



ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIKLARI

1. Tülay ASLAN¹

2. Erdinç BALLI²

ÖZET

Teknoloji günümüz 21. yüzyıl toplumunun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Teknoloji kullanımı ve bağımlılığı arttıkça, internet ve sosyal medya bağımlılıkları da büyümeye devam etmektedir. Sosyal medya bağımlılığı tıbben bir hastalık, sosyal ya da ruhsal bir bozukluk olarak kabul edilmemesine rağmen, ölçülemez bir şekilde insanların yaşamı üzerinde olumsuz etkilere sahip olabilmektedir. Dünyada her gün daha fazla insan bu bağımlılık durumundan muzdarip olmaktadır. Kullanıcılar üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, bu bağımlılıkların azaltılması önemlidir. Bu çalışmada; günümüz gençleri geleceğin çalışanları, yöneticileri olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları incelenmiştir. Araştırmada veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Araştırmanın örneklemini 243 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmada ölçek olarak “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu” kullanılmıştır. Ölçeğe uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonucunda; ölçeğin çatışma, kaçış, iletişim ve haberdar olma boyutları olmak üzere dört boyutlu bir yapı oluşturmuştur. Ayrıca yapılan analizler sonucunda öğrencilerin SMB düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılaşmadığı bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya bağımlılığı, üniversite öğrencileri.

SOCIAL MEDIA ADDICTIONS OF UNIVERSITY STUDENTS

ABSTRACT

Technology has become an integral part of 21st century society. Internet and social media addictions continue to grow as our dependence on technology increases. Everyday more people worldwide suffer from this. Given its influence on users, reducing these addictions is of importance. Although social media addiction is not medically considered a disease, a social or mental disorder, it can immeasurably has a negative impact on people's lives. In this study; the social media addictions of university students, who are today's youth and employees, managers of the future, is examined. In the research, the data were collected from 243 university students via the survey method. In the study, “Social Media Addiction Scale-Adult Form” was used. As a result of explanatory factor analysis; the scale was composed of four factors, namely; conflict, escape, communication and awareness. In addition, as a result of the T- test and one-way Anova, it was found that the social media addiction levels of the students did not differ according to demographic characteristics.

Key Words: Social media addiction, university students.

¹ Çağ Üniversitesi, S.B.E. Psikoloji A.B.D, sahintulay@gmail.com, ORCID:0000-0002-2585-2483

² Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, eballi@cu.edu.tr,

ORCID: 0000-0001-5111-1868

• Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması beyan etmemiştir.

GİRİŞ

İnternet günümüz 21. yüzyıl toplumunun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. İlk kullanımı 1960'lı yılların sonuna dayanan internet, ilk dönemlerinde askeri üsler arasında bilgi akışını sağlamak gibi amaçlar için kullanılsa da daha sonra 1989 yılında ticari amaçlı kullanılmaya başlanmıştır (Yeşim, 2017). Web 2.0 teknolojisinin gelişimiyle birlikte internet, bir iletişim aracı olmasının yanı sıra sosyal bir ortam olarak da kullanılmaya başlanmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2009: 60; Erkul, 2009: 98). Bu sosyal ortam, internet kullanıcılarına tanımadığı insanlarla tanışma, eski arkadaşlarını bulma, arkadaşlarının tanıdığı kişilerle tanışma ve kendi kişisel çevresini oluşturma gibi imkânlar sağlamıştır (Boyd ve Ellison, 2007: 211). Bu fırsatlara istinaden internet kullanımı yaygınlaşmış ve birçok insan için günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir.

Dünya çapında milyarlarca insanı birbirine bağlayan ve insan hayatını kolaylaştırmada büyük bir rol olan internetin ve özelinde sosyal medyanın aşırı kullanımının sonuçları tartışmalı bir konu haline gelmiştir. Yeni teknolojik gelişmelerin özellikle gençler için bağımlılığa yol açabileceği de çeşitli araştırmalarda ifade edilmiştir (Echeburua ve Corral, 2010). Sosyal medya ağlarının kullanımı sonucunda bağımlılık endişesinin gündeme gelmesi, sosyal medya bağımlılığı konusundaki araştırmalara da hız kazandırmıştır (Taş, 2017: 33). Bu endişe ve önem doğrultusunda araştırmacılar, sosyal medya bağımlılığının sonuçlarını ve nedenlerini aramaya başlamışlardır. Yapılan çalışmalar, sosyal medya platformlarının insan hayatını etkileme ile ilgili bir gücünün olduğunu ve bireylerin yaşamlarında vazgeçilmez bir unsur olduğunu bulgulamışlardır (Hazar, 2011; Tutkun-Ünal ve Köroğlu, 2013; Christakis ve Fowler, 2012). Ayrıca araştırmalar teknolojilerin aşırı veya uygunsuz kullanımının çocukların, ergenlerin ve genç yetişkinlerin refah, psikolojik işleyiş ve akademik başarılarını olumsuz yönde etkileyebileceğine dair kanıtlar ortaya koymuş (Barker ve Algorta, 2016; Sampasa-Kanyinga ve Lewis, 2015; Kross vd, 2013; Brooks, 2015; Lin vd., 2016; Oberst vd., 2016; Fox ve Moreland, 2015;) ve konuya olan ilginin daha da artmasını sağlamıştır.

Günümüzün üniversite öğrencileri teknoloji içinde doğmuş ve teknoloji kullanımı konusundaki becerileri ve alışkanlıkları daha çocukluklarının ilk döneminde başlamış bir kuşağın üyeleri olarak internet kullanım oranının yüksek olduğu bir grup durumundadır. Teknolojiyi birçok amaçla kullanan bu kuşak, aynı zamanda teknolojiyi ilişkiler kurmada da kullanmaktadırlar. Teknoloji kullanımına yatkın, gelişmeler ve sosyal medyalar konusunda bilgili olan günümüz gençleri olan bu grup, kendi ihtiyaçlarına göre bu sosyal medya ortamlarında ilişkiler kurabilmekte ve sosyalleşmektedirler. Gençlerin özellikle sosyal medya ortamlarında daha çok zaman geçirmeleri, yüz yüze ilişkilere olan ihtiyaçlarını azaltabilmekte ve bu durum yüz yüze ilişki kurabilme ve devam ettirebilme yetilerini geliştirmelerini engelleyebilmektedir. Öğrencilerin daha çok sosyal medyada ilişkiler kurması ve sosyalleşme isteği, daha fazla sosyal medya bağımlısı olmaları ile sonuçlanabilmekte ve zamanla sosyal medya bağımlılık düzeyleri artabilmektedir.

