

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ: KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Merve Çelik¹

Özet

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler internetin ortaya çıkmasını sağlamıştır. İnternet sayesinde gerek kurumlar gerekse kişiler arasındaki iletişim daha hızlı ve daha kolay hale gelmiştir. İnternetin her geçen gün gelişimi ise, sosyal medya kavramını ortaya çıkarmış ve sosyal medya toplumun her kesiminde kabullenilerek, oldukça geniş bir kullanım alanı bulmuştur. Akıllı telefonların ve internet ağlarının kullanımının yaygınlaşması neticesinde de sosyal medya bireylerin ceplerine kadar girmiş, adeta bağımlılık haline gelmiştir.

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri incelenerek, üniversite öğrencilerinin bazı tanımlayıcı özelliklerine (yaş, cinsiyet vb.) göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri araştırılmıştır. Araştırma 2016-2017 yılında Kültür Üniversitesi İletişim Sanatları Fakültesi'nde eğitim gören öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veriler Tutgun-Ünal (2015) tarafından geliştirilen sosyal medya bağımlılık ölçeği ile toplanmıştır. Elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS 22.0 istatistik programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının az düzeyde olduğu, ailelerinin aylık gelir düzeylerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin farklılaşmadığı, cinsiyetlerine, yaşlarına ve sınıflarına göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinde farklılaşmalar olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı

EXAMINATION OF THE LEVEL OF DEPENDENCY ON SOCIAL MEDIA COLLEGE STUDENTS: A STUDY ON STUDENTS OF ISTANBUL KÜLTÜR UNIVERSITY

Abstract

The developments in Communication Technology led to the emergence of the internet. Thanks to the Internet has become faster and easier communication between institutions and individuals in need. The development of the Internet with each passing day, however, revealed the concept of social media, and social media in all segments of society is accepted by a has found fairly wide usage. As a result of the widespread use of smart phones and Internet networks, social media went to the pockets of individuals, it has become almost addictive.

In this study, by examining the levels of social media addiction in college students of college students, some descriptive characteristics (age, gender, etc.) the levels of social media addiction were examined. 2016-2017 research on students who study at the Faculty of communication Arts at the University of Culture was carried out. The data in the study Tutgun-Ünal (2015) with the scale developed by social media addiction were collected. The obtained data were analyzed with the statistical program SPSS 22.0.

As a result of research, college students social media is at the minimum level of dependencies, the monthly income of the family where the level of social media addiction is different according to the level, gender, age and class, according to social media addiction were differences in the levels of.

Keywords: *Addiction, Social Media, Social Media Addiction*

1. Giriş

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde hız kazanan iletişim teknolojileri günümüzde adeta bireyleri çevreleyen bir ağ örmüş durumdadır. Yeni iletişim teknolojileri bireylere farklı yeni olanaklar sağlamak ve yeni ilgi alanlarının ve yeni eğilimlerinin ortaya çıkmasına neden olmakta, tüm bu gelişmeler teknolojik iletişim adı altında yeni bir iletişim türünün oluşmasını sağlamaktadır.

Teknolojik iletişim beraberinde günlük konuşma diline yeni kavramların girmesine neden olmuştur. Söz konusu kavramlar aynı zamanda doğrudan bilişim teknolojileri ile ilgili olup, bu kavramlardan bazıları şunlardır; telekomünikasyon, fiber optik kablo, uydu erişimi, GSM, mobil telefon, lazer teknolojisi, video konferans, internet, masaüstü ve dizüstü bilgisayar, akıllı TV, akıllı cep telefonu, tablet, vb (İlhan, 2007: 60).

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler doğrultusunda internet ortaya çıkmış çok hızlı bir şekilde yaygınlaşmıştır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte internet ortamında Facebook, Twitter, YouTube gibi farklı uygulamalar hizmete girmiş ve bu uygulamaların tamamına sosyal medya denilmiştir. Sosyal medya tanıdık veya tanıdık olmayan pek çok insanla çevrimiçi iletişim imkanı sağlayan, sohbetten, alışverişe pek çok şeyin yapılabildiği alan olarak kullanımının hergün yaygınlaştığı görülmektedir. Toplumdaki bireylerin en küçüğünden en büyüğüne kadar herkes tarafından bilinen ve kabullenilen sosyal medyanın kullanımdan çok bağımlılığa dönüştüğü, bireylerin sosyal medyada çok fazla zaman geçirerek, sosyal yaşamlarını ikinci plana attıkları gözlenmektedir.

