

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ YORDAYICILARI OLARAK TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLAR VE UTANGAÇLIK¹

BASIC PSYCHOLOGICAL NEEDS AND SHYNESS AS PREDICTORS OF SOCIAL MEDIA ADDICTION

Seçil ERDEM² - Meliha TUZGÖL DOST³

Öz

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi ve günlük sosyal medya kullanım süresine göre farklılaşıp farklılaşmadığı ile temel psikolojik ihtiyaç doyumu ve utangaçlığın öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini yordayıcılığı incelenmiştir. Araştırmada veri toplamak amacıyla “Kişisel Bilgi Formu”, “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu”, “İhtiyaç Doyumu Ölçeği” ve “Utangaçlık Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırma verileri, Ankara ve İzmir’deki üniversitelerde 2020-2021 Eğitim-Öğretim Dönemi içerisinde uygun örnekleme yöntemi kullanılarak 532 öğrenciden toplanmıştır. Araştırma bulgularına göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde anne baba eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Diğer yandan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde cinsiyet ve günlük sosyal medya kullanım süresi açısından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve günlük sosyal medya kullanım süresi daha yüksek olan öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığını, özerklik ihtiyacı olumsuz yönde anlamlı biçimde yordarken, temel psikolojik ihtiyaçların diğer alt boyutları olan yeterlik ve ilişki ihtiyacının anlamlı biçimde yordamadığı belirlenmiştir. Öte yandan utangaçlığın sosyal medya bağımlılığını olumlu yönde anlamlı biçimde yordadığı tespit edilmiştir. Son olarak gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının %13.9’unun temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutu olan özerklik ihtiyacı ve utangaçlık değişkenleri ile açıklandığı ortaya konmuştur.

Anahtar kelimeler: Üniversite Öğrencileri, Sosyal Medya Bağımlılığı, Temel Psikolojik İhtiyaçlar, Utangaçlık

Abstract

This research aims to examine whether the social media addiction levels of university students differ according to gender, parental education level, daily social media usage time, as well as whether basic psychological need satisfaction and shyness predict social media addiction levels. The study was conducted by using the “Demographic Information Form”, “Social Media Addiction Scale- Adult Form”, “Need Satisfaction Scale”, and “Shyness Scale”. The data has been collected from 532 university students in Ankara and İzmir in the 2020-2021 academic year by using the convenient sampling method. According to the findings of this research, while students’ levels of social media addiction vary according to their gender and their daily social media use time, they do not vary according to their parents’ level of education. It was also seen that female students have a higher level of social media addiction compared to male students; similarly, students who spend 5 hours or more on social media have a higher level of social media addiction compared to others. Moreover, it was determined that the need for autonomy negatively predicts social media addiction while it does not significantly predict other sub-dimensions of basic psychological needs, namely, the need for competence and the need for relatedness. It was determined that shyness positively predicts social media addiction. In the result of regression analysis, it was found that the need for autonomy and shyness explained social media addiction at the rate of 13.9%

Keywords: University Students, Social Media Addiction, Basic Psychological Needs, Shyness.

¹ Bu makale Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Ana Bilim Dalı’nda, birinci yazar tarafından ikinci yazarın danışmanlığında yürütülen “Sosyal Medya Bağımlılığının Yordayıcıları Olarak Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Utangaçlık” isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Uzm. Psk. Dan., T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, secilerdem6@gmail.com, Orcid: 0000-0002-7425-2556

³ Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Ana Bilim Dalı, mtuzgoldost@gmail.com, Orcid: 0000-0001-7852-6633

Makale Türü: Araştırma Makalesi – Geliş Tarihi:21.07.2023 – Kabul Tarihi: 19.12.2023

DOI:10.17755/esosder.1330886

Atıf için: *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 2024;23(89):213-235

Etik Kurul İzni: Hacettepe Üniversitesi Senatosu Etik Komisyonu’nun 05.03.2021 tarih ve E-51944218-300-00001483656 sayılı yazısı ile etik açıdan uygun görülmüştür.

Bu çalışma Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 (CC BY-NC 4.0) kapsamında açık erişimli bir makaledir.



This work is an open access article under [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0).

1. Giriş

Dijital çağın başlaması ile beraber teknolojiye önemli birtakım değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişikliklerden biri geleneksel medyanın giderek popülerliğini yitirmesidir. Öte yandan kullanıcılarına iletişim kurma, içerik paylaşımında bulunma ve kendi gerçekliklerini yaratma imkânı veren sosyal medya araçlarının kullanımı giderek yaygınlaşmış ve yaygınlaşmaya devam etmektedir (Tikkanen vd., 2009; Treadway ve Smith, 2012). Bu bilgiyi doğrulayacak biçimde Türkiye İstatistik Kurumu'nun yürüttüğü Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 16-74 yaş aralığında yer alan bireylerin interneti kullanma oranlarının 2021 yılında %82.6 olduğunu, 2022 yılında ise %85'e yükseldiğini göstermektedir. Buna ek olarak yine 16-74 yaş aralığındaki yetişkinlerin %84.9'unun çeşitli sosyal medya platformlarında mesajlaşmak ve içerik paylaşımında bulunmak üzere internet kullanımını tercih ettiği görülmektedir (TÜİK, 2022; TÜİK, 2023a). Söz konusu veriler internet kullanıcılarının büyük bir kısmının interneti sosyal medya araçlarına erişim sağlamak amacıyla kullandığını göstermektedir. Benzer olarak "We Are Social Dijital Ajansı"nın 2023 yılında yayınladığı rapora göre toplam dünya nüfusunun %62.5'lik kısmının internet kullanıcısı olduğu ve bu kullanıcıların %92.61'lik kısmının internet erişimini mobil cihazlar aracılığıyla sağladığı görülmektedir. Yine aynı rapora göre Türkiye'de toplam nüfusun %83.4'ü internet kullanıcısıyken bu kullanıcıların %94.3'ü internete mobil cihazları kullanarak bağlanmaktadır. Raporda dikkat çeken verilerden bir diğeri de Türkiye'de 16-64 yaş aralığında bulunan bireylerin bir günde ortalama 2 saat 54 dakikalarını sosyal medyada geçirmesidir. Dünya genelinde ise sosyal medyada geçirilen ortalama sürenin 2 saat 31 dakika olduğu görülmektedir. Ayrıca Türkiye'de nüfusun %73.1'lik kısmı sosyal medyayı aktif biçimde kullanırken aynı oran dünya geneli için %59.4'dir (We Are Social, 2023). İlgili araştırmalar bağlamında, sosyal medya platformlarının gerek dünya gerek Türkiye'de yıldan yıla daha fazla sayıda kullanıcıya ulaşarak günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldiği açıktır. Ayrıca Türkiye'de internet ve sosyal medya kullanım süreleri dünya ortalamasından yüksek seyretmektedir.

Üniversite öğrencileri de sosyal medya kullanımını çok çeşitli nedenlerle tercih eden bir gruptur. Sosyal medya öğrencilere bireysel ve toplumsal açıdan; yeni insanlarla tanışma, arkadaşlık ilişkilerini sürdürme, ortak amaçlara sahip kişilerle topluluk oluşturma, toplumu ilgilendiren güncel olayları takip etme ya da bu bilgileri belirli bir kitleye ulaştırma; eğitsel açıdan çeşitli kaynaklara erişim sağlama, var olan bilgilerini güncel çalışmalarını takip ederek geliştirme, yeni öğrenme yollarını keşfetme imkânı sağlamaktadır (Akram ve Kumar, 2017; Siddiqui ve Singh, 2016). Bu nedenler üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının artmasına yol açmakta olup bu durum sosyal medya bağımlılığı kavramını incelemeye değer kılmaktadır (Al-Menayes, 2015; Dhir vd. 2018). Sosyal medya bağımlılığının önemli risk faktörlerinden bir tanesinin kullanıcıların yaşı olduğu düşünülmektedir (Blackwell, 2017). Günümüz üniversite öğrencilerinin dünyaya geldikleri andan bu yana teknoloji ile iç içe olmaları nedeniyle internet ve sosyal medyanın özelliklerini içselleştirmiş oldukları tahmin edilmektedir (Prensky, 2011). Bu doğrultuda teknoloji çağına uyum sağlamak üzere çaba sarf etmesi gereken kendilerinden yaşça büyük bireylerle karşılaştırıldığında genç yaşta bireyler, sosyal medya kullanım süre ve biçimlerini daha nadiren problemlili görmektedir (Griffiths ve Kuss, 2017). Öte yandan 16-88 yaş aralığında yer alan 23.532 yetişkinin katılımı ile yürütülen çalışmada bireylerin yaşı küçüldükçe sosyal medya bağımlılık düzeylerinin arttığı ortaya konmuştur (Andreassen vd., 2017). 2022 yılı itibariyle Türkiye'de genç nüfusun ülkenin %15.2'lük kısmını temsil ettiği ve bu genç nüfusun %70.3'lük kısmının 18-24 yaş aralığında yer alan bireylerden oluştuğu değerlendirildiğinde (TÜİK, 2023b) sosyal medya bağımlılığı kavramının üniversite öğrencileri açısından incelenmesinin önem teşkil ettiği düşünülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı kavramı risk faktörleri açısından incelenirken "İlgili davranışın devam ettirilmesi hangi ihtiyaç ya da ihtiyaçlardan kaynaklanmaktadır?" sorusuna

