

Bu makaleye atıfta bulunmak için/To cite this article:

DUMAN, Ö.D. (2021). Sosyal Medya Bağımlılığının Erzurum İli Üzerindeki Yansıması. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25 (1) , 343-362.

## Sosyal Medya Bağımlılığının Erzurum İli Üzerindeki Yansıması<sup>(\*)</sup>

Özlem Deniz DUMAN<sup>(\*\*)</sup>

**Öz:** Dijital teknolojinin dünyamızı sarıp sarmaladığı bir süreçte bağımlılık düzeyine varan, özellikle de gençler arasında hızla yayılan sosyal medya bağımlılığı bu araştırmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Araştırmada Erzurum'un en fazla nüfuslu üç merkez ilçesinde (Yakutiye, Palandöken, Aziziye) ikamet eden ve en az bir sosyal medya platformunda hesabı olan örneklem grubumuzun sosyal medya bağımlılık seviyesinin hangi düzeyde olduğu incelenmiştir. Araştırmamızın kuramsal temelini, Young tarafından geliştirilen İnternete dayalı bağımlılık ölçeği (1996) ve Bergen Facebook Bağımlılık Ölçeği (2012) baz alınarak düzenlenen anket metodolojisi oluşturmaktadır. Genel tarama modeline göre yürütülen araştırmamızda 4 alt boyuttan (Yoksunluk, İşlevsellikte Bozulma, Kontrol Güçlüğü ve Sosyal İzolasyon) yola çıkılarak konumuzla bağlantılı 30 soru belirlenmiştir. Araştırmanın sonuçlarında dikkat çekici gözlem ve değerlendirilmelere yer verilmiştir. Eğitim durumuna göre yapılan karşılaştırmalarda, ilkokul ve ortaokul mezunlarının sosyal medya bağımlılığının, diğer eğitim kategorisindekilere oranla daha fazla olduğu anlaşılırken, medeni durumu bekar olanların evli ve boşanmış gruba oranla, sosyal medya bağımlılık oranının daha fazla olduğu gözlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Bağımlılık, İnternet, Dijitalleşme, Yeni Medya.

### The Reflection of Social Media Addiction on Erzurum Province


**Abstract:** Social media addiction, which reaches the level of addiction in a process where digital technology embraces our world, and is spreading rapidly, especially among young people, constitutes the main subject of this study. In the study, the social media addiction level of our sample group, who lives in three most populated central districts of Erzurum (Yakutiye, Palandöken, Aziziye) and has an account on at least one social media platform, was examined. The theoretical basis of our research is the survey methodology based on the Internet-based addiction scale (1996) developed by Young and the Bergen Facebook Addiction Scale (2012). In our study conducted according to the general screening model, 30 questions related to our topic were determined based on 4 sub-dimensions (Deprivation, Deterioration in Functioning, Control Difficulty and Social Isolation). Remarkable observations and evaluations were included in the results of the study. In the comparisons made according to education status, it was observed that social media addiction of primary and secondary school graduates was higher than those in other education categories, while it was observed that social media addiction rates of single marital status were higher than married and divorced groups.


**Keywords:** Social Media, Addiction, Internet, Digitalization, New Media

**Makale Geliş Tarihi:** 20.01.2020

**Makale Kabul Tarihi:** 28.03.2021

<sup>\*</sup>) Bu çalışma, yazarın 2019'da Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı'nda sunduğu aynı konulu yayımlanmış doktora tezinden üretilmiştir.

<sup>\*\*</sup>) Dr., Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu (e-posta: ozlemdenizduman@klu.edu.tr)  ORCID ID. <https://orcid.org/0000-0002-6550-6235>

Bu makale araştırma ve yayın etiğine uygun hazırlanmıştır  iThenticate<sup>®</sup> intihal incelemesinden geçirilmiştir.

## **I.Giriş**

İnternet, yaşamın her alanına; bilgi, ticaret ve iletişim aracı olarak giren bir bilgisayar ağıdır. Her ne kadar ortaya çıkmasının amacı güvenli, hızlı, ucuz bilgiye ulaşmak ve iletişimi kolaylaştırmak olsa da artık günümüzde bireyde ve toplumda önemli değişimlere neden olma aracı haline gelmiştir. Bu anlamda Naughton (1999) internet için, insanoğlunun şimdiye kadar yaptığı en dikkat çekici şeylerden biri olduğunu ve topluma etkisi bakımından, basın, demiryolları, telgraf, otomobil, elektrik ve televizyon ile aynı önem derecesine sahip olduğunu ifade ederken; insanoğlunun yaşadığı iletişim ortamını en çok dönüştüren iki teknoloji olarak da baskı ve televizyonu göstermiştir. Ancak ona göre internet, potansiyel olarak her ikisinden de daha güçlüdür; çünkü basının ve televizyonunun doğası gereği insanlığa sunduğu, entelektüel kaldıraçtan yararlanır.

Naughton'ın da ifade ettiği gibi, yaşadığımız yüzyılda, bilgisayar ve internet, insan hayatında merkezi bir öneme sahiptir ve sosyal medya da bu resimde önemli bir rol oynamaktadır. Bilgisayar ve internet üzerinden bilgiye kolay, ucuz ve hızlı erişimin yanı sıra, iletişim ağının genişletilmesi, bireylerin sosyal medyayı kullanma sebeplerinden sadece bir tanesidir. Sosyal medyanın hayatımızdaki öneminin her geçen gün artmakta olduğu ve sosyal medyanın da bu anlamda küresel hareketlere öncülük ettiği açıktır. Artık kullanıcılar, sosyal ilişkilerini fiziksel olarak aynı mecrada olmasa da sosyal medya ortamında devam ettirmektedirler. Mevcut durum, sosyal medyanın önemini açıklayıcı mahiyettedir. Ayrıca sosyal medya platformları internet olmadan gerçekleştirilmesi mümkün olmayan uygulamalar olması yönüyle de internetten bağımsız olarak düşünülmesi imkansızdır (Al-Menayes, 2014).

Yukarıda da ifade edildiği gibi, internetin insan yaşamına sağladığı sayısız faydalarının olduğu bir gerçektir. Fakat bireyin internetle bağlantılı olan sosyal medyayı kullanırken kontrolünü kaybetmesi, gelişigüzel ve süresiz kullanması çok ciddi hasarlara sebebiyet verebilmektedir. Sosyal medyayı aşırı derecede düşünme, kullanımını kontrol edememe ya da sınır koyamama şeklinde yinelenen düşünceler, erişim isteğini önlemedeki başarısızlıklar, her seferinde daha uzun süre çevrimiçi kalmak, çevrimiçi değilken bile sürekli bağlanmayı istemek vb. duygu, düşünce ve eylemler sosyal medya ile ilgili önemli sorunlar olarak belirtilmektedir. (Çam ve İşbulan, 2011; Young, 2007).

Tüm bunların yanı sıra internet ve sosyal medyada aşırı derecede zaman geçirmek bağımlılık riskini de artırmaktadır. Bir nesne ya da davranışa takıntı olarak tanımlanan bağımlılık kavramı, daha çok tütün, alkol, uyuşturucu ve benzerlerinin kötüye kullanımıyla ilgili olarak yorumlanmıştır. Ancak son araştırmalar bilgisayar, internet, çevrimiçi oyunlar, tabletler ve cep telefonları gibi teknolojik cihazlar ve uygulamalar içinde benzer bir tanımlama yapmıştır. Bunların aşırı kullanımı bireyde bağımlılıklara neden olabilmektedir (Griffiths, 1995). Özellikle de yaşadığımız bu dönem de oldukça etkili kabul edilen ve bir fenomene dönüşen internet ve onunla hayat bulan ve davranışsal olarak ifade edilen bir takım çevrimiçi bağımlılıklar da mevcuttur. Bu çevrimiçi bağımlılıklardan biri de sosyal medya bağımlılığıdır (Al-Menayes, 2014).

Bu çalışmanın amacı, Erzurum merkez ilçelerinde ikamet edip en az bir sosyal medya hesabına sahip bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ne derecede olduğunu

öğrenilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla ilk olarak bağımlılığın ne olduğu açıklanmış olup, daha sonra sosyal medya bağımlılık kavramından bahsedilmiştir. Son olarak da saha araştırması bulgularına yer verilmiş ve bazı öneriler geliştirilmiştir.

