

Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma: Üniversite Öğrencilerinden Meslek Yüksekokulu Örneği

A Study on Social Media Addiction: Vocational School Case with University Students

Mehmet BULDUK^{1,*}, Veysel CAN²

Özet

Amaç: Çalışma meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını belirlemek amacıyla yapıldı.

Yöntem: Araştırma 2017-2018 bahar yarıyılında aylarında iki farklı üniversitenin Meslek Yüksek Okullarında yapılmıştır. Evren meslek yüksekokullarında aktif öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmada evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmış, örneklem seçimi yapılmamıştır. Araştırmaya gönüllü katılan ve formlarını eksiksiz dolduran (n=370) öğrenci ile çalışma sonlandırılmıştır. Verileri toplamada Tanıtıcı Bilgi Formu ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma tüm aşamalarında etik kurallara uygun olarak yürütülmüştür.

Bulgular: Çalışmaya katılan öğrencilerin ortalama 21.23 ± 3.14 yaşında olduğu, %99.5'inin sosyal medya kullandığı, %85.1'inin Instagram kullandığı, %0.8'inin LinkedIn kullandığı, %76'sının sadece mobil cihazlar ile erişim sağladığı, %32.7'sinin 4-6 yıldır sosyal medya kullandığı ve %46.2'sinin günde 1-3 saat arasında sosyal medya kullandığı tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları arasında bir farklılık bulunmuştur (p<0.001). 1 saatten daha az kullananların puan ortalaması 73.0, 1-3 saat arası kullananların ortalaması 87.5, 4-6 saat arasında kullananların ortalaması 105.9 ve 7 saat ve fazla kullananların ortalaması 125.9 olarak elde edilmiştir. Her bir kullanım süresi grupları arasında bir farklılık vardır. Sosyal medya kullanım amaçlarına göre, sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları farklılık göstermemektedir (p>0.050).

Sonuç: Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya platformlarında geçirilen süre ile ilişkili olduğu tespit edildi. Ancak sosyal medya kullanım amacına göre bağımlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunamadı.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, bağımlılık, üniversite öğrencileri.

Abstract

Aim: This study was conducted to assess the degree of social media addiction among students in vocational schools.

Method: The study population consisted of Vocational School students enrolled in two universities in the spring semester of 2017-2018. The study attempted to reach the entire population without selecting any sample. The study was accomplished by students (n=370) who voluntarily participated and completely filled out the questionnaire forms. The Introductory Information Form and the Social Media Addiction Scale were used to collect data. The study was conducted in compliance with ethical norms at all stages.

Results: The statistical findings of the students participating in the study were as follows: their average age was 21.23 ± 3.14 years, 99.5% used social media, 85.1% used Instagram, 0.8% used LinkedIn, 76% of them only used mobile devices for accessing, 32.7% used social media for 4-6 years, and 46.2% was social media user for 1-3 hours a day. There was a significant difference between the mean scores of social media addiction in terms of the duration of social media use (p<0.001). The average score of the students who use social media for less than 1 hour, between 1-3 hours, 4-6 hours, and over 7 hours was identified as 73.0, 87.5, 105.9, and 125.9, respectively. There was a considerable difference between each group in the amount of duration of social media use. However, the mean scores for social media addiction did not differ when considering the purpose of utilizing social media (p>0.050).

Conclusion: Social media addiction was found to be related to the time spent on social media platforms. However, there was no significant relationship between addiction and the purpose of social media use.

Keywords: Social media, addiction, university students.

¹ Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü, Çocuk Gelişimi Programı, mehmetbulduk@yyu.edu.tr

² Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ebelik Bölümü, veyselcan@yyu.edu.tr

