

Farklı Yaş Gruplarındaki Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı: Çeşitli Değişkenlere Göre Bir İncelenme

Social Media Addiction in Individuals in Different Age Groups: An Investigation According to Various Variables

Durmuş Ümmet¹, Ömer Batal², Ahmet Kaya³, Hilal Alkan⁴

Öz. Bu çalışmada farklı yaş grubundaki bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi amaç edinilmiştir. Bu ana amaç bağlamında, bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının özgüven düzeyi, yaş, cinsiyet ve medeni durumlarına değişip değişmediği incelenmiştir. Araştırmanın örneklem grubunu, farklı yaşlarda ve mesleklerde olan 110'u kadın, 194'ü erkek toplamda 304 kişiden oluşturmaktadır. Araştırma kapsamındaki bireylerin yaş ortalamaları 34.71'dir. Ayrıca 147'si bekar, 157'si ise evlidir. Araştırmanın amacına yönelik verilerin toplanmasında, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Özgüven Ölçeği kullanılmıştır. Bununla birlikte araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet, yaş ve medeni durumlarına yönelik bilgileri toplamak amacıyla, araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu da araştırma kapsamında kullanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular incelendiğinde; katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının özgüven düzeyleri, yaş ve medeni durumlarına göre değiştiği ancak cinsiyetlerine göre değişmediği belirlenmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular alanda yapılan diğer araştırmalar ve literatür çerçevesinde tartışılmış ve bazı öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler. Sosyal medya bağımlılığı, özgüven, yaş, medeni durum, cinsiyet

Abstract. The aim of this study was to investigate the social media addiction of individuals of different age groups according to various variables. In the context of this main purpose, it has been investigated whether the social media addiction of the individuals has changed on the level of self-confidence, age, gender and marital status. The sample group of the study consisted of a total of 304 people (110 females and 194 males) of different ages and professions. The mean age of the participants was 34.71. In addition, 147 are single and 157 are married. Social Media Addiction Scale and Self-Confidence Scale were used to collect data for the purpose of the study. In addition, the personal information form prepared by the researcher was used to collect information on the gender, age and marital status. According to the findings; it was determined that the social media addiction of the participants changed according to their self-confidence levels, age and marital status, but not according to their gender. The findings of the study were discussed in the framework of other studies and literature and some suggestions were made.

Keywords. Social media addiction, self-confidence, age, marital status, gender

¹Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. e-mail: dummet@marmara.edu.tr

²Psk.Danş., Özel Okul, İstanbul, Türkiye, e-mail: omerrbatal@gmail.com

³ Psk.Danş., Özel Okul, İstanbul, Türkiye, e-mail: kayaahmet27@outlook.com

⁴Uzm. Psk.Danş., Özel Okul, İstanbul, Türkiye, e-mail: alknhilal@hotmail.com

GİRİŞ

İnsan doğası gereği sosyal bir varlık olmakla birlikte diğer insanlarla iletişim kurma eğiliminde olduğu söylenebilir. Eski zamanlarda bu iletişim duman, güvercin veya yüz yüze yapılırken artık değişen ve gelişen teknolojik gelişmeler sonucu telefon, internet gibi kitle iletişim araçlarının sıklıkla kullanıldığı ifade edilebilir. Oldukça geniş kitleler tarafından kullanılan bu iletişim araçları bireyler açısından hem olumlu hem de olumsuz sonuçlara sebebiyet verebildiği söylenebilir. Çok hızlı bir şekilde bilgiye ulaşılması, sanal olarak resmi ve özel işlerin saniyeler içerisinde halledilebilmesi gibi olumlu özelliklerin yanında teknolojik bağımlılık, zararlı yazılımlar gibi çeşitli olumsuz özellikler de bulunabilmektedir. Günümüzde özellikle bireylerin kendilerini özgürce ifade edebildiği sosyal medya mecraları günlük rutini bozabilecek şekilde kontrolsüzce kullanılmakta ve artık bireylerin çeşitli sorunlarla karşılaşmalarına sebep olabilmektedir.