## II. Bağımlılık Kavramı

Bağımlılık kavramı ile ilgili literatür incelendiğinde oldukça fazla “bağımlılık” tanımının karşımıza çıktığını görmekteyiz. Bu anlamda en yaygın ve en bilinen tanımıyla bağımlılık; ‘herhangi bir maddenin tedavi amaçlı olmaksızın, fizyolojik bir gereksinime yanıt vermeden, giderek artan miktarda kullanılmasıdır’ (Şahin, 2008). Bu da bağımlılık kavramının olumsuz bir durum olarak algılanmasına neden olmakta ve bağımlı olunan maddeyi kullanmaktan vazgeçememe veya mevcut eylemi kontrol edememe hali olduğunu göstermektedir (Egger ve Rauterberg, 1996).

Başka bir tanıma göre ise bağımlılık; “bireylerin, ruhsal ve bedensel sağlığına ya da sosyal yaşamına zarar vermesine karşın, belirli bir eylemi yinelemeye yönelik önüne geçilemez bir istek duyma halidir”. Zamanla kişi bağımlı olunan maddenin ya da eylemin tutsağı olur ve ondan ayrılamaz. Ayrılsa bile toleransı geliştiği için, ona karşı isteği artan miktarda tekrar başlar (APA, 2017). Bir başka açıdan, bağımlılık kavramı DSM-IV’ün (APA, 2000) yeni versiyonunda tek başına bir sorun olarak ele alınmasa da çoğu zaman kimyasal madde bağımlılığına yönelik teşhislerle karşılaştırılmaktadır. Öyle ki birçok araştırmada, kimyasal madde bağımlılığında olduğu gibi, problemleri davranışlara yol açan patolojik kumar oynama, yeme bozukluğu, teknoloji, alışveriş, cinsel ve oyun bağımlılığı gibi davranışsal bağımlılıklarda, madde bağımlılığı ölçütlerine uyarlanarak kabul görmektedir (Tezcanlı ve diğ., 2013).

Yukarıda da bahsedildiği gibi, bağımlılıkla ilgili yargılar yalnızca alkol, tütün ve uyuşturucu gibi kimyasal maddelerin kullanımı kapsamında kabul görürken kavramsal tanımlama, 1987 den sonra bağımlılığa sebep olan davranışsal bağımlılıkları da içine alacak şekilde genişletilmiştir (Bettinardi-Angres ve Angres, 2010). Bazı araştırmacılar bu kavramı, uyuşturucu ve alkol kullanımı ile bağımlılık potansiyeli olan çeşitli davranışlarla ilişkilendirmişlerdir (Griffiths, 1995). Bunlar; kumar (Walker, 1998), obezite (Davis ve Carter, 2009), egzersiz (Kaur ve diğ., 2009), teknoloji (Griffiths, 1995), televizyon (McIlwraith ve diğ., 1991) ve internet (Young, 1998) gibi, bireyin kontrolünü kaybetmesine ve bağımlılık riskini artırmasına neden olabilecek yönündeki görüşlerdir.

Young ve diğ., (2011) bağımlılığı, bireyin fiziksel, sosyal, manevi, zihinsel ve finansal refahı üzerindeki yıkıcı sonuçlarına rağmen, belirli bir faaliyette bulunma ya da bir maddeyi kullanma alışkanlığı olarak tanımlarlar. Bağımlı olan kişi, sözde bir başa çıkma mekanizması geliştirerek, hayatın zorluklarına, günlük strese, geçmişte ya da şimdi yaşamış olduğu tüm olumsuzluklara karşı kendini bu şekilde savunur. Her ne kadar bağımlılık yapıcı madde, kullanıcıya zevkli bir etki sunsa da yokluğunda maddenin daha fazla tüketilme ihtimalinin olması, kullanıcının bu yönde bir kaygı geliştirmesine neden olur.

Bu düşünceyi destekler nitelikte olan Amerikan Psikiyatri Birliği (APA, 2000) aracılığıyla yayınlanan psikolojik rahatsızlıklar için, genel bir sınıflandırma sistemi olarak kabul edilen Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı'nda (DSM) "tekrarlanan bir alışkanlığın bir bağımlılık olup olmadığını nasıl anlarsınız?" sorusunun cevabı DSM kriterlerine göre; hoşgörü, geri çekilme, nüksetme, iyileşme isteği, mücadele, fedakârlık ve sebat davranışları olarak açıklanmıştır (Fidan, 2016). Psikolojik bağımlılık, genellikle hem madde hem de davranışsal bağımlılığın kaçınılmaz bir sonucudur. Buna bağlı olarak da bir bağımlılık döngüsünün "yaygın" bileşenleri şunlardır (Griffiths, 2005):

**Duygu durum değişikliği;** bireyde, olumlu değişikliklere yol açan bir madde veya davranıştır.

**Mesguliyet;** davranışsal, bilişsel ve duygusal olmak üzere sınıflandırılan, belirli bir eylemin, bireyin yaşamında ya da düşüncelerinde en vazgeçilemez şey haline gelmesi durumudur. Örneğin, internet kullanıcıları internete bağlı olmasalar bile bağlanacakları zamanın hayalini kurarlar.

**Tolerans;** bir maddeye veya davranışa karşı duyulan isteğin her geçen gün şiddetli bir şekilde artmasıdır.

**Geri çekilme semptomları;** bir davranışın yapılmasının veya bir maddenin kullanımının terk edildikten sonra yaşanan, hoş olmayan, fiziksel ve duygusal semptomlarıdır. İnternet kullanıcısının internet olmadığına titreme, baş ağrısı vb. şeyler yaşaması bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

**Çatışma;** kullanımından dolayı kişilerde meydana gelen zihinsel, sosyal ve eylemsel problemlerdir.

**Nüksetme;** yoksunluk döneminden sonra aşırı kullanıma ani dönüşü ifade eder.

Bunlara ek olarak, O'Guinn ve Faber (1989) bağımlılık yapan davranışı, kişinin hayatının fiziksel, zihinsel veya sosyal olmak üzere, kendisine veya başkasına zarar vermeye başlayan; herhangi bir aktivite ve diğer faaliyetleri dışlamasına kadar gidebilen bir silsile olarak tanımlamışlardır. Ayrıca bu iki araştırmacı tarafından geliştirilen modele göre, bağımlılık yapan davranışlar dört ana unsur içermektedir. Bunlar;

- Aniden ve kendiliğinde hareket etme arzusu,
- Zihinsel kararsızlık durumu,
- Düşünce çatışmasını temsil eden iç psikolojinin başlangıcı
- Davranışın sonuçlarını görmezden gelmek veya reddetmektir.

### III. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığının tanımlanmasında araştırmacılar arasında, sorunlu sosyal ağ veya bağımlılık gibi problemlerle internet kullanım sınıflandırmasına bağlı olarak, tanımlama konusunda bir fikir birliği yoktur (Wegmann ve diğ., 2015). Özellikle birçok kişi için, bağımlılık genellikle uyuşturucu veya alkol gibi madde kullanımını

içermektedir. Ancak bazı araştırmacılar tarafından, kontrol edilemeyen alışkanlıklar veya uygulamalar da bağımlılık olarak adlandırılmıştır. İnternet bağımlılığı (Young, 2004), oyun bağımlılığı (Griffiths ve Hunt, 1998), CyberSeks bağımlılığı (Cavaglione, 2009); çevrimiçi bağımlılık (Tüzer, 2011), sosyal ağ bağımlılığı (Griffiths, 2012), cep telefonu bağımlılığı (Bianchi ve Phillips, 2005), Facebook bağımlılığı (Andreassen ve diğ., 2012), Twitter bağımlılığı (Saaid ve diğ., 2014), sosyal medya bozukluğu (van den Eijnden ve diğ., 2016) ve sosyal medya bağımlılığı (Andreassen ve diğ., 2012) bu alanda araştırma konuları olmuştur. Özellikle davranışsal bağımlılık kavramının, gelişen teknoloji ile önem kazandığı ifade edilmiştir (Şahin, 2018). Davranışsal bağımlılıklardan biri olarak görülen sosyal medya bağımlılığı da bir tür internet bağımlılığı olarak kabul edilir. Sosyal medyada oldukça fazla zaman geçiren bireyler, sanal bir hoşgörüyü, sanal iletişime ve sanal problemlere sebep olabilecek bir durumdan hemen haberdar olma isteğine sahiptirler. Bireyi bu eylemi yapmaya zorlayan davranışlar, sosyal medya bağımlılığı olarak açıklanmaktadır. Turel ve Serenko (2012) sosyal ağ bağımlılığının oluşumunu, üç farklı perspektifle tanımlamışlardır (Şahin, 2018).

