





Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Empati Becerileri ve Not Ortalamaları Arasındaki İlişki

The Relationship Between Vocational School Students' Social Media Addiction, Empathy Abilities, and Grade Point Averages

Sayfa | 1385

Ramazan TANAŞ , Öğr. Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, rtanas@aku.edu.tr

Ali Fikret AYDIN , Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, aliyaydin@aku.edu.tr

Geliş tarihi - Received: 22 Ocak 2024
Kabul tarihi - Accepted: 27 Temmuz 2024
Yayın tarihi - Published: 28 Ağustos 2024



Öz. Günümüzde sosyal medyanın yükselişi ve bağımlılık haline gelmesi, sosyal ilişkilerdeki empatik eğilimlerin de değişmesine yol açmıştır. Bu sebeple özellikle gençlerdeki sosyal medyaya olan bağımlılık ile empati becerileri düzeylerinin ortaya çıkarılması büyük önem taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve empati becerisi düzeylerini belirleyerek arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Araştırma, Afyon Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören 670 öğrenci ile yürütülmüştür. Çalışmada, tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri düşük, empati becerileri yüksek bulunmuştur. Araştırmada sosyal medya bağımlılık ve empati becerilerinin yaş, cinsiyet, öğrenim türü ve mezun olunan okul değişkenlerine göre farklılaşmadığı belirlenmiştir. Ayrıca araştırmanın genel amacı olan sosyal medya bağımlılığı ile empati becerileri arasında pozitif yönlü anlamlı fakat zayıf bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Son olarak akademik başarı(not ortalaması) ile sosyal medya bağımlılığı ve empati becerileri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Bu sonuçlardan yola çıkarak öğrencilerin sosyal medyayı doğru bir şekilde kullandıkları söylenebilir. Bu nedenle öğrencilere sosyal medya kullanarak kurum sayfası veya sınıf sayfası şeklinde sosyal medya kullanımı ile daha eğitici içerikler verilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı, Empati, Meslek Yüksekokulu

Abstract. Today, the rise and addiction of social media has led to a change in empathic tendencies in social relations. For this reason, it is of great importance to reveal the levels of social media addiction and empathy skills especially in young people. The aim of this study is to determine the relationship between social media addiction and empathy skill levels of vocational school students.. The research was carried out with 670 students studying at Afyon Vocational School. In the study, relational screening model, one of the screening models, was used. According to the results of the research, students' social media addiction levels were low and their empathy skills were high. In the study, it was determined that social media addiction and empathy skills did not differ according to age, gender, type of education and graduated school variables. In addition, it has been revealed that there is a significant, positive and weak relationship between social media addiction, which is the general purpose of the research, and empathy skills. Finally, no significant relationship was found between academic achievement (grade average) and social media addiction and empathy skills. Based on these results, it can be said that students use social media correctly. For this reason, educational content can be given to students by using social media in the form of an institution page or a class page.

Keywords: Social Media, Social Media Addiction, Empathy, Vocational School



Extended Abstract

Introduction. In the past quarter century, technological advancements have not only improved the quality of human being alive, but they have also accelerated the rate at which we share knowledge. Due to the internet, many tasks can now be completed swiftly and cheaply. With the rise of mobile phones, the Internet has become an integral component of our daily existence. This swift development has also altered several concepts. The most significant phenomenon changing in this direction is the need for socialization. Individuals who satisfy their socialization requirements via social media channels can also function as a social force. The individual is now able to engage in two-way communication with others, as opposed to his former passive role in traditional media. In addition to social media's positive effects, addiction is an undeniable fact that cannot be overlooked. The significant increase in the use of social media sites in recent years may have negative effects on people's social, psychological, and consequently economic lives. Consequently, it is crucial to investigate this dependency effect. Social media addiction is defined as being excessively concerned with social media, acting with a strong motivation to use social networks, and devoting so much time and effort to social media that it interferes with one's social activities, work life, or other daily duties, and interpersonal relationships.

Empathy entails comprehending the other person's perspective and emotions, verifying this comprehension by communicating it to the interlocutor, and providing assistance for the interlocutor's difficult situation. Extremely rapid interaction occurs in the realm of social media. Users may frequently be exposed to negative emotions and events in the lives of others. In order to manage with the negative emotions and situations to which a person is extensively exposed throughout the day, he or she may become emotionally rigid. According to the researchs, this leads to a decrease in the empathy levels of individuals who use social media frequently. Considering the extensive use of social media by university students, it is crucial to disclose the relationship between social media addiction and empathy skills. In this context, based on the assumption that social media addiction may have an effect on empathy skills, the purpose of this study is to assess the levels of social media addiction among university students (young people) and to ascertain their relationship with empathy skills.

Method. Utilizing a relational survey design, the research was conducted. Karasar (2009) and Fraenkel and Wallen (2009) defined the relational survey model as "a research model that seeks to determine the existence and/or degree of change between two or more variables." The population of the study is comprised of students enrolled in vocational colleges in Turkey, and the sample consists of 670 students enrolled at Afyon Kocatepe University Afyon Vocational School during the 2021-2022 academic year who were selected using convenience sampling. In convenience sampling, also known as "convenient sampling" and "accessible sampling," researchers select participants from individuals who are easily accessible, suitable for the research, and willing to participate.

The social media addiction scale devised by Şahin and Yaci (2017) and used in the study consists of two sub-dimensions and a 5-point Likert scale. Baron-Cohen and Wheelwright (2004) created the empathy scale, and Bora and Baysan Arabac (2009) translated it into Turkish. A 4-point Likert scale with a single dimension. In the investigation, Turkish was utilized.

To select the analysis method (parametric-nonparametric) to be used in the study, it had been required to ascertain if the data satisfied the normality assumption. The assumption of normality is



the prerequisite for analyses such as regression. The data were thus subjected to a normality test. Data Kurtosis and Skewness values were analyzed due to the magnitude of the sample.

Results, Discussion and Conclusion. In accordance with the results of the study, students' levels of social media addiction are minimal, whereas their empathy skills are high. In the study, it was determined that social media addiction and empathy skills did not vary by age, gender, kind of education, or level of education gained. Furthermore, a significant, positive, and feeble relationship between social media addiction and empathy skills was identified. There was no significant correlation between academic achievement (GPA), social media addiction, and empathy skills. On the basis of these findings, it can be concluded that pupils correctly employ social media. For this reason, students can be provided with educational content through social media in the form of an institution page or a class page.



