını, videolarını ve blog içeriklerini paylaşmak için sosyal medyayı kullanmaktadır. Günümüzde ise akıllı telefonlara uygulama olarak yüklenebilmesi sebebiyle sosyal medya platformlarına erişim daha hızlı gerçekleşmektedir. Bireylerin kısa bir süre aktif olma düşüncesi ile girdikleri sosyal medya platformlarında günün önemli kısmını geçirdikleri bilinmektedir. 2021 yılında ise aktif sosyal medya kullanıcı sayısının, dünya nüfusunun yaklaşık üçte birine, yani yaklaşık 3.02 milyara ulaşması beklenmektedir (<https://www.statista.com>, 2019).

Genelde internet ve özeldede sosyal medya platformları, bireylerin gelişimi için destek sunmanın yanında kontrolsüz kullanımı durumunda bağımlılığa yol açabilmektedir (Çınar ve Mutlu, 2019). Bağımlılık, bireyin bir maddeye karşı aşırı ve karşı konulmaz

istek duyması, bu isteği durdurmak konusunda zorluk yaşaması, bireyin kullandığı maddenin olumsuz sonuçlarını görmesine rağmen kullanımını sürdürmesi ve maddeye karşı tolerans geliştirmesi sebebiyle madde kullanım dozunu ve sıklığını arttırma durumudur (Dilbaz, 2013). Bu durumun bir alt faktörü olan internet bağımlılığı ise kişinin bilgisayar kullanımı üzerindeki kontrolünü kaybetmesi, sanal dünyalarda çok fazla zaman geçirmesi ve hayatındaki diğer faktörleri ihmal etmesidir. (Feindel, 2019). İnternet tarafından bireylere sunulan imkanların artması, bireylerin iş ve sosyal yaşamlarında problemler oluşmasına zemin hazırlayabilmektedir.

Sosyal medyaya internet üzerinden erişim sağlanması sebebiyle sosyal medya bağımlılığı ile internet bağımlılığının birbirlerinden ayrı düşünülmesi imkansızdır. İnternet bağımlılığı terimi ilk olarak Dr. Ivan Goldberg tarafından 1996 yılında kullanılmış ve günümüze kadar internet bağımlılığı üzerine birçok araştırma yapılmıştır. İnternet ve sosyal medya bağımlılıkları tanımlamaları zamanla literatürde varlık göstermesine rağmen günümüzde, bu bağımlılıklar kimyasal maddeye dayalı olmayan davranışsal bağımlılıklar olduğu için, internet/ sosyal medya aşırı kullanımının bir bozukluk olması ile bir davranış örüntüsü olması arasında tartışmaların var olduğu bilinmektedir. İnternet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı, Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı-DSM 5'te sınıflandırılan bozukluklar arasında yer almamıştır (Yüksel-Şahin ve Öztoprak, 2019). Fakat sosyal medya platformlarının telefonlara uygulama olarak yüklenebilmesi ile bu platformlara erişimin kolaylığının sağlanmış olması, diğer bir açıdan bakıldığında ise sosyal medya platformlarında öne çıkan haber ve paylaşımların toplumların gündeminde büyük bir yer tutması, bu platformların dünya genelinde kullanımının yaygınlığını arttırmış ve arttırmaya devam etmektedir. Zamanla artan sayıda kişinin bu platformları kullanım sürelerinin bağımlılık düzeyine ulaşmış olması da sosyal medya bağımlılığı kavramının tanımlanması gereksinimini doğurmaktadır.

Farklı araştırmaların sonuçlarına bakıldığında yeni teknolojilerin aşırı kullanımının (ve özellikle sosyal medya kullanımının) özellikle gençleri bağımlılığa yönelttiği görülmektedir. (Echeburua ve Corral, 2010, akt: Kuss ve Griffiths, 2011). Anderson (2010); akranlarıyla karşılaştırıldığında internet aşırı kullanımı görülen öğrencilerde, internet kullanımının akademik çalışma, yeni bireylerle tanışma ve uyku düzeni gibi aktiviteleri olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Bu nedenle internet ve sosyal medya bağımlılığından en kötü etkilenebilecek grup gençlerdir. Özellikle oldukça sık karşılaşılan öğrencilerin internet ve sosyal medya aşırı kullanımı; öğrencilerin

biyopsikososyal açıdan olumsuz yönde etkilemesinin yanında akademik başarılarında da düşüşe neden olmaktadır (Cengizhan, 2003).

2.2. Algılanan Sosyal Destek

Sosyal destek bireye yakın çevresinin sağladığı tüm psikolojik ve ekonomik yardımlardır (Yılmaz vd., 2008). Bireyin sosyal destek kaynaklarını; yaşamında büyük bir öneme sahip olan ve hatta bireyin yaşamını yönlendirebilen ebeveynler, eş yada partner, aile, akraba, arkadaş gibi bireyler oluşturmaktadır. Krizler veya yaşanan olumsuz olaylar neticesinde bireyler, uyum süreci ve sağlığı için büyük bir önem arz eden sosyal çevresinden yardım alma ihtiyacı hissederler (Çakır ve Palabıyıklıoğlu, 1997). Sosyal destek, bireylerin sosyal ilişkilerine tatmin edici bir düzeyde devam edebilmesinde, yalnızlık hissini azaltılması ve mümkünse giderilebilmesinde, çevresi ile arasındaki uyumun ve psikolojik iyilik halinin sürdürülebilmesinde, genç açısından önemli bir kaynak ve ihtiyaçtır. (Yılmaz vd., 2008). Birçok araştırmada, biyopsikososyal sorunların çözümü, önlenmesi ve tedavisi konusunda, ayrıca mücadele gerektiren zor durumların üstesinden gelinmesi konusunda sosyal destek sistemleri bireyler için en güçlü kaynaklardır (Yıldırım, 1997).