Bunlardan ilki; Griffiths ve diğ.'nin (2013), Bilişsel-Davranışsal modelidir. Bu model, "normal olmayan" sosyal ağların uyumsuz bilişlerden kaynaklandığını ve çeşitli çevresel faktörler tarafından güçlendirildiğini ve nihayetinde zorlayıcı veya bağımlılık oluşturan sosyal ağlara yol açtığını vurgular. Diğer bir model olan, Sosyal Beceri Modelinde ise; normal olmayan sosyal ağların ortaya çıktığını vurgular; çünkü insanların iletişim becerilerinden yoksun olması ve yüz yüze etkileşimler için, sanal iletişimi tercih etmeleri nedeniyle sosyal ağların zorlayıcı veya bağımlılık yapıcı bir şekilde kullanılmasına yol açtığını belirtir. Son model olan, Sosyo-Bilişsel Model de ise, "normal olmayan" sosyal ağın, internet öz-yeterliliğiyle ve yetersiz internet öz-denetimiyle birlikte olumlu sonuç beklentisi nedeniyle ortaya çıktığını vurgular ve bu durumun da zorlayıcı veya bağımlılık yapan sosyal ağ davranışlarına yol açtığını iddia eder (Şahin, 2008). Bu düşünceyi destekler nitelikte olan Kırık, özellikle gençlerin sosyal medyaya yönelme nedenleri arasında varlıklarını anlamlandırmak, özgüvenlerini açığa çıkarmak ve sosyal çevrelerinin onayını almak için, kişiliklerini ifade etme çabası olduğunu ve böylece gençlerin, genellikle çevrelerindeki insanlar üzerinde olumlu bir etki yaratacak şekilde davrandıklarını ifade eder (Kırık ve diğ., 2015).

Sosyal ağlara bağımlılık sebeplerinden en önemlisinin, ruh hali değişikliği olduğu kabul edilir. Yani, depresyon, zamansallık, iletişim becerilerindeki azalma, korku, sosyal fobi, kendi veya dünyanın geleceği hakkında endişe sosyal medyayı kullanma nedenleri arasındadır. Ayrıca bireylerin, bir gruba ait olma duygusu, bir kimlik oluşturma çabası, bireylerin gerçek olmayan ortamlarda çok fazlaca zaman geçirmelerine neden olmuştur. Gerçek yaşamı ve ilişkileri farazi bir bakış açısıyla yorumlamaya başlayan kişilerin, kısa bir süre sonra gerçek hayatla ilişkileri kopar. Gerçek hayatta arkadaş bulmakta ve sürdürmekte zorlanan bir insan, sosyal medyada çok fazlaca arkadaş edinebilir. Ailesi ve arkadaşları ile iletişimi sürdürmekte zorlanan bir başka kişi, sosyal medyada tanıştığı bir kişiyle iyi bir iletişim kurabilir. Daha sonra bu farazi kimlik, hakiki kimliğin önüne geçerek kişi için bir dezavantaja dönüşebilir (Kırık ve diğ., 2015).

Bireylerde sosyal medya bağımlılığının semptomları arasında en etkili boyutun, işlevsellikte bozulma olduğu belirtilmektedir. Akademik performansın ve iş başarısının azalması ve aileye karşı olan sorumlulukların yerine getirilememesi işlevlerdeki bozulmanın en önemli bağımlılık belirtileri arasındadır. Ayrıca, gün boyunca internet, sanal ortamlar ve sosyal medya platformlarını düşünmek ve arzulamak, bunları kullanmada özgür olamamak ve sosyal medya eksikliğinden kaynaklanan yalnızlık ve huzursuzluk hissi, uykusuzluk, azalan aktivite düzeyi nedeniyle kilo alımı, ayrıca bütün bu istenmeyen etkileri bilmesine rağmen sosyal medya sitelerine girmeyi sürdürmesi de diğer belirtiler arasında sayılmaktadır. (Young ve ark., 2000). Bunlara ek olarak, yaşamıyla ilgili problem yaşayan birinin sosyal medya kullanımına geçişi birey için stres, yalnızlık ya da depresyon hissini hafifletmesi için önemli bir mekanizma olarak görülmekte, böylece daha fazla sosyal medya ile daha aktif hale gelmektedir. Böyle bir durum, sonuçta birçok soruna yol açmakta ve bireyin istenmeyen zihinsel durumlarının şiddetlenmesine neden olmaktadır. Ayrıca sosyal medyanın aşırı kullanımı tarafından tetiklenen olumsuz sonuçlar, kullanıcıların kişisel, sosyal ve profesyonel yaşamları üzerinde de zararlı bir etkiye neden olmaktadır (Xu ve Tan, 2012).

Bu anlamda yapılan araştırmalara bakacak olursak, Cheung ve diğ., (2012), saplantılı Facebook kullanıcılarının işlerinde, akademik performanslarında ve kişilerarası ilişkilerinde sıkıntı yaşadıklarını ifade ederlerken; Pantici ve diğ., depresyon belirtileri ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı pozitif bir ilişki olduğunu belirtmişler ve Malik ve Han (2011) ise, saygınlık ve sosyal medya kullanımı arasında negatif bir ilişki olduğunu bulmuşlardır (Bányai ve diğ., 2017). Ayrıca araştırmalar, sosyal ağ sitelerinin kullanımının kapsamıyla bağlantılı, bir takım kişilik özelliklerinin de olduğunu göstermektedir. Bazı çalışmalarda, daha fazla dışa dönük ve daha fazla özgüvene sahip insanların ve zenginlerin sosyal ağ sitelerini sosyal gelişim için kullandığını gösteren bulgular mevcuttur. Bunlara ek olarak; dışa dönük kişilik özelliklerine sahip bireyler, sosyal ağ sitelerini daha sık kullanırlar ve bu insanlar Facebook'ta önemli ölçüde daha fazla grubun üyeleridir. Bunlar içe dönük bireylere nazaran daha fazla arkadaşla sahiptirler ve sosyalleşme işlevini daha çok yerine getirirler. Bunun yanında içe dönük bireyler, sayfalarında daha fazla kişisel bilgi paylaşırlar. Ek olarak, özellikle utangaç insanların sosyal ağ sitelerinde çok fazla zaman harcadıkları ve bu nedenle de çok sayıda arkadaşlarının olduğu anlaşılmaktadır. Sonuç olarak şu söylenebilir ki, narsisistik, nevrotik, dışa ve içe dönük kişilik özelliklerine sahip olan kullanıcılarda, sosyal medya kullanımının bağımlılığı geliştirme riski taşındığı görülmektedir. (Johnson, 2014).

Son olarak, ampirik çalışmalarda tutarlılık olmaması nedeniyle, yukarıda bahsedilen teorik yapılara dayanarak internet ile ilişkili bozuklukların teşhisi henüz tam anlamıyla oluşturulamamıştır. Diğer problemler ise literatürde, Facebook bağımlılığı, Sosyal ağ bağımlılığı, Twitter bağımlılığı gibi sosyal içerikli, sosyal medya kullanımının çeşitli eşanlamlı önerileriyle birlikte var olmuştur. Belirli olmayan çeşitli değerlendirme araçlarının kullanıldığı ve mutabakat tanımının olmaması nedeniyle, sorunlu sosyal medya kullanımının yaygınlığını tahmin etmek zordur. Ayrıca farklı teorik çerçeveler ve psikometrik değerlendirmeler nedeniyle farklı araştırmacılar, sorunlu sosyal medya kullanımının yaygınlığını küçümsemiş ya da sonuçların abartıldığını ve fazla

gösterildiğini belirtmişlerdir (Bányai ve diğ., 2017).

#### **IV. Metodoloji**

Araştırmanın bu kısmında, araştırmanın amacı, kapsamı ve yöntemi, güvenilirlik analizi ve elde edilen bulguların değerlendirilmesi sırasıyla ele alınmıştır.

##### **A. Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmada, Erzurum ili merkez ilçelerinde (Yakutiye, Palandöken ve Aziziye) ikamet eden ve en az bir sosyal medya platformuna sahip olan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin araştırılması amaçlanmıştır.

