



ISSN: 2687 -4393

SBED-2019 : 1(1)

Sağlık Bilimlerinde

Eğitim Deraisi

## Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının İrdelenmesi

Mehmet Enes SAĞAR\*

### Öz

Bu çalışma, Afyon İli Çay İlçesi yetişkinlerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini cinsiyet, yaş, medeni durum, aylık gelir düzeyleri, en sık kullandıkları sosyal medya araçları, sosyal medya kullanım amaçları ve günlük sosyal medya kullanım süreleri değişkenlerine göre incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın çalışma grubunu Afyon İli Çay İlçesi'nden 30-70 yaş aralığındaki 200 yetişkin oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama araçları olarak 'Kişisel Bilgi Formu' ve 'Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu' kullanılmıştır. Verilerin analizinde t testi, kruskal wallis h testi, dunnet t3 post hoc testi; demografik özelliklerinin analizinde yüzde ve frekans dağılımı kullanılmıştır. Yaşları 30-70 arasında değişen (M=40,16), %52,0 erkek, %48,0 kadın yetişkin çalışmada yer almıştır. Bulgular, katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının genel olarak düşük düzeyde olduğunu ortaya koymuştur. Boşanmış yetişkinlerin, evli yetişkinlere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu bulunmuştur. Ayrıca aylık geliri düşük olan yetişkinlerin sanal toleranslarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Yetişkin, bağımlılık, sosyal medya bağımlılığı

## Analysis of Social Media Addiction in Adult Individuals

### Abstract

This study aims to investigate the social media addiction levels of the adults in the Çay/ Afyon according to their gender, age, marital status, monthly income levels, social media tools they use most frequently, social media usage purposes and daily social media usage periods. The study group consisted of 200 adults aged 30-70 years old in the Çay/ Afyon. The Personal Information Form and the Social Media Addiction Scale - Adult Form were employed as data collection tools. In the analysis of the data, t test, kruskal wallis h test, dunnet t3 post hoc test were used, and the demographic variables were subjected to percentage and frequency distribution analysis. 52% males and 48% females with an age range of 30-70 (M=40.16) participated in the study. The findings revealed that social media dependencies of the participants were generally low. Divorced adults were found to be more addicted to social media than married adults. In addition, it was found that the virtual tolerances of the adults with low monthly income were higher.

**Key words:** Adult, addiction, social media addiction

*Geliş Tarihi:* 21/10/2019

*Kabul Tarihi:* 10/12/2019

\*Öğretim Görevlisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Çay Meslek Yüksekokulu, Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, Afyon, Türkiye, mehmetenes15@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-0941-5301

## GİRİŞ

Son yıllarda internetin ciddi bir şekilde büyüme kaydetmesi, iletişime ve kişilerarası davranışlara büyük bir etkisi göstermiştir. İnternet iletişim ve araştırma faaliyetlerine kolaylık sağlamak için geliştirilmiştir; ancak son yıllarda internet kullanımında dramatik artışlar meydana gelmesi interneti patolojik bir şekilde kullanma ya da internet bağımlılığı gibi durumlara sebep olmuştur (Sato, 2006).

İnternet bağımlılığı bireylerde ilişki, meslek ve sosyal sorunlara sebep olabilecek yeni olan ve sıklıkla tanınmayan bir klinik bozukluk olarak değerlendirilmektedir (Young, 2009). İnternet bağımlılığı, kompulsif internet kullanımı, problemlili internet kullanımı ve bilgisayar bağımlılığı, bunların hepsi temelde, yaşamlarının diğer alanlarına zarar verici bir şekilde çevrimiçi olarak fazla miktarda zaman harcamayı ifade etmektedir. Bu obsesif davranışlar belirli faaliyetlerin yerini almakta olup; ilişkiler bakımından, gerçek yaşamdaki arkadaşların ve ailenin yerine geçen sohbet odalarında çevrimiçi arkadaşlıkların başlaması ve sürdürülmesine aşırı zaman harcamak; para bakımından, çevrimiçi olarak kumar oynamak, işlem yapmak ve açık artırmalara katılmak; bilgi arama bakımından, kompulsif bir şekilde web sörfü ya da veritabanı aramaları yapmak; oyun bakımından, çok kullanıcıli oyunları da içine alacak biçimde da takıntılı olarak bilgisayar oyunu oynamak ve son olarak cinsellik bakımından, yetişkin sohbet odaları, internette siber seks yapmak ya da pornografi bağımlılığı şeklinde bu sayılanlardan herhangi bir tanesini ya da hepsini içerebilmektedir. (Childnet International, 2006).

İnternet kullanımına ilişkin davranışlar; duygusal rahatlama, zihinsel kaçış, alkol, uyuşturucu, yiyecek veya kumar gibi bir takım problemlerden uzaklaşmanın yollarını sağlamada aynı özelliklere sahiptir. Bu bağlamda, bu davranışın kökenlerinde rol oynayan dört tetikleyici faktör söz konusudur. Bunlar; uygulamalar, duygular, bilişler ve yaşam olayları biçimindedir (Young, 1999). Günümüzde, internet bağımlılığı 'yeni teknolojiler bağımlılığı' olarak nitelendirilen grubun bir parçası şeklinde değerlendirilmekte; TV, video oyunları bağımlılığı ve sosyal ağlar ile birlikte, daha geniş biçimde yeni bir 'anormal davranışlar' grubunun üyesi olarak görülmektedir (Marazziti, Presta, Baroni, Silvestri ve Dell'Osso, 2014). Buradan hareketle bu çalışmada internet bağımlılığı içerisinde değerlendirilen sosyal ağlar çerçevesinde sosyal medya bağımlılığı üzerinde durulacaktır.

