



## Abant Sosyal Bilimler Dergisi

Journal of Abant Social Sciences

2025, 25(1): 80-96, doi: 10.11616/asbi.1585768



### Sosyal Medyanın Aracılığında Narsisizm ve Benlik Sunumunun Akıllı Telefon Bağımlılığı Üzerindeki Etkisi\*

The Effects of Narcissism and Self-Presentation Mediated by Social Media on Smartphone Addiction

Hamide SARITAŞ<sup>1</sup> ID, Şükrü BALCI<sup>2</sup> ID

Geliş Tarihi (Received): 15.11.2024

Kabul Tarihi (Accepted): 04.01.2025

Yayın Tarihi (Published): 25.03.2025

**Öz:** Narsisizm ve benlik sunumu ile akıllı telefon bağımlılığı ilişkisinde sosyal medya kullanımının aracılık rolünün araştırıldığı bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma, Türkiye evreninde İstanbul, İzmir, Antalya, Ankara, Samsun, Diyarbakır ve Erzurum ilinde 18-65 yaş aralığında bulunan 3231 gönüllü katılımcı örnekleminde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların; narsisizm, benlik sunumu, sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır. Yapılan yol analizi sonuçlarına göre narsisizm, benlik sunumu ve sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığına pozitif anlamlı etki ettiği görülmüştür. Ayrıca narsisizm ve benlik sunumu ile akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkide sosyal medya kullanımının kısmi aracılık rolünün bulunduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Akıllı Telefon Bağımlılığı, Narsisizm, Benlik Sunumu, Sosyal Medya Kullanımı.

&

**Abstract:** In this study, quantitative research method was used to investigate the mediating role of social media use in the relationship between narcissism and self-presentation and smartphone addiction. The study was conducted in a sample of 3231 volunteer participants aged 18-65 in Istanbul, Izmir, Antalya, Ankara, Samsun, Diyarbakır and Erzurum in Turkey. According to the results of the study, there is a significant relationship between narcissism, self-presentation, social media use and smartphone addiction. According to the results of the path analysis, narcissism, self-presentation and social media use had a positive significant effect on smartphone addiction. In addition, it was determined that social media use has a partial mediating role in the relationship between narcissism and self-presentation and smartphone addiction.

**Keywords:** Smartphone Addiction, Narcissism, Self-Presentation, Social Media Use.

**Atıf/Cite as:** Saritaş, H., Balci, Ş. (2025). Sosyal Medyanın Aracılığında Narsisizm ve Benlik Sunumunun Akıllı Telefon Bağımlılığı Üzerindeki Etkisi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 80-96. doi: 10.11616/asbi.1585768

**İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbi/policy>

**Copyright** © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2000 – Bolu

\* Bu makale; Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında, Prof. Dr. Şükrü BALCI danışmanlığında Hamide SARITAŞ tarafından hazırlanan ve tamamlanan "Toplumsal Değişim Sürecinde Bireyin Narsisizm ve Benlik Sunumu ile Akıllı Telefon Bağımlılığı İlişkisinde Sosyal Medya Kullanımının Aracılık Rolü" isimli, TÜBİTAK 2211-A programı destekli doktora tezinden üretilmiştir.

<sup>1</sup> Dr., Hamide Saritaş, [hsaritas32@gmail.com](mailto:hsaritas32@gmail.com). (Sorumlu Yazar)

<sup>2</sup> Prof. Dr., Şükrü Balci, Selçuk Üniversitesi, [sukrubalci@selcuk.edu.tr](mailto:sukrubalci@selcuk.edu.tr).

## 1. Giriş

İletişim araçlarının gelişim tarihi ilk çağlardan günümüze; sözden yazıya geçiş, kağıt, matbaa, gazete, telgraf, telefon, radyo, televizyon (Yakın, 2006) ve bilginin elde edilmesini, kullanmasını, depolanmasını ve ağlar vasıtasıyla bir yerden başka bir yere taşınmasını sağlayan iletişim/haberleşme ve bilgisayar teknolojileri olarak adlandırılan Bilgi İletişim Teknolojilerinde (BİT) resmedilmektedir (Tutar vd., 2014). BİT içinde bilgisayar, uydu ve mobil cihazlar gibi internetin entegre edildiği yeni iletişim teknolojileri bulunmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri içinde yer alan sosyal medya araçları, akıllı telefonlar, tabletler vb. gibi araçların insan yaşamına girmesi, onu organize etmesi ve sosyal ilişkilerin en önemli aktörleri gibi işlev görmeye başlaması toplumsal alanda değişimlere neden olmuştur. İletişim araçlarında yaşanan bu değişme ve gelişmeler iletişim araçlarının devrimi olarak yorumlanmıştır. Çünkü iletişim teknolojilerinin yarattığı değişimler toplumda var olan ve dolaşımda olan bilginin miktarını ve yayılma hızını etkilemiştir. Bu teknolojilerin kullanıcılarının ve kullanım alanlarının yoğunluğu düşünüldüğünde bu araçlarından yayılan bilgilerin toplumun bütününde değişimin yaşanmasına neden olduğu çıkarımı yapılmaktadır (Timisi, 2003).

İletişim araçlarının altyapısında meydana gelen değişimlerin sonucu olarak ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri eşzamansızlık, kitesizleştirme ve etkileşim özelliklerine sahiptir. Bireylere aynı yer ve zamanda bulunma zorunluluğunu ortadan kaldırması, aynı ya da benzer içerikleri tüketmek yerine farklı ve daha talebe yönelik içerikleri görme ya da oluşturma imkanı sağlaması ve en önemlisi karşılıklı bir şekilde anında ya da istenilen zamanda etkileşim kurma imkanı vermesi bu araçların kullanım alanları ve sürelerini de etkilemiştir (Devran ve Elitaş, 2017). Bu araçlar kullanıcılara günlük yaşam pratiklerini değişime uğratma, bilgilere ulaşma, alternatif fikirlere erişme, bankacılık hizmetlerini gerçekleştirme, sosyalleşme, iletişim kurma, eğlenme, yeniliklere açık olma ve kendilerini ifade etmelerini kolaylaştırma gibi faydalar sağlamıştır (Dündar ve Gürocak, 2013). Ancak bu faydalarının yanında bu araçlar uzun süre ve gerekli olduğu durumlar dışında kullanımı bireyleri fiziksel, sosyal ve psikolojik yönlerden olumsuz etkileyebilmişlerdir. Bu olumsuzlukların temelinde ise bireylerin teknolojiye karşı geliştirmiş oldukları bağımlılık bulunmaktadır.

Yeni iletişim teknolojileri arasında yer alan ve bireylerin yaşamlarının neredeyse her alanına nüfus eden akıllı telefonların yoğun ve plansız kullanımı da teknoloji bağımlılığı türleri arasında yer alan akıllı telefon bağımlılığına neden olmaktadır. Öyle ki, son yıllarda akıllı telefon bağımlılığı üzerine yapılan araştırmaların yoğunluğu dikkat çekmektedir. Çünkü akıllı telefonlar sahip oldukları özellikler ve sağladığı faydalar bakımından kullanıcılar arasında oldukça yaygın kullanıma sahip teknolojik araçlar olarak dijital çağda varlığını hissettirmektedirler. Akıllı telefonların internet kullanımına, interaktif oyunların oynanmasına ve sosyal medya kullanımına imkan vermesi yaygın kullanımına yol açarken aynı zamanda plansız ve aşırı kullanımına dolayısıyla da akıllı telefon bağımlılığına yol açtığı kabul edilmektedir. Bu kabul ise bu cihazların internet erişimine bağlı olarak bireylerin birçok uygulamayı çalıştırması ve daha çok kötüye kullanıma neden olmasıyla gerekçelendirilmektedir (Yam ve İlhan, 2020). Akıllı telefonların sahip olduğu kullanım özelliklerinin yanında bu cihazların markası, modeli, kalitesi ve sürümü gibi özellikler üzerinden kullanıcıların kimlik oluşturmaları, sosyal medya uygulamalarını kullanıma imkân vermesi gibi kullanım motivasyonları da akıllı telefonlara bağımlılığın oluşumunda etkili olmaktadır (Bekaroğlu ve Yılmaz, 2020).

Akıllı telefon bağımlılığı, uyku bozukluklarına, sağlık problemleri yaşanmasına, stres, kaygı, depresyon, can sıkıntısı, akademik başarıda azalma ve fiziksel aktivitelerin azalması gibi sorunlara neden olmaktadır (Samaha ve Hawi, 2016). Akıllı telefon bağımlılığını anlamak ve çözüm önerileri geliştirmek için onu etkileyen psikolojik, sosyal, fiziksel özellikler ve kişilik özellikleri gibi faktörlere yönelik araştırmalar önemli olmaktadır (Park ve Lee, 2011).

Akıllı telefon bağımlılığı üzerinde narsisizm, benlik sunumu ve sosyal medya kullanımının etkisini araştırmak için tasarlanan bu çalışmada da; narsisizm ve benlik sunumu kişilik özellikleri bağımsız değişkeni, sosyal medya araçlarının kullanımı aracı değişkeni, akıllı telefon bağımlılığı ise bağımlı değişkeni oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı narsisizm ve benlik sunumunun akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisini ve bu etkide sosyal medya kullanımının aracılık rolünü araştırmaktadır. Nicel araştırma

yönteminin kullanıldığı bu çalışmada ilişkisel tarama modelinden/deseninden yararlanılmıştır. Türkiye evreninde, İstanbul, İzmir, Antalya, Ankara, Samsun, Erzurum ve Diyarbakır örnekleminde 18-65 yaş aralığında bulunan 3231 gönüllü katılımcı ile gerçekleştirilen bu çalışmanın verileri çevrim içi (online) anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Araştırma sonuçları; teknoloji bağımlılığının ve türlerinin Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) ve Amerikan Psikoloji Derneği (APA) tarafından bir bağımlılık türü olarak kabul edilmesine veri sağlaması ve BMYK'nın Türkiye'de il ve ilçelere yönelik bağımlılıkla ilgili yaptığı bilgilendirme çalışmalarına katkı sağlaması noktasında önem taşımaktadır. Aynı zamanda araştırma örnekleminin yaş aralığının geniş olması, farklı demografik değişkenlere sahip kişileri barındırması araştırmada elde edilecek sonuçların ilerde yapılacak diğer çalışmalara kaynak oluşturması açısından önem taşıyacağı düşünülmektedir.