##### **B. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi**

Araştırmanın örneklemini, Erzurum'un merkez ilçesinde (Yakutiye, Palandöken ve Aziziye) yaşayan, aynı zamanda en az bir sosyal medya kullanıcısı olan bireyler oluşturmaktadır. Bu anlamda sosyal medya bağımlılığının oranını öğrenilebilmek amacıyla, sosyal medya platformlarından en az birini kullanan 1100 kişiye ulaşılmıştır. Anketlerin değerlendirme aşamasında katılımcıların bazılarının anketi hatalı ya da eksik bir şekilde doldurduğu tespit edilmiştir. Bu şekilde doldurulan 399 anket değerlendirilmeye alınmamıştır. Böylece 701 anket formu analize uygun bulunmuştur. Örneklem büyüklüğümüz %99 güven aralığına sahip olup; araştırmaya katılan katılımcıların %60,4'ünü erkek (n=425), %39,4'ünü kadınlar (n=276) oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan, 701 kişinin yaş aralığı 13-50 ve üstü aralığında olup, çok çeşitli meslek gruplarından ve öğrencilerden oluşan bir yapı söz konusudur. Araştırmanın verileri, Young (1996)'ın, Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı (DSM) IV de ilk kez bir kimyasala bağlı olmadan davranışsal bozukluk olarak nitelendirilen, patolojik kumar oynama kriterlerinden hareketle internet bağımlılığı için geliştirilen 20 maddelik tanı ölçütleri ile Andreassen ve diğerlerinin (2012) 18 maddeden oluşan "Bergen Facebook Bağımlılığı Ölçeği" çalışmada esas alınmıştır. Böylece İnternet bağımlılığı ile Facebook bağımlılığı araştırmalarından faydalanılarak 30 sorudan meydana gelen kapsamlı bir çalışma yapılmış olup "Her zaman", "Nadiren", "Bazen", "Sık sık" ve "Hiçbir zaman" şeklinde sıralanan sıklık ifadeleri ile derecelendirilen 5'li likert türündeki ölçekler, dört alt faktör ile (Yoksunluk, Kontrol Güçlüğü, İşlevsellikte Bozulma ve Sosyal İzolasyon) açıklanmaya çalışılmıştır.

##### **C. Güvenilirlik Analizi**

Bu çalışmada, sorulara verilen yanıtların güvenilirliğini ölçmek amacıyla, Cronbach's Alpha Katsayısı kullanılmış olup; değişkenlerin normal dağılıma uygunluğunu test etmek amacıyla da Shapiro Wilk testi kullanılmıştır. Cronbach Alpha Katsayısı anket güvenilirliğini değerlendirmek için kullanılmıştır. 30 sorunun, Cronbach Alpha Katsayısı=0,954 değer aralığında olup; benzer analiz alt boyutlar için de yapılmış ve güven aralığı yüksek bulunmuştur. Ayrıca verilerin analizinde SPSS 22 istatistik programı kullanılmıştır.

### V. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Araştırmanın bu bölümünde Erzurum’da ikamet eden 701 katılımcıdan toplanan bulguların araştırma sorularına yönelik istatistiki verilere yer verilmiştir. Bu bölümde, katılımcıların sosyal medya bağımlılığının ne seviyede olduğuna dair sosyal medya bağımlılık ölçeği ve “yoksunluk”, “kontrol güçlüğü”, “işlevsellikte bozulma”, “sosyal izolasyon” 4 alt boyut için, güvenilirlik analizi yapılmış ve güvenilirlik katsayısı Cronbach’Alpha olarak elde edilmiş olup, sonuçlar tablo halinde sunulmuştur.

**Tablo 1:** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Cinsiyete Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Ölçek	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	SS	Z	P
Yoksunluk	Erkek	425	14,63	5,69	-0,412	0,681
	Kadın	276	14,62	6,12		
Kontrol Güçlüğü	Erkek	425	18,74	7,64	-1,036	0,300
	Kadın	276	18,18	7,68		
İşlevsellikte Bozulma	Erkek	425	14,51	6,55	-2,397	0,017*
	Kadın	276	13,29	6,08		
Sosyal İzolasyon	Erkek	425	9,71	4,30	-3,795	<0,001**
	Kadın	276	8,44	3,64		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Erkek	425	55,72	20,81	-1,402	0,161
	Kadın	276	53,61	21,05		

Tablo 1 incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı açısından cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gözlenmezken, alt ölçeklerden olan; yoksunluk ve kontrol güçlüğü boyutlarında da önemli derecede bir farklılık olmadığı fakat işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon alt boyutlarında anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 2:** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Medeni Duruma Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Ölçek	Medeni Duru	N	$\bar{X}$	SS	$\chi^2$	P <sup>1</sup>	Fark <sup>2</sup>
Yoksunluk	Bekar	362	15,95	6,10	45,427	<0,001**	Bekar-Evli
	Evli	327	13,09	5,24			
	Boşanmış	12	15,36	4,72			
Kontrol Güçlüğü	Bekar	362	20,35	7,42	50,246	<0,001**	Bekar-Evli
	Evli	327	16,55	7,50			
	Boşanmış	12	19,30	5,08			
İşlevsellikte Bozulma	Bekar	362	15,29	6,62	37,710	<0,001**	Bekar -Evli
	Evli	327	12,54	5,80			
	Boşanmış	12	15,58	6,23			
Sosyal İzolasyon	Bekar	362	10,15	4,20	52,839	<0,001**	Bekar-Evli
	Evli	327	8,13	3,71			
	Boşanmış	12	10,58	4,03			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Bekar	362	60,60	21,28	61,216	<0,001**	Bekar-Evli
	Evli	327	48,41	18,69			
	Boşanmış	12	58,89	17,21			



Tablo 2’de katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ile medeni durumuna ilişkin istatistiksel anlamlı farklılıklar olduğu gözlenmiştir. Sonuçlara istinaden, tüm boyutlar için, bekar ile evli arasında istatistiksel anlamlı farklılıklar bulunmuş olup, bekarların ortalamasının evlilere oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Başka bir ifadeyle olumsuz etkilendikleri gözlenmiştir.

**Tablo 3:** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Yaşa Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Ölçek	Yaş	N	$\bar{X}$	SS	$\chi^2$	P <sup>1</sup>	Fark <sup>2</sup>
Yoksunluk	13-19	132	16,67	6,52	42,992	<0,001**	13-19 ile 30-39
	20-29	230	15,44	5,76			13-19 ile 40-49
	30-39	195	13,79	5,78			13-19 ile 50+
	40-49	85	12,55	4,31			20-29 ile 30-39
	50+	59	12,45	4,70			20-29 ile 40-49 20-29 ile 50+
Kontrol Güçlüğü	13-19	132	20,61	7,12	53,498	<0,001**	13-19 ile 30-39
	20-29	230	20,45	8,09			13-19 ile 40-49
	30-39	195	17,12	7,44			13-19 ile 50+
	40-49	85	15,78	6,42			20-29 ile 30-39
	50+	59	15,19	6,10			20-29 ile 40-49 20-29 ile 50+
İşlevsellikte Bozulma	13-19	132	16,39	6,52	50,986	<0,001**	13-19 ile 30-39
	20-29	230	15,05	6,65			13-19 ile 40-49
	30-39	195	12,73	6,02			13-19 ile 50+
	40-49	85	11,74	5,07			20-29 ile 30-39
	50+	59	12,48	5,66			20-29 ile 40-49 20-29 ile 50+
Sosyal İzolasyon	13-19	132	10,84	4,42	54,281	<0,001**	13-19 ile 30-39
	20-29	230	9,78	4,04			13-19 ile 40-49
	30-39	195	8,41	3,97			13-19 ile 50+
	40-49	85	7,57	2,99			20-29 ile 30-39
	50+	59	8,28	3,71			20-29 ile 40-49 20-29 ile 50+
Sosyal Medya Bağımlılığı	13-19	132	62,91	21,87	60,457	<0,001**	13-19 ile 30-39
	20-29	230	59,73	21,36			13-19 ile 40-49
	30-39	195	50,13	19,03			13-19 ile 50+,
	40-49	85	46,56	16,75			20-29 ile 30-39
	50+	59	46,74	17,73			20-29 ile 40-49 20-29 ile 50+

Tablo 3’te katılımcıların sosyal medya bağımlılığının yaşa göre değişim gösterip göstermediğini öğrenebilmek için, Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis Testi analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar, sosyal medya bağımlılığının yaşa göre farklılaştığı yönündedir. Alt ölçeklerde ise, tüm boyutlarda anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Mevcut farklılığın hangi kategoriler kapsamında olduğunu anlayabilmek için, Post-Hoc ikili karşılaştırma testi yapılmıştır. Buna göre, 13-19 ile 30-39, 13-19 ile 40-49, 13-19 ile 50+, 20-29 ile 30-39, 20-29 ile 40-49, 20-29 ile 50+ yaş

grupları arasında istatistiksel anlamlı farklılıklar bulunmuş olup, özellikle 13-19 ve 20-29 yaş grubu ortalamalarının ikili karşılaştırmalarda diğer yaş gruplarına oranla farklarının daha yüksek olduğu gözlenmiştir.

