



Araştırma Makalesi

Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Demografik Değişkenler, Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Aleksitimi ile İlişkisi

The Relationship Between Social Media Addiction and Demographic Variables, Patterns of Social Media Use, and Alexithymia in Adolescents

Research Article

Şeyma Kıldı^{*1}

Hülya Ercan²

Karamanoğlu Mehmetbey
Uluslararası Eğitim
Araştırmaları Dergisi

Haziran, 2026
Cilt 8, Sayı 1
Sayfalar: 1-16
<http://dergipark.gov.tr/ukmead>

* Sorumlu Yazar

Makale Bilgileri

Geliş : 15.12.2025

Kabul : 16.06.2026

DOI: 10.47770/ukmead.1841892

Özet

Bu araştırmada, ergenlerde sosyal medya bağımlılığının demografik özellikler, sosyal medya kullanım alışkanlıkları, platform tercihleri ve aleksitimi ile ilişkisi incelenmiştir. İlişkisel tarama deseninde yürütülen çalışma, Konya ilinin üç merkez ilçesindeki liselerde öğrenim gören 547 öğrenciyle gerçekleştirilmiştir. Veriler Kişisel Bilgi Formu, Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Toronto Aleksitimi Ölçeği aracılığıyla toplanmıştır. Bulgular, ergenlerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin geniş bir dağılım gösterdiğini ve günlük kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığı düzeyinin anlamlı biçimde yükseldiğini ortaya koymuştur. Kız öğrencilerin bağımlılık puanları erkeklere kıyasla daha yüksek bulunmuş; ancak bu fark, kullanım süresi modele dâhil edildiğinde anlamlılığını yitirmiştir. Platform karşılaştırmalarında TikTok kullanıcılarının sosyal medya bağımlılığı puanlarının diğer platform kullanıcılarından anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca aleksitiminin duyguları tanıma ve ifade etme güçlüğü alt boyutlarının sosyal medya bağımlılığı ile pozitif yönde ilişkili olduğu saptanmıştır. Hiyerarşik regresyon analizi, sosyal medya kullanım süresi, TikTok kullanımı ve aleksitiminin sosyal medya bağımlılığını birlikte anlamlı biçimde yordadığını göstermiştir. Sonuçlar, ergenlerde sosyal medya bağımlılığının davranışsal ve duygusal süreçlerin etkileşimiyle şekillenen çok boyutlu bir yapı sergilediğine işaret etmektedir.

Anahtar kelimeler: Aleksitimi, ergenlik, sosyal medya bağımlılığı

Abstract

This study examined the relationship between social media addiction among adolescents and demographic characteristics, social media use patterns, platform preferences, and alexithymia. Conducted using a correlational survey design, the study included 547 high school students enrolled in schools located in three central districts of Konya. Data were collected using a Personal Information Form, the Social Media Addiction Scale for Adolescents, and the Toronto Alexithymia Scale. The findings indicated that adolescents' time spent on social media showed a wide distribution, and increasing daily use was associated with significantly higher levels of social media addiction. Female students scored higher on social media addiction than male students; however, this difference lost its significance when time spent on social media was included in the model. Comparisons across platforms revealed that adolescents who primarily used TikTok had significantly higher addiction scores than users of other platforms. In addition, the subdimensions of alexithymia—difficulty identifying and expressing emotions—were positively associated with social media addiction. Hierarchical regression analysis demonstrated that time spent on social media, TikTok use, and alexithymia jointly and significantly predicted social media addiction. Overall, the results suggest that social media addiction in adolescence is a multidimensional phenomenon shaped by the interaction of behavioral patterns and emotional functioning.

Adolescence, alexithymia, social media addiction

Keywords

International Journal of
Karamanoğlu Mehmetbey
Educational Research

June, 2026
Volume 8, No 1
Pages: 1-16
<http://dergipark.gov.tr/ukmead>

* Corresponding author

Article Info:

Received : 15.12.2025

Accepted : 16.06.2026

DOI: 10.47770/ukmead.1841892

¹ Milli Eğitim Bakanlığı, Konya, seymagrpdr@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0008-5448-2267>

² Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, ehulya@kmu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0442-4121>

Bu çalışma Prof. Dr. Hülya ERCAN danışmanlığında yürütülen Yüksek Lisans tezinden üretilmiş olup Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 06.12.2022 tarih ve 270 sayılı Etik Kurul Onayı alınarak gerçekleştirilmiştir.

Önerilen atıf biçimi: Kıldı, Ş. ve Ercan, H. (2026). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığının demografik değişkenler, sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve aleksitimi ile ilişkisi. *Uluslararası Karamanoğlu Mehmetbey Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 1-16. <https://doi.org/10.47770/ukmead.1841892>

GİRİŞ

Dijitalleşme sürecinin hızlanmasıyla birlikte sosyal medya platformları, bireylerin iletişim kurma, bilgi edinme ve sosyal etkileşimde bulunma biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Özellikle ergenlik döneminde sosyal medya; akran ilişkilerinin sürdürülmesi, sosyal destek sağlanması, kendini ifade etme ve kimlik gelişimi açısından önemli bir ortam hâline gelmiştir (Odgers ve Jensen, 2020; Valkenburg vd., 2022). Bununla birlikte sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, problemli kullanım ve bağımlılık benzeri davranışlara ilişkin araştırmalara olan ilgiyi de artırmıştır. Sosyal medya bağımlılığı, bireyin sosyal medya kullanımını kontrol etmekte güçlük yaşaması, kullanım süresini sınırlandıramaması ve bu kullanımın günlük yaşam işlevselliğini olumsuz etkilemesine rağmen sürdürülmesi ile karakterize edilen davranışsal bir problem olarak tanımlanmaktadır (Andreassen ve Pallesen, 2014; Griffiths, 2005). Özellikle ergenlerin gelişimsel özellikleri ve dijital ortamlara yoğun maruziyetleri, bu yaş grubunu sosyal medya bağımlılığı açısından daha hassas bir konuma getirebilmektedir (Odgers ve Jensen, 2020; Steinberg, 2014).

Sosyal medya platformlarının yapısal özellikleri, bağımlılık eğilimini artıran önemli bir başka faktördür. Zuboff'un (2019) "gözetim kapitalizmi" yaklaşımı, platformların kullanıcı davranışlarını yönlendiren algoritmalar geliştirdiğini; sonsuz kaydırma, bildirim sistemleri ve kişiselleştirilmiş içerik akışlarının kullanıcıyı platformda tutan davranışsal mekanizmalar oluşturduğunu ileri sürmektedir (Alter, 2017; Montag vd., 2021).

Ergenlik dönemi, sosyal medya bağımlılığı açısından kırılgan bir gelişimsel dönemdir. Nörogelişimsel çalışmalar, limbik sistemin ödül duyarlılığının bu dönemde yüksek, dürtü kontrolünden sorumlu prefrontal korteksin ise görece olgunlaşmamış olduğuna işaret etmektedir (Casey vd., 2008; Steinberg, 2014). Bu biyolojik yapı, ergenleri dijital ortamlardaki sosyal geri bildirimlere daha duyarlı hâle getirir. Sosyal karşılaştırma (Fardouly ve Vartanian, 2016) ve akran onayı gereksiniminin yoğunluğu (Nesi ve Prinstein, 2015) da ergenlerin sosyal medya kullanımını güçlendiren önemli psikososyal süreçlerdir.

Sosyal medya bağımlılığı ile duygusal işlevsellik arasındaki ilişkiler, son yıllarda artan sayıda çalışmanın odağında yer almaktadır (Andreassen, 2015; Kuss ve Griffiths, 2017). Özellikle aleksitimi, duyguları tanıma ve ifade etme güçlüklerini içeren yapısıyla bağımlılık davranışlarıyla ilişkili bulunmuştur (Taylor vd., 1997). Aleksitimik bireylerin duygusal uyarılmışlıklarını düzenlemekte zorlandıkları, bu nedenle daha düşük duygusal yük içeren dijital iletişim ortamlarına yöneldikleri belirtilmektedir. Nitekim sosyal medya bağımlılığı (Dalbudak vd., 2013), internet bağımlılığı (Özen ve Topcu, 2017) ve akıllı telefon bağımlılığı (Südemer, 2022) alanlarında aleksitiminin belirleyici bir değişken olduğu görülmektedir. Bu bulgular, duygusal işlevsellikteki aksaklıkların sosyal medya kullanımını bir kaçınma veya duygu düzenleme stratejisine dönüştürebileceğini düşündürmektedir.

Platform türleri arasındaki yapısal farklılıkların bağımlılık eğilimini etkilediği de alan yazında vurgulanmaktadır. Görsel ağırlıklı platformlar sosyal karşılaştırmayı artırırken (Lup vd., 2015), kısa videolarla hızlı ödül döngüleri üreten TikTok gibi uygulamalar bağımlılık potansiyelini güçlendirmektedir (Montag vd., 2021). Bununla birlikte sosyal medya bağımlılığına ilişkin araştırmalar, bu yapının tek bir değişkenle açıklanamayacak kadar çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Demografik özelliklerin (cinsiyet ve yaş), kullanım davranışlarının (günlük kullanım süresi ve tercih edilen platformlar) ve bireysel psikolojik özelliklerin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu bildirilmektedir (Andreassen, 2015; Kuss ve Griffiths, 2017). Özellikle kullanım süresi ve platformların sunduğu ödül mekanizmaları davranışsal bağımlılık süreçleriyle ilişkilendirilirken (Kuss ve Griffiths, 2017; Meshi vd., 2013; Turel vd., 2014), aleksitimi gibi duygusal işlevsellik göstergeleri bireylerin sosyal medyayı bir duygu düzenleme ya da kaçınma aracı olarak kullanabilmeleriyle açıklanmaktadır (Dalbudak vd., 2013; Özen ve Topcu, 2017). Bu nedenle sosyal medya bağımlılığını platform tercihleri, kullanım alışkanlıkları ve duygusal süreçlerle birlikte ele almak önem taşımaktadır. Bu doğrultuda mevcut araştırmada sosyal medya bağımlılığı; demografik özellikler, sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve aleksitimi alt boyutlarının birlikte ele alındığı bütüncül bir çerçevede incelenmiştir.

