

Atf (Cite as): Bayrak, A., Koçyiğit, M., Aksu, H. S., & Koçyiğit, A. (2024)
Z Kuşağının Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyotelist Davranış İlişkisi:
Konya Örneği. *Akdeniz İletişim*, (46), 115-132.
<https://doi.org/10.31123/akil.1538072>.

Z Kuşağının Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyotelist Davranış İlişkisi: Konya Örneği

The Relationship Between Generation Z's Social Media Addiction and Sociotelist Behavior: The Case of Konya

Ali BAYRAK¹²

Murat KOÇYİĞİT³,

Hasan Suat AKSU⁴

Ahmet KOÇYİĞİT⁵

Öz

İnternet kullanım oranlarının yıllar içerisinde artarak devam ettiğini gösteren istatistikler, sosyal medya bağımlılığı ve bu bağımlılığın neden olduğu davranış bozukluklarını araştırmaya yönelik akademik ilgiyi de artırmaktadır. Bu bakımdan söz konusu araştırma alanına farklı örneklem gruplarıyla katkı sağlamanın önem arz ettiği düşünülmektedir. Buradan hareketle çalışmanın amacı, Z kuşağı olarak nitelendirilen bireylerin sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelist olmaları arasındaki ilişkisinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmada betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini, basit tesadüfi yöntemle seçilen Konya devlet üniversitelerinde öğrenim gören 404 kişiden oluşmaktadır. Verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmış ve verilerin parametrik dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda Anova ve T-testi yapılmıştır. Anlamli farklılıkların yönünün tespiti Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi ile kontrol edilmiştir. Ölçekler arasındaki ilişkinin tespiti için ise Pearson korelasyon testi uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre "Sosyal Medya Bağımlılığı" ve "Genel Sosyotelist Olma" ölçeklerinde yaş, cinsiyet ve günlük uyku süresi değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak; "Sosyal Medya Bağımlılığı" ve "Genel Sosyotelist Olma" arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya bağımlılığı, Sosyotelizm, Z Kuşağı

Abstract

Statistics showing that internet usage rates continue to increase over the years increase the academic interest in researching social media addiction and behavioral disorders caused by this addiction. In this respect, it is considered important to contribute to this research area with different sample groups. From this point of view, the aim of the study was determined as examining the relationship between social media addiction and phubbing of individuals characterized as Generation Z. Descriptive survey model was used in the study. The sample of the study consists of 404 people studying in Konya state universities selected according to the simple random method. Skewness and kurtosis values of the data were examined and it was determined that the data showed parametric distribution. Accordingly, Anova and T-test were conducted. The direction of significant differences was checked with Tukey HSD multiple comparison test. Pearson correlation test was applied to determine the relationship between the scales. According to the findings obtained in the study, it was determined that there were significant differences in the "Social Media Addiction" and "General Phubbing" scales according to age, gender and daily sleep duration variables. As a result, there is a significant positive correlation between "Social Media Addiction" and "Being a General Phubbing".

Keywords: Social media addiction, Phubbing, Generation Z

¹ Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Rekreasyon Yönetimi Bölümü, bayrakali17@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6814-2142

² Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

³ Prof. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, muratkocyyigit@ohu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2250-415X

⁴ Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Rekreasyon Yönetimi Bölümü, gazihasansuat@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8196-129X

⁵ Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, ahmetkocyyigit@ohu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1276-1128

Giriş

Bağımlılık, insanların aklına genelde kişinin bir maddeye (sigara, alkol, vb. gibi) fiziksel olarak bağlanması (Deniz & Gürültülü, 2018) olarak tanımlanmaktadır. Sigara, alkol gibi maddelerin yanı sıra insanların akıllı telefon, tablet, bilgisayar, gibi diğer fiziksel maddelere veya sevgi, şefkat, mutluluk gibi duygusal durumlara da bağımlılık belirtileri gösterebileceği belirtilmektedir (Mercan & Uysal, 2023). Bu çerçeveden bakıldığında insanların bağımlı olabileceği maddeler bunlardır diyerek sınırlamak ne derece doğrudur? İnsanların bir şeye bağımlı olabilmesi kişilik özelliklerine, teknolojik gelişmelere, trendlere vb. gibi durumlara göre zaman içinde farklılık gösterebilmektedir. 20. yüzyılın son çeyreğindeki teknolojik gelişmelerin hızla artmasıyla beraber 1990'lı yılların ortalarında teknoloji ve internet bağımlılığı ortaya çıkmaya başlamıştır (Zhao, 2021). 21. yüzyılın başlarındaki teknolojik gelişmeler doğrultusunda akıllı telefon ve mobil internet kullanımı faaliyetlerin hızlanması ile birlikte teknoloji bağımlılığı, internet bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı gibi terimlerin toplumsal bir sorun haline gelmesine yol açmıştır (Zhao, 2021).

Sosyal medya, sosyal paylaşım siteleri ve haber platformları gibi birçok unsuru içinde barındıran şemsiye bir terimdir. Şemsiye bir terim olarak nitelendirilmesi sosyal medyanın çok yönlü olmasıyla bağlantılıdır (Busalim vd., 2019). Sosyal medyanın sağladığı imkanlar sayesinde insanlar nerede, ne zaman veya nasıl olduğu fark etmeksizin istedikleri zaman, konfor alanından çıkmadan sosyal ağlarda aktif olabilmekte ve paylaşım yapabilmektedirler (Cheng vd., 2021; Çiftçi, 2018). Aynı zamanda insanlar sosyal medya sayesinde anlık mesajlaşma, oyun oynama, müzik dinleme, alışveriş yapma, video izleme gibi birçok aktiviteyi kolaylıkla yapabilmekte ve hayatlarını daha zengin ve renkli hale getirebilmektedirler. Bu durum, sosyal medyanın boş zaman değerlendirme aracı olarak kullanılmasıyla sosyal medya bağımlılığı riskini artırmaktadır (Yue vd., 2022). Özellikle akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal medyanın aşırı kullanımı, sosyotelizm gibi davranış bozukluklarının ortaya çıkma olasılığını yükseltmektedir (Hu vd., 2023). Sosyotelizm; "Karşısındaki kişiyle doğrudan etkileşime geçmeyerek o yokmuş gibi davranmak" olarak tanımlanmaktadır (Orhan Göksun, 2019).

Gücünü ve popülerliğini ileri teknolojiden alan akıllı telefonlar, geleneksel etkileşim (radyo, televizyon gibi) araçlarına göre daha ilgi çekici ve fonksiyonel olmasından dolayı bireyler arasındaki etkileşimi farklı bir boyuta taşımıştır. Bu, bireylerin telefonlarına bağımlı hale gelmesine ve toplum içinde sosyotelist davranışlar sergilemesine yol açmaktadır (Capilla Garrido vd., 2021). Sosyotelist davranışlar, kişinin etrafındakileri görmezden gelerek kendini tamamen telefona kaptırmasıyla şekillenmekte ve bu durum, diğer bireylerin kendilerini dışlanmış hissetmelerine neden olmaktadır (Capilla Garrido vd., 2021; Hu vd., 2023)

İnternet kullanım oranları incelediği zaman TÜİK'in yayımladığı verilerine göre 2019 yılında internet kullanım yüzdelerinin 16-74 yaş grubundaki bireylerde %75 olduğu, bu oranın 2020 yılında %79'a yükseldiği kaydedilmiştir (Tüik, 2021). Bu oran 2021 yılında %82 2022 yılında ise %85 olarak kaydedilmiştir (Tüik, 2022, 2023). Bunun yanı sıra, dünya genelinde 2022 yılında 4,75 milyar insanın sosyal medya kullandığı ve bu sayının bir önceki yıla göre 190 milyon daha fazla olduğu bildirilmektedir (We Are Social & Hootsuite, 2023). Bu artış, sosyal medya bağımlılığı ve bunun neden olduğu davranış bozukluklarının daha detaylı incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Z kuşağı olarak nitelendirilen bireylerin yaş, cinsiyet, algılanan gelir ve günlük uyku süresine göre sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelist olma davranışları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırmada şu sorulara yanıt aranmaktadır:

Z kuşağının “sosyal medya bağımlılığı” ve “sosyotelist olma” durumu yaşa göre farklılaşmakta mıdır?