**Tablo 4:** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Eğitim Durumuna Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Ölçek	Eğitim	N	$\bar{X}$	SS	$\chi^2$	P <sup>1</sup>	Fark <sup>2</sup>
Yoksunluk	İlkokul	73	16,53	6,84	27,043	<0,001**	İlkokul-Üniversite Ortaokul-Üniversite Lise-Üniversite
	Ortaokul	41	16,24	5,16			
	Lise	225	15,26	6,09			
	Üniversite	291	13,42	5,43			
Kontrol Güçlüğü	Lisansüstü	71	14,85	5,30	31,664	<0,001**	İlkokul-Üniversite Ortaokul-Üniversite Ortaokul-Lisansüstü Lise-Üniversite
	İlkokul	73	21,42	9,50			
	Ortaokul	41	21,61	6,86			
	Lise	225	19,48	7,54			
İşlevsellikte Bozulma	Üniversite	291	16,93	7,20	38,518	<0,001**	İlkokul-Üniversite İlkokul- Lisansüstü Ortaokul-Üniversite Ortaokul-Lisansüstü Lise-Üniversite
	Lisansüstü	71	17,62	6,55			
	İlkokul	73	16,67	7,58			
	Ortaokul	41	16,92	6,63			
Sosyal İzolasyon	Lise	225	14,78	6,29	53,322	<0,001**	İlkokul-Üniversite İlkokul-Lisansüstü Ortaokul-Üniversite Ortaokul-Lisansüstü Lise-Üniversite Lisans-Lisansüstü
	Üniversite	291	12,54	5,72			
	Lisansüstü	71	13,46	6,18			
	İlkokul	73	10,58	4,64			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Ortaokul	41	11,39	4,19	39,205	<0,001**	İlkokul-Üniversite Ortaokul-Üniversite Ortaokul- Lisansüstü Lise-Üniversite
	Lise	225	9,93	4,03			
	Üniversite	291	8,25	3,74			
	Lisansüstü	71	8,23	3,79			
Sosyal Medya Bağımlılığı	İlkokul	73	63,51	25,49	39,205	<0,001**	İlkokul-Üniversite Ortaokul-Üniversite Ortaokul- Lisansüstü Lise-Üniversite
	Ortaokul	41	65,82	19,79			
	Lise	225	57,73	20,04			
	Üniversite	291	50,16	19,78			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Lisansüstü	71	51,89	17,78	39,205	<0,001**	İlkokul-Üniversite Ortaokul-Üniversite Ortaokul- Lisansüstü Lise-Üniversite

Tablo 4'te katılımcıların eğitim düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığına ilişkin veriler yer almaktadır. Sonuçlara göre, eğitim durumu ile sosyal medya bağımlılığı arasında önemli farklılıklar tespit edilmiştir. Öyle ki, sosyal medya bağımlılığı ile, ilkokul ile üniversite, ortaokul ile üniversite, ortaokul ile lisansüstü, lise ile üniversite ve üniversite ile lisansüstü arasında istatistiksel anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu ikili karşılaştırmalarda, birinin diğerine oranla sosyal medya bağımlılık seviyesinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örneğin, ilkokul mezununun sosyal medya bağımlılık oranı (63,51), lisansüstü eğitim mezununa göre (51,89) daha yüksek iken, ilkokul ve ortaokul bağlamında anlamlı bir farklılaşma belirlenmemiştir. Ayrıca ortaokul ve ilkokul mezunlarının eğitim durumuna göre tüm değerlendirmelerde ortalamalarının diğer ikili karşılaştırmalara oranla daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Sonuçlara istinaden eğitim seviyesi azaldıkça sosyal medya bağımlılık oranının da arttığı gözlenmiştir.

**Tablo 5:** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Çalışma Durumuna Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Ölçek	Çalışma Durumu	N	$\bar{X}$	SS	Z	P
Yoksunluk	Çalışmıyor	144	16,97	6,82	-3,258	0,001*
	Çalışıyor	557	14,29	5,85		
Kontrol Güçlüğü	Çalışmıyor	144	22,15	8,39	-4,520	<0,001**
	Çalışıyor	557	17,87	7,58		
İşlevsellikte Bozulma	Çalışmıyor	144	17,59	7,67	-5,139	<0,001**
	Çalışıyor	557	13,37	6,20		
Sosyal İzolasyon	Çalışmıyor	144	11,67	5,28	-4,725	<0,001**
	Çalışıyor	557	8,84	4,00		
Sosyal Medya Bağımlılığı	Çalışmıyor	144	64,09	21,77	-4,856	<0,001**
	Çalışıyor	557	52,85	20,54		

Tablo 5'te katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının çalışma durumuna göre değişim gösterip göstermediğini öğrenebilmek için yapılan analiz sonuçları, sosyal medya bağımlılığının çalışma durumuna göre anlamlı bir farklılaşma olduğu yönündedir. Alt ölçeklerin tüm boyutlarında belirgin bir farklılaşma olduğu görülmektedir. Özellikle çalışmıyor olanların oranı, çalışıyor olanlara göre daha yüksektir.

**Tablo 6:** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Çalışma Sektörüne Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Ölçek	Sektör	N	$\bar{X}$	SS	$\chi^2$	P <sup>1</sup>	Fark <sup>2</sup>
Yoksunluk	Kamu	338	13,30	5,36	39,755	<0,001**	Kamu-Özel Kamu-Diğer
	Özel	82	15,40	6,30			
	Diğer	281	16,07	5,97			
Kontrol Güçlüğü	Kamu	338	16,08	6,60	70,231	<0,001**	Kamu-Özel Kamu-Diğer
	Özel	82	20,32	8,25			
	Diğer	281	21,20	7,74			
İşlevsellikte Bozulma	Kamu	338	12,11	5,44	68,612	<0,001**	Kamu-Özel Kamu-Diğer
	Özel	82	15,13	7,43			
	Diğer	281	16,14	6,46			
Sosyal İzolasyon	Kamu	338	7,96	3,51	67,998	<0,001**	Kamu-Özel Kamu-Diğer
	Özel	82	10,40	4,78			
	Diğer	281	10,37	4,10			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kamu	338	48,72	18,67	66,443	<0,001**	Kamu-Özel Kamu-Diğer
	Özel	82	59,21	22,94			
	Diğer	281	62,23	20,71			

Tablo 6'da sektöre göre, yoksunluk, kontrol güçlüğü, işlevsellikte bozulma, sosyal izolasyon ve sosyal medya bağımlılığı dağılımları açısından istatistiksel anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Post-Hoc ikili karşılaştırma sonuçlarına göre ise, Kamu ile Özel, Kamu ile Diğer arasında istatistiksel anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Verilere istinaden, kamuya göre özel ve Diğer'in ortalamasının daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

**Tablo 7:** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Kullanım Süresine Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Ölçek	Süre	N	$\bar{X}$	SS	$\chi^2$	P <sup>1</sup>	Fark <sup>2</sup>
Yoksunluk	1 yıldan az	45	12,73	5,39	6,357	0,095	-
	1-3 yıl arası	153	14,95	6,32			
	4-6 yıl arası	208	14,36	5,07			
	7 yıldan fazla	288	14,90	6,17			
Kontrol Güçlüğü	1 yıldan az	45	16,49	8,81	7,002	0,072	-
	1-3 yıl arası	153	19,11	8,22			
	4-6 yıl arası	208	18,81	7,23			
	7 yıldan fazla	288	18,27	7,44			
İşlevsellikte Bozulma	1 yıldan az	45	14,49	7,65	2,785	0,426	-
	1-3 yıl arası	153	14,72	6,60			
	4-6 yıl arası	208	13,99	5,84			
	7 yıldan fazla	288	13,68	6,50			
Sosyal İzolasyon	1 yıldan az	45	8,47	4,63	4,577	0,206	-
	1-3 yıl arası	153	9,53	4,24			
	4-6 yıl arası	208	9,08	3,78			
	7 yıldan fazla	288	9,31	4,18			
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 yıldan az	45	49,16	21,40	6,175	0,103	-
	1-3 yıl arası	153	57,52	23,06			
	4-6 yıl arası	208	54,55	19,02			
	7 yıldan fazla	288	54,49	20,89			

Tablo 7’de katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının kullanım süresine göre değişim gösterip göstermediğini belirleyebilmek için yapılan araştırma sonuçlarına bağlı olarak, tüm boyutlar ve sosyal medya bağımlılığı ile kullanım süresinin dağılımları açısından anlamlı istatistiksel farklılıklar bulunmamıştır.

