

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI: BAYBURT ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Özge Korkmaz¹

Öz

Günümüzde dünya nüfusunun yaklaşık üçte ikisinin internet kullanıcısı olduğu tahmin edilmektedir. Günlük atılan tweet sayısı yüz milyonlarla ifade edilebilirken, Google arama sayısı ve e-posta sayısı ise milyanın çok daha üzerindedir. Bu da gelişen teknolojilerle beraber bireylerin sosyal hayatlarında dijital ve sosyal medya araçlarının etkilerinin yadsınamaz boyutlara ulaştığının bir göstergesidir. Başlangıçta eğlenceli olarak nitelendirilen bu uygulamaların fazla kullanılması durumunda, bağımlılık sorunları ortaya çıkabilmektedir. Bir diğer ifadeyle, tıp alanında sosyal medya bağımlılığı bir hastalık olarak nitelendirilmekte ve bağımlılığın kontrol altında tutulmasının önemli olduğu belirtilmektedir. Sosyal medya bağımlılığının birey üzerindeki olumsuz etkileri dikkate alındığında genç neslin bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi ve buna göre önlemler alınması önem arz etmektedir. Bu çalışmada Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde 2018-2019 akademik yılı Bahar döneminde eğitim gören öğrencilerinin dijital ve sosyal medya bağımlılık düzeylerine yönelik bilgiler elde edilmiştir. Çalışmanın sonuç kısmında anket verilerine dayalı olarak dijital ve sosyal medya bağımlılık düzeyinin azaltılmasına yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanımı, üniversite öğrencilerinin dijital ve sosyal medya bağımlılığı, dijital ve sosyal medya bağımlılık ölçüğü.

SOCIAL MEDIA ADDICTION: A SURVEY OF FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES AT BAYBURT UNIVERSITY

Abstract

Nowadays, it is estimated that nearly two-thirds of the world population are internet users. While the number of tweets posted per day can be expressed in hundreds of millions, the number of Google searches and e-mails is much more than a billion. This is an indication that the effects of digital and social media tools on the social lives of individuals with the advancing technologies have reached emphatic dimensions. In the case of excessive use of applications, which were initially described as fun, addiction problems may arise. In other words, social media addiction is defined as a disease in medical field and it is stated that keeping addiction under control is important. Considering the negative effects of social media addiction on the individual, it is important to determine the level of addiction among the young generation and to take measures accordingly. In this study, information was obtained from the students studying at the Faculty of Economics and Administrative Sciences at Bayburt University in the Spring semester of the 2018-2019 academic year. In the conclusion part of the study, suggestions for reducing the level of digital and social media addiction are presented based on this survey data.

Keywords: social media addiction, social media use, university student digital addiction scale, digital and social media addiction scale.

¹ Doç. Dr., Malatya Turgut Özal Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, ozgekorkmaz@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9275-1271

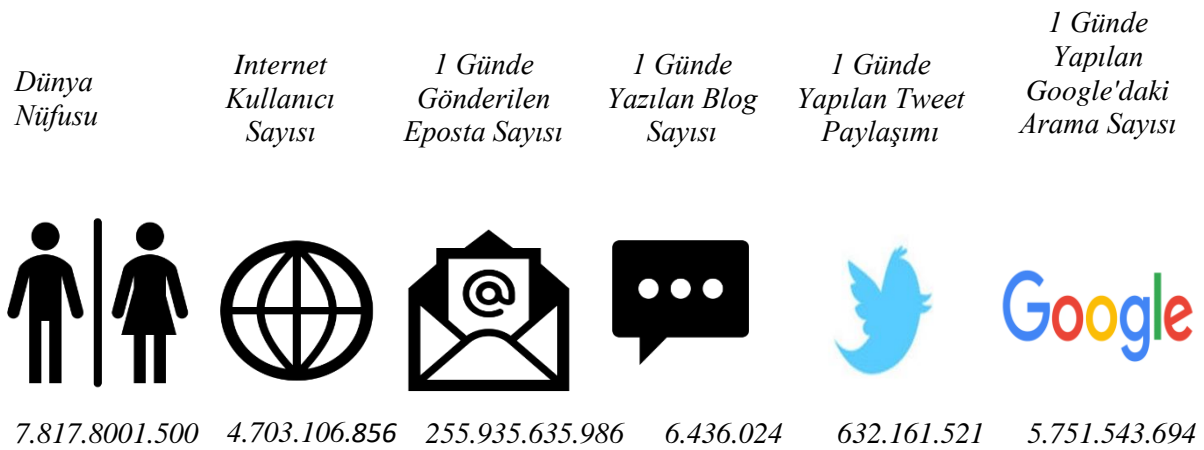
Geliş Tarihi (Received): 04.09.2020; **Kabul Tarihi (Accepted):** 02.12.2020

Atıf/Citation: Korkmaz, Ö. (2020). Sosyal Medya Bağımlılığı: Bayburt Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 237-250. **DOI:** 10.47140/kusbder.809679

Giriş

İnsanoğlu var olduğu günden bu yana, farklı araçlar aracılığıyla iletişim halinde bulunmuştur. Örneğin yazının icat edilmesiyle başlayan insanlık tarihi bilgiyi ‘toplanabilir, iletilebilir, saklanabilir’ bir hale getirmiştir. Bilginin bu üç temel özelliğine matbaanın yaygın şekilde kullanılmaya başlaması ile “yayılma” ve bilgisayarların icat edilmesiyle “işlenme” de dahil olmuştur. XIX. Yüzyılda telefon, radyo ve televizyon araçları ile kitlesel iletişimler yaygın hale gelmiştir. X-X. Yüzyılda internetin icadı ile birlikte, yeni medya kavramı ortaya çıkmış ve iletişim araçlarının gelişiminin bireyin iletişim sürecini de güncellediği gözlenmeye başlanmıştır (Yengin, 2019, s.132). Günümüzde dijital çağ ile birlikte ekonomik, sosyal, siyasal, bilimsel ve sanatsal gibi birçok alanın evrim geçirdiği söylenebilmektedir. Yeni medya ile birlikte insanoğlu da bu evrim sürecinden etkilenmiştir. Örneğin insanlar günlük yaşam rutinlerini gerçekleştirirken sosyal, ekonomik, sanatsal ve diğer aktivitelerini internet üzerinden paylaşmaya, değiştirmeye ve yenilemeye başlamıştır (Kalaman ve Bat, 2016, s.878). İnternet sayesinde kişilerin günlük yaşamı kolaylaşmış, kişilerin bilgiye erişimi hızlı ve kolay bir hale geldiği için zamandan tasarruf edilmesine imkan sağlamıştır. Diğer bir ifadeyle, internet kişilerin günlük faaliyetlerini en düşük maliyetle ve en az fiziksel güç kullanarak kısa sürede yapabilmelerine olanak tanımıştır. Bu ise kişilerin iş ve sosyal yaşamını kolaylaştırmaktadır. Her geçen gün gelişen ve değişen bu ağ birçok insanın vazgeçilmezi olmuştur (Çiftçi, 2018, s.418). Örneğin, dünyada 4,536,248,808 kişi internet kullanmaktadır. En fazla internet kullanan ülkelerin ilk üçü Haziran 2019 tarihi itibariyle, Çin, Hindistan ve İngiltere’dir. Türkiye ise en fazla internet kullanan 20 ülke içerisinde 12. sırada yer almaktadır. 69,107,183 kişi Türkiye’de internet kullanmaktadır. Bu bağlamda internet ile birlikte Türkiye’de sosyal ağ siteleri kullanımları da artmıştır. Şubat 2004’te Mark Zuckerberg tarafından geliştirilen Facebook’un 2019 yılı itibariyle toplam kullanıcı sayısı 340 milyona ulaşmıştır. Aralık 2018 itibariyle Türkiye’de Facebook kullananların sayısı 40 milyondur. Ayrıca, Avrupa ülkeleri arasında İngiltere ve Türkiye en fazla Facebook üyeliği bulunan ülkelerdir. Dünyada 6,8 milyar birey mobil telefonu üzerinden internete girebilmektedir. Dolayısıyla dünya nüfusunun neredeyse tamamı mobil internet kullanıcısidir (www.internetworldstats.com). Şekil 1’de genel internet kullanım verilerine ilişkin bilgiler sunulmuştur.