* Sorumlu Yazar

Geliş Tarihi / Received: 24-07-2022

Kabul Tarihi/Accepted: 08-08-2022

GİRİŞ

Sosyal medya kullanımı, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube vb. gibi çevrimiçi platformlar aracılığıyla, sosyal etkileşim için son derece popüler bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya kullanımı, gençler için önemli bir interaktif araçtır ve daha geleneksel medyanın aksine, kullanıcılar deneyimin yaratılmasında ve şekillendirilmesinde aktif bir rol oynamaktadır. Ayrıca, sosyal medya kullanımında gençler, başkalarıyla etkileşime girdiklerinden ve kimliklerini çevrimiçi olarak paylaştıkları için sosyal medya, gençlerin gelişim süreçlerinde önemli bir unsurdur (Bartsch & Subrahmanyam, 2015; Michikyan & Suárez-Orozco, 2016; Berryman ve ark., 2018). Son on yılda YouTube, Instagram ve Snapchat gibi sosyal medya web siteleri ve uygulamaları dünyada devrim yaratmaktadır. Küresel olarak, üç milyardan fazla insan, dünya nüfusunun neredeyse yarısını oluşturan bu toplulukların aktif üyeleridir. Zaman geçtikçe bu sayıların çocuk ve gençler arasında katlanarak artması muhtemeldir (Hunt ve ark., 2018; Ramtahal, 2022).

Ülkemizde internet kullanımı, 2013 yılında 6-15 yaş çocuklar için %50.8 iken 2021'de %82.7 olmuştur. Çocukların, sosyal medyayı günde ortalama 3 saat civarında kullandığı bildirilmiştir. 16-24 yaş grubundaki bireylerde internet kullanımı 2013'te 68.7 iken 2021'de 95.7 yükselmiştir (TÜİK, 2021). Mobil cihazların gelişmesi ve popüleritelerinin artması ile sosyal medya, üniversite öğrencilerinin yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. 2017'de dünya çapında yaklaşık 2.46 milyar sosyal medya kullanıcısı varken ve 2021'in sonunda yaklaşık 3.09 milyara çıktığı tahmin edilmektedir (Baron, 2019).

Araştırmacılar genellikle sosyal medya kullanımının üniversite öğrencileri üzerinde olumlu bir etkisi olabileceğine inanmaktadır (Wang ve ark., 2014; Guo ve ark., 2014; Pang, 2018; Phu & Gow, 2019; Kim ve ark., 2020; Yang & Lee, 2020). Bununla birlikte bazı araştırmalar, kompulsif sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerin de hem zihinsel sorunları arttırdığı hem de fiziksel sağlık sorunlarına yol açabileceğini bildirmişlerdir (Andreassen ve ark., 2017; Lei ve ark., 2020; Marino ve ark., 2018). Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı için net bir tanımın olmaması, bu tür düzensiz davranışların yaygınlığı üzerine araştırmayı ve gereken önlemleri alınmasını engellemektedir (Van den Eijnden ve ark., 2016).

Günümüz dünyasında sosyal medya inanılmaz bir hızla ilerleyerek her yaştan insanı sürekli olarak birbirine bağlamaktadır. Sosyal medya bu işlevselliğini, yanlış kullanılmasına bağlı olarak yitirmekte ve bağımlılık gibi ciddi sorunlara yol açmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım amaçları arasındaki ilişkinin belirlenmesi, bağımlılığın oluşmasındaki süreci aydınlatmaya yardımcı olacaktır. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisi incelenmiştir.

YÖNTEM

Araştırmanın Tipi

Bu çalışma meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını belirlemek amacıyla tanımlayıcı olarak yapılmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Hakkari Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu'nda (İlk ve Acil Yardım Programı, Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik Programı, Çevre Sağlığı Programı, Tıbbi Laboratuvar Teknikleri Programı, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Programı, Çocuk Gelişimi Programı) aktif öğrenim gören toplam 352, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Erciş Meslek Yüksekokulu'nda (İnşaat Teknolojisi Programı, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, Biyomedikal Cihaz Teknolojisi Programı, Çocuk Gelişimi Programı) aktif öğrenim gören toplam 422, öğrenci çalışmanın evrenini oluşturmuştur. Çalışmada örneklem seçimi oluşturulmadan evrenin tamamına ulaşılmaya çalışıldı. Araştırma, gönüllü olma ve formları eksiksiz olarak doldurma kriterlerini sağlayan 370 kişi ile tamamlandı.

Veri Toplama Araçları ve Özellikleri

Araştırma verilerinin toplamasında, araştırmacı tarafından hazırlanan Kişisel Bilgi Formu ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) kullanıldı.