Bağımlılık kelimesine bakıldığında belli bir maddenin aşırı derecede kullanılması ve bırakılmama durumunun söz konusu olduğu görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı da temel olarak aynı olduğu söylenebilir. Bireyin sosyal medya hesaplarını çok sık kullanması, bu kullanımının kendisine ve iş/akademik hayatına zararlar verse bile bırakamaması durumu bizlere sosyal medya bağımlılığının habercisi olabilmektedir (Tutgun, 2015).

Sosyal medya bağımlılığıyla ilgili olduğu düşünülen altı unsur şöyle sıralanmaktadır (Şentürk, 2017).

1. Duygu durum Düzenleme: Bireyin sosyal medya kullanması sonucundaki kendine özgü deneyimlerine vurgu yapmaktadır. Bireyin yaşadığı aynı olayın farklı zamanlarda değişik şekillerde duygu uyandırmasıdır.
2. Belirginlik: Bir durumun bireyin yaşadığı en önemli etkinlik haline bürünmesi ve bireyin tüm duygu, düşünce ve hareketlerine hakim olmasıdır.
3. Tekrarlama: Sosyal medya kullanımını bırakmak amacıyla gereğinden fazla çaba göstermesi, bıraksa bile tekrar kullanmaya geçmesi durumudur.
4. Tolerans: Bireyin sosyal medya kullanarak elde ettiği olumlu duyguları tekrar elde etmek amacıyla sosyal medya kullanımını giderek arttırmasıdır.
5. Çatışma: Sosyal medya ile geçirilen zamanın giderek artması sonucu bireyin hem kendi içsel dünyasıyla hem de çevresiyle çatışma durumuna geçmesidir.
6. Çekilme Belirtileri: Sosyal medya sitelerinde paylaşım yapılmaması durumunda ortaya çıkan negatif duygulanımı ifade eder.

Özgüven, bireyin kendisini analiz etmesi ve kendisinden memnun olup olmaması durumunun sonucunda oluşan öznel bir yargıdır. Öz güven kavramı olumlu ya da olumsuz şekilde olabilir. Düşük ya da yüksek özgüven şeklinde de ortaya çıkabilir fakat sabit bir yapıda değildir. Elde edilen bu durum şartlara ve konma göre değişiklik gösterebilir. Kişinin düşük ya da yüksek bir öz güvene sahip olması o bireyin davranış ve duygularını çeşitli yollarla etkileyebilmektedir (Soner, 1995).

Özgüven kavramını Akın (2007), iç özgüven ve dış özgüven olmak üzere ikiye ayırmıştır. İç özgüveni, bireylerin kendine yönelik öz güvenleriyle ilişki durumu olarak açıklarken dış öz güveni ise bireylerin çevre ve sosyal yaşantılarına yönelik özgüvenleri olarak tanımlamaktadır. Özgüven kavramı bireylerin hemen hemen tüm gelişim özelliklerini etkilemektedir. Bu gelişim özelliklerinin başında mesleki, eğitsel, duygusal ve sosyal gelişim gelir. Hayata gelinen ilk yıllardan itibaren özgüven kavramının gerçekleşmesi ve geliştirilmesi adına destek olunmalıdır. Özgüven geliştirilir ve desteklenirse birey kendisini rahat bir şekilde ifade edebilir duruma gelir ve sosyal yönden sağlıklı ilişkiler gerçekleştirebilir (Başoğlu, 2007).

Yapılan bu açıklamalar ışığında, bireylerin sosyal medya bağımlılığında özgüven özelliklerinin etkili bir değişken olabileceği düşünülmüştür. Bu araştırmada farklı yaş

gurubundaki bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının öz güven düzeyleri yanında yaş, cinsiyet ve medeni durumlarına göre değişip değişmediğini incelemek amaç edinilmiştir.

YÖNTEM

Araştırma tarama modelinde yapılandırılmış olup nicel bir araştırmadır.

Araştırma Grubu

Araştırmanın örneklem grubunu, farklı yaşlarda ve mesleklerde olan 110'u kadın, 194'ü erkek toplamda 304 kişiden oluşturmaktadır. Araştırma kapsamındaki bireylerin yaş ortalamaları 34.71'dir. Ayrıca 147'si bekar, 157'si ise evlidir.