Bireysel ve sosyal çevre arasında var olan karşılıklı etkileşimin bir ürünü olan insan davranışı sosyal ağların varlığı ile şekillenmektedir. Sosyal ağ içerisinde; ev, aile, okul, toplum gibi sistemler yer almaktadır. Bu sistemlerin biri içinde oluşan bir değişim bu sistem haricindeki sistemleri doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir (Tortop ve diğ., 1999). Bireylerin sosyal ağ sistemlerinden yeterince destek bulamadığını düşünmeleri veya sosyal destek sistemlerinin zayıflığı ise teknoloji çağı olarak adlandırılan bu çağda bireyleri internet ve özelinde ise sosyal medyaya itmekte, bireyler gerçek yaşamda çevresinden göremediği desteği bu sistemlerde aramaktadır. Örneğin, bireylerin gerçek yaşamda gördüğü değer azlığı, diğer bireylerle iletişim kurmasının kolay olmaması buna karşın popüler olmayı istemeleri üzerine bireyler sosyal medya platformlarında yaptıkları paylaşımlarla beğenilen ve değer gören kişiler haline gelebilmektedir. Bunun en temel sebebi ise, bireylerin daha çok mutlu oldukları ve değer gördüklerini düşündükleri ortamlara karşı daha ilgili olmaları, bu ortamlarda bulunmayı tercih etmeleri ve kendilerini ifade edebildikleri, destek ve değer gördükleri yeri sosyal medya ortamı olarak görmeleridir. Bireyler bu etkenlerin sonucunda zamanlarının büyük bölümünü sosyal medya platformlarında geçirmektedirler (Ünlü, 2018). Bu konuda da çalışmalar yürüten psikolog ve sosyal hizmet uzmanı gibi, odağını insan ilişkileri olarak belirlemiş profesyoneller, bir sorun

ile baş etmek için yardıma ihtiyacı olan müracaatçıyı çevresindeki sosyal ağ ve destek sistemleri ile değerlendirip müracaatçının kendi içindeki psikolojik süreçlerinin yanında iletişimde bulunduğu ve müracaatçıyı biyopsikososyal yönden etkileyen dış faktörleri de ele alarak “çevresi içinde birey” bakış açısı ile terapi ve tedavi gerçekleştirmektedirler (Ashman ve Zastrow, 1990).

2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Algılanan Sosyal Destek İlişkisi

Alan yazında bireylerin internette en fazla sosyal ağlarda zaman geçirdiklerini belirten çalışmalar mevcuttur (Eraslan ve Çakıcı-Eser, 2015, Akıncı ve Bat, 2010). TÜİK'in 2019 yılı Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'nda ise internet kullanımı içerisinde ilk sırada %93,9 oranı ile mesajlaşma yer alırken ardından %82,7 oranı ile internet üzerinden telefonla görüşme, sesli veya görüntülü konuşmalar ve sosyal medya kullanımı gelmektedir (TÜİK, 2019). Bu veriler ise sosyal medya bağımlılığına zemin hazırlamaktadır.

Yapılan araştırmalarda 18-34 yaş arası, genç yaş grubunda, sosyal medya kullanımında büyük bir artış görülmüştür (Karadağ ve Akçınar, 2019). We Are Social ve Hootsui (2019) tarafından yapılan çalışmanın “İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri” raporunun Türkiye verilerinde de sosyal medya kullanan bireylerin %57'sinin 18-34 yaş arasındaki kullanıcılar olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlar sosyal medya bağımlılığının gençlerde diğer yaş gruplarına göre daha fazla görülmesi olasılığını doğurmakta ve gençleri sosyal medya bağımlılığı açısından tehdit etmektedir.

Algılanan sosyal destek ile ilgili yapılan bir araştırmada, gençlerin yaşları ile sosyal destek algıları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Araştırmadan çıkan sonuç; gençlerin yaşının artarken sosyal destek algılarının düşmekte olduğudur. Ayrıca aynı araştırmada, gençlerin sınıf düzeyi ile sosyal destek algıları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür (Taşdemir, 2016).

Literatürde bulunan farklı çalışmalar incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal destek algısını bir arada ele alan ve değerlendiren bir çalışma bulunamamıştır. Yapılan literatür taramasında araştırmamıza yakın konulardan biri olan internet ve sosyal destek algısını ele alan çeşitli çalışmalar bulunmuştur. Ayrıca bazı çalışmalarda internet bağımlılığı araştırılsa da sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Karasu ve diğ. (2017) internet bağımlılığı ve sosyal destek ilişkisinin incelendiği çalışmalarında öğrencilerin interneti daha çok sosyal medya platformlarına erişim ve sosyal medya platformlarında mesajlaşma amacıyla

kullandıkları belirtilmiştir. Bu gibi çalışmalardan birinde gençlerin sosyal destek algıları ile yalnızlık ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Gençlerin sosyal destek algılarının yükselmesi ile yalnızlık düzeylerinin düştüğü belirtilmiştir. Aynı çalışmada, gençlerin yalnızlık düzeylerinin internet bağımlılığını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Taşdemir, 2016).

Gençlerin sosyal destek algısı arttıkça; internet bağımlılığı düzeylerinin düştüğü görülmektedir. Batıgün ve Kılıç (2011), çalışmalarında, internet bağımlılığı puanlarının yüksek olduğu grubun sosyal destek algısının daha düşük olduğunu belirtmişlerdir. Kraut ve diğ. (1998) ise yaptıkları bir çalışmada internetin aşırı kullanımının aile ve yakın sosyal çevre ile iletişimde düşüşe neden olduğunu ve internet bağımlılığı ile sosyal destek arasında negatif bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde çalışmanın amacı ve gerekçesine, desenine, çalışma grubuna, sorularına, hipotezlerine, veri toplama araçlarına, veri analiz yöntemine ve çalışmanın sınırlılıklarına yer verilmiştir.

3.1. Çalışmanın Amacı ve Gerekçesi

Alan yazında sosyal medya bağımlılığı ile birçok psikososyal değişkenleri ölçmeye yönelik çalışma olsa da algılanan sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmaların sayısının azlığı dikkat çeken bir olgudur. Bu nedenle araştırmada İstanbul'da bulunan üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanım ve bağımlılık düzeyi ile algılanan sosyal destek düzeyi ilişkisini ölçmek ve ele almak amaçlanmıştır.

3.2. Çalışmanın Deseni

Bu araştırma, ilişkisel tarama modeli ile tasarlanmış betimsel bir çalışmadır. Çalışma geçmişte veya içinde bulunan anda, var olan bir durumu, var olan şekli ile betimlemeyi amaç edinen araştırma yaklaşımları olan tarama modellerine uygun olarak araştırmaya konu edilen olay, birey, ya da nesne, var olan koşullar içerisinde ve var olan şekli ile tanımlanmaya çalışılmıştır. Çalışma, çok sayıda elemana sahip bir evren üzerinde kapsamlı bir yargıya ulaşmak amacıyla evrenin tamamı veya evren içerisinden alınacak bir grup, örnek veya örneklem üzerinde oluşturulan tarama düzenlemeleri ile gerçekleştirilmiştir (Karasar, 2012, 77).

3.3. Çalışmanın Hipotezleri

1- Katılımcıların demografik özelliklerine göre sosyal medya bağımlılığı ile algılanan sosyal destek düzeyleri anlamlı farklılık gösterir.

2- Katılımcıların sosyal medya ile ilgili demografik bilgilerine göre sosyal medya bağımlılığı ile algılanan sosyal destek düzeyleri anlamlı farklılık gösterir.

3- Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ile algılanan sosyal destek düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık ve negatif bir ilişki vardır.