Araştırmanın amacı

Bu araştırmanın amacı, ergenlerde sosyal medya bağımlılığının demografik özellikler, sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve aleksitimi ile ilişkisini incelemektir. Alan yazında sosyal medya bağımlılığının demografik özellikler, sosyal medya kullanım davranışları ve duygusal işlevsellik göstergeleri ile ilişkili olduğu bildirilmektedir (Andreassen, 2015; Kuss ve Griffiths, 2017; Dalbudak vd., 2013). Bu doğrultuda araştırmada sosyal medya bağımlılığı bağımlı değişken olarak ele alınmış; cinsiyet, yaş, günlük sosyal medya kullanım süresi, tercih edilen sosyal medya platformu ve aleksitimi alt boyutları bağımsız değişkenler olarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda araştırmada yanıt aranan sorular aşağıda sunulmuştur:

Ergenlerin,

1. Günlük sosyal medya kullanım süreleri nedir?
2. En çok zaman geçirdikleri sosyal medya platformları hangileridir?
3. Sosyal medya bağımlılık düzeyleri cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
4. Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmakta mıdır?
5. Sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile günlük sosyal medya kullanım süreleri ilişkili midir?
6. Sosyal medya bağımlılık düzeyleri, en sık tercih ettikleri platformuna göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

7. Sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile aleksitimi alt boyutu puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
8. Sosyal medya bağımlılığı, demografik özellikler, sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve aleksitimi düzeyi tarafından anlamlı biçimde yordanmakta mıdır?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışma, ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile demografik faktörler, sosyal medya kullanım pratikleri ve aleksitimi düzeyi arasındaki ilişkileri ortaya koymak amacıyla yürütülmüş olup, araştırmada ilişkisel tarama deseni kullanılmıştır. İlişkisel tarama deseni, değişkenler arasındaki doğal bağlantıların herhangi bir dış müdahale yapılmadan incelenmesine imkân sağlayan betimsel bir yöntemdir (Karasar, 2020). Araştırmada sosyal medya bağımlılığı bağımlı değişken olarak ele alınırken; demografik özellikler, sosyal medya kullanım pratikleri ve aleksitimi ise bağımsız değişkenler olarak değerlendirilmiştir.

Çalışma Grubu

Çalışmanın katılımcıları, 2022-2023 akademik yılı içerisinde Konya ilinin üç merkez ilçesinde (Karatay, Selçuklu, Meram) yer alan 11 farklı ortaöğretim kurumunda (3 Anadolu lisesi, 2 Meslek lisesi, 2 İmam Hatip lisesi, 1 Sosyal Bilimler lisesi, 1 Fen lisesi, 1 Spor lisesi ve 1 Özel Fen ve Anadolu lisesi) öğrenim gören 547 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Katılımcılar, zaman ve erişilebilirlik açısından araştırmacıya kolaylık sağlayan uygun örnekleme yöntemi ile seçilmiştir (Creswell, 2014). Çalışma grubunun %65,6'sı kız (N=359), %34,4'ü erkek (N=188) öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaşları 13 ile 19 arasında değişmekte olup ortalama yaş 16.01'dir (SS=1.14). Bu yaş aralığı erken ergenlik (13-14 yaş), orta ergenlik (15-17 yaş) ve geç ergenlik (18-19 yaş) dönemlerini kapsamaktadır (Steinberg, 2014). Dolayısıyla çalışma grubunun ergenliğin farklı gelişimsel evrelerinden bireyleri içerdiği söylenebilir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada üç temel ölçme aracı kullanılmıştır. Bu araçlar sırasıyla aşağıda tanıtılmaktadır.

Kişisel bilgi formu

Araştırma kapsamında hazırlanan Kişisel Bilgi Formu, katılımcıların demografik özellikleri ile sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemek amacıyla oluşturulmuştur. Formda yer alan sorular; öğrencilerin cinsiyeti, yaşı, günlük sosyal medya kullanım süresi ve en sık kullandıkları sosyal medya platformu gibi değişkenleri kapsamaktadır.

Ergenler için sosyal medya bağımlılık ölçeği

Özgenel, Canpolat ve Ekşi (2019) tarafından geliştirilen bu ölçek, ergenlerin sosyal medya bağımlılığına ilişkin davranışsal ve bilişsel eğilimlerini değerlendirmek için kullanılmaktadır. Dokuz maddeden oluşan ve beşli Likert tipiyle derecelendirilen ölçekten alınan yüksek puanlar, bağımlılık düzeyinin arttığını göstermektedir. Geliştirildiği çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı .90 olarak rapor edilmiştir. Bu araştırmada ise Cronbach's Alpha değeri .85 olarak hesaplanmıştır.

Toronto aleksitimi ölçeği

Bagby vd. (1994) tarafından geliştirilen Toronto Aleksitimi Ölçeği, Güleç vd. (2009) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Ölçek; duyguları tanımda güçlük, duyguları söze dökmede güçlük ve dışa vuruk düşünme olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Beşli Likert tipinde yapılandırılan ölçekte yüksek puanlar, bireylerin aleksitimi düzeylerinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Türkçe uyarlama çalışmasında Cronbach's Alpha katsayısı .65, test-tekrar test güvenirliği ise .70 olarak bildirilmiştir.

Bu araştırmada Toronto Aleksitimi Ölçeği'nin alt boyutlarına ilişkin güvenirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları, dışa vuruk düşünme alt boyutunun iç tutarlılık katsayısının düşük olduğunu göstermiştir ($\alpha=.33$). Ayrıca bu alt boyutta yer alan maddelerin düzeltilmiş madde-toplam korelasyonlarının .05 ile .24 arasında değiştiği belirlenmiştir. Psikometrik değerlendirmelerde .30'un altında kalan madde-toplam korelasyonları, maddelerin ölçülen yapıyı yeterince temsil etmediğine işaret etmektedir. Bu nedenle dışa vuruk düşünme alt boyutunun mevcut örnekleme yeterli güvenirlik göstermediği değerlendirilmiş ve analizlere dâhil edilmemiştir.

Duyguları söze dökmede güçlük alt boyutunda ise başlangıçta iç tutarlılık katsayısının düşük olduğu görülmüştür ($\alpha=.57$). Madde analizleri sonucunda 12. maddenin düzeltilmiş madde-toplam korelasyonunun .10 olduğu ve kabul edilen alt sınır olan .30'un altında kaldığı belirlenmiştir. Bu maddenin ölçekten çıkarılmasının ardından alt boyutun iç tutarlılık katsayısı $\alpha=.63$ 'e yükselmiştir. Ölçme aracının güvenirliğini artırmak amacıyla 12. madde analizlerden çıkarılmış ve duyguları söze dökmede güçlük alt boyutu kalan dört madde üzerinden değerlendirilmiştir.

Sonuç olarak bu çalışmada aleksitimi değişkeni, güvenirlik açısından yeterli bulunan duyguları tanımda güçlük ($\alpha=.82$) ve duyguları söze dökmede güçlük ($\alpha=.63$) alt boyutları üzerinden ele alınmıştır. Böylece analizlerde yalnızca yeterli düzeyde güvenirlik gösteren alt boyutlar kullanılmış ve bulguların yorumlanmasında ölçme hatasının azaltılması hedeflenmiştir.

Verilerin Toplanması

Veri toplama sürecinde kullanılan ölçme araçlarının uyarlama ya da geliştirme çalışmalarını yürüten araştırmacılardan gerekli kullanım izinleri temin edilmiştir. Ayrıca araştırmanın etik ilkeler doğrultusunda sürdürülmesi için Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 06.12.2022 tarih ve 270 sayılı karar ile etik onay alınmış; araştırmanın eğitim kurumlarında uygulanabilmesi amacıyla ilgili İl Millî Eğitim Müdürlüğünden 17.01.2023 tarihli ve E-83688308-605.99-68508652 sayılı resmî izin düzenlenmiştir.

Araştırmaya 547 lise öğrencisi gönüllü olarak katılmıştır. Uygulama süreci sınıf ortamında, araştırmacı gözetiminde yürütülmüştür. Katılımcılara araştırmanın amacı, gizlilik ilkeleri ve gönüllülük esasları hakkında bilgilendirme yapılmış; ölçekleri yanıtlamaya ilişkin yönergeler açık bir şekilde ifade edilmiştir. Öğrencilere sorulara dürüst ve dikkatli şekilde yanıt vermeleri gerektiği belirtilmiş, uygulama sırasında ortaya çıkan sorular araştırmacı tarafından yanıtlanmıştır. Ölçeklerin uygulanması her bir sınıfta yaklaşık 15–20 dakika sürmüştür.