## 2. Akıllı Telefon Bağımlılığı

Mobil teknolojiler günümüz dijital dünyasında insanların yaşamında vazgeçilmesi imkansız bir faktör olarak işlev görmektedir. Bu teknolojilerin fiziksel anlamda daha taşınabilir hale getirilmesi bu cihazların hareket halindeyken kullanılabilmesine ve sosyal bağlantı kurulmasına olanak tanımaktadır. Mobil cihazların birçok çeşidi bulunmaktadır. Ancak cep telefonları ve akıllı telefonlar kablosuz ve mobil cihazların en fazla akla gelenleridir (Chayko, 2018). Cep telefonları gün geçtikçe mesajlaşma, internete girme, haberleşme, bilgi alma ve eğlence gibi kullanıcıların birçok isteğine hizmet eden akıllı telefonlara dönüşmüştür (Bal, 2014; Akkaş, 2021).

Akıllı telefonlar sesli görüşme, mesajlaşma ve haberleşmenin yanında internete girme, çevrim içi oyun oynama ve sosyal medya uygulamalarını kullanma gibi işlevlere de sahiptir. Akıllı telefonların internete erişimi sağlayan ve sayısız uygulamanın çalıştırılmasına imkan veren yazılımlara sahip olması onun diğer mobil cihazlardan daha yaygın ve fazla kullanılmasını sağlamıştır. Bu akıllı cihazların etkileşimi artırması, günlük işleri yapmayı kolaylaştırması, eğlence imkanı tanınması gibi yönleri insanlara cazip gelmiş ve onların hayatının her alanına girmiştir. Akıllı telefonların küresel anlamda bilinçsiz/sorunlu/problemlilik/kontrolsüz ve gereğinden fazla kullanımı "akıllı telefon bağımlılığı" ortaya çıkarmıştır (Bekaroğlu ve Yılmaz, 2020). Bağımlılığın temel bileşenleri olan ruh hali değişikliği, dikkat çekme, hoşgörü, çatışma, yoksunluk belirtileri ve şiddetli arzu duyma gibi davranışından birini sergilemesi teknolojik bağımlılığın alt türü olan akıllı telefon bağımlılığının varlığından söz etmek için yeterlidir (Sunday vd., 2021).

Akıllı telefonların uzun süre, amaçsız ve plansız kullanımı olan akıllı telefon bağımlılığı gün geçtikçe daha çok görünür olan ve çığ gibi büyüyen bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır (Yeşilay, 2022; Akkaş, 2021). Dijital teknolojilerin üst düzey özellikleriyle donatılan günümüz dünyası mobil bir gezegen olarak betimlenmektedir. Bu mobil gezenin (Güneş vd., 2013) tehlikeli oyuncakları olarak adlandırılan akıllı telefonlara (Şeker ve Korkurt, 2005), kullanıcıların bağımlı hale gelmesinin nedenlerini ve etkilerini belirleme bu cihazların kullanım özellikleri ve motivasyonları etkili olmaktadır. Öyle ki, akıllı telefonların markası, modeli, kalitesi, ekran çözünürlüğü, depolama kapasitesi, kamera çekim kalitesi ve sosyal medya uygulamaları başta olmak üzere diğer birçok uygulamayı kullanıma imkân vermesi akıllı telefonlara bağımlılığın oluşumunda etkili olmaktadır (Bekaroğlu ve Yılmaz, 2020). Aynı zamanda akıllı telefonların işletim sistemlerinin standart cep telefonlarından farklı olan 3G veya 4G özellikleri ve yetenekleriyle sosyalleşme, eğlenme, video izleme, müzik dinleme gibi özelliklerle donatılmış ve böylece kullanıcıların ilgisini çekmiştir. Akıllı telefonların bu özellikleri kullanıcılara günlük yaşamdaki sorun ve sıkıntılardan belli bir süre kaçma ve sosyal ağlarda eğlenme imkanı tanımıştır. Böylece akıllı telefonlar bireyler tarafından eğlenmek, rahatlamak ve stresten kaçmak için en sık başvurulan araç olmuştur. Bu durum bireylerin akıllı telefona bağımlı hale gelmelerine neden olmuştur (Wang vd., 2015).

Akıllı telefon bağımlılığını yalnızca bu araçların kullanım özellikleri ve motivasyonları etkilememektedir. Cihaz kullanım süresi ve amacı (Çelikkalp vd., 2020) başta olmak üzere; depresyon, anksiyete, sosyal kaygı, can sıkıntısı, yalnızlık, gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO), phubbing (sosyotelizm), narsisizm, benlik sunumu, yaşam doyumu, benlik saygısı, aile içi iletişim durumu, sosyal medya platformları

üyeliği/kullanımı, yakın arkadaş ve çevre ile ilişkiler, oyun oynama alışkanlığı vb. değişkenlerde akıllı telefon bağımlılığında etkili olmaktadır (Yeşilay, 2022; Bekaroğlu ve Yılmaz, 2020). Aynı zamanda akıllı telefonların hayatı kolaylaştırması, fiyatlarının uygunluğu ve diğer yeni medya teknolojileri arasında olan sosyal medya araçlarının her yerde ve durumda kullanılmasına imkan vermesi bu araçlara olan bağımlılığı daha çok tetiklemektedir (Kuyucu, 2019). Akıllı telefon bağımlılığını etkileyen bu değişkenler aynı zamanda akıllı telefon bağımlılığı sonucunda da oluşabilmektedir. Çünkü bu değişkenler akıllı telefon bağımlılığının ilişkisi ve etkisi çift yönlü hareket etmektedir.

### 3. Narsisizm, Benlik Sunumu, Sosyal Medya Kullanımı ve Akıllı Telefon Bağımlılığı İlişkisi

Modern insanın vazgeçilmezi olan akıllı telefonlar, birçok kişi için sadece bir cihaz olmaktan çıkıp bir takıntı nesnesi haline gelmiştir. Bu durum kullanıcılarda akıllı telefon bağımlılığı olarak sonuçlanmıştır. Akıllı telefon bağımlılığını etkileyen psikolojik kişilik özellikleri arasında narsisizm yer almaktadır. Öyle ki; öğrenciler üzerinde yapılan çalışmaya göre narsisizm akıllı telefon bağımlılığı üzerinde rol oynamaktadır (Young-Chang vd., 2020). Sosyal medya araçları da narsistik özelliklere sahip kişilerin tanıtılması, ilgi görme ve beğenilme ihtiyacının karşılanması için ideal bir platform sağlamaktadır. Dolayısıyla sosyal medya araçları özellikle gerçek dünyadaki sosyal etkileşimleri sorunlu olan, hassas narsistik özellikler taşıyan ve bunu sergileyen kişiler için oldukça kullanışlı alanlar olarak değerlendirilmektedir (Fegan ve Bland, 2021). Sanal duvarların sihirli aynaları olarak değerlendirilen akıllı telefonların problemlili kullanımı ile sosyal medya kullanımı ve narsisizm arasında ilişki bulunmaktadır (Giordano vd., 2019; Balcı ve Sarıtaş, 2019; Balcı ve Gargalık, 2020; Casale ve Banchi, 2020). Öyle ki; narsisizm, stres, nomofobi ve sosyal medya kullanımına bağlı olarak gelişen sosyal medya bağımlılığının araştırıldığı 559 yetişkin katılımcı örnekleminde gerçekleştirilen bir araştırmanın sonucu narsisizmin akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığının pozitif yönde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Ek olarak çalışmada narsisizm ve stres arasındaki ilişkiye akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığının aracılık ettiği belirlenmiştir (Mafteri ve Pătrăuşanu, 2023).

Yeni iletişim araçları özellikle sosyal medya platformları genç bireyler başta olmak üzere bütün kullanıcılarına çevrim içi profil oluşturma, avatar oluşturma ve çeşitli içerikler yoluyla sanal kimlik oluşturma yanında kişinin oluşan sanal kimliğini, yaşam tarzını, sosyal ilişkilerini ve imajını yönetme olanağı vermektedir. Dolayısıyla sosyal medya araçlarının bireylere sağladığı bu olanaklarla benlik sunumu yeni bir boyut kazanmıştır (Livingstone, 2008). Bireyin kimliğinin oluşumunda ve inşasında bulunduğu sosyal ortamla karşılıklı ilişki ve etkileşim bulunmaktadır. Yeni iletişim araçlarının gelişmesiyle bireylerin sosyal etkileşim şekilleri de değişime uğramıştır. Dolayısıyla kişilerin sosyal etkileşimleri sonucunda oluşan benliklerinin sunum şekilleri de değişmiş ve sosyal medyada oluşturulan profiller aracılığıyla kullanıcılar dolaylı olarak ya da doğrudan kendi kimliklerini sunma fırsatına kavuşmuşlardır. Bu araçlarda bireyler sahip olmak istedikleri ideal benliklerini paylaştıkları fotoğraflar, kullandıkları emojiler, not ettikleri ilgi alanları gibi sembollerini kullanarak diğerlerine sunmaktadırlar (Boz, 2012). Bu nedenle yeni iletişim araçları, yüz yüze iletişim ve geleneksel iletişim araçlarına oranla bireylerin benlik sunumları üstünde daha çok kontrol sağlama fırsatı tanımaktadır (Krämer ve Winter, 2008).