Bu çalışmada iletişim sanatları bölümünde eğitim gören öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri incelenmektedir. Böylelikle iletişim eğitimi alan bireylerin sosyal medya bağımlılıkları incelenerek, aldıkları eğitimin bağımlılık üzerindeki etkisi de gözlenebilecektir.

Bu doğrultuda çalışmada öncelikle sosyal medya kavramı tanımlanmakta, ardından sosyal medya bağımlılığından bahsedilmektedir. Çalışmanın uygulama kısmında ise iletişim sanatları fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan anket çalışması ile öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri incelenmektedir.

2. Sosyal Medya ve Bağımlılığı

İnternet ve iletişim teknolojileri bağlamında en hızlı gelişen teknoloji sosyal medyadır (Kang ve Schuett, 2013: 93). Sosyal medya benzer düşüncelere ve fikirlere sahip olan kullanıcıların web servislerini kullanarak birbirleri ile iletişim kurma şeklini ifade etmektedir (Lietsala ve Sirkkunen, 2008:13). Diğer bir tanımda sosyal medya; "içeriğinin kullanıcı tarafından yaratıldığı, bizzat kullanıcı tarafından yayıldığı ve içerik üretenin paylaşım içinde olduğu topluluk ile etkileşim içinde olduğu mecraların tümüdür" (Özkaşıkçı, 2012: 37). Sosyal medya kullanıcıları sosyal yazılıma dayalı olan uygulamaların yardımı ile çevrimiçi platformları kullanarak metin, video, müzik vb. gibi çeşitli türde içerik paylaşımında bulunabilirler (Lietsala ve Sirkkunen, 2008:19).

Sosyal medyanın kullanılmasındaki temel amaç kullanıcılarının birbirleri ile sosyal etkileşim içerisinde olmasıdır (Miller vd., 2016:16). Sosyal medya çeşitli ve farklı kültürlerden olan insanların birbirleri ile iletişim kurmasına, arkadaş olmasına, gruplar oluştur-

masına ve paylaşım yapabilmesine imkan vermektedir (Safran, 2010:13-20).

Geçmişten günümüze insanlar arasında bulunan fakat somut olarak görülemeyen bağlantılar, internet üzerinde oluşturulan ortamda daha görünür hale gelmiştir. Sosyal medya internetin yaygınlaşmasıyla birlikte gelişerek değişmiş ve bugün sayıları yüz milyonlarca ifade edilen kullanıcı sayılarına ulaşmıştır (Korkmaz, 2013: 109). 2016 yılında gerçekleştirilen güncel araştırma sonuçlarına göre 3,419 milyar insan internete bağlanmakta ve 2,307 milyar kullanıcı aktif olarak sosyal medyada yer almaktadır. Türkiye açısından istatistikler incelendiğinde; 79.14 milyon nüfusun, 46.3 milyonunu internete bağlanmakta ve 42 milyon aktif olarak sosyal medyada yer almaktadır. Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya %32 oranla Facebook’un %24 oranla WhatsApp, %20 ile Facebook Messenger, %17 ile Twitter ve %16 ile Instagram’dır (<http://www.dijitalajanslar.com>).

“Günümüzde özellikle akıllı telefonların yaygın bir şekilde kullanılması ve GSM servis sağlayıcıların internet hizmetini yaygınlaştırması kişilerin internete cep telefonları ile de erişimini mümkün kılmıştır. Bu gelişmeye paralel olarak sosyal medya araç geliştiricileri akıllı telefonlara yönelik uygulamalar geliştirerek insanların cep telefonları ile de sosyal medyaya erişimlerini sağlamışlardır. Sosyal medya uygulamaları sadece kişiler arasında etkileşimi ve iletişimi sağlamamakta, oyun, bilgi edinme, araştırma yapma, arama yapma gibi ihtiyaçlarına da cevap verecek duruma gelmiştir” (Aslanyürek vd., 2015: 2). Fakat sosyal medyanın bireylerin çeşitli ihtiyaçlarına cevap vermenin yanında olumsuz olarak bağımlılık yaptığı da gözlenmektedir. Bireylerin sosyal medyada çok uzun süre zaman harcadığından dolayı bağımlılık riski meydana gelmekte ve bunun sonucunda sosyal, psikolojik ve ekonomik sorunlar ortaya çıkabilmektedir (Filiz vd., 2014:27).