Z kuşağının “sosyal medya bağımlılığı” ve “sosyotelist olma” durumu cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?

Z kuşağının “sosyal medya bağımlılığı” ve “sosyotelist olma” durumu algılanan gelire göre farklılaşmakta mıdır?

Z kuşağının “sosyal medya bağımlılığı” ve “sosyotelist olma” durumu günlük uyku süresine göre farklılaşmakta mıdır?

Z kuşağının sosyal medya bağımlılığı ile sosyotelist olma davranışı arasında bir ilişki var mıdır?

Z kuşağının sosyal medya bağımlılığı ortalama puanları, sosyotelist olma durumlarını yordamakta mıdır?

1. Sosyal Medya Bağımlılığı

İnsan etkileşiminin bir aracı olarak kabul edilen sosyal medya, bilgi sağlamakta ve bireylerin düşüncelerini, yaşam detaylarını, ilgi alanlarını ve bilgilerini paylaşmalarına olanak sağlamaktadır. Sosyal medyayı kullanım amacıyla bireysel farklılıklar bulunmaktadır. Bazı bireyler sosyal medyayı fotoğraf, video ve blog içeriği paylaşırken, başka bireyler ise sosyal medyayı arkadaşlarıyla iletişim kurmak ve yeni arkadaşlar edinmek için kullanabilmektedir. Pek çok amaç için kullanılan sosyal medyanın problemli kullanımı bağımlılığa yol açabilmektedir (C. S. Andreassen, 2015; Mercan & Uysal, 2023). Sosyal medya bağımlılığı; “sosyal medya mecralarıyla aşırı meşgul olma, bu platformlara sürekli bağlı kalmak için yoğun bir istek duyma ve bu mecralarda sosyal hayattaki diğer aktiviteleri, öğrencilik/iş hayatını, kişilerarası iletişimi ve ruh durumunu zedeleyecek kadar çok zaman harcama” durumu olarak tanımlanmaktadır (Çömlekçi & Başol, 2019). Literatür incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan birçok araştırmanın olduğu görülmektedir.

Griffiths, (2005) tarafından sosyal medya bağımlılığı, davranışsal bağımlılık modeli çerçevesinde incelenmiş ve bu bağımlılığın diğer bağımlılık türleriyle benzer özellikler taşıdığı gösterilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin sosyal etkileşimlerini sürdürmek veya artırmak amacıyla sosyal medya platformlarına sürekli erişim sağlama ihtiyacı ile ilişkilendirilmektedir (Ryan & Deci, 2000). Ayrıca, dopamin salınımının tetiklenmesi ve ödül mekanizmalarının etkinleştirilmesi, bağımlılığın nörolojik temellerine işaret etmektedir (Montag vd., 2019). Bu bağlamda, sosyal medya bağımlılığının yalnızca bireylerin platformlara olan erişim sıklığını değil, aynı zamanda psikolojik ihtiyaçlarını nasıl karşıladıklarını da kapsadığı belirtilmektedir.

Twenge vd., (2018) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medya kullanımının gençler arasında artan depresyon ve anksiyete oranlarıyla ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu çalışma, sosyal medya bağımlılığının bireylerin ruh sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekmektedir. Ayrıca, sosyal dışlanma korkusunun (FoMO), bireylerin sosyal medya platformlarında sürekli aktif olma gereksinimini artırdığı ifade edilmektedir (Przybylski vd., 2013). Sosyal medya bağımlılığı ile öznel iyi oluş arasındaki bu ilişki, bireylerin sosyal medya platformlarında daha fazla zaman geçirmesine yol açarak bağımlılık döngüsünü güçlendirdiği sonucuna varılmaktadır.

Kültürel bağlamda, Błachnio vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medya bağımlılığının farklı kültürel bağlamlarda nasıl değişiklik gösterdiği ortaya konmuştur. Araştırmada, Polonya, Türkiye ve Ukrayna’da sosyal medya bağımlılığı ile kişilik özellikleri

arasındaki ilişkiler incelenmiş ve bu bağımlılığın farklı kültürel özellikler tarafından şekillendirilebileceği belirtilmiştir. Ayrıca, C. Andreassen & Pallesen, (2014) tarafından sosyal medya bağımlılığının demografik faktörlerle ilişkili olduğu ve yaş, cinsiyet gibi değişkenlerin bağımlılık düzeylerinde farklılık yarattığı vurgulanmıştır.

We Are Social & Hootsuite, (2023) tarafından yayımlanan Digital 2023 raporuna göre, dünya genelinde sosyal medya kullanıcı sayısının 4,75 milyara ulaştığı ve bu oranın dünya nüfusunun yaklaşık %60'ına karşılık geldiği rapor edilmiştir. Bu artış, sosyal medya bağımlılığının bireylerin yaşamlarında giderek daha belirgin bir sorun haline geldiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, sosyal medya bağımlılığının sadece kullanım oranlarının artması ile açıklanamayacak kadar karmaşık bir olgu olduğu ifade edilmektedir. Bu bağımlılığın bireylerin psikolojik durumları, kültürel farklılıkları ve nörolojik mekanizmalarla ilişkisi, daha derinlemesine bir literatür incelemesi ile anlaşılabilir hale gelmektedir. Literatürdeki bu çeşitlilik, sosyal medya bağımlılığının bireyler üzerindeki etkilerini anlamada kapsamlı bir perspektif sunmaktadır.

2. Sosyotelizm (Phubing) Davranışı

İleri teknolojinin bir ürünü olan ve internete erişimimizde büyük kolaylık sağlayan akıllı telefonlar, zaman ilerledikçe insan yaşamında vazgeçilemez bir noktaya ulaşmıştır. Akıllı telefonlar bireylerin gündelik yaşantılarıyla bütünleşmiş ve insanların hızlı bir şekilde istediği bilgiye ulaşmalarına, alışveriş yapmalarına, eğlenmelerine ve başkalarıyla etkileşime girmelerine olanak sağlamıştır (Hu vd., 2023). Akıllı telefonlar insanların günlük hayatlarında büyük kolaylıklar sağlıyor olsa da bilinçsiz olarak kullanılan bu araçlar zamanla kişileri etkisi altına alarak kendilerine bağımlı hale getirebilmektedir. Teknoloji ilerledikçe elektronik cihazlarda olan özellikler, her zaman elimizin altında olan akıllı telefonların özelliklerine eklenmeye devam etmektedir. Bu durum teknoloji bağımlılığı adı altında sınıflandırabileceğimiz, oyun bağımlılığı, sms bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı (Erzen vd., 2021), internet bağımlılığı, uygulama bağımlılığı (Karadağ vd., 2016) gibi oluşabilecek bağımlılık çeşitlerini tek bir nesneye toplamış ve bununla beraber kişilerde sosyotelizm dediğimiz davranış biçimi ortaya çıkmıştır (Erzen vd., 2021).