Mevcut araştırmada; günümüzün gençleri ve geleceğin çalışanları, yöneticileri olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı incelenmekte ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmaktadır. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının kullanılan sosyal medya uygulamaları kullanım sıklıkları ile olan ilişkilerin incelenmesi de amaçlanmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Sosyal Medya Kavramı

Bilgisayar ve internet teknolojisinin çok yönlü ve dijital platformlara dönüşmesi sonucu ortaya çıkan etkileşimli medya alternatifleri, yeni medya olarak tanımlanmaktadır (Mişçi, 2006: 128). Rogers

(1986)'a göre yeni medyanın üç temel özelliği bulunmaktadır; etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansızlıktır. Etkileşim özelliği yeni medya teriminin en önemli parçasıdır. Mesajı yazan ve mesajı alan kişinin birlikte bu sürece dahil olmasıdır. Kitlesizleştirme ise yeni medya ortamlarında büyük kullanıcı gruplar içerisinde dahi her biriyle ayrı ayrı özel mesaj alışverişi yapılabilmesine imkan tanınması ayrıca gruptan da bağımsız olma özelliğini de içine almaktadır. Eş zamansızlık durumu ise yeni medya süreçlerinde iletişimin sadece kişinin istemesi halinde gerçekleşen bir durumdur. Kullanıcılar ne zaman isterlerse mesaj gönderebilmekte ya da kendilerine gelen mesajları görebilmektedirler. Bu durumda da aynı andalık zorunluluğu da ortadan kalmaktadır. Yeni medyanın bu kadar gelişmiş olması insanların sosyal ağ ortamlarında etkileşim içinde bir araya gelmelerine ve bilgi alışverişinde bulunabilmelerine ayrıca kişisel bilgilerin paylaşılmasına fırsat sağlamıştır (Özkan, 2013).

Yeni medyanın özellikleri doğrultusunda gelişen sosyal medya kavramı ile ilgili olarak literatürde birçok tanımlamanın yapıldığı görülmektedir. Sosyal medya, “Web 2.0”ın ideolojik ve teknik temelleri üzerine kurulmuş ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin ortaya çıkmasına ve değiştirilmesine izin veren internet tabanlı bir grup uygulama” olarak tanımlanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2009). Diğer bir tanıma göre sosyal medya; insanların kişisel profil oluşturdukları, diğer sosyal medya kullanıcıları ile karşılıklı iletişim ve etkileşimde buldukları, ortak ilgilere sahip kişilerle paylaşımlarını artırdıkları, iletişim kurmak istedikleri arkadaş listesini oluşturdukları web tabanlı uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Boyd, 2003; Vural ve Bat, 2010). Toprak ve diğerlerine (2009) göre, sosyal paylaşım ağları, insanların oluşturduğu profiller aracılığıyla ününü ve statü durumunu artırmada aracı rol üstelendiği, bu ağlar sayesinde diğer kullanıcıların bağlantılarını gözlemleyebildikleri ve kişiler arası ileti gönderebilme özellikleri olan bir araçtır. Sosyal medya; iletişim kurma, iş geliştirme, ticaret yapma, haber okuma, bilgi alma gibi günlük hayatta yaptığımız birçok konuda değişim de meydana getirmiştir. Günümüzde bir çok farklı sosyal medya siteleri/uygulamaları bulunmakla birlikte; Facebook, Instagram, Twitter , Youtube ve LinkedIn bunlar içerisinde en yoğun kullanılanlar olarak ön plana çıkmaktadır.

Sosyal medyanın kullanıcılar açısından hem avantajları hem de dezavantajları bulunmaktadır. Binark ve diğerleri (2009)'e göre sosyal medyanın avantajlarını; sınırsız bilgiye ulaşma, eğitim belgelerine erişebilme, aktif ve eski arkadaşlar ile aynı ağda buluşabilme, eğlenme, boş zaman geçirme ve oyun oynama, bilgi içerikleri üretme ve paylaşma, siyasi fikir beyan etme, kimliğini gizleyebilmek (özelleştirebilmek), gruplara üye olma ve aktivitelerde bulunabilme, içerik çözümlenebilme ve teknolojik bilgi edinme, iş arama ve mesleki bilgi edinebilme, sağlık, cinsellik, eğitim gibi kişisel bilgiler edinebilme, kariyer gruplarına üye olabilme, sempati duyduğu kişileri takip edebilme ve online/offline olarak bilgi/belge paylaşabilmek olarak sıralamak mümkündür. Dezavantajları ise; sosyal medyanın çok hızlı bir şekilde yayılması ve bunun insan yaşamı için risk teşkil etmesi, özel hayatın gizliliği ile ilgili ihlal durumlarının olması, internet kullanıcıların sosyal medya platformlarında çok fazla zaman geçirmesinden kaynaklı alışkanlık, bağımlılık ya da kimlik sorunlarının ortaya çıkmasıdır. Sosyal medyanın yoğun kullanımı ile bireylerin sorumluluklarını yerine getirme konusunda sorunların yaşanması ve bu durumun yaşam aktivitelerine engel teşkil etmesi, kişilerin günlük yaşamındaki faaliyetlerin aksamasına ve zaman kaybına neden olabilmektedir. Ayrıca bilgi kirliliğinin oluşmasına, sosyal medya platformlarında aşırı zaman geçirilmesinden kaynaklı kitap okuma oranlarında düşüşlerin başlamasına ve sürekli sosyal medyada vakit geçirilmesinden kaynaklı hareketsizlik ve diğer sağlık sorunlarının yaşanmasına neden olabilmektedir (Zenelaj, 2014: 83-84).

1.2. Bağımlılık

Bağımlılık, belirli bir nesne veya durum ile kurulan ilişki sonrasında gelişen, birbirleri ile alakalı davranışların bir araya getirdiği özel bir durum ve ilişki türüdür. Farklı bir ifade ile bağımlılık, belirli bir madde, ürün ya da hizmetin kullanımı ile kişinin kendini iyi hissetme durumudur (Babaoğlu, 1997: 150).

Bağımlılık kavramı genel olarak bir maddeye karşı fiziksel olarak bağlanma durumudur (Holden, 2001). Bağımlılık geniş anlamda ise; duygusal, zihinsel veya fizyolojik tepkilerin gerçekleşmesine neden olan maddeye alışma, bir eylemi bırakma veya uygulama noktasında kişinin dürtülerini kontrol altına almakta güçlük çekmesidir (Byun vd., 2009).

Bağımlılık davranışı altı temel bileşen (belirginlik, duygu durum düzenleme, tolerans, çekilme belirtileri, çatışma ve tekrarlama) ile açıklanabilmektedir (Griffiths, 1995; Turel vd., 2011; Griffiths vd., 2016):

Belirginlik: Kişinin yaptığı bir aktivitenin hayatında önemli bir yer tutması, kişinin düşüncelerine, duygularına ya da davranışlarına hakim olamama durumudur. İnsanların sosyal paylaşım ağları ile meşgul olmadıkları anlarda dahi kendilerini bir dahaki meşgul olacakları zamanı düşünmekten alıkoyamama durumu buna örnek olarak gösterilebilir.

Duygu durum düzenleme: Kişilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanmaları neticesindeki öznel deneyimlerini ifade etmektedir. Aynı deneyimin farklı zamanlarda farklı duygular uyandırması durumudur ve baş etme stratejisi olarak görülebilmektedir.