3.4. Çalışma Grubu

Araştırma sosyal medya kullanımı ve sosyal destek algısı ilişkisini ölçmek amacı ile üniversite okumakta olan öğrencilere yönelik İstanbul ilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini İstanbul'da sağlık, sosyal bilimler, mühendislik, öğretmenlik, islami ilimler ve bilgisayar alanlarında öğrenimine devam eden 410 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Katılımcılardan herhangi bir kimlik bilgisi alınmamıştır. Katılımcıların anketleri doldurmaları için bir zaman kısıtlaması belirlenmemiş, bireyler uygulamayı yaklaşık 10 dakika içerisinde tamamlayabilmişlerdir. Veri toplama işlemine 2019 yılı Ekim ayı içerisinde başlanmış ve Aralık ayı içerisinde tamamlanmıştır.

3.5. Veri Toplama Araçları

Araştırmaya dahil olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlıkları ile algılanan sosyal destek düzeyleri ilişkisinin ölçülebilmesi için üç bölümden oluşan toplam 45 soru içeren bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu, aşağıda tanımlanmış olan form ve ölçekler ile desteklenmiştir:

3.5.1. Kişisel Bilgi Formu

Form içerisinde cinsiyet, yaş ve medeni durum gibi demografik değişkenler ile birlikte, katılımcıların akademik hayatına yönelik olarak; hangi bölüm ve sınıfta okudukları, not ortalamaları ve sosyal medya kullanımlarının öğrenilmesi amacıyla; günlük sosyal medya kullanım süresi ve sosyal medya kullanım amaçlarını sorgulamaya yönelik sorular bulunmaktadır.

3.5.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Ölçek "(1) Bana hiç uygun değil", "(2) Bana uygun değil", "(3) Kararsızım", "(4) Bana uygun", "(5) Bana çok uygun" şeklinde beşli likert tipi bir ölçektir. Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiş ve geçerlik güvenirlik çalışması yapılmıştır. Şahin ve Yağcı (2017), çalışmalarında ölçeğin geneli için Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı

,94; alt boyutlardan sanal tolerans için ,92 ve sanal iletişim için ,91 olarak bulunmuşlardır. Ölçek 18'i olumlu ve 2'i olumsuz maddelerden oluşmaktadır. Olumsuz ifadeler tersi kodlama ile puanlanmıştır. Gerçekleştirilen güvenilirlik çalışması sonucu 2 alt boyut -sanal tolerans, sanal iletişim- ve 20 betimlemeden oluştuğu belirlenmiştir. Sanal tolerans alt boyutu içerisinde 1-11'inci maddeleri, sanal iletişim alt boyutu içerisinde ise 12-20'inci maddeleri bulunmaktadır. Ölçekte ters puanlanan iki madde (5. ve 11. maddeler) bulunmaktadır. Ölçekten en yüksek 100 puan, en düşük ise 20 puan alınabilmektedir. Elde edilen puanın yüksek olması, bireyin kendini "sosyal medya bağımlısı" olarak algıladığı şeklinde değerlendirilmektedir.

3.5.3. Çok Yönlü Algılanan Sosyal Destek Ölçeği

Bu ölçek Zimet vd., (1988) tarafından geliştirilmiş ve Cronbach Alfa katsayısı önemli diğer kişi alt boyutu için ,91, arkadaş alt ölçeği için ,85, aile alt ölçeği için ,87 ve ölçeğin geneli için ,88 olarak bulunmuştur. Ölçek, bireyin sosyal destek kaynağının yeterliliğini ölçmek amacı ile "(1) Tamamen Katılmıyorum" ile "(7) Tamamen Katılıyorum" maddeleri arasında değişen maddelere sahip, 7'li likert şeklinde bir ölçektir. 12 madde içeren ölçek; aile, arkadaş ve diğer önemli kişi olmak üzere üç alt boyuttan meydana gelmektedir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 84, alınabilecek en düşük puan ise 12'dir. Ölçekten yüksek puan alınması algılanan sosyal desteğin yüksek, düşük puan alınması ise algılanan sosyal desteğin düşük olduğunu ifade etmektedir.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 22.0 programında frekans analizi, t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve regresyon testleri kullanılarak analiz edilmiştir.

3.7. Sınırlılıklar

Bu çalışma, zaman kısıtlılığı ve örneklem fazlalığı nedeniyle İstanbul ilinde gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmanın bilgi vereni, İstanbul'da okuyan gönüllü olarak anket dolduran üniversite öğrencileridir.

Bu çalışma hazırlanan demografik ve ölçek soruları ile sınırlıdır.

Bu çalışma sonucunda ulaşılabilecek bulgular, varılacak sonuçlar ve genellemeler araştırmanın evreni kapsamında geçerlidir.

BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Ait Bulgular

Tablo 1. Demografik Bilgiler İle İlgili Frekans ve Yüzde Değerleri

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Erkek	84	20,5	Bekar	393	95,9
Kadın	326	79,5	Evlü	17	4,1
Sınıf	Bölüm				
Hazırlık	13	3,2	Sağlık	124	30,2
1. Sınıf	63	15,4	Sosyal	149	36,3
2. Sınıf	146	35,6	Mühendislik	81	19,8
3. Sınıf	93	22,7	Öğretmenlik	28	6,8
4. Sınıf	95	23,2	İslami İlimler	10	2,4
			Bilgisayar	18	4,4

Tablo 1 incelendiğinde, örneklem grubunu oluşturan bireylerin 84'ü (%20,5) erkek, 326'sı (%79,5) kadın, 393'ü (%95,9) bekar; 17'si (%4,1) evlidir. Ayrıca örneklem grubunu oluşturan bireylerin 124'ü (%30,2) sağlık alanındaki bölümlerde, 149'u (%36,3) sosyal bilimler alanındaki bölümlerde, 81'i (%19,8) mühendislik alanındaki bölümlerde, 28'i (%6,8) öğretmenlik alanındaki bölümlerde, 10'u (%2,4) İslami ilimler alanındaki bölümlerde ve 18'i (%4,4) bilgisayar ile ilgili bölümlerde okumaktadırlar. 13 öğrenci (%3,2) hazırlık, 63 öğrenci (%15,4) 1. sınıf, 146 öğrenci (%35,6) 2. sınıf, 93 öğrenci (%22,7) 3. sınıf, 95 öğrenci (%23,2) 4. sınıfta okumakta olan örneklem grubu toplam 410 öğrenciden oluşmaktadır.