Şekil 1: Genel İnternet Kullanım Verileri



Kaynak: <https://www.worldometers.info/tr/> (9/10/2020).

Her yaşta dünya vatandaşının içinde yer aldığı sosyal medya; bireylerin ihtiyaç ve temel ilgi alanlarına göre kullanılmaktadır (Yengin, 2019, s.138). Şekil 1’den görüldüğü üzere 09/10/2020 tarihi itibariyle yazılan blog ve tweet sayısının oldukça yüksek olması, sosyal medyanın bir alışkanlık haline geldiğine işaret etmektedir. Dünyada internet kullanımının ve sosyal medyanın yoğun olarak kullanılması “Dijital bağımlılık mı yoksa bağıllık mı?” sorusunu akla getirmektedir.

Bu bağlamda Yengin (2019) çalışmasında Dijital bağımlı ve bağılı olma durumlarını şu şekilde açıklamıştır:

“İnternet dışında sosyal bir yaşamı olmayan, mobil cihazlardan uzak kalındığında kendisini yalnız, farklılaşmış veya asosyal hisseden, telefonda oluşan ya da gelişen her türlü uygulamayı yakından takibe alan ve her türlü mobil yenilikten haberdar olmak isteyen, arkadaşlarıyla sosyal medyadan görüşme sağlayan ve kendisine sosyal medyada yeni bir kimlik oluşturan bireyler dijital bağımlı bireylerdir (Yengin, 2019,s.131).

Dijital bağılı olma durumu: bireyin günlük ihtiyaçları doğrultusunda teknoloji kullanımudur. Teknoloji tabanlı yeni medya bizleri hem kontrol etmekte hem de yönlendirmektedir. Bu noktada gösteri bombardımanında dijital ortamlarda bireyin tüketimini ve üretimini aktarılmış olan dünyanın kullanılmasını zorunlu kılmaktadır. Bundan dolayı birey dijital teknolojiyi kullanmakta ve “dijital bağılı” olarak sınıflandırılmaktadır (Yengin, 2019, s.142).”

Kalaman ve Bat (2016) ise çalışmalarında “Dijital bağımlı olma durumunu”, eksik hissetme duygusuyla körüklenen davranışsal bir teknoloji bağımlılığı olarak tanımlamaktadır. Günümüzde bireylerin telefon kullanmadan, maillerine bakmadan ve sosyal medya paylaşımında bulunmadan geçirdikleri günlerde kendilerini eksik ve rahatsız hissettikleri saptanmıştır (Bakınız Eryılmaz ve Çukurluöz, 2018; Laura ve Richard, 2004; Mossbarger, 2008). Dolayısıyla bağımlılığın bir noktadan sonra hastalık olarak nitelendirildiği söylenebilmektedir. Örneğin, internet ve cep telefonlarının akıllı telefonlar altında bütünleşmesiyle Nomofobi adı verilen cep telefonundan uzak kalamama endişesini ortaya çıkarmıştır. İnternet bağlantısının olmadığı ortamlarda kalma korkusu ise Netlessfobi olarak ifade edilmektedir. Netlessfobi'ye benzer şekilde internetin olmadığı ortamlarda kişilerin kendilerini gergin hissetmesi Wi-Fi bağımlılığı olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada en belirgin bağımlılık göstergesinin, kişinin kendini gergin ruh hali içinde hissetmesi olduğu söylenebilmektedir (Yengin, 2019:140). Young (1998), internet bağımlılığını psikiyatrik bir bozukluk olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde Carr (2008) çalışmasında yoğun internet kullanma nedeniyle insanların derin öğrenme ve düşünme yeteneğini tam kapasite kullanmadığını, insan belleğinin yüzeysellik temelinde değiştiğini ileri sürmektedir. Kalaman ve Bat (2016) da sanal dünyanın gerçek hayata fazlasıyla adapte edilmesinin gelecek yüzyıllarda insanların fiziki görünümde değişmeye yol açabileceğinden bahsetmişlerdir.

Sosyal medya bağımlılığı tıp alanında resmi hastalık olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya bağımlısı kullanıcılarda, diğer bağımlılıklarda olduğu gibi, bağımlılığın kişisel, ailevi ve mesleki sorunlara yol açtığı, aynı zamanda kullanıcıların uyku düzenini bozduğu ve fiziksel yorgunluklara neden olduğu görülmektedir (Bayhan, 2013, s.72). Aynı zamanda sosyal medya bağımlılığının, evlilik, arkadaşlık, aile ilişkilerinde bireylerin buldukları ortamlarda kendi aralarında iletişime geçmeleri yerine sosyal hesaplarında gezinmelerine, başkalarının ne paylaştığına bakmaya, onlara yorum yazmaya ve başkalarının paylaşımlarını beğenmek için can atmalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda,

- Sosyal medya bireyin yaşamını, günlük işini ve eylemlerini engelliyorsa,
- Sosyal medya hesaplarına erişilemediği/kontrol edilemediği durumlarda birey huzursuz oluyor/ endişeleniyorsa,
- Bireyin akademik başarısını etkiliyorsa,
- Bireyin ikili ilişkilerinde başarısızlığa neden oluyorsa,
- Bireyin algı ve/veya dikkat dağınıklığına neden oluyorsa,
- Bireyin önceden olmayan, sonradan meydana gelen vücut fonksiyonlarında bozukluğa (panik atak, stres, öfke) neden oluyorsa önemli derecede bireyin sosyal medya bağımlısı olduğu söylenebilmektedir (Çiftçi, 2018, s.419).