Bireyler arasında bağımlılık haline gelen sosyal medya bağımlılığı “bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük yaşamının pek çok alanında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorun” (Tutgun-Ünal, 2015:93) olarak tanımlanmaktadır.

Yapılan araştırmalarda öğrenciler arasında sosyal medyanın yüksek düzeyde kullanıldığı (Subrahmanyam vd.,2008; Bostancı, 2010; Vural ve Bat, 2010; Hazar, 2011; Ergenç, 2011; Wu, 2013) en çok kullanılan sosyal medya ortamının Facebook olduğu (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007; Mazman, 2009; Vural ve Bat, 2010; Hazar, 2011; Çelik, 2012) ve öğrencilerin tanımlayıcı özelliklerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinde farklılaşmaların olduğu saptanmıştır (Akbulut ve Yılmazel, 2012; Koçak, 2012; Seferoğlu ve Yıldız, 2013; Balcı ve Gölcü, 2013; Tutgun-Ünal, 2015; Gürültü, 2016).

3. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesine Yönelik :Kültür Üniversitesi İletişim Sanatları Fakültesi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

3.1.Araştırmanın Yöntemi

Araştırma genel tarama modelinde gerçekleştirilmiş olup, mevcut durumun küçük bir örneklem üzerinde gösterilmesi düşünülmüştür. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya lüks bağımlılık düzeylerini incelemeye yönelik yapılan araştırmada veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Söz konusu iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde katılımcıların tanımlayıcı özelliklerini belirlemeye yönelik çoktan seçmeli soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise Tutgun-Ünal (2015) tarafından geliştirilmiş geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapmış olan sosyal medya bağımlılık ölçeği yer almaktadır. Söz konusu ölçekte 5’li likert tipinde hazırlanmış 4 faktörden oluşan (Meşguliyet, Duygu Durum Düzenleme, Tekrarlama ve Çatışma) 41 madde yer almaktadır. Anketleri uygulamak için kolayda ör-

nekleme yapılmış ve oluşturulan anket formu 2017 yılı Mart ayı içerisinde Kültür Üniversitesi İletişim Sanatları Bölümü'nde eğitim gören 274 öğrenciye uygulanmıştır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nden elde edilen puanlar bağımlılığın seviyesini belirlemek amacıyla kullanılması için aralık hesaplamaları yapılmış ve 5'li dereceleme ölçeğine uygun olarak aralık katsayıları hesaplanmıştır. 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. Buna göre, ölçeğin geneli için belirlenen aralıklar aşağıdaki şekilde olup, her bir alt ölçek için de aynı işlemlerin uygulanması ile elde edilen aralıklar Tablo 1'de verilmiştir (Tutgun-Ünal, 2015: 156).

Tablo 1. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Ölçeklerinin Değerlendirilmesi

| Alt Ölçek/Ölçek | Puan Aralığı | Bağımlılık Seviyesi |
|------------------------------|--------------|---------------------|
| Meşguliyet | 12-21 | Az Bağımlı |
| | 22-31 | Orta Bağımlı |
| | 32-41 | Yüksek Bağımlı |
| | 42-51 | Çok Yüksek Bağımlı |
| | 52-60 | Bağımlılık Yok |
| Duygu durum düzenleme | 5-8 | Az Bağımlı |
| | 9-12 | Orta Bağımlı |
| | 13-16 | Yüksek Bağımlı |
| | 17-20 | Çok Yüksek Bağımlı |
| | 21-25 | Bağımlılık Yok |
| Tekrarlama | 5-8 | Az Bağımlı |
| | 9-12 | Orta Bağımlı |
| | 13-16 | Yüksek Bağımlı |
| | 17-20 | Çok Yüksek Bağımlı |
| | 21-25 | Bağımlılık Yok |
| Çatışma | 19-33 | Az Bağımlı |
| | 34-48 | Orta Bağımlı |
| | 49-63 | Yüksek Bağımlı |
| | 64-78 | Çok Yüksek Bağımlı |
| | 79-95 | Bağımlılık Yok |
| SMBÖ | 41-73 | Az Bağımlı |
| | 74-106 | Orta Bağımlı |
| | 107-139 | Yüksek Bağımlı |
| | 140-172 | Çok Yüksek Bağımlı |
| | 173-205 | Bağımlılık Yok |