Sosyal medya internet üzerinde bir siteye fotoğraf, metin, görüntü, ses gibi bir takım materyallerin yüklenerek farklı insanlara ulaştırılmasını sağlamaktadır, bu bağlamda sosyal medya veya başka bir ifade ile 'sosyal paylaşım ağları' kavramı ortaya çıkmıştır. (Saitoğlu, 2018). Sosyal medya içerik olarak 'bloglar (çevrimiçi günlükleri)', wikipedia olarak tanınan ve bilgi içeriği düzenlemelerinin yapılabildiği 'wikiler', üyelik oluşturularak video ve müzik indirilme sağlanan siteler 'podcast'ler, bazı başlık ve konulara ilişkin tartışma sunan 'forumlar', Flickr ve youtube gibi içerik düzenlenmesi ve paylaşılmasına olanak sunan 'içerik toplulukları', Faebook ve MySpace üyelerine içeriklerini kendilerine ait profillerinde arkadaşları ve diğer insanlara paylaşmalarını sunmasını sağlayan 'sosyal paylaşım ağları' ve Twitter gibi küçük bloglara sahip olan 'mikro bloglar' ele alınmaktadır. (Durmuş, Yurtkoru, Uslu ve Kılıç, 2010:12). Sosyal medyanın iletişim için daha çok tercih edilme sebepleri sürekli güncel tutulması, birçok kitleye ulaşımı sağlaması, sanal paylaşımlar için olanak tanınmasıdır. Sosyal medya aracılığı ile üyeler günlük olarak düşüncelerini dile getirmekte ve bunlara ilişkin tartışma yaparak yeni fikirlerin çıkmasına olanak sunmaktadır. Ayrıca fotoğraf ve video paylaşımının yanı sıra iş aramaya olanak sunmakta hemen hemen gerçek dünyanın sanal ortamda yaşanmasını sağlayabilmektedir (Aydın, 2016). Kısacası sosyal medya; kullanıcılar arasında düşünce, bilgi, fikir, duygu, paylaşımı yapılarak etkileşim ve iletişim imkanları sunan web ortamları olarak nitelendirilmektedir. Genel bir bakışla sosyal medyaya ilişkin ortamlar; sosyal paylaşım siteleri, online sohbet siteleri, forumlar, bloglar, podcast vb. gibi sınırsız sayıda kullanıcı katılımına açık olup sanal iletişime olanak tanımaktadırlar (Ünlü Dalyalı, 2018). Görüldüğü gibi sosyal medya ortamları hayatımızın çeşitli alanlarına yayılarak pek çok kolaylıklar sunmaktadır. Ancak abartılı bir biçimde kullanılması sosyal medya bağımlılığı konusunu gündeme getirmektedir.

İnternet bağımlılığının bir türü olarak kabul edilen sosyal medya bağımlılığı; sosyal medya ile zamanlarını daha çok harcayan bireyler, sanal tolerans, sanal iletişim ve sanal problemlere sebep olabilecek bir biçimde bir şeyden hemen haberdar olmak arzusunu taşımaktadırlar. Bu durum bireyleri bu tür isteklere zorlamakta olup bu davranışlara sosyal medya bağımlılığı adı verilmektedir (Şahin, 2017).

Sosyal medya bağımlılığı daha henüz tanı ve istatistiksel kılavuzunda yer almamış olsa da diğer davranışsal bağımlılıklar psikoloji dünyasında dikkat çekmektedir. Sosyal medya bağımlılığının nasıl oluştuğunu anlayabilmek için hem bağımlılığı bir bütün olarak ele almak, hem de bağımlılık oluşturan bileşenleri tanımak önemli görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı şuan resmi bir biçimde tanımlanmamıştır; ancak araştırmacılar internet bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığı gibi davranışsal bağımlılıklar önermektedirler. En son yayınlanan tanı ve istatistiksel kılavuzunda (DSM-5), video oyunu bağımlılığı ilk kez tanım olarak yer almıştır (Rumpf, Tao, Rehbein ve Petry, 2015; Akt: Wainner, 2018). Her ne kadar tanımlanmamış bir davranışsal bağımlılık türü olsa da yaşamımızı etkileyen önemli bir probleme işaret ettiği düşünülmektedir. Literatürdeki araştırmalar incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ile ilgili araştırmaların daha çok genç bireyler üzerinde yapıldığı dikkat çekmektedir. Oysa günümüzde popüler olan sosyal medya araçları ile yetişkin bireylerin de ilgilendiği görülmektedir. Nitekim Türkiye İstatistik Kurumu 2019 yılı verileri incelendiğinde ülkemizde internet kullanım oranları 25-34 yaş grubunda %91.7, 35-44 yaş grubunda %85.9, 45-54 yaş grubunda %68.5, 55-64 yaş grubunda %42.6 ve 65-74 yaş grubunda %19.8 olduğu belirlenmiştir ve internet kullanan bireylerin interneti kişisel kullanım amaçları açısından sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme ya da fotoğraf vb. içerik paylaşmada %81.4 olarak saptanmıştır (TUİK, 2019). Bu veriler yetişkin bireylerde de azımsanmayacak kadar internet kullanımını olduğunu ve internet kullanma amaçları açısından sosyal medya kullanımının büyük bir yer edindiğini gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda yetişkin bireylerin yaşamları üzerinde önemli düzeyde etkisi olduğu düşünülen sosyal medyaya ilişkin bağımlılık durumlarına etki eden faktörlerin bilinmesi konuya ilişkin yetişkin bireylere yönelik yapılacak olan önleme ve eğitim çalışmalarına ışık tutacaktır.