Kişisel Bilgi Formu:

Araştırmada kullanılan Kişisel Bilgi Formunda üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri, sosyal medya tercihleri ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını sorgulayan sorular yer almaktadır (Tutgun-Ünal, 2015).

Sosyal Medya Kullanımı Amaçları (SMKA)

Sosyal medya kullanım amaçları formu 17 cümleden oluşmakta ve sıklık ifadeleri “Hiçbir Zaman, Nadiren, Bazen, Sık Sık, Her Zaman” ile derecelendirilen 5’li likert tipindedir. Çeşitli kullanım amaçlarına göre öğrencilerin sosyal medyayı ne sıklıkta katıldığını belirlemektedir (Tutgun-Ünal, 2015).

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ):

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını ölçebilmek üzere Ünal ve ark., (2016) tarafından geliştirilmiş bir ölçme aracıdır (Tutgun-Ünal & Deniz, 2016). SMBÖ, 41 maddeden oluşan ve sıklık ifadeleri ile derecelendirilen 5’li likert tipindedir. SMBÖ’den en düşük 41, en yüksek ise 205 puan alınabilir. En yüksek puanın en düşük puandan çıkartılması sonucunda elde edilen aralık uzunluğu, ölçme aracı 5’li derecelendirildiğinden dolayı 5’e bölünerek aralık katsayıları elde edilmiştir. Buna göre, ölçeğin geneli için belirlenen aralıklar; 41-73 arası: Bağımlılık yok, 74-106 arası: Az bağımlı, 107-139 arası: Orta bağımlı, 140-172 arası: Yüksek bağımlı, 173-205 arası: Çok yüksek bağımlı olarak değerlendirilmiştir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olan Cronbach Alpha değeri 0.967 bulunmuştur. Bu çalışmada ise 0.960 olarak bulunmuştur.

İstatiksel Analiz

Veriler IBM SPSS V23 ile analiz edildi. Normal dağılıma uygunluk Kolmogorov-Smirnov testi ile incelendi. Üç ve üzeri gruplara göre normal dağılan ölçek puanının karşılaştırılmasında Tek Yönlü Varyans Analizi kullanıldı ve çoklu karşılaştırmalar Duncan testi ile incelendi. Analiz sonuçları nicel veriler için ortalama $\pm$ s. sapma ve ortanca (minimum – maksimum) şeklinde kategorik veriler ise frekans ve yüzde olarak sunuldu. Önem düzeyi $p < 0.050$ olarak alınmıştır.

Araştırmanın Etiği

Araştırma için Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Etik Kurul’undan (2017-10/6) onay alınmıştır. Ayrıca kurumlardan ve çalışmaya katılacak öğrencilerden hem yazılı hem de sözel izinler alınmıştır.

BULGULAR

Tablo 1’de araştırma kapsamında alınan katılımcıların tanıtıcı özellikleri yer almaktadır. Çalışmaya dahil olan katılımcıların %58.6’sı kadın iken %41.4’ü erkektir. Katılımcıların yaş ortalaması 21.23, minimum yaş 17 ve maksimum yaş 49 olarak elde edilmiştir. Katılımcıların %47.3’ü 1. sınıf iken %52.7’si 2. sınıftır.

Tablo 1. Katılımcıların Bazı Sosyodemografik Özelliklerine Göre Dağılımları

	Yüzde (%) / Ort. (Min. - Maks.)	Frekans (n=370) / Ort. $\pm$ SS
Yaş	20 (17 - 49)	21.23 $\pm$ 3.14
Cinsiyet		
Kadın	58.6	217
Erkek	41.4	153
Sınıf		
1.sınıf	47.3	175
2.sınıf	52.7	195

Tablo 2’de Sosyal medya kullanımı ile ilgili sorulara ait tanımlayıcı dağılımları sunulmuştur. Katılımcıların %99.5’inin sosyal medya kullandığı, %85.1’inin Instagram kullandığı, %0.8’inin LinkedIn kullandığı, %76’sının sadece mobil cihazlar ile erişim sağladığı, %32.7’sinin 4-6 yıldır sosyal medya kullandığı ve %46.2’sinin günde 1-3 saat arası sosyal medya kullandığı tespit edilmiştir.