yanıt aramanın önemli olduğu düşünülmektedir. Cüceloğlu (2021) insan davranışlarını harekete geçirici gücün bir veya birden çok güdüden kaynaklandığını dolayısıyla insan davranışlarının anlamlandırabilmesi için güdülenme sürecinin incelenmesi gerektiğini belirtmektedir. Eylemlere yön veren güdülerin temelinde ise ihtiyaç kavramının yer aldığı bilinmektedir. Uzun yıllardır evrensel nitelikteki temel ortak ihtiyaçları belirlemek amacıyla çalışmalarını sürdüren Deci ve Ryan tarafından öz-belirleme kuramı geliştirilmiştir (Ormrod, 2022). Bu kurama göre bireylerin iyi oluşu çevrelerinde yer alan insanlara ve yaşama karşı bağlılık hissedebilmeleri ancak temel ihtiyaçların karşılanması ile mümkündür (Chang vd., 2015; Patrick vd., 2007). Temel ihtiyaçların karşılanmadığı ya da karşılanmalarının engellendiği durumlarda bireyler kaygı, stres, öfke gibi duyguları yoğun bir biçimde deneyimlemektedir (Ryan ve Deci, 2000a). Söz konusu duygulardan uzaklaşma isteği ise telafi edici davranışların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Gao, 2021). Bireylerin günlük yaşam deneyimlerini çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla sanal ortamlara taşıyabilmesi kişilere hem gerçek dünyada karşılayamadıkları ihtiyaçlarını telafi edebilecekleri bir ortam sunmakta hem de ihtiyaçların karşılanamamasından kaynaklanan duygulardan uzaklaşmalarını sağlamaktadır. Böylelikle sosyal medya temel psikolojik ihtiyaç doyumu düşük düzeyde olan bireyler için çekici hale gelmektedir (Cevher ve Ustakara, 2019; Masur vd., 2014). Bu doğrultuda sosyal medya kullanımı ile temel psikolojik ihtiyaçların doyumunun sağlanmaya çalışılmasının sosyal medya bağımlılığı riskini artırabileceği değerlendirilmektedir (Masur vd., 2014).

Diğer yandan, bireylerin sosyal medya kullanımları kişilik özelliklerine göre de farklılaşabilmektedir. Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olabileceği düşünülen birçok kişilik özelliği bulunmaktadır. Bunlardan biri de utangaçlıktır (Enok-Joel ve Vijayalakshmi, 2020). Utangaçlık, bireylerin diğerleri ile anlamlı ilişkiler kurması ya da var olan ilişkilerini sürdürmesini zorlaştırmaktadır (Zimbardo, 1986). Sosyal ortamlara girmeleri gereken durumlarda sıklıkla kaçınma davranışları sergilemeleri utangaç bireylerin yakın ilişkiler kurmak istemedikleri biçiminde anlaşılabilir. Ancak gerçekleştirilen araştırmalar utangaç olmayan bireylerle benzer biçimde utangaç bireylerin de diğer insanlarla etkileşim kurma ve sosyalleşme isteği olduğunu göstermektedir (Baker ve Oswald, 2010). Utangaç bireylerin, internet ortamında gündelik yaşam deneyimlerinin aksine çok daha kolay biçimde iletişim kurabildiği bilinmektedir (Henderson vd., 2010). Sosyal medyada çeşitli durumlar karşısında anlık tepki verme gerekliliğinin olmaması, kişisel bilgi paylaşımında bulunmadan varlık gösterilebilmesi gibi özellikler utangaç bireyleri sosyal medya kullanımına motive etmektedir (Hammick ve Lee, 2014; Young 1996.). Facebook özelinde yürütülen bir araştırma, utangaç bireylerin diğerlerine oranla Facebook kullanım sürelerinin daha uzun ve Facebook'a yönelik geliştirdikleri tutumun ise daha olumlu olduğunu göstermiştir (Orr vd., 2009). Söz edilmekte olan bilgiler doğrultusunda günlük yaşamlarında sosyalleşmekte zorlanan utangaç bireylerin diğer insanlarla etkileşim kurmalarını kolaylaştıracak özellikler taşıyan sosyal medya platformlarında geçirdikleri sürenin yüksek olabileceği düşünülmektedir.

Son yıllarda alanyazında internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı gibi davranışsal bağımlılıklar başlığı altında yer alan kavramlarla ilgili gerçekleştirilen araştırmaların sayısında bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Öte yandan Türkiye'de sosyal medya platformlarına yönelik geliştirilen davranışsal bağımlılığın temel psikolojik ihtiyaçlar açısından incelendiği çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Kürker (2021) üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdiği araştırmada sosyal medya bağımlılığının temel psikolojik ihtiyaçlar ile akademik erteleme arasındaki ilişkide aracı rolünü incelemiştir. Daha önce vurgulandığı üzere bireylerin gündelik yaşamda temel psikolojik ihtiyaçlarını uygun biçimde karşılayamaması kişinin iyi oluşunu etkilemekte ve ihtiyaçlarını gidermek üzere alternatif yollar aramaya itmektedir. Söz konusu ihtiyaçların çeşitli sosyal medya platformlarında doyurulmaya çalışılması ise sosyal medya bağımlılığı ile sonuçlanabilmektedir. Bu doğrultuda sosyal medya

bağımlılığının temel psikolojik ihtiyaçların doyumu bağlamında incelenmesinin ilgili davranışsal bağımlılığın gelişmesinin motivasyonel açıdan anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığının yaygınlığı göz önünde bulundurulduğunda sosyal medya bağımlılığının önlenmesi ve müdahale edilebilmesi için bağımlılığın nedenlerinin iyi anlaşılması önem arz etmektedir. Bu bağlamda alanyazın incelendiğinde çeşitli kişilik türlerinin teknoloji bağımlılıkları ile ilişkisinin sıklıkla araştırıldığı görülmektedir. Kişiliğin tutarlı yapısı, bireylerin belirli durumlarda benzerlik gösterecek biçimde davrandıkları anlamına gelmektedir (Burger, 2006). Bu yanı ile kişilik, bireylerin belirli koşullar altında nasıl davranabileceğinin öngörülmesine olanak tanımaktadır (Magnavita, 2016). Sosyal medya bağımlılığının karanlık üçlü, beş faktör ve narsistik kişilik özellikleri ile ilişkisini inceleyen pek çok araştırma bulunmaktadır (Andreassen vd., 2017; Balcerowska vd., 2020; Casale ve Banchi, 2020; Hussain vd., 2021; Malik ve Khan, 2015; Tang vd., 2016; Wang vd., 2015). Alanyazında utangaçlık kavramı ile sıklıkla karıştırılan sosyal fobi ve sosyal kaygı kavramlarının sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisini inceleyen araştırmalara da rastlanmaktadır (Chen vd., 2020; Dempsey vd., 2019; Foroughi vd., 2019; Lee-Won vd., 2015). Öte yandan sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığı, akıllı telefon bağımlılığı gibi teknoloji bağımlılıkları ile utangaçlık arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmaların sayısı yetersizdir (Aktaş ve Yılmaz, 2017; Bian ve Leung, 2014; Öztürk ve Özmen-Kaymak, 2011, Satici, 2019). Bu doğrultuda incelenen değişkenler ile ilgili elde edilen sonuçlar üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşürülmesine yönelik önleyici ve müdahale edici çalışmaların planlanmasında yol gösterici olabilir.

Belirtilen nedenler doğrultusunda mevcut araştırmanın amacı çeşitli demografik özelliklere (cinsiyet, anne-baba eğitim düzeyi) ve günlük sosyal medya kullanım süresine göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığının; temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlığın sosyal medya bağımlılığını yordayıp yordamadığının incelenmesi olarak belirlenmiştir. Gerçekleştirilen araştırmadan edinilen sonuçların her geçen gün artan sosyal medya kullanımının nedenlerini anlama ve bağımlılığı önleyici ve müdahale edici çalışmaların planlanması noktasında katkı sağlayıcı olacağı düşünülmektedir. Aşağıda araştırmanın amacı ve alt problemlerine yer verilmiştir.

1. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri bazı demografik değişkenlere (cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi, günlük sosyal medya kullanım süresi) göre anlamlı biçimde farklılaşmakta mıdır?

2. Üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının (özerklik, yeterlik, ilişki) doyum düzeyi ve utangaçlık düzeyleri sosyal medya bağımlılık düzeylerini anlamlı bir biçimde yordamakta mıdır?

2. Yöntem

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaç doyumu ve utangaçlık düzeylerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini yordama gücü incelenmiştir. Ayrıca öğrencilerin cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi ve günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre gruplar arasında farklılık gözlenip gözlenmediği ele alınmıştır. Araştırma amacı doğrultusunda, nicel yöntem ile ilişki tarama modeline uygun olarak tasarlanmıştır. İlişki tarama modeli, iki veya daha fazla sayıdaki değişkenin aynı anda değişim gösterip göstermediğini ve mevcut değişimin derecesinin belirlenmesini amaçlayan araştırma modeli olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 2012).