Giriş

Sosyal medya, kullanıcı tarafından paylaşılacak içerik oluşturan yazılım araçlarını tanımlayan geniş bir terimdir. Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan ve bilgi paylaşımını kolaylaştırmayı amaçlayan sosyal medya, topluluk oluşumuna ve işbirliği projelerini gerçekleştirmeye olanak sağlayan etkileşimli ortam olarak tanımlanabilir (Bruns ve Bahnisch, 2009:7; Gedik, 2020: 254). Sosyal medya sayesinde kullanıcılar kendi aralarında iletişim kurmakta ve çeşitli bağlantılar oluşturabilmektedir (Weeks ve Holbert, 2013: 214).

Sosyal medya ilk etapta çoğunlukla metin tabanlı bir yapıya sahipken daha sonra ses, görsel ve animasyonlu içeriği kapsayacak biçimde hızla gelişmiştir. Özellikle son yıllarda, daha fazla görsel içeriklere doğru kayda değer bir geçiş olmuş ve kısa video hikâyeler farklı platformlarda popüler hale gelmiştir. Son derece dinamik bir yapıya sahip olan sosyal medya bünyesinde düzenli olarak yeni özellikler ve uygulamalar ortaya çıkmaktadır (Gedik, 2020: 254).

Instagram, X (eski adıyla Twitter), Youtube, Facebook ve WhatsApp gibi sosyal medya uygulamaları, kullanıcıların birbirleriyle içerik paylaşma ve aradıkları bilgiye erişme fırsatı sağlamaktadır (Çerçi vd., 2020: 187). Söz konusu sanal ortamlar, geleneksel medyadan farklı birtakım özelliklere sahiptir. Bu araçların bazı özellikleri; "etkileşimcilik, anıdalık, izleyici yerine kullanıcı, üretim ve tüketimin giriftliği, merkezsizlik, ekonomik oluşu, hiyerarşik ilişkilerin önemsenmemesi" (Yıldırım ve İpek, 2020: 72) olarak sıralanabilir. Birey geleneksel medyadaki pasif konumundan çıkarak daha aktif hale gelmiş ve başka kişilerle çift yönlü iletişim kurma imkânına kavuşmuştur. Geri bildirim mekanizmasının etkin şekilde işletildiği bir süreç ortaya çıkmıştır.

Sosyal medyayı geleneksel medyadan ayırtıran en önemli özelliği, herhangi bir kullanıcının sosyal medyanın içeriğini yaratabilmesi, yorumda bulunabilmesi ve katkı sağlayabilmesidir. Sosyal medya metin, ses, video, resim paylaşımına olanak sağlayarak kullanıcılara geniş bir kullanım imkânı sunmaktadır. Bireyler yalnızca izleyici veya okuyucu değil doğrudan bilgi yayan aktörlere dönüşmüşlerdir. İnsanlar sosyal medya araçlarını kullanarak, fikirlerini ve deneyimlerini dünya çapında paylaşma imkânı bulmaktadır (Yağmurlu, 2011: 6).

Sosyal medya platformlarının artmasıyla birlikte, takipçileri üzerinde etki sahibi olan ve influencer olarak adlandırılan kişiler ortaya çıkmış ve bu kişiler farklı platformlarda kullanıcıları etkilemeye başlamıştır. Milyonlarca takipçiye sahip olan hesaplar, kişilerin adeta günlük hayatlarının bir parçası haline gelmiştir. Böylelikle sosyal medya, toplumsal yaşam üzerinde dönüştürücü bir işleve sahip olmuştur. Bu süreçte hem yeni bir iletişim şekli kurulmasını sağlamış hem de sosyo-kültürel etkilerinin yanı sıra psikolojik etkileri de beraberinde getirmiştir (Kıran vd., 2020: 436).

Sosyal medya kullanım yaşının düştüğü günümüzde, gençlerin dijital medyada oluşturdukları sanal ilişkileri kişilerarası ilişkilere tercih ettikleri görülmektedir. Günlük yaşamdaki sorunlarla baş edebilmek amacıyla sanal dünyadan öğrendikleri davranış kalıplarına başvurabilmektedirler. (Akçay Bekiroğlu ve Şahin, 2022: 692). Son yıllarda sosyal medya sitelerinin kullanımında ortaya çıkan büyük artışın bireyler üzerinde gerek olumlu gerekse olumsuz yönde etkileri söz konusudur. Özellikle olumsuz yöndeki en önemli yansıması, sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkması olmuştur. Bağımlılık türleri Tanaş, R. & Aydın, A. F. (2024). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları, empati becerileri ve not ortalamaları arasındaki ilişki. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, 15(2), 1385-1402.*



içerisinde son yıllarda öne çıkan sosyal medya bağımlılığı; tıpkı alışveriş, oyun, alkol ve madde bağımlılığı gibi insanların hayatını etkileyen ve psikolojik bir sorunu ifade eden bağımlılık türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2011: 3531; Erdoğan, 2019: 17).

Sosyal medya bağımlılığı; sosyal medyaya ilişkin aşırı endişelenmek, sosyal ağları kullanmaya yönelik güçlü bir motivasyonla hareket etmek ve kişinin sosyal faaliyetlerini, iş hayatını ya da diğer günlük işleri, kişilerarası ilişkileri bozacak kadar sosyal medyaya çok zaman ve çaba harcamak olarak tanımlanabilir (Andreassen, 2015: 175). Bilişsel, davranışsal, duygusal alanlardaki sorunlarla belirli kişilerin yaşamındaki tüm alanları kapsayacak şekilde duygu durumunda bozulmalar, iletişim sorunları, meşguliyet gibi vb. sorunlara sebep olabilen ruhsal ve iletişimsel bir sorun olarak görülmektedir. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılığının bireylerin günlük hayatındaki birçok alana tesir edebilen bir unsur olduğu anlaşılmaktadır (Özdemir, 2019: 93). Her bağımlılıkta olduğu gibi sosyal medyaya bağımlı olma, çevrim içi dünyadan uzak kalamama ve kişinin o istekle baş edememe durumu söz konusudur. Yani diğer bağımlılıklar gibi yaşanmışlıklarla baş edememe, duygusal boşluk ve onun oluşturduğu acıyı başka bir şey ile doldurma durumu ortaya çıkmaktadır (Akçay Bekiroğlu ve Şahin, 2022: 696).