Verilerin Analizi

Toplanan veriler SPSS 26.0 yazılımı kullanılarak çözümlenmiştir. Veri analiz sürecine başlamadan önce veri setinde kayıp değerler, uç değerler ve varsayım ihlalleri kontrol edilmiştir. Çarpıklık, basıklık, ortalama–medyan farkı incelenmiş; değişkenlerin parametrik analizlere uygun dağılım gösterdiği belirlenmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Tablo 1, araştırmada ele alınan değişkenlerin normallik değerlendirmelerine ilişkin bulguları göstermektedir.

Tablo 1.

Normallik Dağılımına İlişkin Test Bulguları

Değişkenler	N	$\bar{X}$	Medyan	SS	Basıklık	Çarpıklık
Duyguları Tanımada Güçlük	547	19.49	19.00	6.43	-.57	.30
Duyguları Söze Dökmede Güçlük	547	13.72	14.00	3.81	-.25	.14
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan	547	21.13	20.00	7.39	.43	.80

Normallik varsayımı karşılandığı için demografik değişkenlere göre sosyal medya bağımlılığı puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla çeşitli parametrik testler uygulanmıştır. Cinsiyete göre farklılıklar, bağımsız örneklem t-testi ile incelenmiştir. Platform tercihi değişkeninde varyans homojenliği sağlanmadığından Welch ANOVA, Games–Howell post hoc testi ile kullanılmıştır. Yaş, günlük sosyal medya kullanım süresi ve aleksitimi alt boyutları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki doğrusal ilişkiler Pearson korelasyon katsayısı ile değerlendirilmiştir. Sosyal medya bağımlılığını yordayan değişkenleri belirlemek amacıyla dört aşamalı hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Birinci aşamada yalnızca cinsiyet değişkeni kukla (dummy) değişken olarak modele dâhil edilmiştir. İkinci aşamada modele günlük sosyal medya kullanım süresi, üçüncü aşamada en çok kullanılan sosyal medya platformu değişkeni kapsamında TikTok için oluşturulan kukla değişken eklenmiştir. Dördüncü ve son aşamada ise aleksitiminin iki alt boyutu (duyguları tanımada güçlük ve duyguları söze dökmede güçlük) modele dâhil edilmiştir. Regresyon öncesi çoklu doğrusal bağlantı, varyans homojenliği, artık değerlerin normalliği ve hata terimlerinde otokorelasyon varsayımları test edilmiş; tolerans değerlerinin .55–.98, VIF değerlerinin 1.00–1.82 aralığında olması çoklu doğrusal bağlantı sorununun bulunmadığını, Durbin–Watson katsayısının 1.63 olması ise hata terimlerinde otokorelasyon olmadığını göstermiştir. Bu analizler doğrultusunda tüm modellerin varsayımları karşıladığı belirlenmiş ve sonuçlar buna uygun olarak yorumlanmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde araştırma sorularına yönelik yapılan istatistiksel çözümlemelerin sonuçları, betimsel bulgulardan başlayarak grup karşılaştırmaları ve ilişkisel analizler doğrultusunda sıralı bir biçimde sunulmuştur.

Günlük Sosyal Medya Kullanım Sürelerine İlişkin Betimsel Bulgular

Çalışmanın ilk araştırma sorusu, öğrencilerin bir gün içinde sosyal medyaya ayırdıkları ortalama süreyi belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma sorusunu yanıtlamak için frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır. Tablo 2’de analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 2.

Sosyal Medyada Geçirilen Süreye İlişkin Dağılımlar (Günlük)

Değişkenler	Frekans	Yüzde
0-2 saat	266	48.6
3-5 saat	114	20.8
6-8 saat	34	6.2
9 saat ve üzeri	133	24.3

N= 547

Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri günlük süre incelendiğinde kullanımın oldukça geniş bir dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların yaklaşık yarısının sosyal medyayı günde en fazla iki saat kullandığı görülürken (F= 266, %48.6), hatırı sayılır bir öğrenci grubunun dokuz saatten daha uzun süre sosyal medyada vakit geçirdiği belirlenmiştir (F= 133, %24.3). Ayrıca örneklemin %20.8'i üç ila beş saat, %6.2'si ise altı ila sekiz saatlik kullanım bildirmiştir. Bu bulgular, katılımcılar arasında sosyal medya kullanımının yoğunluk bakımından oldukça heterojen olduğunu ortaya koymaktadır.

Sosyal Medya Platform Tercihlerinin Dağılımı

Araştırmanın ikinci sorusu katılımcıların en çok zaman geçirdikleri sosyal medya platformunun hangisi olduğuna ilişkindir. Araştırma sorusunu yanıtlamak için frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3.

En Çok Zaman Geçirilen Sosyal Medya Platformu

Sosyal Medya Platformları	Frekans	Yüzde
Instagram	274	50.1
X (eski adıyla Twitter)	17	3.1
YouTube	99	18.1
TikTok	71	13.0
Snapchat	9	1.6
WhatsApp	51	9.3
Diğer	23	4.2

N= 547

Katılımcıların zamanlarının büyük bölümünü hangi platformlarda geçirdikleri incelendiğinde, görsel ağırlıklı içerik sunan Instagram'ın açık ara en sık tercih edilen mecra olduğu görülmektedir (F= 274, %50.1). Bunun ardından video odaklı içerikleriyle YouTube (F= 99, %18.1) ve kısa video formatıyla giderek popülerleşen TikTok (F= 71, %13.0) gelmektedir. WhatsApp, X ve Snapchat ise daha düşük kullanım oranlarıyla sıralamada alt grupta yer almıştır. Bu dağılım, ergenlerin daha çok hızlı içerik döngüsüne sahip sosyal medya platformlarına yöneldiğini göstermektedir.

Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Karşılaştırılması

Üçüncü araştırma sorusu, sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin cinsiyete göre değişip değişmediğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda bağımsız örneklem t-testi kullanılarak analiz yapılmıştır. Bulgular Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4.

Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Cinsiyete Göre t-Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	Sd	t	p
Sosyal medya bağımlılığı	Kız	359	21.78	7.60	545	2.87	.004**
	Erkek	188	19.88	6.81			

**p<.01

Cinsiyet değişkeninin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan bağımsız örneklem t-testi, kız öğrencilerin bağımlılık puanlarının ($\bar{X}$ = 21.78, SS=7.60), erkek öğrencilerin puanlarından ($\bar{X}$ = 19.88, SS=6.81) anlamlı ölçüde yüksek olduğunu göstermiştir (t(545)= 2.87, p<.01). Bu bulgu, cinsiyetin sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkili bir değişken olabileceğine işaret etmekle birlikte kız ve erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı puanları arasındaki fark için hesaplanan etki büyüklüğü Cohen's d = .26 olup küçük düzeyde bir etkiye karşılık gelmektedir (Cohen, 1988).

Yaş ve Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresinin Sosyal Medya Bağımlılığıyla İlişkisi

Araştırmanın dördüncü sorusu "katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları ile yaşları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?" ve beşinci sorusu "sosyal medya bağımlılığı puanları ile sosyal medyada geçirdikleri süre arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?" şeklindedir. Bu ilişkileri incelemek için Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmış olup sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5.

Yaş, Kullanım Süresi ve Bağımlılık İlişkisine Yönelik Pearson Katsayıları

Değişkenler	Sosyal medya bağımlılığı
Yaş	-.06
Sosyal medyada geçirilen süre	.48**

**p<.01

Günlük sosyal medya kullanım süresinin bağımlılık düzeyiyle ilişkisini ortaya koyan analiz, iki değişken arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir ($r = .48$, $p < .01$). Başka bir ifadeyle, sosyal medyada geçirilen süre arttıkça sosyal medya bağımlılık puanlarının da yükseldiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte korelasyon analizi, yaş ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermiştir ($r = -.06$, $p > .05$).

Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerinin Tercih Edilen Platformlara Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın altıncı sorusu “katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanları en çok kullandıkları sosyal medya platformuna göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” şeklinde düzenlenmiştir. Facebook, X, Snapchat ve “diğer” kategorilerindeki katılımcı sayılarının düşük olması nedeniyle analizler yalnızca yeterli örneklem büyüklüğüne sahip platform grupları üzerinden yürütülmüştür. Küçük örneklem, parametrik testlerde istatistiksel gücü düşürmekte ve varsayımların sağlanmasını zorlaştırmaktadır (Cohen, 1988; Tabachnick ve Fidell, 2019). Bu nedenle yalnızca yeterli sayıda katılımcıya sahip platform grupları değerlendirilmiştir.

Araştırma sorusunu yanıtlamak amacıyla öncelikle varyansların homojenliği incelenmiş ve Levene testi sonucunda varyansların homojen olmadığı belirlenmiştir, $F(3,491)=3.55$, $p=.015$. Bu nedenle grup ortalamalarının karşılaştırılmasında Welch ANOVA testi kullanılmış, anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Games–Howell çoklu karşılaştırma testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara Tablo 6’da yer verilmiştir.

Tablo 6.