Araştırmada kullanılan ölçeğe tekrar güvenilirlik analizi yapılmış ve ölçeğin genel güvenilirliği $\alpha=0.983$ olarak saptanmıştır.

Araştırmada anketler sonucunda ulaşılan verilerin analizi bilgisayar ortamında SPSS 22.0 programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerini belirlemede frekans ve yüzde istatistiklerinden faydalanılmıştır. Sosyal medya bağımlılık düzeyinin belirlenmesinde ortalama ve standart sapma istatistiklerine başvurulmuştur. Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin farklılaşma durumunun saptanmasında ise; cinsiyete göre farklılaşmada t testi, diğer değişkenlere ilişkin farkların belirlenmesinde ise Anova testi kullanılmıştır. Anova testi sonrasında ortaya çıkan farklılıkları incelemek üzere tamamlayıcı olarak Scheffe testi yapılmıştır. Elde edilen bulgular %95 güven aralığında, %5 manidarlık düzeyinde sınıranmıştır.

3.2. Araştırmanın Bulguları

Tablo 2’de araştırmaya katılan öğrencilerin tanımlayıcı özelliklerine göre dağılımlarına dair veriler yer almaktadır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Dağılımları

| Tablolar | Gruplar | Frekans(n) | Yüzde (%) |
|--------------------------|-----------------|------------|-----------|
| Yaş | 18-20 | 48 | 17,5 |
| | 21-23 | 116 | 42,3 |
| | 24-26 | 82 | 29,9 |
| | 27 Ve üzeri | 28 | 10,2 |
| Cinsiyet | Kız | 158 | 57,7 |
| | Erkek | 116 | 42,3 |
| Sınıf | 1 | 36 | 13,1 |
| | 2 | 54 | 19,7 |
| | 3 | 58 | 21,2 |
| | 4 | 126 | 46,0 |
| Aile Aylık Toplam Geliri | 3000 TL Ve Altı | 58 | 21,2 |
| | 3301- 5300tl | 108 | 39,4 |
| | 5301-7300 TL | 108 | 39,4 |
| | Toplam | 274 | 100,0 |

Araştırmaya katılan öğrencilerin 48’i (%17,5) 18-20 yaşında, 116’sı (%42,3) 21-23 yaşında, 82’si (%29,9) 24-26 yaşında ve 28’i (%10,2) 27 yaş ve üzerinde olup, 158’i (%57,7) kız, 116’sı (%42,3) erkektir. Öğrencilerin 36’sı (%13,1) 1. sınıf, 54’ü (%19,7) 2. sınıf, 58’i (%21,2) 3. sınıf ve 126’sı 4. Sınıfta eğitim görmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin 58’inin (%21,2) aylık toplam 3000 TL ve altı, 108’inin (%39,4) 3301- 5300TL arası ve 108’inin (%39,4) 5301-7300 TL gelirleri vardır. Tablo 3’te öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 3. Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri

| | N | Ort | Ss | Min. | Max. | Değerlendirme |
|---------------------------------|-----|--------|--------|--------|---------|---------------|
| Meşguliyet | 274 | 35,204 | 13,130 | 12,000 | 60,000 | Orta |
| Duygu Durum Düzenleme | 274 | 13,883 | 6,063 | 5,000 | 25,000 | Orta |
| Tekrarlama | 274 | 11,161 | 6,188 | 5,000 | 25,000 | Az |
| Çatışma | 274 | 39,475 | 21,029 | 19,000 | 95,000 | Az |
| Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam | 274 | 99,723 | 41,939 | 41,000 | 205,000 | Az |

Araştırmaya katılan öğrencilerin “meşguliyet” puan ortalaması (35,204±13,130); “duygu durum düzenleme” puan ortalaması (13,883±6,063); “tekrarlama” puan ortalaması (11,161±6,188); “çatışma” puan ortalaması (39,475±21,029); “sosyal medya bağımlılığı toplam” puan ortalaması (99,723±41,939); olarak saptanmıştır.

Tablo 4’te öğrencilerin yaşlarına göre sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek için yapılan test sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. Öğrencilerin Yaşlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Farklılaşma Durumu

| Yaş | n | Meşguliyet | Duygu Durum Düzenleme | Tekrarlama | Çatışma | Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam |
|--------------|-----|---------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| | | Ort±SS | Ort±SS | Ort±SS | Ort±SS | Ort±SS |
| 18-20 | 48 | 35,208±15,672 | 14,792±7,098 | 10,292±6,751 | 42,667±24,385 | 102,958±50,209 |
| 21-23 | 116 | 33,069±11,238 | 12,655±4,940 | 10,172±5,098 | 35,448±18,413 | 91,345±34,816 |
| 24-26 | 82 | 37,732±14,236 | 15,000±6,356 | 12,585±6,824 | 43,781±22,819 | 109,098±45,720 |
| 27 ve üzeri | 28 | 36,643±11,337 | 14,143±6,862 | 12,571±6,608 | 38,071±16,854 | 101,429±37,036 |
| F= | | 2,175 | 2,952 | 3,318 | 3,040 | 3,089 |
| p= | | 0,091 | 0,033 | 0,020 | 0,029 | 0,028 |
| İleri Test)= | | | 1 > 2, 3 > 2 (p<0.05) | 3 > 1, 3 > 2 (p<0.05) | 1 > 2, 3 > 2 (p<0.05) | 3 > 2 (p<0.05) |

Araştırmaya katılan öğrencilerin yaşlarına göre sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek için Anova testi yapılmıştır. Test sonucunda duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma ve toplam sosyal medya bağımlılık düzeylerinde istatistiksel açıdan farklılıklar olduğu saptanmıştır. (p<0.05). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu incelemek için yapılan Scheffe testi sonucuna göre;

- 18-20 yaşında olanların duygu durum düzenleme ve çatışma puanları 21-23 yaşında olanlardan yüksek, tekrarlama puanları 24-26 yaşında olanlardan düşüktür.
- 24-26 yaşında olanların duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma ve toplam sosyal medya bağımlılık düzeyleri 21-23 yaşında olanlardan yüksektir.
- Öğrencilerin meşguliyet puan ortalamaları yaşlarına göre istatistiksel açıdan farklılık göstermemektedir (p>0.05).

6

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerindeki farklılaşmayı belirlemek için yapılan t testi sonuçları Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Farklılaşma Durumu

| Cinsiyet | n | Meşguliyet | Duygu Durum Düzenleme | Tekrarlama | Çatışma | Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam |
|----------|-----|---------------|-----------------------|--------------|---------------|---------------------------------|
| | | Ort±SS | Ort±SS | Ort±SS | Ort±SS | Ort±SS |
| Kız | 158 | 35,911±12,307 | 13,671±5,717 | 10,671±5,743 | 36,646±18,947 | 96,899±37,400 |
| Erkek | 116 | 34,241±14,172 | 14,172±6,520 | 11,828±6,714 | 43,328±23,102 | 103,569±47,327 |
| t= | | 1,040 | -0,676 | -1,533 | -2,627 | -1,302 |
| p= | | 0,310 | 0,508 | 0,136 | 0,011 | 0,210 |

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre çatışma puanları istatistiksel olarak farklılık göstermektedir (p<0.05). Kızların çatışma puanları (x=36,646), erkeklerin çatışma puanlarından (x=43,328) düşük bulunmuştur.

Araştırmaya katılan öğrencilerin meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, sosyal medya bağımlılığı toplam puanları ortalamaları cinsiyetlerine göre farklılık göstermemektedir(p>0.05).

Tablo 6'da öğrencilerin sınıflarına göre sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek için yapılan test sonuçları yer almaktadır.

Tablo 6. Öğrencilerin Sınıflarına Göre Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Farklılaşma Durumu

| Sınıf | n | Meşguliyet | Duygu Durum Düzenleme | Tekrarlama | Çatışma | Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam |
|-------------|-----|---------------|-----------------------|---------------|------------------------------|---------------------------------|
| | | <u>Ort±SS</u> | <u>Ort±SS</u> | <u>Ort±SS</u> | <u>Ort±SS</u> | <u>Ort±SS</u> |
| 1 | 36 | 34,389±15,839 | 14,167±7,149 | 11,056±7,464 | 44,778±27,206 | 104,389±54,113 |
| 2 | 54 | 33,296±13,005 | 13,963±6,152 | 10,259±5,773 | 38,111±20,887 | 95,630±41,505 |
| 3 | 58 | 35,552±13,662 | 14,138±6,449 | 12,310±6,358 | 45,897±22,152 | 107,897±46,090 |
| 4 | 126 | 36,095±12,118 | 13,651±5,555 | 11,048±5,872 | 35,587±17,509 | 96,381±35,589 |
| F= | | 0,631 | 0,124 | 1,068 | 4,221 | 1,326 |
| p= | | 0,596 | 0,946 | 0,363 | 0,006 | 0,266 |
| İleri Test= | | | | | 3 > 2, 1 > 4, 3 > 4 (p<0.05) | |

Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıflarına sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek için Anova testi yapılmıştır. Test sonucunda çatışma puanlarında istatistiksel açıdan farklılıklar olduğu saptanmıştır. (p<0.05). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu incelemek için yapılan Scheffe testi sonucuna göre; 3. sınıfta okuyan öğrencilerin çatışma puanlarının 2. ve 4. sınıfta okuyanlardan, 1. sınıfta okuyanlarında 4. sınıfta okuyanlardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Öğrencilerin meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, sosyal medya bağımlılığı toplam puan ortalamaları sınıflarına göre istatistiksel açıdan farklılık göstermemektedir (p>0.05). Tablo 7'de öğrencilerin ailelerinin aylık toplam gelirlerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek için yapılan test sonuçları yer almaktadır

Tablo 7. Öğrencilerin Ailelerinin Aylık Toplam Gelirlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Farklılaşma Durumu

| Aile Aylık Toplam Geliri | n | Meşguliyet | Duygu Durum Düzenleme | Tekrarlama | Çatışma | Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam |
|--------------------------|-----|---------------|-----------------------|---------------|---------------|---------------------------------|
| | | <u>Ort±SS</u> | <u>Ort±SS</u> | <u>Ort±SS</u> | <u>Ort±SS</u> | <u>Ort±SS</u> |
| 3000 TL ve altı | 58 | 37,448±13,850 | 14,414±5,903 | 12,000±6,999 | 40,828±20,960 | 104,690±42,907 |
| 3301-5300TL | 108 | 35,111±11,754 | 13,593±5,422 | 10,648±5,634 | 38,463±20,993 | 97,815±38,632 |
| 5301-7300 TL | 108 | 34,093±13,983 | 13,889±6,752 | 11,222±6,261 | 39,759±21,248 | 98,963±44,685 |
| F= | | 1,239 | 0,345 | 0,909 | 0,254 | 0,534 |
| p= | | 0,291 | 0,709 | 0,404 | 0,776 | 0,587 |

Araştırmaya katılan sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ailelerinin aylık toplam gelirlerine göre farklılaşmadığı belirlenmiştir (p>0.05).

Sonuç

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini incelemeye yönelik gerçekleştirilen araştırmaya 2017 yılında Kültür Üniversitesi İletişim Sanatları Fakültesi'nde eğitim gören 274 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri; meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama, çatışma ve bu boyutların toplamını ifade eden toplam sosyal medya bağımlılığı boyutlarında incelenmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda öğrencilerin tekrarlama, çatışma ve toplam sosyal medya bağımlılıklarının az düzeyde, meşguliyet ve duygu durum düzenleme boyutlarında orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tutgun-Ünal (2015) araştırmasında üniversite öğrencilerinin; sosyal medya bağımlılığı toplam, duygu durum düzenleme alt ölçeği ve tekrarlama

alt ölçeği puanlarına göre az bağımlı, meşguliyet alt ölçeği puanlarına göre orta seviyede bağımlı oldukları, çatışma alt ölçeği puanlarına göre ise öğrencilerin bağımlılıklarının olmadığı sonuçlarına ulaşmıştır. Araştırma sonuçları büyük oranda örtüşmekte, farklılığın ise örneklem farklılığından kaynaklandığı düşünülmektedir. Tutgun-Ünal (2015) araştırmasını 5 farklı üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirirken, bu araştırma sadece Kültür Üniversitesi İletişim Sanatları Fakültesi öğrencileri ile sınırlıdır.

Araştırmada öğrencilerin tanımlayıcı özelliklerine göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri sorgulanmıştır. Bu doğrultuda ele alınan ilk değişken olarak öğrencilerin yaşlarına göre meşguliyet boyutu dışında kalan sosyal medya bağımlılık boyutlarında farklılıklar saptanmıştır. Sosyal medya bağımlılığının en yüksek olduğu grup 24-26 yaş aralığındaki öğrencilerdir. Literatüre bakıldığında ise yaş grubunun yükselmesiyle birlikte bağımlılığın düştüğü görülmektedir (Wang vd.2015; Tutgun-Ünal ,2015).Araştırma sonuçlarının farklılaşmasının örneklem grubunun kişisel bilgisayar, internet erişimi, akıllı telefon vb. gibi daha farklı değişkenlerden kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre sadece çatışma boyutunda farklılaşma saptanmıştır. Kız öğrencilerin çatışma puanları erkek öğrencilerden düşük bulunmuştur. Tutgun-Ünal'ın (2015) araştırmasında da erkeklerin çatışma puanı bu araştırmanın sonuçlarını destekler nitelikte kızlardan daha yüksek bulunmuştur. Çatışma dışındaki diğer boyutlarda kız ve erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları benzer düzeydedir.

Öğrencilerin eğitim gördükleri sınıflara göre cinsiyette olduğu gibi sadece çatışma boyutunda farklılık saptanmıştır. En yüksek çatışma boyutunda bağımlılığa 3. sınıf öğrencileri sahiptir. Literatürde yapılan farklı araştırmalarda sınıf düzeyine göre öğrencilerin bağımlılık düzeylerinde farklılaşma olan araştırma sonuçlarına rastlanıldığı gibi (Hazar, 2011; Argın, 2013; Atalay, 2014), sınıf düzeyine göre bağımlılığın farklılaşmadığına dair sonuçlara da ulaşılmaktadır (Akdemir, 2013; Gürültü, 2016).

Araştırmada öğrencilerin ailelerinin aylık toplam gelir düzeylerine göre sosyal medya bağımlılıklarında farklılaşma olmadığı saptanmıştır. Diğer bir ifade ile farklı gelir düzeyindeki ailelerin çocukları benzer düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahiptir. Yapılan araştırmalarda da benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir (Argın, 2013; Çetinkaya, 2013; Gürültü, 2016).

Araştırmadan çıkan sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki öneriler getirilmiştir:

- Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya az düzeyde bağımlı oldukları saptanmıştır. Bu sonuç, şu an için tehlike arz etmemekle birlikte, sosyal medyaya olan ilginin artmasının gençlerin bağımlılık seviyesinin belirli aralıklarla izlenmesi gerektiğini göstermektedir.
- 24-26 yaş grubu öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yüksek olmasının nedenleri araştırılmalı ve öğrencilerin bu alana yönelik bağımlılıklarını azaltmak için ilgilerini farklı alanlara yönlendirecek çalışmalar yapılmalıdır.
- Erkek öğrencilerin ve 3. sınıf öğrencilerinin sosyal medya ortamında yaşadıkları çatışmanın yüksek olması, ilerde mesleki ve akademik yaşamlarını olumsuz etkileyebilir. Bunun önüne geçebilmek için erkek öğrencilere yönelik bu durumu azaltmaya yönelik kişisel gelişim seminerleri düzenlenebilir.
- Aynı üniversitenin farklı fakültelerinde araştırmanın benzerleri gerçekleştirilebilir. Araştırma sonuçları bu araştırma sonuçları ile karşılaştırılarak sosyal medya bağımlılığının öğrenim görülen fakülteye göre farklılaşıp farklılaşmadığı saptanabilir.