Bağımlılıklarla birlikte ruhsal sorunlar da ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya bağımlısı olan bireylerde depresyon, sosyal fobi ve asosyalite sıklıkla görülmektedir. Öte yandan sosyal medyayı erken yaşlarda kullanmaya başlayan kişilerde dikkat eksikliğinin ve hiperaktivitenin görülme sıklığı fazla olmaktadır. Bağımlılığın yol açtığı uykusuzluk, sosyal hayatı olumsuz yönde etkilemekte ve günlük işleri sekteye uğratmaktadır (Bütüner vd., 2022: 19).

Andreassen (2015: 176) tarafından sosyal medya bağımlılığı kriterleri şu şekilde tanımlanmıştır:

- Çoğunlukla, sosyal ağlarda başlangıçta amaçlanandan çok daha fazla zaman harcamak.
- Suçluluk, kaygı, huzursuzluk, çaresizlik ve depresyon duygularını azaltmaya çalışarak sorunları unutmak için sosyal ağları kullanmak.
- Sosyal medyanın yasaklanması durumunda, bağımlıların stresli, huzursuz ve sinirli hale gelmesi.
- Hobilere, işe, boş zaman etkinliklerine ve egzersize daha düşük öncelik verilmesi.
- Sağlığın, uyku kalitesinin ve ilişkilerin olumsuz etkilenmesi.

Davranışsal bağımlılık konularında en büyük tartışma, aşırı kullanımların (video oyunları, internet, vb.) bağımlılık olarak kabul edilip edilmeyeceğidir (Çömlekçi ve Başol, 2019: 176). Sosyal medya bağlamında aşırı kullanımın bağımlılık sayılabilmesi için altı öğenin birlikte varlığının şart olduğu söylenebilir (Griffiths, 2005: 193-195):

- **Belirginlik:** Sosyal medyanın kişinin hayatındaki en önemli faaliyet haline gelerek düşüncelerine, duygularına ve davranışlarına hâkim olması. Örneğin, birey sosyal medyayla fiilen meşgul olmasa bile, bir sonraki sefer orada ne yapacağını düşünüyor olacaktır.
- **Duygu Durum Değişikliği:** İnsanların sosyal medyayı aşırı kullanmalarının bir sonucu olarak bildirdikleri öznel deneyime atıfta bulunur. Örneğin sosyal medyada var olmayı sakinleştirici veya stres giderici bir kaçış olarak görebilirler ya da uyuşma hissi yaşadıklarını belirtebilirler.
- **Tolerans:** Kişinin, sosyal medya kullanımı sonrasında elde ettiği duygu durumuna yeniden kavuşmak amacıyla sosyal ağlarda daha fazla vakit geçirmesi.



- **Yoksunluk Semptomları:** Bireylerin sosyal medyaya erişemedikleri durumlarda ortaya çıkan hoş olmayan duygu durumlarını ve/veya fiziksel etkileri ifade eder. Bu tür yoksunluk etkileri psikolojik (örn. aşırı huysuzluk ve sinirlilik) veya daha fizyolojik (örn. mide bulantısı, terleme, baş ağrısı, uykusuzluk ve stresle ilgili diğer reaksiyonlar) olabilir.
- **Çatışma:** Sosyal medya bağımlısı kişi ile çevresindekiler arasında (kişiler arası çatışma) veya bireyin kendi içinde (intrapsişik çatışma) belirli bir faaliyetle ilgili çatışmaları ifade eder. Kısa vadeli haz ve rahatlamanın sürekli olarak tercih edilmesi, olumsuz sonuçların ve uzun vadeli zararın göz ardı edilmesine yol açmakta ve bu da bir başa çıkma stratejisi olarak bağımlılık yaratan faaliyete duyulan ihtiyacı artırmaktadır. Bağımlının yaşamındaki çatışma, (1) kişisel ilişkilerinden (eş, çocuklar, akrabalar, arkadaşlar, vb.), (2) çalışma veya eğitim hayatlarından (hangi yaşta olduklarına bağlı olarak) ve (3) diğer sosyal ve eğlence faaliyetlerinden ödün vermeleri anlamına gelir.
- **Tekrarlama:** Sosyal medya kullanımı ile ilgili uzun yıllar süren yoksunluk veya kontrolden sonra kişinin hızla eski haline dönme eğilimini ifade eder.

Sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan çalışmalar; sosyal medyanın aşırı kullanımının kaygı bozukluğuna yol açabileceğine, kişilerarası ilişkilerde sorunların ortaya çıkacağına ve bireylerde depresif bir ruh hali yaratabileceğine işaret etmektedir. Sosyal medyanın aşırı kullanımı ile birlikte kişilerin hayatlarındaki öncelikler ikinci plana atılmakta ve ailelerini, yakın çevresini umursamama gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır (Aslan, 2020: 31).

Sosyal medyanın olası olumsuz etkilerine karşı en hassas grup, sosyal ağlara hızlıca uyum sağlayarak onları kolayca günlük hayatlarının birer parçası haline getiren “dijital yerliler” yani gençlerdir (Çömlekçi ve Başol, 2019: 176). Sosyal medyaya erişimin kolay olması, özellikle gençlerin bu mecrada daha fazla zaman geçirmesine yol açmaktadır. Böylece kişiler kendisine daha fazla odaklanmakta ve sosyal açıdan izole olabilmektedir. Sosyal medyanın kullanıcılar üzerinde kusursuz bir kendilik imajı oluşturmaları için baskı oluşturduğu ve kişinin kendi imajı ile çok fazla meşgul olduğundan başkalarına karşı duyarsız davranışlar sergileyebildiği söylenebilir (Çakır, 2018: 28). Bu durumun bireylerdeki empati becerilerini düşürdüğü ifade edilebilir.