İşlem

Öncelikli olarak Hacettepe Üniversitesi Senatosu Etik Komisyonundan etik komisyon izni alınmıştır (05.03.2021 tarihli ve E51944218-300-00001483656 sayılı). Etik iznin alınmasının ardından araştırma verileri 2020-2021 Eğitim-Öğretim Yılı içerisinde Mayıs ve Haziran aylarında toplanmıştır. Araştırma verilerinin COVID-19 salgınından kaynaklanan sağlık tehdidi sebebiyle çevrim içi olarak toplanmasına karar verilmiştir. Araştırmada kullanılan form ve ölçek maddelerini içeren link “Google Formlar” aracılığıyla oluşturulmuştur. İlgili linkte araştırmanın amacına, katılımın gönüllülük esasına dayandığına, katılımcıların çalışmadan ayrılma hakkına sahip olduklarına, araştırma verilerinin sadece bilimsel amaçlarla kullanılabilmesine dair detaylı bir açıklamaya yer verilmiştir. Araştırmaya katılmak için öğrencilerden “Gerçekleştirilen çalışmaya gönüllü biçimde katılıyorum” ifadesini cevaplayarak katılım durumlarını beyan etmeleri istenmiştir. Oluşturulan formun bağlantı adresi İzmir ve Ankara’daki bir üniversitede okumakta olan öğrencilerin yer aldığı WhatsApp gruplarında paylaşılmıştır.

Araştırma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubu, 2020-2021 Eğitim-Öğretim Yılı Bahar Dönemi’nde Ankara ve İzmir illerinde bulunan çeşitli devlet ve özel üniversitelerinde öğrenimini sürdüren 552 lisans öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırmanın yürütüldüğü dönemde COVID-19 pandemisi nedeniyle üniversitelerde yüz yüze eğitime ara verilmiştir. Bu nedenle araştırma verileri çevrim içi şekilde toplanmıştır. Araştırmanın çalışma grubu uygun örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Uygun örnekleme yöntemi, yürütülen çalışmanın veri toplama sürecine mevcut durumda kolaylıkla ulaşılabilecek bireylerin katılım göstermesi olarak tanımlanmaktadır (Cohen vd., 2007). Araştırmada regresyon analizi uygulanmasına karar verilmiş olup ilgili analizin kullanılabilmesi için araştırma grubu büyüklüğünün en az $N \geq 50+8m$ olması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu doğrultuda veri toplama sürecinde toplam 552 lisans öğrencisine ilgili form ve ölçekler uygulanmıştır. Veri toplama sürecinin ardından söz konusu veri toplama araçlarına verilen yanıtların her biri kontrol edilmiştir. Araştırmaya gönüllü biçimde katıldığını beyan etmeyen, ölçek maddelerini aynı ve/veya ritmik biçimde yanıtlayan, araştırmanın yürütüldüğü şehirlerin dışından formu yanıtlayan 20 kişinin vermiş olduğu cevaplar veri analizi aşamasına geçilmeden veri setinden çıkarılmıştır. Nihai olarak araştırma 532 üniversite öğrencisinden toplanan veriler kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların 393’ü kadın (%73.87) ve 139’u erkek (%26.12) öğrencilerden oluşmaktadır. Kişisel bilgi formu doğrultusunda öğrencilerin demografik özellikleri incelendiğinde araştırma grubunun büyük çoğunluğunun 1. sınıf öğrencisi (%35.71) ve 20 yaşında (%24.81) olduğu, anne eğitim düzeylerinin ilkökul mezunu (%36.01), baba eğitim düzeylerinin ise lise mezunu (%27.06) olduğu görülmüştür.

Veri Toplama Araçları

Kişisel Bilgi Formu: Kişisel bilgi formu çalışmaya katılan bireylerin yaşları, üniversite sınıf düzeyleri, cinsiyetleri, anne ve babalarının eğitim düzeyleri ve sosyal medyayı günlük kullanım süreleri hakkında bilgi edinmek üzere araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini tespit etmesi amacıyla Şahin ve Yağcı tarafından geliştirilmiştir (Şahin ve Yağcı, 2017). Ölçek, sanal tolerans ve sanal iletişim olmak üzere toplam 2 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek sanal tolerans alt boyutunda 11, sanal iletişim alt boyutunda 9 olmak üzere toplam 20 sorudan oluşmaktadır. Ölçek maddelerinden 2 tanesi ters puanlanmaktadır. Ölçekte yer alan maddeler 5’li likert tipine uygun biçimde hazırlanmıştır. Ölçek maddelerine verilebilecek en yüksek puan ilgili maddede yer alan ifadenin kişiye çok uygun olduğunu; verilebilecek en düşük puan ise ilgili maddede yer alan ifadenin kişiye hiç uygun olmadığını

ifade etmektedir. Bu doğrultuda alınabilecek puanlar ölçeğin toplamı için 20-100 aralığında değişkenlik göstermektedir. Ölçekten alınan puanın yükselmesi kişinin sosyal medya bağımlılık düzeyinin yükseldiğini ifade etmektedir. Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ölçek toplam puanı için .94, sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutları için sırasıyla .92 ve .91'dir. Bu çalışmada yapılan hesaplamalar sonucunda Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ölçek maddelerinin tamamı için .87, sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutları için sırasıyla .82 ve .82 olarak elde edilmiştir.

İhtiyaç Doyumu Ölçeği (İDÖ): Deci ve Ryan tarafından bireylerin psikolojik ihtiyaçlarının doyumunu tespit etmesi amacıyla geliştirilmiştir (Deci ve Ryan, 1991). Ölçme aracının Türkçeye uyarlanması Bacanlı ve Cihangir-Çankaya tarafından gerçekleştirilmiştir (Bacanlı ve Çankaya, 2003). Ölçek özerklik, yeterlik ve ilişki ihtiyacı olmak üzere 3 alt boyut ve 21 maddeden oluşmaktadır. Ölçme aracında özerklik ve yeterlik ihtiyacı için 6; ilişki ihtiyacı için ise 9 madde bulunmaktadır, her bir alt boyutta 3 toplamda 9 madde ters puanlanmaktadır. Ölçek 7'li likert tipinde hazırlanmıştır. Ölçek maddelerine verilebilecek en yüksek puan ilgili maddede yer alan ifadenin kişi için çok doğru olduğu; verilebilecek en düşük puan ise ilgili maddede yer alan ifadenin kişi için hiç doğru olmadığı anlamına gelmektedir. Ölçeğin tümü için 21-147, özerklik alt boyutu için 7-49, yeterlik alt boyutu toplam puanı 6-42 ve ilişki alt boyutu toplam puanı 9-63 aralığında puan elde edilebilmektedir. Ölçek toplam puanın ve/veya her bir alt boyut için alınan puanın yüksek olması ihtiyaç doyumunun yüksek biçimde sağlandığı anlamına gelmektedir. Orjinal ölçeğin iç tutarlılığı belirlemek üzere yapılan hesaplamada Cronbach Alfa katsayısı ölçek toplam puanı için .83 olarak bulunmuştur. Ölçeğin özerklik alt boyutu iç tutarlık katsayısı .71, yeterlik alt boyutu iç tutarlık katsayısı .60 ve ilişki alt boyutu iç tutarlık katsayısı .74'tür. Bu araştırma kapsamında yapılan hesaplamada ise iç tutarlılık katsayısının ölçek maddelerinin tamamı için .86, özerklik alt boyutu için .75, yeterlik alt boyutu için .70 ve ilişki alt boyutu için .77 olduğu saptanmıştır.

Utangaçlık Ölçeği: Cheek tarafından bireylerin utangaçlık düzeylerinin tespit edilmesi amacıyla geliştirilmiştir (Akt. Güngör, 2001). Ölçeğin Türkçe'ye uyarlama çalışması Güngör tarafından gerçekleştirilmiştir (Güngör, 2001). İlgili ölçeğin orjinal formunda 13 madde bulunurken uyarlama çalışmasının ardından madde sayısı 20'ye yükseltilmiştir. Katılımcıların ölçek maddelerini 5'li likert tipinde yanıtlamaları beklenmektedir. Ölçek maddelerine verilebilecek en yüksek puan maddede yer alan ifadenin kişiye çok uygun olduğu; verilebilecek en düşük puan ise maddede yer alan ifadenin kişiye hiç uygun olmadığı anlamına gelmektedir. Ölçek toplamından alınabilecek puan 20-100 aralığında değişmektedir. Ölçek madde toplam puanının yükselmesi utangaçlık düzeyinin yükselmesi anlamına gelmektedir. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı .91 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada ise ilgili ölçeğin güvenilirliği Cronbach alfa katsayısı hesaplanarak .93 olarak belirlenmiştir.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada araştırma verilerinin analizi SPSS 22 istatistik paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet arasındaki ilişki bağımsız gruplar t testi; anne baba eğitim düzeyi, günlük sosyal medya kullanım süresi arasındaki ilişki tek yönlü varyans analizi (ANOVA); psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlığın sosyal medya bağımlılığı üzerindeki yordayıcı etkisi ise çoklu doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir. Veri setinin istatistiksel analizinde çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılabilmesi için gerekli varsayımların karşılanma durumu incelenmiştir.