**Tablo 8:** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Aylık Kişisel Gelir Ortalamasına Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Ölçek	Kişisel Gelir	N	$\bar{X}$	SS	$\chi^2$	P <sup>1</sup>	Fark <sup>2</sup>
Yoksunluk	0-2000 TL	120	16,22	6,45	9,466	0,009*	0-2000- 2001-4000 0-2000-4000+
	2001-4000 TL	422	14,38	5,62			
	4000 TL+	159	14,05	5,84			
Kontrol Güçlüğü	0-2000 TL	120	20,71	8,18	14,082	0,001*	0-2000- 2001-4000
	2001-4000 TL	422	18,45	7,48			
	4000 TL+	159	17,10	7,38			
İşlevsellikte Bozulma	0-2000 TL	120	15,01	6,34	11,313	0,003*	0-2000-4000+ 2001-4000-4000+
	2001-4000 TL	422	14,12	6,28			
	4000 TL+	159	13,08	6,62			
Sosyal İzolasyon	0-2000 TL	120	10,12	4,26	20,083	<0,001**	0-2000-4000+ 2001-4000-4000+
	2001-4000 TL	422	9,32	4,00			
	4000 TL+	159	8,28	4,07			

Sosyal Medya Bağımlılığı	0-2000 TL	120	61,48	22,55	18,184	<0,001**	0-2000-2001-4000
	2001-4000 TL	422	54,79	20,18			0-2000- 4000+
	4000 TL+	159	50,22	20,41			2001-4000-4000+

Tablo 8’de katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının aylık kişisel gelir ortalamasına yönelik bulguların sonucu yer almaktadır. Bu sonuçlara nazaran, aylık ortalama kişisel gelir ile tüm alt boyutlar ve sosyal medya bağımlılık dağılımları açısından istatistiksel anlamlı farklılıklar olduğu gözlenmiştir. Buna göre, yoksunluk için 0-2000 ile 4000+ TL arasında, kontrol güclüğü için 2000 ile 2001-4000 TL arasında, işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon için 0-2000 ile 4000+, 2001-4000 ile 4000+ TL arasında, sosyal medya bağımlılığı için tüm ikili gruplarda istatistiksel anlamlı farklılıklar bulunmuş olup, aylık ortalama kişisel geliri 0-2000 TL arasında olanların ortalamasının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu istatistiki verilere nazaran denilebilir ki kişisel gelir miktarı azaldıkça bağımlılık oranı artmaktadır.

**Tablo 9:** Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılıklarının Sosyal Medyaya Ayrılan Günlük Ortalama Kullanım Süresine Göre Farklaşmasına Yönelik Bulgular

Ölçek	Günlük Süre	N	$\bar{X}$	SS	$\chi^2$	P <sup>1</sup>	Fark <sup>2</sup>
Yoksunluk	1 saatten az	224	11,32	3,78	148,501	<0,001**	1 saatten az -1-3 saat
	1-3 saat arası	304	15,01	5,26			1 saatten az-4-6 saat
	4-6 saat arası	114	17,75	5,56			1 saatten az ile 7 saat+
	7 saat +	56	20,31	8,28			1-3 saat arası-4-6 saat
							1-3 saat arası ile 7 saat+
Kontrol Güclüğü	1 saatten az	224	13,80	5,75	178,899	<0,001**	1 saatten az-1-3 saat
	1-3 saat arası	304	19,09	6,30			1 saatten az- 4-6 saat
	4-6 saat arası	114	23,41	6,87			1 saatten az-7 saat+
	7 saat +	56	26,08	9,89			1-3 saat arası-4-6 saat
							1-3 saat arası-7 saat+
İşlevsellikte Bozulma	1 saatten az	224	10,83	4,70	143,625	<0,001**	1 saatten az-1-3 saat
	1-3 saat arası	304	14,11	5,71			1 saatten az-4-6 saat
	4-6 saat arası	114	18,15	6,20			1 saatten az-7 saat+
	7 saat +	56	19,30	8,46			1-3 saat-4-6 saat
							1-3 saat-7 saat+
Sosyal İzolasyon	1 saatten az	224	7,00	2,91	160,409	<0,001**	1 saatten az -1-3 saat
	1-3 saat arası	304	9,35	3,66			1 saatten az -4-6 saat
	4-6 saat arası	114	11,13	3,95			1 saatten az -7 saat+
	7 saat +	56	13,65	5,02			1-3 saat arası-4-6 saat
							1-3 saat arası ile 7 saat+
							4-6 saat arası ile 7 saat+
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 saatten az	224	41,01	12,08	204,323	<0,001**	1 saatten az-1-3 saat
	1-3 saat arası	304	56,44	17,57			1 saatten az-4-6 saat
	4-6 saat arası	114	69,45	17,87			1 saatten az -7 saat
	7 saat +	56	81,21	28,46			1-3 saat- 4-6 saat
							1-3 saat -7 saat +

Tablo 9’da araştırmaya katılan 701 katılımcının sosyal medya bağımlılığının, sosyal medyaya ayrılan günlük ortalama kullanım süresine bağlı olarak değişim gösterip

göstermediği belirleyebilmek amacıyla yapılan araştırma sonuçları, istatistiksel anlamlı farklılıklar olduğu yönündedir. Post-Hoc ikili karşılaştırma sonuçlarına göre (fark); yoksunluk, kontrol gücü, işlevsellikte bozulma ve sosyal medya bağımlılığı için "1 saatten az ile 1-3 saat arası, 1 saatten az ile 4-6 saat arası, 1 saatten az ile 7 saatten fazla, 1-3 saat arası ile 4-6 saat arası, 1-3 saat arası ile 7 saatten fazla arasında, sosyal izolasyon için, bu gruplara ek olarak 4-6 saat arası ile 7 saatten fazla arasında istatistiksel anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. Buna göre sosyal medyayı günlük 7 saatten fazla kullananların ortalaması, diğer gruptakilerin ortalamasına oranla daha yüksek bulunmuştur.

**Tablo 10:** Katılımcıların En çok Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamalarına Yönelik Bulgular

Platform	N	%
Facebook	477	68,2
Instagram	498	71,2
Twitter	181	25,8
Linkedin	53	7,6
Google+	233	33,2
Snapchat	46	6,6
Swarm	11	1,6
Youtube	212	30,2

Tablo 10'da katılımcıların sosyal medya uygulamalarından hangilerini kullanıyorsunuz şeklindeki çok seçmeli soruda birden fazla seçeneğin olması ve işaretlenmesi nedeniyle sonuçlar homojen değildir. Bu nedenle herhangi bir alt boyut karşılaştırması yapılmamıştır. Çalışmamızda, bu sorunun cevabının çok seçmeli olmasında katılımcıları bu konuda bir sınırlandırmaya tabi tutmamak amaçlanmıştır. Çünkü artık sosyal medya kullanıcılarının birden fazla uygulama aboneliği vardır ve neredeyse sosyal medya platformlarını kullanma oranları birbirine yakındır. Buna bağlı olarak araştırmamızın verileri neticesinde, en fazla ve en az kullanılan sosyal medya platformlarının hangilerinin olduğu verilen cevapların oranı neticesinde kıyaslanmıştır. Tablo 10'un verileri incelendiğinde elde edilen sonuçlara göre, en fazla kullanılan sosyal medya uygulaması Instagram (%71,2) olurken, onu ikinci sırada çok az puan farkıyla takip eden sosyal medya platformunun Facebook (%68,2) olduğu görülmektedir. En az tercih edilen uygulamanın ise Swarm olduğu veriler neticesinde anlaşılmaktadır.

**Tablo 11:** Katılımcıların Sosyal Medyayı Kullanma Nedenine Yönelik Bulgular

Kullanma Nedeni	N	%
Sohbet etmek için.	339	48,4
Yeni kişilerle tanışmak için.	130	18,5
Diğer insanlar tarafından tanınmak için.	94	13,4
Beğendiğim şeyleri (resim, video, not vb.) paylaşmak için.	277	39,5
Oyun oynamak için.	134	19,1
Başkalarının durumlarına veya paylaşımlarına yorum yazmak/beğenmek için.	118	16,8
Müzik dinlemek/paylaşmak için.	177	25,2
Marka/ürünler hakkında bilgi almak için.	115	16,4
Bilgi/haber araştırmak için.	222	31,7

Ünlü kişilerin sayfalarını takip etmek için.	17	2,4
Diğer insanların profillerine bakmak için.	12	1,7
İlgimi çeken gruplara üye olmak veya bir grubu takip etmek için.	46	6,6

Tablo 11’de katılımcıların sosyal medyayı kullanma nedeniniz şeklindeki çok seçmeli soruda, birden fazla seçeneğin olması ve işaretlenmesi nedeniyle sonuçlar homojen değildir. Bu nedenle herhangi bir alt boyut karşılaştırması yapılmamıştır. Çalışmamızda bu sorunun cevabının, çok seçmeli olmasına bağlı olarak katılımcıların sosyal medyayı değişik amaçlar ve birden fazla sebep için kullandıkları bilinen bir gerçektir. Bu düşünceye bağlı olarak, araştırmamızda bu konuda bir sınırlandırma yapılmamış olup; en fazla ve en az tercih edilen sosyal medyayı kullanma nedenlerinin hangileri olduğu, verilen cevapların oranı neticesinde karşılaştırılmıştır. Tablo 11’in verileri incelendiğinde elde edilen sonuçlar neticesinde, en fazla sosyal medyayı kullanma nedeni olarak; ‘Sohbet etmek için’ (45,6), en az kullanma nedeni olarak ise, ‘Diğer insanların profillerine bakmak için’ seçeneği oluşturmaktadır.