Sosyal Medya Bağımlılığı Puanların En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformu Değişkenine Göre Welch ANOVA Sonuçları

Değişkenler	Sosyal medya bağımlılığı	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Çoklu Karşılaştırma Sonuçları
Sosyal medya platformu	YouTube	99	18.86	6.10	11.45	<.001***	YouTube, WhatsApp, Instagram <TikTok
	WhatsApp	51	19.16	7.53			
	Instagram	274	21.37	7.40			
	TikTok	71	25.15	8.25			

N= 495, *** $p < .001$

Sosyal medya bağımlılığı puanlarının tercih edilen platform türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığını değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilen Welch ANOVA sonuçları, gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermiştir (Welch’s $F(3, 150.19)=11.45$, $p < .001$). Games–Howell post-hoc testi, TikTok kullanıcılarının sosyal medya bağımlılık düzeylerinin, Instagram, YouTube ve WhatsApp kullanıcılarına kıyasla anlamlı biçimde daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgu, platformların içerik sunum biçiminin bağımlılık eğilimini etkileyebileceğine işaret etmektedir.

Aleksitimi Düzeyi ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki

Araştırmada sosyal medya ile aleksitimi (duyguları tanıma ve duyguları söze dökme güçlüğü alt boyutları) arasındaki ilişkiyi incelemek için Pearson korelasyon testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7.

Sosyal Medya Bağımlılığı Puanları ile Aleksitimi Alt Boyutu Puanları Arasındaki Pearson Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Duyguları tanıma güçlüğü	Duyguları söze dökme güçlüğü
Sosyal medya bağımlılığı	.34**	.28**

** $p < .01$

Bulgulara göre sosyal medya bağımlılığı puanları ile aleksitimi ölçeğinin duyguları tanıma güçlüğü ($r=.34$, $p < .01$) ve duyguları söze dökme güçlüğü ($r=.28$, $p < .01$) alt boyutları arasında zayıf ancak anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Bu durum, duygusal işlevsellikte yaşanan zorlanmaların sosyal medya kullanım eğilimlerini artırabileceğini düşündürmektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığını Yordayan Değişkenler

Sosyal medya bağımlılığı üzerinde demografik özelliklerin, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ve aleksitimi alt boyutlarının etkisini incelemek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenler önceki analizlerden elde edilen bulgular doğrultusunda cinsiyet, sosyal medyada geçirilen süre, en çok kullanılan platformun tiktok olması ve aleksitiminin alt boyutları olarak belirlenmiştir. Cinsiyet değişkeni kukla değişken olarak kodlanmıştır (0 = erkek, 1 = kız) ve hiyerarşik regresyon analizinin birinci aşamasında modele dahil edilmiştir. En sık kullanılan sosyal medya platformu değişkeni (Instagram, YouTube, TikTok, WhatsApp) kukla değişken olarak kodlanmıştır. TikTok kullanımını temsil etmek üzere ikili bir kukla değişken oluşturulmuştur (0 = diğer platformlar, 1 = TikTok) ve bu değişken regresyon analizinin üçüncü aşamasında modele dahil edilmiştir. Referans kategori Instagram’dır. Tablo 8’de analiz sonuçları, Tablo 9’da model özeti verilmiştir.

Tablo 8.*Sosyal Medya Bağımlılığının Yordanmasına İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları*

Model	Değişken	B	SE B	β	t	Tolerans	VIF
1	Sabit	19.88	.54	—	37.16	—	—
1	Cinsiyet	1.89	.66	.12	2.87**	1.00	1.00
2	Sabit	11.80	.80	—	14.70	—	—
2	Cinsiyet	.88	.59	.06	1.50	.98	1.02
2	Sosyal medya süresi	4.19	.34	.47	12.46**	.98	1.02
3	Sabit	11.94	.80	—	14.98	—	—
3	Cinsiyet	.72	.59	.05	1.23	.97	1.03
3	Sosyal medya süresi	4.00	.34	.45	11.84**	.95	1.05
3	TikTok	2.73	.83	.12	3.28**	.96	1.04
4	Sabit	6.41	1.15	—	5.58	—	—
4	Cinsiyet	.14	.57	.01	.24	.95	1.06
4	Sosyal medya süresi	3.56	.34	.40	10.63**	.90	1.12
4	TikTok	2.766	.80	.13	3.45**	.96	1.04
4	Duyguları söze dökmede güçlük	.28	.09	.14	3.10**	.59	1.69
4	Duyguları tanımada güçlük	.15	.06	.13	2.77**	.55	1.82

**p<.01

Tablo 9.*Sosyal Medya Bağımlılığının Yordanmasına İlişkin Model Özeti*

Model	R	R ²	Adj. R ²	R ² Değişimi	F değişimi	df1	df2
1	.12	.01	.01	.02	8.22**	1	545
2	.48	.23	.23	.22	155.25**	1	544
3	.50	.25	.24	.02	10.73**	1	543
4	.55	.31	.30	.06	22.89**	2	541

**p<.01; Durbin-Watson = 1.63.

Tablo 8’de görüldüğü üzere model varsayımları sağlanmıştır. Bağımsız değişkenlere ilişkin tolerans değerlerinin .55–.98 aralığında olması kabul edilebilir sınırın (.20) üzerinde yer almakta (Lomax ve Hahs-Vaughn, 2013); VIF değerlerinin 1.00–1.82 arasında bulunması ise çoklu doğrusal bağlantı riskinin düşük olduğunu göstermektedir (Myers, 1986). Artık değerlere ilişkin normallik incelemesi ve Durbin-Watson katsayısının 1.63 olması, hata terimlerinde otokorelasyon olmadığını doğrulamaktadır (Field, 2018; Tabachnick ve Fidell, 2019).

Hiyerarşik regresyon analizi, sosyal medya bağımlılığı puanlarını yordayan değişkenlerin modele aşamalı katkılarını ortaya koymak amacıyla dört aşamada yürütülmüştür. Birinci modele yalnızca cinsiyet değişkeni dâhil edilmiş ve model anlamlı bulunmuştur ($F_{(1,545)} = 8.22$, $p < .01$). Cinsiyet, varyansın %1.5’ini açıklamaktadır ($R^2 = .01$) ve kız öğrencilerin puanlarının daha yüksek olmasıyla uyumlu şekilde anlamlı bir yordayıcıdır ($\beta = .12$, $t = 2.87$, $p < .01$).

İkinci modele günlük sosyal medya kullanım süresi eklenmiş; modelin açıklayıcılığı belirgin biçimde artmıştır ($F_{(2,544)} = 155.25$, $p < .01$). Açıklanan varyans %23’e yükselmiştir ($R^2 = .23$) ve günlük sosyal medya süresi güçlü bir yordayıcıdır ($\beta = .47$, $t = 12.46$, $p < .01$). Bu aşamada cinsiyet değişkeni anlamlılığını kaybetmiştir ($\beta = .06$, $t = 1.50$, $p > .05$), bu da kullanım süresinin bağımlılık üzerinde daha belirleyici bir değişken olduğunu göstermektedir.

Üçüncü modele, en çok kullanılan platform değişkeni olarak TikTok için oluşturulan kukla değişken eklenmiş ve model anlamlılığını sürdürmüştür ($F_{(3,543)} = 10.73$, $p < .01$). Açıklanan varyans %25’e yükselmiştir ($R^2 = .25$). TikTok kullanımı sosyal medya bağımlılığı puanlarını anlamlı biçimde artırmaktadır ($\beta = .12$, $t = 3.28$, $p < .01$).

Dördüncü ve son modelde aleksitiminin “duyguları söze dökmede güçlük” ve “duyguları tanımada güçlük” alt boyutları eklenmiş; modelin açıklayıcılığı %31’e ulaşmıştır ($R^2 = .31$). Bu iki değişken modele toplam %6’lık ek varyans katkısı sağlamıştır ($\Delta R^2 = .06$; F değişimi = 22.89, $p < .01$). Her iki alt boyut da sosyal medya bağımlılığının anlamlı yordayıcılarıdır (Duyguları Söze Dökmede Güçlük: $\beta = .14$, $t = 3.10$, $p < .01$; Duyguları Tanımada Güçlük: $\beta = .13$, $t = 2.77$, $p < .01$).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmada ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları, demografik özellikler ve aleksitimi arasındaki ilişkiler incelenerek elde edilen bulgular, bütüncül bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bulgular, sosyal medya kullanımının ergenlik dönemindeki bireyler için yalnızca bir iletişim aracı olmaktan çıkıp duygusal ve davranışsal süreçlerle iç içe geçmiş karmaşık bir olguya dönüştüğüne işaret etmektedir. Aşağıda araştırma sorularına ilişkin bulgular sırası ile tartışılmaktadır.

Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi

Bu araştırmada ergenlerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin geniş bir aralıkta dağıldığı ve katılımcıların yaklaşık dörtte birinin günde dokuz saatten fazla sosyal medya kullandığını bildirdiği görülmüştür. Bu bulgu, dijital ortamların ergenlerin günlük yaşamında giderek daha merkezi bir rol üstlendiğini ortaya koyan çalışmalarla örtüşmektedir (Odgers ve Jensen, 2020). Ergenlik döneminin sosyal onay, akran ilişkileri ve kimlik gelişimi açısından kritik bir dönem olması (Nesi ve Prinstein, 2015; Valkenburg vd., 2006), uzun süreli sosyal medya kullanım eğilimlerinin anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Literatürde günlük üç saati aşan sosyal medya kullanımının problemli kullanım davranışlarıyla ilişkili olabileceği belirtilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017; Ryan vd., 2014). Bu bağlamda çalışmada gözlenen kullanım düzeyleri, ergenlerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının çeşitlilik gösterdiğine ve bazı gruplarda yoğun kullanım örüntülerinin ortaya çıkabildiğine işaret etmektedir.