Sosyotelizm kavramı “telefon” ve “küçümseme” terimlerinin birleşimidir (Lo vd., 2022). Sosyotelizm; “Karşısındaki kişiyle doğrudan konuşmak yerine onu görmemezlikten gelerek iletişimden kaçınması ve dikkatini telefona vererek onu küçümsemesi” olarak tanımlanabilir (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Orhan Göksün, 2019). Yapılan çalışmalara baktığımız zaman; (T'ng vd., 2018) tarafından yapılan bir çalışmada sosyotelist davranışların, erkek ve kadın katılımcılarda farklı seyrettiği ve sosyotelist davranışların, eğer bireyler yüz yüze etkileşime yoğun bir şekilde teşvik edilirse, bu yaygın kültürün kademeli olarak zayıflayabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Sun & Samp (2022) tarafından gerçekleştirilen başka bir çalışmada, zihinsel sağlık göstergelerinin (örneğin, depresyon ve sosyal kaygı) ve kişilik özelliklerinin phubbing ile olan ilişkisi araştırılmıştır. Sonuçlara göre, daha yüksek depresyon ve sosyal kaygı düzeylerine sahip olanların, phubbing seviyelerinin de daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca, phubbing seviyeleri yüksek olan bireylerin daha düşük arkadaşlık ilişkilerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Khan vd. (2022) tarafından yapılan bir çalışmada; özel ve kamu hastanelerinde çalışan personelin ast üst ilişkisi sırasında telefon kullanımını ve çalışanların phubbing davranışlarının ölçülmesi amaçlanmış ve çalışma sırasında telefon kullanımının işe bağlılık duygusunu ve benlik saygısını olumsuz etkilediği ortaya çıkartılmıştır.

Sonuç olarak, sosyotelizm veya "phubbing," akıllı telefonların yoğun kullanımının sosyal ilişkiler ve ruh sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini tanımlayan bir kavramdır. Bu davranış, bireylerin başkalarıyla doğrudan iletişim kurmak yerine telefonlarıyla vakit geçirmeleri durumunda ortaya çıkar ve bu da sosyal bağların zayıflamasına, bireylerin kendilerini değersiz hissetmelerine ve arkadaşlık ilişkilerinin zayıflamasına yol açabilir. Sosyotelizm ayrıca sosyal kaygı seviyelerini artırarak genel ruh sağlığını olumsuz etkileyebilir.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Deseni

Mevcut araştırmada, Z kuşağının "sosyal medya bağımlılığı" ile "sosyotelist olma" davranışları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlandığından nicel araştırma desenlerinden korelasyonel desen kullanılmıştır.

3.2. Evren Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, Konya ilindeki devlet üniversitelerinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma evrenine dâhil edilen kurumlar Necmettin Erbakan Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi olup, bu üniversitelerde öğrenim gören toplam 108.153 öğrenci, araştırmanın hedef evrenini temsil etmektedir. Bu geniş evren, Z kuşağı olarak tanımlanan bireyleri kapsamaktadır.

Z Kuşağı, literatürde farklı doğum yılları aralıklarıyla tanımlanmıştır. Genellikle 1995 ile 2010 yılları arasında doğan bireyler bu kuşağa dahil edilmekle birlikte, bazı kaynaklarda başlangıç yılı 1997, bitiş yılı ise 2012 olarak ifade edilmektedir (Dimock, 2019; Francis & Hoefel, 2018; Twenge, 2017). Z kuşağının belirgin özellikleri arasında, dijital teknolojilere yatkınlıkları ve çevrimiçi platformlarla erken yaşlardan itibaren etkileşim içinde olmaları bulunmaktadır. Bu bireyler, sosyal medya bağımlılığı, sürekli çevrimiçi olma ihtiyacı ve dijital dünyada kendilerini ifade etme eğilimleriyle diğer kuşaklardan ayrılmaktadır.

Bu çalışmada, Z kuşağını tanımlamak için 1995 ile 2005 yılları arasında doğmuş bireyler temel alınmıştır. Örneklemde yer alan bireylerin yaş aralığı 18 ile 28 yaş arasında olup, bu sınırlandırma Z kuşağı tanımına uygun olarak yapılmıştır. Araştırmanın örnekleminde 24 yaş ve üzeri bireylerin de yer alması, literatürdeki Z kuşağı tanımına uygun bir dağılım sağlamaktadır.

Örneklem büyüklüğü belirlenirken, %95 güven aralığı ve %5 hata payı esas alınmıştır. Bu kriterlere dayanarak, araştırmanın örneklem büyüklüğü 404 kişi olarak belirlenmiştir (Yamane, 1967). Örneklem seçimi için basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, her bireyin evrende eşit seçilme şansına sahip olduğu bir olasılıklı örnekleme tekniğidir ve örneklemin evrenin demografik özelliklerini yansıtmasını sağlar (Neuman, 2014).

Örneklemde Z Kuşağının Seçimi

Örneklem grubunun Z kuşağını temsil etmesi için demografik bilgiler dikkatle değerlendirilmiştir. Araştırma sırasında, katılımcıların yaş, cinsiyet ve diğer kişisel bilgileri dikkate alınarak örnekleme dahil edilmeleri sağlanmıştır. Bu, çalışmanın sonuçlarının Z kuşağına özgü özellikler bağlamında genelleştirilebilir olmasını sağlamaktadır.

Araştırma bulguları, sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelist davranışlar bağlamında Z kuşağının dijital dünyayla kurduğu ilişkinin daha iyi anlaşılmasına katkı sunacaktır. Özellikle, Z kuşağı

bireylerinin sosyal medya kullanımı ile sosyotelist davranışlar arasındaki ilişkiyi belirlemek, bu grubun dijital alışkanlıklarını daha derinlemesine analiz etmeyi mümkün kılacaktır.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Süreçleri

Bu çalışmada, verilerin toplanması amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanmış bir katılımcı formu kullanılmıştır. Ayrıca, Şahin & Yağcı (2017) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği - Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)” ve Orhan Göksun (2019) tarafından Türkçeye uyarlanan “Genel Sosyotelist Olma (GSO) Ölçeği” de uygulanmıştır. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği - Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) iki alt boyut ve toplam 20 maddeden oluşmaktadır. Bu ölçek, 5'li Likert tipi bir ölçüm sistemine sahiptir. Ölçekteki ilk 11 madde, "Sanal Tolerans" adı verilen birinci alt boyutu, 12. ve 20. maddeler ise "Sanal İletişim" adı verilen ikinci alt boyutu ölçmektedir. Diğer bir ölçek olan “Genel Sosyotelist Olma (GSO) Ölçeği” ise dört alt boyut ve 15 maddeden oluşmakta olup, 7'li Likert tipi bir ölçüm sistemi kullanılmaktadır. İlk dört madde "Nomofobi" boyutunu, 5. ile 8. maddeler "Kişilerarası Çatışma" boyutunu, 9. ile 12. maddeler "Kendini Yalnızlaştırma" boyutunu ve 13. ile 15. maddeler ise "Problem Farkındalığı" boyutunu ölçmektedir. Bu ölçek, 18-35 yaş arası bireylerin sosyotelist olma durumlarını değerlendirmek amacıyla tasarlanmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik analizine göre, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği - Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) için Cronbach Alpha katsayısı 0.77, Genel Sosyotelist Olma (GSO) Ölçeği için ise 0.74 olarak hesaplanmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizi, açık kaynak kodlu "jamovi" yazılımı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların demografik bilgileri, frekans (f) ve yüzde (%) dağılımları ile değerlendirilmiştir. Çarpıklık ve basıklık analizlerinin sonuçlarına göre, verilerin çarpıklık değeri 0.911 ve basıklık değeri 2.39 olarak bulunmuştur. Byrne (2010) çalışmasına göre, çarpıklık ve basıklık değerlerinin -3 ile +3 arasında olması, parametrik testlerin uygulanabilmesi için yeterli bir kriter olarak kabul edilmektedir. Bu doğrultuda, bağımsız gruplar arasındaki farklılıkları belirlemek için “T-Testi”, ikiden fazla grup ortalamasını karşılaştırmak için ise “Anova Testi” uygulanmıştır. Ayrıca, “Sosyal Medya Bağımlılığı” ile “Genel Sosyotelist Olma” arasındaki ilişkiyi belirlemek için “Pearson Korelasyon” Testi kullanılmıştır.

4. Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların Ait Demografik Bilgileri

	Değişkenler	n	%
Yaş	18-20	83	20.5
	21-23	215	53.2
	24 Üzeri	106	26.2
Cinsiyet	Kadın	178	44.1
	Erkek	226	55.9
Algılanan Gelir	Düşük	152	37.6
	Orta	126	31.2
	Yüksek	126	31.2
Günlük Uyku Süresi	1-4 saat	69	17.1
	5-8 saat	198	49.0
	9 saat ve üzeri	137	33.9

Araştırma kapsamında incelenen bireylerin ağırlıklı olarak 21-23 yaş (%53.2) aralığında olduğu, erkek katılımcıların (%55.9) kadın (%44.1) katılımcılara oranla daha fazla katılım gösterdiği ve gelir seviyesi düşük katılımcıların (%37.6) ağırlıkta olduğu görülmektedir. Sınıf değişkenine göre ise katılımın birbirine yakın olduğu görülmektedir. Katılımcıların günlük boş zaman sürelerinin ise ağırlıklı olarak 7-9 saat (%41.8) aralığında olduğu aynı zamanda günlük uyku sürelerinin, ağırlıklı olarak 5-8 saat (%49.0) olarak işaretlendiği görülmektedir.

Tablo 2. Yaş Değişkeni Açısından ANOVA Test Sonuçları

Boyut	Değişkenler	n	\bar{x}	sd	f	p	Fark
SMBÖ-YF (Sanal Tolerans)	1. 18-20	83	25.70	3.45	24.4	< .001	3>1>2
	Yaş 2. 21-23	215	23.26	2.40			
	3. 24 ve üzeri	106	25.11	3.71			
SMBÖ-YF (Sanal İletişim)	1. 18-20	83	19.76	3.94	23.0	< .001	1>3>2
	Yaş 2. 21-23	215	17.21	2.56			
	3. 24 ve üzeri	106	19.13	3.59			
GSO (Nomofobi)	1. 18-20	83	8.73	2.05	16.6	< .001	1>3>2
	Yaş 2. 21-23	215	7.74	1.25			
	3. 24 ve üzeri	106	8.70	1.93			
GSO (Kişilerarası Çatışma)	1. 18-20	83	8.83	2.13	15.1	< .001	1>3>2
	Yaş 2. 21-23	215	7.74	1.31			
	3. 24 ve üzeri	106	8.59	2.02			
GSO (Kendini Yalnızlaştırma)	1. 18-20	83	8.75	2.27	17.5	< .001	1>3>2
	Yaş 2. 21-23	215	7.52	1.30			
	3. 24 ve üzeri	106	8.42	1.93			
GSO (Problem Farkındalığı)	1. 18-20	83	6.51	1.69	11.3	< .001	1>3>2
	Yaş 2. 21-23	215	5.82	1.07			
	3. 24 ve üzeri	106	6.49	1.64			

Uygulanan "Anova" testi sonucunda; "SMBÖ-YF" ölçeği Sanal Tolerans boyutunda ($f(5.71) = p < 0.05$), Sanal İletişim boyutunda ($f(23.0) = p < 0.05$) anlamlı farklılık tespit bulunmuştur. "GSO" ölçeği Nomofobi boyutunda ($f(16.6) = p < 0.05$), Kişilerarası Çatışma boyutunda ($f(15.1) = p < 0.05$), Kendini Yalnızlaştırma boyutunda ($f(17.5) = p < 0.05$), Problem Farkındalığı boyutunda ($f(11.3) = p < 0.05$) anlamlı farklılık tespit bulunmuştur. Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunu tespit etmek için yapılan "post-hoc Tukey" testine göre Sanal Tolerans boyutunda 24 ve üzeri yaş ($\bar{x}=25.11$), 18-20 yaş grubu ($\bar{x}=25.70$), 21-23 yaş ($\bar{x}=23.26$), Sanal İletişim boyutunda 18-20 yaş ($\bar{x}=19.76$), 24 ve üzeri yaş ($\bar{x}=19.13$), 21-23 yaş ($\bar{x}=17.21$), Nomofobi boyutunda 18-20 yaş ($\bar{x}=8.73$), 24 ve üzeri yaş ($\bar{x}=8.70$), 21-23 yaş ($\bar{x}=7.74$), Kişilerarası Çatışma boyutunda 18-20 yaş ($\bar{x}=8.83$), 24 ve üzeri yaş ($\bar{x}=8.59$), 21-23 yaş ($\bar{x}=7.74$), Kendini Yalnızlaştırma boyutunda 18-20 yaş ($\bar{x}=8.75$), 24 ve üzeri yaş ($\bar{x}=8.42$), 21-23 yaş ($\bar{x}=7.52$), Problem Farkındalığı boyutunda 18-20 yaş ($\bar{x}=6.51$), 24 ve üzeri yaş ($\bar{x}=25.70$), 21-23 yaş ($\bar{x}=5.82$) arasında anlamlı farklılık olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 3. Cinsiyet Değişkeni Açısından T-testi Sonuçları

Boyut	Cinsiyet	n	\bar{x}	Sd	t	p
SMBÖ-YF (Sanal Tolerans)	1. Kadın	178	23.90	3.81	-1.95	0.052
	2. Erkek	226	24.52	2.59		
SMBÖ-YF (Sanal İletişim)	1. Kadın	178	17.87	4.16	-1.97	0.049

	2. Erkek	226	18.53	2.52		
GSO (Nomofobi)	1. Kadın	178	8.03	2.05	-1.72	0.085
	2. Erkek	226	8.33	1.37		
GSO (Kişilerarası Çatışma)	1. Kadın	178	8.07	2.14	-1.16	0.246
	2. Erkek	226	8.28	1.41		
GSO (Kendini Yalnızlaştırma)	1. Kadın	178	7.77	2.22	-2.39	0.018
	2. Erkek	226	8.19	1.34		
GSO (Problem Farkındalığı)	1. Kadın	178	6.02	1.70	-1.46	0.144
	2. Erkek	226	6.23	1.15		

Yapılan t-testi sonucuna göre; “SMBÖ-YF” ölçeği Sanal İletişim ($t(-1.97)=p<0.05$) boyutunda anlamlı farklılık tespit bulunmuştur. Bulunan bu farklılığın kadınlar lehine ($\bar{x}= 4.16$) erkeklerden ($\bar{x}=2.52$) ortalama olarak daha yüksektir. “GSO” ölçeği Kendini Yalnızlaştırma ($t(-2.39)=p<0.05$) boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur. Anlamlı farklılığın kadınlar lehine ($\bar{x}= 2.22$) erkeklerden ($\bar{x}=1.34$) ortalama olarak daha yüksektir.

Tablo 4. Algılanan Gelir Değişkeni Açısından ANOVA Test Sonuçları

Boyut	Değişkenler	n	\bar{x}	sd	f	p	Fark
SMBÖ-YF (Sanal Tolerans)	Düşük	152	24.20	2.93	0.0427	0.958	-
	Gelir Orta	126	24.31	3.39			
	Yüksek	126	24.25	3.33			
SMBÖ-YF (Sanal İletişim)	Düşük	152	18.24	3.35	0.0175	0.983	-
	Gelir Orta	126	18.20	3.35			
	Yüksek	126	18.28	3.40			
GSO (Nomofobi)	Düşük	152	8.08	1.60	0.7969	0.452	-
	Gelir Orta	126	8.21	1.79			
	Yüksek	126	8.33	1.74			
GSO (Kişilerarası Çatışma)	Düşük	152	8.14	1.65	0.2819	0.755	-
	Gelir Orta	126	8.29	1.75			
	Yüksek	126	8.14	1.93			
GSO (Kendini Yalnızlaştırma)	Düşük	152	7.97	1.88	0.4229	0.656	-
	Gelir Orta	126	7.94	1.65			
	Yüksek	126	8.13	1.82			
GSO (Problem Farkındalığı)	Düşük	152	6.02	1.31	1.0621	0.347	-
	Gelir Orta	126	6.16	1.48			
	Yüksek	126	6.26	1.47			

Anova testi sonuçlarına göre, gruplar arasında yaş değişkenine ilişkin anlamlı bir fark tespit edilmemiştir