**Tablo 12:** Katılımcıların Sosyal Medyaya Bakış Açıları

İfadeler	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her Zaman
	N %	N %	N %	N %	N %
Sosyal medyaya bağlı değilken sosyal medyada olma hayalini kurarım.	443 (64,3)	126 (17,8)	76 (10,7)	34 (4,4)	22 (2,8)
Hayatımla ilgili rahatsız edici düşünceleri sosyal medya yardımıyla aşarım.	361 (51,6)	191 (27,3)	116 (16,5)	23 (3,2)	10 (1,4)
Suçluluk, kaygı, çaresizlik ve depresyon duygularımı azaltmak için sosyal medyayı kullanırım.	366 (52,3)	172 (24,5)	106 (15,1)	38 (5,4)	19 (2,7)
Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendimi “birkaç dakika daha” derken bulurum.	282 (40,3)	188 (26,8)	128 (18,2)	66 (9,3)	37 (5,4)
Sosyal medyaya harcadığım zamanı azaltmak için uğraşır ama sonunda başarısız olurum.	318 (45,4)	159 (22,6)	126 (17,9)	61 (8,7)	37 (5,4)
Hayatımdaki kişiler sosyal medyada geçirdiğim süre hakkında şikâyet eder.	358 (51,2)	151 (21,6)	113 (16,1)	46 (6,5)	33 (4,6)
Yapmam gereken başka bir şey olsa bile önceliği sosyal medyaya veririm.	425 (61,3)	137 (19,5)	72 (10,1)	37 (5,1)	30 (4,0)
Sosyal medyasız hayatın sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.	325 (46,4)	169 (24,2)	128 (18,2)	45 (6,3)	34 (4,9)

Başkalarıyla dışarı çıkmak yerine sosyal medyada zaman geçirmeyi tercih ederim.	443 (63,5)	146 (20,9)	72 (10,2)	22 (3,0)	18 (2,4)
---	---------------	---------------	--------------	-------------	-------------

Tablo 12 incelendiğinde katılımcıların sosyal medyaya bakış açılarını ölçmek amacıyla hazırlanan sorulardan olan 1., 2. ve 3. soruların, ilk kategori olan “**yoksunluk**” (*deprivation*) boyutuyla ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Yoksunluk alt ölçeği, kişinin sosyal medya etkinliklerini fazlaca düşünmesi, doyum ve haz alma amacıyla bu aktivitelere düşkünlük göstermesidir. Bu alt boyutu oluşturan sorular incelendiğinde, “Sosyal medyaya bağlı değilken sosyal medyada olma hayalini kurarım.”, “Hayatımla ilgili rahatsız edici düşünceleri sosyal medya yardımıyla aşarım” gibi, kullanıcıların sosyal medyada yoksunluk ile ilgili sorunlar yaşadıklarını göstermektedir.

Diğer bir kategoride yer alan 4. ve 5. sorular ise ikinci alt boyutu oluşturmakta olup, içerikleri incelendiğinde tamamının **kontrol güçlüğü** (*control difficulties*) ile alakalı olduğu anlaşılmaktadır. Bu alt ölçekteki kontrol güçlüğü, kişinin sosyal medyada eyleme geçirdiği davranışın ortaya çıkardığı istenmeyen sonuçları yaşamasına rağmen, yinelenen ya da takıntılı bir biçimde o eylemi sürdürmesi, problemleri davranışı denetleme güçlüğü yaşaması, problemleri eylemi gerçekleştirmeden önce davranışa yönelik aşırı istek duyması ve bu davranışı yerine getirme sırasında haz hissetmesi anlamında olup, bu aktiviteler süresince kişinin duygu durumundaki değişimleri ifade etmektedir. Bu boyutta yer alan sorular incelendiğinde, “Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendimi “birkaç dakika daha” derken bulurum.” gibi kullanıcıların sosyal medya da kontrol güçlüğü düzenlemesi ile ilgili problemler yaşadıklarını göstermektedir.

Başka bir kategoride değerlendirilen 6. ve 7. sorular ise üçüncü boyut olan “**işlevsellikte bozulma**” (*deterioration of functionality*) alt boyutuyla ilgilidir. Bu alt ölçekteki işlevsellikte bozulma, sosyal medyadan uzak durma veya kontrol davranışından sonra, bir önceki duruma geri dönmek için bireyin yoğun bir istek halinde olması ve sosyal medyaya kısa bir süre ara verdiğinde ya da sosyal medya kullanımına bir limit koymaya çalıştığında bir önceki kullanım alışkanlıklarının nüksetmesidir. Buna göre, “Yapmam gereken başka bir şey olsa bile önceliği sosyal medyaya veririm” gibi kullanıcıların sosyal medya kullanımını denetim altına alma çabalarına karşın tekrar aşırı bir şekilde o eylemi harekete geçirmeye karşı konulamaz bir istek halidir.

Son grupta yer alan ve son iki soruya karşılık gelen soruların ise “**sosyal izolasyon**” (*social isolation*) alt boyutuyla ilgili olduğu görülmektedir. Bu alt ölçekteki sosyal izolasyon, sosyal medyaya bağlı iken kişinin kendini tüm dünyadan ve diğer insanlardan ayrı hissetmesi, kendini bir grubun parçası olarak görmemesi, gruplar mevzu bahis olduğunda kendini dışlanmış ya da oraya ait hissetmemesi veya iki kişiyi aşan yerlerde kalmaktan rahatsızlık duyması olarak açıklanmaktadır. Buna göre, “Başkalarıyla dışarı çıkmak yerine sosyal medyada zaman geçirmeyi tercih ederim.” gibi kişinin sosyal medya kullanımında, amacının dışına çıktığını ve yüz yüze iletişim yerine sanal iletişim tercih ettiğini göstermektedir.



## VI. Sonuç ve Öneriler

Bağımlılık, genellikle kontrol kaybına eşlik eden önlenemez bir dürtüyü ifade eder. Bu anlamda sosyal medya bağımlılığı, sarhoş edici, bir ilacın kullanılmasını gerektirmeyen ve patolojik kumar oynamaya çok benzer bir dürtü kontrol bozukluğu olarak veya insan-makine etkileşimini içeren, film izlemek gibi pasif olabilen veya bilgisayar oyunları oynamak gibi aktif olabilen, kimyasal olmayan veya davranışsal bir bağımlılık türü olarak tanımlanmaktadır (Widyanto ve Griffiths, 2006). Bu anlamda araştırmamızın bulgu kısmında da yararlanılan Young 'ın internet bağımlılığı ölçeğine paralel olarak, Young (2004) internet ile gelişen sosyal medya bağımlılığı sürecinin beş aşamasını şu şekilde açıklamıştır. Keşif, Deneyim, Stres, Mecburiyet ve Umutsuzluk

Yukarıda belirtilen sebeplere karşın, sosyal medya bağımlılığının nedenselliğini belirlemek hala zordur. Nitekim, psikolojik yönleri, kişilerarası, fiziksel, iş ve davranış problemlerinin etkisi gibi, sosyal medya bağımlılığı ikilemlerin bir demeti olarak kabul edilmekte ve bireylerin, sosyal medya kullanımlarını kontrol edememeleri psikolojik, sosyal, okul ve iş zorluğuna neden olmaktadır. Ayrıca araştırmalar, sosyal medya bağımlılığının arkasındaki en önemli ve birincil neden olarak, gerçek yaşamdaki arkadaşların ve ailenin yerini alan sohbet odalarında harcanan fazla zamanı göstermiş ve sosyal medya bağımlılığının özellikle zihinsel ve fiziksel büyüme çağındaki genç nesiller için, ciddi sorunlara yol açabileceğini ifade etmiştir (Young, 2004; Widyanto ve Griffiths, 2006).