Dolayısıyla bu çalışmanın amacı yetişkin bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının çeşitli değişkenlere göre incelemektir.

Bu amaca ilişkin aşağıda yer alan alt problemlere yanıtlar aranmıştır;

- 1.Yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları ne düzeydedir?
- 2.Yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları cinsiyetlerine göre farklılık göstermekte midir?
- 3.Yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları yaşlarına göre farklılık göstermekte midir?
- 4.Yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları medeni durumlarına göre farklılık göstermekte midir?
- 5.Yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları aylık gelir düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?
- 6.Yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları en sık kullandıkları sosyal medya araçlarına göre farklılık göstermekte midir?
- 7.Yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılık göstermekte midir?

## **YÖNTEM**

### ***Araştırma Modeli***

Bu araştırma, betimsel çalışma niteliğinde olup mevcut durumu incelemeye yöneliktir. Afyon İli Çay İlçesi'ndeki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları düzeylerini incelemek amacı ile nicel araştırma yönteminde tasarlanmış ve betimsel tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir.

### ***Çalışma Grubu***

Araştırmanın evrenini Afyon ili Çay ilçesi yetişkinleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, Afyon İli Çay İlçesi'nde yaşayan ve rastlantısal olarak belirlenen 200 yetişkin birey ile sınırlandırılmıştır. Rastlantısal yöntem ile seçilen örneklem, 30-70 yaş aralığında dağılım göstermekte olup, yaş ortalaması 40.16 şeklindedir.

### ***Veri Toplama Araçları***

#### **Kişisel Bilgi Formu**

Araştırmacının hazırladığı bu formda yetişkin bireylerden cinsiyet, yaş, medeni durum, aylık gelir düzeyleri, en sık kullandıkları sosyal medya araçları ve sosyal medya kullanım amaçları bilgileri alınmıştır.

### ***Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği - Yetişkin Formu***

Şahin ve Yağcı (2017) tarafından 18-60 yaş grubunda yer alan yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını saptamak amacı ile geliştirilmiştir. 'Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu' 5'li Likert tipinde bir ölçektir. Ölçeğin 'Sanal Tolerans' ve 'Sanal İletişim' olmak üzere iki alt boyutu bulunmakta ve 20 maddeden meydana gelmektedir. Ölçeğin toplamda güvenilirlik katsayısı Cronbach's Alpha 0.94 şeklinde, sanal tolerans alt boyutunda .92 ve sanal iletişim alt boyutunda .91 hesaplanmıştır (Şahin ve Yağcı, 2017).

Bu çalışmadan ulaşılan veriler doğrultusunda sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin güvenilirliğini incelemek amacı ile bir başka ifadeyle iç tutarlılığını anlamak için gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucunda güvenilirlik katsayısı olarak Cronbach's Alpha değeri .801 şeklinde saptanmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin iç tutarlılığı açısından Cronbach-Alpha katsayıları alt boyutlara göre de hesaplanmıştır ve sanal tolerans alt boyutunda .740, sanal iletişim alt boyutunda .657 olarak belirlenmiştir.

### ***Verilerin Analizi***

Çalışmada Afyon İli Çay İlçesi'nde yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları düzeyleri cinsiyetlerine, yaşlarına, medeni durumlarına, aylık gelir düzeylerine, en sık kullandıkları sosyal medya araçlarına ve sosyal medya kullanım amaçlarına göre incelenmiştir. Araştırmanın amacı kapsamında her bir yetişkin için hesaplanan sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının normal dağılıma uygun olup olmadığı Kolmogrov-Smirnov Z analizi ile incelenmiştir. Verilerin normal dağılım göstermeleri açısından çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri -1 ile +1 arasında değişim göstermesi gerekmektedir (Huck, 2012). Bu doğrultuda elde edilen toplam puanların normallik gösterdiği tespit edilmiştir (skewness= -.102, kurtosis= -.531). Verilerin homojenlik durumları Levene analizi ile test edilmiştir. Bu analizler doğrultusunda parametrik testler uygulanabilmektedir, dolayısıyla yetişkin bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyet değişkeni ile incelenmesinde t testi kullanılmıştır. Ancak yaş, medeni durum, aylık gelir düzeyi, en sık kullanılan sosyal medya aracı ve sosyal medya kullanım amaçlarına göre grup kişi sayılarında bazı gruplarda sayının çok az olması ve gruplar arasında kişi sayısı arasındaki farkların fazla olması sebebiyle nonparametrik testlerden Kruskal Wallis H Testi kullanılmıştır ve değişkenlere ilişkin farkların anlamlı olduğu bulgularda farkın kaynağını saptamak amacıyla Dunnet T3 Post Hoc Testi kullanılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerinin analizinde frekans ve yüzde dağılımı kullanılmıştır. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ölçeğine ilişkin puanlar ve aritmetik ortalamaların yorumlanmasında 1.00-1.80 arası değerler “çok düşük”, 1.81- 2.60 arası değerler “düşük”, 2.61-3.40 arası değerler “orta”, 3.41-4.20 arası değerler “yüksek” ve 4.21-5.00 arası değerler “çok yüksek” derecesine sahip oldukları kabul edilmiştir (Kutu ve Sözbilir, 2011'den aktaran: Gül ve Diken, 2018).