Akıllı telefonların yaygın kullanımı sosyal ağ sitelerine erişimi kolaylaştırmış ve bu sitelerde yoğun içerik paylaşımına zemin hazırlamış. Bu durum kullanıcıların sosyal ağ sitelerine bağımlılık riskini de barındırmaktadır. Akıllı telefon bağımlılığının/sorunlu akıllı telefon kullanımının etkileyicisi olarak akıllı telefon kullanım, narsistik eğilimler ve kişilik arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmaya göre akıllı telefon bağımlılığı narsist olmayan bireylerde bile narsisizmi ortaya çıkarmaktadır (Hussain, 2015). Benlik sunumu ile akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkiyi yaşları 18-39 yaş arasında değişen 313 kişiden oluşan bir örneklem üzerinden ele alan çalışmada da yapılan yol analizi sonucuna göre mükemmeliyetçi benlik sunumu ile akıllı telefon bağımlılığı arasında ilişki olduğu bulgulanmıştır (Goljovic, 2024). Böylece kişilik özellikleri ile problemlili akıllı telefon kullanımı arasında güçlü bir ilişkinin varlığı desteklenmektedir (Horwood & Anglim, 2021).

Akıllı telefonlar ve sosyal medya araçları toplumların işlevleri yönünde temel bir dönüşümü temsil etmektedir. Akıllı telefonların her yerde olması ve sosyal medyanın popülerliği hemen hemen herkesin varlığını birçok insan tarafından ulaşılma potansiyeline sahip mesajlar, fotoğraflar ve videolar göndererek ortaya koyduğu yeni bir sosyal düzenin göstergesidir (Berger, 2018). Bu sosyal düzenin başat üyesi olan bireyin kişiliğinde var olan özellikler ilgili yeni medya araçların kullanımını etkilemektedir. Bireyin kişiliğinde var olan beğenilme, takdir edilme ve güçlü olma gibi özellikleri diğerlerine gösterme, sunma istekleri de bu araçlarla olan ilişkilerinde belirleyici olmaktadır. Bu durum birbirinden bağımsız araca bağımlı bireylerin hem sanal hem de gerçek dünyadaki ilişkilerinde aracı ve düzenleyici rol oynamaktadır.

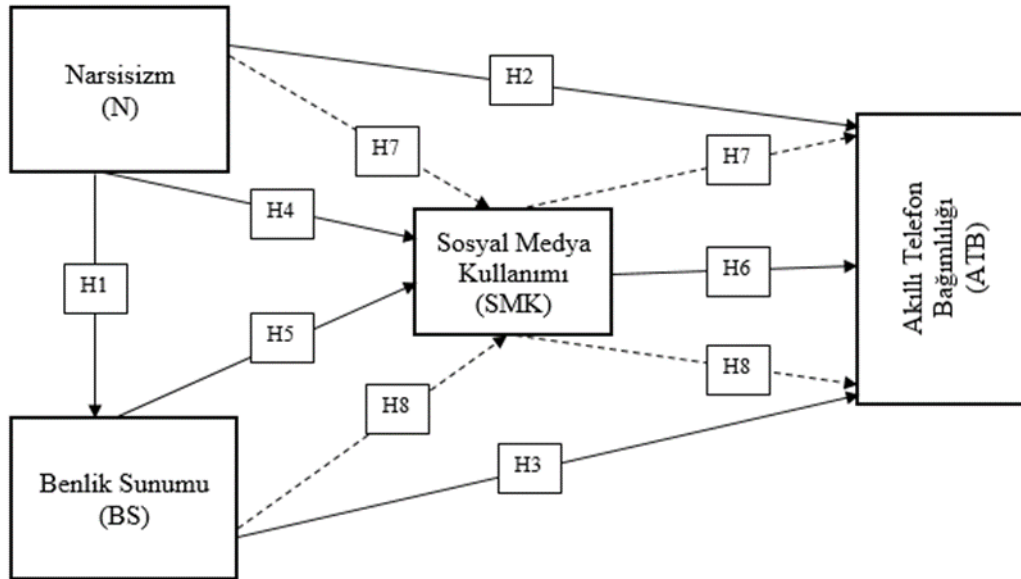
Bu bilgilerden hareketle sosyal medyaya ve akıllı telefonlara yönelik oluşan patolojik kullanım üzerinde kişilik özelliklerinin etkisi olduğu söylenebilir. Diğer taraftan kişilik özelliklerinin de bu problemlili kullanım üzerinde etkilerinin olduğu bilinmelidir. Çünkü bu değişkenler birbiriyle ilişkili olduğu gibi birbirleri üzerinde etkiye de sahip olabilmektedir. Bu nedenle kişilik özellikleri, sosyal medya ve akıllı telefon bağımlılığı araştırmaya ihtiyaç duyan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

## 4. Yöntem

Akıllı telefon bağımlılığı üzerinde narsisizm ve benlik sunumunun etkisinin ve bu etkide sosyal medya kullanımının aracılık rolünün araştırıldığı bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmada korelasyonel (ilişkisel) tarama deseni kullanılmıştır. Korelasyonel tarama deseni genel anlamda iki ve ikiden fazla değişken arasındaki ilişkileri belirlemek, değişkenlerin birlikte değişip değişmediğini ve varsa değişimin nasıl gerçekleştiğinin analiz edilmesine yönelik yapılmaktadır (Karasar, 2020).

### 4.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Akıllı telefon bağımlılığının bağımlı değişkeni, narsisizm ve benlik sunumunun bağımsız değişkeni, sosyal medya kullanımının ise aracı değişkeni oluşturduğu bu araştırmanın modeli, değişkenler arasındaki ilişkinin ve etkinin incelendiği yabancı ve yerli literatürdeki araştırmaların taranması sonucunda oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli

#### Araştırma Hipotezleri:

**H1:** Katılımcıların narsisizm düzeylerinin benlik sunumları üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.

**H2:** Katılımcıların narsisizm düzeylerinin akıllı telefon bağımlılıkları üzerinde pozitif anlamlı etkisi bulunmaktadır.

**H3:** Katılımcıların benlik sunumlarının akıllı telefon bağımlılıkları üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.

**H4:** Katılımcıların narsisizm düzeylerinin sosyal medya kullanımları üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.

**H5:** Katılımcıların benlik sunumlarının sosyal medya kullanımları üzerinde pozitif anlamlı etkisi bulunmaktadır.

**H6:** Katılımcıların sosyal medya kullanımlarının akıllı telefon bağımlılıkları üzerinde pozitif anlamlı etkisi bulunmaktadır.

**H7:** Katılımcıların narsisizm düzeyleri ile akıllı telefon bağımlılıkları arasındaki ilişkide sosyal medya kullanımlarının aracılık rolü bulunmaktadır.

**H8:** Katılımcıların benlik sunumları ile akıllı telefon bağımlılıkları arasındaki ilişkide sosyal medya kullanımlarının aracılık rolü vardır.

## 4.2. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Bu araştırma da evreni Türkiye’de yaşayan 18-65 yaş aralığında bulunan vatandaşlar oluşturmaktadır. Evrende yer alan bütün bireylerle görüşülmesi araştırmanın zaman kısıtlılığı ve maliyeti açısından mümkün olmadığı için evreni temsilen Türkiye’nin yedi ayrı bölgesinde bulunan ve bölgenin en kalabalık nüfusa sahip illeri TÜİK (TÜİK, 2021) verileri dikkate alınarak seçilmiştir. Bu illerin seçiminde, TÜİK verilerinin yanında nüfus hareketliliğinin (göç alma/verme) yaşanması, farklı nüfus yapıları ve sınıflarının barınması, teknolojinin insan ilişkilerinde etkili olması gibi nedenler etkili olmuştur. Türkiye’nin yedi ayrı bölgesini temsilen seçilen bu iller; Marmara Bölgesi’nden İstanbul, Ege Bölgesi’nden İzmir, Akdeniz Bölgesi’nden Antalya, İç Anadolu Bölgesi’nden Ankara, Karadeniz Bölgesi’nden Samsun, Doğu Anadolu Bölgesi’nden Erzurum ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nden Diyarbakır olmuştur.

Bu araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcılar evrenden amaçlı/yargısal örneklem tekniği kullanılarak seçilmiştir. Olasılıksız örnekleme türleri arasında yer alan bu örneklem türünün kullanılmasında temel neden araştırmaya katılanların sosyal medya ve akıllı telefon kullanıcıları olmalarıdır. Bu çalışmanın örneklemini de bu illerin merkezinde yaşayan 18-65 yaş aralığında vatandaşlar içinden seçilen 3231 gönüllü katılımcı oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklem sayısının belirlenmesinde 2021 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye nüfusu ve örnekleme seçilen illerin nüfus sayıları dikkate alınmıştır. Buna göre 2021 yılında Türkiye nüfusu 84 milyon 680 bin 273 kişi olarak kayıtlara geçmiştir. Bu nüfusun 42 milyon 428 bin 101’i erkeklerden, 42 milyon 252 bin 172’si kadınlardan oluşmaktadır. Bölgeleri temsilen seçilen illerin nüfus sayıları toplamı ise 32 bin 553 bin 386 kişiden oluşmaktadır (TÜİK, 2021). Bu bilgilerden hareketle gerek Türkiye nüfusunun sayısı gerek örnekleme yer alan illerin toplam nüfus sayıları örneklem sayısı belirlemede dikkate alınmıştır. Buna göre bu çalışmada, yüzde 95 güven aralığında en az 384 kişi ile görüşülmesi gerektiği hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Örneklem sayısı evrenin sayısına yaklaştıkça çalışmanın verilerinin evrene genellenmesi daha kolay ve evreni temsil etme gücü daha yüksek olmaktadır. Bu bilgiden hareketle bu araştırmada örnekleme alınan illerin nüfus sayıları (çok olandan az olana doğru) dikkate alınarak belirlenen örneklem sayısının üç katı katılımcı örnekleme dahil edilmiştir. Böylece bu araştırmanın örneklem sayısı 3231 kişiden oluşmuştur. Bu durum araştırma verilerinden elde edilen sonuçların evreni temsil etme gücünün yüksek olduğuna işaret etmektedir.