Tablo 2. Sosyal Medya Kullanımı ile ilgili Bazı Sorulara ait Tanımlayıcı İstatistikler

	Yüzde (%)	Frekans (n=370)
Sosyal medya kullanımı		
Evet	99.5	368
Hayır	0.5	2
Sosyal medya kullanımı*		
Facebook	50.5	187
Instagram	85.1	315
Google	50.5	187
Vine	2.4	9
Twitter	27.8	103
Foursquare	1.6	6
LinkedIn	0.8	3
Youtube	64.1	237
Diğer	20.5	76
Hangi cihazla erişim*		
Sadece masaüstü bilgisayar	0.5	2
Masaüstü ve mobil cihazlar	23.5	87
Sadece mobil cihazlar	76.0	281
Ne zamandan beri		
1 yıldan az	11.9	44
1-3 yıl	29.2	108
4-6 yıl	32.7	121
7 yıl ve üzeri	26.2	97
Günde ne kadar süre		
1 saatten az	18.6	69
1-3 saat	46.2	171
4-6 saat	25.4	94
7 saat ve üzeri	9.7	36

*Çoklu yanıt

Tablo 3’te katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları sunulmuştur. Katılımcıların en çok %90.2’sinin bilgi/haber araştırmak için kullandığı ve en az %20.3 oranında diğer insanlar tarafından tanınmak için sosyal medya kullandığı tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanı ortalaması 93.21 olarak minimum puan 41 ve maksimum puan 184 olarak elde edilmiştir. %35.1’inin az sosyal medya bağımlısı olduğu ve %1.9’unun çok yüksek sosyal medya bağımlısı olduğu bulunmuştur.

Tablo 3. Sosyal Medya Kullanımı Amaçları (SMKA)

	Yüzde (%)	Frekans (=370)
SMKA*		
1-Sohbet etmek	75.1	277
2-Yeni kişilerle tanışmak	24.9	92
3-Diğer insanlar tarafından tanınmak	20.3	75
4-Begendiğim haberleri paylaşmak veya “retweet” atmak	58.3	215
5-Begendiğim nesneleri (resim, video, vb.) Paylaşmak	76.7	283
6-Oyun oynamak	43.4	160
7-Diğer insanların profillerine göz atmak	50.7	187
8-Bildirim/durum yazmak.	69.6	257
9-Başkalarının durumlarına veya paylaşımlarına -yorum yazmak/begennemek.	55.0	203
10-İlgimi çeken gruplara üye olmak veya bir grubu takip etmek.	68.3	252
11-Müzik dinlemek/paylaşmak	75.6	279
12-Ünlü kişilerin sayfalarını takip etmek	38.5	142
13-Eğitim amaçlı iletişim kurmak.	81.8	302
14-Bilgi/haber araştırmak	90.2	333
15-Mevcut arkadaşlarımla iletişimi devam ettirmek	88.9	328
16-Sosyal medyayı marka/ürün sayfalarıyla etkileşimde bulunmak (teknik destek, problem bildirmek vs.)	47.2	174
17-Sosyal medyayı marka/ürünler hakkında alışveriş amacıyla bilgi almak	58.5	216
Sosyal Medya Bağımlılığı puanı	92 (41 - 184)	93.21 ± 31.47
Sosyal Medya Bağımlılığı grup		
Bağımlılık yok	30.8	114
Az bağımlı	35.1	130
Orta bağımlı	27	100
Yüksek bağımlı	5.1	19
Çok yüksek bağımlı	1.9	7

*Çoklu yanıt

Tablo 4’te katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları sunulmuştur. Sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak önemli olduğu belirlendi ($p<0.001$). 1 saatten az kullananların puan ortalaması 73.0. 1-3 saat arası kullananların ortalaması 87.5, 4-6 saat arası kullananların ortalaması 105.9 ve 7 saatten fazla kullananların ortalaması 125.9 olarak elde edilmiştir. Her bir kullanım süresi grupları arasında bir farklılık vardır. SMKA’ya göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak önemli olmadığı belirlendi ($p>0.050$).

Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılığı Puanı Karşılaştırma Sonuçları

	Ort. ± SS	Ort. (Min. - Maks.)	Test ist.	p
Günde ne kadar süre				
1 saatten az	73.0 ± 24.9a	71.0 (41.0 - 181.0)	38.343	<0.001**
1-3 saat	87.5 ± 26.2b	87.0 (41.0 - 165.0)		
4-6 saat	105.9 ± 29.4c	104.5 (47.0 - 179.0)		
7 saat ve üzeri	125.9 ± 33.1d	127.0 (52.0 - 184.0)		
Günde ne kadar süre*				
SMKA2	109,9 ± 32,4	107,0 (44,0 - 182,0)	>0.050***	
SMKA3	109,7 ± 31,0	113,0 (47,0 - 181,0)		
SMKA9	102,3 ± 31,9	100,0 (41,0 - 184,0)		
SMKA7	102,2 ± 31,9	100,0 (41,0 - 184,0)		
SMKA12	101,9 ± 32,1	99,0 (41,0 - 182,0)		
SMKA4	100,0 ± 31,9	99,0 (41,0 - 182,0)		
SMKA16	99,9 ± 31,0	96,0 (43,0 - 184,0)		
SMKA6	98,3 ± 31,0	97,0 (41,0 - 181,0)		
SMKA8	98,1 ± 30,5	96,0 (41,0 - 181,0)		
SMKA5	97,3 ± 31,7	94,0 (41,0 - 184,0)		
SMKA11	97,1 ± 31,3	95,0 (41,0 - 184,0)		
SMKA17	97,0 ± 31,0	94,5 (41,0 - 184,0)		
SMKA10	96,5 ± 32,0	93,5 (41,0 - 184,0)		
SMKA1	96,4 ± 31,0	94,0 (41,0 - 184,0)		
SMKA15	95,2 ± 31,0	93,0 (41,0 - 184,0)		
SMKA14	93,5 ± 31,3	91,0 (41,0 - 184,0)		
SMKA13	93,2 ± 31,7	90,0 (41,0 - 184,0)		

SMKA= Sosyal Medya Kullanımı Amaçları, *Çoklu yanıt, **Tek yönlü varyans analizi, ***Bonferroni düzeltmesi, a-d: Aynı harfe sahip gruplar arasında bir fark yoktur.

TARTIŞMA

Yıllar boyunca teknolojinin ilerlemesi, toplumun gelişimine ve insanların daha konforlu bir yaşam tarzına sahip olması için olağanüstü bir katkıda bulunduğu kanıtlanmıştır. Yeni teknolojinin doğasında var olan bariz ödüllere rağmen, bunun neden olabileceği potansiyel tahribata ilişkin asırlık soru mevcuttur. Aynı etki, teknolojinin en iyi ürünü olan sosyal medyanın yükselişine benzetilebilir (Ramtahal, 2022). Popüler sosyal medya kullanımı 20-25 yıl önceki kuruluşundan bu yana hızla artmaktadır. Nitekim günümüzde çoğu ergen, sosyal medya olmadan hayatlarını hayal edemez durumdadır (Barth, 2015).

Ülkemizde 2018’de yapılan bir çalışmada üniversite öğrencilerinin %47’sinin sosyal ağlara katılmak için interneti kullandıkları bildirilmiştir (Çiftçi, 2018). ABD’ de yapılan bir çalışmada 18-29 yaşındakilerin bireylerin yaklaşık %88’i herhangi bir sosyal medyayı kullandıkları açıklanmıştır (Smith & Anderson, 2018). Başka bir çalışmada da öğrencilerin %97’sinin sosyal medya uygulamalarını kullandığını gösterilmiştir (Kolhar ve ark., 2021). Araştırmada katılımcıların %99.5’inin sosyal medya kullandığı tespit edildi. Bu çalışmada sosyal medya kullanım oranları diğer çalışmalara göre kısmen daha yüksek bulundu.