Sosyal medya bağımlılığının birey üzerindeki olumsuz etkileri dikkate alındığında genç neslin bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi ve buna göre önlemler alınması önem arz etmektedir. Bu

nedenle Türkiye’de gençlerin sosyal medya kullanım oranlarını, amaçlarını belirlemek ve bunun bağımlılık düzeyinde olup olmadığını bilimsel verilerle araştırılması önem arz etmektedir. Bu çalışmada Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerini temsilen 290 öğrenci ile dijital medya bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığına ilişkin sorular yöneltilmiş ve elde edilen bulgular raporlanmıştır. Çalışma beş bölümden oluşmaktadır: Giriş, Literatür, Veri, Bulgular ve Sonuç. Giriş bölümde konunun önemi ve dünyada ve Türkiye’de sosyal medya kullanım oranları hakkında bilgiler sunulmuştur. Ardından ampirik çalışmalar literatür kısmında verilmiştir. Akabinde ise, çalışmada kullanılan anket ölçeği ve veri hakkında bilgiler verilmiş ve analiz sonuçları bulgular başlığı altında raporlanmıştır. Sonuç kısmında ise, çalışmadan elde edilen bulgular özetlenmiş ve bu bulgulardan hareketle önermeler geliştirilmiştir.

1. Literatür

İnternetin hayatımızda önemli derecede yer alması ile birlikte literatürde dijital bağımlılık, sosyal medya ve/veya internet bağımlılığı üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Bu nedenle literatür incelemesinde bir sınırlamaya gidilmiş ve burada son on yılda Türkiye özelinde lise veya üniversite öğrencileri üzerinde yapılan çalışmalara yer verilmek istenmiştir. Bu çalışmalardan biri olan Arslan vd. (2015), çalışmalarında lise ve üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeyleri ile farklı demografik değişkenleri birlikte ele almışlardır. Çalışma sonucunda oyun bağımlılığının eğitim düzeylerine göre farklılaştığı, annenin eğitim düzeyi arttıkça lise ve üniversite öğrencilerinin oyun bağımlılığının arttığı gözlenmiştir.

Yıldız ve Demir (2016) çalışmalarında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını incelemişlerdir. Çalışmada internet ve sosyal medyada geçirilen süre ile bunları kullanım amaçları arasında, internete bağlanma sıklığı ile kullanım amacı arasında ve cinsiyete göre interneti kullanma amaçları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Aydın (2016), Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarını araştırdığı çalışmada katılımcıların internet kullanma sıklığının çoğunlukla her gün 5-6 saat aralığında olduğunu ve arkadaşlarla iletişim kurmak amacıyla sosyal medyayı kullandıklarını tespit etmiştir. Kalaman ve Bat (2016) Bozok Üniversitesi öğrencilerinin yeni ve eski medya kullanma eğilimlerini araştırdıkları çalışmalarında, kadınların sosyal medyayı kullanmak amacıyla erkeklerin ise oyun oynamak amacıyla interneti daha fazla kullandıklarını belirlemişlerdir. Aynı zamanda çalışmada gelir düzeyi ve yaşın, medya kullanımını etkilediği saptanmıştır.

Ulutaşdemir vd. (2017) özel bir üniversitesinin sağlık bölümünde okuyan öğrencilerin internet bağımlılığını araştırmışlardır ve internet bağımlısı olan öğrencilerin haftada 40 saat, bağımlı olmayanların ise haftada 1saat internet kullandığını saptamışlardır. İnce ve Koçak (2017) çalışmalarında Necmettin Erbakan Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarını incelemişlerdir. Çalışmada kadınların bir oturumda sosyal medya kullanım süresinin, erkeklere göre daha yüksek ve en fazla kullanılan sosyal ağın Facebook olduğu gözlenmiştir. Cinsiyet açısından elde edilen sonuçlarda ise kadınların sosyal medyaya duyulan güven düzeyinin erkeklere oranla daha yüksek olduğu görülmüştür. Yılmazsoy ve Kahraman (2017) çalışmalarında Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencilerinin Facebook bağımlılıklarını araştırmışlardır. Çalışmada Facebook sosyal ağını eğitsel amaçla erkeklerden çok kız öğrencilerin daha fazla kullandığı gözlenmiştir. Ayrıca çalışmada cinsiyetin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı olmadığı saptanmıştır.

Eryılmaz ve Çukurluöz (2018) Ankara ilinde Çankaya ilçesinde eğitim alan lise öğrencilerinin dijital bağımlılıklarını incelemişlerdir. Çalışmada erkek öğrencilerin kız öğrencilere kıyasla daha fazla dijital bağımlı olduğu gözlenirken, sosyal medya bağımlılığında ise kız öğrencilerin daha bağımlı olduğu saptanmıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin sosyal medya, internet ve telefonlarına bağımlı olduğu gözlenmiştir. Benzer şekilde, Çiftçi (2018) çalışmasında Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu bünyesinde eğitim alan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığını araştırmıştır. Çalışmada öğrencilerin en fazla telefon aracılığıyla sosyal medyaya girdikleri, erkek öğrencilerin kızlardan daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu ve

internetin bilgi amaçlı kullanıldığı saptanmıştır. Ayrıca çalışmada cinsiyet, yaş ve eğitim durumunun sosyal medya bağımlılığında belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Aydan (2018) çalışmasında Ege Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek istemiştir. Bu amaçla 436 öğrenciye sorular yöneltilmiş ve çalışma sonucunda, yaş ve gelir ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı saptanmıştır. Ayrıca çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım süresi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Aktan (2018) ise çalışmasında Aksaray Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları ile sosyal medya kullanım ve kullanma süreleri arasındaki ilişkiyi araştırmış ve sosyal medya kullanım ve kullanım süreleri arasında anlamlı bir farklılık olduğunu ortaya koymuştur. Demir ve Kumcağız (2019) çalışmalarında cinsiyetin sosyal medya kullanımı üzerinde anlamlı olmadığını belirlemişlerdir. Ondokuz Mayıs Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını incelediği bu çalışmada, ayrıca öğrencilerin sosyal medyayı en fazla müzik/video indirmek amacıyla kullandığı ve akademik başarısı yüksek olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının düşük olduğu gözlenmiştir. Tutgun Ünal (2019) çalışmasında Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını araştırmışlardır. Çalışmada öğrencilerin günlük sosyal medya kullanımları arttıkça sosyal medya bağımlılıklarının arttığı gözlenmiştir. Özdemir (2019) ise çalışmasında erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin kız öğrencilere göre daha fazla olduğunu saptamıştır.