Tolerans: Kişinin sosyal medyayı sürekli kullanımı sonucunda geçmişteki olumlu etkileri elde etmek için sosyal ağ kullanımının sürekli artış gösterme durumudur.

Çekilme belirtileri: Sosyal medya kullanıcılarının bu ağlarda paylaşım yapmadıklarında meydana gelen olumsuz duygulanımdır.

Çatışma: Kişilerin sosyal medya platformlarını aşırı kullanımları sonucu kişilerarası ilişkilerde, iş hayatlarında, akademik performanslarında ya da kişilerin kendileriyle ilgili iç çatışmalarda karşılaştığı sorunlardır.

Tekrarlama: Kişilerin sosyal medyayı kullanmamak için aşırı çaba göstermesi, ara verse dahi kısa ya da uzun süreli kullanmaya yeniden başlanması durumudur.

1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bilgisayar ve internet teknolojisinin hızlı ilerleyişinin neden olduğu psikolojik riskler ve sonuçlarla ilgili kesin bir görüş birliği bulunmamakla birlikte son zamanlarda yapılan çalışmalar (Koc ve Gülyagcı, 2013; Hormes vd., 2014; Masur vd., 2014; Wang vd., 2015; Andreassen vd., 2012) sosyal paylaşım ağlarının bağımlılık potansiyeli üzerine oluşudur.

Amerikan Psikiyatri Birliği(2000) “Psikiyatride Hastalıkların Tanımlanması ve Sınıflandırılması El Kitabı’nda, madde kullanımı ile ilişkili bozukluklar kapsamında değerlendirilen internet bağımlılığı; “aşırı internet kullanımı”, “uygun olmayan internet kullanımı” ya da “patolojik internet kullanımı” olarak da belirtilmektedir. İnternetin aşırı ve problemlili kullanımı, zamanın çoğunun internette geçirilme isteği ve bu isteğin önüne geçilememesi, internete bağlı olmama durumunda kişinin kendisini keyifsiz hissetmesi, aşırı sinirli ve saldırgan olma hali, zamanın çoğunu internet ortamında geçirmesinden kaynaklı sosyal ve aile çevresinde kopuşu internet bağımlılığının belirtileri arasında yer almaktadır (Arisoy, 2009: 57-58). İnternet ortamında uzun zaman geçirilmesi, internet bağımlılığının hem belirtisi olarak hem de sonucu olarak değerlendirilmektedir. Yapılan araştırmalarda internet bağımlısı olan kişilerin interneti diğer kullanıcılara göre daha yoğun kullanmaktadır. Bir kişiye internet bağımlısı

denilebilmesi için sadece internet kullanım süresine bakılmaması ayrıca kişinin interneti hangi amaçla kullandığının ve internet ortamında geçirilen zamanı da göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Young, 1998: 29-33). Yapılan araştırmalarda internet bağımlısı olmayan kişilerin daha çok eğitim ya da alış-veriş sitelerinde zaman geçirdikleri, internet bağımlısı olan kişilerin ise daha çok sosyal ağlarda, sohbet içerikli uygulamalarda, film, video, müzik ya da oyun sitelerinde ve pornografik sitelerde zaman geçirdikleri görülmüştür (Gününç ve Kayri, 2010: 221-222).

Sosyal medya bağımlılığı kavramının tanımı ile ilgili literatürde birçok tanım yer almakta olup, Tutkun-Ünal (2015: 93)'e göre; sosyal medya bağımlılığı, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük yaşamın pek çok alanında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorundur. Savcı ve Aysan (2017)'a göre ise; aşırı kullanım, kullanma isteğini doyuramama, aşırı kullanımdan dolayı aktivitelerin ihmal edilmesi, aşırı kullanımın sosyal ilişkilere zarar vermesi, negatif duygu ve yaşam stresinden bir kaçış aracı olarak kullanma, kullanımı azaltma ve durdurmada problemler yaşama, kullanımın mümkün olmadığı durumlarda gergin ve sinirli olma ve kullanım süresi ve miktarına ilişkin yalan söyleme durumu olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılan araştırma sonuçlarında, sosyal medya kullanımının insan yaşamında birçok olumsuzluklara yol açtığı belirtilmiştir. Bu olumsuzluklar arasında kişilerin kendi yaşamları ve çevreleriyle olan ilişkilerinde azalma, akademik performanslarında düşme, kalitesiz uyku durumları ve çevresi ile iletişimlerinde problemler sayılabilir. Gerek akademik gerekse sosyal ve eğlence ile ilgili eylem ve aktivitelerin azalması kişinin hayatını tehlikeye sokması madde bağımlılığında da dikkate alınan konulardan olmuştur. Kandell (1998), internet bağımlılığını psikolojik bağımlılık olarak tanımlamakta olup bağımlılık açısından daha çok gençlerin risk grubunda olduğunu, internetin aşırı kullanımının kişilerde sağlık problemlerine yol açabileceğini, kişinin çevresi ile olan ilişkilerinde bozulmaların yaşanacağı ve zamanın yönetimi konusunda da sorunlara sebep olabileceği ifade edilmektedir. İnternet bağımlısı olan bireylerin sosyal hayatlarında, aile içi ilişkilerinde, akademik performanslarında ve iş yaşantılarında sorunların yaşandığına dair çalışma örnekleri de bulunmaktadır (Caplan, 2005; Young, 1999). Sosyal medya sitelerinin gün geçtikçe artan düzeyde kullanımı insanların önceliklerinin değişimine neden olabilmektedir. Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili olarak sosyal medya kullanıcıların ders esnasında sıklıkla sosyal medya sitelerine giriş yaptıkları ve bu durumun akademik başarılarının zarar görmesine neden olduğu gözlemlenmiştir (Kirschner ve Karpinski, 2010; Kuss ve Griffiths, 2011). Sosyal medya bağımlılıkları, sosyal ağlarda aşırı zaman geçirdiklerinde diğer yaşamsal etkinliklere, aktivitelere, iş ve akademik hayatına yeterince zaman ayıramayabilmektedir. (Andreassen, 2015). Yapılan bir vaka çalışmasında sosyal medya bağımlısı bir kişinin sosyal sitelere olan bağımlılığından kaynaklı işini kaybettiği bildirilmiştir (Karaiskos vd., 2010). Andreassen ve diğerlerinin (2014) başka bir çalışmada, sosyal ağ sitelerinin çalışma saatleri içerisinde şahsi amaçlarla kullanılmasının iş performansını olumsuz etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca Wolniczak ve diğerlerinin (2013) çalışmasında, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile kalitesiz uyku arasında ilişki incelenmiş ve öğrencilerin yarısından fazlası gibi büyük bir oranın kalitesiz uykuya sahip oldukları bulgulanmıştır.

2. YÖNTEM

Araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılıklarını incelemektir. Ayrıca çalışma kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

- Üniversite öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile kullanılan sosyal medya uygulamaları ilişkili midir?