Empati; karşıdaki insanın bakış açısını ve duygularını anlamayı, bu anlayışı muhatabına ileterek doğrulamayı ve karşısındakinin içinde bulunduğu zor duruma yönelik yardım sunmayı içermektedir (Güler, 2021: 145). Sosyal medya kullanımı ile bireyler, diğer kişilerin hayatlarındaki olumsuz olaylara ve bunun getirdiği yüksek duygulanıma sıklıkla maruz kalıp bunları normalleştirebilmektedir. Dolayısıyla bireyler, gün içerisinde yoğun şekilde maruz kaldığı bu olumsuz durumlarla başa çıkabilmek adına duygusal deneyimlere karşı katılaşabilmektedir. Böylelikle sosyal medya kullanımı yüksek olan kişilerin empati düzeylerinde bir düşüş yaşanabilmektedir (Çakır, 2018: 26). Konrath ve arkadaşları (2011) tarafından yapılan çalışmada, bireylerdeki empati düzeyinin giderek daha fazla düştüğü tespit edilmiştir. Araştırmacılar bu düşüşe, medya ve teknolojideki değişimlerin sebep olabileceğini belirtmişlerdir.

Özellikle gençlerin sosyal medyayı yoğun olarak kullandığı dikkate alındığında, sosyal medya bağımlılığı ile empati becerileri arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığının empati becerileri üzerinde etkili olabileceği varsayımından yola

Tanaş, R. & Aydın, A. F. (2024). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları, empati becerileri ve not ortalamaları arasındaki ilişki. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, 15(2), 1385-1402.*

DOI. 10.51460/baebd.1423728



çıkılarak yapılan çalışmanın amacı, gençlerin (üniversite öğrencilerinin) sosyal medya bağımlılık düzeylerini ölçerek empati becerileri ile arasındaki ilişkiyi tespit etmektir.

Yöntem

Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile empati becerileri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlayan bu araştırma, tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılarak yürütülmüştür. Alanyazında ilişkisel tarama “iki veya daha fazla sayıdaki değişken arasındaki değişimin varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi hedefleyen araştırma modeli” olarak tanımlanmaktadır (Karasar (2009:81) ve Fraenkel ve Wallen (2009).

Evren – örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye’deki bütün meslek yüksekokullarında öğrenim gören öğrenciler, örnekleme ise Afyon Kocatepe Üniversitesi Afyon Meslek Yüksekokulunda 2021-2022 eğitim-öğretim yılında kayıtlı 670 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde araştırmacıların katılımcıları ulaşılması kolay ve araştırmaya uygun bireylerden seçmesi” olarak tanımlanan kolay örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Gravetter ve Forzano, 2012). Örneklemeye dâhil edilen kişilerin sosyo-demografik bilgileri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1.
Örnekleme İlişkin Veriler

DEĞİŞKENLER		f	%
Sınıf	1.Sınıf	482	71,9
	2.Sınıf	188	28,1
Yaş	18–21	525	78,4
	22–25	113	16,9
	26 ve üzeri	32	4,8
Cinsiyet	Kadın	319	47,6
	Erkek	351	52,4
Öğretim Türü	I.Öğretim	502	74,9
	II.Öğretim	168	25,1
Mezun Olunan Lise Türü	Genel lise	58	8,7
	Meslek lisesi	322	48,1
	Anadolu lisesi	247	36,9
	Özel eğitim kurumları	43	6,3

Tablo 1 den anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan öğrencilerin %71,9’u 1. sınıf, % 28,1 i ikinci sınıf öğrencisidir. Bu öğrencilerin %78,4 gibi büyük çoğunluğu 18-21 yaş aralığında iken %16,9’u 22-25, %4.8 i de 26 yaş ve üzeri yaş aralığındadır. Tablodan çıkarılacak bir başka sonuç ise araştırmaya katılanların %47,6 sı kadın, %52,4’ü de erkektir. Bununla birlikte bu öğrencilerin yine büyük bir çoğunluğu %74,9’u I.öğretim, %25,1 i de II.öğretim de öğrenim görmektedir. Son olarak mezun olunan lise türünde başı meslek lisesi %48,1 ile çekmekte iken onu %36,9 ile Anadolu lisesi, %8,7 ile genel lise (diğer lise türleri dışındaki liseler) ve %6,3 ile de özel eğitim kurumları takip etmektedir.



Veri toplama araçları

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek amacıyla Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Bağımlılık” ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 5’li likert tipinde ve 2 boyutludur. Öğrencilerin empati becerilerini belirlemek amacıyla Baron-Cohen ve Wheelwright (2004) tarafından geliştirilen, Bora ve Baysan Arabacı (2009) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan “Empati” ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 4’lü likert tipinde ve tek boyutludur. Araştırmada Türkçe form kullanılmıştır. Formaların etik kurul izinleri Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’nun 08.04.2022 tarih ve 91898 sayılı toplantısında alınmıştır.

Araştırmada kullanılan empati ölçeği, sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve alt boyutlarının bu araştırmada cronbach alfa güvenilirlik katsayıları hesaplanmış ve sonuçlar tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2.
Ölçeklere Ait Cronbach Alpha Değerleri

Ölçekler	Cronbach’s Alpha	
Empati ölçeği	,727	
Sosyal medya Ölçeği	Sanal tolerans	,826
	Sanal iletişim	,829
	Tüm ölçek	,891

Tablo 2’de de görüldüğü gibi tüm ölçek ve alt boyutlarının oldukça güvenilir (.600-.800) ve yüksek güvenilir aralıklarında (.800-1) olduğu anlaşılmaktadır (Reha Alpar, 2013, ss.848-851).

Verilerin analizi

Araştırmada kullanılacak analiz yöntemini (parametrik-nonparametrik) seçebilmek için verilerin normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığı belirlenmek istenmiştir. Regresyon gibi analizlerin ilk şartı olarak normallik varsayımı gelmektedir. Bu nedenle de verilere normallik testi uygulanmıştır. Örneklem sayısının büyüklüğü nedeniyle verilerin Basıklık(Kurtosis) ve Çarpıklık(Skewness) değerlerine bakılmıştır. Basıklık ve çarpıklık analizine yönelik sonuçlar Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3.
Ölçeklere ait basıklık ve çarpıklık değerleri

Ölçekler	Basıklık (Kurtosis)	Çarpıklık (Skewness)
Empati	6,201	-1,420
Sosyal medya bağımlılık	,101	,184

Tabachnick ve Fidell’e (2013) göre ölçeklerin normallik varsayımını karşılaması için basıklık ve çarpıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olması gerekmektedir. Tablo 3 incelendiğinde empati ölçeğinin basıklık değeri bu değerlerin üstünde bir değer göstermiştir. Bu nedenle empati ölçeği ile yapılan analizlerde parametrik olmayan testlere başvurulmuştur. Yine tabloda sosyal medya bağımlılık



ölçeğinin normallik varsayımını karşıladığı görüldüğünden ölçek üzerinde parametrik testler uygulanmıştır.