Tablo 5. Günlük Uyku Süresi Değişkeni Açısından ANOVA Test Sonuçları

Boyut	Değişkenler	n	\bar{x}	sd	f	p	Fark
SMBÖ-YF (Sanal Tolerans)	Günlük 1-4 Saat	69	22.93	3.39	14.15	< .001	1>3
	Uyku 5-8 Saat	198	25.06	3.06			
	Süresi 9 Saat ve üzeri	137	23.74	2.97			

SMBÖ-YF (Sanal İletişim)	Günlük	1-4 Saat	69	16.61	3.05			
	Uyku	5-8 Saat	198	19.16	3.34	18.94	< .001	2>1
	Süresi	9 Saat ve üzeri	137	17.74	3.12			
GSO (Nomofobi)	Günlük	1-4 Saat	69	7.61	1.91			
	Uyku	5-8 Saat	198	8.56	1.71	9.13	< .001	1>2
	Süresi	9 Saat ve üzeri	137	7.98	1.47			
GSO (Kişilerarası Çatışma)	Günlük	1-4 Saat	69	7.71	1.99			
	Uyku	5-8 Saat	198	8.60	1.72	11.09	< .001	1>3
	Süresi	9 Saat ve üzeri	137	7.83	1.59			
GSO (Kendini Yalnızlaştırma)	Günlük	1-4 Saat	69	7.07	1.75			
	Uyku	5-8 Saat	198	8.45	1.80	16.71	< .001	2>3
	Süresi	9 Saat ve üzeri	137	7.83	1.58			
GSO (Problem Farkındalığı)	Günlük	1-4 Saat	69	5.67	1.63			
	Uyku	5-8 Saat	198	6.42	1.43	8.29	< .001	1>3
	Süresi	9 Saat ve üzeri	137	5.96	1.18			

Uygulanan “Anova” testi sonucunda; “SMBÖ-YF” ölçeği Sanal Tolerans boyutunda ($f(14.15) = p < 0.05$), Sanal İletişim boyutunda ($f(18.94) = p < 0.05$) anlamlı farklılık bulunmuştur. “GSO” ölçeği Nomofobi boyutunda ($f(9.13) = p < 0.05$), Kişilerarası Çatışma boyutunda ($f(11.09) = p < 0.05$), Kendini Yalnızlaştırma boyutunda ($f(16.71) = p < 0.05$), Problem Farkındalığı boyutunda ($f(8.29) = p < 0.05$) anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunu tespit etmek için yapılan “post-hoc Tukey” testine göre Sanal Tolerans boyutunda 1-4 Saat ($\bar{x}=5.82$), 9 Saat ve Üzeri ($\bar{x}=25.06$), Sanal İletişim boyutunda 5-8 saat ($\bar{x}=19.16$), 1-4 Saat ($\bar{x}=16.61$), Nomofobi boyutunda 1-4 Saat ($\bar{x}=7.61$), 5-8 saat ($\bar{x}=8.56$), Kişilerarası Çatışma boyutunda 1-4 Saat ($\bar{x}=7.71$), 9 Saat ve Üzeri ($\bar{x}=7.83$), Kendini Yalnızlaştırma boyutunda 5-8 saat ($\bar{x}=8.45$), 9 Saat ve Üzeri ($\bar{x}=7.83$), Problem Farkındalığı boyutunda 1-4 Saat ($\bar{x}=5.67$), 9 Saat ve Üzeri ($\bar{x}=5.96$) arasında anlamlı farklılık olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 6. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Genel Sosyotelist Olma Arasındaki İlişki Testi

		SMBÖ-YF (Sanal Tolerans)	SMBÖ-YF (Sanal İletişim)	GSO (Nomofobi)	GSO (Kişilerarası Çatışma)	GSO (Kendini Yalnızlaştırma)	GSO (Problem Farkındalığı)
Sosyal Medya Bağımlılığı	SMBÖ-YF (Sanal Tolerans)	r	—				
		p	—				
	SMBÖ-YF (Sanal İletişim)	r	0.545 ***	—			
		p	< .001	—			
Genel Sosyotelist Olma	GSO (Nomofobi)	r	0.788***	0.467***	—		
		p	< .001	< .001	—		
	GSO (Kişilerarası Çatışma)	r	0.607***	0.536***	0.391***	—	
		p	< .001	< .001	< .001	—	
	GSO (Kendini Yalnızlaştırma)	r	0.590***	0.707***	0.409***	0.385***	—
		p	< .001	< .001	< .001	< .001	—
GSO (Problem Farkındalığı)	r	0.738***	0.453***	0.916***	0.376***	0.388***	—
	p	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	—

Not. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Mevcut ölçekler arasındaki ilişkiyi bulmak için yapılan Pearson Korelasyon Testine göre; “Sanal Tolerans” boyutu ile “Sanal İletişim” ($r = .545$, $p < .001$), “Nomofobi” ($r = .788$, $p < .001$),

“Kişilerarası Çatışma” ($r = .607, p < .001$), “Kendini Yalnızlaştırma” ($r = .590, p < .001$), “Problem Farkındalığı” ($r = .738, p < .001$) boyutları arasında; “Sanal İletişim” boyutu ile “Nomofobi” ($r = .467, p < .001$), “Kişilerarası Çatışma” ($r = .565, p < .001$), “Kendini Yalnızlaştırma” ($r = .707, p < .001$), “Problem Farkındalığı” ($r = .453, p < .001$) boyutları arasında; “Nomofobi” boyutu ile “Kişilerarası Çatışma” ($r = .391, p < .001$), “Kendini Yalnızlaştırma” ($r = .409, p < .001$), “Problem Farkındalığı” ($r = .916, p < .001$) boyutları arasında; “Kişilerarası Çatışma” boyutu ile “Kendini Yalnızlaştırma” ($r = .385, p < .001$), “Problem Farkındalığı” ($r = .375, p < .001$), boyutları arasında; “Kendini Yalnızlaştırma” boyutu ile “Problem Farkındalığı” ($r = .388, p < .001$) boyutları arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 7. Genel Sosyotelist Olma Ortalamalarına İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişken	B	Sh	β	t	p
Sabit	0.60	0.038		15.8	<.001
Sosyal Medya Bağımlılığı	0.74	0.018	0.895	40.03	<.001
R= 0.895	R2=0.801				
F=1624	p<.001				

Yapılan analiz sonucunda; modeldeki yordayıcı değişkenin (Sosyal Medya Bağımlılığı) bireylerin genel sosyotelist olma ortalama düzeyi puanlarını anlamlı bir şekilde yordadığı ($R=0.895, F(1624), p<.05$), genel sosyotelist olma ve sosyal medya bağımlılığı ortalamalarına ait varyans modelinin %89’unu açıkladığı tespit edilmiştir (Tablo 7). Modele ait regresyon eşitliği şu şekildedir: Genel Sosyotelist Olma Düzeyi= $0.60 \div (0.74 * \text{Sosyal Medya Bağımlılığı})$.

5. Tartışma

Günümüzde teknolojinin ortasında doğan Z kuşağı, teknolojik aletlere ve teknolojinin getirdiği yeniliklere hızlı bir şekilde uyum sağlayabilmektedir (Yıldırım & Ünal, 2020). Z kuşağının teknolojik avantajlara daha hızlı uyum sağlaması onları şanslı gibi gösterse de aslında bu durum onları en büyük risk altında olan yaş grubu haline getirmektedir. İnternete erişiminin daha kolay hale gelmesi tehlikenin artmasına sebep olmaktadır. TÜİK’in açıkladığı son verilere göre, internet kullanım oranının, 2022 yılında %85 oranında seyrederken 2023 yılında %87 oranına kadar yükseldiği görülmektedir. Cinsiyet değişkeni ele alındığı zaman 2023 yılında İnternet kullanım oranı; erkeklerde %90 civarında seyrederken kadınlarda %83 oranında olduğu kaydedilmiştir (Tüik, 2024). Verilmiş olan bilgiler ışığında, bu araştırmanın amacı Z kuşağı olarak nitelendirdiğimiz bireylerin yaş, cinsiyet, algılanan gelir ve günlük uyku süresine göre sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelist olma davranışlarının ilişkisinin derinlemesine incelenmesi olarak belirlenmiştir.