## **BULGULAR**

### ***Tanımlayıcı Bulgular***

Aşağıda yer alan Tablo 1'de çalışma grubundan toplanan kişisel bilgi formuna ait bilgiler verilmektedir.

**Tablo 1.** Araştırma Örnekleminin Kişisel Bilgiler Formundan Elde Edilen Veriler

Değişkenler (N=200)	n	%
Cinsiyet		
Kadın	96	48,0

Erkek	104	52,0
<b>Yaş Düzeyleri</b>		
30-40 yaş	118	59,0
41-50 yaş	57	28,5
51-70 yaş	25	12,5
<b>Medeni Durumları</b>		
Evli	147	73,5
Dul	7	3,5
Boşanmış	7	3,5
Ayrı yaşıyor	5	2,5
Bekar	34	17,0
<b>Aylık Gelir Düzeyleri</b>		
500-1000 TL	13	6,5
1000-1500 TL	25	12,5
1500-2000 TL	88	44,0
2000 TL ve üstü	74	37,0
<b>En Sık Kullanılan Sosyal Medya Aracı</b>		
Whatsapp	104	52,0
İnstagram	35	17,5
Facebook	52	26,0
Twitter	9	4,5
<b>Sosyal Medya Kullanım Amaçları</b>		
Arkadaşlarla iletişim	144	72,0
Fotoğraf paylaşmak	23	11,5
Farklı arkadaşlar edinmek	5	2,5
Eğitim	6	3,0
Video/Müzik	2	1,0
Alışveriş yapmak	10	5,0
Düşünce paylaşmak	10	5,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 1'den anlaşıldığı gibi araştırma kapsamındaki 200 yetişkinin %48,0'i kadın, %52,0'si erkektir. Katılımcıların yaşlara göre dağılımı 30-40 yaş grubu %59,0 (118), 41-50 yaş grubu %28,5 (57), 51-70 yaş grubu %12,5 (25) şeklindedir. Medeni durumlarına göre katılımcıların %73,5 (147) evli, %3,5 (7) dul, %3,5 (7) boşanmış, %2,5 (5) ayrı yaşıyor ve %17,0 (34) bekar biçiminde ve aylık gelir düzeylerine göre %6,5 (13) 500-1000 TL, %12,5 (25) 1000-1500 TL, %44,0 (88) 1500-2000 TL, %37,0 (74) 2000 TL ve üstü olduğu görülmektedir. Katılımcıların en sık kullandıkları sosyal medya aracına göre %52,0'sinin (104) Whatsapp, %17,5'inin (35) İnstagram, %26,0'sinin (52) Facebook ve %4,5'inin (9) Twitter kullandıkları ve %72,0 (144) arkadaşları ile iletişim, %11,5 (23) fotoğraf paylaşmak, %2,5 (5) farklı arkadaşlar edinmek, %3,0 (6) eğitim, %1, (2) video/müzik, %5,0 (10) alışveriş yapmak ve %5,0 (10) düşünce paylaşmak amacıyla sosyal medyayı kullandıkları belirlenmiştir.

### ***Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Alt Boyutlarından ve Genelinden Ulaşılan Bulgular***

Katılımcılardan sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt boyutlarından ve genelinden ulaşılan bulgular Tablo 2'te yer almaktadır.

**Tablo 2.** Yetişkinlerin Sosyal Medya Düzeyleri

Sosyal Medya Bağımlılığı	$\bar{X}$
Sanal Tolerans	2,23
Sanal İletişim	2,27
Genel Ortalama	2,25

Tablo 2 incelendiğinde, yetişkinlerin sanal tolerans ( $\bar{x}=2.23$ ) alt boyutlarında bulunan ifadelere ve sanal iletişim ( $\bar{x} =2.27$ ) alt boyutunda bulunan ifadelere düşük düzeyde bir katılım gösterdikleri bulunmuştur. Ölçeğin genelinden ulaşılan puan ortalaması ( $\bar{x}=2.25$ ) bulunmuş olup yetişkin bireylerin düşük düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip oldukları tespit edilmiştir.