Bu araştırma tanımlayıcı türde tasarlanmış olup veriler anket ile toplanmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan anket 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını tespit etmek amacıyla 20 maddeden oluşan “Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) Ölçeği-Yetişkin Formu” kullanılmıştır. Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Ölçek 20 betimleme ve 2 alt boyuttan (sanal tolerans ve sanal iletişim) oluşan bir yapıdadır. Sanal tolerans alt boyutu 1-11’inci maddeler, sanal iletişim ise 12-20’inci maddelerden oluşmaktadır. 5. ve 11. maddeler ters puanlanmaktadır. Kullanılan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu 5’li Likert tipinde derecelendirilmiştir ve cevap seçenekleri ; (1) bana hiç uygun değil, (2) bana uygun değil, (3) kararsızım, (4) bana uygun (5) bana çok uygun şeklinde puanlanmaktadır. İkinci bölümde öğrencilerinin farklı sosyal medya uygulamalarını (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ve LinkedIn) kullanım sıklıklarına dair ifadeler bulunmaktadır. İfadeler; (1) hiç , (2) nadiren, (3) ara-sıra , (4) genellikle (5) her zaman şeklinde derecelendirilmiştir. Üçüncü bölümde de; üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, öğrenim üniversite, devam etmekte olunan sınıf, kiminle yaşadığı) yönelik sorular bulunmaktadır. Çalışmanın evrenini; Çukurova Üniversitesi, Harran Üniversitesi veya Mersin Üniversitesi’nde turizm lisans eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Veriler, Nisan 2019- Mayıs 2019 zaman aralığında yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Toplam 243 adet analize uygun anket toplanmıştır. Bu anlamda bu çalışmanın örneklem sayısı 243 öğrencidir. Veriler bilgisayar ortamına aktarılmış ve çalışma kapsamında tanımlayıcı istatistiklerin yanında geçerlik analizleri, güvenilirlik analizleri, T testi, Anova ve korelasyon analizleri yapılmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmaya katılan 243 öğrencinin cinsiyet, yaş, üniversitesi, sınıfı ve yaşadığı yer gibi demografik bilgilerine ilişkin frekans ve yüzdelik dağılımlar Tablo 1’de gösterilmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri özetlendiğinde; % 54,3’ü kadın, %44,4’ü 20-21 yaş grubunda, %37,4’ü Çukurova Üniversitesi’nde kayıtlı, % 31,3’ü 2. Sınıfa devam etmekte ve %35’i ailesi ile birlikte kalmaktadır.

Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzdelik Dağılımlar

Değişken	Alt değişken	n	%
Cinsiyet	Kadın	132	54,3
	Erkek	111	45,7
Yaş	18-19 yaş	43	17,7
	20-21 yaş	109	44,9
	22-23 yaş	62	25,5
	23+ yaş	29	11,9
Üniversite	Çukurova Üniversitesi	91	37,4
	Harran Üniversitesi	83	34,2
	Mersin Üniversitesi	69	28,4
Sınıf	1.sınıf	51	21,0
	2.sınıf	76	31,3
	3.sınıf	46	18,9
	4.sınıf	70	28,8
Kalınan Yer	Öğrenci yurdunda	78	32,1
	Evde arkadaşlarımla	68	28,0
	Ailem ile	85	35,0
	Evde tek başıma	12	4,9

Öğrencilerin hangi sosyal medya hesaplarını hangi sıklıkla kullandıklarına ilişkin frekans ve yüzdelik dağılımlar Tablo 2’de gösterilmektedir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarını kullanım sıklık ortalamalarına bakıldığında en fazla Instagram ($\bar{X}= 4,19$) kullandıkları, sırasıyla onu Twitter ($\bar{X}= 2,32$), Facebook ($\bar{X}= 1,95$) ve LinkedIn ($\bar{X}= 1,26$) uygulamalarının takip ettiği görülmektedir. Araştırma kapsamında kullanılan SMB Ölçeğinin güvenilirliğini test etmek, sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan ve ölçeğin iç tutarlılığını değerlendiren Chronbach’s Alfa Katsayısı (α) yöntemi tercih edilmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, 20 maddelik SMB Ölçeğinin için Cronbach’s Alpha değerinin ,828 olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Durumlarına İlişkin Bilgiler

Sosyal medya	Sıklık	f	%	\bar{X}	Ss
Facebook	Hiç	129	53,1	1,95	1,236
	Nadiren	43	17,7		
	Ara sıra	41	16,9		
	Genellikle	14	5,8		
	Her zaman	16	6,6		
Twitter	Hiç	118	48,6	2,32	1,571
	Nadiren	36	14,8		
	Ara sıra	29	11,9		
	Genellikle	13	5,3		
	Her zaman	47	19,3		
LinkedIn	Hiç	203	83,5	1,26	,678
	Nadiren	23	9,5		
	Ara sıra	11	4,5		
	Genellikle	5	2,1		
	Her zaman	1	0,4		
Instagram	Hiç	13	5,3	4,19	1,111
	Nadiren	9	3,7		
	Ara sıra	26	10,7		
	Genellikle	67	27,6		
	Her zaman	128	52,7		

SMB Ölçeğini oluşturan ifadeler katılımcıların verdiği puanların ortalamaları Tablo 3’de verilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde en yüksek ortalamanın ölçeğin 5 maddesi “Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem” ifadesi olurken, en düşük ortalamanın da, ölçeğin 18. maddesi olan “Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim” ifadesine ait olduğu görülmüştür.

Tablo 3. SMB Ölçek İfadeleri ve Ortalamaları

İfadeler	\bar{X}	Ss
1. Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	2,7243	1,37949
2. Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	3,1893	1,31942
3. Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	3,0123	1,44452
4. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	2,8313	1,36073
5. Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.*	3,3251	1,29097
6. Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	3,0123	1,37415
7. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	2,4938	1,38281
8. Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	2,6379	1,43471
9. Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	2,6584	1,37968
10. Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	2,6708	1,37520
11. Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.*	2,9671	1,29802
12. Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	3,1152	1,19013
13. Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	2,5679	1,27861
14. Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	2,8519	1,27381
15. Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	2,4650	1,23391
16. İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	3,1203	1,35257
17. Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	2,6008	1,28931
18. Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	2,1317	1,39032
19. Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	2,4568	1,26670
20. Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	2,6543	1,28076

* Ters Kodlanmış Madde

SMB Ölçeğinin geçerliliğini ortaya koymak amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. SMB ölçek verilerinin faktör analizine uygunluğu KMO örneklem yeterliliği ve Barlett küresellik testi ile incelenmiştir. KMO değeri 0,835 olup, Barlett testi sonuçları da istatistik olarak anlamlı çıkmıştır ($\chi^2=1004,494$ ve $p<0.0001$). Her iki test sonucuna bakıldığında, SMB ölçeğine ilişkin verilere faktör analizi yapılmasının uygun olduğu saptanmıştır. SMB ölçeğindeki 2., 5. ve 16. maddelerin faktör yükü ,400'den küçük olduğu ve 10. madde de binişik madde olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Kalan maddeler ile devam edilen faktör analizi sonuçları Tablo 4' de verilmiştir.