Araştırmadaki ilk bulguya bakıldığı zaman bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının ve sosyotelist olma davranışlarının yaş değişkenine göre farklılaştığı görülmektedir. Ölçeklerin alt boyutlarına bakıldığı zaman “sanal tolerans” alt boyutu hariç diğer alt boyutların hepsinde 18-20 yaş arasında bulunan bireylerin puanları diğer yaş gruplarına göre daha yüksek çıkmıştır. Elde edilen bu bulgudan hareketle genç bireylerin diğer yaş gruplarına kıyasla daha fazla sosyal medya bağımlısı ve sosyotelist oldukları anlaşılmaktadır. Özdemir (2019) tarafından yapılan bir araştırmada 21-24 yaş grubu bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri 29 yaş ve üzeri olan bireylere göre daha yüksek çıkmıştır. Araştırmanın sonucunda küçük yaş grubundaki bireylerin sosyal medya kullanımından dolayı diğer yaş gruplarına kıyasla daha fazla olumsuz yönde etkilendikleri ortaya konulmuştur. Bu farkın, yaşla birlikte gelişen sosyal beceriler ve artan sosyalleşme ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir (Güney & Taştepe, 2020). Z kuşağının

sosyotelist olma puanlarına bakıldığı zaman 18-20 yaş grubundaki bireylerin nomofobi düzeyleri, bireylerle olan çatışmaları ve kendini yalnızlaştırma durumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle genç bireylerin sosyotelist olma olasılıkları artmaktadır çıkarımı yapılabilir. Polat & Karasu (2022) tarafından Covid-19 sürecinde yetişkinlerin sosyotelizm seviyelerini ölçmek için yapılan bir araştırmada katılımcılarının yaşlarının azaldıkça nomofobi düzeylerinin arttığı ve ölçek puanlarının orta seviyenin üzerinde olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmadaki diğer bir bulguya göre cinsiyet değişkeni açısından sosyal medya bağımlılığının ve sosyotelist olma oranlarının farklılaştığı görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre sanal iletişim bağlamında erkeklerin puanları kadınlara göre daha yüksek çıkmıştır. Kendini yalnızlaştırmada ise kadınların puanları erkeklere oranla daha yüksektir. Bu bulgular, erkeklerin sanal ortamda kadınlara göre daha yüksek iletişim puanlarına sahip olduklarını göstermektedir. Güney & Taştepe (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada sosyal medya bağımlılığı cinsiyet göre elen alınmış ve cinsiyete göre farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen diğer bir bulguya göre erkeklerin kadınlara göre kendilerini daha fazla yalnızlaştırdıkları bulunmuştur. Aynı zamanda çalışmada erkeklerin sosyotelist olma puanları kadınlara göre karşılaştırılmış ve erkeklerin oranı daha yüksek olduğu keşfedilmiştir. Chi vd. (2022) tarafından yapılan araştırmada cinsiyetin sosyotelist davranışlar sergilemede önemli rolünün olduğu bulunmuştur. Ek olarak çalışmada erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla daha çok sosyotelist oldukları keşfedilmiştir.

Araştırmadaki diğer bir bulguya göre algılanan gelir değişkeni açısından her iki ölçekte de anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Fakat Karaş (2019) tarafından yapılan bir yüksek lisans tezinde gelir düzeyi düşük olan bireylerin sosyotelizm olma oranlarının gelir düzeyi yüksek olan bireylere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu bulgu mevcut çalışmadaki bulgular ile uyumsuzdur. Bilginer (2020) tarafından lise öğrencilerine yapılan bir çalışmada sosyal medya bağımlılığının aile gelir durumuna göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Elde edilen bu bulgu mevcut çalışmanın bulguları ile paralellik göstermektedir. Ancak literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının gelir durumuna göre farklılaştığını gösteren çalışmalar ağırlıktadır (Munusturlar & Munusturlar, 2023; Topaktaş & Çetin, 2023). Bu durumun günümüzde akıllı telefonlara ve internete erişimin çok fazla kolaylaşmasından ve neredeyse çoğu sosyal medya platformunun ücretsiz olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmadaki diğer bulguya göre katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları ve sosyotelist olma durumları günlük uyku süresine göre farklılaştığıdır. Bulgulara göre bireyin uyku süresi azaldıkça sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelist olma durumları artmaktadır. Koçak & Şimşek (2023) tarafından sporcular üzerinde yapılan bir araştırmada katılımcıların sosyal medya bağımlılığı, uyku kalitesi ve günlük uyku süresine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. İpek & İpek (2023) tarafından yapılan bir çalışmada sosyal medyada gelişmeleri kaçırma korkusunun uyku kalitesini olumsuz etkilediği bulunmuştur. Brautsch vd. (2023) tarafından yapılan bir araştırmada genel ekran kullanımının, sosyal medya kullanımının ve internet kullanımının uyku kalitesini ve uyku sürelerini olumsuz etkilediği bulunmuştur. Bu durumu dünya çapında dijital medya kullanımının artması ve 16-25 yaş aralığındaki bireylerin zaman kullanımları konusunda özerkliklerinin de artmasından kaynaklandığını öne sürmüşlerdir. Çalışmaya katılan bireylerin uyku süresi puanlarına bakıldığı zaman 5-8 saat arası uyuyanların 9 saat ve üzeri uyuyan bireylere nazaran sosyotelizm puanlarında artışın olduğu görülmektedir. Buradan hareketle az uyku süresine sahip bireylerin sosyotelizm olma olasılıklarının fazla olduğu çıkarımının yapılabileceği düşünülmektedir. Literatür

incelendiğinde gece geç saatlere kadar ekran başında zaman geçiren genç bireylerin sosyotelist olma olasılıklarının daha fazla olduğunu gösteren çalışmalar oldukça fazladır (Kauderer & Randler, 2013; Vollmer vd., 2012). Aynı zamanda bu gece tiplerinin ekran başında daha fazla zaman geçirdiklerinden bu durumun alışkanlığa dönüşebileceği tespit edilmiştir (Sert vd., 2023). Bu durum mevcut çalışma ile paralellik göstermektedir. Bu noktadan hareketle alışkanlık haline gelen ekran kullanımının zaman içinde kontrol altına alınamazsa bağımlılığa kadar evrilebileceği düşünülmektedir. Bu duruma, mevcut çalışmadaki sosyal medya bağımlılığı ve genel sosyotelist olma kavramları arasında ortaya çıkan ilişkinin, kanıt olarak gösterilebileceği düşünülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ile genel sosyotelist olma ilişkisini tespit etmek amacıyla yapılan analize baktığımız zaman değişkenler arsında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu keşfedilmiştir. Tanhan vd. (2024) tarafından sosyal medya ve phubbing ilişkisini incelemeye yönelik yapılan bir çalışmada sosyal medya bağımlılığının phubbingi yordadığı tespit edilmiştir. Literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının sosyotelist davranışlar sergileme ile ilişkili olduğu görülmektedir (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Karadağ vd., 2015; Talan vd., 2024).

Mevcut çalışmadaki son bulguya göre sosyal medya bağımlılığının genel sosyotelist olmayı %89 oranında etkilediği tespit edilmiştir. Buradan hareketle sosyal medya bağımlısı olan bireylerin %89'unun sosyotelist davranışlar sergilediği anlaşılmaktadır. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiği zaman mevcut çalışmadaki bulguyu destekleyen birçok çalışmanın olduğu görülmektedir (Allahverdi, 2023; Davey vd., 2018; Talan vd., 2024). Ayrıca sosyal medya bağımlılığının sosyotelizmi sosyal bağlamda etkilediği vurgulanmaktadır (Chi vd., 2022).