TÜİK verilerine göre 16-24 yaş arası bireylerde cep telefonu kullanım oranı, 2018’de %92.7 iken 2021’de bu oran %96’ya çıkmıştır (TÜİK, 2021). Çalışmamızda katılımcıların %76’sı sadece mobil cihazlar ile sosyal medyaya erişim sağlamıştır (Tablo 2). Cep telefonlarının bu kadar yaygın olması, sosyal medyaya erişimde mobil cihazların tercih edilmesine neden olmuştur. Sosyal ağ siteleri genç yetişkinlerin hayatlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Yaşları 17 ile 26 arasında değişen katılımcılar üzerine yapılan bir çalışmada, en sık kullanılan sosyal medya paylaşım sitesi Instagram (%70.5), ardından Snapchat (%18.1) ve Twitter (%5.2) olduğu belirlenmiştir (Jung ve ark., 2022). 2018 itibariyle ABD’de, 18-24 yaş arası genç yetişkinlerin %78’i Snapchat kullanırken, %71’i Instagramı kullanmaktadır (Smith & Anderson, 2018). Başka bir çalışmada ise günlük olarak, yani "Günde Bir Kez" veya "Günde Birkaç Kez" olmak üzere katılımcıların çoğunluğu %80.0 Snapchat, %73.4 Instagram, %59.5 YouTube ve %54.3 Facebook, %44.4Twitter, %21.7 Google+, %11.8 Pinterest, %10.3 Tumblr, %9.8 Reddit, kullandıklarını tespit edilmiştir (Massey ve ark., 2021). Çalışmada katılımcıların %85.1’inin Instagram kullandığı tespit edilmiştir (Tablo 2). Araştırmamızda dünyanın en popüler sosyal medya platformu olan Instagramın, kullanım oranının benzer çalışmalara yakın sonuçlarda olduğu anlaşılmıştır.

Üniversite öğrencileri üzerine yapılan bir çalışmada sosyal medya kullanım sürelerinin ortalaması 47.41 dakikadır (İnce & Koçak, 2017). Başka bir çalışmada üniversite öğrencilerinin %57 ‘si gün boyunca sosyal medyada üç saatten fazla zaman geçirdiği bildirmiştir (Kolhar ve ark., 2021). ABD’de 18-24 yaşlarındaki üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine yapılan bir çalışmada, mobil cihazları kullanırken geçirdiklerin zamanın oranı 7 saat 10 dakika olarak tespit edilmiştir (Massey ve ark., 2021). Araştırmada katılımcıların %46.2’sinin günde 1-3 saat arası sosyal medya kullandığı belirlenmiştir (Tablo 2). Literatür sonucuna göre sosyal medya kullanım süresi oldukça yüksektir. Kullanım yaşının aşağı düşmesiyle bu sürenin artması muhtemeldir. Sosyal medyayı kullanma yaşlarının genellikle 7-9 yaş aralığında başladığı belirtilmiştir (Ulusoy & Bostancı, 2014). Üniversite öğrencileri üzerine yapılan bir çalışmada, katılımcıların %44’ü sosyal medyayı 4 ila 6 yıl gibi bir süreden beri kullandıklarını belirtmişlerdir (Bilgili, 2018). Çalışmamızda öğrencilerin yaş ortalaması $21,23 \pm 3,14$ olarak tespit edilmiştir. Katılımcılar %32.7’sinin 4-6 yıldır sosyal medya kullanmaktadır (Tablo 2). Bu durum sosyal medya kullanma yaşının aslında kimlik gelişiminin öncesinde başladığını göstermektedir. Teknolojinin gelişim hızı tüketicilerin hayal dünyasından daha hızlı ilerlemektedir. Bu hıza yetişmek için sosyal medyaya içerik üretenler üzerinde bir baskı oluşturmakta ve ürettikleri içeriklere bebek ve küçük çocukları da dahil etmektedirler. Bu durum yakın gelecekte sosyal medya kullanıcılarının daha küçük yaşlarda olabileceği tahminine neden olmaktadır.

Yapılan bir araştırmada, öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları arasında en yüksek tercih mevcut arkadaşları ile iletişim kurmak iken, hemen ardından ödev yapma gibi bilgi erişimi-paylaşımı gelmektedir (Koçer, 2012). Benzer bir çalışmada katılımcıların %65’i sosyal medyada arkadaşları ile iletişim kurmak için kullandıkları belirlenmiştir (Aydın, 2016). Başka bir çalışmada öğrencilerin sadece %1’i sosyal medyayı akademik amaçlarla kullanırken %35’i bu platformları başkalarıyla sohbet etmek için %43’ü vakit

geçirmek için kullanmıştır (Kolhar ve ark., 2021). Araştırmada katılımcıların en çok %90.2'sinin bilgi/haber araştırmak için ve en az %20.3 oranında diğer insanlar tarafından tanınmak için sosyal medya kullandığı tespit edilmiştir (Tablo 3). Bu durum, ergenlerin yaşadıkları bölgeye göre çevresel etkenlere bağlı olarak sosyal medya kullanım amacını değiştirebilir sonucuna ulaştırmaktadır. Bu kapsamda kesitsel çalışmalara ihtiyaç vardır.