### ***Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular***

Katılımcılarda cinsiyet değişkeni ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için bağımsız örneklem için t testi uygulanmış, sonuçlar Tablo 3.'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Cinsiyetlerine Göre İncelenmesi

Alt Boyutlar	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	S.s	t	p
Sanal Tolerans	Kadın	96	25,09	6,94	,856	,393
	Erkek	104	24,12	8,86		
Sanal İletişim	Kadın	96	20,41	6,08	-,190	,849
	Erkek	104	20,58	6,51		
Toplam	Kadın	96	45,51	11,07	,450	,653
	Erkek	104	44,71	13,73		

Tablo 3. incelendiğinde yetişkinlerin cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin tüm boyutlarında ve ölçeğin toplam puanına göre farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur.

### ***Katılımcıların Yaşlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular***

Katılımcıların yaş değişkeni ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için Kruskal Wallis H Testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 4.'te verilmiştir.

**Tablo 4.** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Yaşlarına Göre İncelenmesi

Ölçek	Yaş	n	Sıra Ortalaması	Sd	$\chi^2$	p
Sanal Tolerans	30-40 yaş	118	102,72	2	1,185	,553
	41-50 yaş	57	100,98	2		
	51-70 yaş	25	88,90	2		
Sanal İletişim	30-40 yaş	118	104,11	2	1,143	,565

	41-50 yaş	57	95,90	2		
	51-70 yaş	25	93,94	2		
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	30-40 yaş	118	103,62	2	,960	,619
	41-50 yaş	57	97,48	2		
	51-70 yaş	25	92,64	2		

Tablo 4. incelendiğinde katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının yaş değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin tüm boyutlarında ve ölçeğin toplam puanına göre farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur.

### ***Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular***

Katılımcılarda medeni durum değişkeni ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için Kruskal Wallis H Testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 5.'te verilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Medeni Durumlarına Göre İncelenmesi

Ölçek	Medeni Durum	n	Sıra Ortalaması	Sd	$\chi^2$	p	Anlamlı Fark
Sanal Tolerans	A) Evli	147	93,36	4	16,846	,002	C-A
	B) Dul	7	89,93	4			
	C) Boşanmış	7	174,00	4			
	D) Ayrı yaşıyor	5	127,20	4			
	E) Bekar	34	114,50	4			
Sanal İletişim	A) Evli	147	95,14	4	9,096	,059	
	B) Dul	7	107,50	4			
	C) Boşanmış	7	155,86	4			
	D) Ayrı yaşıyor	5	123,90	4			
	E) Bekar	34	107,40	4			
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	A) Evli	147	93,18	4	16,207	,003	C-A
	B) Dul	7	97,50	4			
	C) Boşanmış	7	172,21	4			
	D) Ayrı yaşıyor	5	130,50	4			
	E) Bekar	34	113,57	4			

Tablo 5 incelendiğinde medeni durum değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal iletişim alt boyutunda farkın olmadığı ancak; sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutu ( $\chi^2$  (Sd=4, n=200)=16,846, p<.05) ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin toplam puanları ( $\chi^2$  (Sd=4, n=200)=16,207, p<.05) arasında farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. Bir başka ifadeyle sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutu ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin toplam puanları yetişkin bireylerin medeni durumlarına bağlı olarak anlamlı bir biçimde değişmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutunda yetişkin bireylerin medeni durumlarına göre farkın kaynağını anlamak amacıyla uygulanan Dunnet T3 Post Hoc testi sonucu boşanmış olanların (X=34,42) evli olanlardan (X=26,50) sanal toleranslarının anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin toplam puanlarına göre yetişkin bireylerin medeni durumlarına göre farkın kaynağını anlamak amacıyla uygulanan Dunnet T3 Post Hoc testi sonucu boşanmış olanların (X=60,85) evli olanlardan (X=43,57) sosyal medya bağımlılıklarının anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmektedir.

### ***Katılımcıların Aylık Gelir Düzeylerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular***

Katılımcılarda aylık gelir düzeyi değişkeni ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için Kruskal Wallis H uygulanmış ve sonuçlar Tablo 6.'da verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Aylık Gelir Düzeylerine Göre İncelenmesi

Ölçek	Aylık Gelir Düzeyi	n	Sıra Ortalaması	Sd	$\chi^2$	p	Anlamlı Fark
Sanal Tolerans	A)500-1000 TL	13	75,77	3	13,194	<b>,004</b>	<b>C-D</b>
	B)1000-1500 TL	25	121,60	3			
	C)1500-2000 TL	88	110,57	3			
	D)2000 TL ve üstü	74	85,74	3			
Sanal İletişim	A)500-1000 TL	13	92,54	3	,448	,930	
	B)1000-1500 TL	25	96,92	3			
	C)1500-2000 TL	88	100,89	3			
	D)2000 TL ve üstü	74	102,64	3			
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	A)500-1000 TL	13	83,65	3	5,696	,127	
	B)1000-1500 TL	25	115,60	3			
	C)1500-2000 TL	88	106,55	3			
	D)2000 TL ve üstü	74	91,16	3			

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının aylık gelir düzeylerine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal iletişim alt boyutunda ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin toplam puanlarında farkın olmadığı ancak; sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutu (Sd=3, n=200)=13,194, p<.05) ile aylık gelir düzeyi değişkeni arasında farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. Bir başka ifadeyle sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutu puanları yetişkin bireylerin medeni durumlarına bağlı olarak anlamlı bir biçimde değişmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutunda yetişkin bireylerin aylık gelir düzeylerine göre farkın kaynağını anlamak amacıyla uygulanan Dunnet T3 Post Hoc testi sonucu aylık gelir düzeyi 1000-1500 olanların (X=25,87), 2000 TL ve üstü olanlara (X=22,547) göre sanal toleranslarının anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmektedir.