Sosyal medyanın zararlarının üzerinde durulduğu çalışmaların literatürde yer edindiği de görülmektedir. Örneğin Balcı ve Baloğlu (2018) çalışmalarında Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve depresyon düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışma sonucunda sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasında aynı yönde anlamlı bir ilişkinin var olduğu gözlenmiştir. Benzer şekilde Akçay Bekiroğlu ve Şahin (2019), sosyal medya bağımlılığının zararlı olabileceği düşüncesinden hareketle, Yıldız Teknik Üniversitesi ve Gaziantep Üniversitesi'nin seçilmiş öğrencileri üzerinde sosyal medya kullanım yoğunluğunun saldırganlık davranışı göstermesi ilişkisinin araştırmışlardır. Bu çalışma, literatürdeki diğer çalışmalardan farklı olarak sosyal medyanın şiddet eğilimi üzerindeki etkisine odaklanmıştır. Çalışma sonucunda, katılımcıların eğitim gördükleri fakülte, cinsiyet, sanal arkadaş sayısına göre saldırganlık düzeyinin ve sosyal medya kullanım yoğunluğunun değiştiği görülmüştür. Daşlı ve Baloğlu (2020) çalışmalarında sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan alan çalışmalarını incelemişler ve kadınların erkeklere göre sosyal medya kullanım sürelerinin daha fazla olduğunu tespit etmişlerdir.

Literatürden hareketle, gençlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin tespiti ve buna yönelik neler yapılabileceği konusu önem arz ettiği söylenebilmektedir. Bu nedenle çalışmada, öğrencilerin dijital ve sosyal medya bağımlılığına ilişkin eğilimleri detaylı bir şekilde incelenmek amaçlanmıştır.

2. Veri seti

Bu araştırmanın amaçlarından biri Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde 2018-2019 Bahar döneminde eğitim gören üniversite öğrencilerinin dijital ve sosyal medya bağımlılık ölçeği kullanarak detaylı bilgiler edinilmesidir. Çalışmanın bir diğer amacı ise, öğrencilerin demografik özelliklerinin sosyal medyada geçirilen süreler üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Bu amaçlar doğrultusunda çalışmada basit rastlantısal örneklem yöntemi kullanılarak, 2018-2019 eğitim-öğretim yılında Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İ.İ.B.F)'nde aktif öğrenim gören toplam 1318 lisans öğrencisi anakütle olarak seçilmiştir. Anakütleyi temsil edecek örneklem sayısının hesaplanmasında %95 güven aralığında %5 hata ile örneklem sayısı 288 olarak bulunmuştur. Çalışmada Bayburt Üniversitesi İ.İ.B.F öğrencilerinden 300 öğrenciye yüz yüze anket yöntemi ile sorular yöneltilmiş ancak 290 öğrencinin tüm sorulara cevap verdiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda çalışmada 290 öğrencinin verdiği cevaplar dikkate alınmıştır. Öğrencilerin demografik özelliklerini tanımlamak için frekans (sıklık) ve yüzdelik değerler kullanılmıştır. Çalışmada Eryılmaz ve Çukurluöz (2018)'ün

çalışmalarında kullandıkları dijital ve sosyal medya bağımlılık ölçekleri kullanılmıştır². Dijital ve sosyal bağımlılık ölçeklerine ve alt başlıklarına ait güvenilirlik düzeylerinin belirlenmesi için Cronbach's Alpha katsayısından yararlanılmıştır. Çalışmanın güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Güvenirlik analizi sonuçları

Güvenirlik Analizi	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Dijital Bağımlılık Ölçeği	32	0,895
Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu	12	0,855
Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Etki Boyutu	9	0,825
Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği	9	0,790

Tablo 1'deki güvenilirlik analizi sonuçları dikkate alındığında, dijital bağımlılık ve sosyal medya bağımlılığı ölçeklerinin güvenilir olduğu söylenebilmektedir. Anket katılımcıları, Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin dijital medya kullanım alışkanlıklarını ve bağımlılık düzeylerini ölçmek için yeterli sayıdadır. Çalışmada SPSS 26 programından yararlanılmıştır.

3. Bulgular

Çalışmada ilk olarak ankete katılan bireylere ilişkin demografik bilgileri sunulmak istenmiştir. İlgili bulgular Tablo 2'de verilmiştir.

Ankete katılan bireylerin cinsiyetleri baz alındığında kız öğrencilerin erkek öğrencilere nazaran daha çok anketi cevapladığı ve yaş aralığında 21-23 yaş aralığında ankete katılan bireylerin yoğunluk teşkil ettiği gözlenmiştir. Benzer şekilde, ankete katılan bireylerin çoğunluğunun Bayburt'ta devlet yurdunda ikamet ettiği ve çoğunlukta ailelerinin Karadeniz bölgesinde yaşadığı belirlenmiştir. Ankete katılan bireylerin anne-baba eğitim durumları temel alındığında ise, ilkökul mezunu olanların çoğunluk teşkil ettiği ve ankete katılan bireylerin aylık hane gelirlerinin de çoğunlukla 2000TL'den az olduğu Tablo 2'den görülmektedir. Ankete katılan bireylerden okulu uzatanların oranının, öğretileninde /otelde /pansiyonda ikamet edenlerin, ailesini yurtdışında kalanların oranının en az olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde ankete katılan bireylerin babalarının eğitim durumunun okur-yazar olmayanlarının oranının ve annesinin eğitim durumunun yüksekokul/üniversite mezunu olanlarının oranının en az olduğu belirlenmiştir. Aylık hane geliri temel alındığında ise, en az oranının 4001-5000TL gelir aralığında olduğu gözlenmiştir.

Tablo 2: Demografik Bilgiler

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kız	164	56,6
	Erkek	126	43,4
Yaş	18-20	34	11,7
	21-23	197	67,9
	24 ve üzeri	59	20,3
Bölümü	Kamu Yönetimi	93	32
	Maliye	2	0,6
	İşletme	83	28,7
	İktisat	112	38,7
Sınıfı	1	22	7,6
	2	33	11,3
	3	62	21,4
	4	160	55,2
	4+	13	4,5

² Çalışmada Eryılmaz ve Çukurluöz (2018)'ün çalışmalarında kullandıkları dijital ve sosyal medya bağımlılık ölçeği kullanılmış, çalışmada ankete katılan bireylerin oyun bağımlılığının olmaması nedeniyle çalışmada oyun ölçeğine ilişkin bulgular raporlanmamıştır.