Anket metodolojisinin uygulandığı araştırmamızda, sosyal medya kullanımı ile cinsiyet arasında anlamlı farklılıklar gözlenmemiştir. Bu bağlamda her iki cinsin de özellikle yoksunluk ve kontrol güçlüğü konusunda problem yaşadıkları anlaşılmıştır. Yaş unsurunda bir farklılaşma olduğu gözlemlenmiş olup, 13 ile 50 ve üstü arasında değişen katılımcıların özellikle de yaşları daha küçük olanların, daha fazla sosyal medya bağımlısı olduklarının bulunması tedbirlerin bu kesim üzerinde alınması gerektiğini göstermektedir. Medeni durum faktörünün de sosyal medya bağımlılığının alınmasında ayırt edici bir veri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle bekar grubun, tüm alt boyutlarda sosyal medya kullanım oranının, evli gruba oranla daha fazla olduğu bulunmuştur. Eğitim unsurundaki verilerde de anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre, eğitim seviyesi arttıkça sosyal medya bağımlılığının azaldığı gözlenmiştir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ile kişisel gelir arasında da değişimler söz konusudur. Verilere nazaran, gelir seviyesi düştükçe bağımlılık oranının arttığını söylemek mümkündür.

Sonuç olarak, bilgi ve iletişim teknolojisindeki yapısal değişim ve dönüşümler yaşamımızın her alanına nüfuz etmiş durumdadır. Bunlardan biri de internet ve onunla kimlik kazanan sosyal medya uygulamalarıdır. Bu kadar etkin olan ve yaşamın neredeyse her alanında aktif rol oynayan bu ikiliden kaçmak ya da tümüyle ona teslim olmak yerine daha akılcı programlar çerçevesi içinde bu kaynakları yeteri kadar ve ihtiyaç dahilinde kullanmak alınacak önemli tedbirler arasındadır. Bu yeterliliği kazandıracak olan şey ise, dijital medya okuryazarlığıdır. Öyle ki bilinçli ve katılımcı yurttaşlık için, birçok temel beceriyi kazandıran ve geliştiren dijital medya okuryazarlığı, günümüzde de değerli bir eğitim fırsatı olarak kabul edilmektedir.

**Kaynaklar**

- Al-Menayes, J. (2014). "The relationship between mobile media usage and academic performance in university students". *New Media and Mass Communication*, 25, 2224-3267.
- American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders*. Washington, DC: American Psychiatric Association,
- American Psychiatric Association. (2017). *What Is Addiction?*
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S. & Pallesen, S. (2012). "Development of a facebook addiction scale". *Psychological Reports*, 110(2), 501-517,
- Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., Andreassen, C. S. & Demetrovics, Z. (2017). "Problematic Social Media Use: Results from a Large-Scale Nationally Representative Adolescent Sample". *PLOS ONE*, 12 (1).
- Bettinardi-Angres, K. & Angres, D.H. (2010). "Understanding the disease of addiction". *Journal of Nursing Regulation*, 1(2), 31–37,
- Bianchi, A. & Phillips, J. G. (2005). "Psychological Predictors of Problem Mobile Phone Use". *CyberPsychology & Behavior*, 8(1), 39-51.
- Cavaglioni, G. (2009). "Cyber-porn dependence: Voices of distress in an Italian Internet self-help community". *International Journal of Mental Health and Addiction*, 7(2), 295-310.
- Çam, E. & İşbulan, O. (2011). "A new addiction for teacher candidates: Social networks". *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11 (3), 14-19.
- Davis, C. & Carter, J. C. (2009). "Compulsive overeating as an addiction disorder". *A review of theory and evidence*, 53 (1), 1-8,
- Egger, O. & Rauterberg, M. (1996). *Internet Behaviour and Addiction*. Work & Organisational Psychology Unit (IfAP), Swiss Federal Institute of Technology (ETH), Zurich.
- Fidan, H. (2016). "Development and Validation of the Mobile Addiction Scale: The Components Model Approach". *The Turkish Journal on Addictions*, 3(3), 452–469.
- Griffiths, M. D. & Hunt, N. (1998). "Dependence on computer games by adolescents". *Psychological Reports*, 82, 475-480,
- Griffiths, M. D. (2005). "A "Components" Model of Addiction Within a Biopsychosocial Framework". *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197.
- Griffiths, M. D. (2012). "Internet sex addiction: A review of empirical research". *Addiction Research & Theory*, 20(2), 111-124.
- Griffiths, M. D., Binder, J. F. & Kuss, D. J. (2013). "Internet Addiction In Students: Prevalence And Risk Factors". *Computers in Human Behavior*, 29(3), 959-966.

- Griffiths, M.D. (1995). "Technological addictions". *Clinical Psychology Forum*, 76, 14-19.
- Johnson, M. (2014). *Personality And Executive Functioning As Explanatory Variables In Media Technology Use And Responsiveness To Media Technology*, A thesis submitted to the College of Life and Environmental Sciences. The University of Birmingham for the degree.
- Kaur, J., Agarwal, N. & Bhatia, M. S. (2009). "Exercise Addiction". *Delhi Psychiatry Journal*, 12(1), 107-109.
- Kırık, A. M., Arslan, A., Çetinkaya, A. & Gül, M. (2015). "A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey". *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3), 108-122.
- Lee, Z. W., Cheung, C.M. & Thadani, D.R. (2012). An Investigation into the Problematic Use of Facebook. *In System Science (HICSS)*, 2012 45th Hawaii International Conference, 1768-1776.
- Malik, S. & Khan, M. (2015). "Impact of facebook addiction on narcissistic behavior and self-esteem among students". *Journal of Pakistan Medical Association*, 65(3), 260-263.
- McIlwraith, R., Jacobvitz, R. S., Kubey, R., & Alexander, A. (1991). "Television Addiction: Theories and Data Behind the Ubiquitous Metaphor". *American Behavioral Scientist*, 35(2), 104-121.
- Naughton, J. (1999). *A Brief History of the Future: The Origins of the Internet*. London: Weidenfeld and Nicolson
- O'Guinn, T.C. & Faber, R. J. (1989). "Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration". *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147-157,
- Saaid, S. A., Al-Rashid, N. A. A. & Abdullah, Z. (2014). "The impact of addiction to twitter among university students". *Future Information Technology*, New York: Springer, 231-236.
- Şahin, C. (2018). "Social Media Addiction Scale - Student Form: The Reliability and Validity Study". *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(1), 169-182.
- Şahin, I. (2008). "From the Social-Cognitive Career Theory Perspective: A College of Education Faculty Model for Explaining their Intention to Use Educational Technology". *Journal of Educational Computing Research (JEER)*, 38(1), 51-66.
- Tezcanlı K. B., Altıntoprak A. E., Kayahan, B., Aktan, C., Coşkunol, H. & Kosova, B. (2013). "Investigating the Effect of Brain Derived Neurotrophic Factor Polymorphism Upon Alcoholism Tendency In Turkish Alcohol Dependents". *Anadolu Psikiyatri Dergisi-Anatolian Journal of Psychiatry*, 14, 1-9.

- Turel, O. & Serenko, A. (2012). "The Benefits And Dangers Of Enjoyment With Social Networking Websites". *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512–528.
- Tüzer, V. (2011). "İnternet, Siberseks ve Sadakatsizlik". *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 3(1), 100-116.
- van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S. & Valkenburg, P.M. (2016). "The social media disorder scale". *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487.
- Walker, M. B. (1998). "Some problems with the concept of "gambling addiction": should theories of addiction be generalized to include excessive gambling?". *Journal of Gambling Behavior*, 5, 179-200,
- Wegmann, E., Stodt, B. & Brand, M. (2015). "Addictive Use of Social Networking Sites Can Be Explained By The Interaction of İnternet Use Expectancies, İnternet Literacy, and Psychopathological Symptoms". *Journal of Behavioral Addictions*, 4(3), 155-162.
- Widyanto, L. & Griffiths, M.D. (2006). "İnternet addiction: A critical review". *International Journal of Mental Health and Addiction*, 4, 31-51,
- Xu, H., Tan, B.C.Y. (2012). Why do I keep checking facebook: Effects of message characteristics on the formation of social network services addiction. *Thirty Third International Conference on Information Systems*, 1-12, Orlando.
- Young A.W., Calder, A. J., Keane, J., Manes, F. & Antoun, N. (2000). "İmpaired recognition and experience of disgust following brain injury". *Nature Neuroscience*, 3, 1077–1078.
- Young KS, Yue XD, Ying L. (2011). *İnternet Addiction: A Handbook And Guide To Evaluation And Treatment*. John Wiley & Sons, 3-18.
- Young, K. (2007). "Cognitive Behavior Therapy with İnternet Addicts: Treatment Outcomes and Implications". *Cyberpsychology & Behavior*, 10(5), 671-679.
- Young, K. S. (1998a). "İnternet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder". *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237-244,
- Young, K. S. (2004). "İnternet Addiction: A New Clinical Phenomenon and Its Consequences". *American Behavioral Scientist*, 48(4), 402-415.