## 4.3. Araştırma Etik Kurul İzinleri

Araştırmanın konusu, amacı, önemi, yöntemi ve yapılması planlanan zaman aralığının, araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının geliştirici ve uyarlayıcılarından gerekli izinlerin, araştırmaya katılımın gönüllülük esasına dayandığını, katılımcıların istedikleri anda araştırmadan ayrılacaklarının, araştırmanın katılımcıları fiziksel, ruhsal ve sosyal anlamda olumsuz etkilemeyeceğinin, katılımcıların kişisel verilerinin araştırma dışında hiçbir şekilde kullanılmayacağını ve üçüncü kişilerle

paylaşılacağına beyan edildiği etik kurul izni; Selçuk Üniversitesine bağlı İletişim Fakültesi Etik Kurulundan E-28304017-663-05-262470 sayılı ve 29.03.2022 tarihli belge ile alınmıştır.

#### 4.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Katılımcıların narsisizm ve benlik sunum düzeylerinin akıllı telefon bağımlılığı/sorunlu akıllı telefon kullanımı üzerindeki etkisi ve bu etkide sosyal medya kullanımının aracılık rolünün araştırıldığı bu çalışmada, 73 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket formunda; Narsistik Kişilik Envanteri-NKE- 16. Benlik Sunum Ölçeği, Akıllı Telefon Kullanım Nedenleri Ölçeği, Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları Ölçeği, günlük akıllı telefon kullanım süresi ve sosyal medya kullanım süresi, haftalık akıllı telefon kullanım sıklığı ve katılımcıların yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, mesleği, eğitim durumu ve yaşadığı il gibi demografik sorular yer almaktadır.

**Narsistik Kişilik Envanteri-NKE- 16 (Narcissistic Personality Inventory-NPI- 16):** Katılımcıların narsisizm düzeylerini belirlemeye yönelik araştırma kapsamında kullanılan narsisizm ölçeği Ames ve arkadaşları (2006) tarafından, Raskin ve Terry'nin (1988) 40 maddeden oluşturdukları ölçekten narsisizm ile ilgili 16 maddeyi seçerek narsisizm ile ilgili maddeleri 1, ilgili olmayan maddeleri ise 0 olarak kodlanacak şekilde yeni bir form oluşturmuşlardır ve ölçeğin iç tutarlılığı ,72 olarak bulunmuştur. Ölçeğin Türkçeye uyarlaması Atay (2009) tarafından yapılmıştır ve çalışmada ölçeğin iç tutarlılığı ,652 olarak analiz edilmiştir. Balcı ve Gargalık'ın (2020) yapmış olduğu çalışmada ise ölçeğin narsisizmle ilgili olan maddeleri alınmış ve 5'li Likert tipine (1= Hiç, 2= Nadiren, 3= Ara sıra, 4= Çoğu zaman, 5= Her zaman) dönüştürülerek yeni bir biçim oluşturulmuş ve kullanılmıştır. Araştırmacılar çalışmada ölçeğin iç tutarlılığını ,87 olarak not etmişlerdir. Bu çalışmada ise ölçeğin iç tutarlılığı Cronbach's Alpha= ,934 olarak bulunmuştur.

**Benlik Sunum Ölçeği (Self-Presentation Scale):** Michikyan ve arkadaşları (2014) tarafından geliştirilen benlik sunum ölçeği, sosyal medyada bireylerin benlik sunumlarının ölçülmesinin amaçlandığı 17 madde 5 boyuttan meydana gelmektedir. Ölçek, 5'li Likert tipinde (1= Hiç katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Hiç katılmıyorum), "gerçek benlik (real self)", ideal benlik (ideal self)", "yanlış kendini kandırma/sahte benlik (false self-deception)", "yanlış kendini karşılaştırma etkileme (false self-compare/impress)", "yanlış kendini keşfetme (false self-exploration)" olarak 5 boyuttan oluşmaktadır. Bu çalışmada ölçek tek boyut olarak kullanılmış, boyutları üzerinden işlem yapılmamıştır. Balcı ve Yıldırım'ın (2019) yaptığı çalışmada ölçeğin iç tutarlılığı ,75 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada ise ölçeğin iç tutarlılık katsayısı ,935 olarak analiz edilmiştir.

**Akıllı Telefonu Kullanım Nedenleri Ölçeği:** Rosen ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen ve Bal'ın (2014) "oyun oynamak" ve "konuşmak ve iletişim kurmak" maddeleriyle katkıda bulunduğu ölçek tek boyut, 11 maddeden ve 5'li Likert (1= Hiç, 2= Nadiren, 3= Ara sıra, 4= Çoğu zaman, 5= Her zaman) tipinde oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirliği Rosen ve arkadaşları tarafından ,93 olarak; Bal ve Balcı (2020) tarafından yapılan çalışmada ise ,74 olarak analiz edilmiştir. Bu çalışmada ise ölçeğin iç tutarlılığı ,814 olarak bulunmuştur.

**Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formu (ATBÖ-KF):** Bu ölçüm aracı Kwon ve diğerlerinin (2013) çalışmasında tasarlanmış ve geliştirilmiştir. 10 madde tek boyuttan oluşan ölçek, 6'lı Likert tipinde oluşturulmuştur. Ölçüm aracından alınabilecek en düşük puan 10, en yüksek puan 60'tur. Ölçekten alınan puan arttıkça, bağımlılık düzeyinde de artış meydana gelmektedir. Araştırmada ölçeğin iç tutarlılık katsayısı ,91 olarak hesaplanmıştır. Noyan ve arkadaşlarının (2015) Türkçe'ye uyarladığı ölçeğin iç tutarlılığını ,86 olarak kaydetmişlerdir. Yine Bal ve Balcı'nın yapmış oldukları çalışmada ölçeğin iç tutarlılık katsayısı ,83 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada ise ölçeğin iç tutarlılık sayısı Cronbach's Alpha'sı ,927 olarak analiz edilmiştir.

**Sosyal Medya Kullanımı Entegrasyon Ölçeği (SMUIS):** Katılımcıların sosyal medya kullanım nedenlerini ortaya koymayı amaçlayan Jeskins-Guarnieri ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilmiştir. 10 maddeden oluşan ölçek, "sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı" ve "sosyal rutinlerle bütünleşme" olmak üzere iki alt boyut ve 6'lı Likert (1= Hiç katılmıyorum, 2= Biraz katılmıyorum, 3= Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5=

Biraz katılıyorum, 6= Tamamen katılıyorum) tipinde dizayn edilmiştir. Ölçeğin 8. maddesi, “sosyal medya kullanmayı sevmiyorum” ifadesi ters kodlanmaktadır. Araştırmacılar ölçüm aracının Cronbach’s Alpha’sı ,91 tespit etmişlerdir. Ölçeği Türkçe’ye Akın ve arkadaşları (2015) uyarlamıştır. Çalışmada ölçeğin bütününe iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı ,87; sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı boyutunun ,87, sosyal rutinlerle bütünleşme boyutunun ise ,71 olarak bulunmuştur. Balcı ve Sarıtaş’ın (2019) yapmış oldukları çalışmada ölçeğin bütününe iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı ,83 şeklinde kaydedilmiştir. Ölçeğin bu araştırmada Cronbach’s Alpha’sı ,836 bulunmuştur.

**Yeni İletişim Teknolojileri Kullanım Süresi ve Sıklığı Soruları:** Katılımcıların günlük ortalama akıllı telefon kullanım ve sosyal medya kullanım süresine ilişkin bilgilerin yer aldığı sorulardır. Yine katılımcıların haftalık akıllı telefon kullanım sürelerinin tespit edilmeye çalışıldığı soruda bu soru türü içinde yer almaktadır.

**Demografik sorular:** Katılımcıların yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, mesleği, eğitim düzeyi, ikamet ettiği il gibi kişisel bilgilerin yer aldığı soru türleri bu başlık altında yer almaktadır.

#### 4.5. Araştırma Verilerinin Analizi ve Kullanılan Testler

Bu araştırma verileri, 1 Nisan 2022 ile 30 Nisan 2022 tarihleri arasında Türkiye evreninde; İstanbul, Ankara, İzmir, Samsun, Antalya, Diyarbakır ve Erzurum illeri örnekleminde toplanmıştır. Sahadan toplanan veriler, SPSS 25 paket programı ve Analysis of Moment Structures/AMOS (Moment Yapıların Analizi) 21 paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde; betimsel analizler, Korelasyon Analizi, Yol Analizi ve Aracılık Analizinden yararlanılmıştır.

### 5. Bulgular ve Yorum

Bu başlık altında araştırmaya katılanların cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, medeni durumu, yaşadığı il, meslekleri gibi demografik değişkenlerin yanında günlük akıllı telefon kullanım süreleri, günlük sosyal medya kullanım süreleri ve haftalık akıllı telefon kullanım sürelerine ilişkin bilgiler bulunmaktadır. Aynı zamanda çalışmanın bağımlı değişkenini oluşturan akıllı telefon bağımlılığı; bağımsız değişkenlerini oluşturan narsisizm ve benlik sunumu; aracı değişkeni oluşturan sosyal medya kullanımına ilişkin ölçüm araçlarının ilişki, etki ve aracılıklarına yönelik analizlere yer verilmiştir. Araştırma kapsamında toplanan verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılarak normal dağılıma sahip olduğu görülmüştür. Araştırma verilerinin normal dağılıma sahip olması analizlerde parametrik testlerin kullanılabilmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle veriler üzerinde parametrik testler kullanılmıştır.