Bulgular

Sayfa | 1394

Araştırmada ilk olarak ölçeklerin ortalama puanları hesaplanmıştır. Sosyal medya bağımlılık puanların değerlendirilmesi için aşağıdaki puan aralıkları kullanılmıştır.

Tablo 4.
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Ölçeklerin Değerlendirilmesi

Bağımlılık Seviyesi	SMBÖ (Toplam) (1-20)	Sanal Tolerans (1-11)	Sanal İletişim (12-20)
Bağımlılık yok	20-35	11-19	9-15
Düşük Bağımlı	36-41	20-28	16-22
Orta Bağımlı	42-57	29-37	23-30
Yüksek Bağımlı	58-73	38-45	31-37
Çok Yüksek Bağımlı	74-100	46-55	38-45

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanlarının ortalaması 54,6 belirlenmiştir. Tablo 4 baz alındığında öğrencilerin orta bağımlılık düzeyinde oldukları belirlenmiştir. Empati ölçeğinin ortalaması ise 3,19 “bazen katılıyorum” düzeyinde hesaplanmıştır. Öğrencilerin empati düzeylerinin yüksek seviyede olduğu görülmektedir.

Araştırmanın bu bölümünde empati ve sosyal medya ölçeklerinin demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığı test edilmek istenmiştir. Bu nedenle empati ölçeğinde normallik varsayımı karşılanmadığından parametrik olmayan (Mann Whitney U ve Kruskal Wallis) testler, sosyal medya bağımlılık ölçeği ve alt boyutlarına ise parametrik olan T testi ve Anova testleri uygulanmıştır. Sosyal medya bağımlılık ölçeğinde cinsiyet, sınıf ve öğrenim türüne yönelik gruplar arasında farklılaşmanın olup olmadığını görebilmek için t testi uygulanmış ve sonuçlar tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5.
Cinsiyet, Sınıf ve Öğrenim Türü Değişkenine Yönelik T Testi Sonuçları

Alt boyutlar				levene		T testi				
	N	\bar{X}	SS	S	F	p	t	p		
Cinsi yet	Sanal tolerans	Kadın	319	2,84	,69	668	,013	,909	-,387	,699
		Erkek	351	2,86	,70					
	Sanal iletişim	Kadın	319	2,54	,66	668	2,207	,138	-1,567	,118
		Erkek	351	2,62	,72					
Sosyal medya tüm ölçek	Kadın	319	2,70	,63	668	,229	,633	-,998	,319	
	Erkek	351	2,75	,65						
Sınıf	Sanal tolerans	1.sınıf	482	2,83	,67	668	9,416	,002*	-,846	,398
		2.sınıf	188	2,89	,77					
	Sanal iletişim	1.sınıf	482	2,56	,65	668	10,18	,001*	-1,160	,247
		2.sınıf	188	2,64	,78	2				



	Sosyal medya tüm ölçek	1.sınıf	482	2,71	,60	668	7,858	,005*	-1,072	,285
		2.sınıf	188	2,78	,71					
Öğrenim türü	Sanal tolerans	N.Ö	502	2,85	,68	668	3,561	,060	-,136	,892
		İ.Ö.	168	2,86	,76					
	Sanal iletişim	N.Ö	502	2,58	,68	668	2,329	,127	-,201	,841
		İ.Ö.	168	2,59	,72					
	Sosyal medya tüm ölçek	N.Ö	502	2,73	,62	668	3,174	,075	-,180	,857
		İ.Ö.	168	2,74	,68					

Tablo 5 incelendiğinde cinsiyet değişkenine yönelik yapılan T testi sonuçlarına göre gruplar arasında istatistiksel bir farklılaşma bulunmamaktadır. Bunun yanında sınıf değişkenine yönelik sonuçlar incelendiğinde alt boyutlar ve tüm ölçeğin homojenlik varsayımını karşılamadığı görüldüğünden T testi sonuçlarından varyansların eşit dağılımı raporlaştırılmıştır. Bu sonuçlara göre de tablodan anlaşılacağı üzere gruplar arasında herhangi bir farklılaşma tespit edilmemiştir. Son olarak yine tablodan çıkarılacak sonuç öğrenim türü değişkenine yönelik de gruplar arasında farklılaşmanın olmadığıdır.

Araştırmada empati ölçeği normallik varsayımını karşılamadığından grupların farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Sonuçlar tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6.

Empati Ölçeğinde Cinsiyet, Sınıf ve Öğrenim Türüne Yönelik Mann Whitney U Sonuçları

	Grup	N	Sıra ortalaması	Sıra toplamı	U	p
Cinsiyet	Kadın	319	350,65	111587,00	51152,00	,053
	Erkek	351	324,73	112928,00		
Sınıf	1.Sınıf	482	325,65	158891,00	42488,00	,210
	2.Sınıf	188	350,5	65894,00		
Öğrenim türü	I.öğretim	502	334,48	167911,00	416,658	,814
	II.öğretim	168	338,54	56874,00		

Tablo 6 incelendiğinde araştırmaya katılanların empati ölçeği puanlarına göre gruplar arasında istatistiksel olarak farklılaşmanın olmadığı görülmektedir.

Araştırmada yaş ve mezun olunan lise değişkenlerine göre farklılaşmanın olup olmadığı belirlenmek istenmiş ve bu nedenle grup sayıları iki den fazla olduğu için sosyal medya bağımlılık ölçeğinde parametrik olan Anova testi, empati ölçeğinde ise parametrik olmayan Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Sosyal medya bağımlılık ölçeğine yönelik yapılan Anova testi sonuçları tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7.
Mezun Olunan Lise ve Yaş Değişkenine Yönelik ANOVA Sonuçları