Tablo 4 incelendiğinde, SMB ölçeğinin 4. faktör altında toplandığı görülmüştür. Beş maddeden oluşan 1. faktör toplam varyansın % 30,06'sını; dört maddeden oluşan 2. faktör % 9,26'sını; üç maddeden oluşan 3. faktör % 7,99'unu ve üç maddeden oluşan 4. faktör % 7,21'ini açıklamaktadır. Dört faktörün açıkladığı toplam varyans % 54,55 olmuştur.

Tablo 4. SMB Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktörler ve İfadeler	Faktör Yüğü	Öz değer	Açıklanan Varyans %	\bar{X}	α
I. Faktör: Çatışma (5 madde)		4,810	30,064	2,69	,733
SMB 7.	,763				
SMB 6.	,682				
SMB 4.	,642				
SMB 15.	,624				
SMB 8.	,516				
II. Faktör: Kaçış (5madde)		1,486	9,288	2,79	,732
SMB 1.	,727				
SMB 9.	,696				
SMB 3.	,623				
SMB 13.	,511				
SMB 11.	,502				
III. Faktör: İletişim (3 madde)		1,279	7,993	2,40	,672
SMB 17.	,841				
SMB 18.	,664				
SMB 19.	,567				
IV. Faktör: Haberdar olma (3 madde)		1,153	7,206	2,88	,594
SMB 12.	,771				
SMB 20.	,633				
SMB 14.	,618				

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: % 83,5
Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 104,494 p<0,0001
Açıklanan toplam varyans: %.54,55; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,822

Oluşan faktörler altındaki ifadeler incelendiğinde 1. faktöre “çatışma”, 2. faktöre “kaçış”, 3. faktöre “iletişim” ve 4. faktöre de “haberdar olma” ismi verilmesine karar verilmiştir. Açıklayıcı faktör analizleri sonucunda ortaya konan faktörlerin ortalamalarına bakıldığında, bu değerlerin çatışma boyutu için 2,49; kaçış boyutu için 2,79; iletişim boyutu için 2,40 ve haberdar olma boyutu için 2,88 olduğu görülmektedir.

Ölçeğe uygulanan faktör analizleri sonucunda ortaya konan, dört SMB boyutunun öğrencilerin cinsiyetleri göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için T-testi yapılmıştır. T-testi sonuçları, Tablo 5’de verilmiştir. Yapılan analizlere göre öğrencilerin cinsiyetlerine göre SMB düzeyleri hiç bir boyutta anlamlı farklılık göstermemiştir ($p > 0,05$).

Tablo 5. Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre SMB Düzeylerinin Karşılaştırılması

Alt boyut	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	t	P
Çatışma	Kadın	132	2,6727	,91810	-,276	,423
	Erkek	111	2,7063	,97899		
Kaçış	Kadın	132	2,8015	,86510	,279	052
	Erkek	111	2,7676	1,03099		
İletişim	Kadın	132	2,3636	1,01344	-,544	,392
	Erkek	111	2,4354	1,03747		
Haberdar Olma	Kadın	132	2,8485	,92772	-,463	,579
	Erkek	111	2,9039	,93137		

Öğrencilerin yaşları, okudukları üniversite, sınıfları ve kalma yerlerine göre SMB düzeylerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için One-way Anova analizleri uygulanmış ve sonuçları

Tablo 6, Tablo 7, Tablo 8 ve Tablo 9’da verilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde öğrencilerin SMB düzeylerinin öğrencilerin yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir ($p>0,05$).

Tablo 6. Öğrencilerin Yaş Gruplarına Göre SMB Düzeylerinin Karşılaştırılması

Alt boyut	Yaş grupları	N	\bar{X}	Ss	F	P
Sanal tolerans	18-19 yaş	43	2,7442	,83760	,161	,923
	20-21 yaş	109	2,6734	,96058		
	22-23 yaş	62	2,6419	,87825		
	23+ yaş	29	2,7586	1,18488		
Sanal iletişim	18-19 yaş	43	2,8977	,97137	2,602	,053
	20-21 yaş	109	2,8257	,92900		
	22-23 yaş	62	2,5226	,80682		
	23+ yaş	29	3,0345	1,12893		
Sanal tolerans	18-19 yaş	43	2,5039	1,13476	,674	,568
	20-21 yaş	109	2,4526	1,03689		
	22-23 yaş	62	2,2688	,95211		
	23+ yaş	29	2,2989	,95678		
Sanal iletişim	18-19 yaş	43	2,8295	1,00626	,294	,830
	20-21 yaş	109	2,8624	,95712		
	22-23 yaş	62	2,8548	,88217		
	23+ yaş	29	3,0230	,81616		

Tablo 7’ye göre; öğrencilerin SMB düzeylerinin öğrencilerin kayıtlı olduğu üniversitelere göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir ($p> 0,05$).

Tablo 7. Öğrencilerin Üniversitelerine Göre SMB Düzeylerinin Karşılaştırılması

Alt boyut	Üniversite	N	\bar{X}	Ss	F	P
Sanal tolerans	Çukurova	91	2,7846	,95230	,762	,468
	Harran	83	2,6241	,89628		
	Mersin	69	2,6377	,99308		
Sanal iletişim	Çukurova	91	2,9297	,96396	2,346	,098
	Harran	83	2,7783	,89061		
	Mersin	69	2,6058	,95669		
Sanal tolerans	Çukurova	91	2,3370	1,02740	,776	,461
	Harran	83	2,5100	1,04549		
	Mersin	69	2,3382	,99261		
Sanal iletişim	Çukurova	91	2,9267	,93598	,244	,783
	Harran	83	2,8514	,99627		
	Mersin	69	2,8309	,83749		

Tablo 8 incelendiğinde, öğrencilerin SMB düzeylerinin öğrencilerin sınıflarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir ($p> 0,05$).

Tablo 1. Öğrencilerin Sınıflarına Göre SMB Düzeylerinin Karşılaştırılması

Alt boyut	Yaş grupları	N	\bar{X}	Ss	F	P
Sanal tolerans	1. Sınıf	51	2,5765	,88240	2,031	,110
	2. Sınıf	76	2,6184	,91865		
	3. Sınıf	46	2,5739	,97671		
	4.Sınıf	70	2,9200	,97350		
Sanal iletişim	1. Sınıf	51	2,7961	1,01940	1,473	,222
	2. Sınıf	76	2,6737	,81378		
	3. Sınıf	46	2,6783	,93474		
	4.Sınıf	70	2,9714	1,00854		
Sanal tolerans	1. Sınıf	51	2,4902	1,10223	,792	,500
	2. Sınıf	76	2,4605	,99326		
	3. Sınıf	46	2,2029	,90671		
	4.Sınıf	70	2,3857	1,07022		
Sanal iletişim	1. Sınıf	51	2,8627	1,01363	,229	,876
	2. Sınıf	76	2,8289	,85634		
	3. Sınıf	46	2,9710	,92916		
	4.Sınıf	70	2,8667	,95199		

Tablo 9 incelendiğinde öğrencilerin SMB düzeylerinin öğrencilerin kaldıkları yerlere göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir ($p > 0,05$).