SBMÖ'ni geliştiren Ünal ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı puanı ortalaması 87.58 olarak bulunmuştur (Tutgun-Ünal & Deniz, 2016). Benzer bir çalışmada ise sosyal medya bağımlılığı puanı ortalaması 99.85 olarak belirlenmiştir (Çiftçi, 2018). Araştırmada katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanı ortalaması 93.21 olarak elde edilmiştir (Tablo 3). Araştırma aynı ölçeği kullanan çalışmalara ile uyumludur.

Ülkemizdeki bir çalışmada sosyal medyada geçirilen süre ile SMBÖ puan ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur. Öğrencilerin SMBÖ puan ortalamaları değerlendirildiğinde en yüksek puanı 3-5 saat arası ve 5 saat üzeri sosyal medyayı kullanan öğrenciler almıştır. Daha sonra sırasıyla, 1-3 saat ve 1 saatten az sosyal medyayı kullanan öğrenciler gelmektedir (Koçak & Zeliha, 2021). Araştırmada katılımcıların büyük bir çoğunluğu 1-3 saat arası sosyal medyada zaman geçirdikleri için katılımcıların %35.1'inin az sosyal medya bağımlısı olduğu ve %1.9'unun çok yüksek sosyal medya bağımlısı olduğu bulunmuştur (Tablo 3). Katılımcıların 1 saatten az kullananların puan ortalaması 73.0. 1-3 saat arası kullananların ortalaması 87.5, 4-6 saat arası kullananların ortalaması 105.9 ve 7 saatten fazla kullananların ortalaması 125.9 olarak bulunmuştur. Her bir kullanım süresi grupları arasında bir farklılık mevcuttur (Tablo 4). Çiftçinin yaptığı çalışmaya göre gün içinde 5 saat ve da fazla interneti kullanan öğrencilerin, 1-3 saat arası kullanan öğrencilere göre sosyal medyaya daha fazla bağımlı olmaktadır (Çiftçi, 2018). Benzer bir çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının gün içinde kullanım süresine göre önemli farklılık oluşturduğu görülmüştür. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılıklarının da artış gösterdiği bildirilmiştir (Tutgun-Ünal & Deniz, 2016). Bu çalışmada da katılımcıların sosyal medyada geçirilen süreye göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları arasında bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0.001$).

Araştırmada sosyal medyaya bağımlılığın nedeni olabilecek kullanım amaçları sorulmuştur. Katılımcıların SMKA'ya göre sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları farklılık göstermemektedir ($p>0.050$). Bu durum sosyal medya bağımlılığının SMKA ile anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir. Ancak SMKA'nın kullanım sürelerini etkileyerek kullanıcılarda nasıl aşırı kullanma alışkanlığı oluşturduğu tespit etmek için boylamsal çalışmalara ihtiyaç vardır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarına göre üniversite öğrencilerinin büyük bir çoğunluğu sosyal medya da vakit geçirmektedir. Kullanım amaçları bireye özgü farklılıklar oluştursa da yapılan araştırmada sosyal medya

bağımlılığıyla kullanım amaçları arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Ancak kullanım amaçları kullanım sürelerini etkilediğinden bağımlılık ile ilişkisi dolaylıdır. Bu yüzden yapılacak yeni çalışmalarda gençlerin sosyal medya bağımlılığının takip edilmesi önem arz etmektedir. Sosyal medya kullanımında, ebeveynlerin yol göstericiliği oldukça önemli olduğu aşıkardır. Ebeveynlerin sosyal medyanın doğru kullanılması ile ilgili bilgiye sağlık profesyonellerinden yardım alması, çocukların ve gençlerin yanlış kullanım sonucu bağımlılık riskini ortadan kaldıracağı düşünülmektedir. Koruyucu sağlık hizmetlerinde de görev alan pediatri hemşirelerinin ilgili kuramlar doğrultusunda gerek okullarda gerekse toplum sağlığı merkezlerinde hem ebeveynlere hem de çocuk ve adolesanlara, bireye özgü bakım vermesi oldukça önemlidir. Yapılan bu tür araştırmalar ve yapılacak boylamsal çalışmalar birlikte değerlendirildiğinde, bağımlılık sorununun oluşmadan ya da bağımlılığın tehlikeli boyutlara ulaşmadan önlenmesi mümkün olacaktır.