Tablo 2. Sosyal Medya İle İlgili Demografik Bilgiler İçin Frekans ve Yüzde Değerleri

Sosyal medya kullanıyor musunuz?	n	%	Sosyal medya kullanım süresi	n	%
Evet	409	99,8	1 saatten az	58	1,90
Hayır	1	0,2	1- 3 saat	190	0,68
			3- 5 saat	127	31
			5 saat ve üzeri	35	8,5
Sosyal medya kullanım amacı	n	%	Kullanılan Sosyal medya platformu sayısı	n	%
Yeni arkadaş edinmek	6	1,5	0	1	0,2

İletişim kurmak	71	17,3	1	74	18
Akademik bilgi paylaşımı	41	10	2	119	29
Eğlenmek	231	56,3	3	132	32,2
Foto/ müzik/ video paylaşımı	43	10,5	4	71	17,3
Kendimi ifade etmek	18	4,4	5	13	3,2

Tablo 2 incelendiğinde; örneklem grubunu oluşturan bireyler arasında 409 kişi (%99,8) sosyal medya kullanırken 1 kişi (%0,2) sosyal medya kullanmamakta, 58 kişi (%14,1) günde 1 saatten az, 190 kişi (%46,3) 1-3 saat arası, 127 kişi (%31,0) 3-5 saat arası ve 35 kişi (%8,5) 5 saatten fazla sosyal medyada vakit geçirmektedir. Örneklem grubunu oluşturan bireyler arasında 1 kişi (%0,2) hiçbir sosyal medya platformunu kullanmazken 74 kişi (%18,0) 1 sosyal medya platformu, 119 kişi (%29,0) 2 sosyal medya platformu, 132 kişi (%32,2) 3 sosyal medya platformu, 71 kişi (%17,3) 4 sosyal medya platformu ve 13 kişi (%3,2) 5 sosyal medya platformu kullanmaktadır. Ayrıca, öğrencilerden 6 kişi (%1,5) yeni arkadaş edinmek, 71 kişi (%17,3) iletişim kurmak, 41 kişi (%10,0) akademik bilgi paylaşımı, 231 kişi (%56,3) eğlenmek, 43 kişi (%10,5) foto/müzik/video paylaşımı ve 18 kişi (%4,4) kendini ifade etmek amacı ile sosyal medya platformlarını kullanmaktadır.

4.2. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Algılanan Sosyal Destek Düzeyleri Üzerindeki Etkisi

Tablo 3. Sosyal Medya Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin Alt Boyutları Puanlarının Katılımcıların Cinsiyetine göre Yapılan Bağımsız Grup T Testi Sonuçları

Ölçek Alt Boyutu	n	F	x	ss	t	df	p	
Diğer	Bekar	396	4,996	21,9949	1,69599	-1,940	408	,053
Önemli Kişi	Evli	14		25,2857	,91737	-3,587	16,759	,002*

p<.05

Tablo 3 incelendiğinde, Sosyal Medya Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin alt boyutları puanlarında katılımcıların cinsiyeti değişkenine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığının anlaşılması amacı ile bağımsız grup t testi yapılmıştır. Test sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark algılanan sosyal destek ölçeği içinde yer alan diğer önemli kişi boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (t = -3,504, p < .05). Diğer alt boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p > .05).

Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin Alt Boyutları Puanlarının Katılımcıların Bölümüne Göre Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi(ANOVA) Sonuçları

Ölçek Alt Boyutu		KT	df	\bar{X}	F	p
Sanal İletişim	Gruplar arası	568,879	5	113,776	2,687	,021*
	Grup içi	17109,124	404	42,349		
Diğer Önemli Kişi	Gruplar arası	601,531	5	120,306	3,153	,008*
	Grup içi	15413,747	404	38,153		
Aile	Gruplar arası	683,772	5	136,754	3,391	,005*
	Grup içi	16293,323	404	40,330		

p < .05

Tablo 4 incelendiğinde, Sosyal Medya Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin alt boyutları puanlarında katılımcıların bölümü değişkenine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığının anlaşılması amacı ile tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Test sonucunda katılımcıların bölüm gruplarının arasındaki fark; sosyal medya ölçeğinin bir alt boyutu olan sanal iletişim alt boyutunda ($F(2,687)= 0,21$; $p < .05$), algılanan sosyal destek ölçeğinin alt boyutları olan diğer önemli kişi alt boyutunda ($F(3,153)= 0,08$; $p < .05$) ve aile alt boyutunda ($F(3,391)= 0,005$; $p < .05$) istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Bu tablodan yola çıkılarak ANOVA testinde bulunan anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının öğrenilmesi amacı ile tamamlayıcı post-hoc analiz teknikleri arasında yaygınlıkla kullanılan Tukey testi uygulanmıştır. Bu test sonucunda ise diğer önemli kişi alt boyutunda İslami ilimler alanındaki bölümler ile sosyal ve mühendislik alanlarındaki bölümler arasında İslami ilimler alanındaki bölümler lehine ($p < .05$) düzeyinde anlamlı bir, farklılık saptanmıştır. Aile alt boyutunda ise öğretmenlik alanındaki bölümler ile sosyal ve mühendislik alanlarındaki bölümler arasında öğretmenlik alanındaki bölümler lehine ($p < .05$) düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Diğer alt boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p > .05$).

Tablo 5. Sosyal Medya Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin Alt Boyutları Puanlarının Katılımcıların Sosyal Medyayı Kullanım Amacına Göre Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi(ANOVA) Sonuçları

Ölçek Alt Boyutu		KT	df	\bar{X}	F	p
Sanal İletişim	Gruplar arası	481,998	5	96,400	2,265	,047*
	Grup içi	17196,005	404	42,564		

p < .05

Tablo 5 incelendiğinde, Sosyal Medya Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin alt boyutları puanlarında katılımcıların sosyal medyayı kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığının anlaşılması amacı ile tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Test sonucunda katılımcıların sosyal medyayı kullanım amacı grupları arasındaki fark sosyal medya ölçeğinin bir alt boyutu olan sanal iletişim alt boyutunda, istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F(2,265)= 0,47$; $p < .05$). Diğer alt boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > .05$).

Tablo 6. Sosyal Medya Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin Alt Boyutları Puanlarının Kullanılan Sosyal Medya Platformu Sayısına Göre Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi(ANOVA) Sonuçları

Ölçek Alt Boyutu		KT	df	\bar{X}	F	p
Sanal İletişim	Gruplar arası	1058,508	5	211,702	5,146	,000*
	Grup içi	16619,494	404	41,137		
Sanal Tolerans	Gruplar arası	950,175	5	190,035	4,134	,001*
	Grup içi	18569,786	404	45,965		
Arkadaş	Gruplar arası	587,289	5	117,458	2,702	,020*
	Grup içi	17564,733	404	43,477		

$p < .05$

Tablo 6 incelendiğinde, Sosyal Medya Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin alt boyutları puanlarında katılımcıların kullanılan sosyal medya platformu sayısı değişkenine göre anlamlı farklılık olup olmadığının anlaşılması amacı ile tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Test sonucunda katılımcıların kullandığı sosyal medya platformu sayısı gruplarının arasındaki fark sosyal medya ölçeğinin alt boyutları olan sanal iletişim alt boyutunda ($F(5,146)= 0,00$; $p < .05$), sanal tolerans alt boyutunda ($F(4,134)= 0,01$; $p < .05$) ve algılanan sosyal destek ölçeği içinde yer alan arkadaş alt boyutunda ($F(2,702)= 0,05$; $p < .05$) istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Diğer alt boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > .05$).