Tablo 9. Öğrencilerin Kalınan Yere Göre SMB Düzeylerinin Karşılaştırılması

Alt boyut	Yaş grupları	N	\bar{X}	Ss	F	P
Sanal tolerans	Öğrenci yurdunda	78	2,7154	,91369	1,635	,182
	Evde	68	2,5588	,91525		
	arkadaşlarımla					
	Ailem ile					
Evde tek başıma	12	3,2000	1,06173			
Sanal iletişim	Öğrenci yurdunda	78	2,6949	,83291	2,075	,104
	Evde	68	2,8000	,96196		
	arkadaşlarımla					
	Ailem ile					
Evde tek başıma	12	3,4167	1,08362			
Sanal tolerans	Öğrenci yurdunda	78	2,4188	1,00279	,488	,691
	Evde	68	2,3725	,96115		
	arkadaşlarımla					
	Ailem ile					
Evde tek başıma	12	2,7222	1,00336			
Sanal iletişim	Öğrenci yurdunda	78	2,8675	,86179	,440	,725
	Evde	68	2,8333	,94720		
	arkadaşlarımla					
	Ailem ile					
Evde tek başıma	12	3,1667	,98985			

Öğrencilerin SMB düzeyleri ile Sosyal medya uygulamaları kullanım sıklığı arasındaki olası ilişkileri ortaya koymak amacıyla korelasyon analizleri yapılmış ve sonuçları Tablo 10'da verilmiştir. Tabloya göre, öğrencilerin Facebook kullanım sıklığı ile SMB alt boyutlarından çatışma ($r=,246$; $p < 0,01$), kaçış ($r=,191$; $p < 0,01$), ilişki ($r=,176$) ve haberdar olma ($r=,128$) boyutları; Twitter kullanımı

ile kaçış ($r=,189$), ilişki ($r=,220$) ve haberdar olma ($r=,198$) boyutları; Instagram kullanımı ile çatışma ($r=,196$), kaçış ($r=,238$), ilişki ($r=,239$) ve haberdar olma ($r=,203$) boyutları ve LinkedIn kullanımı ile kaçış ($r=,173$), ilişki ($r=,209$) ve haberdar olma ($r=,180$), boyutları arasında anlamlı ($p < 0,01$) ve pozitif yönlü ilişkiler bulunmaktadır.

Tablo 10: Öğrencilerin SMB İle Sosyal Medya Uygulamaları Kullanım Sıklığı Arasındaki İlişkiler

	1	2	3	4	5	6	7	8
(1) Çatışma	1	,545**	,336**	,351**	,122	,196**	,246**	,073
(2) Kaçış		1	,428**	,405**	,191**	,189**	,238**	,173**
(3) İlişki			1	,371**	,176**	,220**	,239**	,209**
(4) Haberdar Olma				1	,128*	,198**	,203**	,180**
(5) Facebook					1	,285**	,007	,341**
(6) Twitter						1	-,015	,402**
(7) Instagram							1	,039
(8) LinkedIn								1

** $p < 0,01$ * $p < 0,05$ n=243

SONUÇ

Bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları incelenmiştir. Veriler turizm lisans eğitimi alan 243 üniversite öğrencisinden anket yolu ile toplanmıştır. Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya uygulaması ve kullanım sıklığına dair veriler incelendiğinde; Instagram kullanım sıklığı ortalamasının (4,19); Twitter (2,32), Facebook (1,95) ve LinkedIn'in (1,26) ortalamalarına göre yüksek olduğu görülmektedir. Bu anlamda öğrenciler arasında kullanımı en yaygın olan sosyal medya uygulamasının Instagram olduğu söylenebilir. Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı üzerine yapılan geçmiş çalışmalara bakıldığında; Altunbaş ve Kul (2015) üniversite öğrencileri arasında en çok kullanılan sosyal medya araçlarının sırasıyla Facebook, Twitter ve Instagram olduğunu; Küçükali (2016) sırasıyla Facebook, Instagram ve Twitter; Aykan, Altındış, Ekerbiçer, Aslan ve Altındış (2017) sırasıyla Instagram ve Facebook ve Twitter ; Duygun (2018)da sırasıyla Instagram , Facebook ve Twitter olduğunu belirtmişlerdir.

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ölçülmesinde kullanılan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını ölçmede güvenilir olduğu ($\alpha = ,835$) görülmüştür. Ölçeğe uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonucunda da; ölçeğin 2 faktörlü orijinal yapısından farklı olarak çatışma, kaçış, iletişim ve haberdar olma boyutları olmak üzere dört boyutlu bir yapı ortaya koyduğu görülmüştür. Boyutların ortalamalarına bakıldığında en yüksek SMB boyutunun haberdar olma (2,88) boyutu olduğu onu sırasıyla kaçış (2,79), çatışma (2,49) ve iletişim (2,40) boyutlarının izlediği görülmektedir.

Çalışma kapsamında üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri hiçbir boyutta anlamlı farklılık göstermemiştir. Literatürde cinsiyet ile sosyal medya bağımlılığı arasında ilişkinin bulunmadığını destekleyen çalışmalar bulunmaktadır (Bayraktar ve Gün, 2007; Lam vd.,2009; Batıgün ve Hasta, 2010; Turel ve Serenko, 2012). Ancak; literatürde sosyal medya bağımlılık düzeyinin cinsiyete göre farklılık gösterebileceği bulgularan çalışmalar da bulunmaktadır (Griffiths, 1996; Balta ve Horzum, 2008; Esen, 2010; Hazar, 2011; Balcı ve Gölcü, 2013; Tutkun-Ünal, 2015). Çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermediği bulgulanmıştır. Bu bulgu Tutkun- Ünal (2015)'in çalışmalarının bulguları ile örtüşür iken, Kuss ve Griffiths (2011) ve Demir Türkdoğan (2019) bulgularından farklılık

göstermektedir. Araştırma bulgularında, öğrencilerin eğitim gördükleri sınıflara göre SMB düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Ancak, Demir Türkdogan (2019) üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları çalışmalarında devam edilen sınıfa göre SMB düzeyinin farklılaşabileceğini belirtmişlerdir. Öğrencilerin yaşadıkları yere göre sanal tolerans ve sanal iletişim bağımlılık düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık göstermediği tespit edilmiş olup, katılımcıların yaşadıkları yere göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile ilgili literatürde çalışmaya rastlanmamıştır.

Öğrencilerin SMB düzeyleri ile sosyal medya uygulamaları ve kullanım sıklıkları arasındaki ilişkiye bakıldığında 4 sosyal medya uygulamasının kullanım sıklığı ile SMB düzeyi arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür. Özellikle Instagram ve Twitter uygulamaları ile SMB arasındaki ilişkinin diğer uygulamalara göre nispeten daha yüksek olduğu söylenebilir.