KAYNAKLAR

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293.
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma: Anadolu Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 373-386.
- Baron, C. (2019). Number of social media users worldwide 2010-2021| Statista. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>[Accessed 16.
- Bartsch, M., & Subrahmanyam, K. (2015). Technology and self-presentation: Impression management online.
- Berryman, C., Ferguson, C. J., & Negy, C. (2018). Social media use and mental health among young adults. *Psychiatric Quarterly*, 89(2), 307-314.
- Bilgili, H. A. S. (2018). Sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Ege Üniversitesi örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 351-369.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.
- Guo, Y., Li, Y., & Ito, N. (2014). Exploring the predicted effect of social networking site use on perceived social capital and psychological well-being of Chinese international students in Japan. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(1), 52-58.
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768.
- İnce, M., & Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Jung, J., Barron, D., Lee, Y.A., & Swami, V. (2022). Social media usage and body image: Examining the mediating roles of internalization of appearance ideals and social comparisons in young women. *Computers in Human Behavior*, 135, 107357.
- Kim, Y., Kim, B., Hwang, H.-S., & Lee, D. (2020). Social media and life satisfaction among college students: A moderated mediation model of SNS communication network heterogeneity and social self-efficacy on satisfaction with campus life. *The Social Science Journal*, 57(1), 85-100.
- Koçak, M., & Zeliha, T. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşamın anlamı arasındaki yordayıcı ilişkiler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 1618-1631.
- Koçer, M. (2012). Erciyes Üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 70-85.

- Kolhar, M., Kazi, R. N. A., & Alameen, A. (2021). Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 28(4), 2216-2222.
- Lei, H., Chiu, M. M., & Li, S. (2020). Subjective well-being and internet overuse: A meta-analysis of mainland Chinese students. *Current Psychology*, 39(3), 843-853.
- Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada, M. M. (2018). A comprehensive meta-analysis on problematic Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 83, 262-277.
- Massey, Z. B., Brockenberry, L. O., & Harrell, P. T. (2021). Vaping, smartphones, and social media use among young adults: Snapchat is the platform of choice for young adult vapers. *Addictive Behaviors*, 112, 106576.
- Michikyan, M., & Suárez-Orozco, C. (2016). Adolescent media and social media use: Implications for development. In (Vol. 31, pp. 411-414): Sage Publications Sage CA: Los Angeles, CA.
- Pang, H. (2018). How does time spent on we chat bolster subjective well-being through social integration and social capital? *Telematics and Informatics*, 35(8), 2147-2156.
- Phu, B., & Gow, A. J. (2019). Facebook use and its association with subjective happiness and loneliness. *Computers in Human Behavior*, 92, 151-159.
- Ramtahal, N. A. (2022). Social media and its effects on adolescents and emerging young adults. Doktora Tezi, Alliant International University.
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). Social media use in 2018. Pew Reserch Center.
- Tutgun-Ünal, A. (2015) Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Bilişim Bilim Dalı.
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181.
- TÜİK. (2021). Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2021. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132> Erişim tarihi 15.07.2022
- Ulusoy, A., & Bostancı, M. (2014). Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28(1), 559-572.
- Van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487.
- Wang, J. L., Jackson, L. A., Gaskin, J., & Wang, H. Z. (2014). The effects of Social Networking Site (SNS) use on college students' friendship and well-being. *Computers in Human Behavior*, 37, 229-236.
- Yang, C.-c., & Lee, Y. (2020). Interactants and activities on Facebook, Instagram, and Twitter: Associations between social media use and social adjustment to college. *Applied Developmental Science*, 24(1), 62-78.