Sonuç

Sonuç olarak, sosyal medya bağımlılığı ile sosyotelist davranışlar arasında orta düzeyde anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca sosyal medya bağımlısı olan bireylerin yüzde seksen dokuzunun sosyotelist olabileceği bulunmuştur. Buna ek olarak Z kuşağının sosyal medya bağımlılığı ve genel sosyotelist olma durumları yaşa, cinsiyete ve günlük uyku süresine göre farklılaşmaktadır. Fakat gelir durumuna göre bir farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir. Bu durumun artık internet ve sosyal medya erişiminin oldukça kolaylaşmasından ve günümüz piyasasında her bütçeye uygun akıllı cihazın bulunabilir olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Mevcut çalışma sadece sosyal medya bağımlılığı ve genel sosyotelist olma arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılmış nicel bir araştırma olduğundan çalışma, değişkenler arasındaki nedensel ilişkiye dair doğrudan bir sonuç sunmamaktadır. Gelecekteki çalışmaların bu durumu göz önünde bulundurarak farklı örneklem grupları üzerinde çalışmalar yapabilir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ve genel sosyotelist olma değişkenlerinin altında yatan mekanizmaların aracı rolü araştırılabilir.

Açıklamalar

* *Etik Kurul Onayı*: Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu'na başvurularak 04.03.2024 tarihli ve 715454-194/15 sayılı etik kurulu onayı alınmıştır.

* *Yayın Etiği*: Bu çalışma, "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, makale intihal tespit yazılımlarıyla (Turnitin / iThenticate) taranmış ve herhangi bir intihal tespit edilmemiştir.

* *Yazar Katkı Oranı*: Yazarlar, çalışmaya eşit oranda (%25) katkı sağlamışlardır.

* *Çıkar Çatışması*: Çalışma yazarlarının herhangi bir kurum veya kuruluşla çıkar çatışması bulunmamaktadır.

* *Akademik Finansal Destek*: Çalışma için herhangi bir kurum veya kuruluştan akademik finansal destek alınmamıştır.

* *Yazar Beyanı*: Çalışma 5. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu'nda (2024) özet bildiri olarak sunulmuştur.

Structured Extended Abstract

Research Background & Problem

When we examine the internet usage rates, according to the data published by TUIK, it was recorded that the percentage of internet usage was 75.53% among individuals in the 16-74 age group in 2019, and this rate increased to 79.0% in 2020 (Tüik, 2021). This rate was determined as 82.6% in 2021 (Tüik, 2022). In 2022, it was recorded that this rate increased to 85% (Tüik, 2023). When we look at internet usage rates by years, we see that internet usage rates increase every year. According to the statistics obtained, it is undeniable that social media addiction and the behavioral disorders it causes on individuals need to be examined more. At the same time, the fact that there are few studies examining social media addiction in the context of the concept of sociotelism shows that this issue should be focused on more. In the light of the information provided, the purpose of this research is to examine the relationship between social media addiction and sociotelistic behaviors of individuals we call Generation Z according to age, gender, perceived income and daily sleep time.

Research Methodology

In the current study, since it is aimed to determine the relationship between "social media addiction" and "sociotelist" behaviors of Generation Z, correlational design, one of the quantitative research designs, was used.

The data were analyzed using the open source "jamovi" software. The demographic information of the participants was evaluated with frequency (f) and percentage (%) distributions. According to the results of skewness and kurtosis analyses, the skewness value of the data was 0.911 and the kurtosis value was 2.39. According to Byrne (2010), skewness and kurtosis values between -3 and +3 are accepted as sufficient criteria for the application of parametric tests (Byrne, 2010). Accordingly, "T-Test" was used to determine the differences between independent groups and "Anova Test" was used to compare more than two group averages. In addition, "Pearson Correlation" Test was used to determine the relationship between "Social Media Addiction" and "General Sociotelism".

Research Results

It is seen that the individuals examined within the scope of the research are predominantly between the ages of 21-23 (53.2%), male participants (55.9%) participate more than female participants (44.1%), and low-income participants (37.6%) are predominant. It is seen that participation is close to each other according to the class variable. It is seen that the daily leisure time of the participants is predominantly in the range of 7-9 hours (41.8%), and the daily sleep time is predominantly marked as 5-8 hours (49.0%).

Conclusion & Discussion

When the first finding in the study is examined, it is seen that individuals' social media addictions and sociotelist behaviors differ according to the age variable. According to another finding in the study, it is seen that the rates of social media addiction and sociotelist behavior differ in terms of gender variable. According to the findings, in the context of virtual communication, men's scores were higher than women's. In self-isolation, women's scores are higher than men's. Based on this finding, it can be concluded that men communicate better than women on the internet and women are more timid. According to another finding in the study, no significant difference was found in both scales in terms of perceived income. According to the other finding in the study, social media addictions and sociotelistism of the participants differed according to their daily sleep duration. According to the findings, as the sleep duration of the individual decreases, social media addiction and sociotelistism increase. When we look at the test conducted to determine the relationship between social media addiction and being a general sociotelist, it was discovered that there is a positive and significant relationship between the variables. According to the last finding in the current study, it was discovered that social media addiction affects being a general sociotelist by 89%. From this point of view, it is understood that 89% of individuals who are addicted to social media exhibit sociotelist behaviors.

As a result, there is a positive and moderately significant relationship between social media addiction and being a general sociotelist. It was also found that eighty-nine percent of individuals with social media addiction may be sociotelist. In addition, social media addiction and general sociotelistism of Generation Z differ according to age, gender and daily sleep duration. However, it was determined that there was no differentiation according to income status. It is thought that this situation is due to the fact that internet and social media access is now quite easy and smart devices suitable for every budget can be found in today's market.

Kaynakça

- Allahverdi, F. Z. (2023). Relationship between Self-Esteem, Area of Study, Phubbing, and Perceived Social Media Addiction among University Students. *OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi*, 20(53), 340–353. <https://doi.org/10.26466/opusjsr.1253595>
- Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction - An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053–4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175–184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Bilginer, A. (2020). *Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Öz Yeterlik Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Mardin İli Örneği*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çağ Üniversitesi.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Senol-Durak, E., Durak, M., & Sherstyuk, L. (2017). The Role of Personality Traits in Facebook and Internet Addictions: A Study on Polish, Turkish, and Ukrainian Samples. *Computers in Human Behavior*, 68, 269–275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.037>
- Brautsch, L. A., Lund, L., Andersen, M. M., Jennum, P. J., Folker, A. P., & Andersen, S. (2023). Digital Media Use and Sleep in Late Adolescence and Young Adulthood: A Systematic Review. *Sleep Medicine Reviews*, 68, 101742.

<https://doi.org/10.1016/j.smr.2022.101742>

- Busalim, A. H., Masrom, M., & Binti Wan Zakaria, W. N. (2019). The Impact of Facebook Addiction and Self-Esteem on Students' Academic Performance: A Multi-Group Analysis. *Computers and Education*, 142(December 2018), 103651. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103651>
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203807644>
- Capilla Garrido, E., Issa, T., Gutiérrez Esteban, P., & Cubo Delgado, S. (2021). A Descriptive Literature Review of Phubbing Behaviors. *Heliyon*, 7(5). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07037>
- Cheng, C., Lau, Y. ching, Chan, L., & Luk, J. W. (2021). Prevalence of Social Media Addiction Across 32 Nations: Meta-Analysis with Subgroup Analysis of Classification Schemes and Cultural Values. *Addictive Behaviors*, 117, 106845. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.106845>
- Chi, L.-C., Tang, T.-C., & Tang, E. (2022). The Phubbing Phenomenon: A Cross-Sectional Study on The Relationships among Social Media Addiction, Fear of Missing out, Personality Traits, and Phubbing Behavior. *Current Psychology*, 41(2), 1112–1123. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02468-y>
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How “Phubbing” Becomes The Norm: The Antecedents and Consequences of Snubbing Via Smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9–18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173–188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>
- Davey, S., Davey, A., Raghav, S. K., Singh, J. V., Singh, N., Blachnio, A., & Przepiórkaa, A. (2018). Predictors and Consequences of “Phubbing” among Adolescents and Youth in India: An Impact Evaluation Study. *Journal of Family and Community Medicine*, 25(1), 35–42. https://doi.org/10.4103/jfcm.JFCM_71_17
- Deniz, L., & Gürültülü, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355–367. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.389780>
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://doi.org/https://www.pewresearch.org>
- Erzen, E., Odacı, H., & Yeniçeri, İ. (2021). Phubbing: Which Personality Traits Are Prone to Phubbing? *Social Science Computer Review*, 39(1), 56–69. <https://doi.org/10.1177/0894439319847415>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). ‘True Gen’: Generation Z and its Implications for Companies. <https://www.mckinsey.com>
- Griffiths, M. (2005). A ‘components’ Model of Addiction within A Biopsychosocial Framework. *Journal of Substance Use*, 10(August), 191–197. http://www.academia.edu/429550/Griffiths_M.D._2005_.A_components_model_of