#### 5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine ve Yeni Medya Araçlarını Kullanımlarına İlişkin Bilgiler

Bu araştırmaya katılanların yüzde 57,9’u kadın, yüzde 42,1’i erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların en küçüğü 18, en büyüğü ise 65 yaşında; dağılımın standart sapması ise 29,48’dir. Araştırmaya katılanların yüzde 39’u öğrenci, yüzde 13,1’i serbest meslek sahibi, yüzde 9,7’si işçi, yine yüzde 9’si memur, yüzde 9’u ev hanımı, yüzde 7,2’si aynı anda farklı mesleklerde çalışmakta, yüzde 5,7’i esnaf, yüzde 3,6’sı emekli ve yüzde 2,9’u sanayici-tüccardır. Yüzde 41,47’ü üniversite, yüzde 38,1’i lise, yüzde 10’u ortaokul, yüzde 4,6’sı lisansüstü, yüzde 4’ü ilkököl ve yüzde 1,8’i okuryazar olan katılımcıların yüzde 62,6’tısı bekâr, yüzde 37,4’ü evlidir. Katılımcıların yüzde 50,1’i İstanbul, yüzde 16,7’si Ankara, yüzde 13,9’u İzmir, yüzde 8,4’ü Antalya, yüzde 5,6’sı Diyarbakır, yüzde 2,8’i Samsun ve yüzde 2,5’i Erzurum’da ikamet etmektedir.

Yüzde 79,9 gibi önemli bir oranı haftalık her gün düzenli akıllı telefon kullandıklarını ifade etmişlerdir. Günlük en az 20 dakika en fazla ise 1140 dakika akıllı telefon kullanan katılımcılar günlük ortalama 362,88 dakika (6 saat 2 dakika) akıllı telefon kullanmaktadırlar. En yüksek puanı konuşmak ve iletişim kurmak, bilgi sahibi olmak ve sosyal medya hesaplarını kontrol etmek için akıllı telefonlarını kullandıklarını belirten katılımcıların bu cihazları kullanım süreleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Buna göre kadınların erkeklere oranla daha uzun süre akıllı telefon kullandıkları belirlenmiştir. Dolayısıyla araştırmada, kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla akıllı telefon bağımlılık düzeyleri de yüksek



çıkmuştur. Sosyal medyayı en az 60 dakika en fazla 780 dakika, ortalama günlük 249,45 dakika (6 saat 9 dakika) kullanan katılımcılar daha çok arkadaşlarıyla bağımlı kopartmamak için, günlük rutinleri haline geldiği için ve hesaplarını kontrol etmek için kullanılmaktadırlar.

## 5.2. Betimleyici İstatistik ve Korelasyon Analizi Sonuçları

**Tablo 1.** Akıllı Telefon Bağımlılığı ile Narsisizm, Benlik Sunumu ve Sosyal Medya Kullanımının Betimleyici İstatistik ve Korelasyon Analizi (*Pearson r*) Sonuçları

Ölçekler	Betimleyici İstatistikler					Korelasyon Analizi			
	Min.	Max	$\bar{X}$	Skewness	Kurtosis	1	2	3	4
1. ATB <sup>1</sup>	10	60	34,75	,212	-,321	-	,535**	,432**	,690**
2. SMK <sup>2</sup>	10	60	35,13	,751	,339		-	,435**	,605**
3. N <sup>3</sup>	16	80	53,54	,234	-,209			-	,638**
4. BS <sup>4</sup>	17	85	51,82	,350	,218				-

Not: <sup>1</sup>ATB= Akıllı Telefon Bağımlılığı, <sup>2</sup>SMK= Sosyal Medya Kullanımı; <sup>3</sup>N= Narsisizm; <sup>4</sup>BS: Benlik Sunumu

Araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının normallik dağılımlarına yönelik yapılan analizlere göre; akıllı telefon kullanımı Skewness (Çarpıklık) ,212 ve Kurtosis (Basıklık) -,321; sosyal medya kullanımının Skewness (Çarpıklık) ,751 ve Kurtosis (Basıklık) ,339; narsisizmin Skewness (Çarpıklık) ,234 ve Kurtosis (Basıklık) -,209; benlik sunumunun Skewness (Çarpıklık) ,350 ve Kurtosis (Basıklık) ,218 olduğu analiz edilmiştir. Ölçeklerin değerlerinin -1 ile +1 (Tabachnick ve Fidell, 2013) arasında yer aldığı böylece araştırma verilerinin normal dağılıma sahip olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Akıllı telefon bağımlılığı ile sosyal medya kullanımı, narsisizm ve benlik sunumu arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönde, orta düzey ilişki ( $r=,535$ ;  $p=,000$ ), narsisizm ile pozitif yönde, orta düzey ilişki ( $r=,432$ ;  $p=,000$ ), benlik sunumu ile pozitif yönde, orta düzey ilişki ( $r=,690$ ;  $p=,000$ ) bulunmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, katılımcıların akıllı telefon bağımlılığı arttıkça; sosyal medya kullanımı, narsisizm ve benlik sunumu düzeyi de arttığı söylenebilir.

## 5.3. Etki Analizi Sonuçları

**Tablo 2.** Narsisizm, Benlik Sunumu, Sosyal Medya Kullanımı ve Akıllı Telefon Bağımlılığına İlişkin Yol Analizi Sonuçları

Etki	B	SH	t	p	Sonuç
N→BS	,633	0.031	22,710	,000	H1 Kabul Edildi
N→ATB	,460	0,036	19,537	,000	H2 Kabul Edildi
BS→ATB	,734	0,038	27,085	,000	H3 Kabul Edildi
N→SMK	,500	0,035	18,760	,000	H4 Kabul Edildi
BS→SMK	,660	0,038	21,744	,000	H5 Kabul Edildi

SMK→ATB	,620	0,052	22,768	,000	H6 Kabul Edildi
---------	------	-------	--------	------	-----------------

**Not:** N= Narsisizm; BS= Benlik Sunumu; ATB= Akıllı Telefon Bağımlılığı; SMK= Sosyal Medya Kullanımı.

Narsisizmin benlik sunumu üzerindeki etkisinin ortaya konulduğu modelde; narsisizmin benlik sunumu üzerinde istatistiksel olarak pozitif yönlü ve anlamlı etkisinin ( $\beta=0,633$ ;  $p=,000$ ) olduğu tespit edilmiştir. Böylece narsisizmde yaşanan bir birimlik artışın, benlik sunumu üzerinde ,633'lük artışa sebep olduğu görülmüştür. Etkinin pozitif yönlü olduğu  $\beta$  değeri üzerinden görüldüğü modelin uyum iyiliği değerlerinin ise ( $\chi^2/df:13,163$ ; RMSEA: 0,061; GFI:0,901; NFI: 0,914; CFI: 0,920, SRMR: 0.069) kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Bu sonuç, **Hipotez 1**'in doğrulandığına işaret etmektedir.

Narsisizmin akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisinin yol analizi ile araştırıldığı modelde; katılımcıların narsisizm düzeylerinin akıllı telefon bağımlılıklarını pozitif yönde anlamlı olarak ( $\beta=0,460$ ;  $p=,000$ ) yordadığı görülmüştür. Bu durum araştırmanın örnekleminde yer alan bireylerin narsisizm düzeylerinde yaşanan bir birimlik artışın, akıllı telefon bağımlılığı üzerinde 0,460'lık artışa neden olmaktadır.  $\beta$  değeri üzerinden etkinin pozitif yönlü olduğunun anlaşıldığı modelin uyum iyiliği değerlerin ( $\chi^2/df: 13,491$ ; RMSEA: 0,062; GFI:0,904; NFI: 0,924; CFI: 0,930; SRMR: 0,061) kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir. Böylece **Hipotez 2** doğrulandığı görülmektedir.

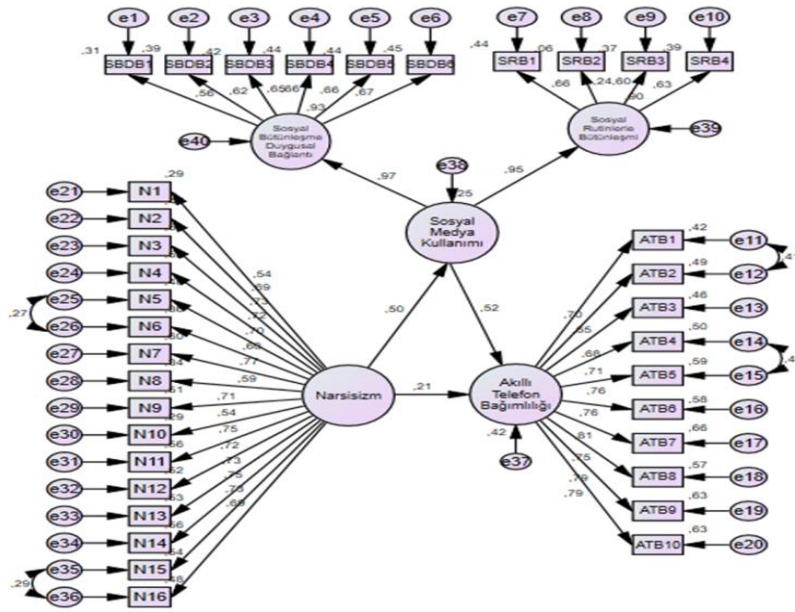
Kişilik özelliklerinden birini oluşturan benlik sunumunun akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisinin yol analizi ile ortaya konulduğu modelde; benlik sunumunun akıllı telefon bağımlılığı üzerinde istatistiksel olarak pozitif yönlü ve anlamlı etkisini ( $\beta= 0,734$ ;  $p=,000$ ) olduğu analiz edilmiştir. Böylece benlik sunumunda yaşanan bir birimlik artışın akıllı telefon bağımlılığı üzerine 0,734 artışa neden olduğu söylenebilir. Etki yönünün pozitif yönlü olduğu  $\beta$  değeri üzerinden görüldüğü modelin uyum değerlerinin ( $\chi^2/df: 15,873$ ; RMSEA: 0,068; GFI:0,905; NFI: 0,923; CFI: 0,927; SRMR: 0,062) kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar araştırma kapsamında kurulan **Hipotez 3**'ü doğrulamıştır.