Araştırma verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğine çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek karar verilmiştir. Bir dağılımın normallik varsayımını karşılayabilmesi için çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1, +1 aralığında yer alması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu çalışmada gerçekleştirilen analiz sonucunda tüm değerler için çarpıklık ve

basıklık değerlerinin ilgili aralıkta olduğu ortaya konmuştur. Söz konusu grafiklerde de uç değer olmadığı görülmüştür. Değişkenlere ilişkin bulgular Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Ölçeklere ilişkin betimsel istatistikler

Boyutlar	Min.	Max.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
SMB-Sanal Tolerans	12.00	55.00	32.27	8.06	.09	-.33
SMB-Sanal İletişim	9.00	39.00	21.49	6.14	.31	-.13
SMB-Toplam	21.00	91.00	53.76	12.64	.17	-.22
İDÖ-Yeterlik	9.00	42.00	27.56	6.25	-.09	-.12
İDÖ-Özerklik	8.00	42.00	28.14	6.63	-.28	-.16
İDÖ-İlişki	17.00	63.00	45.57	7.92	-.28	-.11
İDÖ-Toplam	42.00	143.00	101.27	17.35	-.14	-.18
Utangaçlık	22.00	97.00	55.75	17.83	.24	-.72

Çoklu doğrusal regresyon analizinin kullanılabilmesi için diğer bir varsayım olan çok yönlü uç değişken kontrolü Mahalanobis uzaklık değeri hesaplanarak incelenmiştir. İlgili değer $p = .0001$ ’den küçük ise uç değer olarak nitelendirilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Araştırma verileri üzerinde gerçekleştirilen hesaplamalar neticesinde $p = .0001$ ’den küçük uzaklık değeri ile karşılaşılmağıdır. Bunun yanı sıra regresyon analizinin uygulanabilmesi için araştırmanın bağımsız değişkenleri arasında hesaplanan korelasyon katsayısının .80’den büyük olmaması gerekmektedir (Berry vd., 1985). Bu doğrultuda ilgili değişkenler arasındaki ilişki Pearson Korelasyon Analizi kullanılarak incelenmiş, varsayımın karşılandığı görülmüştür.

Tablo 2. Ölçek puanları arasındaki Pearson korelasyon analizi sonuçları

	Ort.	Ss	1	2	3	4	5
SMB	53.76	12.64	1				
İDÖ-Yeterlik	27.56	6.25	-.250*	1			
İDÖ-Özerklik	28.14	6.63	-.346*	.619*	1		
İDÖ-İlişki	45.57	7.92	-.152*	.525*	.497*	1	
Utangaçlık	55.75	17.83	.266*	-.487*	-.466*	-.465*	1

Not:SMB: Sosyal Medya Bağımlılığı * $p < .01$

Çoklu bağlantılılık varsayımı VIF, tolerans değerleri ve koşul indeksi hesaplanarak incelenmiştir. Çoklu bağlantılılık probleminin olmadığı kabul edilebilmesi için VIF değerinin 10’den küçük olması, tolerans değerinin .10’den büyük olması, koşul indeksinin ise 30’den büyük olması gerekmektedir (Foroughi vd., 2019). Bu bağlamda araştırma değişkenleri arasında çoklu bağlantılılık bulunmadığı görülmüştür. Bir diğer varsayım ise hataların bağımsızlığıdır. İlgili varsayımın karşılanma durumuna Durbin-Watson katsayısı incelenerek karar verilmekte olup bu katsayısının 1.5-2.5 aralığında değer alması beklenmektedir (Foroughi vd., 2019). Bu çalışmada gerçekleştirilen hesaplamalar doğrultusunda Durbin-Watson katsayısı 1.836 olarak bulunmuş böylelikle hataların bağımsızlığı ortaya konmuştur.

3. Bulgular

Gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin cinsiyetine göre sosyal medya bağımlılık puan ortalamalarının farklılaşma durumu bağımsız gruplar t testi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Cinsiyet değişkenine ilişkin bulgular Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Cinsiyet değişkenine ilişkin bağımsız gruplar t testi sonuçları

	N	Ort.	Ss	t	SD	p
Erkek	139	51.91	12.29	-2.013	530	.045*
Kadın	393	54.41	12.71			

Not: * $p < .05$.

Tablo 3'teki değerler incelendiğinde erkek üniversite öğrencilerinin SMBÖ-YF'dan aldıkları puanların ortalamasının 51.91, standart sapmasının 12.29; kadın üniversite öğrencilerinin SMBÖ-YF'dan aldıkları puanların ortalamasının 54.51, standart sapmasının 12.71 olduğu görülmektedir. Kadın öğrencilerin sosyal medyaya bağımlılık puanları erkek öğrencilere göre daha yüksektir. Puan ortalamaları arasındaki sayısal farkın istatistiksel olarak anlamlılığını test etmek üzere t-testi kullanılmış, aradaki farkın istatistiksel açıdan anlamlı olduğu ortaya konmuştur $t(530) = -2.013$, $p < .05$.

Gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin anne eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılık puan ortalamalarının farklılaşma durumu tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Anne eğitim düzeyi değişkenine ilişkin bulgular Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Anne eğitim düzeyi değişkenine ilişkin ANOVA sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	709.514	4	177.378	1.112	.350
Gruplar içi	84098.719	527	159.580		
Toplam	84808.233	531			

Kişisel bilgi formu'nda anne-baba eğitim düzeyi değişkeni 9 başlık altında ele alınmıştır. Fakat veri analizinde anne eğitim düzeyini okur yazar değil, okur yazar, ön lisans, yüksek lisans ve doktora mezunu olarak belirten öğrencilerin sayısının belirtilen kategorilerin her biri için 30'dan az olduğu görülmüştür. Bu nedenle anne eğitim düzeyi değişkenin altında yer alan okur yazar değil ve okur yazar tek bir kategoride; lisans, yüksek lisans ve doktora mezuniyet kademeleri ayrı bir kategoride birleştirilmiştir. Sonuç olarak ilkökul mezuniyeti, ortaokul mezuniyeti ve lise mezuniyeti ile birlikte anne eğitim düzeyi değişkeni 5 kategoride ele alınmıştır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen ANOVA sonucunda öğrencilerin SMBÖ-YF'dan aldıkları puanların anne eğitim düzeylerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermediği bulunmuştur, $F(4, 527) = 1.112$, $p > .05$.

Gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin baba eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılık puan ortalamalarının farklılaşma durumu tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Baba eğitim düzeyi değişkenine ilişkin bulgular Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Baba eğitim düzeyi değişkenine ilişkin ANOVA sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	798.945	3	266.315	1.674	.172
Gruplar içi	84009.288	528	159.109		
Toplam	84808.233	531			

Kişisel bilgi formunda anne eğitim düzeyi ile benzer olarak baba eğitim düzeyi değişkeni de 9 başlık altında ele alınmıştır. Fakat veri analizinde baba eğitim düzeyini okur yazar değil, okur yazar, ön lisans, yüksek lisans ve doktora mezunu olarak bildiren öğrencilerin sayısının belirtilen kategorilerin her biri için 30'dan az olduğu görülmüştür. Bu nedenle baba eğitim düzeyi değişkeninin altında yer alan okur yazar değil, okur yazar ve ilkökul mezuniyet kademeleri tek bir kategoride; lisans, yüksek lisans ve doktora mezuniyet kademeleri ayrı bir kategoride birleştirilmiştir. Sonuç olarak ortaokul mezuniyeti ve lise mezuniyeti ile birlikte baba eğitim düzeyi değişkeni 4 kategoride ele alınmıştır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen ANOVA sonucunda öğrencilerin SMBÖ-YF'dan aldıkları puanların baba eğitim düzeylerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermediği bulunmuştur, $F(3, 528) = 0.172, p > .05$.

Gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre sosyal medya bağımlılık puan ortalamalarının farklılaşma durumu tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Sosyal medya kullanım süresi değişkenine ilişkin bulgular Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Sosyal medya kullanım süresine ilişkin ANOVA sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	23715.162	3	7905.05	68.32	.00
Gruplar içi	61093.071	528	115.70		
Toplam	84808.233	531			

Kişisel bilgi formunda öğrencilerin günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni 5 kategori altında incelenmiştir. Sosyal medyayı 7 saatten fazla kullandığını belirten öğrencilerin sayısının 30'dan az olduğu görülmüştür. Bu bağlamda günlük sosyal medyayı kullanım süresi değişkeni 1 saatten az, 1-3 saat arası, 3-5 saat arası, 5 saat ve üzeri olmak üzere 4 kategori altında ele alınmıştır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen ANOVA sonucunda öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puan ortalamalarının günlük sosyal medya kullanım süresi göre anlamlı biçimde farklılık gösterdiği bulunmuştur, $F(3, 528) = 68,32, p < .05$

Sosyal medya kullanım süresi açısından sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarındaki farklılaşmanın hangi gruplardan kaynaklandığı çoklu karşılaştırma (post-hoc) analiz yöntemi ile test edilmiştir. Kullanım süresi açısından kategorilerde yer alan kişi sayılarının birbirine yakın olmaması nedeniyle analizde Games-Howell çoklu karşılaştırma yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen bilgilere ilişkin bulgular Tablo-7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Games-Howell Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Kullanım Süresi	Kullanım Süresi	Ortalamalar Farkı	p
1 saatten az	1-3 saat arası	-7.66347	.000*
	3-5 saat arası	-16.09249	.000 *
	5 saat ve üzeri	-22.51798	.000 *
1-3 saat arası	1 saatten az	7.66347	.000 *
	3-5 saat arası	-8.42902	.000 *
	5 saat ve üzeri	-14.85450	.000 *
3-5 saat arası	1 saatten az	16.09249	.000 *
	1-3 saat arası	8.42902	.005 *
	5 saat ve üzeri	-6.42548	.000 *
5 saat ve üzeri	1 saatten az	22.51798	.000 *
	1-3 saat arası	14.85450	.000 *
	3-5 saat arası	6.42548	.000 *

Not: * p <.05.