### ***Katılımcıların En Sık Kullanılan Sosyal Medya Aracı Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular***

Katılımcılarda en sık kullanılan sosyal medya aracı değişkeni ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için Kruskal Wallis H Testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 7.'de verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının En Sık Kullanılan Sosyal Medya Araçlarına Göre İncelenmesi

Ölçek	En Sık Kullanılan Sosyal Medya Araçları	n	Sıra Ortalaması	Sd	$\chi^2$	p
Sanal Tolerans	Whatsapp	104	109,37	3	6,841	,077
	İnstagram	35	98,49	3		
	Facebook	52	83,79	3		
	Twitter	9	102,44	3		
Sanal İletişim	Whatsapp	104	100,88	3	,214	,975
	İnstagram	35	103,59	3		
	Facebook	52	98,26	3		
	Twitter	9	97,06	3		
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Whatsapp	104	104	3	3,180	,365
	İnstagram	35	35	3		
	Facebook	52	52	3		
	Twitter	9	9	3		

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının en sık kullanılan sosyal medya araçlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin tüm boyutlarında ve ölçeğin toplam puanına göre farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur.

### ***Katılımcıların Sosyal Medyayı Kullanım Amaçlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular***

Katılımcılarda sosyal medyayı kullanım amaçları değişkeni ile sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için Kruskal Wallis H Testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 8.'de verilmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların Sosyal Medyayı Kullanım Amaçlarına Göre İncelenmesi

Ölçek	Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları	n	Sıra Ortalaması	Sd	$\chi^2$	p
Sanal Tolerans	Arkadaşlarla iletişim	144	101,07	6	3,182	,786

	Fotoğraf paylaşmak	23	109,28	6		
	Farklı arkadaşlar edinmek	5	73,10	6		
	Eğitim	6	103,92	6		
	Video/Müzik	2	132,25	6		
	Alışveriş yapmak	10	85,00	6		
	Düşünce paylaşmak	10	92,90	6		
Sanal İletişim	Arkadaşlarla iletişim	144	98,40	6	4,327	,633
	Fotoğraf paylaşmak	23	117,96	6		
	Farklı arkadaşlar edinmek	5	81,00	6		
	Eğitim	6	94,92	6		
	Video/Müzik	2	146,75	6		
	Alışveriş yapmak	10	93,90	6		
	Düşünce paylaşmak	10	101,00	6		
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Arkadaşlarla iletişim	144	99,69	6	4,227	,646
	Fotoğraf paylaşmak	23	116,89	6		
	Farklı arkadaşlar edinmek	5	75,80	6		
	Eğitim	6	97,75	6		
	Video/Müzik	2	137,50	6		
	Alışveriş yapmak	10	88,00	6		
	Düşünce paylaşmak	10	93,60	6		

Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin tüm boyutlarında ve ölçeğin toplam puanına göre farkın anlamlı olmadığı bulunmuştur.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu araştırmada Afyon İli Çay İlçesi'nde yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları düzeyleri cinsiyetlerine, yaşlarına, medeni durumlarına, aylık gelir düzeylerine, en sık kullandıkları sosyal medya araçlarına ve sosyal medya kullanım amaçlarına göre incelenmiştir.

Araştırma 200 yetişkin birey üzerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar en sık kullandıkları sosyal medya aracı bakımından sırası ile Whatsapp, Instagram, Facebook ve Twitter olarak belirlenmiştir. Buluk, Eşitti ve Boz (2017) tarafından üniversite çalışanları ile gerçekleştirdikleri araştırmalarında en

sık kullanılan sosyal medya aracı olarak; birinci sırada Facebook, ikinci sırada Whatsapp, üçüncü sırada Twitter şeklinde bulmuşlardır. Idubor (2014) üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdiği araştırmasında ise Facebook ve Twitter'ın en yaygın şekilde kullanılan sosyal medya araçları olduğunu bulmuştur. Bu sonuçlar doğrultusunda yetişkin bireylerin sosyal medya araçlarını aktif bir biçimde kullandıkları düşünülmektedir.