Bayburt'ta İkamet Yeri	Kiralık ev	63	21,8
	Apart ev	57	19,7
	Aile/akraba yanında kalma	26	8,9
	Devlet Yurdu	118	40,7
	Öğretmen evi/ Otel/Pansiyon	7	2,4
	Özel yurt	19	6,5
Ailenin Yaşadığı Coğrafi Bölge	Marmara Bölgesi	40	13,8
	Karadeniz Bölgesi	88	30,3
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	31	10,7
	Ege Bölgesi	11	3,8
	İç Anadolu Bölgesi	49	16,9
	Akdeniz Bölgesi	38	13,1
	Doğu Anadolu Bölgesi	31	10,7
Babanın Eğitim Durumu	Yurtdışı	2	0,7
	Okur-yazar değil	7	2,4
	İlkokul mezunu	144	49,7
	Ortaokul mezunu	61	21,1
	Lise mezunu	58	20
Annenin Eğitim Durumu	Yüksekokul/üniversite mezunu	20	6,8
	Okur-yazar değil	40	13,8
	İlkokul mezunu	159	54,8
	Ortaokul mezunu	59	20,3
	Lise mezunu	25	8,7
Aylık hane geliri	Yüksekokul/üniversite mezunu	7	2,4
	2000 TL'den az	93	32
	2001 – 3000 TL	90	31
	3001 – 4000 TL	42	14,4
	4001 – 5000 TL	25	8,7
	5001 TL ve üzeri	40	13,9
Toplam		290	100

Not: Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde 2018-2019 Bahar yarıyılında Maliye bölümünde eğitim gören toplam öğrenci sayısı 5'tir.

Ankete katılan bireylere “**Sosyal ağlarda günde ortalama kaç saat zaman harcıyorsunuz?**” sorusu yöneltilmiş ve bu soruya verilen cevaplar ile katılımcılara ait cinsiyet, yaş ve gelir bilgileri çapraz tablolar³ aracılığıyla raporlanmak istenmiştir. Bu amaçla elde edilen sonuçlar Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: Sosyal ağlarda Geçirilen Sürenin Dağılımı

	1 saatten az		1-3 saat		3-5 saat		5 saat ve üzeri		Toplam	
	F	%	F	%	F	%	f	%	f	%
Kız	21	12,8	54	32,9	51	31,1	38	23,2	164	100
Erkek	12	9,5	49	38,9	41	32,5	24	19	126	100
Toplam	33	11,4	103	35,5	92	31,7	62	21,4	290	100
18-20	9	26,5	9	26,5	7	20,6	9	26,5	34	100
21-23	19	9,6	71	36	69	35	38	19,3	197	100
24 ve üzeri	5	8,5	23	39	16	27,1	15	25,4	59	100
Toplam	33	11,4	103	35,5	92	31,7	62	21,4	290	100
2000TL ve altı	15	16	30	31,9	27	28,7	22	23,4	94	100
2001-3000TL	9	10	32	35,6	31	34,4	18	20	90	100
3001-4000TL	4	9,5	20	47,6	14	33,3	4	9,5	42	100
4001-5000TL	1	4	14	56	4	16	6	24	25	100
5001TL ve üstü	4	10,3	7	17,9	16	41	12	30,8	39	100
Toplam	33	11,4	103	35,5	92	31,7	62	21,4	290	100

³ Çalışmada gelir ile sosyal ağlarda geçirilen süre kategorileri arasındaki ilişki Ki-kare testi aracılığıyla araştırılmak istenmiştir ancak her bir seçenekte yeterli gözlem olmaması nedeniyle analiz yapılamamıştır. Benzer durum nedeniyle, cinsiyet ve yaş ile sosyal ağ kullanım süresi kategorileri arasındaki ilişkiler araştırılmamıştır.

Tablo 3'ten görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin sosyal ağlarda çoğunlukla 1 saatten fazla zaman geçirdikleri, cinsiyet, gelir ve yaş kategorilerine göre sosyal ağlarda geçirilen sürede anlamlı farklılıklar gözlenmediği söylenebilmektedir ⁴. Tablo 3'ün hemen ardından dijital bağımlılık ölçeğinin sosyal medya boyutuna ilişkin bilgiler sunulmak istenmiştir. Bu doğrultuda Tablo 4'te dijital bağımlılık ölçeğinin alt boyutlarından sosyal medya boyutunu oluşturan 12 maddeye ait frekanslar ve yüzdelik dağılımları verilmektedir.

Tablo 4: *Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Medya Boyutu Maddelerine Verilen Cevapların Dağılımı*

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle katlıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Gün içerisinde telefonumla fazla vakit geçiririm.	26	9,0	45	15,5	73	25	93	32	54	18,5
Sosyal medya hesaplarımı sıklıkla kontrol ederim.	41	14,2	40	13,8	46	15,8	98	33,8	65	22,4
Sosyal ağları, sosyal çevre edinme / sosyalleşme amacı ile kullanıyorum.	69	23,8	56	19,3	67	23,1	64	22	34	11,8
Sosyal ağları, eğlence / boş vakit geçirme amacı ile kullanıyorum.	41	14,1	33	11,4	52	18	100	34,5	64	22
Sosyal ağları, rahatlama / stresten uzaklaşma amacı ile kullanıyorum.	50	17,2	38	13,1	67	23,1	83	28,6	52	18
Sosyal ağları, bilgi edinme / hayatı tanıma amacı ile kullanıyorum.	39	13,4	27	9,4	53	18,3	99	34,1	72	24,8
Arkadaşlarım ile sosyal medya üzerinden iletişime geçerim.	32	11,1	33	11,2	42	14,5	117	40,4	66	22,8
Telefonum yanımda olmadığında bir eksiklik hissedirim.	31	10,7	39	13,5	62	21,3	78	26,9	80	27,6
Gün içerisinde sosyal ağlarda fazla vakit geçiririm.	34	11,7	49	16,9	70	24,2	82	28,3	55	18,9
Günün büyük bir kısmını dijital araçlarla geçiririm.	41	14,1	74	25,6	56	19,3	82	28,2	37	12,8
Sabahları ilk iş olarak mesajlarımı ve maillerimi kontrol ederim.	52	17,9	51	17,6	46	15,9	70	24,1	71	24,5
Gittiğim yerlerde Wi-Fi şifresini sorarım.	58	20	66	22,8	52	17,9	59	20,4	55	18,9

Ankete katılan bireylerin çoğunlukla gün içerisinde telefonuyla fazla vakit geçirdiği, sosyal medya hesaplarımı sıklıkla kontrol ettiği, günün büyük bir kısmını dijital araçlarla geçirdiği tespit edilmiştir. Ankete katılan bireylerin sosyal medyayı kullanma amaçlarına ilişkin olarak, en fazla sosyal ağları, bilgi edinme/hayatı tanıma amacıyla ve eğlence/boş vakit geçirme amacıyla tercih ettikleri gözlenmiştir. İkinci olarak ankete katılan bireylerin sosyal ağları rahatlama/stresten uzaklaşma amacı ile kullandıkları belirlenmiştir. Ardından ankete katılan bireylerin sosyal çevre edinme/sosyalleşme amacı ile kullandıkları saptanmıştır. Ankete katılan bireylerin çoğunlukla telefonu olmadıklarında kendilerini eksiklik hissettikleri ve sabahları uyanır uyanmaz mesajlarını/maillerini kontrol ettikleri tespit edilmiştir. Ankete katılan bireylerin çoğunluğunun arkadaşları ile sosyal medya aracılığıyla iletişim halinde oldukları dikkat çeken bir diğer bulgudur.