Tablo 7’de sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları açısından bütün gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (p<.05). Sosyal medyayı 5 saat ve üzeri süreli kullanan öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarının en yüksek olduğu söylenebilir. Sosyal medya kullanım süresi arttıkça SMBÖ-YF’den alınan puan artmaktadır.

Gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin ihtiyaç doyumu ve utangaçlık düzeylerinin sosyal medya bağımlılık puan ortalamalarını yordayıcılığı çoklu doğrusal regresyon yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlık değişkenlerine ilişkin bulgular Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8. Sosyal medya bağımlılık puanlarının yordanmasına ilişkin regresyon analizi sonuçları

	B	Standart Hata	β	t	p	Tolerans	VIF
Sabit	59,717	5,06		11,803	.000		
Yeterlik	-.078	.112	-.039	-.695	.488	.53	1.888
Özerklik	-.562	.103	-.295	-5.438	.000	.557	1.795
İlişki	.13	.081	.084	1.659	.098	.639	1.565
Utangaçlık	106	.035	.149	3.042	.002	.679	1.472
F(4,527) = 21,19		p < 0,001	R2 = 0,139	Düzeltilmiş R2 = 0,132			

Tablo 8'e göre İDÖ ve UÖ'den alınan puanların SMBÖ-YF'dan alınan puanlar üzerindeki etkisine dair kurulan çoklu doğrusal regresyon istatistiksel açıdan anlamlıdır, $F(4, 527) = 21.196$, $p < .001$. Tabloda belirtilen R^2 değeri ise araştırmada yer alan bağımlı değişkenin ne kadarlık bir kısmının bağımsız değişken tarafından açıklanabileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda SMBÖ-YF'dan alınan puanların %13.9'u İDÖ ve UÖ'den alınan puanlar ile açıklanabilmektedir. Kurulan modelde İDÖ'nin alt boyutlarından özerklik ihtiyacı ($B = -0.562$, $t = -5.438$, $p < .001$) ve UÖ'den alınan puanlar ($B = 0.106$, $t = 3.042$, $p < .01$) öğrencilerin SMBÖ-YF'dan aldıkları puanları anlamlı bir biçimde yordamaktadır. SMBÖ-YF'dan alınan puanları İDÖ özerklik ihtiyacı alt boyutundan alınan puanlar negatif, UÖ'den alınan puanlar ise pozitif yönde etkilemektedir. Tabloda yer verilen standartlaştırılmış β katsayısı, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkileri açısından önem sıralarını göstermektedir. Bu doğrultuda UÖ'den alınan puanlarla karşılaştırıldığında İDÖ özerklik alt boyutundan alınan puanlar, SMBÖ-YF'dan alınan puanları daha yüksek düzeyde etkilemektedir. İDÖ yeterlik ve ilişki ihtiyacı alt boyutlarının ise SMBÖ-YF'dan alınan puanlar üzerinde anlamlı bir yordayıcı etkisi bulunamamıştır ($p > .05$).

4. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet, anne-baba eğitim düzeyi ve günlük sosyal medya kullanım süresine göre farklılaşma durumu incelenmiştir. Ayrıca temel psikolojik ihtiyaçların ve utangaçlığın sosyal medya bağımlılığını yordayıp yordamadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu ve öğrencilerin günlük sosyal medya kullanım süresi uzadıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin arttığını ortaya konmuştur. Öğrencilerin anne ve babalarının eğitim düzeylerine göre ise sosyal medya bağımlılık düzeylerinde anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Temel psikolojik ihtiyaçlardan özerklik ihtiyacının sosyal medya bağımlılığını anlamlı ve negatif yönde yordadığı tespit edilmiştir. Yeterlik ve ilişki ihtiyacının ise sosyal medya bağımlılığını anlamlı bir biçimde yordamadığı tespit edilmiştir. Son olarak utangaçlığın sosyal medya bağımlılığının anlamlı ve pozitif yönde yordayıcısı olduğu görülmüştür.

Mevcut çalışmada kadın üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin erkek öğrencilere göre anlamlı olarak daha yüksek olduğu bulunmuştur. Alanyazın incelendiğinde çalışmadan elde edilen bu bulgu ile paralellik gösteren araştırma bulgularının olduğu görülmektedir (Chung vd, 2019; Fujimori vd., 2015). Öte yandan cinsiyete göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin anlamlı biçimde farklılaşmadığı (Kuss ve Griffiths, 2017; Marengo vd., 2019) veya kadınlarla karşılaştırıldığında erkeklerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin anlamlı biçimde yüksek olduğu çalışmalara da (Alnjadat vd., 2019; Eladl ve Musawi, 2021) rastlanmıştır. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığına dair gerçekleştirilen araştırma bulgularının cinsiyete göre tutarlı sonuçlar göstermesi çalışmalarda kullanılan ölçme araçları ve örnekleme yöntemlerinin farklılaşması ve karıştırıcı değişken etkisinin yeterli düzeyde kontrol edilememesi olabilir (Kuss ve Griffiths, 2017). Diğer yandan Aparicio-Martínez ve diğerleri (2019) cinsiyet farklılıklarının sosyal medya bağımlılığı üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahip olduğunu ve kadınların sosyal medyaya yönelik bağımlılık geliştirmeye daha yatkın olduklarını vurgulamaktadır. Sosyal medya platformlarında bireyler sürekli olarak her koşulda kusursuz görünen kullanıcıların içeriklerine maruz kalmaktadır. Bu durum ise bireylerin kendi benliklerini diğer kullanıcıların sosyal medyada yarattıkları mükemmel imaj ile karşılaştırmalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda kadınların kendilerini sunma biçimlerini erkeklere oranla daha yüksek düzeyde önemsedikleri bilinmektedir. Kadın kullanıcılar çevrim içi ortamlarda benliklerini yaratılan güzellik algısı çerçevesinde sergilemek üzere fotoğraf paylaşımında bulunma, fotoğraflarını düzenleme, fotoğraflarına çeşitli filtreler uygulama gibi özellikleri daha sık kullanmaktadır (Öztürk vd., 2020). Bu durum kadın üniversite

öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerinin uzaması ile ilişkilendirilebilir. Diğer bir açıdan mevcut çalışmanın veri toplama sürecinin COVID-19 pandemisinin beraberinde getirdiği önlem ve koşullarda gerçekleştirildiği değerlendirildiğinde bütün eğitim kademelerinde uzaktan eğitime geçilmesi üniversite öğrencilerini de kapsayacak biçimde her yaş grubundan öğrencinin evde her zamankinden daha uzun süreler geçirmesine yol açmıştır. Söz konusu bu değişiklik üniversite öğrencilerinin aile yaşamları ve günlük alışkanlıklarını etkilemiştir. Gerçekleştirilen araştırmalar, pandemi koşullarında üniversiteye devam etmekte olan kadın öğrencilerin erkek öğrencilerle karşılaştırıldığında ev yaşamı ile ilgili rutin işlerde sorumluluklarının daha fazla arttığını göstermektedir. Bu doğrultuda kadın öğrenciler hem ev işlerindeki hem de üniversite yaşamlarındaki sorumluluklarını yerine getirmekte erkeklere göre daha çok zorlanmakta daha yüksek düzeyde strese maruz kalmaktadır (Hamaideh vd., 2022). İlgili bağlamda alanyazında, stres düzeyinin yüksek olması ile yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı arasında ilişki olduğunu gösteren çalışma sonuçlarına rastlanmaktadır (Brailovskaia, 2018; He vd., 2020). Diğer bir deyişle pandemi döneminde kadın üniversite öğrencilerinin stres düzeylerinin erkeklere oranla daha yüksek olması sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de artmasına neden olmuş olabilir.

Araştırmada anne-baba eğitim düzeylerine göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde farklılık meydana gelmediği bulunmuştur. Alanyazın incelendiğinde çalışmadan elde edilen bulguların daha önce gerçekleştirilen araştırmalardan elde edilen bulguları desteklediği görülmektedir (Akbaş-Çoşar ve Gedik, 2021; Gürültü, 2016; Teyfur vd., 2017). Ebeveynlerin sosyo-ekonomik düzeyleri eğitim düzeyleri tarafından etkilenmekte ve bireylerin sosyo-ekonomik düzeyi iyileştikçe teknolojik aletlere erişimlerinin kolaylaştığı düşünülmektedir. Ancak Türkiye’de yaşları 16-64 aralığında yer alan bireylerin %97.6’sinin akıllı telefona sahip olduğu bilinmektedir. Yine bu doğrultuda Türkiye nüfusunun %83.4’lük önemli bir kısmı internete erişim sağlayabilmektedir (TÜİK, 2023). Söz konusu verilerden anlaşılacağı üzere Türkiye’de nüfusun çok büyük bir kısmının akıllı telefonu bulunmakta ve internete erişebilmektedir. Buna ek olarak sosyal medya platformlarının büyük çoğunluğunun ücretsiz bir biçimde kullanılabilirdiği de göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin anne baba eğitim düzeyi değişkenine göre farklılık olmaması anlaşılabilir hale gelmektedir.