Narsisizmin sosyal medya kullanımı üzerinde etkisinin yol analizi ile tespit edilmeye çalışıldığı modelde; narsisizmin sosyal medya kullanımı üzerinde istatistiksel olarak pozitif yönlü ve anlamlı etkisi ( $\beta=0,500$ ;  $p=,000$ ) olduğu kanıtlanmıştır. Bu sonuç, narsisizm düzeyinde yaşanan bir birimlik artışın, sosyal medya kullanımı üzerinde ,500'lük artışa neden olduğunun göstergesidir. Etkinin pozitif yönlü olduğunun  $\beta$  değeri üzerinden anlaşıldığı modelin uyum iyiliği değerlerinin de ( $\chi^2/df: 12,770$ ; RMSEA: 0,060; GFI:0,906; NFI: 0,905; CFI: 0,912; SRMR: 0,045) kabul edilebilir düzeylerde olduğu bilinmektedir. Böylece **Hipotez 4** doğrulanmıştır.

Benlik sunumunun sosyal medya kullanımı üzerindeki etkisinin araştırıldığı modelde; benlik sunumunun sosyal medya kullanımı üzerinde istatistiksel olarak pozitif yönlü ve anlamlı etkisinin ( $\beta=0,660$ ;  $p=,000$ ) varlığı ortaya konulmuştur. Bu sonuç, benlik sunumunda meydana gelen bir birimlik artışın, sosyal medya kullanımı üzerinde ,660'lık artışa sebep olduğu anlamına gelmektedir.  $\beta$  değeri üzerinden etkinin pozitif yönlü olduğunun görüldüğü modelin uyum iyiliği değerlerinin ( $\chi^2/df: 14,608$ ; RMSEA: 0,065; GFI:0,902; NFI: 0,912; CFI: 0,917; SRMR: 0,064) kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar **Hipotez 5**'in doğrulandığını ortaya çıkarmaktadır.

Sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisini ortaya koymak için yol analizi yapılmıştır. Etkinin analiz edildiği modelde; sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığı üzerinde istatistiksel açıdan pozitif yönde ve anlamlı ( $\beta=0,620$ ;  $p=,000$ ) etkisinin bulunduğu analiz edilmiştir. Böylece sosyal medya kullanımında oluşan bir birimlik artışın, akıllı telefon bağımlılığı üzerinde 0,620'lik artışa neden olduğu söylenebilir. Etkinin pozitif yönlü olduğuna  $\beta$  değeri üzerinden bakıldığı modelin uyum iyiliği değerlerinin ise ( $\chi^2/df: 16,751$ ; RMSEA: 0,070; GFI:0,916; NFI: 0,909; CFI: 0,914; SRMR: 0,037) kabul edilebilir değerlerde olduğu analiz edilmiştir. Böylece **Hipotez 6** da doğrulanmıştır.

## 5.4. Aracılık Analizleri



Şekil 2. Aracılık Analizi Modeli 1

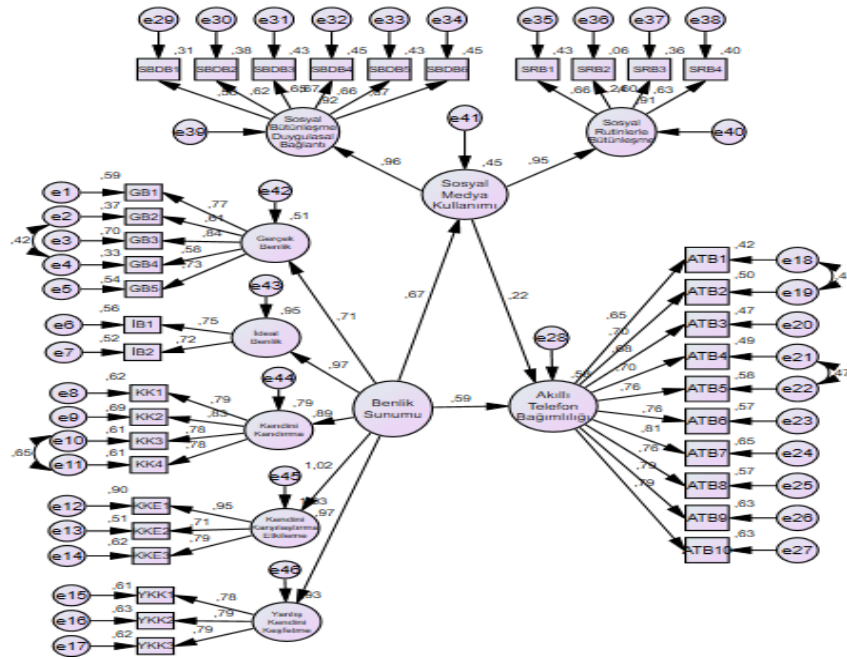
Tablo 3. Narsisizm ve Akıllı Telefon Bağımlılığı İlişkisinde Sosyal Medya Kullanımının Aracı Rolü

Etki (Aracısız)	$\beta$	SH	T	P	Sonuç
N → ATB	0,454	0,037	19,726	,000	Etki var
<b>Doğrudan Etki (Aracılı)</b>					
N → SMK → ATB	0,210	0,031	10,162	,000	Etki var
<b>Dolaylı Etki (Aracılı)</b>					
N → SMK → ATB	0,260		(0,228 – 0,291)		Anlamlı (Aracılık var)

### Uyum İndeksleri

CMIN( $\chi^2$ )	DF	P	$\chi^2/df$	RMSEA	GFI	NFI	CFI	SRMR
5319,446	580	,000	9,171	,050	,906	,915	,923	,052

Narsisizmin akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisinde sosyal medya kullanımının aracılık rolünün test edildiği yapısal eşitlik modelinde; aracı değişken olan sosyal medya kullanımı yokken (aracısız) narsisizmin akıllı telefon bağımlılığını yordadığı analiz edilmiştir ( $\beta = 0,454$   $p = 0,000$ ). Narsisizmin akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisinde sosyal medya kullanımının aracılık rolünün bulunduğu modelin %95 güven aralığındaki değerlerin 0'ı içermemesiyle (0,228 – 0,291) tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımının söz konusu etkide tam aracılık (aracı analize dahil edildiğinde etkinin ortadan kalkması) mı, kısmi aracılık (aracı analize dahil edildiğinde etkinin devam etmesi ancak katsayının düşmesi) mi ettiğine bir diğer ifadeyle aracılığın türünün belirlenmesi için doğrudan etkinin (aracılı) anlamlılığının bakılmıştır. Buna göre doğrudan etkinin anlamlılığının devam ettiği ancak etki kat sayısının düştüğü sonucuna ulaşılmıştır ( $\beta = 0,210$ ,  $p = 0,000$ ). Bu durumda narsisizm ile akıllı telefon bağımlılığı arasında sosyal medya kullanımının *kısmi aracılık* ettiği ortaya çıkmıştır. Modelin uyum iyiliği değerlerinin de kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Bu sonuç **Hipotez 7**'nin doğrulandığına işaret etmektedir.



Şekil 3. Aracılık Analizi Modeli 2

Tablo 4. Benlik Sunumu ve Akıllı Telefon Bağımlılığı İlişkisinde Sosyal Medya Kullanımının Aracı Rolü

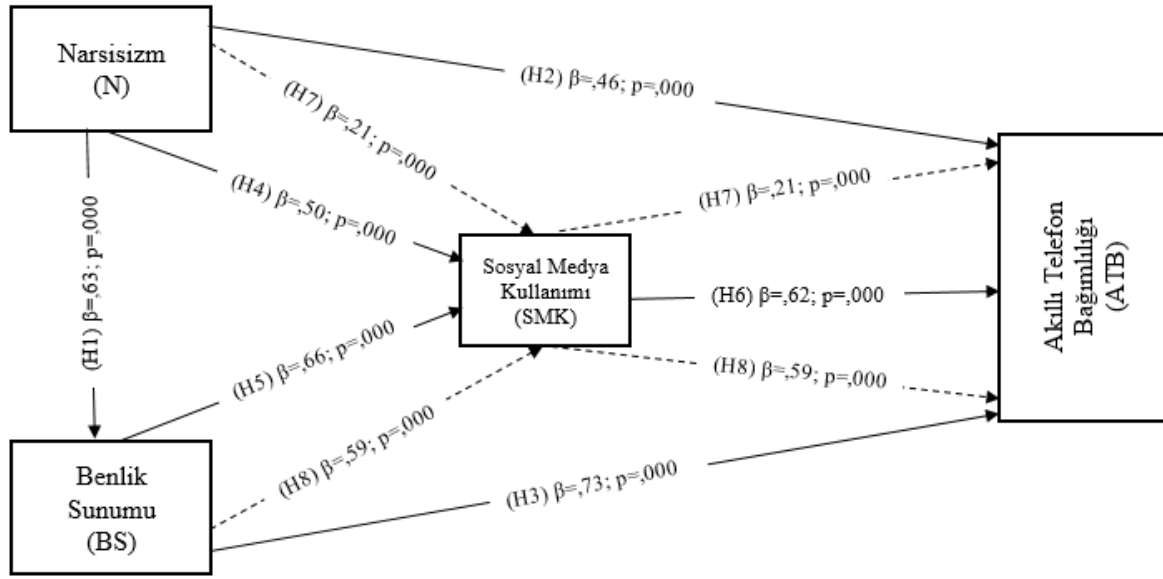
Etki (Aracısız)	$\beta$	SH	t	P	Sonuç
BS $\rightarrow$ ATB	0,741	0,044	25,356	,000	Etki var
<b>Doğrudan Etki (Aracılı)</b>					
BS $\rightarrow$ SMK $\rightarrow$ ATB	0,592	0,044	21,343	,000	Etki var
<b>Dolaylı Etki (Aracılı)</b>					
			<b>Güven Aralığı</b>		
BS $\rightarrow$ SMK $\rightarrow$ ATB	0,151		(0,119 – 0,184)		Anlamlı (Aracılık var)

**Uyum İndeksleri**

CMIN( $\chi^2$ )	DF	P	$\chi^2/df$	RMSEA	GFI	NFI	CFI	SRMR
5704,132	613	,000	9,305	,051	,902	,925	,932	,050

Benlik sunumunun akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisinde sosyal medya kullanımının aracılık rolünün test edildiği yapısal eşitlik modelinde; aracı değişken olan sosyal medya kullanımı yokken benlik sunumunun akıllı telefon bağımlılığını yordadığı analiz edilmiştir ( $\beta = 0,741$   $p = ,000$ ). Benlik sunumunun akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki etkisinde sosyal medya kullanımının aracı rolünün varlığı modelin %95 güven aralığındaki değerlerinin 0'ı içermemesiyle (0,119 – 0,184) tespit edilmiştir. Söz konusu etkide sosyal medya kullanımının aracılık türünün belirlenmesinde doğrudan etkinin (aracılı) anlamlılığı dikkate alınmış ve buna göre doğrudan etkinin (aracılı) anlamlılığının devam ettiği ancak etki kat sayısının düştüğü sonucuna ulaşılmıştır ( $\beta = -0,592$ ,  $p = ,000$ ). Bu durumda benlik sunumu ile akıllı telefon bağımlılığı arasında sosyal medya kullanımının *kısmi aracılık* rolü bulunduğu ortaya çıkmıştır. Modelin uyum iyiliği değerlerinin de kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Bu sonuç *Hipotez 8'in* doğrulandığını göstermektedir.