Tablo 7. Sosyal Medya Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin Alt Boyutları Puanlarının Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Süresine(günde) Göre Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi(ANOVA) Sonuçları

Ölçek Alt Boyutu		KT	df	\bar{X}	F	p
Sanal İletişim	Gruplar arası	1666,360	3	555,453	14,084	,000*
	Grup içi	16011,643	406	39,438		
Sanal Tolerans	Gruplar arası	3077,183	3	1025,728	25,327	,000*
	Grup içi	16442,778	406	40,499		

p< .05

Tablo 7 incelendiğinde, Sosyal Medya Ölçeği ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin alt boyutları puanlarında katılımcıların kullanılan sosyal medya platformu sayısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığının anlaşılması amacı ile tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Test sonucunda katılımcıların sosyal medya kullanım süresi gruplarının arasındaki fark sosyal medya ölçeğinin alt boyutları olan sanal iletişim alt boyutunda(F(14,084)= 0,00; p < .05) ve sanal tolerans alt boyutunda (F(25,327)= 0,00; p < .05) istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Sosyal medya kullanım süresi ile Algılanan Sosyal Destek Ölçeği alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (p>.05).

4.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeklerinin Faktör Analizleri Sonucu

Tablo 8. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği Faktör Analizi Sonucu

Madde No	Faktör Ortak Varyansı	Faktör- 1	Faktör- 2	Faktör- 3
ARKADAŞ1	,883	,866		
ARKADAŞ2	,886	,861		
ARKADAŞ3	,850	,771		
ARKADAŞ4	,834	,744		
AİLE1	,862		,854	
AİLE2	,825		,825	
AİLE3	,770		,810	
AİLE4	,818		,784	
DİĞER ÖNEMLİ KİŞİ1	,810			,786
DİĞER ÖNEMLİ KİŞİ2	,754			,742
DİĞER ÖNEMLİ KİŞİ3	,814			,711

DİĞER ÖNEMLİ KİŞİ4	,688	
		,595
Açıklanan Varyans		
Toplam:	%81,602	
Faktör- 1:	%29,623	
Faktör- 2:	%28,045	
Faktör- 3:	%23,934	

Tablo 8 incelendiğinde, Algılanan Sosyal Destek Ölçeği üç boyutludur. Önemli olarak belirlenen faktörlerden birincisi ölçeğe ilişkin toplam varyansın %29,623'ünü, ikincisi %28,045'ini ve üçüncü faktör ise %23,934'ünü açıklamaktadır. Üç faktörün açıkladıkları toplam varyans %81,602'dir. İki faktörün maddelerde açıkladığı ortak varyans yaklaşık %69-88 arasında değişmektedir.

Tablo 9. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Faktör Analizi Sonucu

Madde No	Faktör Ortak Varyansı	Faktör- 1	Faktör- 2
SANAL TOLEANS1	,387	,606	
SANALTOLERANS2	,662	,791	
SANALTOLERANS3	,384	,584	
SANALTOLERANS4	,603	,764	
SANALTOLERANS5	,260	-,498	
SANALTOLERANS6	,333	,577	
SANALTOLERANS7	,400	,558	
SANALTOLERANS8	,324	,459	
SANALTOLERANS9	,369	,478	
SANALTOLERANS10	,167	-,404	
SANAL İLETİŞİM1	,361		,594
SANAL İLETİŞİM2	,499		,700
SANAL İLETİŞİM3	,505		,707
SANAL İLETİŞİM4	,434		,582
SANAL İLETİŞİM5	,278		,503
SANAL İLETİŞİM6	,444		,638
SANAL İLETİŞİM7	,525		,722
Açıklanan Varyans			
Toplam:	%40,780		
Faktör- 1:	%21,146		
Faktör- 2:	%19,633		

Tablo 9 incelendiğinde, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği iki boyutludur. Önemli olarak belirlenen faktörlerden birincisi ölçeğe ilişkin toplam varyansın %21,146'sını, ikinci faktör %19,633'ünü açıklamaktadır. İki faktörün açıkladıkları toplam varyans

%40,780'dir. İki faktörün maddelerde açıkladığı ortak varyans yaklaşık %17-66 arasında değişmektedir.

4.4. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı ile Algılanan Sosyal Destek Düzeyleri Arasındaki İlişki

Tablo 10. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Algılanan Sosyal Destek Düzeyleri Arasındaki İlişki

	B	ss	β	t	p
Algılanan Sosyal Destek Ölçeği	55,428	2,246		24,680	,000*
Toplam Puanları	-,120	,033	-,176	-3,601	,000*

p< .05

Tablo 10 incelendiğinde, sosyal destek algısının sosyal medya bağımlılığı üzerindeki yordama gücünün belirlenmesi amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonucu görülmektedir. Bu tabloya göre, algılanan sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca tabloya göre sosyal destek algısının sosyal medya bağımlılığı üzerinde negatif bir etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği Aile Alt Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Sanal İletişim Alt Boyutu Üzerindeki Etkisi

	B	ss	β	t	p
Aile Alt Boyutu	23,487	1,138		20,639	,000*
	-,122	,050	-,120	-2,442	,015*

p< .05

Tablo 11 incelendiğinde, aile desteğinin sanal iletişim üzerindeki yordama gücünün belirlenmesi amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonucu görülmektedir. Bu tabloya göre, algılanan sosyal destek ölçeği içinde yer alan aile alt boyutu ile sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal iletişim alt boyutu arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca tabloya göre aile desteğinin sanal iletişim üzerinde negatif bir etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 12. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği Aile Alt Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Sanal Tolerans Alt Boyutu Üzerindeki Etkisi

	B	ss	β	t	p
Aile Alt Boyutu	31,178	1,183		26,355	,000*
	-,202	,052	-,188	-3,868	,000*

p< .05

Tablo 12 aile desteğinin sanal tolerans üzerindeki yordama gücünün belirlenmesi amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonucunu göstermektedir. Bu tabloya göre,

algılanan sosyal destek ölçeği içinde yer alan aile alt boyutu ile sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutu arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca tabloya göre aile desteğinin sanal tolerans üzerinde negatif bir etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 13. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği Arkadaş Alt Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Sanal İletişim Alt Boyutu Üzerindeki Etkisi