Öneriler

Sosyal medya bağımlılığı tıbben bir hastalık, sosyal ya da ruhsal bir bozukluk olarak kabul edilmemesine rağmen, ölçülemez bir şekilde insanların yaşamı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olmaktadır. Gençlerin hayatlarındaki geçiş dönemlerinde yaşadıkları sorunlar ve yaygın ruh sağlığı meselesi olan sosyal kaygı da sosyal medyadaki sosyal etkileşimler için dezavantajlı olabilmektedir. Yapılan az sayıdaki araştırmalarda sorunlu internet ve sosyal medya kullanımının sosyal kaygı ile pozitif bir korelasyona sahip olduğunu göstermektedir.

Bu çerçevede günümüzün gençleri geleceğin sektör temsilcileri olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının azaltılması veya engellemesi konusunda gerek bireyin kendisinin, gerek çocukluk döneminden olmak üzere ailelerinin gerekse eğitim ve öğrenim faaliyetlerinin yürütüldüğü her düzeyde eğitim kurumlarının yapması ve dikkat etmesi gereken şeyler vardır. Bireylerin, gün içerisinde sosyal medyada geçirilecek zamanını belirlemesi ve en aza indirmesi, sosyal medya bildirimlerinin sessize alması ya da kapatması, telefonunun ana ekranındaki sosyal medya bildirimlerinin görünürlüklerinin kapatması ve mümkün oldukça kişiler ile yüz yüze ve daha sık görüşmesi önemlidir. Ailelerin çocuktan itibaren, çocuklarının internet kullanım politikaları iyi planlanması gerekmektedir. Eğitim kurumlarında da problemlerli internet kullanımı ve aşırı sosyal medya kullanımının ve bağımlılığının yol açtığı sonuçlar ve bundan korunma yolları konusunda bilgilendirme toplantı ve eğitimlerinin düzenlenmesi önemlidir.

Bu çalışmada üç üniversitede ve turizm lisans öğrencileri örnekleminde yapılmıştır. Bundan sonra farklı üniversite ve bölümler kapsamında veya farklı eğitim düzeyleri (ilkokul, ortaokul, lise) ve yaş gruplarında yapılacak çalışmalar ile bu araştırma sonuçları kıyaslanabilir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olabilecek değişkenler (örneğin; sosyal kaygı, kişilik özellikleri, yaşam doyumu, akademik başarı vb.), birlikte araştırma konusu yapılabilir.

KAYNAKÇA

- ALTUNBAŞ, F., ve KUL, M. (2015), “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Örneği”, Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Vol 51, 414-423.
- ANDREASSEN, C. S. (2015), “Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. Current Addiction Reports, Vol 2(2), 175-184.
- ANDREASSEN, C. S., TORSHEİM, T., ve PALLESEN, S. (2014), “Use Of Online Social Network Sites For Personal Purposes At Work: Does It İmpair Self-Reported Performance?” Comprehensive Psychology, Vol 3, 1-11.

- AMERİKAN PSİKİYATRİ BİRLİĞİ (APA).2000, Psikiyatride Hastalıkların Tanımlanması ve Sınıflandırılması El Kitabı. Gözden Geçirilmiş Dördüncü Baskı (DSM-IV-TR). Amerikan Psikiyatri Birliği, Washinton.
- ARISOY, Ö. (2009), “İnternet Bağımlılığı Ve Tedavisi, Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar”, Current Approaches in Psychiatry, Vol 1(1), 55-67.
- AYKAN, Ş. B., ALTINDİŞ, M., EKERBİÇER, H., ASLAN, F. G., ve ALTINDİŞ, S. (2017), “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Cinsel Yolla Bulaşan Hastalıklarla İlgili Farkındalıkları, Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, Vol 3(1), 1-5.
- BABAOĞLU, A. N. (1997), Uyuşturucu Tarihi, Kaynak Yayınları, Ankara.
- BALCI, Ş. ve GÖLCÜ, A. (2013). Facebook Addiction Among University Students in Turkey: Selçuk University Example. Türkiye Araştırmaları Dergisi, 34, 255-278.
- BALTA, Ç., ve HORZUM, M. B. (2008), “The Factor Of That Affect İnternet Addiction Of Students İn A Web Basal Learning Environment” , Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Vol 41(1), 187-205.
- BARKER, D. A. ve ALGORTA, G. P. (2016), “The Relationship Between Online Social Networking And Depression: A Systematic Review Of Quantitative Studies”. Cyberpsychology, Behaviour, and Social Networking, Vol 19(11), 638-648.
- BİNARK, M., BAYRAKTUTAN-SÜTÇÜ, G., ve BUÇAKÇI, F. (2009), İnternet Kafelerde Gençlerin Oyun Oynama Pratikleri: Ankara Mikro Ölçeğinde Etnografik Alan Çalışmasının Bulgularının Değerlendirilmesi Ve Yeni Medya Okuryazarlığı Önerisi, Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Türler Ve Oyuncu, Kalkedon,İstanbul:
- BOYD, D. M., ve ELLİSON, N. B. (2007), “Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship. Journal Of Computer-Mediated Communication”, Vol 13(1), 210-230.
- BROOKS, S. (2015), “Does Personal Social Media Usage Affect Efficiency And Well-Being?”, Computers in Human Behaviour, Vol 46, 26-37.
- BYUN, S., RUFFİNİ, C., MİLLS, J. E., DOUGLAS, A. C., NİANG, M., STEPCHENKOVA, S., ve BLANTON, M. (2009),” İnternet Addiction: Metasynthesis Of 1996-2006 Quantitative Research, Cyberpsychology ve Behavior, Vol 12(2), 203-207.
- CAPLAN, S. E. (2005), “A Social Skill Account Of Problematic İnternet Use”, Journal of Communication, Vol 55(4), 721-736.
- DEMİR TÜRKDOĞAN, R. (2019), Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- DUYGUN, A. (2018), “Sosyal Medya Bağımlılığının Tüketici Satın Alma Karar Sürecine Etkisi” Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Vol 6(2), 1351-1375.
- ECHEBURUA, E., ve CORRAL, P. (2010), “Addiction To New Technologies And To Online Social Networking İn Young People: A Newchallenge”, Adicciones, Vol 22, 91-95.
- ERKUL, R. E. (2009), “Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri Ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği”, Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Dergisi, Vol 11(6), 96-101.
- ESEN, E. (2010), Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- FOX, J. ve MORELAND, J. J. (2015), “The Dark Side Of Social Networking Sites: An Exploration Of The Relational And Psychological Stressors Associated With Facebook Use And Affordances”, Computers in Human Behaviour, Vol 45(1), 168-176.
- GRİFFİTHS, M. D. (1995), “Technological Addictions”, Clinical Psychology Forum, Vol 76, 14.19.