Veri Toplama Araçları

Kişisel Bilgi Formu. Bu form araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Katılımcıların cinsiyet, yaş ve medeni durumlarına dair sorular içermektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiş ve geçerlik güvenirlik çalışmaları yapılmıştır. Bu ölçek 18-60 yaş arasındaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda ölçekte beşli likert tipi ve 2 alt boyuta (sanal tolerans ve sanal iletişim) sahip 20 maddeden oluşan bir yapıya sahip olması gerektiği belirlenmiştir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 100 iken en düşük puan 20'dir. Ölçeğe göre puanın yüksek olması bireyin kendisini 'sosyal medya bağımlısı' olarak algıladığı biçiminde değerlendirilmektedir. Ölçeğin KMO testi değeri .956; Barlett testi değeri ise $\chi^2=15287,25$ olarak bulunmuştur. Ölçekteki 20 maddenin faktör ve toplam puana ilişkin bağımsız örneklem t testi değerlerinin -7,94 ile -15,13 arasında değiştiği gözlenmiştir. Ölçeğin geneli için t değeri ise -21,83; F1 (ST) alt boyutu için -21,63; F2 (Sİ) alt boyutu için -14,54 olarak belirlenmiştir. ($p>,001$). Tüm bu bulgulara göre ölçeğin sosyal medya bağımlılığı yüksek yetişkinler ile düşük yetişkinleri ayırt edebilmektedir. Bu özelliği ile ölçeğin iç geçerliğe sahip olduğu söylenebilir. Ölçeğin güvenirliğini ölçmek için 'Eş Yarılar Korelasyonu', 'Sperman Brown', 'Guttman Split-Half' ve 'Vronbach Alpha' gibi dört farklı teknik kullanılmıştır. 20 maddelik ölçek bu tekniklerden şu sonuçları almıştır: Eş Yarılar Korelasyonu'ndan .706, Sperman Brown'dan, .828, Guttman Split-Half'dan .825 ve Cronbach Alpha'dan .943,

Özgüven Ölçeği. Özgüven ölçeği. Akın (2007) tarafından geliştirilen bir ölçektir. Ölçekteki maddeler beşli likert sistemine göre oluşturulmuştur. '1' hiçbir zaman, '2' ara sıra, '3' sık sık, '4' genellikle, '5' ise her zaman olacak şekilde ifadeleri içermektedir. Ölçek 2 alt boyut (iç özgüven ve dış özgüven) ve 33 maddeden oluşmaktadır. Ters puanlama bulunmayan ölçekte alınan yüksek puan, yüksek düzeyde olan bir özgüveni işaret etmektedir. Ölçekten alınan toplam puan madde sayısına bölünerek, bireyin özgüven düzeyi hakkında fikir sahibi olunabilir. 2,5 puan altı düşük, 2,5-3,5 puan arası orta ve 3,5 puan ve üzeri ise yüksek düzeyde özgüveni göstermektedir. Ölçeğin yapı geçerliliği için 796 üniversite öğrencisinden veriler üzerinde açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Yapılan işlemler sonucunda faktör yükleri ,30'un altında olan 11 madde ölçekten çıkarılmıştır. 33 maddeden oluşan 2 faktörlü bir yapı ortaya konmuştur. İç özgüven altında toplanan 17 maddenin faktör yükleri .31 ile .74 arasında değişmekte olduğu ve toplam varyansın %26.4'ünü açıklamakta olduğu görülmüştür. Dış özgüven olarak adlandırılan maddelerin faktör yükleri ise .32 ile .75 arasında değişmekte olup varyansın %17.2'sini açıklamaktadır. Özgüven ölçeğinin güvenirlik katsayıları ölçeğin tamamı için .83 olarak bulunmuştur. Bu araştırmada, katılımcıların sadece toplam puanlarının ortalamaları üzerinden özgüven düzeyleri kategorilendirilmiştir. Alt boyutlar araştırmanın amacı bağlamında dikkate alınmamıştır.