	B	ss	β	t	p
Arkadaş Alt Boyutu	23,187	1,082		21,435	,000*
	-,111	,049	-,113	-2,291	,022*

p< .05

Tablo 13 arkadaş desteğinin sanal iletişim üzerindeki yordama gücünün belirlenmesi amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonucunu göstermektedir. Bu tabloya göre, algılanan sosyal destek ölçeğinin arkadaş alt boyutu ve sosyal medya bağımlılığı ölçeği içinde yer alan sanal iletişim alt boyutu arasındaki ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Ayrıca tabloya göre arkadaş desteğinin sanal iletişim üzerinde negatif bir etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği Arkadaş Alt Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Sanal Tolerans Alt Boyutu Üzerindeki Etkisi

	B	ss	β	t	p
Arkadaş Alt Boyutu	29,242	1,137		25,722	,000*
	-,115	,051	-,111	-2,260	,024*

p< .05

Tablo 14 arkadaş desteğinin sanal tolerans üzerindeki yordama gücünün belirlenmesi amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonucunu göstermektedir. Bu tabloya göre, algılanan sosyal destek ölçeğinin arkadaş alt boyutu ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutu arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca tabloya göre arkadaş desteğinin sanal tolerans üzerinde negatif bir etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 15. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği Diğer Önemli Kişi Alt Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Sanal İletişim Alt Boyutu Üzerindeki Etkisi

	B	ss	β	t	p
Diğer Önemli Kişi	24,511	1,180		20,775	,000*
Alt Boyutu	-,167	,051	-,159	-3,249	,001*

p< .05

Tablo 15 aile ve arkadaş haricindeki önemli kişi desteğinin sanal iletişim üzerindeki yordama gücünün belirlenmesi amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonucunu

göstermektedir. Bu tabloya göre, algılanan sosyal destek ölçeğinin diğer önemli kişi alt boyutu ve sosyal medya bağımlılığı ölçeği içinde yer alan sanal iletişim alt boyutu arasındaki ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Ayrıca tabloya göre diğer önemli kişi desteğinin sanal iletişim üzerinde negatif bir etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 16. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği Diğer Önemli Kişi Alt Boyutunun Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Sanal Tolerans Alt Boyutu Üzerindeki Etkisi

	B	ss	β	t	p
Diğer Önemli Kişi	30,234	1,243		24,321	,000*
Alt Boyutu	-,156	,054	-,141	-2,879	,004*

p< .05

Tablo 16 aile ve arkadaş haricindeki önemli kişi desteğinin sanal tolerans üzerindeki yordama gücünün belirlenmesi amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonucunu göstermektedir. Bu tabloya göre, algılanan sosyal destek ölçeğinin diğer önemli kişi alt boyutu ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutu arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca tabloya göre diğer önemli kişi desteğinin sanal tolerans üzerinde negatif bir etkisi olduğu görülmektedir.

TARTIŞMA

Üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışmanın birinci hipotezi genelinde, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular değerlendirildiğinde katılımcıların çoğunluğunu kadınlar ve bekarların oluşturduğu, sosyal bilimler alanında okuyan katılımcıların diğer bölümlere oranla daha fazla olduğu, katılımcıların çoğunluğunun ikinci sınıfta okuduğu görülmüştür. Katılımcıların sosyal medya ile ilgili demografik bulgularına ilişkin sonuçlarda ise, çoğu katılımcının sosyal medyada 1-3 saat arası zaman geçirdiği görülmüş ve çoğu katılımcının üç sosyal medya platformunu aktif olarak kullandığı görülmüştür. Ayrıca katılımcıların sosyal medyayı en fazla eğlenmek amacı ile kullandığı, bunun yanında sırasıyla iletişim kurmak, foto/müzik/video paylaşımı, akademik bilgi paylaşımı, kendini ifade etmek ve yeni arkadaş edinmek amaçları gelmektedir. Karasu ve diğerleri (2017), Uzun ve diğerleri, (2016), Hazar (2011) de yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerinin interneti bir eğlence aracı olarak kullandığını, daha az sayıda öğrencinin ise interneti araştırma veya akademik bilgiye ulaşım amaçlı kullandığını belirtmişlerdir. Çiftçi (2018) ise yaptığı çalışmada öğrencilerin interneti en fazla bilgi erişimi (%83) amacı ile kullandıklarını, bunu sosyal ağlara katılım (%47) ve eğlence, oyun vb. aktivitelerinin (%40) takip ettiği sonucuna

ulaşmıştır. Farklı araştırmalarda da internetin daha çok bilgiye erişim amacı ile kullanıldığı sonucuna varılmıştır (Becan, 2018; Yılmazsoy ve Kahraman, 2017; Tutgun- Ünal, 2015; Özgür, 2013; Akyazı ve Tutgun- Ünal, 2013; Sezgin vd., 2011; Mazman ve Usluel, 2011). Araştırmalardan elde edilen veriler arasındaki bu farklılığın sebebinin çalışmaların farklı bölgelerde ve farklı örneklem grupları ile yapılmış olması gibi birçok kriterden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çalışmanın birinci hipotezi doğrultusunda katılımcıların medeni durumu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin alt boyutları bağımsız grup t testi ile incelenmiş ve katılımcıların medeni durumu ile Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin diğer önemli kişi alt boyutu arasında anlamlı fark olduğu görülmüştür. Diğer bir deyişle bireylerin evli veya bekar olmaları, aile ve arkadaş hariç değer verilen özel bir kişiden aldıkları destek ile ilişkilidir.

Araştırmanın birinci hipotezi doğrultusunda yapılan Anova analizinden elde edilen sonuç ise katılımcıların bölümü ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin sanal iletişim alt boyutu ile Algılanan Sosyal Destek Ölçeği içinde yer alan aile ve diğer önemli kişi alt boyutları arasında anlamlı bir fark olduğudur. Bu anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının öğrenilmesi amacı ile yapılan Tukey testi sonucunda ise diğer önemli kişi alt boyutunda İslami ilimler alanındaki bölümler ile sosyal ve mühendislik alanlarındaki bölümler arasında İslami ilimler alanındaki bölümler lehine anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu durum, İslami ilimler alanında okuyan öğrencilerin sosyal ve mühendislik alanlarında okuyan öğrencilere göre aile ve arkadaş haricinde değer verdikleri bir kişinin sosyal desteğini daha fazla aldıklarını ortaya koymaktadır. Aile alt boyutunda ise öğretmenlik alanındaki bölümler ile sosyal ve mühendislik alanlarındaki bölümler arasında öğretmenlik alanındaki bölümler lehine anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu durum, öğretmenlik alanında okuyan öğrencilerin sosyal ve mühendislik alanlarında okuyan öğrencilere göre ailelerinden algıladıkları sosyal desteğin daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır. Daha önce yapılan araştırmalarda da sosyal medya bağımlılığı düzeyinin fakülte ve bölüm bazında değişiklik gösterdiği sonucuna varılmıştır (Aktan, 2018; Baz, 2018; Tutgun-Ünal, 2015). Aktan (2018), bu sonucun bölüm müfredatlarının içeriği ile ilişkili olduğunu ve müfredatı sosyal medya ile ilişkili olan öğrencilerin puanlarının daha yüksek olduğunu aktarmıştır.