“Gün içerisinde telefonumla fazla vakit geçiririm”, “Sabahları ilk iş olarak mesajlarımı ve maillerimi kontrol ederim” ve “Gittiğim yerlerde Wi-Fi şifresini sorarım” ifadelerine ankete katılan bireylerin kararsız olduğunu beyan edenlerin en az orana sahip olduğu Tablo 5'ten

⁴ Çalışmada ayrıca sosyal ağlarda geçirilen süre kategorileri bağımlı değişken, demografik değişkenlerin bağımsız değişken olarak seçildiği nitel tercih modellerinden olan Sıralı Logit Model'den yararlanılmıştır. Sıralı Logit modelinde, paralellik varsayımı geçersiz olması nedeniyle Genelleştirilmiş Sıralı Logit Model tahminlenmiştir. Ancak iktisadi olarak model sonuçlarının anlamsız olduğu gözlenmesi nedeniyle, çalışmada bu modellere ilişkin bulgular raporlanmamıştır.

görülmektedir. Benzer şekilde “Sosyal ağları, sosyal çevre edinme/sosyalleşme amacı ile kullanıyorum” ve “Günün büyük bir kısmını dijital araçlarla geçiririm.” ifadelerine kesinlikle katıldıklarını beyan edenlerin oranı en az orandadır. Çalışmada “Sosyal medya hesaplarıma sıklıkla kontrol ederim”, “Sosyal ağları, rahatlama/stresten uzaklaşma amacı ile kullanıyorum.” ve “Sosyal ağları, bilgi edinme/hayatı tanıma amacı ile kullanıyorum” ifadelerine katılmadıklarını beyan edenlerin oranının en az orana sahip olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda “Sosyal ağları, rahatlama/stresten uzaklaşma amacı ile kullanıyorum”, “Arkadaşlarım ile sosyal medya üzerinden iletişime geçerim”, “Telefonum yanımda olmadığında bir eksiklik hissederim”, ve “Gün içerisinde sosyal ağlarda fazla vakit geçiririm” ifadelerine kesinlikle katılmayanlarının oranının en az olduğu gözlenmiştir. Çalışmanın bu kısmında dijital bağımlılık ölçeğinin sosyal hayata etki boyutuna ilişkin frekans ve yüzdelik dağılımı verilmek istenmiştir. İlgili gösterim Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5: *Dijital Bağımlılık Ölçeği Sosyal Hayata Etki Boyutu Maddelerine Verilen Cevapların Dağılımı*

	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle katlıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Gün içerisinde mutlaka birkaç saat telefonumdan ya da müzik çalarımından bir şeyler dinlerim.	29	10	32	11,1	46	15,9	97	33,4	86	29,6
Çevremdeki insanlar teknolojik araçları çok fazla kullandığını söylüyor.	81	28	79	27,2	50	17,2	47	16,3	33	11,3
İnternet nedeniyle gece geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalırım.	79	27,2	69	23,9	49	16,9	53	18,2	40	13,8
Her ay SMS ve/veya internet paketi alırım.	39	13,4	36	12,4	36	12,4	70	24,2	109	37,6
Teknolojik araçlar aile hayatımı olumsuz etkiler.	86	29,7	62	21,3	60	20,7	47	16,2	35	12,1
Teknolojik araçlar uyku düzenimi bozar.	63	21,8	64	22	58	20	57	19,7	48	16,5
Teknolojik araçlar sosyal hayatımı olumsuz etkiler.	73	25,2	68	23,3	62	21,3	52	18	35	12,1
Teknolojik araçlar dikkat düzeyimi etkiler.	58	20	48	16,5	76	26,2	67	23,1	41	14,1
Teknolojik araçlarla fazla vakit geçirdiğim için çalışmalarımı aksatırım.	77	26,5	66	22,7	52	17,9	49	16,9	46	15,9

Ankete katılan bireylerin aile, sosyal ve akademik hayatlarına teknolojik araçların olumsuz yönde etkilemediğini düşünenlerin oranının çoğunluk gösterdiği gözlenmiştir. Aynı zamanda internet nedeniyle gece geç saatlere kadar uykusuz kalmayanların çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan bireylerden teknoloji araçlarının dikkat düzeyini etkileme konusunda kararsız olanların çoğunluk gösterdiği tespit edilmiştir. Benzer şekilde, ankete katılan bireyler teknolojik araçları çok fazla kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

Ankete katılan bireylerin “Gün içerisinde mutlaka birkaç saat telefonumdan ya da müzik çalarımından bir şeyler dinlerim” ifadesine kesinlikle katılmayanlarının oranının en az orana ve kesinlikle katılanlarının oranının ise en fazla orana sahip olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde “Çevremdeki insanlar teknolojik araçları çok fazla kullandığını söylüyor”, “İnternet nedeniyle gece geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalırım”, “Teknolojik araçlar aile hayatımı olumsuz etkiler”, “Teknolojik araçlar uyku düzenimi bozar”, “Teknolojik araçlar sosyal dikkat düzeyimi etkiler” ve “Teknolojik araçlarla fazla vakit geçirdiğim için çalışmalarımı aksatırım” ifadelerine kesinlikle katıldıklarını beyan edenlerin oranının en az olduğu gözlenmiştir.

Bilindiği üzere sosyal ağlar, insanların daha çok arkadaş edinmesini, aile üyelerine ulaşmasını, başka kişilerle iletişime girebilmesine, kendilerini özgürce ifade edebilmesine, eski tanıdıklarına ulaşabilmesine, iş arkadaşlarıyla bağlantı kurmayı ve diğer birçok tanıdık kişiler ile ortak bir alan

oluşturmayı sağlamaktadır ve bu nedenle giderek artan bir oranda bireylerin sosyal paylaşım sitelerinde yer aldığı gözlenmektedir (Aydan, 2018: 353-354). Çalışmada ankete katılan bireylerin Türkiye’de en çok kullanılan altı farklı sosyal ağda günde ortalama ne kadar süre geçirdiklerine yönelik sorular yöneltilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 6’da raporlanmıştır.