İşlem

Ölçekler doldurulmaya başlanmadan önce katılımcılara sözel olarak bilgilendirme yapılmıştır. Ölçekler yaklaşık 15 dakikada doldurulmuştur. Veri toplama süreci ise yaklaşık 20 gün sürmüştür. Veri toplamada gönüllük ilkesine göre hareket edilmiştir. İstatistiksel analizler yapılmadan önce tüm veriler bilgisayar ortamında kodlanmıştır. Demografik özellikler gruplandırılmıştır. Daha sonra elde edilen veriler SPSS Statistics 22.00 programında analiz edilmiştir. Bazı değişkenler için Bağımsız Grup t Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yapılarak çeşitli bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır.

BULGULAR

Araştırmada elde edilen bulgular bu başlık altında tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 1. Özgüven Düzeyi İçin Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları

Puan	Özgüven	n	\bar{x}	SS	t Testi		
					Sd	t	P
Sosyal Medya	Orta	89	47,05	10,85	302	,351	,029
Bağımlılığı Toplam	Yüksek	215	46,47	13,98			
Sanal Tolerans	Orta	89	26,77	6,65	302	,170	,046
	Yüksek	215	26,60	8,23			
Sanal İletişim	Orta	89	20,28	5,56	302	,479	,007
	Yüksek	215	19,86	7,26			

Tablo 1 incelediğinde, araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya bağımlılığı toplam ve alt boyut puanlarının özgüven düzeylerine değişip değişmediğini belirlemek için yapılan bağımsız grup t testi sonuçlarına göre, katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının anlamlı düzeyde değiştiği görülmüştür ($P<,005$). Elde edilen bu bulguya göre, özgüveni orta düzeyde olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam ve sanal tolerans ile sanal iletişim alt boyut puanları özgüveni yüksek olanlara göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tablo 2. Yaş Değişkeni İçin Yapılan tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Puan	Yaş	N	\bar{x}	SS	Var. K.	KT	Sd	KO	F	P
Toplam	18-25 yaş	97	50,41	13,58	G.Arası	2260,21	2	1130,10		
Sosyal	26-35 yaş	153	45,51	13,47	G. İçi	49981,41	301	166,05	6,80	,001
Medya	35-65 yaş	54	43,07	9,37	Toplam	52241,63	303			
Bağımlılığı	Toplam	304	46,64	13,13						
Sanal	18-25 yaş	97	29,39	7,94	G.Arası	1197,05	2	598,52		
	26-35 yaş	152	25,84	7,79	G. İçi	17151,25	300	57,17	10,46	,000
Tolerans	36-65 yaş	54	24,03	6,01	Toplam	18348,30	302			
	Toplam	303	26,65	7,79						
Sanal	18-25 yaş	97	21,02	6,77	G.Arası	167,42	2	83,71		
	26-35 yaş	153	19,67	7,25	G. İçi	13853,54	301	46,02	1,81	,164
İletişim	36-65 yaş	54	19,03	5,23	Toplam	14020,97	303			
	Toplam	304	19,99	6,80						

Tablo 2 ele alındığında, katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam ve alt boyut puanlarının yaşlarına göre değişip değişmediğini belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre, katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam ve sanal tolerans alt boyut puanlarının anlamlı düzeyde değiştiği görülmüştür. Elde edilen farklılığın kaynağını görebilmek için yapılan tamamlayıcı scheffe testi sonuçlarına göre, 18-25 yaş arasındaki genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarının hem 25-35 yaş aralığındaki genç yetişkinlerden hem de 36-65 yaş arasındaki yetişkin bireylerden anlamlı düzeyde daha

yüksek olduğu görülmüştür ($P<,050$). Benzer şekilde, sanal tolerans alt boyutu için yapılan tamamlayıcı post-hoc test sonucunda da 18-25 yaş arasındaki genç yetişkinlerin sanal tolerans alt boyut puan ortalamalarının hem 25-35 yaş aralığındaki genç yetişkinlerden hem de 36-65 yaş arasındaki yetişkin bireylerden anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($P<,050$). Ancak 25-35 yaş aralığındaki genç yetişkinler ile 36-65 yaş arasındaki yetişkin bireylerin puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olmadığı belirlenmiştir. Son olarak yapılan analiz sonuçlarına göre, katılımcıların sanal iletişim alt boyut puan ortalamalarının yaşlarına göre anlamlı düzeyde bir değişim göstermediği belirlenmiştir ($P>0,050$).