## 5.5. Araştırma Modeli ve Hipotezleri Sonuçları



Şekil 4. Araştırma Modeli Sonuçları

Tablo 5. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Numaralar	Hipotezler	Sonuçlar
Hipotez 1	Narsisizm düzeyinin benlik sunumu üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.	Doğrulandı
Hipotez 2	Narsisizm düzeylerinin akıllı telefon bağımlılıkları üzerinde pozitif anlamlı etkisi bulunmaktadır	Doğrulandı
Hipotez 3	Benlik sunumlarının akıllı telefon bağımlılıkları üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.	Doğrulandı
Hipotez 4	Narsisizm düzeylerinin sosyal medya kullanımları üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.	Doğrulandı
Hipotez 5	Benlik sunumlarının sosyal medya kullanımları üzerinde pozitif anlamlı etkisi bulunmaktadır.	Doğrulandı
Hipotez 6	Sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığı üzerinde pozitif anlamlı etkisi bulunmaktadır.	Doğrulandı
Hipotez 7	Narsisizm düzeyleri ile akıllı telefon bağımlılıkları arasındaki ilişkide sosyal medya kullanımlarının aracılık rolü bulunmaktadır.	Doğrulandı
Hipotez 8	Katılımcıların benlik sunumları ile akıllı telefon bağımlılıkları arasındaki ilişkide sosyal medya kullanımlarının aracılık rolü vardır.	Doğrulandı

## 6. Sonuç

Narsisizm ve benlik sunumu davranışları bireylerin kişiliklerini oluşturan gerçeklikler olarak her zaman var olmuştur. Yeni iletişim teknolojileri özellikle sosyal medya araçları ve akıllı telefonlar onların bu güdülerine daha çok hizmet eden araçlar olarak kendilerini göstermiştir. Çünkü kullanıcılar bu araçlar vasıtasıyla günlük yaşam içindeki hallerinin neredeyse tamamını yine bu araçlarda diğer kullanıcılara

sunmaktadırlar. Bu araçlar artık kullanıcıların en güzel, başarılı, olumlu ve güçlü yönlerinin yer aldığı ve idealleştirdikleri benliklerini diğer insanlara sergiledikleri, onların bireysel sahneleri olarak işlev görmektedirler. Bir diğer ifadeyle kullanıcılar bu sanal ortamlarda benliklerini, platformların sağladığı ve izin verdiği içeriklerle oluşturmakta ve onların bu içeriklere verdikleri tepkilere göre inşa etmeye çalışmaktadırlar (Çakmak, 2018). Dolayısıyla bu durum bir süre sonra bireylerin gerçek benlikleri ve bu araçlarda yaratmış oldukları ideal benlikleri arasında sıkışıp kalmalarına ve sosyal, psikolojik ve bedensel anlamda olumsuzluklar yaşamalarına neden olacaktır.

Güçlü işletim sistemleri ve her geçen gün daha çeşitli uygulamaların kullanımına imkan veren akıllı telefonların, bireylerin rutin/günlük işlevselliğini bozacak düzeyde ve biçimde kullanılmasına bağlı olarak oluşan akıllı telefon bağımlılığının oluşumunda da birçok değişken bulunmaktadır. Yaş, cinsiyet, medeni durum, yaşanan yer, eğitim düzeyi, aile içi iletişimde sorunların yaşanması, iş ve akademik alanlarda başarısızlık, yalnızlık, can sıkıntısı, depresyon gibi psikolojik nedenler, kişilik özellikleri ve sosyal medya kullanımı akıllı telefon bağımlılığını etkileyen faktörler olarak değerlendirilmektedir (Sever vd., 2019). Bu değişkenlerden kişilik özellikleri arasında yer alan narsisizm ve benlik sunumunun sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığına etki ettiği yönünde bilgiler alan yazında tartışılmaktadır. Özellikle bireylerin yeni sanal kimlikler oluşturma ve bunu diğer kullanıcılara sunma noktasında bu araçları kullandıklarının altı çizilmektedir (Tekin, 2021).

Bu bilgilerden yola çıkarak tasarlanan bu çalışma; Türkiye evreninde İstanbul, İzmir, Ankara, Antalya, Samsun, Erzurum ve Diyarbakır'da yaşayan 3231 katılımcının örnekleminde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kadın ve erkek katılımcıların katılım oranlarının birbirine yakın olduğu görülmüştür. Böylece araştırmada yapılan fark ve ilişki testlerinde elde edilen sonuçların güvenilirlik oranlarının daha yüksek olacağı yönünde değerlendirilebilir. 18-65 yaş aralığında bulunan ve akıllı telefon kullandığını belirten katılımcılardan elde edilen veriler üzerinde yapılan analizlere göre akıllı telefonlarını daha çok konuşmak ve iletişim kurmak, bilgi sahibi olmak ve sosyal medya araçlarına girmek için kullandıklarını belirten kullanıcıların günlük ortalama 6 saat 2 dakika akıllı telefon kullandıkları analiz edilmiştir. Neredeyse tamamı her gün düzenli akıllı telefon kullandıklarını belirten katılımcılar arasında kadın katılımcıların bağımlılık oranı ile erkek katılımcıların bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre akıllı telefonlara daha bağımlı olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın değişkenlerini oluşturan narsisizm, benlik sunumu, sosyal medya kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığının arasındaki ilişkinin ortaya konulmasına yönelik yapılan korelasyon analizi sonucunda bütün değişkenler arasında orta düzey ilişkinin bulunduğu analiz edilmiştir. Korelasyon katsayıları arasında değerlendirilmediğinde akıllı telefon bağımlılığı ile en güçlü ilişkinin benlik sunumu, daha sonra sosyal medya kullanımı ve son olarak narsisizm arasında olduğu görülmektedir. Aynı zamanda akıllı telefon bağımlılığı üzerinde bu değişkenlerin etkilerini ortaya koymak için yapılan yol analizi sonucunda da narsisizm, benlik sunumu ve sosyal medya kullanımının etkisi kanıtlanmıştır. Dolayısıyla katılımcıların narsisizm, benlik sunum ve sosyal medya kullanım düzeyleri arttıkça akıllı telefon bağımlılık oranlarının da arttığı yönünde çıkarım yapılabilir.

Çalışmayı alanda yapılan diğer çalışmalardan farklı ve önemli kılan aracılık analizlerinin sonuçlarını bakıldığında ise narsisizm ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişki de sosyal medya kullanımının aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde benlik sunumu ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkide de sosyal medya kullanımının aracılık ettiği analiz edilmiştir. Yapılan her iki analizde de sosyal medya kullanımının kısmi aracılık rolüne sahip olduğu görülmüştür. Böylece narsisizmin ve benlik sunumunun akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkide sosyal medya kullanımının kısmi aracılık yaptığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, araştırmanın teorik alt yapısında tartışılan sosyal medyanın narsisizm ve benlik sunumunun sahnesi olduğuna yönelik bilgiyi veriler doğrultusunda ortaya koymuştur. Bu sonuçlar araştırmanın amacının gerçekleştiği ve hipotezlerin doğrulandığı anlamına gelmektedir.

Mobil gezegenin tehlikeli oyuncakları olan akıllı telefonların, bireylerin haz ve hız ihtiyaçlarını gidermede kullanışlı ve daha az maliyete sahip sihirli bir anahtar misyonu yüklediği dijital çağda bu araçların yoğun ve plansız kullanımı insanların bilinçlerini ve kişiliklerini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu araçların kullanımının yasaklanması ya da kısıtlanması içinde bulunduğumuz çağ açısından imkansız gibi

görülmektedir. Bu nedenle bu araçların zararlı kullanımlarını engellemek ve bilinçli kullanımı gerçekleştirmek için teknoloji okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, teknoloji kullanım etiği gibi eğitim içerikleri, bilimsel çıktıların halkla paylaşıldığı halk bilgilendirme toplantıları, bilinçli kullanıma ilişkin bilgilerin yer aldığı organizasyonlar yapılabilir.

Narsisizm ve benlik sunumunun akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkiye sosyal medya kullanımının kısmı aracılık ettiğinin doğrulandığı bu araştırmanın sonuçlarının geçmiş çalışmaların verilerine yenisinin eklenmesi ve gelecekteki araştırmalara zemin hazırlaması noktasında önemli olacağı düşünülmektedir. İlerleyen çalışmalarda; FoMO, sosyotelizm, netlesfobi vb. değişkenler ile akıllı telefon bağımlılığı ilişkisine yönelik çalışmalar yapılabilir. Aynı zamanda kadın ve erkek katılımcıların akıllı telefonu ve sosyal medyayı kullanım nedenlerini belirlemeye ilişkin çalışmalar yapılabilir. Benzer şekilde teknolojik bağımlılıklar ile madde bağımlılığı nasıl ilişkinin bulunduğu cevap aranan araştırma konuları olarak dikkat çekmektedir. Bu konulara ilişkin multidisipliner araştırmalar yapılabilir.