_addiction_within_a_biopsychosocial_framework._Journal_of_Substance_Use_10_1
91-197

- Güney, M., & Taştepe, T. (2020). Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Bağımlılığı. *Journal of Ankara Health Sciences*, 9(2), 183–190. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ausbid/issue/59001/757713>
- Hu, Y., Wang, J., Lin, Y., & Zhang, B. (2023). The Relation of Parental Phubbing to Academic Engagement and The Related Mechanisms in Elementary Students. *Learning and Individual Differences*, 101(October 2022), 102251. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2022.102251>
- İpek, Y., & İpek, H. (2023). Lise Öğrencilerinde FoMO Düzeyleri İle Uyku Kalitesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 10(102), 3539–3545. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10452186>
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Mızrak Şahin, B., Çulha, İ., & Babadağ, B. (2016). The Virtual World's Current Addiction: Phubbing. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(2), 223–269. <https://doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0013>
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., Çulha, İ., & Babadağ, B. (2015). Determinants of Phubbing, which is The Sum of Many Virtual Addictions: A Structural Equation Model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- Karaş, B. (2019). *Boş Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Kullanımını Tercih Eden Bireylerin Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Sosyotelizm, Kişilik ve Sosyal Bağlılık Düzeylerinin İncelenmesi*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Kauderer, S., & Randler, C. (2013). Differences in Time Use among Chronotypes in Adolescents. *Biological Rhythm Research*, 44(4), 601–608. <https://doi.org/10.1080/09291016.2012.721687>
- Khan, M. N., Shahzad, K., & Bartels, J. (2022). Examining Boss Phubbing and Employee Outcomes through The Lens of Affective Events Theory. *Aslib Journal of Information Management*, 74(5), 877–900. <https://doi.org/10.1108/AJIM-07-2021-0198>
- Koçak, Ç. V., & Şimşek, S. (2023). Sporcularda Sosyal Medya Bağımlılığı ve Uyku Kalitesi İlişkisi. *The Online Journal of Recreation and Sports*, 12(4), 759–765. <https://doi.org/10.22282/tojras.1318963>
- Lo, M., Malcom, D. R., & Cain, J. (2022). Prevalence of Phubbing by Student Pharmacists at Two Colleges of Pharmacy. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 14(4), 425–431. <https://doi.org/10.1016/j.cptl.2022.03.008>
- Mercan, N., & Uysal, B. (2023). The Relationship of Social Media Addiction with Interpersonal Problem-Solving and Personality Traits in University Students. *Archives of Psychiatric Nursing*, 43(January), 50–56. <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2022.12.025>
- Montag, C., Lachmann, B., Herrlich, M., & Zweig, K. (2019). Addictive Features of Social Media/Messenger Platforms and Freemium Games against the Background of Psychological and Economic Theories. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(14), 2612. <https://doi.org/10.3390/ijerph16142612>

- Munusturlar, M. A., & Munusturlar, S. (2023). Ev Hanımlarında Facebook Bağımlılığı: Kullanım Amaçları ve Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 18(1), 75–94. <https://doi.org/10.33459/cbubesbd.1217079>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson New International Edition.
- Orhan Göksun, D. (2019). Sosyotelist Olma ve Sosyotelizme Maruz Kalma Ölçeklerinin Türkçeye Uyarlanması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 657–671. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.505642>
- Orhan Göksün, D. (2019). Sosyotelist Olma ve Sosyotelizme Maruz Kalma Ölçeklerinin Türkçeye Uyarlanması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 657–671. <https://doi.org/10.32709/AKUSOSBIL.505642>
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91–105. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.7/2.91-105>
- Polat, F., & Karasu, F. (2022). Examining The Correlation Between Phubbing and Life Satisfaction in Adults During Covid-19 Pandemic. *Bağımlılık Dergisi*, 23(2), 191–198. <https://doi.org/10.51982/bagimli.990471>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and The Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Şahin, C., & Yağci, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523–538.
- Sert, H., Üngören, Y., Pelin, M., & Horzum, M. B. (2023). Relationship Between Chronotypes, Personality Traits, and Phubbing Levels in University Students. *Biological Rhythm Research*, 54(3), 322–333. <https://doi.org/10.1080/09291016.2023.2169653>
- Sun, J., & Samp, J. A. (2022). ‘Phubbing is Happening To You’: Examining Predictors and Effects of Phubbing Behaviour in Friendships. *Behaviour and Information Technology*, 41(12), 2691–2704. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1943711>
- T’ng, S. T., Ho, K. H., & Low, S. K. (2018). Are you “phubbing” me? The Determinants of Phubbing Behavior and Assessment of Measurement Invariance across Sex Differences. *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 7(2), 159–190. <https://doi.org/10.17583/rimcis.2018.3318>
- Talan, T., Doğan, Y., & Kalinkara, Y. (2024). Effects of Smartphone Addiction, Social Media Addiction and Fear of Missing Out on University Students’ Phubbing: A Structural Equation Model. *Deviant Behavior*, 45(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/01639625.2023.2235870>
- Tanhan, F., Özok, H. İ., Kaya, A., & Yıldırım, M. (2024). Mediating and Moderating Effects of Cognitive Flexibility in The Relationship between Social Media Addiction and Phubbing. *Current Psychology*, 43(1), 192–203. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04242-8>

- Topaktaş, B., & Çetin, M. (2023). Ebelik ve Hemşirelik Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Etkisi. *Hitit Medical Journal*, 5(1), 19–24. <https://doi.org/10.52827/hititmedj.1161788>
- Tüik. (2021). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*, 2020. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679)
- Tüik. (2022). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*,2021. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437)
- Tüik. (2023). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*, 2022. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587)
- Tüik. (2024). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*, 2023. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407)
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood--and What That Means for the Rest of Us*. Atria Books.
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in Depressive Symptoms, Suicide-Related Outcomes, and Suicide Rates Among U.S. Adolescents After 2010 and Links to Increased New Media Screen Time. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3–17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>
- Vollmer, C., Michel, U., & Randler, C. (2012). Outdoor Light at Night (LAN) is Correlated with Eveningness in Adolescents. *Chronobiology International*, 29(4), 502–508. <http://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L364675378%0Ahttp://dx.doi.org/10.3109/07420528.2011.635232>
- We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Global Overview Report*. <https://doi.org/https://www.datareportal.com>
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory Analysis* (2nd ed.). Harper and Row.
- Yıldırım, O., & Ünalın, D. (2020). Dijital Yerlilerin Sosyotelizm (Phubbing) Eğilimlerinin Değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(1), 276–297.
- Yue, H., Zhang, X., Cheng, X., Liu, B., & Bao, H. (2022). Measurement Invariance of the Bergen Social Media Addiction Scale Across Genders. *Frontiers in Psychology*, 13(June), 1–8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.879259>
- Zhao, L. (2021). The Impact of Social Media Use Types and Social Media Addiction on Subjective Well-Being of College Students: A Comparative Analysis of Addicted and Non-Addicted Students. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100122. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100122>