Tablo 3. Medeni Durum Değişkeni İçin Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları

Puan	Medeni Durum	n	\bar{x}	SS	t Testi		
					Sd	t	P
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Bekâr	147	48,91	13,88	302	2,958	,003
	Evli	157	44,51	12,04			
Sanal Tolerans	Bekâr	147	27,97	7,97	302	2,887	,004
	Evli	157	25,41	7,43			
Sanal İletişim	Bekâr	147	20,94	7,25	302	2,388	,018
	Evli	157	19,09	6,24			

Tablo 3'e göre, araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya bağımlılığı toplam ve alt boyut puanlarının medeni durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını görebilmek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonuçlarına göre, katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının anlamlı düzeyde değiştiği görülmüştür ($P<,005$). Ulaşılan bu bulguya göre, bekâr olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam ve sanal tolerans ile sanal iletişim alt boyut puanları evli olanlara göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tablo 4. Cinsiyet Değişkeni İçin Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları

Puan	Cinsiyet	n	\bar{x}	SS	t Testi		
					Sd	t	P
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	Kadın	110	48,80	14,08	302	2,177	,123
	Erkek	194	45,41	12,42			
Sanal Tolerans	Kadın	110	28,42	8,50	302	2,994	,056
	Erkek	194	25,66	7,20			
Sanal İletişim	Kadın	110	20,40	6,99	302	,808	,458
	Erkek	194	19,75	6,70			

Tablo 4 incelendiğinde, araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya bağımlılığı toplam ve alt boyut puanlarının cinsiyetlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını görebilmek için yapılan bağımsız grup t testi sonuçlarına göre, katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyetlerine göre değişmediği belirlenmiştir ($P>,005$).

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bulguları incelendiğinde, araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya bağımlılığı toplam ve alt boyut puanlarının özgüven düzeylerine göre anlamlı düzeyde değiştiği görülmüştür. Bu sonuca göre, özgüveni orta düzeyde olan kişilerin sosyal medya bağımlılığı toplam ve sanal tolerans ile sanal iletişim alt boyut puanları özgüveni yüksek olanlara göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. İnternet kullanımının ve buna bağlı sosyal medya içinde aktif olmanın görece olumlu etkileri içerisinde çocuklarda, ergenlerde hatta özgüveni düşük

bireylerde bile özgüven artışı sağlaması ve bireylerin kimlik duygularının gelişimine katkıda bulunması gösterilebilir. Çünkü öz güveni düşük bireyler sanal bir ortamda kendilerini daha iyi bir şekilde ifade edebilmekte ve daha güvenli bir ortamda hissetmektedirler (Siyez ve Baş, 2013). Özgüven ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkileri inceleyen bir araştırmaya alan yazında rastlanmamakla beraber, özgüvenle ilişkili olabilecek bazı değişkenlerin ele alındığı araştırmalar görülmüştür. Örneğin, Söner ve Yılmaz (2018) araştırmalarında sosyal medya bağımlılığı ile iyi oluş arasında negatif bir ilişki olduğunu bildirirken Balcı ve Baloğlu (2018) sosyal medya bağımlılığı ve şiddetli depresyon arasında güçlü pozitif ilişkilere dikkat çekmektedirler. Bu bulgular bir arada değerlendirildiğinde, sosyal medya bağımlılığının özgüven sorunu yaşayan bireylerde daha yaygın görülmesinin beklendiği bir bulgu olabileceği ileri sürülebilir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu olarak; katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam ve sanal tolerans alt boyut puanlarının yaşlarına göre anlamlı düzeyde değiştiği görülmüştür. Elde edilen farklılık incelendiğinde; 18-25 yaş arasındaki genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarının hem 25-35 yaş aralığındaki genç yetişkinlerden hem de 36-65 yaş arasındaki yetişkin bireylerden anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür. Benzer şekilde, sanal tolerans alt boyutu için yapılan tamamlayıcı post-hoc test sonucunda da 18-25 yaş arasındaki genç yetişkinlerin sanal tolerans alt boyut puan ortalamalarının hem 25-35 yaş aralığındaki genç yetişkinlerden hem de 36-65 yaş arasındaki yetişkin bireylerden anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu alan literatürü ile uyum göstermektedir. Ergenlik ve devam eden genç yetişkinlik dönemindeki bireylerin daha çok sosyal medya kullandıkları ve bu bağlamda bağımlılıkla ilgili sorunları daha çok deneyimledikleri ileri sürülmektedir (Lemmens ve Valkenburg, 2009; Valkenburg, 2011; Young, Yue ve Ying, 2011;)

Araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya bağımlılığı toplam ve alt boyut puanlarının medeni durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını görebilmek amacıyla yapılan analiz sonuçlarına göre, katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının anlamlı düzeyde değiştiği görülmüştür. Ulaşılan bu bulguya göre, bekâr olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam ve sanal tolerans ile sanal iletişim alt boyut puanları evli olanlara göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Alan yazında medeni durum ile sosyal medya bağımlılığını ele alan yeterli araştırmaya ulaşılamamıştır. Ancak Şafak ve Kahraman'ın (2019) yaptıkları araştırmalarında katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının medeni durumlarına göre istatistiksel olarak değişmediği ancak bekâr katılımcıların bağımlılık puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgunun elde edilmesinde, bekar bireylerin sosyal medya kullanımında karşı cins ile sosyal etkileşime geçme çabalarının daha fazla olmasının etkili olabileceği düşünülmektedir.

Son olarak; araştırmaya katılan bireylerin sosyal medya bağımlılığı toplam ve alt boyut puanlarının cinsiyetlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını görebilmek için yapılan analiz sonuçlarına göre, katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyetlerine göre değişmediği belirlenmiştir. Benzer bir çalışma olarak, Baz (2018) üniversite öğrencileri ile yaptığı çalışmada da öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyetlerine göre değişmediğini bulmuştur. Yine Çiftçi (2018) yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarının öğrencilerin cinsiyetlerine göre farklılaşmadığını bildirmektedir. Silkü-Bilgiler (2018) Ege üniversitesi örneklemini ile yaptığı araştırmasında, üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı kontrol kabı, sosyal ilişki ile online kalma alt boyut puanlarının cinsiyetlerine göre değişmediğini bildirmektedir. Tüm bu çalışmaların bulguları mevcut araştırmanın bulgularını destekler niteliktedir. Bu bağlamda, bireylerin sosyal medya bağımlılıklarında cinsiyetten ziyade başka değişkenlerin etkili olduğu anlaşılmaktadır. Toplumsal gözlemler çerçevesinde de, sosyal medya kullanımı oranları bakımından da cinsiyete dair bariz fark gözlenmemektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular çerçevesinde bazı öneriler getirilebilir. Öncelikle araştırma bulguları bireylerin sosyal medya bağımlılıklarında özgüvenin belirleyici bir

değişken olduğuna işaret etmektedir. Bu çerçevede okullarda psikolojik danışmanlık ve rehberlik hizmetleri kapsamında özgüveni artırmaya yönelik psiko-eğitim programlarının uygulanmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Öte yandan sosyal medya bağımlılığının ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki bireylerde daha fazla olduğu görülmektedir. Bu anlamda bu bireylerin bağımlılıklarının altındaki nedenlerin incelenmesi ve buna göre müdahale programlarının hazırlanmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bu araştırmada katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarında medeni durumun anlamlı bir değişken olduğu ancak cinsiyetin anlamlı fark yaratan bir değişken olmadığı görülmüştür. Konuyla ilgili farklı değişkenleri de ele alan farklı çalışmaların yapılmasının alan yazını zenginleştireceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akın, A. (2007). Özgüven Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Psikometrik Özellikleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 165-175.
- Balcı, Ş. ve Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 209-234.
- Başoğlu, S. (2007). *Smav kaygısı ile özgüven arasındaki ilişkinin erenlik döneminde incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Baz, F. Ç. (2014). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine çalışma*, OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 9 (16), 276-295.
- Çiftçi, H. (2018). *Üniversite Öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı*. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (4), 417-434.
- Valkenburg P. M. ve Peter J. (2011). Online communication among adolescents: an integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *J Adolesc Health*, 48:121-127.
- Lemmens J. S., