

INVESTIGATION OF SOCIAL MEDIA ADDICTION OF UNIVERSITY STUDENTS

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ
İNCELENMESİ¹

Aylin TUTGUN-ÜNAL²
Levent DENİZ³

Abstract

The main aim of this research is to investigate social media addiction of university students. In line with this aim the comparisons were made between the levels of social media addictions of university students and their ages, sexes, daily usage time of social media, purpose of social media use and so on. The research was conducted as survey model and the data was collected from 1034 university students by using social media addiction scale consisting of 41 items and 4 factors (Occupation, Mood modification, Relapse and Conflict). The findings of the survey revealed that female students were more occupied with and received more emotional support from social media compared to male students. On the other hand male students found to be more conflicted with social media which shows that they were more negatively affected compared to females.

Keywords: Social network, addiction, social media addiction, university students.

Özet

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda üniversite öğrencilerinin çeşitli değişkenlere (fakülte, yaş, cinsiyet, günlük kullanım süresi, sosyal medya kullanım amaç sıklığı vs.) göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşp farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Araştırma genel tarama modeline göre yürütülmüştür. Araştırma verileri 41 madde ve 4 faktörden (Meşguliyet, Duygu Durum Düzenleme, Tekrarlama ve Çatışma) oluşan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği aracılığıyla 1034 üniversite öğrencisinden toplanmıştır. Cinsiyete göre yapılan karşılaştırmalarda, kadınların erkeklere göre sosyal medyada daha fazla meşgul olduğu ve sosyal medyadan daha çok duygusal destek aldığı, erkeklerin ise, sosyal medya ile çatışma halinde olduğu, diğer bir ifade ile olumsuz etkilendiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal ağ, bağımlılık, sosyal medya bağımlılığı, üniversite öğrencileri

¹ Bu araştırma araştırmanın birinci yazarının Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yapmış olduğu "Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma" başlıklı doktora tezinin bir kısmına dayanmaktadır.

² Dr., aylin_tutgun@hotmail.com

³ Doç. Dr.,Marmara Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, ldeniz@marmara.edu.tr

GİRİŞ

İnsanlar davranışlarını kontrol edemediklerinde birtakım psikolojik sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu psikolojik sorunlardan birisi de bağımlılık olup, her çağda farklı türleri çalışmaların konusu olmuştur. Araştırmacılar oyun bağımlılığı (Fisher, 1994; Horzum, 2011; Horzum, Ayas ve Çakır Balta, 2008), egzersiz bağımlılığı (Adams ve Kirkby, 2002; Vardar, Vardar, Toksöz ve Süt, 2012; Yeltepe ve İkizler, 2007) gibi bağımlılıkları çalışırken, gelişen teknolojiyle beraber bilgisayar bağımlılığı (Deniz, 2001,2007; Orzack, 2005), internet bağımlılığı (Goldberg, 1996; Kandell, 1998; Young, 1996a,b, 2009), problemlili internet kullanımı (Caplan, 2010; Ceyhan, Ceyhan ve Gürcan, 2007; Davis, 2001; Deniz ve Tutgun, 2010; Tutgun, 2009; Tutgun ve Deniz, 2010; Tutgun, Deniz ve Moon, 2011; Tutgun-Ünal, 2013b,c), cep telefonu bağımlılığı (Bianchi ve Philips, 2005; Choliz, 2010; Ha, Chin, Park, Ryu ve Yu, 2008) gibi konulara eğilim göstermiş, şimdiler de ise, akıllı telefon ve mobil teknolojilerin ürettiği mobil cihazlar ve sunduğu imkânlar sayesinde çalışmaların yönü yüksek kullanım oranına kavuşan ve çağımızın sorunu olarak görülen facebook bağımlılığı (Andreassen, 2012; Çam ve İşbulan, 2012; Soykan ve Tutgun-Ünal, 2015) ve sosyal medya bağımlılığına (Hazar, 2011; Tutgun-Ünal, 2015) doğru kaymıştır.

Sosyal medya bağımlılığı, tıpkı diğer bağımlılık türleri gibi (alkol bağımlılığı, madde bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı) insan yaşamını olumsuz yönde etkileyen psikolojik bir sorun olarak görülmekte olup tedavi edilmesi gerekmektedir. Bağımlılığın genel olarak fiziksel bir maddeye bağımlılığı tanımlamada kullanıldığı görülse de (Holden, 2001), ortaya çıkan ihtiyaçlar doğrultusunda, DSM-IV'ün birçok yeni basımında yer alan madde bağımlılığı ölçütleri patolojik kumar oynama (Griffiths, 1990; Mobilia, 1993), internet bağımlılığı gibi daha soyut bağımlılık türlerini tanımlamada, uyarlanarak kullanılmaya başlanmıştır (American Psychiatric Association, 1995).

Sosyal medya uygulamaları internet üzerinden yürütülen uygulamalar olduğundan internetten ayrı düşünülemez. Dolayısıyla sosyal medyaya olan bağımlılığı tanımlamada internet bağımlılığı ile problemlili internet kullanım ölçütlerinden yararlanılması gerekmektedir. Tutgun-Ünal (2015) sosyal medya bağımlılığını, “bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük yaşamının pek çok alanında meşguliyet, duyu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorun” olarak tanımlamıştır. Bu tanımdan hareketle, araştırmasında sosyal medya bağımlılığı ölçeğini geliştirmiş olup bu ölçek ile sosyal medyanın bireylerin tüm yaşam alanlarında yarattığı meşguliyet, duyu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi sorunları incelemeyi amaçlamıştır.

Bu doğrultuda, sosyal medya bağımlılığını belirleyebilmek için geliştirilen ölçme araçlarında yer alan ölçütler incelendiğinde, bu ölçütlerin internet bağımlılığı, problemlili internet kullanımı ve patolojik internet kullanımı ölçütleri ile benzerlik gösterdiği görülmektedir (Andreassen, 2012; Çam ve İşbulan, 2012; Tutgun-Ünal, 2015). Alanyazındaki araştırmalar (Andreassen, 2012; Çam ve İşbulan, 2012; Dewald, Meijer, Oort, Kerkhof ve Bögels, 2010; Tutgun-Ünal, 2015) incelendiğinde, az ve kalitesiz uyku, aşırı zihinsel meşguliyet, kullanımı kontrol etme veya limit koyma hakkındaki tekrarlayan düşünceler, erişim isteğini önlemede başarısızlık, internette her seferinde daha fazla vakit geçirmek, erişimde değilken arzulamak gibi sosyal medya kullanımdan kaynaklanan günlük yaşamı doğrudan etkileyen olumsuzlukların rapor edildiği görülmektedir. Yakın zamanlardaki çalışmalar aşırı elektronik medya kullanımının günlük yaşam aktivitelerini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymaktadır (Andreassen, 2012; Suganuma ve diğerleri, 2007; Brunborg ve diğerleri, 2011).

Alanyazın incelendiğinde, facebook özelinde yapılmış bağımlılık çalışmalarına rastlanmaktadır (Andreassen, 2012; Çam ve İşbulan, 2012; Soykan ve Tutgun-Ünal, 2015; Wilson, Fornasier ve White, 2010). Facebook internette en çok kullanılan sitelerden biri olmaya başladığından ve bağımlılık günlük yaşama zarar verdiğinden, araştırmalar özellikle facebook bağımlılığının uyku alışkanlıkları ile doğrudan olarak bağlantılı olup olmadığı yönünde olmuştur (Andreassen, 2012). Facebook bağımlılığını ölçme ile ilgili, Wilson, Fornasier ve White (2010) daha önce belirginliği yansıtmaya, kontrol kaybı ve vazgeçmeyi yansıtan üç faktöre sahip olan bir bağımlılık ölçeği geliştirmiştir. Bu üç faktöre rağmen, alanyazında, bağımlılığın farklı sayıdaki faktörlerden oluştuğunu belirten çalışmalar da bulunmaktadır (Andreassen, 2012; Brown, 1993; Griffiths, 1996, 2005). Bu doğrultuda, çalışmalar sosyal ağ kullanımının, gerçek hayat etkinliklerinde azalma, akademik performansın daha da kötüye gitmesi ve ilişki problemleri gibi birçok çeşitteki olumsuz sonuçlara yol açabileceğini göstermiştir (Andreassen, 2012; Kuss ve Griffiths, 2011a).

Sosyal medya bağımlılığı bir çeşit internet bağımlılığı olduğundan ve sosyal medya bağımlılığı kullanımı hızlı bir şekilde arttığından, olası bir bağımlılığı değerlendirmek için psikometrik olarak ortaya çıkan süreçlere gereksinim duyulmaktadır (Andreassen, 2012; Kuss ve Griffiths, 2011a). Yapılan güncel çalışmalar facebook özelinde sosyal medya bağımlılığını ortaya çıkaracak ölçme araçlarını üretme girişimindedir (Andreassen, 2012; Çam ve İşbulan, 2012; Wilson, Fornasier ve White, 2010). Yapılan çalışmalarda, (1) göze çarpma (salience), (2) ruh hali değişimi (mood modification), (3) tolerans (tolerance), (4) geri çekilme (withdrawal), (5) çatışma (conflict), ve (6) tekrarlama (relapse) gibi bağımlılık boyutları rapor edilmiştir (Andreassen, 2012; Brown, 1993; Griffiths, 1996, 2005).

Türkiye’de facebook kullanıcı sayısının 30 milyonu aşmış olması (Socialbakers, 2013), bu konuda bağımlılığı ölçecek Türkçe bir ölçme aracını gerekli kılmaktadır. Ülkemizde Çam ve İşbulan (2012)’nin öğretmen adayları ile yürüttüğü ve facebook özelinde ölçme aracı geliştirdiği bir çalışmaya rastlanmaktadır. Sosyal ağlar içerisinde farklı türden özellikleri barındıran facebook, twitter, instagram gibi uygulamalara ayrılmakta ve her birine özgü kullanıcı profili farklılık göstermektedir. Facebook ise bahsi geçen uygulamalardan yalnızca bir tanesidir. Sosyal ağlar ile ilgili kullanım alışkanlıkları ve amaçlarını belirlemeye yönelik çalışmalar yapılmış olsa da (Akyazı ve Tutgun-Ünal, 2013; Karal ve Kokoç, 2010; Tutgun-Ünal ve Köroğlu, 2013; Tutgun-Ünal ve Katmer-Bayraklı, 2014), sosyal medya bağımlılığını ölçebilecek ölçme aracı geliştirme çabalarına az rastlanmaktadır. Bu bağlamda ele alındığında, sosyal medya bağımlılığını facebook özelinde kalmadan daha geniş ele alacak bir ölçme aracına ihtiyaç vardır. Bu doğrultuda Tutgun-Ünal (2015)’in, Türkiyede’ki üniversite öğrencileri ile “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)”ni geliştirdiği görülmektedir. SMBÖ, 41 madde ve 4 faktörden oluşmakta olup, bu çalışmada da üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının belirlenmesinde ve çeşitli değişkenler ile karşılaştırılarak incelenmesinde kullanılmıştır.

Sosyal ağlar günümüzde en popüler iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. İletişimin tanımında da yer alan ortak duygu ve düşünce paylaşımı şimdilerde sosyal medya ile gerçekleşmektedir. Kişiler günlük hayatlarındaki sosyal ilişkilerini aynı ortamda bulunmadıkları durumlarda sosyal medya ortamında devam ettirmektedir. Bu durum, sosyal ağların neden bu kadar yoğun kullanıldığını açıklayıcı niteliktedir.

Ayrıca, sosyal ağlar en yoğun olarak yeni nesil, diğer bir ifade ile gençler tarafından kullanılmaktadır. Genç neslin daha çok hemcinsleri ve karşı cinsleri ile yakın ilişkiler sağlamak amacıyla sosyal ağları yoğun bir şekilde kullandığı düşünüldüğünde, sosyal medya bağımlılığı araştırmalarının gençlerle birlikte yürütülmesi önemli görülmektedir. Alanyazın incelendiğinde, nesillerin X,Y ve Z gibi kategorilerle

sınıflandırılarak facebook bağımlılığı ve sosyal medya kullanım özelliklerinin söz konusu sınıflar bazında incelendiği ve karşılaştırılmaların yer aldığı çalışmalara da rastlanmaktadır (Tutgun-Ünal, 2013a; Soykan ve Tutgun-Ünal, 2015).

Bu araştırmada, genç nesil olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının yaygınlığının belirlenmesi ve çeşitli demografik özellikler açısından farklılaşma durumlarının incelenmesi, var olan durumun tespiti ve olası önlemlerin geliştirilebilmesi açısından önemli görülmektedir. Ayrıca bu çalışma ile ortaya konulacak verilerin “sosyal medya bağımlılığı” konusundaki alanyazına katkı sağlanacağı ve araştırmacılara yeni araştırmaların ortaya konmasında yol göstereceği umulmaktadır. Belirtilen gerekçelerden hareketle, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi genel amacıyla aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır.

1. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ne seviyededir?
2. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?
3. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı yaşa göre farklılaşmakta mıdır?
4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı günlük kullanım süresine göre farklılaşmakta mıdır?
5. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ne zamandan beri kullandığına göre farklılaşmakta mıdır?
6. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı kullanılan sosyal medya uygulamalarının sayısına göre farklılaşmakta mıdır?
7. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı öğrenim gördüğü fakülteye göre farklılaşmakta mıdır?

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının çeşitli değişkenler açısından incelenerek var olan durumun ortaya konması ve sosyal medya bağımlılığının çeşitli değişkenler farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenebilmesi amaçlandığından dolayı genel tarama modelleri içinde yer alan karşılaştırma tarama modeli ile desenlenmiştir. Karasar (2005) genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek veya örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleri olarak tanımlarken. Karşılaştırma tarama modellerini de bir değişkene göre oluşturulan grupların diğer değişkene göre aralarında farklılaşma olup olmadığını ortaya koyan araştırma olarak tanımlar.

Örneklem

Araştırmanın örneklemini, 2014-2015 eğitim-öğretim yılı güz döneminde beş farklı üniversiteye (2 devlet/3 vakıf üniversitesi) devam etmekte olan 1034 öğrenci oluşturmuştur. Öğrencilerin yaşları 17 ile 45 arasında değişmekte olup yaş ortalaması 21,6 olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin devam ettikleri üniversite, fakülte ve bölümlere göre dağılımı Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1. Örneklemenin Üniversite, Fakülte ve Bölümlere Göre Dağılımı

Fakülte	Bölüm	Maltepe Ünv.		Marmara Ünv.		Fatih Ünv.		Yıldız Teknik Ünv.		Yeditepe Ünv.		Toplam	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Eğitim Fakültesi	BÖTE*	22	2,1	66	6,4	44	4,3	34	3,3	-	-	391	37,8
	Üstün Zekâlılar Öğr.	42	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-		
	Zihin Engelliler Öğr.	31	3,0	38	3,7	-	-	-	-	-	-		
	RPD**	38	3,7	-	-	-	-	-	-	42	4,1		
	Sınıf Öğr.	-	-	-	-	-	-	34	3,3	-	-		
	Toplam	133	12,9	104	10,1	44	4,3	-	-	42	4,1		
Fen-Edebiyat Fakültesi	Psikoloji	75	7,2	-	-	-	-	-	-	-	-	295	28,5
	Sosyal Hizmet	38	3,7	-	-	-	-	-	-	-	-		
	Fizik	-	-	38	3,7	-	-	32	3,1	-	-		
	Sosyoloji	-	-	-	-	35	3,4	-	-	36	3,5		
	Türk Dili ve Edebiyat	-	-	-	-	21	2,0	-	-	-	-		
	Bilgi Belge Yönetimi	-	-	20	1,9	-	-	-	-	-	-		
Toplam	113	10,9	58	5,6	56	5,4	-	-	36	3,5			
Mühendislik Fakültesi	Bilgisayar Mühendisliği	56	5,4	38	3,7	20	1,9	-	-	-	-	186	18,0
	Endüstri Mühendisliği	-	-	-	-	72	7,0	-	-	-	-		
	Toplam	56	5,4	38	3,7	92	8,9	-	-	-	-		
İletişim Fakültesi	Gazetecilik	-	-	43	4,2	-	-	-	-	-	-	124	12,0
	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	-	-	-	-	-	-	-	-	53	5,1		
	Görsel İletişim Tasarımı	-	-	-	-	-	-	-	-	28	2,7		
	Toplam	-	-	43	4,2	-	-	-	-	81	7,8		
Hemşirelik Fakültesi	Hemşirelik	-	-	38	3,7	-	-	-	-	-	-	38	3,7
Toplam		302	29,2	281	27,2	192	18,6	100	9,7	159	15,4	1034	100

*BÖTE: Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği

**Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

Tablo 1’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan öğrencilerin %63,0’ü kadın (n=651), %37,0’si erkek (n=383) öğrencilerdir. Ayrıca, öğrencilerin %27,5’i birinci sınıfa, %26,6’sı ikinci sınıfa, %25,9’u üçüncü sınıfa ve %19,4’ü dördüncü sınıfa devam etmektedir. 6 öğrenci ise sınıf belirtmemiştir.

VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Kişisel Bilgi Formu. Araştırmada üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri (üniversite, bölüm, yaş, cinsiyet, sınıf), sosyal medya tercihleri (Facebook, Twitter, Instagram gibi uygulamalardan hangilerini kullandığı) ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları (erişilen cihaz türü, ne zamandan beri kullandığı, günlük kullanım süresi) araştırmacılar tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu ile toplanmıştır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ), üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını ölçebilmek üzere Tutgun-Ünal ve Deniz (2015) tarafından geliştirilmiştir. Tüm geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarından sonra ortaya çıkan, 41 maddeden oluşan ve “Her zaman”, “Sık sık”, “Bazen”, “Nadiren” ve “Hiçbir zaman” aralığındaki sıklık ifadeleri ile derecelendirilen 5’li likert tipindeki SMBÖ, dört faktörlü (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma) bir yapı sergilemiş olup, tüm faktörler toplam varyansın %59’unu açıklamıştır. Bu oran, sosyal bilimlerde oldukça yüksek bir oran olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olan cronbach alpha değeri .967 bulunmuştur. SMBÖ’nden alınabilecek toplam en yüksek puan 205 en düşük puan ise 41’dir. Ölçekten alınan yüksek puan sosyal medya bağımlılığının da arttığını göstermektedir. SMBÖ’ni oluşturan faktörlerin kısaca tanımlanması ve bu faktörlerde yer alan maddeler şunlardır: Ölçme aracında yer alan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 numaralı maddeler “Meşguliyet” (Occupation) boyutu ile ilgili olup, sosyal medyanın kişiyi meşgul etme etkisini ölçmektedir. Ölçme aracında yer alan 13, 14, 15, 16, 17 numaralı maddeler “Duygu Durum Düzenleme” (Mood Modification) boyutu ile ilgili olup, sosyal medyanın kişinin duygularını etkilemesini ölçmektedir. Ölçme aracında yer alan 18, 19, 20, 21, 22 numaralı maddeler “Tekrarlama” (Relapse) boyutu ile ilgili olup, kişinin sosyal medya kullanımını denetim altına alamaması, aynı dozda kullanımının tekrarlamasını ölçmektedir. Ölçme aracında yer alan, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 numaralı maddeler “Çatışma” (Conflict) boyutu ile ilgili olup, sosyal medyanın kişinin hayatında olumsuz sonuçlara yol açmaya etkisini ölçmektedir. Ölçeğin tamamı EK1’de verilmiştir.

Verilerin Toplanması ve Çözümlemesi

Verilerin toplanması aşamasında hem elektronik ortamdan hem de sınıf uygulamaları yoluyla yapılan kalem-kâğıt uygulamalarından yararlanılmıştır. Sınıf ortamında kalem-kağıt ile gerçekleştirilen uygulamalarda, açıklamalar yüz yüze yapılarak, öğrenciler motive edilmeye çalışılmıştır. Her sınıfa girme imkânı olmadığından dolayı elektronik ortam sayesinde de pek çok öğrenciye ulaşabilme imkânı sağlanmıştır.

Verilerin toplanabilmesi 3 haftalık süre içinde gerçekleştirilmiştir. Bu sürede veriler her iki ortamdan da sağlıklı bir şekilde toplanmıştır. Yüz yüze gerçekleştirilen uygulamalarda veri toplama aracının doldurulabilmesi için 15 dakika süre yeterli olmuştur.

SMBÖ’den alınabilecek en düşük puan 41, en yüksek puan ise 205’tir. 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 (Tutgun-Ünal ve Deniz, 2015). Buna göre, ölçeğin geneli ve alt ölçekler için belirlenen aralıklar aşağıda verilmiştir.

Bağımlılık Seviyesi	SMBÖ (Toplam)	Meşguliyet	Duygu Durum Düzenleme	Tekrarlama	Çatışma
Bağımlılık yok	41-73	12-21	5-8	5-8	19-33
Az Bağımlı	74-106	22-31	9-12	9-12	34-48
Orta Bağımlı	107-139	32-41	13-16	13-16	49-63
Yüksek Bağımlı	140-172	42-51	17-20	17-20	64-78
Çok Yüksek Bağımlı	173-205	52-60	21-25	21-25	79-95

Verilerin çözümlenmesinde SPSS 18 (PASW) istatistik programı kullanılmıştır. Araştırmada veriler frekans analizi, t-testi, varyans analizi, korelasyon katsayılarının hesaplanması gibi çeşitli teknikler ile çözümlenmiştir.

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde ölçme aracı ile 1034 üniversite öğrencisinden toplanan verilerin, araştırma sorularına yönelik istatistikî bulgularına yer verilmiştir.

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Seviyesine Yönelik Bulgular

Bu bölümde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının ne seviyede olduğuna dair sosyal medya bağımlılığı ölçeğini oluşturan “meşguliyet”, “duygu durum düzenleme”, “tekrarlama” ve “çatışma” alt ölçeklerinden ve ölçeğin toplamından elde edilen puanlar dikkate alınarak, puan dağılımları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri

Alt Ölçek/Ölçek	n	\bar{x}	ss
Meşguliyet	1034	33,48	10,93
Duygu Durum Düzenleme	1034	12,05	5,10
Tekrarlama	1034	9,25	4,58
Çatışma	1034	32,78	14,80
Sosyal Medya Bağımlılığı	1034	87,58	29,82

Tablo 2’de yer alan ortalama puanlar incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden elde edilen ortalama puanın 87,58 olduğu görülmektedir. Ölçekten alınabilecek minimum puan 41, maksimum puan ise 205 olduğu göz önüne alınarak elde edilen aralık hesaplamalarına göre, üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya *az bağımlı* oldukları ortaya çıkmıştır.

Alt ölçeklerden alınan ortalama puanlar incelendiğinde, meşguliyet alt ölçeğinden alınan ortalama puanın 33,48 olduğu görülmektedir. Puan değerlendirildiğinde, üniversite öğrencilerinin meşguliyetlerinden dolayı sosyal medyaya *orta seviyede bağımlı* olduğu söylenebilir.

Duygu durum düzenleme alt ölçeğinden alınan ortalama puanın 12,05 olduğu görülmektedir. Bağımlılık aralıkları incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin duygu durum düzenleme alt ölçeğine göre sosyal medyaya *az bağımlı* olduğu görülmektedir. Tekrarlama alt ölçeğinden alınan ortalama puanın 9,25 olması da, sosyal medyaya yine *az bağımlı* olduklarını göstermiştir.

Son olarak, çatışma alt ölçeğinden alınan ortalama puan 32,78 olarak bulunmuştur. Çatışma alt ölçeği 19 sorudan oluşmakta olup, ölçekten alınabilecek en düşük puan 19, en yüksek puanın ise 95’tir. Alınan puanın “bağımlılık yok” kategorisine girdiği ve

üniversite öğrencilerinin çatışma alt ölçeğine göre sosyal medya bağımlılığının olmadığı görülmektedir.

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Cinsiyete Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığı, sosyal medya bağımlılığı ölçeğini oluşturan “meşguliyet”, “duygu durum düzenleme”, “tekrarlama” ve “çatışma” alt ölçeklerinden ve ölçeğin toplamından elde edilen puanlar dikkate alınarak bağımsız grup t-testi ile çözümlenmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Sosyal Medya Bağımlılığının Cinsiyete Göre Farklılaşmasına Yönelik t-testi Sonuçları

Alt Ölçek/Ölçek	Cinsiyet	n	\bar{x}	ss	sd	t	p
Meşguliyet	Kadın	651	34,76	11,15	1032	4,961	,000
	Erkek	383	31,31	10,18			
Duygu Durum Düzenleme	Kadın	651	12,55	5,13	1032	4,110	,000
	Erkek	383	11,21	4,94			
Tkrarlama	Kadın	651	9,22	4,75	1032	,234	,815
	Erkek	383	9,29	4,28			
Çatışma	Kadın	651	31,77	14,42	1032	2,871	,004
	Erkek	383	34,50	15,29			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Kadın	651	88,32	29,81	1032	1,040	,299
	Erkek	383	86,32	29,82			

Tablo 3 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyete göre farklılaşmadığı ($p>0.05$), fakat alt ölçeklere bakıldığında meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma boyutlarında anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir.

Sonuçlar incelendiğinde, meşguliyet ve duygu durum düzenleme boyutlarında kadınlar lehine farklılık gözlenmektedir ($p<0.01$). Yani, kadınlar erkeklere göre sosyal medyada daha fazla meşgul olmaktadır. Duygu durum düzenleme boyutunda da kadınlar lehine farklılaşma bulunmuş olup ($p<0.01$), kadınlar erkeklere göre sosyal medyadan daha fazla duygusal destek almaktadır. Çatışma boyutunda ise, erkekler açısından bir farklılığın olduğu görülmüştür ($p<0.05$). Buna göre, erkeklerin kadınlara göre sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde olduğu, diğer bir ifade ile olumsuz etkilendiği söylenebilir. Tekrarlama boyutunda ise, cinsiyete göre bir farklılaşmanın olmadığı bulunmuştur ($p>0.05$).

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Yaşa Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının yaşa göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit edebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 4’te görülmektedir.

Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılığının Yaşa Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi

Ölçek	Yaş	n	\bar{X}	ss	F	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	20'den küçük	171	91,44	28,30	1,938	,122
	20-22 arası	531	88,17	30,73		
	23-25 arası	277	84,82	29,67		
	25'den büyük	47	84,89	25,71		
Toplam		1026	87,66	29,88		

Tablo 4'te görüldüğü gibi sosyal medya bağımlılığının yaşa göre farklılaşmadığı yönündedir. Alt ölçekler incelendiğinde ise, duygu durum düzenleme ve meşguliyet boyutlarında farklılaşma olduğu görülmektedir. Söz konusu farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu bulabilmek için LSD testi yapılmıştır.

Tablo 5. Meşguliyetin Yaşa Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Yaş	n	\bar{X}	ss	F	P	Fark
Meşguliyet	20'den küçük	171	35,77	10,45	4,640	,003	20'den küçük<20-22 arası
	20-22 arası	531	33,69	11,39			
	23-25 arası	277	31,90	10,30			20'den küçük<23-25 arası
	25'den büyük	47	32,61	9,90			
Toplam		1026	33,50	10,94			

Tablo 5 incelendiğinde, meşguliyet boyutunda yaşa göre anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Buna göre, 20 yaşından küçükler 20-25 yaş aralığındakilere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olmaktadır. Aynı şekilde, 20-22 yaş aralığındakilerin 23-25 yaş aralığındakilere göre sosyal medya meşguliyetleri daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 6. Duygu Durum Düzenlemenin Yaşa Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi

Alt Ölçek	Yaş	n	\bar{X}	ss	F	P	Fark
Duygu Durum Düzenleme	20'den küçük	171	13,21	5,02	5,313	,001	20'den küçük<20-22 arası
	20-22 arası	531	12,16	5,06			
	23-25 arası	277	11,28	5,18			20'den küçük<23-25 arası
	25'den büyük	47	11,57	4,68			
Toplam		1026	12,07	5,11			

Tablo 6 incelendiğinde, duygu durum düzenleme boyutunda yaşa göre anlamlı farklılaşmaların olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Buna göre, 20 yaşından küçükler daha büyük yaştaakilere göre ve 20-22 yaş aralığındakiler 23-25 yaş aralığındakilere göre sosyal medyayı duygu durum düzenlemede daha fazla kullanmaktadır.

Tekrarlama ve Çatışma alt ölçekleri incelendiğinde ise, yaşa göre anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmüştür ($p>0.05$).

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Günlük Kullanım Sürelerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının günlük kullanım sürelerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Sosyal Medya Bağımlılığının Günlük Kullanım Sürelerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Ölçek	Günlük Süre	n	\bar{X}	ss	F	P	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 saatten az	172	65,62	20,54	88,11	,000	1 saatten az<1-3 saat arası
	1-3 saat arası	532	84,15	25,39			1 saatten az<4-6 saat arası
	4-6 saat arası	227	102,27	31,17			1 saatten az<7 saatten fazla
	7 saatten fazla	102	109,61	30,90			1-3 saat arası<4-6 saat
	Toplam	1033	87,56	29,83			1-3 saat arası<7 saatten fazla
							4-6 saat<7 saatten fazla

Tablo 7 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının günlük kullanım sürelerine göre anlamlı ($p<0,01$) bir farklılık yarattığı görülmektedir. Bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için LSD testi uygulanmış olup, tüm gruplar arasında anlamlı farklılaşmaların olduğu bulunmuştur. Ortalamalar da dikkate alındığında, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılıklarının da artış gösterdiği söylenebilir.

Tablo 8. Sosyal Medya Bağımlılığında Meşguliyetin Günlük Kullanım Sürelerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Günlük Süre	n	\bar{X}	ss	F	P	Fark
Meşguliyet	1 saatten az	172	23,70	7,32	133,87	,000	1 saatten az<1-3 saat
	1-3 saat arası	532	32,30	9,36			1 saatten az<4-6 saat arası
	4-6 saat arası	227	39,11	9,58			1 saatten az<7 saatten fazla
	7 saatten fazla	102	43,50	11,00			1-3 saat arası<4-6 saat
	Toplam	1033	33,47	10,93			1-3 saat arası<7 saatten fazla
							4-6 saat <7 saatten fazla

Tablo 8 incelendiğinde, meşguliyet boyutunda günlük sosyal medya kullanımının anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir ($p<0,01$). Söz konusu farklılığın hangi gruplarda olduğunu tespit edilebilmesi için yapılan LSD testine göre, üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süresi arttıkça sosyal medya ile meşguliyetlerinin de arttığı bulunmuştur.

Tablo 9. Sosyal Medya Bağımlılığında Duygu Durum Düzenlemenin Günlük Kullanım Sürelerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Günlük Süre	n	\bar{X}	ss	F	P	Fark
Duygu Durum Düzenleme	1 saatten az	172	9,01	3,85	57,69	,000	1 saatten az<1-3 saat
	1-3 saat arası	532	11,52	4,48			1 saatten az<4-6 saat arası
	4-6 saat arası	227	14,01	4,78			1 saatten az<7 saatten fazla
	7 saatten fazla	102	15,57	5,38			1-3 saat<4-6 saat arası
	Toplam	1033	12,05	4,92			1-3 saat arası<7 saatten fazla

Tablo 9'a göre, duygu durum düzenleme boyutunda günlük sosyal medya kullanımı anlamlı düzeyde ($p<0,01$) farklılaşmaktadır. Yapılan LSD testine göre, günlük 1-3 saat, 4-6 saat ve 7 saatten fazla sosyal medya kullananların 1 saatten az kullananlara göre ve 4-6 saat arası kullananların daha az kullananlara göre sosyal medyayı duygu durum düzenlemede daha fazla kullandıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 10. Sosyal Medya Bağımlılığında Tekrarlamanın Günlük Kullanım Sürelerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Günlük Süre	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Tekrarlama	1 saatten az	172	7,14	3,33	27,42	,000	1 saatten az<1-3 saat
	1-3 saat arası	532	8,96	4,29			1 saatten az<4-6 saat arası
	4-6 saat arası	227	10,82	5,14			1 saatten az<7 saatten fazla
	7 saatten fazla	102	10,78	5,49			1-3 saat arası<4-6 saat
	Toplam	1033	9,21	9,24			1-3 saat arası<7 saatten fazla

Tablo 10 incelendiğinde, tekrarlama boyutunda günlük sosyal medya kullanımının anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir ($p<0.01$). Buna göre yapılan LSD testi sonuçlarına göre, günlük 1-3 saat, 4-6 saat ve 7 saatten fazla sosyal medya kullananların 1 saatten az kullananlara göre ve 4-6 saat arası kullananların daha az kullananlara göre sosyal medyayı tekrarladıkları bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle günlük sosyal medya kullanım süresi daha yüksek saat olanların daha az kullananlara göre, anlamlı seviyede, belirli bir süre sosyal medya kullanımlarını azaltmaya çalışıp, tekrar eski kullanımlarını tekrarladıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 11. Sosyal Medya Bağımlılığında Çatışmanın Günlük Kullanım Sürelerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Günlük Süre	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Çatışma	1 saatten az	172	25,75	10,35	35,98	,000	1 saatten az<1-3 saat
	1-3 saat arası	532	31,36	12,91			1 saatten az<4-6 saat arası
	4-6 saat arası	227	38,32	17,36			1 saatten az<7 saatten fazla
	7 saatten fazla	102	39,74	17,15			1-3 saat arası<4-6 saat
	Toplam	1033	32,78	14,80			1-3 saat arası<7 saatten fazla

Tablo 11 incelendiğinde, çatışma boyutunda günlük sosyal medya kullanımının anlamlı bir farklılaşmaya ($p<0.01$) yol açtığı görülmektedir. Bu doğrultuda yapılan LSD testi sonuçlarına göre, günlük 1-3 saat, 4-6 saat ve 7 saatten fazla sosyal medya kullananların 1 saatten az kullananlara göre ve 4-6 saat arası kullananların daha az kullananlara göre sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde oldukları bulunmuştur.

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Ne Zamandan Beri Sosyal Medyayı Kullandıklarına Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının sosyal medyayı ne zamandan beri kullandıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılığına dair sonuçlar Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Sosyal Medya Bağımlılığının Ne Zamandan Beri Kullandığına Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Ölçek	Zamanlar	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 yıldan az	16	70,81	23,41	4,156	,006	1 yıldan az< 4-6 yıl arası
	1-3 yıl arası	144	81,79	27,54			1 yıldan az< 7 yıldan fazla
	4-6 yıl arası	543	88,27	31,26			1-3 yıl arası< 4-6 yıl arası
	7 yıldan fazla	328	89,65	28,16			1-3 yıl arası< 7 yıldan fazla
	Toplam	1031	87,53	29,83			

Tablo 12 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının sosyal medyayı ne zamandan beri kullandıklarına göre anlamlı seviyede ($p<0,05$) farklılaştığı görülmektedir. Bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için LSD testi uygulanmış olup 4 yıldan fazla süredir sosyal medya kullananların 1 yıldan az ve 1-3 yıl arası kullananlara göre sosyal medyaya daha fazla bağımlı oldukları bulunmuştur.

Tablo 13. Sosyal Medya Bağımlılığında Meşguliyetin Kullanım Zamanına Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Zamanlar	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Meşguliyet	1 yıldan az	16	26,25	9,94	5,035	,002	1 yıldan az< 4-6 yıl arası
	1-3 yıl arası	144	31,61	10,52			1 yıldan az<7 yıldan fazla
	4-6 yıl arası	543	33,48	11,17			1-3 yıl arası< 7 yıldan fazla
	7 yıldan fazla	328	34,65	10,55			4-6 yıl arası<7 yıldan fazla
	Toplam	1031	33,48	10,93			

Tablo 13 incelendiğinde, meşguliyet boyutunun sosyal medya kullanım zamanına göre anlamlı düzeyde ($p<0.01$) farklılaştığı görülmektedir. Yapılan LSD testi sonucunda, 7 yıldan fazla süredir sosyal medyayı kullananların daha az süredir kullananlara göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğu bulunmuştur. Yine 4-6 yıldır sosyal medyayı kullananların 1 yıldan az kullananlara göre sosyal medya meşguliyetlerinin daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Sosyal Medya Bağımlılığında Duygu Durum Düzenlemenin Kullanım Zamanına Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Zamanlar	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Duygu Durum Düzenleme	1 yıldan az	16	8,93	2,99	3,511	,015	1 yıldan az< 4-6 yıl arası
	1-3 yıl arası	144	11,27	4,68			1 yıldan az< 7 yıldan fazla
	4-6 yıl arası	543	12,21	5,42			1-3 yıl arası< 4-6 yıl arası
	7 yıldan fazla	328	12,27	4,75			
	Toplam	1031	12,05	5,10			

Tablo 14'e göre, duygu durum düzenleme boyutu sosyal medya kullanım zamanına göre anlamlı düzeyde ($p<0.05$) farklılaşmaktadır. LSD testine göre, 4 yıldan fazla süredir sosyal medyayı kullananların 1 yıldan kullananlara, 4-6 yıl arası kullananların da 1-3 yıl arası kullananlara göre duygu durum düzenlemede sosyal medyayı daha fazla kullandıkları ortaya çıkmıştır.

Diğer taraftan, tekrarlı ve çatışma boyutlarında sosyal medya kullanım zamanına göre anlamlı düzeyde farklılaşma bulunmamıştır.

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Kullanılan Sosyal Medya Uygulama Sayısına Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının kullanılan sosyal medya uygulama sayısına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılığına yönelik sonuçlar Tablo 15'te yer almaktadır.

Tablo 15. Sosyal Medya Bağımlılığının Kullanılan Sosyal Medya Uygulama Sayısına Göre Farklaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Ölçek	Ortam Sayısı	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 adet	41	67,36	20,22	17,105	,000	1 adet< 2 adet
	2 adet	80	83,42	37,93			1 adet< 3-5 adet
	3-5 adet	595	85,21	27,26			1 adet< 5'ten fazla
	5'ten fazla	314	95,98	30,99			2 adet<5'ten fazla
	Toplam	1030	87,64	29,83			3-5 adet < 5'ten fazla

Tablo 15 incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığının kullanılan sosyal medya uygulama sayısına göre anlamlı seviyede ($p<0,05$) farklılaştığı görülmektedir. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu bulabilmek için yapılan LSD testine göre, 2 adet ve daha fazla sosyal medya uygulaması kullananların 1 adet kullananlara göre ve yine 5 adetten fazla sosyal medya uygulaması kullananların 2 adet ve 3-5 adet kullananlara göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu görülmektedir.

Tablo 16 Sosyal Medya Bağımlılığında Meşguliyetin Kullanılan Sosyal Medya Uygulama Sayısına Göre Farklaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Ortam Sayısı	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Meşguliyet	1 adet	41	24,41	9,11	33,504	,000	1 adet< 2 adet
	2 adet	80	30,48	11,71			1 adet< 3-5 adet
	3-5 adet	595	32,25	10,09			1 adet< 5'ten fazla
	5'ten fazla	314	37,84	10,90			2 adet<3-5 adet
	Toplam	1030	33,50	10,92			2 adet<5'ten fazla
						3-5 adet < 5'ten fazla	

Tablo 16'da görüldüğü gibi, sosyal medya bağımlılığında meşguliyetin kullanılan sosyal medya uygulama sayısına göre anlamlı seviyede ($p<0,01$) farklılaştığı bulunmuştur. Yapılan LSD testine göre, kullanılan sosyal medya uygulama sayısı arttıkça sosyal medya ile meşguliyetin arttığı bulunmuştur.

Tablo 17. Sosyal Medya Bağımlılığında Duygu Durum Düzenlemenin Kullanılan Sosyal Medya Uygulama Sayısına Göre Farklaşması Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Ortam Sayısı	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Duygu Durum Düzenleme	1 adet	41	8,78	3,84	13,945	,000	1 adet< 2 adet
	2 adet	80	10,88	5,69			1 adet< 3-5 adet
	3-5 adet	595	11,82	4,76			1 adet< 5'ten fazla
	5'ten fazla	314	13,27	5,40			2 adet<3-5 adet
	Toplam	1030	12,07	5,10			2 adet<5'ten fazla
						3-5 adet < 5'ten fazla	

Tablo 17 incelendiğinde, duygu durum düzenleme boyutunda kullanılan sosyal medya uygulama sayısının anlamlı seviyede ($p<0,01$) bir farklılığa yol açtığı görülmektedir. Gruplar karşılaştırıldığında, kullanılan sosyal medya uygulama sayısı arttıkça sosyal medyada duygu durum düzenlemenin de arttığı bulunmuştur.

Tablo 18. Sosyal Medya Bağımlılığında Tekrarlamanın Kullanılan Sosyal Medya Uygulama Sayısına Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Ortam Sayısı	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
Tekrarlama	1 adet	41	8,21	3,79	4,503	,004	1 adet< 5'ten fazla 2 adet<5'ten fazla 3-5 adet < 5'ten fazla
	2 adet	80	8,75	4,41			
	3-5 adet	595	8,98	4,33			
	5'ten fazla	314	10,00	5,09			
	Toplam	1030	9,24	4,59			

Tablo 18'e göre, tekrarlama boyutunda kullanılan sosyal medya uygulama sayısına göre anlamlı bir farklılaşma ($p<0.01$) bulunmaktadır. Buna göre, sadece 5'ten fazla sosyal medya uygulamasını kullananların diğer 1, 2 ve 3-5 adet sosyal medya uygulamasını kullananlara göre sosyal medya kullanımlarını tekrarladıkları ortaya çıkmıştır. Yani daha fazla sayıda sosyal medya uygulaması kullananların daha az kullananlara oranla kullanımlarını azaltmaya çalıştıkları fakat belirli bir süre sonra tekrar aynı kullanım alışkanlıklarını daha yoğun olarak tekrarladıkları belirlenmiştir.

Tablo 19. Sosyal Medya Bağımlılığında Çatışmanın Kullanılan Sosyal Medya Uygulama Sayısına Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Ortam Sayısı	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Çatışma	1 adet	41	25,95	7,91	5,412	,001	1 adet< 2 adet 1 adet< 3-5 adet 1 adet< 5'ten fazla 3-5 adet < 5'ten fazla
	2 adet	80	33,30	19,21			
	3-5 adet	595	32,14	13,86			
	5'ten fazla	314	34,85	15,63			
	Toplam	1030	32,21	14,81			

Tablo 19 incelendiğinde, çatışma boyutunda kullanılan sosyal medya uygulama sayısının anlamlı bir farklılaşmaya yol açtığı görülmektedir ($p<0.05$). Buna göre grup karşılaştırmaları için LSD testi yapılmış olup, 2 ve daha fazla sosyal medya uygulaması kullananların 1 adet kullananlara göre ve 5 adetten fazla sosyal medya uygulaması kullananların da 3-5 adet kullananlara göre sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde olduğu bulunmuştur. Yani daha fazla sayıda sosyal medya uygulaması kullanan bu kişilerin sosyal medya kullanımları günlük işlerinde aksamalara ve olumsuz sonuçlara yol açmaktadır.

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrenim Gördüğü Fakülteye Göre Farklılaşmasına Yönelik Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının öğrenim gördüğü fakülteye göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 20'de yer almaktadır.

Tablo 20. Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrenim Gördüğü Fakülteye Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Ölçek	Fakülteler	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Sosyal Medya Bağımlılığı	Mühendislik	186	79,97	27,38	3,819	,004	Mühendislik<Fen-Edebiyat Mühendislik<Eğitim Mühendislik<İletişim
	Fen-Edebiyat	295	88,75	29,30			
	Eğitim	391	89,87	31,38			
	İletişim	124	88,82	28,55			
	Hemşirelik	38	87,97	28,19			
	Toplam	1034	87,58	29,82			

Tablo 20 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının öğrenim gördüğü fakülteye göre anlamlı seviyede ($p<0.01$) farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek için yapılan LSD testine göre, Eğitim Fakültesine, Fen-Edebiyat Fakültesine veya İletişim Fakültesine devam eden öğrencilerin Mühendislik Fakültesine devam edenlere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu bulunmuştur. BU sonuçları değerlendirirken yine de tüm grupları oluşturan öğrencilerin az bağımlılık seviyesinde olduğunu ancak bu seviye içinde farklılaşmalar olduğunu da göz önünde bulundurulması önemlidir. Diğer fakülteler de ise anlamlı bir farklılaşma belirlenmemiştir.

Tablo 21. Sosyal Medya Bağımlılığında Meşguliyetin Öğrenim Gördüğü Fakülteye Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Fakülteler	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Meşguliyet	Mühendislik	186	30,24	10,71	6,251	,000	Mühendislik<Fen-Edebiyat Mühendislik<Eğitim Mühendislik<İletişim
	Fen-Edebiyat	295	33,68	11,02			
	Eğitim	391	34,02	10,79			
	İletişim	124	36,10	9,91			
	Hemşirelik	38	33,78	10,30			
	Toplam	1034	33,48	10,86			

Tablo 21 incelendiğinde, meşguliyet boyutunda öğrenim görülen fakülteye göre bir farklılaşma görülmektedir ($p<0.01$). Yapılan karşılaştırmalara göre, Eğitim Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi ve İletişim Fakültesi öğrencilerinin Mühendislik Fakültesindekilere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğu bulunmuştur.

Tablo 22. Sosyal Medya Bağımlılığında Duygu Durum Düzenlemenin Öğrenim Gördüğü Fakülteye Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Fakülteler	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Duygu Durum Düzenleme	Mühendislik	186	10,71	4,65	4,472	,001	Mühendislik<Fen-Edebiyat Mühendislik<Eğitim Mühendislik<İletişim Mühendislik<Hemşirelik
	Fen-Edebiyat	295	12,46	4,74			
	Eğitim	391	12,22	5,14			
	İletişim	124	12,19	6,08			
	Hemşirelik	38	13,34	5,00			
	Toplam	1034	12,05	5,10			

Tablo 22'ye göre, duygu durum düzenleme boyutunda öğrenim görülen fakülteye göre anlamlı seviyede ($p<0.01$) bir farklılık vardır. Buna göre, Eğitim Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İletişim Fakültesi ve Hemşirelik Fakültesi öğrencilerinin Mühendislik Fakültesindekilere göre sosyal medyayı duygu durum düzenlemede daha fazla kullandıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 23. Sosyal Medya Bağımlılığında Tekrarlamının Öğrenim Gördüğü Fakülteye Göre Farklılaşmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Alt Ölçek	Fakülteler	n	\bar{x}	ss	F	P	Fark
Tekrarlama	Mühendislik	186	8,44	4,22	2,614	,034	Mühendislik<Fen-Edebiyat Mühendislik<Eğitim
	Fen-Edebiyat	295	9,65	4,88			
	Eğitim	391	9,48	4,58			
	İletişim	124	8,80	4,21			
	Hemşirelik	38	9,07	4,64			
	Toplam	1034	9,25	4,58			

Tablo 23 incelendiğinde, tekrarlar boyutunda, Eğitim Fakültesi ve Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin Mühendislik Fakültesindekilere göre sosyal medyayı anlamlı seviyede ($p<0,05$) daha fazla tekrarladıkları bulunmuştur.

Son olarak çatışma boyutunda öğrenim görülen fakülteye göre anlamlı bir farklılaşma ($p>0.05$) bulunmamıştır.

Sonuç ve Tartışma

Araştırmada ilk olarak üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının ne seviyede olduğu incelenmiştir. Bunun için sosyal medya ölçeği (SMBÖ) toplamından ve alt ölçeklerden elde edilen puanların ortalaması ve standart sapması hesaplanmıştır. Buna göre, ortalama puanlar incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden elde edilen ortalama puanın 87,58 olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya az bağımlı olduğunu göstermektedir. Meşguliyet boyutundan alınan ortalama puanın 33,48 olması, üniversite öğrencilerinin meşguliyetlerinin “orta bağımlılık seviyesinde” olduğunu, duygu durum düzenleme boyutundan alınan ortalama puanın 12,05 olması duygu durum düzenleme bağımlılıklarının “az bağımlılık seviyesinde”, tekrarlar boyutundan aldıkları puanın 9,25 olması da tekrarlar bağımlılıklarının “az bağımlılık seviyesinde” olduğunu göstermiştir. Çatışma boyutundan elde edilen ortalama puanın 32,78 olarak bulunması ise, öğrencilerin çatışmaya yönelik bağımlılıklarının olmadığını ortaya koymuştur.

Cinsiyete göre yapılan incelemelerde, ölçeğin geneline göre sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre farklılaşmadığı ortaya çıksa da, alt ölçeklere yönelik yapılan analizlerde meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma boyutlarında anlamlı farklılaşmalara rastlanılmıştır. Buna göre, meşguliyet ve duygu durum düzenleme boyutlarında kadınların erkeklere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğu ($t=4,961$; $p<0.01$) görülmüştür. Meşguliyet boyutundaki maddeler dikkate alındığında, kadınların yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında fazlaca düşündüğü, yapmaları gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ettiği anlaşılmaktadır. Ayrıca belli bir süre sosyal medyadan ayrı kaldığında sosyal medyaya girme düşüncesinin zihinlerini meşgul ettiği ve sosyal medya ile devamlı bağlantıda kalmak istedikleri ortaya çıkmaktadır.

Meşguliyet boyutunda kadınlara yönelik farklılaşmanın olması kadınların zihinsel olarak sosyal medyaya çok fazla bağlı kaldığını göstermektedir ve buna bağlı olarak ortaya çıkan olumsuzlukların gündeme gelmesi açısından bu sonuç oldukça dikkat çekicidir. Ölçme aracında yer alan maddelerle birlikte değerlendirildiğinde bu bulguyu biraz daha ileriye taşırsak, kadınların sosyal medya olmadığı takdirde hayatlarının sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünmeleri olası bir patolojik sorunu gündeme getirmektedir.

Duygu durum düzenleme boyutunda da cinsiyet açısından farklılık bulunmuş olup ($t=4,110$; $p<0.01$), kadınlar erkeklere göre sosyal medyadan daha fazla duygusal destek almaktadır. Duygu durum düzenleme alt ölçeğindeki maddeler incelendiğinde, kadınların kişisel problemlerini unutmak, yalnızlığını gidermek, yaşamlarındaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyayı kullandıkları ortaya çıkmaktadır. Buna göre kadınların sosyal medyayı kullandığı süre boyunca her şeyi unuttuklarının bulunması sosyal medyanın onlar için bir çeşit duygusal destek aracı olduğunu göstermektedir. Bu durumda kadınların sosyal medyaya duygusal olarak bağlandıkları söylenebilir.

Balcı ve Tiryaki (2014) ise, Andreassen (2012)’in geliştirdiği “Bergen Facebook Bağımlılığı Ölçeğini” kullanarak 494 lise öğrencisi ile yaptığı çalışmada kız öğrencilerin

dikkat (salience), tolerans (tolerance), geri çekilme (withdrawal), duydu durum düzenleme (mood modification), tekrarlama (relapse) ve çatışma (conflict) puanlarının erkekler öğrencilere göre daha anlamlı seviyede yüksek olduğu bulunmuştur. Bu araştırmada da kadınların erkeklere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğu ve daha çok duygusal destek aldığı bulunması alanyazındaki araştırmaları desteklemektedir.

Balcı ve Gölcü (2013)'nün araştırmasına göre, kadınların erkeklere göre facebook'ta arkadaşlarıyla daha çok iletişim kurduğu, daha çok fotoğraf yüklediği ve eş dost fotoğraflarına bakındığı, kişiler ve olayla hakkında bilgi edinmek için daha sık bu ortamı kullandığı ve kendisinin/başkasının duvarlarını okuma/yazma anlamında daha aktif kullandığı bulunmuştur. Yine Pfeil, Arjan ve Zaphiris (2009)'ün araştırmasında kadınların daha çok arkadaşına sahip olma eğilimi gösterdiği belirlenmiştir.

Çatışma boyutunda ise, erkekler açısından bir farklılığın olduğu görülmüştür ($t=2,871$; $p<0.05$). Buna göre, erkeklerin kadınlara göre sosyal medya ile daha fazla çatışma halinde olduğu, diğer bir ifade ile olumsuz etkilendiği söylenebilir. Çatışma alt ölçeğindeki maddeler incelendiğinde, erkeklerin çalışmalarına olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullandıkları, sosyal medyadan dolayı eş veya aile üyelerini, arkadaşlarını ihmal ettikleri ortaya çıkmaktadır. Böylece, erkeklerin sosyal medyadan dolayı başladığı aktiviteleri bitirememesi, işlerini ve yaşamlarındaki kişileri ihmal etmesi ve hatta sosyal medyadan dolayı üretkenliklerinin azalması onların yaşamlarındaki sosyal medya kaynaklı olumsuzluklar olarak raporlanabilir.

Diğer taraftan, çatışma alt ölçeği derinlemesine incelendiğinde erkeklerin sosyal medyada ne kadar gezindiklerini saklamaya çalışmaları, sosyal medyada geçirdikleri zaman konusunda insanların onları eleştirmeleri yüzünden çevrelerindeki insanlarla çatışma halinde olmaları da ilişki problemlerini gündeme getirmektedir.

Alanyazında yer alan, erkeklerin facebook bağımlılığına yönelik olan diğer bir çalışmada (Çam ve İşbulan, 2012) da çatışma boyutu ile ilgili olarak aynı sonuçlara ulaşılması araştırma sonuçlarını desteklemiştir. Buna göre, erkeklerin hayatlarındaki diğer insanların şikâyetlerine rağmen (Facebookta zaman harcama bakımından) facebook kullanımlarından dolayı okul başarıları düşmekte, yapmaları gerekli iş varsa öncesinde facebook mesajlarını kontrol etmekte, bu durum iş performansı ve üretkenliklerini olumsuz etkilemekte, birileri facebook'ta ne yaptıklarını sorduğunda savunmacı ve gizleyici olmaktadır. Bununla beraber, birileri facebook kullanırken onları rahatsız ettiği zaman bağırır, kırılır ya da kızgın davranırlar. Facebook'ta harcadıkları zaman miktarını sınırlamaya çalışsalar da başarısız olurlar, facebook'ta ne kadar kaldıklarını gizlerler, arkadaşlarıyla dışarı çıkmak yerine facebook'ta vakit geçirmeyi seçerler, offline iken depresif, karamsar veya sinirli hissederler, uzağa gitseler bile facebook'a hemen geri dönerler. Bu araştırmada da erkeklere yönelik aynı problemler raporlanmıştır.

Araştırmada verilerin daha detaylı analizlerinde, kadınların ve erkeklerin günlük sosyal medya kullanım süreleri birbirine yakın bulunmuştur. Böylece, aynı miktarda sosyal medya kullanımı kadınlarda meşguliyet ve duygu durum düzenlemede daha fazla sosyal medyaya bağımlılık oluştururken, erkeklerde çatışmaya yol açtığı söylenebilir.

Üçüncü araştırma amacı olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının yaşa göre farklılaşmasını belirleyebilmek için öğrencilerin yaşları "20'den küçük", "20-22 arası", "23-25 arası" ve "25'den büyük" şeklinde gruplandırılarak tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Veri analizi sonucunda, sosyal medya bağımlılığının yaşa göre

farklılaşmadığı bulunmuştur ($F=1,938$; $p>0.05$). Alt ölçekler incelendiğinde ise, meşguliyet ve duygu durum düzenlemede farklılaşmalar gözlenmiştir. Buna göre, 20 yaşından küçükler 20-25 yaş aralığındakilere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olmaktadır. Aynı şekilde, 20-22 yaş arasındakilerin 23-25 yaş arasındakilere göre sosyal medya meşguliyetleri daha yüksek bulunmuştur. Daha küçük yaştakilerin kendilerinden büyük yaştakilere göre meşguliyetlerinin daha fazla olduğu söylenebilir. Duygu durum düzenlemede ise, 20 yaşından küçükler daha büyük yaştakilere göre ve 20-22 yaş arasındakiler 23-25 yaş aralığındakilere göre sosyal medyayı duygu durum düzenlemede daha fazla kullanmaktadır.

Yaşa göre bulunan sonuçlar, özellikle 17-20 yaş aralığındaki öğrencilerin daha büyüklere göre sosyal medyaya zihinsel olarak daha fazla bağlı kaldıklarını, sosyal medyada neler olup bittiğini devamlı düşündüklerini ve sosyal medyada bulunma isteklerinin çok yüksek olmasından dolayı orada olmadıklarında hayatlarının boş, sıkıcı ve zevksiz geçtiğini düşündüklerini ortaya çıkarmıştır. Bu sonuca göre, sosyal medya bağımlılığına yönelik yapılacak çalışmalarda daha fazla risk altında olmalarından dolayı 17-20 yaş aralığındaki öğrencilerden başlanması önemli görülmektedir.

Ayrıca nesillerin facebook bağımlılıklarının karşılaştırıldığı diğer bir araştırmada Z neslinin Y ve X'den, aynı şekilde Y neslinin X'den daha fazla facebook bağımlısı olduğu bulunmuştur. Buna göre yaşça küçük nesillerin kendisinden yaşça büyük nesillere göre facebook bağımlılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür (Soykan ve Tutgun-Ünal, 2015). Yine aynı şekilde yaşça küçük nesillerin yaşça büyük nesillere göre sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ve günlük sosyal medya kullanım sürelerinin daha fazla olduğu bulunmuştur (Tutgun-Ünal ve Soykan, 2015).

Üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanımları incelendiğinde, SMBÖ ölçeğinin toplamı ile alt ölçeklerin tamamında farklılaşmalar olduğu bulunmuştur. Buna göre, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılıklarının da artış gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Balcı ve Tiryaki (2014)'nin, Andreassen (2012)'in geliştirdiği "Bergen Facebook Bağımlılığı Ölçeğini" kullanarak 494 lise öğrencisi üzerinde yürüttüğü çalışmada, facebook kullanım süresi arttıkça facebook bağımlılıklarının da arttığı gözlemlenmiştir. Facebook bağımlılığı ile bu çalışma kapsamındaki sosyal medya bağımlılığının günlük kullanım süresine göre aynı şekilde farklılaşması dikkat çekicidir.

Yapılan detaylı incelemelerde bu araştırmada, 4-6 saat kullananların oranının %21 bulunması ve 7 saatten fazla kullananların oranının %9,9 bulunması oldukça kayda değerdir. Araştırmada kullanılan SMBÖ'nin 41-73 arası "Bağımlılık yok", 74-106 arası "Az bağımlı", 107-139 arası "Orta bağımlı", 140-172 arası "Yüksek bağımlı" ve 173-205 arası da "Çok yüksek bağımlı" olarak dağılım gösterdiği göz önüne alındığında, 7 saatten fazla kullanan yaklaşık %10'luk grubun ortalama puanları aynı zamanda orta bağımlı olduklarını göstermiştir ($x=109,61$). 1-3 saat kullanan ve 4-6 saat kullananlar ise az bağımlı olan grubu oluşturmaktadır. 1 saatten az kullanım ise bağımlılık oluşturmamıştır.

Duygu durum düzenleme boyutunda ise, %10'u oluşturan ve 7 saatten fazla sosyal medya kullanan orta bağımlılık seviyesindeki öğrencilerin sosyal medyayı duygusal destek almak için kullandıkları, diğer bir ifade ile yaşamlarındaki problemlerden uzaklaşmak ve yalnızlıklarını gidermek için sosyal medyayı çok fazla kullandıkları ifade edilebilir. Özellikle 7 saatten fazla sosyal medyanın kullanılması, günlük yaşamın orada geçtiğini göstermektedir ve bu da aslında günlük yaşamda yalnız olduklarına işaret etmektedir. Böylece bu gruptaki öğrenciler için sosyal medyanın gerçek yaşamın yerini aldığı söylenebilir.

Yapılan diğer çözümlemede, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının sosyal medyayı ne zamandan beri kullandıklarına göre farklılaştığı görülmüştür (F=4,156; p<0.05). Bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için LSD testi uygulanmış olup 4 yıldan fazla süredir sosyal medya kullananların 1 yıldan az ve 1-3 yıl arası kullananlara göre sosyal medyaya daha fazla bağımlı oldukları bulunmuştur. Alt ölçekler incelendiğinde, yine meşguliyet ve duygu durum düzenleme de benzer farklılaşma gözlenmiş, tekrarlama ve çatışma boyutlarında fark bulunamamıştır.

Koroğlu ve Tutgun -Ünal (2013)'in 428 öğretmen adayı ile yürüttüğü araştırmada, 3-5 yıldır (%31,8) sosyal ağları kullanan öğretmen adaylarının daha az zamandır kullananlara göre sosyal medyada daha fazla zaman geçirdiğinin bulunması da araştırma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Yine Akyazı ve Tutgun- Ünal (2013)'in 353 üniversite öğrencisi ile yürüttüğü araştırmada, 5 yıldan fazla zamandır sosyal medyayı kullananların daha az zamandır kullananlara göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olduklarının bulunması da bu sonuçları desteklemiştir.

Araştırmada, sosyal medya bağımlılığının kullanılan sosyal medya uygulama sayısına göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit edebilmek için sosyal medya uygulaması sayısı "1 adet", "2 adet", "3-5 adet ve "5'ten fazla" olarak gruplandırılmış olup anlamlı farklılaşmalar gözlenmiştir (F=17,105; p<0.01). Buna göre, kullanılan sosyal medya uygulama sayısı arttıkça üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının da arttığı görülmüştür. Alt ölçekler kapsamında yapılan çözümlemelerde de aynı sonuca ulaşılmıştır. Bu sonuca göre, kullanılan sosyal medya uygulama sayısı arttıkça kullanıcıların kontrol edeceği uygulama sayısının ve ayıracağı zamanın da otomatik olarak artacağı doğaldır.

Son araştırma amacı olan üniversite öğrencilerinin öğrencim gördüğü fakülteye göre sosyal medya bağımlılıklarının farklılaşmasına yönelik yapılan analizlerde oldukça kayda değer farklılaşmalar çıkmıştır (F=3,819; p<0.01). Buna göre, "Mühendislik", "Fen Edebiyat", "Eğitim", "İletişim" ve "Hemşirelik" olarak belirlenen grupların arasındaki farklılığın belirlenebilmesi için yapılan LSD testine göre, Eğitim Fakültesine, Fen-Edebiyat Fakültesine veya İletişim Fakültesine devam eden öğrencilerin Mühendislik Fakültesine devam edenlere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu bulunmuştur. Diğer fakülteler de ise anlamlı bir farklılaşma belirlenememiştir.

Meşguliyet alt ölçeğinde yapılan analizlere göre, Eğitim Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi ve İletişim Fakültesi öğrencilerinin Mühendislik Fakültesindekilere göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğu bulunmuştur (F=6,251; p<0.01). Buna göre, Eğitim, Fen-Edebiyat ve İletişim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin Mühendislik Fakültesindekilere göre sosyal medyada bulunma isteklerinin daha fazla olduğu, sosyal medyadan uzaktayken orada bulunma isteklerinin yoğun olduğu, sosyal medyada neler olup bittiğini devamlı merak ettikleri ve sosyal medya olmadığına hayatlarının boş, sıkıcı ve zevksiz geçeceğini düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Duygu durum düzenleme alt ölçeğinde yapılan analizlere göre, Eğitim Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İletişim Fakültesi ve Hemşirelik Fakültesi öğrencilerinin Mühendislik Fakültesindekilere göre sosyal medyayı duygu durum düzenlemede daha fazla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Bu noktadan hareketle, söz konusu fakültelere devam eden öğrencilerin Mühendislik fakültesindeki öğrencilere göre sosyal medyadan daha fazla duygusal destek aldıkları, yalnızlıklarını sosyal medya ile giderdikleri ve yaşamlarındaki olumsuzluklardan kaçmak için kullandıklarında sosyal medyanın onlara iyi geldiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu boyuta Hemşirelik Fakültesinin de

eklenmiş olması dikkat çekmekte olup bu farklılığın nedeni incelendiğinde, Hemşirelik Fakültesinin ağırlıklı olarak kadın öğrencilerden oluşması bu farklılığı açıklamaktadır. Kadınların erkeklere göre sosyal medyadan daha fazla duygusal destek aldıklarının bulunması, kadınlardan oluşan Fakültenin de duygu durum düzenleme boyutunda farklılaşmasına sebep olmuştur.

Tekrarlama alt ölçeğinde yapılan analizlere göre, Eğitim Fakültesi ve Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin Mühendislik Fakültesindekilere göre sosyal medyayı anlamlı seviyede daha fazla tekrarladıkları bulunmuştur ($F=2,614$; $p<0.05$). Diğer bir ifade ile söz konusu fakültelerdeki öğrenciler belirli bir süre sosyal medya kullanımlarına sınırlama getirirler veya sosyal medya kullanımlarını tamamen durdursalar bile bir süre sonra eski kullanım alışkanlıklarını artan miktarda tekrarladıkları ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan çatışma boyutunda ise, öğrenim görülen fakülteye göre anlamlı bir farklılaşma ($p>0.05$) olmadığı görülmüştür.

Fakültelere göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşmasına yönelik sonuçlar incelendiğinde, fakültelerin genellikle Mühendislik Fakültesinden farklılaştığı görülmektedir. SMBÖ'den alınan puanlar incelendiğinde Mühendislik Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin ortalama puanlarının diğer fakültelere göre daha düşük seviyede olduğu ortaya çıkmaktadır. Fakat Mühendislik Fakültesi de dâhil olmak üzere tüm fakültelerde alınan puanlar ölçeğin "az bağımlı" kategorisine girdiğinden, Mühendislik fakültesindeki farkın bağımlılık açısından çok büyük bir fark olmadığı görülmektedir. Yani, daha az bağımlı veya daha çok bağımlı gibi tarif edilecek büyük bir farklılık görülmemektedir.

Araştırma sonucunda, üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya az bağımlı olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, şuan için çok tehlikeli bir bağımlılık sorununu ortaya koymamaktadır. Fakat geçmiş yıllara göre günümüzde sosyal medya kullanımının ve çeşitliliğinin giderek artması, araştırma sonuçlarından da görüldüğü gibi kullanım süresi, kullanılan sosyal medya uygulama sayısı arttıkça gençlerin bağımlılık seviyesinin yükselmesi, belirli aralıklarla sosyal medya bağımlılığının izlenmesi gerektiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, yapılacak yeni araştırmalar ile özellikle gençlerin sosyal medya bağımlılığının takip edilmesine ihtiyaç vardır. Sosyal medya kullanımında, ilgili kuramlar doğrultusunda bireylerin yaşadığı psikolojik süreçler ile yapılan bu tür araştırmalar birlikte değerlendirildiğinde, bağımlılık sorununun aşılabilmesi ve tehlikeli boyutlara ulaşmasının önlenmesi mümkün olacaktır.

Öneriler

Araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığına yönelik azı öneriler sunulmuştur. Bu öneriler ile öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının istenmeyen/tehlikeli boyutlara ulaşmasının önlenebileceği düşünülmektedir.

- Sosyal medyanın daha çok kadınlarda zihinsel meşguliyet yaratmasından dolayı, üniversitelerde kadın öğrencilere yönelik (tiyatro çalışmaları, müzik çalışmaları vb. hobi grupları gibi) sosyal etkinliklerin düzenlenmesi önerilebilir. Böylece, öğrenciler söz konusu aktiviteler ile meşgul olacağından hem sosyal medyanın zihinsel meşguliyet yaratma oranı düşecek hem de kendilerini ifade etmelerine imkân sağlanmış olacaktır.
- Kadınların sosyal medya ile duygu durumlarını düzenlemesi yine sosyal etkinlikler ile azalabileceği gibi yaşamlarındaki olumsuzlukları dışı vurabilmelerine imkân sağlayacak yazma çalışmalarına yönlendirilebilirler. Üniversitelerde özellikle danışman öğretim elemanları bu konuda çalışmalar yapabilir.

- Erkek öğrencilerin sosyal medya ile yaşadığı çatışmadan dolayı mesleki/akademik çalışmalarını ve çevrelerindeki kişileri ihmal etmesi hayatlarında büyük olumsuzluklar yaratacağından, sosyal medya kullanımlarını durdurmak yerine onlara bunu azaltabilecekleri çözüm yollarının geliştirilmesi gerekeceğinden, zaman kontrolü, mesleki/akademik başarı örnekleri ile kişisel gelişim konularında belirli aralıklarda seminerler düzenlenebilir.
- Hem erkek hem kadın öğrenciler için derse yönelik motivasyonun artırılması adına derslerin bir kısmı sosyal medya üzerinden yürütülebilir. Derslerin aktivite bölümleri ile ders amaçlı iletişim kurma sosyal medya üzerinden sağlandığında, öğrenciler arkadaşları ve öğretim elemanına rahatlıkla ulaşabileceğinden derse daha çok motive olacak, sosyal ilişkiler kurabilecek, dersle ilgili sorularına daha çabuk yanıt bulabilecek olup böylece sosyal medyadan da uzaklaşmamış olacaklardır.
- Yaşları 17 ile 25 üzerine kadar uzanan öğrenci grubu incelendiğinde, yaşları daha küçük olanların daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğunun bulunması, çalışmaların öncelikle üniversiteye yeni başlayan Hazırlık ve 1. Sınıf öğrencilerinden başlanabileceğine işaret etmektedir. Bu yüzden sosyal medya bağımlılığının yarattığı olumsuzluklar ile zaman kontrolü/planlaması konularında seminerler alt sınıflardan başlanarak verilirse daha önleyici olabilir.
- Özellikle ailesinin yanından ayrılarak başka şehirlerden üniversiteye gelerek yeni bir sosyal ortam ile karşılaşan öğrenciler yabancılık ve yalnızlık çektiğinden dolayı sosyal medyaya daha çok yönelebilmektedir. Bu yüzden bilhassa üniversiteye yeni başlayan öğrenciler için uyum (oryantasyon) programları yapılarak üniversitenin tüm sosyal imkanları (öğrenci kulüpleri, spor salonları vb.) tanıtılabilir, öğrencilerin kaynaşmasını sağlayabilecek tanışma toplantıları ile gezi programları da düzenlenebilir.
- Üniversite yönetimleri üniversite içinde ve dışında sosyal ve kültürel etkinlikler/geziler düzenleyebilir. Böylece, öğrencilerin sosyal aktivitelere katılımları artacağından günlük sosyal medya kullanım süreleri de azalabilir.
- Araştırma kapsamında fakülteler arasında bulunan sosyal medya bağımlılığına yönelik farklılıklar, çalışmaların nereden başlanabileceği konusunda yardımcı olabilir. Öncelikle Fen-Edebiyat, Eğitim ve İletişim Fakültelerindeki öğrencilere, daha sonra Mühendislik Fakültesine yönelik farkındalık oluşturma ve önleme çalışmalarına başlanabilir. Ayrıca Hemşirelik Fakültesi öğrencilerine yönelik duygu durum düzenlemesine ilişkin çalışmalar planlanabilir.
- Hemşirelik Fakültesinde sosyal medya ile duygu durum düzenlemede ortaya çıkan farklılaşma için, fakültenin çoğunlukla kadın öğrencilerden oluşmasından dolayı kadınların duygu durum düzenlemeleri için verilen önerilerden yararlanılabilir.
- Öğrencilerin sosyal medya üzerindeki davranışları ve aktiviteleri sosyal medya bağımlılığı hakkında fikir verdiğinden, ağılarında öğretim elemanları bulunduğu takdirde öğrencilerin davranışlarında daha kontrollü olmaya çalışacağı düşünülebilir.

KAYNAKÇA

- Adams, J. & Kirkby, R. J. (2002). Excessive exercise as an addiction: A review. *Addiction Research & Theory*, 10, 415-437.
- Akyazı, E. & Tutgun-Ünal, A. (2013). İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağları kullanımı. *Global Media Journal TR*, 3(6), 1-24.
- American Psychiatric Association (1995). Diagnostic and statistical manual of mental disorders. (4th ed.) Washington, DC: Author.
- Andreassen, C.S (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 2012, 110, 2, 501-517.
- Balcı, Ş. & Gölcü, A. (2013). Facebook addiction among university students in Turkey: "Selçuk University Example". *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255-278.
- Balcı, Ş. & Tiryaki, S. (2014). Facebook addiction among high school students in Turkey. *IISES- The International Institute of Social and Economic Sciences: Vienna 10th Academic Conference*, Vienna, Austria, June 3-6, 2014, pp.120-134.
- Bianchi, A. & Philips, J. G. (2005). Psychological predictors of problem mobile phone use. *Cyberpsychology & Behavior*, 8, 39-51.
- Brown, R. I. F. (1993). Some contributions of the study of gambling to the study of other addictions. In W. R. Eadington & J. Cornelius (Eds.), *Gambling behavior and problem gambling*. Reno, NV: University of Nevada Press. Pp. 341-372.
- Brunborg, G. S., Mentzoni, R. A., Molde, H., Myrseth, H., Skouverøe, K. J. M., Bjorvatn, B., & Pallesen, S. (2011). The relationship between media use in the bedroom, sleep habits, and symptoms of insomnia. *Journal of Sleep Research*, 20, 569-575.
- Caplan, S.E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic internet use: A two step approach. *Computers in Human Behavior*, 26 (2010) 1089-1097.
- Ceyhan, E., Ceyhan A. & Gürcan, A. (2007). Problemlı İnternet Kullanımı Ölçeğı'nin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 7 (1), 387-416.
- Choliz, M. (2010). Mobile phone addiction: A point of issue. *Addiction*, 105, 373-374.
- Çam, E. & İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 11 (3), 14-19.
- Davis, R.A.(2001). A cognitive-behavioral model for pathological internet use (PIU). *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187-195.
- Deniz, L. (2001). Psikolojik danışma ve rehberlik öğrencilerinin bilgisayar yaşantılarına yönelik bir izleme çalışması, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13, 87-110.
- Deniz, L. (2007). Prospective class teachers' computer experiences and computer attitudes. *International Journal of Social Sciences*, 2(2), 116-122.

- Deniz, L. & Tutgun, A. (2010). The relationship between problematic internet usage and loneliness level of prospective teachers. *Uluslararası Eğitim Teknolojileri Kongresi (IETC) 2010*, Vol. III, pp. 1563, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul.
- Dewald, J. F., Meijer, A. M., Oort, F. J., Kerkhof, G. A., & Bögels, S. M. (2010). The influence of sleep quality, sleep duration and sleepiness on school performance in children and adolescents: a meta-analytic review. *Sleep Medicine Reviews*, 14, 179-189.
- Fisher, S. (1994). Identifying video game addiction in children and adolescents. *Addictive Behaviors*, 19, 545-553.
- Goldberg, I. (1996). Goldberg's message. <http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/supportgp.html> web adresinden 26 Şubat 2011 tarihinde erişilmiştir.
- Griffiths, M. D. (1990). The cognitive psychology of gambling. *Journal of Gambling Studies*, 6, 31-42.
- Griffiths, M. D. (1996). Nicotine, tobacco and addiction. *Nature*, 384, 18.
- Griffiths, M. D. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10, 191-197.
- Ha, J.H., Chin, B., Park, D.H., Ryu, S.H. & Yu, J. (2008). Characteristics of excessive cellular phone use in Korean adolescents. *Cyberpsychology & Behavior*, 11 (6), 783-786.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Holden, C. (2001). Behavioral addictions: Do they exist? *Science*, 294 (5544), 980-982.
- Horzum, M. B. (2011). İlköğretim öğrencilerinin bilgisayar oyunu bağımlılığı düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 36 (159), 56-68.
- Horzum, M.B., Ayas, T. & Çakır Balta, Ö. (2008). Çocuklar için bilgisayar oyun bağımlılığı ölçeği. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(30), 76, 88.
- Kandell, J.J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *Cyberpsychology & Behavior*, 1, 11-17.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Addiction to social networks on the Internet: A literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528-3552.
- Mobilia, P. (1993). Gambling as a rational addiction. *Journal of Gambling Studies*, 9, 121-151.
- Orzack, M.H. (2005). Bilgisayar bağımlılığı. <http://www.computeraddiction.com> web adresinden 12 Haziran 2013 tarihinde erişilmiştir.
- Pfeil, U., Arjan, R. & Zaphiris, P. (2009). Age differences in online social networking—A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace. *Computers in Human Behavior*, 25, 643-654.
- Socialbakers (2013). Turkey Facebook Statistics. <http://socialbakers.com/facebook-statistics/turkey> web adresinden 22 Ocak 2013 tarihinde erişilmiştir.
- Soykan, C. & Tutgun-Ünal, A. (2015). A comparative study of facebook addiction among generations. 9. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, Afyon.

- Suganuma, N., Kikuchi, T., Yanagi, K., Yamamura, S., Morishima, H., Adachi, H., Kumanogo, T., Mikami, A., Sugita, Y., & Takeda, M. (2007). Using electronic media before sleep can curtail sleep time and result in self-perceived insufficient sleep. *Sleep and Biological Rhythms*, 5, 204-214.
- Tutgun, A. (2009). *Öğretmen adaylarının problemlili internet kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tutgun, A. & Deniz, L. (2010). Problematic Internet Usage among Prospective Teachers. *International Educational Technology Conference (IETC)*, Volume II, Page 1226, Boğaziçi University, Istanbul.
- Tutgun, A., Deniz, L. & Moon, Man-Ki (2011). A comparative study of problematic internet use and loneliness among Turkish and Korean prospective teachers. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 10(4), 14-30.
- Tutgun-Ünal, A. (2013a). Nesiller ayrılıyor. *Açık Bilim*, <http://www.acikbilim.com/2013/09/dosyalar/nesiller-ayriliyor-x-y-ve-z-nesilleri.html> web adresinden 12 Mayıs 2015 tarihinde erişilmiştir.
- Tutgun -Ünal, A. (2013b). A study of problematic internet use among Turkish CEIT students. *IJER-International Journal of Educational Research*, ISSN: 2306-7063, 1(2), 86-95.
- Tutgun-Ünal, A. (2013c). The model explaining and predicting loneliness level and the problematic internet use of Turkish Computer Education & Instructional Technologies (CEIT) students. *IJSSE-International Journal of Social Sciences and Education*, ISSN: 2223-4934, 3(3), 734-743.
- Tutgun-Ünal, A. & Deniz, L. (2015). Development of the Social Media Addiction Scale. *Online Academic Journal of Information Technology (AJIT-e)*, 6(21), 51-70.
- Tutgun-Ünal, A. & Köroğlu, O. (2013). A comparative study of social network usage and adoption among Turkish prospective teachers. *Mevlana International Journal of Education (MIJE)*, 3(4), 24-42.
- Tutgun-Ünal, A. & Katmer-Bayraklı, V. (2014). Öğretmen adaylarının sosyal medyanın eğitimde iletişim amaçlı kullanılmasına ilişkin görüşleri: Twitter örneği. *Uluslararası 1. Avrasya Eğitim Araştırmaları Kongresi (EJER)*, İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A. & Soykan, C. (2015). A comparative study of social network usage purpose and frequency among generations. 9. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, Afyon.
- Vardar, E., Vardar, S. A., Toksöz, İ. & Süt, N. (2012). Egzersiz bağımlılığı ve psikopatolojik özelliklerin değerlendirilmesi. *Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi*, 25 (1), 51-57.
- Yeltepe, H. & İnkizler, H. C. (2007). Egzersiz bağımlılığı ölçeği-21'in Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Bağımlılık Dergisi*, 8, 29-35.
- Young, K. S. (1996a). Psychology of computer use: Addictive use of the internet, a case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*, 79, 899-902.
- Young, K.S. (1996b). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.

- Young, K. S. (2009). Internet addiction: Diagnosis and treatment consideration. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39, 241-246.
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13, 173-177.

Ek-1: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)

Madde No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
1.	Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.					
2.	Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.					
3.	Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.					
4.	Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.					
5.	İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.					
6.	Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.					
7.	Sosyal medyada düşündüğümde daha fazla zaman geçirdiğim olur.					
8.	Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime “birkaç dakika daha” derim.					
9.	Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.					
10.	Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur.					
11.	Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.					
12.	Sosyal medya ile ilgili eylemlere (oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs) uzun süreler ayırırım.					
13.	Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.					
14.	Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.					
15.	Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyada gezinmeyi tercih ederim.					
16.	Problemlerimden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.					
17.	Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.					
18.	Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.					
19.	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.					
20.	Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
21.	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
22.	Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.					
23.	Mesleğime/çalışmalarına olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.					
24.	Sosyal medyadan dolayı hobilerime, boş zaman ve dinlenme faaliyetlerime daha az öncelik veririm.					
25.	Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					

Ek-1 -devam

Madde No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
26.	Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
27.	Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.					
28.	Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmalarımı ihmal ederim.					
29.	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.					
30.	Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.					
31.	Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.					
32.	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.					
33.	İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.					
34.	Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezdiğimi saklamaya çalışırken bulurum.					
35.	Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.					
36.	Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığım olur.					
37.	Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur.					
38.	Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrıları, vb) yaşadığım olur.					
39.	Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle olan ilişkilerimde problem yaşamama neden olur.					
40.	Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur.					
41.	Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.					