Yetişkinlerin sanal tolerans ile sanal iletişim alt boyutlarında ve ölçeğin genelinde düşük düzeyde bir sosyal medya bağımlılığına sahip oldukları tespit edilmiştir. Ulaşılan bu sonuçtan hareketle yetişkin bireylerin sanal iletişim bakımından sosyal medyayı daha az tercih ettikleri ve daha az zaman geçirdikleri için sanal toleranslarının da düşük olduğu düşünülmektedir. Ayrıca sanal iletişim yerine gerçek yaşamdaki iletişimi yeğlemeleri ve sosyal medyada daha az vakit geçirmeleri sebebiyle sanal toleranslarının artmadığı ve bunun sonucunda sosyal medya bağımlılıklarının düşük olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyetlerine göre incelendiğinde fark sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin tüm boyutlarında anlamsız bulunmuştur. Bu sonuç ile benzer bir şekilde Aktan (2018), Baz (2018), Gül ve Diken (2018), Sağar (2018) tarafından üniversite öğrencileri ile yapılan araştırmalarda da sosyal medya bağımlılığı bakımından kadın ve erkekler arasında bir farkın olmadığına ulaşılmıştır. Bu sonuçlardan hareketle cinsiyetin yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Yetişkin bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının yaşlarına göre incelendiğinde fark sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin tüm boyutlarında anlamsız bulunmuştur. Elde edilen bulgular doğrultusunda yaş değişkeninin yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir. Tutgun-Ünal (2015) tarafından üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen araştırmada da bu çalışma ile uyumlu olarak sosyal medya bağımlılığı ile yaş arasında bir farklılaşmanın olmadığı bulmuştur; ancak çalışmada kullanılan sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt ölçekleri açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu araştırmayla uyumlu olarak Baz (2018) tarafından üniversite öğrencileri ile yapılan araştırmada da sosyal medya bağımlılığı ile yaş arasında bir farklılaşmanın olmadığı sonucu saptanmıştır. Azizi, Soroush ve Khatony (2019) tarafından yapılan çalışmada bu çalışma ile tutarlılık göstermektedir. Sağar (2018) tarafından yapılan genç bireyler arasındaki sosyal medya bağımlılığına yönelik araştırmada da sanal tolerans, sanal iletişim ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlara göre sosyal medya bağımlılığı ile yaş arasında bir farklılaşmanın olmadığı sonucu bulunmuştur. Elde edilen bu sonuca göre doğrultusunda yaş değişkeninin yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde medeni durum değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutu ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin toplam puanları arasında farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. Yetişkinlerde sanal tolerans alt boyutu ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin toplam puanları arasında farkın kaynağını belirlemek amacı ile ortalamalar kıyaslanmış ve hem sanal tolerans alt boyutu hem de sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin toplam puanlarında boşanmış olanların evli olanlara göre anlamlı düzeyde daha yüksek bir şekilde sosyal medya bağımlısı oldukları tespit edilmiştir. Tiryaki (2015) tarafından yapılan araştırmada katılımcıların medeni durumlarına göre bir sosyal medya aracı olan Facebook bağımlılığı incelenmiş ve bekar olanların evli olanlara göre daha çok Facebook bağımlılığının olduğu bulunmuştur. Yine bu araştırmaya paralel olabilecek Schou Andreassen, Billieux, Griffiths, Kuss, Demetrovics, Mazzoni ve Pallesen (2016) tarafından yapılan araştırmada da bekar olan bireylerin ilişkisi olan bireylere göre sosyal medya bağımlılıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bütün bunlar doğrultusunda bir ilişki içerisinde olmanın sosyal medya bağımlılığını azaltma konusunda yardımcı olduğu; boşanma, yalnız kalma gibi durumların bu bağımlılığı tetiklediği düşünülebilir. Bu sonuçtan hareketle evli bireylerin boşanmış bireylere oranla eşine ve ailesine karşı birtakım sorumluluklarının olduğu için sosyal medyaya boşanmış bireylere göre daha az zaman ayırdıkları ve bu sebeple sosyal bağımlılıklarının daha düşük olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları aylık gelir düzey değişkenine göre incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin sanal tolerans alt boyutu ile aylık gelir düzeyi değişkeni arasında farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. Bu farkın kaynağını belirlemek amacı ile ortalamalar kıyaslanmış ve

aylık gelir düzeyi 1000-1500 olanların, 2000 TL ve üstü olanlara göre sanal toleranslarının anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çelik (2017) de bu sonuç ile uyumlu olarak üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile aile aylık geliri arasında farkın olmadığını bulmuştur. Schou Andreassen ve diğerleri (2016) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da düşük sosyoekonomik duruma sahip bireylerin sosyal medya bağımlılıkları daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlardan hareketle gelir düzeyinin düşmesi, bireylerin sosyal medyada kendisini ifade etme çabalarını artırdığı, bu yüzden zamanlarını daha çok sosyal medyaya harcayarak bu sanal ortamda vakit geçirme toleranslarını git gide yükselttikleri düşünülmektedir.

Yetişkinlerde en sık kullanılan sosyal medya araçlarına göre incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin tüm boyutlarında ve ölçeğin toplam puanına göre farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç ile uyumlu olarak Sağar (2018) tarafından yapılan araştırmada da sanal tolerans, sanal iletişim ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanlara göre sosyal medya bağımlılığı ile en sık kullanılan sosyal medya araçları arasında bir farklılaşmanın olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuç bağlamında en sık kullanılan sosyal medya aracı değişkeninin yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Yetişkin bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin tüm boyutlarında ve ölçeğin toplam puanına göre farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre sosyal medya araç ve kullanım amaçları değişkenlerinin yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını etkileyen bir faktör olmadığı söylenebilir.