Sonuçlara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Sosyal medyayı daha uzun süreli kullanan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri daha yüksektir. Alanyazında sosyal medya platformlarını kullanım süresinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir farklılık yarattığını bildiren çalışmalara rastlanmıştır (Balcı ve Baloğlu, 2018; Ergen ve Akacan, 2021; Idubor, 2017). Şimşek ve arkadaşları (2019) tarafından yürütülen araştırmanın sonucunda sosyal medya bağımlılık düzeyi açısından en belirgin farkın sosyal medyayı en kısa ve en uzun süreli kullanan gruplar arasında olduğu görülmektedir. Bu durum araştırmacılar tarafından sosyal medya platformlarında harcanan sürenin uzaması ile kişilerin ilgili platformlara yönelik geliştirdiği bağımlılığın artması ile açıklanmaktadır (Şimşek vd., 2019). Diğer bir deyişle sosyal medyada geçirdikleri sürenin uzaması ile kullanıcılar sosyal medyayı yaşamlarının oldukça önemli bir parçası olarak görmekte ve böylelikle bağımlı hale gelmeleri kolaylaşmaktadır. Öte yandan gerçekleştirilen çalışmanın nedensel bir araştırma olmaması sebebiyle kesin sonuçlara varılamamakta ve bu durum ilerleyen süreçlerde ilgili konuda karma desenli araştırmaların gerçekleştirilmesi ihtiyacını açığa çıkarmaktadır.

Çalışmada öğrencilerin özerklik ihtiyacının karşılanma düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyinin olumsuz yönde yordayıcısı olduğu ortaya konmuştur. Çalışmadan elde edilen bulgular daha önce gerçekleştirilen araştırmaların bulguları ile (Chen vd., 2020; Kürker, 2021) tutarlılık göstermektedir. Temel psikolojik ihtiyaçlar kuramında özerklik, yeterlik ve ilişki ihtiyaçlarından herhangi birinin doyumsuzluğu ihmal edilmesi ya da engellenmesinin

bireylerin psikolojik sağlıklarını olumsuz etkilediği belirtilmektedir (Ryan ve Deci, 2000b). Temel psikolojik ihtiyaç doyum düzeyi düşük olan bireylerin zorlayıcı duyguları daha sık deneyimledikleri de bilinmektedir (Ryan ve Deci, 2000a). Söz konusu zorlayıcı duygulardan uzaklaşma isteği telafi edici davranışların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Ryan ve Deci, 2000a). Bu doğrultuda sosyal medyanın zorlayıcı duygulardan, gündelik yaşam stresinden uzaklaşma imkânı sunarak bireylerin iyi oluşunu olumlu yönde etkileyeceği düşünülse de bu platformların gerçek dünyadan kaçınmak üzere kullanılması bağımlılığa yol açabilmektedir (Gao vd., 2021). Özerklik ihtiyacı kişinin eylemlerini benliği ile uyumlu görmesi ve onaylıyor olması ile ilişkili görülmektedir (Reis vd., 2000). Bu bağlamda sosyal medya platformlarının yer, zaman gibi engellerle karşılaşmadan kolaylıkla kullanılabilir olması ve çeşitli eylemlerin gerçekleştirilebilmesi bireylerin kendilerini gerçek yaşamda olduğundan daha özgür hissetmelerini kolaylaştırıyor olabilir (Chen vd., 2020). Böylelikle sosyal medyanın özerklik ihtiyaç doyumunu düşük olan bireyler için çekici hale geldiği düşünülebilir. Öte yandan bu araştırmada öğrencilerin yeterli ihtiyacının karşılanma düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı biçimde yordamadığı ortaya konmuştur. Yeterlik, bireyin yaşamı üzerinde kendisini etki ve kontrol sahibi hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (Reis vd., 2000). Sosyal medyada paylaşımda bulunarak belirli bir düzeyde etki yaratılabiliyor olması yeterli ihtiyacı düşük düzeyde olan bireylerin telafi edici biçimde sosyal medya kullanımına yönelebileceğini çağrıştırmaktadır. Ancak öte yandan yeterli ihtiyacı doyumunun sosyal ortamlarda diğer kişilerden alınan geri bildirimlerden kolay biçimde etkilendiği bilinmektedir (Satici vd., 2014). Kişisel zevklerini içeren paylaşımlar yaparak etki alanını genişletmek aynı zamanda kişinin günlük yaşamdan farklı biçimde çok daha az kontrol edilebilir geri bildirimler almaları ile sonuçlanabilmektedir. Bu durumun yeterli ihtiyacının karşılanmasını zorlaştırabileceği düşünülmektedir (Satici vd., 2014). Ayrıca araştırma verilerinin öz bildirime dayalı ölçeklerden elde edilmesi nedeniyle bireylerin sosyal medya kullanımlarının doğru bir biçimde değerlendirilmemiş olabileceği ihtimali göz önünde bulundurulmalıdır. Araştırmadan elde edilen bulgulardan bir diğeri öğrencilerin ilişki ihtiyacının karşılanma düzeyinin sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı biçimde yordamadığıdır. Sosyal medya bireylere yeni arkadaşlıklar kurma, var olan arkadaşlıklarını geliştirme, kendini bir sosyal ortama ait hissetme olanağı sağlamaktadır (Zolkepli ve Kamaralzaman, 2015). Bu doğrultuda sıklıkla yalnızlık duygusu hisseden, ilişki ihtiyacı düşük düzeyde karşılanmış bireylerin diğerlerine oranla sosyal medyayı daha sık kullandığı bilinmektedir (Cevher ve Ustakara, 2019). Sosyal medya her ne kadar sosyalleşmeyi kolaylaştıran özellikleriyle ön plana çıkıyor olsa da ilgili platformlarda geliştirilen ilişkilerin kimi zaman oldukça yüzeysel olduğu görülmektedir. Örneğin günlük yaşamdan farklı biçimde birçok kullanıcının sosyal medyada yüzlerce arkadaşı varken söz konusu ilişkiler duygusal derinlikten uzak olabilmektedir (Buffardi ve Campbell, 2008). Diğer bir deyişle gündelik yaşamda anlamlı ve doyurucu ilişkilere sahip olmayan bireyler sosyal medya kullanımına yönelse de bu platformlarda kurulan yüzeysel ilişkiler kişilerin ilişki ihtiyaç doyumunu karşılamayabilmektedir. Bu sebeple ilişki ihtiyaç doyumunun düşük olması kişilerin ilişki ihtiyaç doyumunu sağlamak üzere sosyal medyayı daha sık ve uzun süreli kullanmaya yönelecekleri anlamına gelmeyebilir.

Araştırmada öğrencilerin utangaçlık düzeylerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini olumlu yönde yordadığı tespit edilmiştir. Alanyazın incelendiğinde, bu bulgunun önceki araştırma bulguları ile (Baker ve Oswald, 2010; Iranmanesh vd., 2021; Kulkarni ve Campbell, 2008; Orr vd., 2009) benzerlik gösterdiği görülmektedir. Utangaç bireylerin kendilerine yönelik değerlendirmelerinin genellikle olumsuz olduğu bu nedenle sosyal ortamlarda diğer kişiler tarafından kabul görmeyeceklerine dair bir inanç geliştirdikleri bilinmektedir. Dolayısıyla yer aldıkları sosyal ortamlarda bu inanışlarını doğrulayabilmek adına diğer kişilerin karşılığını çatma, esneme vb. yüz ve beden hareketlerini çok dikkatli biçimde takip edebildikleri bilinmektedir (Rapee, 1998). Bütün bu süreç ise utangaç bireylerin kendilerini sosyal

ortamlardan soyutlamalarına neden olmaktadır (Henderson, 2010). Bu noktada sosyal medyada kullanıcıların paylaşımlarında görsel ya da işitsel ifadelerinin yer alması gerekliliğinin bulunmamasının utangaç bireylerin sosyal medya kullanımını arttırdığı düşünülmektedir (Hammick ve Lee, 2014). Ayrıca gündelik yaşamda bir sosyal ortamda bulunmaya devam etmek için karşılıklı paylaşımda bulunulması gerekliliğinin aksine sosyal medya platformlarında bireyler hiçbir paylaşımda bulunmadan da bu sanal ortamın bir parçası olabilmektedir. Buna ek olarak paylaşım yapmak istedikleri noktada yine fiziksel ortamlardan farklı biçimde sanal ortamlarda bireyler anonim biçimde paylaşımda bulunabilmektedir (Appel ve Gnams, 2019; Saunders ve Chester, 2008). Bu doğrultuda sosyal medya platformlarının ilgili özelliklerinin utangaç bireylerin engellenmişlik duygusu ve alay edilme korkusunu deneyimleme olasılıklarını azaltarak onları sosyal medya kullanımına motive etmektedir (Appel ve Gnams, 2019; Saunders ve Chester, 2008). Diğer bir açıdan, sosyal medyada kullanıcıların benliklerini sunma biçimlerini kontrol edebilmeleri utangaç bireyler için bu ortamları çekici hale getirmektedir (Hollenbaugh, 2021). Örneğin normalde sivilceli bir görünüme sahip bir bireyin ilgili platformlarındaki içerikleri incelendiğinde cildinin kusursuz görüldüğü fotoğraflar ile karşılaşmaktadır (Manago vd., 2008). Kusursuzluk gerçek yaşamda hiçbir birey için mümkün olmamakla birlikte sanal ortamlar aracılığıyla kullanıcıların oluşturdukları imaj kişilerin sınırlı bir süre için de olsa kendilerini iyi hissetmelerini sağlamaktadır (Manago vd., 2008). Sosyal medyanın söz konusu özellikleri utangaç bireylere yeni insanlarla tanışma, etkileşim kurma, sosyalleşme ihtiyaçlarının giderilmesi gibi yönlerden olumlu etkide bulunmasına karşın bireylerin ilişki kurmak üzere çevrim içi ortamlara yönelmesi bağımlılık geliştirilmesi riskini de beraberinde getirmektedir (Pierce, 2009).

Sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığı ve diğer teknoloji bağımlılıkları davranışsal bağımlılıklar başlığı altında incelenmektedir. Davranışsal bağımlılıkların olası sonuçlarının kimyasal bağımlılıkların olası sonuçlarına oranla yeterince tehlikeli olarak görülmemesi bu alanda gerçekleştirilen araştırmaların sınırlı kalmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda davranışsal bağımlılıkların farklı değişkenlerle ilişkisini inceleyen nitelikli araştırmaların sayısının artması alanyazına önemli bir katkı sağlayabilir. Günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya kullanımının kimi bireyler için problemler haline gelmesinin altında yatan nedenler, risk faktörleri ve problemler kullanımın olası etkilerini inceleyen araştırmaların gerçekleştirilmesinin önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın da sosyal medyanın problemler ve aşırı kullanımının temel psikolojik ihtiyaçlar ve bir kişilik özelliği olan utangaçlık açısından anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra üniversitelerde yer almakta olan rehberlik ve psikolojik danışma birimlerince sosyal medya bağımlılığı ile ilgili önleyici ve müdahale edici çalışmalar planlanabilir. Üniversiteler, öğrencilerin özerklik ihtiyaç doyumunu sağlamalarını kolaylaştıracak sosyal etkinlikleri düzenlemeye öncelik verebilir. Böylelikle öğrencilerin kişisel ilgi, ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda özgür seçimler yapmaları teşvik edilerek özerklik ihtiyaçlarını karşılayabilmek üzere sosyal medya kullanımına yönelmeleri önlenebilir. Ayrıca utangaçlık düzeyi yüksek olan öğrencilere yönelik grupla psikolojik danışma programları geliştirilebilir. Bireylerin sosyal medya bağımlılığına yönelik farkındalık düzeyini artırmak üzere üniversite ve üniversite dışı kurumlar tarafından bilgilendirme çalışmaları gerçekleştirilebilir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda günlük sosyal medya kullanım süresinin yüksek olması ile sosyal medya bağımlılık düzeyinin yüksek olması arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bu doğrultuda üniversite kampüslerinin öğrencilerin sosyalleşebilecekleri, keyifli bir biçimde zaman geçirebilecekleri bir biçimde fiziksel olarak düzenlenmesi önemli olabilir. Ayrıca üniversiteler tarafından fiziksel düzenlemelere ek olarak öğrencilerin çeşitli psikolojik ihtiyaçlarını karşılayarak, kendi kişilik yapılarına uygun tercihlerde bulunabildikleri çeşitli sosyal etkinliklerin gerçekleştirilmesi sosyal medya bağımlılığının önlenmesinde anlamlı bir etki yaratabilir.

Gerçekleştirilen çalışmanın birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Katılımcılar Türkiye'nin iki büyükşehri olan Ankara ve İzmir'de eğitimine devam etmekte olan üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Diğer yandan katılımcıların çoğunu kadın üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Bu çalışmada veriler COVID-19 pandemisi nedeniyle üniversitelerin yüz yüze eğitime ara verdiği dönemde çevrim içi olarak toplanmış ve katılımcılar uygun örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Pandemi koşullarında alınan önlemler nedeniyle öğrencilerin evde uzun süreler geçirmiş olması bu dönemde sosyal medya kullanımının daha da artmasına yol açmış olabilir. Benzer çalışmaların farklı dönemlerde tekrar yapılması yararlı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akbaş-Çoşar, H. ve Gedik, H. (2021). Öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 32-65. <https://doi.org/10.48174/buaad.932899>
- Akram, W. & Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351- 354. <https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>
- Aktaş, H., & Yılmaz, N. (2017). Smartphone addiction in terms of the elements of loneliness and shyness of university youth. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(1), 85-100.
- Al-Menayes, J. J. (2015). Social media use, engagement and addiction as predictors of academic performance. *International Journal of Psychological Studies*, 7(4), 86-94. <https://doi.org/10.5539/ijps.v7n4p86>
- Alnjadat, R., Hmadi, M. M., Samha, T. E., Kilani, M. M. & Hasswan, A. M. (2019). Gender variation in social media usage and academic performance among University of Sharjah students. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 14(4), 390-394. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2019.05.002>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. & 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>
- Aparicio-Martinez, P., Perea-Moreno, A. J., Martinez-Jimenez, M. P., Redel-Macías, M. D., Pagliari, C. & Vaquero-Abellan, M. (2019). Social media, thin-ideal, body dissatisfaction and disordered eating attitudes: An exploratory analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(21), 4177. <https://doi.org/10.3390/ijerph16214177>
- Appel, M. & Gnamb, T. (2019). Shyness and social media use: A meta-analytic summary of moderating and mediating effects. *Computers in Human Behavior*, 98, 294-301. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.018>
- Bacanlı, H. ve Cihangir-Çankaya, Z. (2003). *İhtiyaç doyumu ölçeği uyarlama çalışması*. VII. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi Bildiri Özetleri. Malatya, İnönü Üniversitesi. Ankara: Pegem A.
- Baker, L. R. & Oswald, D. L. (2010). Shyness and online social networking services. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(7), 873– 889. <https://doi.org/10.1177/0265407510375261>

- Balcerowska, J. M., Bereznowski, P., Biernatowska, A., Atroszko, P. A., Pallesen, S. & Andreassen, C. S. (2020). Is it meaningful to distinguish between Facebook addiction and social networking sites addiction? Psychometric analysis of Facebook addiction and social networking sites addiction scales. *Current Psychology*, 1-14. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00625-3>
- 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>
- Berry, W. D., Feldman, S. & Stanley-Feldman, D. (1985). *Multiple regression in practice*. Sage Publications.
- Bian, M. & Leung, L. (2014). Smartphone addiction: Linking loneliness, shyness, symptoms and patterns of use to social capital. *Media Asia*, 41(2), 159-176.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C. & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69– 72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Brailovskaia, J., Rohmann, E., Bierhoff, H. W. & Margraf, J. (2018). The brave blue world: Facebook flow and Facebook addiction disorder. *Plos One*, 13(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0201484>
- Buffardi, L. E. & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303–1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Burger, M. J. (2006). *Kişilik*. Kaknüs Yayınları.
- Casale, S. & Banchi, V. (2020). Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100252. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2018.05.020>
- Cevher, R. ve Ustakara, F. (2019). Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi bağlamında sosyal medya kullanımına yönelik bir araştırma. *Sciences*, 5(19), 812-831. <https://doi.org/10.31589/JOSHAS.166>
- Chang, J. H., Huang, C. L. & Lin, Y. C. (2015). Mindfulness, basic psychological needs fulfillment, and well-being. *Journal of Happiness Studies*, 16(5), 1149-1162. <https://doi.org/10.31589/JOSHAS.166>. <https://doi.org/10.1007/s1090-014-9551-2>
- Chen, Y., Li, R., Zhang, P. & Liu, X. (2020). The moderating role of state attachment anxiety and avoidance between social anxiety and social networking sites addiction. *Psychological Reports*, 123(3), 633-647.
- Chung, K. L., Morshidi, I., Yoong, L. C. & Thian, K. N. (2019). The role of the dark tetrad and impulsivity in social media addiction: Findings from Malaysia. *Personality and Individual Differences*, 143, 62–67. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.02.016>
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2000). *Research methods in education*. Routledge Falmer.
- Cüceloğlu, D. (2021). *İnsan ve davranışı*. Remzi Kitabevi.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. A. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation, 1990: Perspectives on motivation* (pp. 237–288). University of Nebraska Press.

- Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tihamiyu, M. F. & Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9.
<https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.100150>
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P. & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing-A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141– 152.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Eladl, A. & Musawi, A. A. (2021). The correlation between social media addiction and life satisfaction among university students. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(9).
- Enok-Joel, T. & Vijayalakshmi, D. (2020). Relationship between social media addiction and shyness among college students. *Mukt Shabd Journal* 9(8),1428-1435.
- Ergen, R. M. ve Akacan, B. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 52, 582-599. <https://doi.org/10.53444/deubefd.956418>
- Foroughi, B., Iranmanesh, M., Nikbin, D. & Hyun, S. S. (2019). Are depression and social anxiety the missing link between Facebook addiction and life satisfaction? The interactive effect of needs and self-regulation. *Telematics and Informatics*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101247>
- Fujimori, A., Yamazaki, T., Sato, M., Hayashi, H., Fujiwara, Y. & Matsusaka, T. (2015). Study on influence of internal working models and gender differences on addiction of social network sites in Japanese university students. *Psychology*, 6(14). <https://doi.org/10.4236/psych.2015.614179>
- Gao, Q., Li, Y., Zhu, Z., Fu, E., Bu, X., Peng, S. & Xiang, Y. (2021). What links to psychological needs satisfaction and excessive WeChat use? The mediating role of anxiety, depression and WeChat use intensity. *BMC Psychology*, 9(1), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s40359-021-00604-8>
- Griffiths, M. D. & Kuss, D. (2017). Adolescent social media addiction. *Education and Health*, 35(3), 49-52.
- Güngör, A. (2001). Utangaçlık ölçeğinin geliştirilmesi geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(15), 17-22
- Gürültü, E. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Hamaideh, S. H., Al-Modallal, H., Tanash, M. A. & Hamdan-Mansour, A. (2022). Depression, anxiety and stress among undergraduate students during COVID-19 outbreak and" home-quarantine". *Nursing Open*, 9(2), 1423-1431.
<https://doi.org/10.1002/nop2.918>
- Hammick, J. K. ve Lee, M. J. (2014). Do shy people feel less communication apprehension online? The effects of virtual reality on the relationship between personality characteristics and communication outcomes. *Computers in Human Behavior*, 33, 302-310. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.046>

- He, Z.-H., Li, M.-D., Ma, X.-Y. ve Liu, C.-J. (2020). Family socioeconomic status and social media addiction in female college students: The mediating role of impulsiveness and inhibitory control. *The Journal of Genetic Psychology*, 182(1), 60-74. <https://doi.org/10.1080/00221325.2020.1853027>
- Henderson, L., Zimbardo, P. & Carducci, B. (2010). *Shyness*. The Corsini Encyclopedia of Psychology. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0870>
- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. *Review of Communication Research*, 9, 80-98.
- Hussain, Z., Wegmann, E. & Griffiths, M. D. (2021). The association between problematic social networking site use, dark triad traits, and emotion dysregulation. *BMC Psychology*, 9(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s40359-021-00668-6>
- Idubor, I. (2015). Investigating social media usage and addiction levels among undergraduates in University of Ibadan, Nigeria. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, 7(4), 291-301. <https://doi.org/10.9734/BJESBS/2015/15808>
- Iranmanesh, M., Foroughi, B., Nikbin, D. & Hyun, S. S. (2021). Shyness, self-esteem, and loneliness as causes of FA: The moderating effect of low self-control. *Current Psychology*, 40(11). <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00465-w>
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri: Kavramlar, teknikler ve ilkeler*. Nobel Yayınevi.
- Kargaburun, K., Demetrovics, Z. & Tosuntaş, Ş. B. (2019). Analyzing the links between problematic social media use, dark triad traits, and self-esteem. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(6), 1496-1507. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9900-1>
- Kulkarni, R. & Deshpande, A. (2019). Relationship between Facebook addiction, depression and shyness among college students in Mumbai. *Indian Journal of Mental Health*, 6(2), 157-164.
- Kuss, D. & Griffiths, M. (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>
- Kürker, F. (2021). *Öğretmen adaylarında temel psikolojik ihtiyaçların doyumu ile akademik erteleme arasındaki ilişkide sosyal medya bağımlılığının aracı rolü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Lee-Won, R. J., Herzog, L. & Park, S. G. (2015). Hooked on Facebook: The role of social anxiety and need for social assurance in problematic use of Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(10), 567-574. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0002>
- Magnavita, J. J. (2016). *Kişilik kuramları: Kişilik bilimine çağdaş yaklaşımlar* (S. E. Türközü, M. Benveniste ve M. Arık, Çev). Psikoterapi Enstitüsü.
- Malik, S. & Khan, M. (2015). Impact of facebook addiction on narcissistic behavior and self esteem among students. *J Pak Med Assoc*, 65(3), 260-263
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M. & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458. <https://doi.org/10.1016/J.APPDEV.2008.07.001>

- Marengo, D., Poletti, I. & Settanni, M. (2019). The interplay between neuroticism, extraversion, and social media addiction in young adult Facebook users: Testing the mediating role of online activity using objective data. *Addictive Behaviors*, 102. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.106150>
- Masur, P. K., Reinecke, L., Ziegele, M. & Quiring, O. (2014). The interplay of intrinsic need satisfaction and Facebook specific motives in explaining addictive behavior on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 39, 376– 386. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.047>
- Ormrod, E. J. (2016). Öğrenme psikolojisi (M. Baloğlu, Çev.). Nobel.
- Orr, E. S., Sisic, M., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M. & Orr, R. R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 337– 340. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0214>
- Öztürk, G., Albayrak, Y. & Beyazyüz, M. (2020). Social Media Addiction Among Individuals Who Underwent Rhinoplasty: Myth or Reality? *Facial Plastic Surgery & Aesthetic Medicine*, 22(5). <https://doi.org/10.1089/fpsam.2020.0101>
- Öztürk, E. & Özmen-Kaymak, S. (2011). Öğretmen adaylarının problemleri internet kullanım davranışlarının, kişilik tipi, utangaçlık ve demografik değişkenlere göre incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(4), 1785-1808.
- Patrick, H., Knee, C. R., Canevello, A. & Lonsbary, C. (2007). The role of need fulfillment in relationship functioning and well-being: A self-determination theory perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(3), 434–457. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.3.434>
- Pierce, T. (2009). Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1367–1372. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.003>
- Prensky, M. (2001), Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1- 6.
- Rapee, R. M. (1998). *Overcoming shyness and social phobia: A step-by-step guide*. Jason Aronson, Inc.
- Rowman & Littlefield. Reis, H. T., Sheldon, K. M., Gable, S. L., Roscoe, J. & Ryan, R. M. (2000). Daily well-being: The role of autonomy, competence, and relatedness. *Personality and social psychology bulletin*, 26(4), 419-435. <https://doi.org/10.1177/0146167200266002>
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000a). The darker and brighter sides of human existence: basic psychological needs as a unifying concept. *Psychological Inquiry*, 11(4), 319– 338. https://doi.org/10.1207/s15327965pli1104_03
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2000b). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68- 78.
- Satici, B., Saricali, M., Satici, S. A. & Çapan, B. E. (2014). Social competence and psychological vulnerability as predictors of Facebook addiction. *Studia Psychologica*, 56(4), 301.
- Satici, S. A. (2019). Facebook addiction and subjective well-being: A study of the mediating role of shyness and loneliness. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(1), 41-55.

- Saunders, P. L. ve Chester, A. (2008). Shyness and the internet: Social problem or panacea? *Computers in Human Behavior*, 24(6), 2649– 2658.
- Siddiqui, S. ve Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71-75. <http://doi.org/10.7753/IJCATR0502.1006>
- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği- Yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523-53.
- Şimşek, A., Elciyar, K. ve Kizilhan, T. (2019). A comparative study on social media addiction of high school and university students. *Contemporary Educational Technology*, 10(2), 106-119. <https://doi.org/10.30935/cet.554452>
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). Using multivariate statistics. Pearson.
- Tang, J. H., Chen, M. C., Yang, C. Y., Chung, T. Y. ve Lee, Y. A. (2016). Personality traits, interpersonal relationships, online social support, and Facebook addiction. *Telematics and Informatics*, 33(1), 102-108. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.003>
- Teyfur, M., Akpunar, B., Safalı, S. ve Ercengiz, M. (2017). Eğitim fakültesi öğrencilerin akademik erteleme davranışları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Turkish Studies*, 12(33). 625-640.
- Tikkanen, H., Hietanen, J., Henttonen, T. ve Rokka, J. (2009). Exploring virtual worlds: success factors in virtual world marketing. *Management Decision*, 47(8), 1357– 1381. <https://doi.org/10.1108/00251740910984596>
- Treadaway, C. & Smith, M. (2012). Facebook marketing: An hour a day. John Wiley & Sons.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2022). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) (20 Aralık 2022 tarihinde ulaşıldı).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2023a). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587)
- Türkiye İstatistik Kurumu (2023b), İstatistiklerle Gençlik. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Genclik-2022-49670#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=Adrese%20Dayal%C4%B1%20N%C3%BCfus%20Kay%C4%B1t%20Sistemi,949%20bin%20817%20ki%C5%9Fi%20oldu>
- Wang, C. W., Ho, R. T., Chan, C. L. & Tse, S. (2015). Exploring personality characteristics of Chinese adolescents with internet-related addictive behaviors: Trait differences for gaming addiction and social networking addiction. *Addictive Behaviors*, 42, 32- 35. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.10.039>
- We Are Social Dijital Ajansı (2023). Digital 2023. <https://www.meltwater.com/en/global-digital-trends>
- Young, K. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology and Behaviour*, 3, 237-244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- Zimbardo, P. G. (1986). The Stanford shyness project. *Shyness*, 17- 25. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-0525-3_2

Zolkepli, I. A. & Kamarulzaman, Y. (2015). Social media adoption: The role of media needs and innovation characteristics. *Computers in Human Behavior*, 43, 189-209. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.050>

Katkı Oranı

Bu çalışmanın her bir aşamasında yazarlar iş birliği içerisinde çalışmıştır. Araştırmanın bütün aşamalarında yazarlar çalışmaya önemli ölçüde katkıda bulunmuştur.

Çatışma Beyanı

Yapılan bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması olmadığı yazarlar tarafından bildirilmiştir.