Araştırmanın ikinci hipotezi doğrultusunda katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçları, kullandıkları sosyal medya platformu sayısı ve süreleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile Algılanan Sosyal Destek Ölçeği içinde yer alan alt boyutlar tek

yönlü varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Bu analiz sonucunda ise katılımcıların sosyal medya kullanım amacı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin sanal iletişim alt boyutu arasında, katılımcıların kullandıkları sosyal medya platformu sayısı ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği içinde bulunan sanal iletişim ve sanal tolerans alt boyutları arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Yapılan bir araştırmada günde beş saat ve üzerinde internette zaman geçiren bireylerin sosyal medya bağımlılığı günde 1- 3 saat arasında internette zaman geçiren bireylere göre daha fazla olduğu anlaşılmıştır. Aynı araştırmada, günde beş saat ve üzerinde internette zaman geçiren bireylerin sosyal medyaya karşı bir kontrol mekanizması geliştiremedikleri için sosyal medyayı daha fazla kullanma eğiliminde olduğu sonucuna varılmıştır.

Ayrıca araştırmada, sosyal medyada geçirilen zamanın sosyal medya bağımlılığını arttırması sonucunda duygusal desteğe duyulan ihtiyacın arttığı fakat bu ihtiyaca rağmen aile içi ve arkadaş ilişkilerinde zayıflamalar ve kopmalar meydana geldiği ortaya konmuştur (Çiftçi, 2018). Çeşitli araştırmalarda ise sosyal medya kullanım süresinin artması ile sosyal medya bağımlılığının da arttığı sonucuna varılmıştır (Becan, 2018; Aktan, 2018; Balcı ve Baloğlu, 2018; Tutgun-Ünal, 2015; Kırık vd., 2015; Balcı ve Gölcü, 2013).

Araştırmanın üçüncü hipotezi doğrultusunda ise Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile Algılanan Sosyal Destek Ölçeği ve bu ölçeklerin alt ölçekleri arasındaki ilişki regresyon analizi ile incelenmiştir. Bu analiz sonucunda sosyal destek algısının toplam puanının ve ayrıca alt boyutlarının da sosyal medya bağımlılığını negatif yönde etkilediği anlaşılmıştır. Bir diğer deyişle sosyal destek algısı yüksek olan bireylerin sosyal medya bağımlısı olma ihtimali sosyal destek algısı düşük olanlara göre daha düşüktür. Gençlerin internet bağımlılığı ile sosyal destek algısının incelendiği bir araştırmanın; yüksek internet bağımlılığı puanına sahip olan bireylerin aile ve öğretmenlerinden aldıkları sosyal desteğin düşük internet bağımlılığı puanına sahip olan bireylere göre daha yüksek olduğuna dair sonuçları bu bulguyu destekler niteliktedir. Aynı araştırmada gençlerin sosyal destek algısının artmasının internet bağımlılığı düzeylerini azalttığı belirtilmiştir (Taşdemir, 2016). Yapılan bazı çalışmalarda ise, İnternet Bağımlılığı Ölçeği'nden yüksek puan alan bireylerin sosyal desteklerinin daha düşük olduğunu belirtilmiştir (Karasu vd., 2017; Esen ve Siyez, 2011; Batıgün ve Kılıç, 2011).

Ayrıca alan yazında algılanan sosyal desteğin internet bağımlılığı üzerinde negatif etkisi olduğunu gösteren birçok çalışma mevcuttur (Uz- Baş, vd., 2016; Oktan, 2015; Durak- Batıgün ve Kılıç, 2011; Esen ve Gündoğdu, 2010; Armstrong vd., 2000). Sosyal medya bağımlılığı ile internet bağımlılığının ilişkisi ve benzerliği dikkate alındığında, bu araştırmada elde edilen sonuçlar alan yazındaki bilgiler ile benzerlik göstermektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya platformlarında diğer kullanıcılara göre daha fazla vakit geçirdikleri düşüncesi ile üniversite öğrencileri ile yürütülmüştür. Araştırmada sosyal medyada geçirilen zamanın artması ile sosyal medya bağımlılığı riski doğduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu veriler göz önünde bulundurulduğunda sosyal medya kullanım süresinin denetim altına alınması sosyal medya bağımlılığının önüne geçilmesi için atılacak bir adım olarak görülebilir. Ayrıca bireylerin sosyal medyayı daha çok eğlence amacı ile kullanması da bu süreyi arttırmakta olup bu sorun bireylerin eğlenmek için ayırdıkları zamanı aile üyeleri veya arkadaşlarına ayırması ve bu sürede kaliteli zaman geçirmeleri ile çözüme kavuşturulabilir. Ayrıca bireylerin sosyal becerilerini geliştirmeleri, öğrenim gördükleri üniversitede veya buldukları bölgede çeşitli kurslar ve aktivitelere katılmalarının sağlanması da sosyal medya bağımlılığının önüne geçilmesi ve bağımlılığa müdahalede rehabilite aşamasında etkili olacağı düşünülmektedir. Araştırma sonucunda sosyal medya bağımlılığının önüne geçilebilmesinin bireylerin sosyal destek kaynaklarından algıladıkları destekle doğrudan ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Bahsedilen uygulamaların ise, bireylerin sosyal destek algılarını arttırması sonucunda sosyal medya bağımlılığının önlenmesinde yararlı olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma, algılanan sosyal desteğin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisini ve sosyal medya bağımlılığı üzerinde bir etken olduğunu göstererek literatüre katkıda bulunmuştur. Ancak, bu çalışmanın örnekleminin yalnızca İstanbul'da bazı üniversitelerde öğrenimine devam eden öğrenciler ile sınırlı olması bulguların genellenmesi açısından dikkat gerektirmektedir. Diğer bir sınırlılık ise, sosyal medya bağımlılığı ile sosyal destek algısını inceleyen bir çalışmanın bulunmaması sebebi ile bu çalışmanın bulgularını ve yorumlarını destekleyecek geçmişte yapılmış çalışmaların yetersiz olmasıdır. Bu sebeple alan yazında, algılanan sosyal desteğin bireylerin yaşamları üzerinde (bağımlılığa dahi yol açabilecek) etkilerini, sosyal medya bağımlılığının özellikle gençler üzerindeki etkileri ve bu iki faktörün olumsuz etkilerinin

önüne geçilebilmesi adına yapılacak araştırmalara gereksinim duyulmaktadır. Bu çalışmanın bu anlamda öncü bir çalışma olacağı düşünülmektedir.

ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN ETİK BİLGİLER

Araştırmanın kısıtlı bir süre kapsamında tamamlanması gerektiği için herhangi bir etik kurula başvurulmamış ve dolayısıyla bir etik kurul onayı alınamamıştır. Ayrıca araştırma verilerinin 2020 yılı öncesinde toplanması sebebi ile etik kurul izninin alınmasına dair bir zorunluluk bulunmamaktadır. Katılımcılardan herhangi bir kimlik bilgisi alınmamıştır. Araştırma öncesi, esnası ve sonrasında katılımcıların haklarına, etik ilkeler ve değerlere bağlı kalınmış ve gizlilik esaslı bir çalışma yürütülmüştür.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5, (4), 405- 421.
- 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.
- Anderson, K. J. (2010). Internet Use Among College Students: An Exploratory Study. *Journal of American College Health*, 50 (1), 21-26.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1 (1), 55-67.
- Armstrong, L. Phillips, J.G. ve Saling, L.L. (2000). Potential Determinants of Heavier Internet Usage. *International Journal of Human-Computer Studies*, 53, 537-550.
- Ashman, K. K. ve Zastrow, C. (1990). *Understanding Human Behavior and the Social Environment*. Chicago: Nelson Hall Publishers.
- Balcı, Ş. ve Gölcü, A. (2013). Facebook Addiction among University Students in Turkey: "Selcuk University Example". *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255- 278.
- Becan, C.(2018). Sosyal Medya Bağımlılığının Haber Takibi Motivasyonları Üzerine Etkisi. *Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5 (3), 238-256.
- Cengizhan, C. (2005) Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet kullanımında Yeni Bir Boyut: Bağımlılık. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22, 83- 98.
- Çakır, Y. ve Palabıyıköğlü, R. (1997). Gençlerde Sosyal Destek-Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması. *Kriz Dergisi*, 5, 15-24.

- Çınar, Ç. Y. ve Mutlu, M. (2019). İnternet Bağımlılığının Benlik Saygısı, Dikkat, Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Yaşam Doyumu ve Kişilik Özellikleri ile İlişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 20 (3), 133-142.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 7 (4), 417- 434.
- Dilbaz, N. (2013). Madde Kullanım Riski ve Madde Bağımlılığından Korunma. Ankara: Hangar.
- Durak- Batıgün, A. ve Kılıç, N. (2011). İnternet Bağımlılığı ile Kişilik Özellikleri, Sosyal Destek, Psikolojik Belirtiler ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26 (67), 1-10.
- Echeburua, E. ve de Corral, P. (2010). Addiction To New Technologies And To Online Social Networking In Young People: A New Challenge. *Adicciones*, 22, 91-95.
- Eker, D. ve Arkar, H. (1995). Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin Faktör Yapısı, Geçerlilik ve Güvenirliliği. *Türk Psikoloji Dergisi*, 10, 45-55.
- Eraslan, L. ve Çakıcı-Eser, D. (2015). Sosyal Medya Toplum Araştırma. İstanbul: Beta Basım.
- Esen, B. K. ve Gündoğdu, M. (2010). The Relationship between Internet Addiction, Peer Pressure and Perceived Social Support among Adolescents. *The International Journal of Educational Researchers*, 2(1), 29-36.
- Esen, E. ve Siyez, D.M. (2011). Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (36), 127- 138.
- Feindel, Holger. (2019). İnternet Bağımlılığı Bağımlılar ve Aileleri İçin El Kitabı. (Atilla Dirim çev.). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-177.
- <https://dijilopedi.com/2019-tuik-hanehalki-bilisim-teknolojileri-kullanım-arastirmasi/> (Erişim Tarihi: 15.11.2018)
- <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (Erişim Tarihi: 13.11.2018)
- <https://www.statista.com> (Erişim Tarihi: 15.11.2018)
- Karadağ, A. ve Akçınar, B. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Semptomlar Arasındaki İlişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 154-166.
- Karasar, N. (2015). Bilimsel araştırma yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Karasu, F. Bayır, B. ve Çam, H. H. (2017). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ile Sosyal Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (14), 374-388.
- 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.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S. ve diğ. (1998). Internet paradox. A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being?. *American Psychologist*, 53 (9), 1017-1031.
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). Online Social Networking and Addiction a Review of the Psychological Literature. *International of Journal Environmental Research and Public Health*, 8, 3528-3552.
- Mazman, S. G. & Usluel, Y. K. (2011). Gender Differences İn Using Social Networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10 (2), 133-139.
- Oktan, V. (2015). Üniversite Öğrencilerinde Problemlı İnternet Kullanımı, Yalnızlık ve Algılanan Sosyal Destek. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23 (1), 281-292.
- 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.
- Paul, M. J. ve Dredze, M. (2011). You are What You Tweet: Analyzing Twitter for Public Health. *Icwsm*, 20, 265-272.
- 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.
- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18 (1), 523-538.
- Taşdemir, N. Ö. (2016). Gençlerde Algılanan Sosyal Destek ve Yalnızlık Duygusunun İnternet Kullanımına Etkisinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul*.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanmalarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 17, 851-870.
- Tortop, N., İsbir, E. G. ve Aykaç, B. (1999). *Yönetim Bilimi*. Ankara: Yargı Yayınevi.

- Tutgun- Ünal, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Uz- Baş, A., Öz- Soysal, F. S. ve Aysan, F. (2016). Üniversite Öğrencilerinde Problemlerli İnternet Kullanımının Psikolojik İyi-oluş ve Sosyal Destek ile İlişkisi. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 5 (4), 1035-1046.
- 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.
- Vural, Z.B. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Yasar University, 20 (5), 3348-3382.
- Yıldırım, İ. (1997). Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin Geliştirilmesi, Güvenirliği ve Geçerliliği. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 13, 81-87.
- Yılmaz, E., Yılmaz, E. ve Karaca, F. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Destek ve Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi. Genel Tıp Dergisi, 18 (2), 71-79.
- 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.
- Yüksel- Şahin, F. ve Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Benlik Saygısına Göre İncelenmesi. IBAD Sosyal Bilimler Dergisi (Özel Sayı), 363-377.
- Zimet, G., Dahlem, N., Zimet, S. ve Farley, G. (1988). The Multi Dimensional Scale of Perceived Social Support. Journal of Personality Assessment. 52 (1), 30- 41.