Bu araştırma sonucunda yetişkin bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının genel olarak düşük düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Boşanmış yetişkinlerin, evli yetişkinlere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu ve aylık geliri düşük olan yetişkinlerin sanal toleranslarının daha yüksek olduğu sonuçları elde edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda araştırmacı ve uygulamacılara şu önerilerde bulunulabilir;

1. Bu araştırma sadece Afyon ili Çay ilçesi ile sınırlıdır, bu yüzden daha geniş kitleler üzerinde benzer araştırmalar yapılarak daha net sonuçlar alınabilir.
2. Yapılan bu araştırmada sosyal medya bağımlılığı konusunda her iki cinsiyetin de benzer durumda olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla yapılacak bilinçli sosyal medya kullanımı konusundaki çalışmalarda her iki cinsiyete de bu eğitimler kazandırılmalıdır.
3. Bu araştırmada boşanmış yetişkinlerin evli yetişkinlere kıyasla daha fazla sosyal medya bağımlılığı gösterdikleri bulunmuştur. Bu bağlamda boşanmış veya yalnız yaşayan yetişkinlere yönelik olarak alternatif etkinlikler tasarlanabilir ve bunlar onların ulaşımını dahilinde hizmete konulabilir.
4. Düşük sosyoekonomik seviyedeki bireylere uğraş alanları sunulabilir, sosyal medya yerine kendilerini ifade edebilecekleri, güçlü oldukları yanlarını vurgulayabilecekleri uğraşlara yöneltilerek kendilerini sanal tolerans yolu ile sosyal medyadan ziyade gerçek yaşam aktivitelerinde ifade etmelerine olanaklar sunulabilir.

#### KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 373-386.
- Azizi, S. M., Soroush, A., Khatony, A. (2019). The relationship between social networking addiction and academic performance in Iranian students of medical sciences: a cross-sectional study. *BMC Psychol.*, 7: 28.doi: 10.1186/s40359-019-0305-0
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal of Society Researches*. 9(16), 275-295.
- Buluk, B., Eşitti, B., Boz, M. (2017). Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları: Üniversite Çalışanları Örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 5(10).

- Childnet International. (2006). Internet Addiction. [http://paneuyouth.eu/files/2013/07/factsheet\\_addiction.pdf](http://paneuyouth.eu/files/2013/07/factsheet_addiction.pdf) adresinden 12.11.2018 tarihinde alınmıştır.
- Çelik, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Kültür Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. İletişimde Yeni Yaklaşımlar Konferansı, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 4-5 Mayıs 2017, İstanbul, Türkiye.
- Durmuş, Beril, Yurtkoru, E. Serra, Ulusu, Yeşim, Kılıç, Bülent (2010). Facebook'tayız. Beta Yayınları, İstanbul, 2.Baskı.
- Gül, Ş., Diken, E. H. (2018). Fen Bilgisi Öğretmeni Adaylarının Sosyal Medya Bağımlılıklarının İncelenmesi. Kafkas Üniversitesi, e – Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi, 5(1), 41-50.
- Huck, S. W. (2012). Reading statistics and research (6th ed). Boston: Pearson.
- Marazziti, D., Presta, S., Baroni, S., Silvestri, S., Dell'Osso, L. (2014). Behavioral addictions: a novel challenge for psychopharmacology. CNS Spectrums 19, 6, 486-495.
- Idubor, I. (2014). 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.
- Sağar, M.E.(2018). Gençlerde Güncel Sorunlardan Biri Olan Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Afyon İli Örneği. Alanya Uluslararası Yerel Yönetimler Sempozyumu. 01-03.11.2018. Alanya, Türkiye.
- Saitoğlu, C. (2018). Bir Haber İletim Mecrası Olarak Sosyal Medya: 2015 Genel Seçim Sürecinde Yayınlanan Haberlerin Geleneksel Medya ve Sosyal Medya Karşılaştırması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sato, T. (2006). Internet Addiction among Students: Prevalence and psychological problems in Japan. JMAJ, 49 (7 • 8): 279–283.
- Schou Andreassen, C., Billieux, J., Griffiths, M.D., Kuss, D.J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. Psychol Addict Behav., 30(2), 252-62. doi: 10.1037/adb0000160.
- Şahin, C.(2017). The Predictive Level of Social Media Addiction for Life Satisfaction: A Study on University Students, TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, 16(4), 120-125.
- Şahin, C., Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 18(1), 523- 538.
- Tiryaki, S. (2015). Toplumsal Yaşamda Facebook Bağımlılığı: Konya Örneğinde Bir Saha Araştırması. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ünlü Dalyalı, F. (2018). Orta Yaş Üstü Bireylerin Dijital Çağda İletişim Kurma Pratikleri: Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Wainner, C. N. (2018). Social Media Addiction and its Implications for Communication. University of Tennessee Honors Thesis Projects. [https://trace.tennessee.edu/utk\\_chanhonoproj/2168](https://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/2168)
- Young, K. (2009). Internet Addiction: Diagnosis and Treatment Considerations. Journal of Contemporary Psychotherapy, 39 (4), 241-246

Young, K. S. (1999). Internet addiction: Symptoms, evaluation, and treatment. In VandeCreek, L., Jackson, T. (Ed.), *Innovations in Clinical Practice: A Source Book*, 17, (19–31). Sarasota, FL: Professional Resource Press.

TÜİK (2019). [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1028](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028) adresinden erişilmiştir.