KAYNAKÇA

Akbulut, A. B. ve Yılmazel, G. (2012). Ergen yaş grubunda internet bağımlılığı düzeyinin belirlenmesi. 15. Ulusal Halk Sağlığı Kongresi (716). http://halksagligiokulu.org/anasayfa/components/com_booklibrary/ebooks/15.UHSK%20K%C4%B0TAP_14_10_12.pdf. Erişim: 01.03.2017.

Akdemir, T. N. (2013). İlköğretim öğrencilerinin facebook tutumları ile akademik erteleme davranışları ve akademik başarıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Argın, S. F. (2013). Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy örneği). Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Aslanyürek, M. , Gürdal, S.A., Dursun, S , Tunçel, E. , S., İzmirli Ayan, M. (2015). Sosyal medya gerçeği ve meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya algısının değerlendirilmesi, *Electronic Journal Of Vocational Colleges*, (Aralık): 1-8

Atalay, R. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki (Bahçelievler ilçesi örneği). Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Balç, Ş. ve Gölcü, A. (2013). Facebook addiction among university students in Turkey: Selçuk University example. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (34): 255-278.

Bostancı, M. (2010). Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Çelik, S. (2012). İlköğretim öğrencilerinin internet kullanım biçimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 3 (4): 1-20.

Çetinkaya, M. (2013). İlköğretim öğrencilerinde internet bağımlılığının incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Ellison, N.B., Steinfield, C., Lampe, C. (2007). The benefits of facebook "friends:." social capital and college students" use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 12 (4): 1143-1168.

Ergenç, A. (2011). Web 2.0 ve sanal sosyalleşme: Facebook örneği. Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Filiz, O., Erol, O., Dönmez, F.İ., Kurt, A.A. (2014). BÖTE bölümü öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(2): 17-28.

Gürültü, E. (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları Ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması iletişim. İletişim: Kuram ve Araştırma Dergisi, (32): 151-177.

<http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2016/> 06.03.2017.

İlhan, V. (2007). Gündelik hayatta e-yaşam: ihtiyaç-arzu çelişkisi çerçevesinde yeni iletişim teknolojileri bağımlılığı. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, 30, 59-78

Kang, I., Shin, M. M. & Park, C. (2013). Internet addiction as a manageable resource: A focus on social network services. *Online Information Review*, 37 (1): 28-41.

Koçak, N., G. (2012). Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir'de bir uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Korkmaz, İ. (2013). Facebook ve mahremiyet: Görmek ve gözetle(n)mek. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (5): 107-122

Lietsala, K., Sirkkunen, E., (2008). *Social media: introduction to the tools and processes of participatory economy*, Tampere University Press, Finland.

Mazman, S. G. (2009). Sosyal ağların benimsenme süreci ve eğitsel bağlamda kullanımı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Miller, D., Costa, E., Haynes, N., Mcdonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S., Wang, X., (2016). *How The World Changed Social Media*, London: UCL Press,

Özkaşıkçı, I. (2012). *Sosyal medya pazarlama (ma) yeni çağda sosyal medya kullanımı ve performans ölçümü*. İstanbul: Levent Print City.

Safran, C., (2010). *Social media in education*. Doktora Tezi. Graz University Of Technology Institute For Information Systems And Computer Media, Austria.

Seferoğlu, S. S. ve Yıldız, H. (2013). Dijital çağın çocukları: İlköğretim öğrencilerinin Facebook kullanımları ve internet bağımlılıkları üzerine bir araştırma. *İletişim ve Diplomasi*, (2): 31-48.

Subrahmanyam, K., Reich, S.M., Waechter, N., Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, s.420–433.

Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20 (5): 3348-3382.

Wu, Pi-Chu (2013). Addictive behavior in relation to the happy farm Facebook application. *Social Behavior and Personality*, 41(4): 539-554.