Cinsiyet Değişkeninin Rolü

Kız öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı puanlarının erkek öğrencilerden daha yüksek bulunması, kadın kullanıcıların sosyal medyayı daha yoğun, duygusal ve ilişki odaklı biçimde kullandığını ortaya koyan uluslararası çalışmalarla uyumludur (Andreassen vd., 2017; Kuss ve Griffiths, 2011). Sosyal karşılaştırma ve görünürlük gereksiniminin kadın ergenlerde daha belirgin olması bu eğilimi güçlendirebilmektedir (Chua ve Chang, 2016; Lee, 2014; Vogel vd., 2014). Türkiye’de gerçekleştirilen bazı çalışmalar da kız öğrencilerin daha yüksek sosyal medya bağımlılığı puanlarına sahip olabildiğini göstermektedir (Gül ve Diken, 2018; Tutgun Ünal, 2015; Tutgun Ünal ve Deniz, 2016; Yüksel Şahin ve Öztoprak, 2019). Benzer bulgular farklı ülkelerde yürütülen araştırmalarda da rapor edilmiştir (Bányai vd., 2017; Chae vd., 2018; Pempek vd., 2009). Bununla birlikte bazı araştırmalar erkeklerin daha yüksek bağımlılık eğilimi sergilediğini (Akyıldız ve Argan, 2012; Aydın, 2017; Esen, 2010; Paul ve Lee, 2012; Tanrıverdi ve Sağır, 2014) veya cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmadığını göstermektedir (Deniz ve Gürültü, 2018; Tutgun Ünal, 2019; Yıldırım, 2016). Alan yazındaki bu çeşitlilik, sosyal medya kullanımının platform türleri, kültürel bağlam ve kullanıcı motivasyonlarına bağlı olarak farklılaşabilmesiyle açıklanabilir (Beyens vd., 2016; Odgers ve Jensen, 2020; Pempek vd., 2009). Bununla birlikte mevcut araştırmada cinsiyet değişkeninin etkisinin sosyal medya kullanım süresi modele dâhil edildiğinde anlamlılığını yitirmesi, bağımlılık düzeylerindeki farklılığın doğrudan cinsiyetten ziyade kullanım davranışlarıyla ilişkili olabileceğini düşündürmektedir. Bu nedenle cinsiyet farklılıkları, ergenlik dönemine özgü sosyal ve duygusal süreçlerin yanı sıra sosyal medya kullanım örüntüleri bağlamında da değerlendirilebilir.

Tercih Edilen Sosyal Medya Platformları

Instagram’ın en sık kullanılan platform olması, görsel içeriklerin yoğunluğu ve akran etkileşimini kolaylaştıran yapısıyla genç kullanıcılar arasında popülerliğini ortaya koyan çalışmalarla paraleldir (Beyazgül Tosun, 2022; Chua ve Chang, 2016; Nesi ve Prinstein, 2015; Özdemir, 2019; Sherlock ve Wagstaff, 2019). Öte yandan TikTok kullanıcılarının anlamlı düzeyde daha yüksek sosyal medya bağımlılığı puanlarına sahip olması, kısa video formatı, hızlı ödül döngüleri, sonsuz kaydırma ve güçlü algoritmik öneri sistemleri gibi tasarımsal özelliklerin problemli kullanım davranışlarıyla ilişkili olabileceğine yönelik bulguları desteklemektedir (Meshi vd., 2013; Montag vd., 2021; Omar ve Dequan, 2020; Turel vd., 2014; Zhang, 2022). Araştırmalar, sosyal medya platformlarına yönelik tercihlerin zaman içinde ve farklı toplumsal bağlamlarda değişkenlik gösterebildiğini ortaya koymaktadır (Tuğlu, 2017; TÜİK, 2023; We Are Social, 2023). Bu sonuçlar, sosyal medya bağımlılığının yalnızca kullanım süresiyle değil, tercih edilen platformların yapısal özellikleriyle de ilişkili olabileceğine işaret etmektedir.

Yaş ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisine Yönelik Değerlendirme

Bu araştırmada yaş ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Bu bulgu, ergenlik döneminde bazı nörogelişimsel özelliklerin yaş grupları arasında benzerlik gösterebildiğini belirten çalışmalarla uyumludur. Limbik sistemdeki ödül duyarlılığının yüksek olması ve prefrontal korteksin henüz tam olarak olgunlaşmamış olması, 13-19 yaş aralığındaki ergenlerde benzer sosyal medya kullanım örüntülerinin ortaya çıkmasına katkı sağlayabilmektedir (Casey vd., 2008; Steinberg, 2014). Ulusal araştırmalar da benzer yaş gruplarında sosyal medya bağımlılığı açısından anlamlı farklılıklar bulunmadığını göstermektedir (Baz, 2018; Doğan, 2021; Gürültü, 2016; Sunkur, 2019; Yayman, 2019). Buna karşın daha geniş yaş aralıklarını kapsayan çalışmalarda yaşın etkisinin daha belirgin hâle gelebildiği bildirilmektedir (Çam ve İşbulan, 2012; Kircaburun ve Griffiths, 2018; Twenge, 2019; Uslu, 2021; Van Deursen vd., 2015). Bu bulgu, yaşın sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinin gelişimsel özellikler ve incelenen yaş aralığına bağlı olarak farklılaşabileceğini düşündürmektedir.

Yaş ve Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Bağlı Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerindeki Farklılıkların Değerlendirilmesi

Sosyal medyada geçirilen süre ile bağımlılık puanları arasındaki orta düzeyde pozitif ilişki, kullanım yoğunluğunun sosyal medya bağımlılığının önemli yordayıcılarından biri olduğunu gösteren alan yazın bulgularıyla tutarlıdır (Balcı ve Gölcü, 2013; Kuss ve Griffiths, 2017; Özdemir, 2019; Tutgun Ünal, 2019). Türkiye’de gerçekleştirilen araştırmalar da kullanım süresinin sosyal medya bağımlılığı ve problemli kullanım davranışlarıyla anlamlı biçimde ilişkili olduğunu göstermektedir (Balcı ve Baloğlu, 2018; Kircaburun, 2016; Türkdogan, 2019). Uluslararası çalışmalar ise uzun süreli kullanımın ödül temelli pekiştirme mekanizmalarıyla ilişkili olabileceğini ve problemli kullanım riskini artırabildiğini bildirmektedir (Meshi vd., 2013; Turel vd., 2014; Van Deursen vd., 2015). Bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde, sosyal medyada geçirilen sürenin bağımlılık eğilimleriyle yakından ilişkili bir değişken olduğu ve problemli kullanım davranışlarının anlaşılmasında önemli bir gösterge olarak değerlendirilebileceği söylenebilir.

Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformuna Göre Farklılaşması

TikTok kullanıcılarının diğer platform kullanıcılarına kıyasla daha yüksek bağımlılık puanları sergilemesi, platformların içerik sunum biçimleri ve algoritmik öneri yapılarının problemli kullanım davranışlarıyla ilişkili olabileceğine yönelik bulgularla uyumludur (Ahmedi, 2023; Montag vd., 2021; Omar ve Dequan, 2020; Özdemir, 2019; Tutgun Ünal, 2019; Zhang, 2022). Kısa video formatı, sürekli içerik akışı ve kişiselleştirilmiş öneri sistemleri gibi özelliklerin kullanıcı etkileşimini artırabildiği ve kullanım süresinin uzamasıyla ilişkili olabildiği belirtilmektedir (Montag vd., 2021; Omar ve Dequan, 2020). Görsel uyarıcı yoğunluğu yüksek olan Instagram gibi platformların da benzer biçimde problemli sosyal medya kullanımıyla ilişkili olabileceğini gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Beyens vd., 2016; Chua ve Chang, 2016; Kuss ve Griffiths, 2017; Sherlock ve Wagstaff, 2019). Bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde, sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin yalnızca kullanım süresine değil, kullanıcıların tercih ettikleri platformların sunduğu yapısal özelliklere de bağlı olarak farklılaşabileceği söylenebilir.

Sosyal Medya Bağımlılığı ile Aleksitimi İlişkisi

Aleksitiminin alt boyutları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki pozitif ilişkiler, duygusal farkındalık ve ifade becerilerindeki güçlükler ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişkiler bulunduğunu göstermektedir. Bu bulgu, aleksitimik özellikler gösteren bireylerin dijital ortamlara duygu düzenleme ya da olumsuz duygulardan kaçınma amacıyla yönelebileceğini bildiren çalışmalarla uyumludur (Dalbudak vd., 2013; Elhai vd., 2017; Kandri vd., 2019; Özen ve Topcu, 2017; Spada ve Marino, 2017). Hormes (2016) ile Gökçearslan vd. (2018) de duygu düzenleme güçlüğü'nün problemli sosyal medya kullanımıyla ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde, duygusal süreçlerde yaşanan güçlüklerin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olabileceği ve aleksitiminin problemli sosyal medya kullanımının anlaşılmasında önemli bir değişken olarak değerlendirilebileceği söylenebilir.