- GRİFFİTHS, M. D. (1996), "Behavioral Addictions: An Issue For Everybody?", *Journal of Workplace Learning*, Vol 8, 19-25.
- GRİFFİTHS, M. D., PONTES, H. M., ve KUSS, D. J. (2016), "Online Addictions: Conceptualizations, Debates And Controversies", *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, Vol 3(2), 151-164.
- GÜNÜÇ, S. (2009), *İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi Ve Bazı Demografik Değişkenler İle İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- HAZAR, M. (2011), "Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Araştırması", *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, Vol 32, 151-175.
- HORMES, J. M., KEARNS, B., ve TİMKO, C. A. (2014), "Craving Facebook? Behavioral Addiction To Online Social Networking And Its Association With Emotion Regulation Deficits", *Addiction*, Vol 109(12), 2079-2088.
- KANDELL, J. J. (1998), "Internet Addiction On Campus: The Vulnerability Of College Students", *Cyber Psychology ve Behaviour*, Vol 1, 11-17.
- KAPLAN, A. M., ve HAENLEİN, M. (2009), "Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media", *Business Horizons*, Vol 53(1), 59-68.
- KARAİSKOS, D., TZAVELLAS, E., BALTA, G., ve PAPARRİGOPOULOS, T. (2010). "Social Network Addiction : A New Clinical Disorder?" *European Psychiatry*, Vol 25, 855.
- KİRSCHNER, P. A., ve KARPİNSKİ, A. C. (2010), "Facebook And Academic Performance", *Computers in Human Behavior*, Vol 26(6), 1237-1245.
- KOÇ, M., ve KARABATAK, M. (2011), *Sosyal ağların öğrenciler üzerindeki etkisinin veri madenciliği kullanılarak incelenmesi*, V. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- KROSS, E., VERDUYN, P., DEMİRALP, E., PARK, J., LEE, D. S., LİN, N., ve YBARRA, O. (2013), "Facebook Use Predicts Declines In Subjective Well-Being In Young Adults", *Plos One*, Vol 8(8), 698-741.
- KUSS, D. J., ve GRİFFİTHS, M. D. (2011), "Online Social Networking and Addiction-A Review of the Psychological Literature", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552.
- KÜÇÜKALİ, A. (2016), "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Atatürk Üniversitesi Örneği", *Bartın Üniversite İ.İ.B.F. Dergisi*, Vol 7(13), 531-546.
- LAM, L. T., PENG, Z., ve MAİ, J. (2009), "The Association Between İnternet Addiction And Self-Injurious Behaviour Among Adolescents", *Injury Prevention*, Vol 15, 403-408.
- LİN, L. Y., SİDANİ, J. E., SHENSA, A., RADOVİC, A., MİLLER, E., COLDİTZ, J. B., ve PRİMACK, B. A. (2016), "Association Between Social Media Use And Depression Among U.S. Young Adults", *Depression and Anxiety*, Vol 33(4), 323-331.
- MASUR, P. K., REİNECKE, L., ZİEGELE, M., ve QUİRİNG, O. (2014), "The Interplay Of Intrinsic Need Satisfaction And Facebook Specific Motives", *Computers in Human Behavior*, Vol 39, 376-386.
- MİŞÇİ, S. (2006), *Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkisi*, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiriler Kitabı., (s. 128-137). İstanbul.
- OBERST, U., RENAU, V., CHAMARRO, A., ve CARBONELL, X. (2016), "Gender Stereotypes İn Facebook Profiles: Are Women More Female Online?", *Computers in Human Behaviour*, Vol 60, 559-564.

- ÖZKAN, P. (2013), Sosyal Ağ Kullanıcılarının E-Sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri, II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design. Famagusta, North Cyprus.
- ROGERS, E. (1986), Communication Technology: The New Media In Society, Free Publishing, New York.
- SAMPASA-KANYİNGA, H., ve LEWİS, R. F. (2015), "Frequent Use Of Social Networking Sites Is Associated With Poor Psychological Functioning Among Children And Adolescents", Cyberpsychology, Behaviour and, Social Networking, Vol 18(7), 380-385.
- SAVCI, M., ve AYSAN, F. (2017), "Teknolojik Bağımlılıklar Ve Sosyal Bağımlılık: İnternet Bağımlılığı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Dijital Oyun Bağımlılığı Ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Bağlılığı Yordayıcı Etkisi", Düşüne Adam, Vol 30, 202-216.
- ŞAHİN, C., ve YAĞCI, M. (2017), "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik Ve Güvenirlik Çalışması", Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), Vol 18(1), 523-53.
- TAŞ, İ. (2017), "Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması", Online Journal of Technology Addiction ve Cyberbullying, Vol 4(1), 27-40.
- TOPRAK, A., YILDIRIM, A., AYGÜL, E., BİNARK, M., BÖREKÇİ, S., ve ÇOMU, T. (2009). Toplumsal paylaşım ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım". İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- TUREL, O., ve SERENKO, A. (2012), "The Benefits And Dangers Of Enjoyment With Social Networking Websites", European Journal of information Systems, Vol 21(5), 512-528.
- TUREL, O., SERENKO, A., ve GİLES, P. (2011), "Integrating Technology Addiction And Use: An Empirical Investigation Of Online Auction Users", Mis Quarterly, Vol 35(4), 1043-1061.
- TUTKUN-ÜNAL, A. (2015), Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- TUTKUN-ÜNAL, A., ve KÖROĞLU, O. (2013), "A Comparative Study Of Social Network Usage And Adoption Among Turkish Prospective Teachers, Mevlana International Journal of Education (MIJE), Vol 3(4), 24-42.
- VURAL, Z. B., ve BAT, M. (2010), "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", Journal of Yaşar Universtiy, Vol 5(20), 3348-3382.
- WANG, C. W., HO, R. T., CHAN, C. L., ve TSE, S. (2015), "Exploring Personality Characteristics Of Chinese Adolescents With İnternet-Related Addictive Behaviors: Trait Differences For Gaming Addiction And Social Networking Addiction", Addictive Behaviors, Vol 42, 32-35.
- WOLNÍCZAK, I., CA'CERES-DELAGUİLA, J., PALMA-ARDİLES, G., ARROYO, K., ve SOLI'S VİSSCHER, R. (2013), "Association Between Facebook Dependence And Poor Sleep Quality: A Study In A Sample Of Undergraduate Students In Peru", PLoS ONE, Vol 8(3).
- YEŞİM, G. (2017), Sosyal Medya Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama, Derin Yayınlar, İstanbul.
- YOUNG, K. S. (1998), Caught In The Net: How To Recognize The Signs Of İnternet Addiction-And A Winnig Strategy For Recovery, Wiley Publishing, New York.
- YOUNG, K. S. (1999), Internet Addiction: Symptoms, Evaluation And Treatment. İnternet Adresi: <http://v2.netaddiction.com/articles/symptoms.pdf>. Erişim tarihi: 18 Nisan 2019.
- ZENELAJ, B. (2014), Pazarlama Stratejisi Olarak Sosyal Medya İletişimi İle Kurumsal İtibarı Oluşturmak: İletişim Sektöründe Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.