KURUM (ilkokul=1, Ortaokul=2, Lise=3 şeklinde kodlanmıştır)											
Alt boyutlar	Değişkenler	N	\bar{X}	Var. Kay.	Kar. Top.	Sd	Kar. Ort.	F	p	Fark	
YAŞ	Sanal tolerans	18-21	525	2,86	G. Arası	,328	2	,164	,332	,718	
		22-25	113	2,83	G. İçi	329,721	667	,494			
		25 ve üstü	32	2,77	Toplam	330,049	669				
		Toplam	670	2,85					Levene (F=1,599 p=,203)		
	Değişkenler	N	\bar{X}	Var. Kay.	Kar. Top.	Sd	Kar. Ort.	F	p	Fark	
Sanal iletişim	Sanal iletişim	18-21	525	2,56	G. Arası	1,236	2	,618	1,276	,280	
		22-25	113	2,64	G. İçi	322,862	667	,484			
		25 ve üstü	32	2,72	Toplam	324,097	669				
		Toplam	670	2,58					Levene (F=,879, p=,416)		
	Değişkenler	N	\bar{X}	Var. Kay.	Kar. Top.	Sd	Kar. Ort.	F	p	Fark	
Tüm ölçek	Tüm ölçek	18-21	525	2,73	G. Arası	,039	2	,019	,047	,954	
		22-25	113	2,74	G. İçi	275,184	667	,413			
		25 ve üstü	32	2,75	Toplam	275,223	669				
		Toplam	670	2,73					Levene (F=2,315 p=,100)		
	Değişkenler	N	\bar{X}	Var. Kay.	Kar. Top.	Sd	Kar. Ort.	F	p	Fark	
Mezun olunan lise	Sanal tolerans	Genel lise	58	2,82	G. Arası	1,657	4	,414	,839	,501	
		Meslek lisesi	322	2,85	G. İçi	328,393	665	,494			
		Anadolu lisesi	247	2,84	Toplam	330,049	669				
		Fen lisesi	4	3,47							
		Özel eğitim k.	39	2,89							
		Toplam	670	2,85					Levene (F=,593 p=,668)		
	Değişkenler	N	\bar{X}	Var. Kay.	Kar. Top.	Sd	Kar. Ort.	F	p	Fark	
Sanal iletişim	Sanal iletişim	Genel lise	58	2,59	G. Arası	2,535	4	,634	1,311	,265	
		Meslek lisesi	322	2,62	G. İçi	321,562	665	,484			
		Anadolu lisesi	247	2,54	Toplam	324,097	669				
		Fen lisesi	4	3,16							
		Özel eğitim k.	39	2,49							
		Toplam	670	2,58							



		Toplam	670	2,58	Levene (F=2,447 p=,055)					
Değişkenler		N	\bar{X}	Var. Kay.	Kar. Top.	Sd	Kar. Ort.	F	p	Fark
Tüm ölçek	Genel lise	58	2,72	G. Arası	1,678	4	,419	1,020	,396	
	Meslek lisesi	322	2,74	G. İçi	273,545	665	,411			
	Anadolu lisesi	247	2,71	Toplam	275,223	669				
	Fen lisesi	4	3,33							
	Özel eğitim k.	39	2,71							
Toplam		670	2,73	Levene (F=,664 p=,617)						

Tablo 7 incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının mezun olunan okul ve yaş değişkenlerine göre grupların istatistiksel olarak farklılaşmadığı görülmektedir. Bunun yanında empati ölçeği ortalamalarında mezun olunan okul ve yaş değişkenlerine grupların farklılaşıp farklılaşmadığı belirlenmek istenmiştir. Empati ölçeğinin normallik varsayımını karşılamaması nedeniyle bu çoklu değişkenlere Kruskal Wallis testi uygulanmış, sonuçlar tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8.

Empati Ölçeğine Ait Mezun Olunan Okul ve Yaş Değişkenlerine Yönelik Kruskal Wallis Sonuçları

Empati ölçeği	X	p
Mezun olunan lise	,772	,942
Yaş	3,175	,204

Tablo 8’e göre empati ölçeğinde mezun olunan okul ve yaş değişkenlerine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma bulunmamaktadır.

Araştırmanın bu bölümünde bu iki ölçeğin arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle empati ve sosyal medya bağımlılık ölçeğinin arasındaki ilişki empati ölçeğinin normallik varsayımını karşılamadığından Spearman’s korelasyon analizi ile ortaya konulmuştur. Bunu yanında akademik başarı (not ortalaması) ile bu iki değişkenin arasındaki ilişki de Pearson korelasyon analizi ile test edilmiş ve sonuçlar tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9.

Korelasyon Analiz Sonuçları

Değişken	N	r	p
Empati & Sosyal Medya B.(SMB)	670	,091*	,019
Empati & Not ort.	604	,070	,085
SMB & Not ort.	604	-,034	,409

Tablo 9 incelendiğinde öğrencilerin empati ve sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı pozitif yönlü ve zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle öğrencilerin sosyal medyaya bağımlılıkları arttıkça empati puanları zayıf da olsa artmaktadır. Bunun yanında akademik başarı ile empati ölçeği ve sosyal medya bağımlılık puanları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Her ne kadar istatistiksel olarak anlamlı olmasa da sosyal medya bağımlılığı ile not ortalaması arasında eksi



yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları artıkça akademik başarının düştüğü görülmektedir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Sayfa | 1398

Araştırma sonuçlarına bakıldığında ilk olarak öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının düşük olduğu görülmektedir. Başbayram, (2021), Baz, (2018) ve Tutgun Ünal (2019) yapmış oldukları çalışmalarda araştırmamızla paralel sonuçlardan bahsetmektedir. Buna karşın Özdemir (2020), üniversite öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin bağımlı olduklarını belirlemiştir. Ayrıca araştırmada öğrencilerin empati düzeylerinin genel anlamda yüksek olduğu belirlenmiştir (Bayrak Ayaş vd., 2016).