Sosyal Medya Bağımlılığını Yordayan Değişkenler

Hiyerarşik regresyon analizinde sosyal medyada geçirilen sürenin bağımlılığı en güçlü biçimde yordaması, davranışsal bağımlılık modelleriyle uyumludur (Kuss ve Griffiths, 2017; Meshi vd., 2013; Turel vd., 2014). TikTok kullanımının modele anlamlı katkı sağlaması, platformlar arasındaki yapısal farklılıkların sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olabileceğini düşündürmektedir (Montag vd., 2021). Aleksitiminin alt boyutlarının modele ek açıklayıcılık getirmesi ise duygusal farkındalık ve ifade güçlüklerinin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğunu göstermektedir (Dalbudak vd., 2013; Özen ve Topcu, 2017; Taylor vd., 1997; Zhou vd., 2021). Bu bulgular, ergenlik dönemindeki sosyal medya kullanımının davranışsal ve duygusal süreçlerin etkileşimiyle şekillenen çok boyutlu bir yapı sergilediğine işaret etmektedir.

Ergenlik döneminin gelişimsel özellikleri bağlamında değerlendirildiğinde, bu bulgular daha anlamlı hâle gelmektedir. Ergen beyinde ödül duyarlılığının yüksek, dürtü kontrolüyle ilişkili sistemlerin ise henüz tam olarak olgunlaşmamış olması (Casey vd., 2008; Steinberg, 2014), sosyal medyanın sunduğu hızlı geri bildirim mekanizmalarına duyarlılığı artırabilmektedir. Bunun yanında akran onayı arayışı ve sosyal karşılaştırma eğiliminin ergenlik döneminde daha belirgin olması (Nesi, 2020; Prinstein ve Giletta, 2016), sosyal medya kullanımının bu yaş grubunda daha yoğun yaşanabilmesine katkı sağlayabilmektedir. Bu çerçevede mevcut bulgular, sosyal medya bağımlılığının ergenliğe özgü gelişimsel özelliklerle birlikte değerlendirilmesinin önemine işaret etmektedir.

Bu araştırmanın bulguları, ergenlerde sosyal medya bağımlılığının davranışsal göstergeler ve duygusal süreçlerle ilişkili çok boyutlu bir yapı sergilediğini göstermektedir. Günlük sosyal medya kullanım süresinin bağımlılık düzeyini en güçlü biçimde yordaması, kullanım yoğunluğunun sosyal medya bağımlılığının anlaşılmasında önemli bir değişken olduğunu ortaya koymaktadır. TikTok kullanımının bağımlılık puanlarına anlamlı katkı sağlaması, sosyal medya bağımlılığının tercih edilen platformların yapısal özellikleriyle de ilişkili olabileceğini düşündürmektedir. Bununla birlikte aleksitiminin iki alt boyutunun modele anlamlı katkı sağlaması, duygusal farkındalık ve ifade güçlüklerinin sosyal medya bağımlılığıyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Yaş değişkeninin anlamlı bir yordayıcı olmaması ise incelenen yaş aralığında sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin benzerlik gösterebildiğine işaret etmektedir.

Bu sonuçlar bütüncül olarak değerlendirildiğinde, ergenlerde sosyal medya bağımlılığının yalnızca kullanım sıklığına indirgenemeyecek; dijital ortamların sunduğu özellikler, duygusal süreçler ve sosyal motivasyonlarla ilişkili karmaşık bir olgu olduğu görülmektedir. Bu nedenle sosyal medya bağımlılığına yönelik önleme ve müdahale çalışmalarında hem davranışsal düzenleme becerilerinin hem de duygusal farkındalık ve ifade becerilerinin desteklenmesi yararlı olabilir.

ÖNERİLER

Araştırmacılar için: Gelecek araştırmaların, sosyal medya bağımlılığını duygusal düzenleme, benlik süreçleri ve platform özellikleri gibi psikososyal değişkenlerle birlikte ele alması; TikTok gibi yüksek kullanıcı etkileşimi oluşturan platformlarda genç kullanıcıları koruyucu dijital düzenlemelerin geliştirilmesi değerlendirilebilir. Farklı yaş gruplarını kapsayan boylamsal tasarımlar, bağımlılık eğiliminin gelişimsel seyrini daha kapsamlı biçimde ortaya koyacaktır.

Eğitimciler ve psikolojik danışmanlar için: Ergenlere yönelik dijital farkındalık programlarının uygulanması; duygusal farkındalık, duygu düzenleme ve sosyal beceri temelli psikoeğitimin güçlendirilmesi ve riskli öğrenciler için bilişsel-davranışçı müdahalelerin kullanılması yararlı olacaktır.

Aileler için: Ailelerin yalnızca sosyal medya kullanım süresini değil, kullanım amaçları ve maruz kalınan içerikleri de izlemeleri ve ev içinde duygu ifadesini destekleyen iletişim ortamları oluşturmaları önerilmektedir.

Politika yapıcılar için: Ergenlere yönelik dijital sağlıklılık programlarının yaygınlaştırılması ve özellikle TikTok gibi yüksek algoritmik uyarıcı içeren platformlarda genç kullanıcıları koruyucu düzenlemelerin artırılması önerilebilir.

Psikolojik müdahaleler için: Aleksitimik özellikler gösteren ergenlerde duygusal farkındalık ve duygu tanıma becerilerini geliştiren programların; sosyal medya bağımlılığı riski taşıyan bireylerde ise bilişsel-davranışçı terapi yaklaşımlarının kullanılması önerilebilir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın bulguları belirli sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Çalışmada uygun örnekleme yönteminin kullanılması, sonuçların genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Araştırma yalnızca Konya ilindeki üç merkez ilçede yer alan lise öğrencileriyle yürütüldüğünden farklı bölgelerdeki ergenlere yönelik çıkarımlar dikkatle ele alınmalıdır. Veri toplama sürecinde kullanılan öz bildirim ölçekleri, sosyal istenirlik ve hatırlama yanlılığı gibi etmenlerden etkilenebilmektedir. Ayrıca çalışma kesitsel bir tasarıma sahip olduğundan değişkenler arasındaki ilişkiler belirlenebilmekle birlikte nedensel sonuçlara ulaşmak mümkün değildir. Toronto Aleksitimi Ölçeği'nin yalnızca iki alt boyutunun kullanılması da aleksitiminin bazı yönlerinin analiz dışında kalmasına neden olmuştur. Bu sınırlılıklar, gelecekte yapılacak çalışmalar için daha geniş örneklem, boylamsal desenler ve çok yöntemli ölçme yaklaşımlarının kullanılmasının önemini göstermektedir.

DESTEK & TEŞEKKÜR

Bu çalışma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde yürütülen yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Araştırma sürecinde verilerin toplanmasına imkân tanıyan Konya İli Karatay, Selçuklu ve Meram İlçe Milli Eğitim Müdürlükleri ile ilgili Resmi Ortaöğretim Kurumlarına sağladıkları kurumsal kolaylaştırmalar ve destek için teşekkür ederiz.

ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI

Bu çalışmanın alanyazın taraması, veri toplama ve taslak metnin yazımı Yazar 1 (Şeyma Kıldı) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın planlanması, veri analizi süreçlerinin yönlendirilmesi, metnin genel düzeltmeleri ve eleştirel gözden geçirilmesi aşamalarında Yazar 2 (Hülya Ercan) akademik rehberlik ve katkı sağlamıştır. Yazım ve son kontrol süreçleri her iki yazar tarafından ortaklaşa yürütülmüştür.

ÇATIŞMA BEYANI

Bu çalışmanın tüm yazarları, araştırma sürecinde maddi, kurumsal, profesyonel veya kişisel herhangi bir kazanç elde etmemiştir. Çalışmada kullanılan veriler ve kurumlarla ilgili hiçbir çıkar ilişkisi bulunmamaktadır.

YAYIN ETİĞİ BEYANI

Bu çalışma, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesine uygun olarak yürütülmüş olup veri toplama ve analiz aşamalarında etik kurallara tamamen uyulmuştur. Çalışma sırasında alıntı ve kaynak gösterimi kurallarına titizlikle riayet edilmiş, araştırmada kullanılan tüm veriler ve bulgular doğru şekilde belgelenmiştir. Yazarlar, çalışmaya özgün katkılarda bulunmuş ve etik ihlallere yer verilmemiştir.

ETİK KURUL İZNİ

Bu çalışma, etik kurul iznine tabi olup, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'nden 06.12.2022 tarih ve 09-2022/270 karar sayılı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu kararı alınmıştır. Verilerin toplanması Konya İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden alınan 17.01.2023 tarih ve E-83688308-605.99-68508652 numaralı izinle gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, araştırma sürecinde tüm etik kurallara uyulmuş ve katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmıştır.

ÖLÇEK İZNİ

Veri toplama sürecinde kullanılan ölçeklerin uyarılama ya da geliştirme sürecinden sorumlu olan kişilerden uygulama izinleri alınmıştır.

FİNANSAL DESTEK

Bu araştırma kapsamında herhangi bir kurum, kuruluş, proje fonu veya hibe programından mali destek alınmamıştır. Araştırmanın yürütülmesi, veri toplanması, analiz edilmesi ve raporlanması süreçlerinde dış kaynaklı bir finansal katkı bulunmamaktadır.

YAPAY ZEKÂ KULLANIMI

Bu çalışmanın yazım sürecinde yapay zekâ araçlarından dil kontrolü ve metin düzenleme desteği amacıyla yararlanılmıştır. Çalışmanın bilimsel içeriği, analizleri ve sonuçları tamamen yazar tarafından oluşturulmuştur.