#### **Finansman/ Grant Support**

Yazar(lar) bu çalışma için TÜBİTAK desteği almıştır.  
The author(s) received TUBITAK support for this study.

#### **Çıkar Çatışması/ Conflict of Interest**

Yazar(lar) çıkar çatışması bildirmemiştir.  
The authors have no conflict of interest to declare.

#### **Yazarların Katkıları/Authors Contributions**

Çalışmanın Tasarlanması: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)  
Conceiving the Study: Author-1 (%50), Author-2 (%50)  
Veri Toplanması: Yazar-1 (%100), Yazar-2 (%0)  
Data Collection: Author-1 (%100), Author-2 (%0)  
Veri Analizi: Yazar-1 (%75), Yazar-2 (%25)  
Data Analysis: Author-1 (%75), Author-2 (%25)  
Makalenin Yazımı: Yazar-1 (%100), Yazar-2 (%0)  
Writing Up: Author-1 (%100), Author-2 (%0)  
Makale Gönderimi ve Revizyonu: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)  
Submission and Revision: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

#### **Açık Erişim Lisansı/ Open Access License**

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC).  
Bu makale, Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı (CC BY NC) ile lisanslanmıştır.

## **Kaynaklar**

- Akın, A., Özbay, A., & Baykurt, İ. (2015). Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin Türkçe Formu'nun Geçerliliği ve Güvenilirliği. 647- 650. <https://toad.halileksi.net/wpcontent/uploads/2022/07/sosyal-medya-kullanimi-olcegi-toad.pdf> adresinden alındı.
- Akkaş, İ. (2021). *Teknoloji Bağımlılığı*, 2. Basım, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Ames, D. R., Rose, P., & Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 As A Short Measure of Narcissism. *Journal of Research in Personality*, 40(4), 440-450. doi:<https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.jrp.2005.03.002>
- Bal, E. (2014). *Teknoloji, Gençlik ve Mobil Yaşam - Gündelik Yaşamda Cep Telefonu Kullanım Alışkanlıkları*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Balcı, Ş. ve Gargalık, E. (2020). Narsisistik Kişilik Özellikleri ile Sosyal Medya Kullanımı Arasında Bir Bağlantı Var mı? *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 125-140.
- Balcı, Ş. ve Sarıtaş, H. (2019). Sosyal Medya Kullanımının Bir Belirleyicisi Olarak Narsisizm: Konya'da Yaşayan Kullanıcılar Üzerine Bir İnceleme. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 31, s. 689-709.
- Bekaroğlu, E. ve Yılmaz, T. (2020). Akıllı Telefon Bağımlılığı. C. Şahin, & S. Günüş içinde, *Teknoloji Bağımlılıkları* (s. 103-115). Ankara: Nobel Yayınları.
- Berger, A. A. (2018). *Medya Çözümleme Teknikleri*, 5. Basım, (N. Pembecioğlu, Çev.) Ankara: Nobel Yayınları.

- Boz, N. (2012). *Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu*. 2012: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Casale, S. ve Banchi, V. (2020). Narcissism and Problematic Social Media use: A Systematic Literature Review. *Addictive Behaviors Reports*, 11.
- Chayko, M. (2018). *Süper Bağlantılı İnternet, Dijital Medya& Tekno-Sosyal Hayat*. İstanbul: Der Yayınları.
- Çakmak, V. (2018). Online Benlik Sunumu ve Narsisizm Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 9(30), 137-152.
- Çelikkalp, Ü., Bilgiç, Ş., Temel, M., ve Saraçoğlu Varol, G. (2020). The Smartphone Addiction Levels and the Association With Communication Skills in Nursing and Medical School Students. *Journal of Nursing Research*, 28(3), s. 1-9.
- Devran, Y. ve Elitaş, T. (2017). Yeni İletişim Teknolojilerini Uzaktan Eğitime Entegrasyonu Sürecinde Sanal Sınıf Ortamları: ATAUZEM Örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), s. 213-225.
- Dündar, İ. P. ve Gürocak, K. (2013). Yeni İletişim Teknolojilerinin Yazılı Basın İşletmeleri Üzerindeki Etkisi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 10(12), s. 121-127.
- Fegan, R. B. Ve Bland, A. R. (2021). Social Media Use and Vulnerable Narcissism: The Differential Roles of Oversensitivity and Egocentricity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(17), s. 1-14.
- Giordano, C., Salerno, L., Ravia, L., Cavani, P., Coco, G. L., Tosto, C. ve Blasi, M. D. (2019). Magic Mirror on the Wall: Selfie-Related Behavior as Mediator of the Relationship Between Narcissism and Problematic Smartphone Use. *Clinical Neuropsychiatry*, 16(5-6), s. 197-205.
- Goljovic, N. (2024). Perfectionistic Self-Presentation and Smartphone Addiction: The Role of Instagram Use Motives and Behaviours. *Psihološka Istraživanja*, s. 1-24.
- Güneş, H. K., Fidan, A. ve Genç, Z. (2013). Mobil Yaşam: Akıllı Telefonlar ve Mobil Trendler. 7. *Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Horwood, S. ve Anglim, J. (2021). Self and Other Ratings of Problematic Smartphone Use: The Role of Personality and Relationship Type. *Computers in Human Behavior*, 116.
- Hussain, Z. (2015). Smartphone Use, Addiction, Narcissism, and Personality. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 5(1), s. 17-32.
- Jenkins-Guarnieri, Michael, A., Wright, S. L., & Johnson, B. (2013). Development and Validation of A Social Media Use Integration Scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38-50. doi:https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0030277
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Krämer, N. C. ve Winter, S. (2008). Impression Management 2.0: The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites. *Journal of Media Psychology Theories Methods and Applications*, 20(3), s. 106-116.
- Kuyucu, M. (2019). The History Evolution of Radio in the World on Its Digital Journey. H. Babacan, & A. Temizer içinde, *Academic Studies in Social, Human and Administrative Sciences-2019* (s. 53-60). Montenegro: IVPE.
- Kwon, M., Kim, D.-J., Cho, H., & Yang, S. (2013). The Smartphone Addiction Scale: Development and Validation of a Short Version for Adolescents. *PLoS One*, 8(12). doi:https://doi.org/10.1371/journal.pone.0083558
- Livingstone, S. (2008). Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression. *New Media & Society*, 10(3), s. 1-17.



- Mafteri, A. ve Pătrăușanu, A.-M. (2023). Digital Reflections: Narcissism, Stress, Social Media Addiction, and Nomophobia. *The Journal of Psychology, 158*(2), s. 147-160.
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Emerging Adulthood, 3*(1), 55-64. doi:<https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Noyan, C. O., Darçın, A. E., Nurmedov, S., Yılmaz, O., & Dilbaz, N. (2015). Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeğinin Kısa Formunun Üniversite Öğrencilerinde Türkçe Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi, 16*(1), 73-81.
- Park, B.-W. ve Lee, K. C. (2011). The Effect of Users' Characteristics and Experiential Factors on the Compulsive Usage of the Smartphone. *Ubiquitous Computing and Multimedia Applications, s. 438-446*.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. *Journal of Personality and Social Psychology, 54*(5), 890-902.
- Rosen, L. D., Whaling, K., Carrier, L. M., Cheever, N. A., & Rökkum, J. (2013). The Media and Technology Usage and Attitudes Scale: An empirical investigation. *Computers in Human Behavior, 29*(6), 2501-2511. doi:<https://doi.org/10.1016%2Fj.chb.2013.06.006>
- Samaha, M. ve Hawi, N. S. (2016). Relationships among Smartphone Addiction, Stress, Academic Performance, and Satisfaction with Life. *Computers in Human Behavior, 57*, s. 321-325.
- Sever, Y., Ergüzel, T. T. ve Sayır, G. H. (2019). Akıllı Telefon Bağımlılığı. *Current Addiction Research, 3*(1), s. 25-30.
- Sunday, O. J., Adesope, O. O. ve Maarhuis, P. L. (2021). The Effects of Smartphone Addiction on Learning: A Meta-Analysis. *Computers in Human Behavior Reports, 4*.
- Şeker, S., ve Korkurt, A. (2005). *Tehlikeli Oyuncak: Cep Telefonu*. İstanbul: Hayy Kitap.
- Tabachnick, B. G., & Fidel, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson Publications.
- Tekin, D. (2021). Sanal Kibir: Sosyal Medya ve Narsizm'in Dansı. N. T. Ünal içinde, *Sosyal Medya Psikolojisi* (s. 239-252). İstanbul: Der Yayınları.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitapevi.
- Tutar, H., Yılmaz, M. K. ve Eroğlu, Ö. (2014). *Genel ve Teknik İletişim* (6 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- TÜİK. (2021, Eylül 2020). *Türkiye Nüfusu İl ve İlçelere Göre Nüfus Bilgileri*. doi:<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=nufus-ve-demografi-109&dil=1>.
- Wang, J.-L., Wang, H.-Z., Gaskin, J. ve Wang, L.-H. (2015). The Role of Stress and Motivation in Problematic Smartphone Use among College Students. *Computers in Human Behavior, 53*, s. 181-188.
- Yakın, M. (2006). Bilgi İletişim Teknolojileri ve Medya. Z. B. Vural içinde, *Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları* (s. 7-43). Ankara: Nobel Yayınları.
- Yam, F. C. ve İlhan, T. (2020). Modern Çağın Bütünsel Teknolojik Bağımlılığı: Phubbing. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 12*(1), s. 1-15.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeşilay. (2022). *Teknoloji Bağımlılığı*. İstanbul: Yeşilay Yayınları.
- Young-Chang, L., Namhee, K., Sung-Jin, K. ve Boseong, K. (2020). The Effects of Adult Attachment and Covert Narcissism on Smartphone Addiction in College Students. *Science of Emotion and Sensibility, 23*(1), s. 103-112.