Tablo 6: Seçilmiş Bazı Sosyal Ağlarda Gün İçinde Aktif Olunan Süreye İlişkin Verilen Cevapların Dağılımı

Facebook uygulamasında aktif olduğunuz süre			WhatsApp uygulamasında aktif olduğunuz süre			Instagram uygulamasında aktif olduğunuz süre		
	f	%		F	%		f	%
Hiç kullanmıyorum	121	41,7	Hiç kullanmıyorum	36	12,5	Hiç kullanmıyorum	17	5,9
1 saatten az	145	50	1 saatten az	108	37,2	1 saatten az	63	21,8
1- 2 saat	13	4,5	1- 2 saat	128	44,2	1- 2 saat	59	20,3
2- 3 saat	4	1,4	2- 3 saat	11	3,8	2- 3 saat	70	24,1
3-5 saat	4	1,4	3-5 saat	4	1,2	3-5 saat	44	15,1
5 saat ve üzeri	3	1	5 saat ve üzeri	3	1,1	5 saat ve üzeri	37	12,8
Toplam	290	100	Toplam	290	100	Toplam	290	100
Twitter uygulamasında aktif olduğunuz süre			Youtube uygulamasında aktif olduğunuz süre			Google+ aktif olduğunuz süre		
	f	%		F	%		f	%
Hiç kullanmıyorum	30	10,3	Hiç kullanmıyorum	8	2,8	Hiç kullanmıyorum	92	31,7
1 saatten az	60	20,7	1 saatten az	57	19,6	1 saatten az	110	37,9
1- 2 saat	70	24,1	1- 2 saat	72	24,8	1- 2 saat	37	12,8
2- 3 saat	72	24,9	2- 3 saat	52	17,9	2- 3 saat	24	8,3
3-5 saat	33	11,4	3-5 saat	41	14,1	3-5 saat	13	4,5
5 saat ve üzeri	25	8,6	5 saat ve üzeri	60	20,8	5 saat ve üzeri	14	4,8
Toplam	290	100	Toplam	290	100	Toplam	290	100

Altı sosyal ağ içerisinde en fazla kullanılan sosyal ağların Youtube ve Instagram olduğu, en az kullanılan sosyal ağların ise Facebook ve Google+ olduğu saptanmıştır. Facebook uygulamasına ilişkin dağılım incelendiğinde, öğrencilerin yarısının 1 saatten az uygulamayı kullandıkları ve neredeyse diğer yarısının bu uygulamayı kullanmadıkları gözlenmiştir. Ankete katılan bireylerin Youtube ve WhatsApp uygulamalarında 1-2 saat aralığında çoğunlukla zaman geçirdikleri gözlenmiştir. Instagram ve Twitter uygulamalarında ankete katılan bireylerin çoğunlukla 2-3 saat aralığında zaman geçirdikleri Tablo 5’ten görülmektedir. Youtube uygulamasını hiç kullanmayanların oranının ise diğer sosyal ağlar içerisinde en az orana sahip olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada ayrıca ankete katılan bireylerin sosyal medya kullanımlarının duygu durumlarına yansımaya yönelik düşünceleri öğrenilmek istenmiştir. Bu bağlamda elde edilen bilgiler Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7: Sosyal Medya Kullanımlarının Duygu Durumlarına Yansımaya İlişkin Verilen Cevapların Dağılımı

	Evet		Hayır	
	f	%	f	%
Sürekli olarak kendinizi sosyal medyaya tekrar girebileceğiniz andan başka bir şey düşünemez halde buldunuz mu?	87	30	203	70
Sürekli olarak, sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istediğiniz için kendinizi mutsuz hissettiniz mi?	89	30,6	201	69,4
Sosyal medyayı kullanmadığınız zaman çoğu kez kendinizi kötü hissettiniz mi?	95	32,8	195	67,2

Sosyal medyayı kullanma isteğinizden dolayı diğer etkinliklerinizi (spor, hobiler vb.) sürekli olarak ihmal ettiniz mi?	69	23,8	221	76,2
Sosyal medyayı kullanmanızdan dolayı diğer insanlarla sürekli olarak tartışmalarınız oldu mu?	59	20,3	231	79,7
Sosyal medyada geçirdiğiniz süre hakkında ebeveynlerinize veya arkadaşlarınıza sürekli olarak yalan söylediniz mi?	43	14,8	247	85,2
Olumsuz duygularınızdan kaçmak için sık sık sosyal medyayı kullandınız mı?	138	47,6	152	52,4
Sosyal medya kullanımınızdan dolayı ebeveynleriniz, kız veya erkek kardeşleriniz ile ciddi çatışmalarınız oldu mu?	39	13,4	251	86,6

Ankete katılan bireylerin sosyal medya kullanımlarının duygu durumlarına olumsuz yönde etkilemediğini ileri sürenlerin oranının çoğunlukta olduğu Tablo 7’den görülmektedir. Ancak çalışmada, yadsınamaz boyutta sosyal medya kullanımının olumsuz duyguya yol açtığı yönünde de bulgular elde edilmiştir. Bir diğer ifadeyle, ankete katılan bireylerden sürekli olarak kendini sosyal medyaya tekrar girebileceği andan itibaren başka bir şey düşünmeyenlerin oranın %30; sürekli olarak sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istedikleri için kendini mutsuz hissedenlerinin oranının %30,6 ve olumsuz duygulardan kaçınmak için sık sık sosyal medya kullananların oranının %47,6 olduğu gözlenmiştir.

4. Sonuç

Dijital dünyanın içinde yaşamaya başlayan insanoğlu, bu yenilikle beraber tüm alışkanlıklarını, düşünce tarzını, yaşam şeklini değiştirmeye başlamıştır. Bu değişimle birlikte sosyal hayattan koparak, dijital platformlarda fazlasıyla yer alan bireylerin sosyal hayatlarında asosyal bir kişiliğe büründüğü ve dış dünya ile bağlarını kopardığı gözlenmektedir. Bu çalışmada genç neslin dijital ve sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerini temsilen 290 öğrencinin dijital ve sosyal medya bağımlılığı detaylı olarak incelenmiştir. Bu amaçla ankete katılan bireylere detaylı sorular yöneltilmiştir. Dijital bağımlılık ve sosyal medya bağımlılık ölçeğine 290 katılımcının vermiş oldukları cevaplarında, katılımcıların en fazla katıldıklarını belirttikleri ifadeler şu şekildedir:” Sosyal medya hesaplarımı sıklıkla kontrol ederim.” (%33,8), “Sosyal ağları, eğlence / boş vakit geçirme amacı ile kullanıyorum.” (%34,5), “Sosyal ağları, bilgi edinme / hayatı tanıma amacı ile kullanıyorum.” (%34,1), “Arkadaşlarım ile sosyal medya üzerinden iletişime geçerim.” (%40,4), “Telefonum yanımda olmadığında bir eksiklik hissederim.” (%27,6), “Gün içerisinde mutlaka birkaç saat telefonumdan ya da müzik çalarımından bir şeyler dinlerim.” (%29,6), “Her ay SMS ve/veya internet paketi alırım.” (%37,6). Katılımcılara sosyal medya kullanımlarının duygu durumlarına yansımalarına ilişkin bazı sorular yöneltilmiş ve katılımcıların “Sosyal medyayı kullanmadığınız zaman çoğu kez kendinizi kötü hissettiniz mi?” ve “Olumsuz duygularınızdan kaçmak için sık sık sosyal medyayı kullandınız mı?” ifadelerine sırasıyla %32,8 ve %47,6 oranında evet cevabı verdikleri gözlenmiştir. Ayrıca katılımcıların en fazla kullanmış olduğu sosyal ağlara ilişkin bulgular incelendiğinde,