KAYNAKÇA

- Ahmedi, E. Ş. (2023). Mahremiyet, dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı üzerine sosyolojik bir araştırma. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 25–46. <https://doi.org/10.47951/mediad.1290488>
- Akyıldız, M., ve Argan, M. (2012). Using online social networking: Students' purposes of Facebook usage at the University of Turkey. *Journal of Technology Research*, 3, 1–11.
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: a comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175–184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C. S., ve 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., Pallesen, S., ve Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., ve Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Aydiner, S. (2017). *Ortaokul kademesindeki öğrencilerin bilgisayar bağımlılıkları ile benlik saygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Balcı, Ş., ve Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: Üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 209–234. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.500860>
- Balcı, Ş., ve Gölcü, A. (2013). Facebook addiction among university students in Turkey: Selçuk University example. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255–278.
- Bányai, F., Zsila, A., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., Andreassen, C. S., ve Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLOS ONE*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
- Beyazgül Tosun, A. (2022). *Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile okula bağlılık ve aile yaşam doyumu arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Beyens, I., Frison, E., ve Eggermont, S. (2016). Social network sites and adolescents' well-being: The mediating role of social connectedness. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(4), 735–746. <https://doi.org/10.1007/s10964-016-0414-5>
- Bilge, Y., Baydili, K., ve Göktaş, S. (2020). Sosyal medya bağımlılığını yordamada anksiyete, stres ve günlük sosyal medya kullanımı. *Bağımlılık Dergisi*, 21(3), 223–235.
- Błachnio, A., Przepiórka, A., ve Pantic, I. (2015). Internet use, Facebook intrusion, and depression: Results of a cross-sectional study. *European Psychiatry*, 30(6), 681–684. <https://doi.org/10.1016/j.eurpsy.2015.04.002>
- Błachnio, A., Przepiórka, A., ve Pantic, I. (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in Human Behavior*, 55, 701–705. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.026>
- BTK. (2018). *Bilgi teknolojileri ve internetin bilinçli, güvenli kullanımı kitabı*. <https://www.guvenliweb.org.tr/dokuman-detay/bilgi-teknolojileri-ve-internetin-bilincli-guvenli-kullanimi-kitabi>
- Casey, B. J., Tottenham, N., ve Liston, C. (2008). Imaging the developing brain: What have we learned about cognitive development? *Trends in Cognitive Sciences*, 12(3), 104–110. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2007.12.003>
- Chae, D., Kim, H., ve Kim, Y. A. (2018). Sex differences in the factors influencing Korean college students' addictive tendency toward social networking sites. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(2), 339–350. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9778-3>
- Chua, T. H.-H., ve Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Instagram use and adolescents' self-presentation. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(6), 347–352. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0556>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.

- Çam, E., ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 14–19.
- Dalbudak, E., Evren, C., Aldemir, S., Coşkun, K. S., Uğurlu, H., ve Yıldırım, F. G. (2013). Relationship of internet addiction severity with depression, anxiety and alexithymia in university students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(4), 272–278. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.03>
- Daşlı, Y., ve Baloğlu, A. O. (2020). Sosyal medya bağımlılığı üzerine bir alan araştırması. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(33), 1229–1239.
- Demirdil, G., ve Harmancı, P. (2021). *Davranışsal bağımlılıklar: Bağımlılıktan bağımsızlığa doğru*. İksad Yayınevi.
- Deniz, L., ve Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355–367.
- Dereboy, İ. F. (1990a). *Aleksitimi öz bildirim ölçeklerinin psikometrik özellikleri üzerine bir çalışma* (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi.
- Dereboy, İ. F. (1990b). Aleksitimi: Bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 3, 157–167.
- Doğan, M. V. (2021). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı belirtileri ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., ve Hall, B. J. (2017). Non-social features of smartphone use are most related to depression, anxiety, and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 69, 75–82. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.023>
- Fardouly, J., ve Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Griffiths, M. D. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Gül, Ş., ve Diken, E. H. (2018). Fen bilimleri öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılıklarının incelenmesi. *E-Kafkas Journal of Educational Research*, 5(1), 41–50.
- Güleç, H., Köse, S., Güleç, M. Y., Çıtak, S., Evren, C., Borckardt, J., ve Sayar, K. (2009). Reliability and factorial validity of the Turkish version of the 20-item Toronto Alexithymia Scale (TAS-20). *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni*, 19(3), 214–220.
- Hormes, J. M. (2016). Under the influence of Facebook? Excess use of social networking sites and drinking motives, consequences, and attitudes in college students. *Journal of Behavioral Addictions*, 5(1), 122–129. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.007>
- Huang, C. (2017). Time spent on social network sites and psychological well-being: A meta-analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(6), 346–354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0758>
- Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L., ve Johnson, B. D. (2013). Development and validation of a Social Media Use Integration Scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38–50. <https://doi.org/10.1037/a0030277>
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemi* (35. basım). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kircaburun, K. (2016). Self-esteem, daily internet use and problematic social media use among Turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 129–136.
- Kircaburun, K., ve Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158–170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., ... Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLOS ONE*, 8(8), e69841. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253–260. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009>
- Lomax, R. G., ve Hahs-Vaughn, D. L. (2013). *An introduction to statistical concepts*. Routledge.
- Lup, K., Trub, L., ve Rosenthal, L. (2015). Instagram #instasad?: Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(5), 247–252. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0560>
- McAndrew, F. T., ve Jeong, H. S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2359–2365. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.007>

- Meshi, D., Morawetz, C., ve Heekeren, H. R. (2013). Nucleus accumbens response to gains in reputation predicts social media use. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(40), 16483–16488. <https://doi.org/10.1073/pnas.1307640110>
- Montag, C., ve Walla, P. (2016). Carpe diem instead of losing your social mind: Beyond digital addiction and why we all suffer from digital overuse. *Cogent Psychology*, 3(1), 1157281. <https://doi.org/10.1080/23311908.2016.1157281>
- Montag, C., Yang, H., ve Elhai, J. (2021). On TikTok and short-form video platforms: Psychological impacts and addictive potential. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 1–12. <https://doi.org/10.3390/ijerph18020714>
- Muscanell, N. L., ve Guadagno, R. E. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 107–112. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.016>
- Myers, R. H. (1986). *Classical and modern regression with applications* (Vol. 2). Duxbury press.
- Nesi, J., ve Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427–1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>
- Ogders, C. L., ve Jensen, M. R. (2020). Annual Research Review: Adolescent mental health in the digital age: Facts, fears, and future directions. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61(3), 336–348. <https://doi.org/10.1111/jcpp.13190>
- Omar, B., ve Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok addiction. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), 7897. <https://doi.org/10.3390/ijerph17217897>
- Ögel, K. (2012). *İnternet bağımlılığı: İnternetin psikolojisini anlamak ve bağımlılıkla başa çıkmak*. İş Bankası Yayınları.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91–105.
- Özen, S., ve Topcu, M. (2017). Tıp fakültesi öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı ile depresyon, obsesyon-kompulsiyon, dürtüsellik, aleksitimi arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 18(1), 16–24.
- Özgenel, M., Canpolat, Ö., ve Ekşi, H. (2019). Ergenler için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 6(3), 629–662. <https://doi.org/10.15805/addicta.2019.6.3.0036>
- Pew Research Center. (2022). *Teens, social media and technology*. <https://www.pewresearch.org/>
- Paul, B., ve Lee, S. (2012). Gender differences in social networking and online gaming behavior: A study of college students. *International Journal of Social Science and Humanity*, 2(3), 191–195. <https://doi.org/10.7763/IJSSH.2012.V2.95>
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., ve Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227–238. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010>
- Rollero, C., Daniele, A., ve Tartaglia, S. (2019). Do men post and women view? The role of gender, personality and emotions in online social activity. *Computers in Human Behavior*, 93, 7–14. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.11.011>
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., ve Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.002>
- Satici, B., ve Uysal, R. (2015). Well-being and problematic Facebook use. *Psychological Reports*, 117(2), 547–565. <https://doi.org/10.2466/02.09.PR0.117c21z3>
- Sherlock, M., ve Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between Instagram use, anxiety, depression, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 277–287. <https://doi.org/10.1037/ppm0000186>
- Steinberg, L. (2014). *Age of opportunity: Lessons from the new science of adolescence*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Sunkur, B. (2019). *İç Anadolu bölgesinde sosyal medya bağımlılığı ve aleksitimi ilişkisinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi.
- Südemen, M. (2022). *Üniversite öğrencilerinde aleksitimi, duygu gereksinimi, kendini ayarlama, kimlik ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkilerin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Aksaray Üniversitesi.
- Taş, İ., ve Güneş, Z. (2019). 8–12 yaş arası çocuklarda bilgisayar oyun bağımlılığı, aleksitimi, sosyal anksiyete, yaş ve cinsiyetin incelenmesi. *Klinik Psikiyatri*, 22(1), 83–92.
- Taylor, G. J., Bagby, R. M., ve Parker, J. D. A. (1997). *Disorders of affect regulation: Alexithymia in medical and psychiatric illness*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511526831>
- Turel, O., He, Q., Xue, G., Xiao, L., ve Bechara, A. (2014). Examining the neural systems sub-serving Facebook “addiction”: Evidence from functional MRI. *Psychological Reports*, 115(3), 675–695. <https://doi.org/10.2466/18.PR0.115c31z8>

- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Doktora tezi). Marmara Üniversitesi.
- Tutgun Ünal, A. (2019). İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi: Üsküdar Üniversitesi örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2, 49–80.
- Tutgun Ünal, A., ve Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(9), 155–181. <https://doi.org/10.17121/ressjournal.488>
- Türkdoğan, R. D. (2019). *Sosyal medya bağımlılığı ve gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi örneği* (Yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi.
- Twenge, J. M. (2019). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood*. Atria Books.
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., ve 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>
- Valkenburg, P. M., Meier, A., ve Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent well-being: A systematic review. *Annual Review of Psychology*, 73, 473–499. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017>
- Valkenburg, P. M., Peter, J., ve Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology ve Behavior*, 9(5), 584–590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
- Van Deursen, A. J. A. M., Bolle, C. L., Hegner, S. M., ve Kommers, P. A. M. (2015). Modelling habitual and addictive smartphone behavior: The role of smartphone usage types, emotional intelligence, social stress, self-regulation, age, and gender. *Computers in Human Behavior*, 45, 411–420. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.039>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., ve Franz, B. (2014). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and depressive symptoms. *Personality and Individual Differences*, 86, 249–256. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.026>
- We Are Social. (2023). *Global and Türkiye report*. <https://www.clicksus.com/we-are-social-2023-global-ve-turkiye-raporu>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. <https://wearesocial.com>
- Yüksel Şahin, F., ve Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin benlik saygısına göre incelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 363–377.
- Zhang, X. (2022a). Compulsive short-video app use and users' psychological distress: A study of TikTok. *Computers in Human Behavior Reports*, 7, 100209. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100209>
- Zhang, X. (2022b). Short-video platforms and compulsive use: The psychological mechanisms behind TikTok engagement. *Computers in Human Behavior Reports*, 5, 100160. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100160>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

With the acceleration of digitalization, social media platforms have become an integral part of adolescents' daily lives, serving multiple functions related to communication, peer interaction, socialization, entertainment, and identity development. Adolescents increasingly rely on social media environments to establish and maintain social relationships, seek peer approval, and express themselves, which has positioned these platforms at the center of developmental processes during adolescence. As a result, scholarly attention has shifted toward understanding not only the benefits but also the potential psychological risks associated with intensive social media use.

This widespread engagement has brought the concept of social media addiction to the forefront. Social media addiction is defined not merely as excessive or frequent use, but as a behavioral pattern characterized by loss of control, tolerance development, withdrawal symptoms, and functional impairment in daily life. Similar to other behavioral addictions, social media addiction involves compulsive engagement, persistent preoccupation, and difficulty disengaging despite negative consequences in academic, social, or emotional domains. From this perspective, social media addiction represents a multidimensional construct that extends beyond simple time-based metrics.

Platform design features play a critical role in reinforcing prolonged engagement. Mechanisms such as infinite scrolling, push notifications, algorithm-driven personalized content, and social feedback indicators (likes, views, comments) are intentionally designed to maximize user retention. In particular, platforms such as TikTok, which rely heavily on short-form video content

and rapid reward cycles, may intensify addictive tendencies by continuously stimulating the brain's reward system. These structural characteristics may increase vulnerability to compulsive use, especially among younger users.

Adolescence represents a particularly sensitive developmental period with respect to addiction risk. Neurodevelopmental research indicates that adolescents exhibit heightened reward sensitivity due to increased activity in the limbic system, while impulse control mechanisms governed by the prefrontal cortex are still developing. This imbalance may lead adolescents to seek immediate gratification and engage more intensely with rewarding digital environments. Within this framework, the present study aims to examine, from a holistic perspective, the relationship between social media addiction in adolescents and demographic variables (gender and age), social media use habits (daily time spent), platform preferences (particularly TikTok), and alexithymia subdimensions reflecting emotional functioning, namely difficulty identifying and verbalizing emotions.

Methodology

This study employed a correlational survey design to examine relationships among social media addiction, usage behaviors, demographic characteristics, and emotional functioning in adolescents. The study group consisted of 547 high school students enrolled in 11 different types of secondary education institutions located in three central districts of Konya (Karatay, Selçuklu, and Meram) during the 2022–2023 academic year. The sample included students from diverse school types, allowing for a more comprehensive representation of adolescents with varying academic and social backgrounds.

Of the participants, 65.6% were female ($n=359$) and 34.4% were male ($n=188$). Participants' ages ranged from 13 to 19 years, with a mean age of 16.01. This age range encompasses different stages of adolescence, making it possible to examine potential age-related variations in social media addiction. Participants were selected using a convenience sampling method based on accessibility and voluntary participation.

Data were collected using three instruments: a Personal Information Form assessing demographic characteristics and social media use habits, the Social Media Addiction Scale for Adolescents and the Toronto Alexithymia Scale. Due to low reliability, the externally oriented thinking subdimension was excluded, and analyses were conducted using the difficulty identifying feelings and difficulty describing feelings subdimensions.

Data were analyzed using SPSS 26.0. After confirming normality assumptions, parametric tests were applied. Group differences were examined using independent-samples t-tests and Welch ANOVA, while associations among variables were assessed using Pearson correlation coefficients. To identify predictors of social media addiction, a four-step hierarchical regression analysis was conducted, sequentially entering gender, daily time spent on social media, TikTok use, and alexithymia subdimensions.

Results

Descriptive analyses revealed substantial heterogeneity in adolescents' daily social media use. Nearly half of the participants (48.6%) reported using social media for 0–2 hours per day, while 20.8% reported 3–5 hours, 6.2% reported 6–8 hours, and 24.3% reported nine hours or more. These findings indicate that while many adolescents engage in moderate use, a considerable proportion exhibits very high levels of daily engagement.

Regarding platform preferences, Instagram was the most frequently used platform (50.1%), followed by YouTube (18.1%), TikTok (13.0%), and WhatsApp (9.3%). This distribution reflects adolescents' preference for visually rich and video-based platforms that offer continuous content flow and social interaction opportunities.

Gender comparisons showed that female adolescents had significantly higher social media addiction scores than male adolescents, although the effect size was small. No significant relationship was found between age and social media addiction, suggesting that addiction risk may be relatively stable across different stages of adolescence. In contrast, daily time spent on social media was moderately and positively associated with addiction scores, indicating that increased usage intensity is linked to higher addiction levels.

Platform-based analyses revealed that adolescents who primarily used TikTok had significantly higher social media addiction scores than users of Instagram, YouTube, and WhatsApp. Furthermore, social media addiction was positively associated with both difficulty identifying feelings and difficulty describing feelings, suggesting that emotional processing difficulties are linked to higher addiction levels.

Hierarchical regression analyses demonstrated that daily time spent on social media emerged as the strongest predictor of social media addiction, accounting for a substantial proportion of the explained variance. Platform preference also contributed significantly to the model, with TikTok use providing additional explanatory power beyond general usage intensity. Furthermore, the inclusion of alexithymia subdimensions in the final step resulted in a meaningful increase in explained variance, indicating that difficulties in identifying and verbalizing emotions independently contribute to social media addiction. Overall, the final model explained approximately 31% of the variance, highlighting the combined influence of behavioral intensity, platform characteristics, and emotional functioning.

Discussion and Conclusion

This study examined adolescent social media addiction in relation to social media use habits, demographic characteristics, and alexithymia using a holistic approach. The findings indicate that social media use has evolved beyond a simple communication tool and now represents a multidimensional phenomenon shaped by the interaction of emotional and behavioral processes.

Adolescents' time spent on social media showed wide variability, with a substantial proportion reporting daily use exceeding nine hours. Given the developmental significance of adolescence for social approval, peer relationships, and identity formation, these findings suggest that prolonged engagement may increase vulnerability to problematic social media use.

Although female adolescents initially exhibited higher addiction scores, the disappearance of this effect after controlling for daily usage time suggests that gender differences are largely attributable to usage intensity rather than gender per se. This finding highlights the importance of considering contextual factors such as platform characteristics, cultural context, and usage motivations when interpreting gender differences.

While Instagram was the most frequently used platform, TikTok users demonstrated significantly higher addiction levels, supporting the notion that short-form video content, rapid reward cycles, and algorithm-driven content delivery increase addictive potential. The absence of a significant association between age and addiction may be explained by relatively homogeneous neurodevelopmental characteristics across the adolescent age range.

The moderate positive relationship between time spent on social media and addiction underscores usage intensity as a central risk factor. Furthermore, positive associations with alexithymia subdimensions suggest that deficits in emotional awareness and expression may lead adolescents to rely on social media as a means of emotion regulation or avoidance.

Hierarchical regression findings confirmed that time spent on social media was the strongest predictor of addiction, while platform-specific factors (TikTok use) and emotional functioning (alexithymia) provided meaningful incremental contributions. Taken together, the findings indicate that adolescent social media addiction is primarily shaped by behavioral engagement, platform-specific characteristics, and emotional functioning, rather than demographic variables alone.

Recommendations

Future research should employ longitudinal designs to examine the developmental trajectories of social media addiction and explore causal relationships among usage behaviors, emotional functioning, and addiction risk. Researchers are also encouraged to examine platform-specific design features in greater detail.

Educational practitioners and school counselors should implement digital awareness programs and psychoeducational interventions focusing on emotion regulation, self-control, and healthy technology use. Families should monitor not only usage duration but also usage purposes and content exposure. Finally, policymakers should strengthen digital well-being initiatives aimed at protecting adolescents, particularly on highly stimulating platforms such as TikTok.