Araştırmada sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre farklılaşmadığı belirlenmiştir. Literatür incelendiğinde Aktan, 2018; Aliusta vd., 2019; Alkan & Doğan, 2018; Başbayram, 2021; Baz, 2018; Çömlekçi & Başol, 2019; Demir, Y., & Kumcağız, 2019; Boncuk, 2021; Tutgun Ünal, 2019; Yılmazsoy & Kahraman, 2017 araştırmamızla paralel bulgulara erişmiştir. Buna karşın Özdemir (2020), Arslan, (2019), Esen, (2010) ve Çiftçi (2018) erkeklerin, İnce ve Koçak (2017) ise kadınların daha bağımlı olduklarını belirlemişlerdir. Literatürde farklı sonuçlardan bahsedilse de sosyal medya bağımlılığında cinsiyetin belirleyici bir değişken olmadığı konusunda hemfikir olan araştırmaların daha fazla olduğu görülmektedir. Bunun yanında öğrencilerin empati düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşmadığı araştırmamızın sonuçlarındandır. Dinçyürek (2004) ve Sezgin vd.(2021) araştırmamızla benzer sonuçlar elde eden araştırmalar yapmışlardır. Buna karşın Gault and Sabini, 2000; Schieman and Van Gundy, 2000; Macaskill vd., 2002; Yayıcı, 2018; Akgün ve Çetin, 2018; kız öğrencilerin lehine bir farklılaşmanın olduğunu belirlemişlerdir.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığında yaş değişkenine göre öğrenciler arasında anlamlı farklılaşmanın olmadığı belirlenmiştir. Başbayram (2021), Baz (2018), Çiftçi (2018), Özdemir (2020), Tutgun Ünal (2015) araştırmamızla paralel bulgulara erişerek araştırma sonuçlarımızı desteklemektedir. Çakır (2018) ise yapmış olduğu araştırmada yaş büyüdükçe bağımlılığın azaldığını belirlemiştir. Bunun yanında öğrencilerin empati düzeyleri arasında yaş değişkenine göre farklılaşma tespit edilmemiştir. Bayrak Ayaş vd., (2016) yapmış oldukları araştırmada araştırmamızla paralel sonuçlar elde etmişlerdir. Sezgin vd. (2021) ise araştırmamızın aksine yaş değişkeni ile pozitif yönlü ilişki tespit etmişlerdir. Yaş büyüdükçe empati becerilerinin de arttığını belirlemişlerdir. Çakır (2018) ise yetişkinlerle yapmış olduğu araştırmada 33-40 yaş arasındaki grubun kendisinden düşük ve yüksek yaş gruplarına göre daha yüksek empati becerilerine sahip olduğunu belirlemiştir.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığının sınıf değişkenine göre de farklılaşma göstermediği belirlenmiştir. Özdemir (2020), Turgut Ünal, (2015) ve Gürültü (2016) araştırmamızla paralel bulgulara erişmiştir. Buna karşın Arslan (2019) lisans öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmada 1.Sınıf öğrencilerinde, Çiftçi (2018) ise meslek yüksekokulu öğrencileri ile yapmış olduğu araştırmada 2. Sınıf öğrencilerinin daha yüksek bağımlılık seviyesinde olduklarını belirlemiştir. Araştırmanın bir diğer sonucu öğrencilerin sınıf değişkenine göre empati becerileri arasında farklılaşmanın olmadığıdır. Yavaş (2008) yapmış olduğu tez çalışmasında araştırma sonuçlarımızla paralel sonuçlar elde etmiştir.



Araştırmada mezun olunan okul değişkeninde mezun olunan okulun anlamlı biçimde etkilemediği belirlenmiştir. Sosyal medya araştırmalarında mezun olunan okul değişkenini ele alan araştırmalar az olsa da Arslan (2019) yapmış olduğu araştırmada mezun olunan okul değişkenine göre en yüksek bağımlılık düzeyinin meslek liselerinde, en düşük ise imam hatip liselerinde olduğunu belirlemiştir.

Alanyazında sosyal medya bağımlılığı ile empati becerisi arasındaki ilişkiyi ölçen araştırmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Bunun yanında sosyal medya bağımlılığı ile sağlıklı beslenme (Dinç, 2021), depresyon (Dikmen, 2021) ve siber zorbalık (Demircan vd., 2022) arasındaki ilişkileri ölçen araştırmalar mevcuttur.

Araştırma kapsamında sosyal medya bağımlılığı ile empati becerileri arasındaki ilişki incelendiğinde iki değişken arasında anlamlı, pozitif yönlü ve zayıf bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Literatürde empati ve sosyal medya bağımlılığının arasındaki ilişkiyi ölçen bir adet tez çalışmasına rastlanmıştır. Çakır (2018) yapmış olduğu tez çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile empati becerileri arasında anlamlı, negatif ve zayıf bir ilişki tespit etmiştir. Araştırmada ayrıca not ortalaması ile bu iki değişkenin ilişkisi araştırılmış ve sosyal medya bağımlılığı ve empati ile not ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Demir ve Kumcağız (2019) yapmış oldukları çalışmada araştırma sonuçlarımızla paralel bulgulara erişerek sonuçlarımızı desteklemektedir.

Araştırma sonuçlarına göre aşağıdaki öneriler sunulmuştur;

- Araştırma sonucuna göre öğrencilerde sosyal medya bağımlılıklarının düşük düzeyde olduğu görülmüştür. Bu durum öğrencilerin sosyal medyayı daha doğru biçimde kullandıkları şeklinde yorumlanabilir. Öğrencilere eğitici videolar ve içeriklerle sosyal medyadaki vakitlerini daha faydalı geçirecek etkinlikler yaptırılabilir. Empati becerilerinin daha fazla gelişmesi için üniversitelerde ders içeriklerine bu becerileri geliştirici etkinlikler konulabilir.
- Sosyal medya bağımlılığının önüne geçebilmek için üniversitelerde sosyal etkinliklere ve kulüplere daha fazla ağırlık verilebilir. Sosyal medyadaki etkileşimin azaltılarak yüz yüze geçirilen zamanın artırılması empati becerisinin daha çok gelişmesine yol açacaktır.
- Sosyal medyanın daha etkin kullanılması ve bağımlılık seviyesine ulaşmasını önlemek amacıyla üniversitelerde medya okuryazarlığı dersi seçmeli ya da alan dışı ders olarak eklenebilir.
- Öğrencilere danışmanlık yapan ve rol modeli konumunda bulunan akademisyenlere de medya okuryazarlığı seminerleri verilebilir. Böylelikle öğrencilerin doğru şekilde yönlendirilmesi mümkün olabilir.



Kaynakça

- Akçay Bekiroğlu, H. & Şahin, E. (2022). Kişisel beceriler, kişilerarası beceriler ve genel ruh durumu ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin üniversite öğrencileri örnekleminde analizi. *Öneri Dergisi*, 17 (58) , 691-720.
- Akgün, R. & Çetin, H. (2018). Üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerinin ve empati düzeylerinin belirlenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 7 (3) , 103-117 .
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Aliusta, Z., Akmanlar, Z., & Gökkaya, F. (2019). Üniversite öğrencilerinin iletişim becerileri ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20 (1), 10-13.
- Alkan, H. & Doğan, B. (2018). A research of the relationship between high school students' social media usage and their well-being. *International Journal of Educational Research Review*, 3(4), 97–102.
- ALPAR Reha; (2013), Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Yöntemler, Detay Yayıncılık 4. baskı
- Andreassen, C. S. (2015). *Online social network site addiction: a comprehensive review, technology and addiction* (M Griffiths, Section Editor), *Curr Addict Rep*, (2), 175-184.
- Arslan, A. (2019). Determination of the digital addiction levels of students university according to various variables. *International E-Journal of Educational Studies*, 4(7), 27-41.
- Aslan, T. (2020). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kaygılarının sosyal medya bağımlılıklarını yordayıcı rolünün incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Baron-Cohen S. & Wheelwright S. (2004). The empathy quotient: an investigation of adults with Asperger syndrome or high functioning autism and normal sex differences. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 34, 163-175.
- Başbayram, R. 2021. *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerine bir araştırma: sakarya üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Bayrak Ayaş, E., İnan, H., Kartal, M. & Gacar, A. (2016). Comparing the emphatic tendency levels of sport sciences faculty students in terms of different variables. *International Journal of Social Science*, 53. 459-466.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine çalışma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 276-295.
- Boncuk, A. (2021). Öğretmenlerin program okuryazarlıkları ile öğretim programına bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Anadolu Türk Eğitim Dergisi*, 3(1), 88-108.
- Bora, E. & Baysan Arabacı, L. (2009). Empati ölçeği türkçe formunun üniversite öğrencilerinde psikometrik özellikleri. *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni*, 39-47. http://www.psikofarmakoloji.org/pdf/19_1_6.pdf.
- Bruns, A. ve Bahnisch, M., (2009). Social media: tools for user-generated content. Volume 1- State of the Art,, <chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2009-07/apo-nid17741.pdf>, Erişim Tarihi:10.03.2023.
- Bütüner, R. , Bütüner, N. & Bütüner, M. (2022). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı konusunda son beş yılda yapılmış çalışmaların incelenmesi. *Journal of Information Systems and Management Research* , 4 (2) , 17-34.
- Çakır, B. (2018). *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, narsisizm ve empati düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çerçi, Ü. Ö. , Canöz, N. & Canöz, K. (2020). Covid-19 krizi döneminde bilgilenme aracı olarak sosyal medya kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , (44) , 184-198.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.
- Çömlekçi, M. F. & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.



- Demir, Y. & Kumcağız, H. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 9(52), 23-42.
- Demircan, Ü., Işık, M., & Gürhan, N. (2022). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve siber zorbalık. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(2), 596-609.
- Dinç, A. (2021). Spor bilimleri öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve sağlıklı beslenme tutumlarının incelenmesi İğdır ili örneği. *İğdir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25, 812-821.
- Dikmen M. (2021). COVID-19 pandemisinde üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki rolünün incelenmesi: bir yapısal eşitlik modeli. *Bağımlılık Dergisi*. 22(1):20-30.
- Erdoğan, B. (2019). *Klinik olmayan örneklemede sosyal medya bağımlılığının sosyal görüş kaygısı ve iletişim becerileri ile arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Esen, E. (2010). *Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Gault, B. A. & Sabini, J. (2000). The roles of empathy, anger, and gender in predicting attitudes toward punitive, reparative, and preventative public policies. *Cognition and Emotion*, 14(4), 495-520.
- Gedik, Y. (2020). Pazarlamada yeni bir çerçeve: sosyal medya ve web 2.0. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3 (1) , 252-269.
- Güler, Ş. (2021). Dijital iletişim mecralarında dezavantajlı türlerin sesi olmak: hayvansesverlerin siyasal katılım faaliyetleri üzerinde empati ve grup bilincinin rolü. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 56, 142-164.
- Gürültü, E. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Griffiths, M. D. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10, 191-197.
- Ince, M. & Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları : Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Kıran, S. , Küçükboşancı, H. & Emre, İ. E. (2020). Sosyal medya kullanımının kişiler üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13 (4) , 435-441.
- Konrath, S. H., O'Brien, E. H. & Hsing, C. (2011). Changes in dispositional empathy in American college students over time: a meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 15(2), 180-198.
- Kuss, D. & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552.
- Macaskill, A., Maltby, J. & Day, L. (2002). Forgiveness of self and others and emotional empathy. *The Journal of Social Psychology*, 142(5), 663-665.
- Orman, B., Öselemez, E., Sönmez, A.C. & Özer, B. (2019). Sosyal medya kullanımı ile kendini sevme ve empatik eğilim arasındaki ilişkinin incelenmesi. *EJERCongress 2019 Bildiri Kitabı*, 115-120, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91–105.
- Schieman, S. & Van Gundy, K. (2000). The personal and social links between age and self-reported empathy. *Social Psychology Quarterly*, 63(2), 152–174.
- Yağcı, F., Arıcı, D. & Sezgin, E. (2021). Üniversite öğrencilerinin empati becerileri, affetme eğilimleri ve aile bütünlük duygusu arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*. 32(4), 1305-1324.
- Şahin, C. & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523-538.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Pearson.
- Tutgun Ünal, A. (2019). İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi: üsküdar üniversitesi örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2, 49-80.
- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yağmurlu, A. (2011). Kamu yönetiminde halkla ilişkiler ve sosyal medya. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(1), 5-15.



Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2024), 15 (2), 1385-1402.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2024), 15 (2), 1385-1402.
Araştırma Makalesi / Research Paper

- Yaoar, A.A. (2008). *Üniversite öğrencilerinin mükemmeliyetçi kişilik özelliği ile empati düzeylerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yaycı, L. (2018). Üniversite öğrencilerinde empatik eğilim ve etkileşim kaygısı arasındaki ilişki. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (18),221-238.
- Yıldırım, O. & İpek, İ. (2020). Yeni koronavirüs salgını dolayısıyla gündeme gelen sosyal izolasyon ve gönüllü karantina döneminde internet ve sosyal medya kullanımı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 52, 69-94.
- Yılmazsoy, B. & Kahraman, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyayı eğitsel amaçlı kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Facebook örneği. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 6(1), 9-20.
- Weeks, B.E. & Holbert, R. L. (2013). Predicting dissemination of news content in social media: a focus on reception, friending, and partisanship. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 90 (2). 212-232.