- Facebook sosyal ağını katılımcıların %12,5’inin hiç kullanmadığı ve %50’sinin ise 1 saatten az kullandığı,
- WhatsApp sosyal ağını katılımcıların %37,2’sinin 1 saatten az ve %44,2’sinin 1 – 2 saat aralığında kullandığı,
- Instagram sosyal ağını katılımcıların %24,1’inin 2 – 3 saat, %21,8’inin 1 saatten az ve %20,3’ü ise 1 – 2 saat aralığında kullandığı
- Katılımcılardan sadece %5,9’luk bir kısmının Instagram sosyal ağını hiç kullanmadığı,
- Twitter sosyal ağını katılımcıların %24,9’unun 2 – 3 saat, %24,1’inin 1 – 2 saat ve %20,7’sinin ise 1 saatten az kullandığı,

- Youtube sosyal ağını katılımcıların %24,8'inin 1 – 2 saat, %20,8'inin 5 saat ve üzeri kullandığı,
- Katılımcılardan sadece %2,8'i nin Youtube ağını kullanmadığı,
- Google+ sosyal ağını kullanan katılımcıların %37,9'unun 1 saatten az kullandığı saptanmıştır.

Çalışmadan elde edilen sonuçlardan hareketle, dijital ve sosyal medya bağımlılığını azaltmaya yönelik bazı önermeler sunulmak istenmiştir. Gelişen sosyal medya araçları, dijital araçlar hakkında ve dijital medya kullanımı hakkında seminerler ve/veya konferanslar düzenlenerek, bireylerin bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır. Bir diğer ifadeyle, konferanslar aracılığıyla internetin sadece müzik, video, oyun ve benzeri için olmadığı, öğrencileri başarılı hale getirecek internet uygulamalarının öğretilmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda öğrenciye eğitimler verilmeli ve dijital medya kullanımı öğrencinin lehine olacak şekilde programlar yapılmalıdır.

Üniversite bünyesindeki ücretsiz internet hizmetinin, belirli sosyal ağlara girişi ile ilgili günlük kotalar konulması dijital ve sosyal medya bağımlılıklarını azaltmada önemli bir adım olacaktır. Bir diğer ifadeyle, öğrencinin sosyal medya üzerinde günlük belirli bir kotasının olması ve aşılması durumunda internet erişiminin kısıtlanması önerilmektedir.

Sosyal medyayı olumsuz duyguları dolayısıyla kullanan öğrencilere yönelik ilköğretim ve lise düzeyinde var olan rehberlik büro uygulamasının üniversite bünyesinde geliştirilerek, ruhsal açıdan daha sağlıklı bireylerin gelişimine yönelik danışmanlık hizmetinin sunulması gerektiği düşünülmektedir. Üniversite eğitimleri boyunca öğrencilerin sosyal hayatlarında daha başarılı olmalarını sağlayacak, seminerler, yarışmalar, oyunlar, vb. aktivitelerin düzenlenmesi ve psikolojik açıdan mutsuz bireylerin sayısındaki artışın önüne geçilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Teşekkür

Veri toplama aşamasında yardımları dokunan, Bayburt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü'nden 2019 yılında mezun olan, Muhammet Ali Köklü'ye ve Musa Yılmaz'a emekleri için teşekkür ederim.

KAYNAKÇA

- Akçay Bekiroğlu, H. ve Şahin, E. (2019). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu ve Saldırganlık Davranışı Gösterme İlişkisi”. *Turkish Studies Social Sciences*, 14(3): 215-236.
- Aktan, E. (2018). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4): 405-421.
- Arslan, A.; Kırık, A. M.; Karaman, M. ve Çetinkaya, A. (2015). “Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Dijital Bağımlılık”. *UHIVE: Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 34-58.
- Aydan, H. (2018). “Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Ege Üniversitesi Örneği”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4): 351-369.
- 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 Baloğlu, E. (2018). “Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: Üniversitesi Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (29): 209-234.
- Bayhan, V. (2013). “Gençlik, Sosyal Medya ve İnternet Bağımlılığı”. *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi*, 23: 61-80.
- Carr, N. (2008). “Is Google Making Us Stupid? ”, *Yearbook of the National Society for the Study of Education*, 107(2): 89-94. <https://doi.org/10.1111/j.1744-7984.2008.00172.x>
- Çiftçi, H. (2018). “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı”. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4): 417-434.
- Daşlı, Y. ve Baloğlu, A.O. (2020). “Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Alan Araştırması”. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(33): 1229-1239.
- Demir, Y. ve Kumcağız, H. (2019). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi”. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(52): 23-42.
- Eryılmaz, S. ve Çukurluöz, Ö. (2018). “Lise Öğrencilerinin Dijital Bağımlılıklarının İncelenmesi: Ankara İli Çankaya İlçesi Örneği”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(67): 889-912.
- Internetworldstats.com. (09/10/2020).
- İnce, M. ve Koçak, M.C. (2017). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği”. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2): 736-749.
- Kalamancı, Ş. ve Bat, M. (2016). “İnternet Bağımlılığı ve Medya Kullanımı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(47): 878-885
- Laura, A.N. and Richard, N. (2004). “Development of a psychometrically sound internet addiction scale: a preliminary step, *Psychology of Addictive Behaviors*”, 18(4):381-384.
- Mossbarger, B. (2008). “Is internet addiction addressed in the classroom?” *A survey of psychology textbooks, Computers in Human Behavior*, 24: 468-474.
- Özdemir, Z. (2019). “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı”. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2): 91-105.

- Tutgun Ünal, A. (2019). “İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği”, *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2: 49-80.
- Ulutaşdemir, N.; Verim, E.; Bakır, E. ve Deniz, E. (2017). “Geleceğin Sağlık Profesyonellerinde İnternet Bağımlılığının Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisi”, *Zeynep Kamil Tıp Bülteni*; 48(2).
- Yengin, D. (2019). “Teknoloji Bağımlılığı Olarak Dijital Bağımlılık”. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC*, 9(2): 130-144.
- Yıldız, A. ve Demir, F.M. (2016). “Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği”, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırması Dergisi, Girişimcilik Özel Sayısı*, 17(37): 18-36.
- Yılmazsoy, B. ve Kahraman, M. (2017). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medyayı Eğitsel Amaçlı Kullanımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Facebook Örneği”. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 6(1): 9-20.
- Young, S. K. (1998). “Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder”, *CyberPsychology & Behaviour*, 1(3): 237-244.
- Worldometers.info (28/10/2019).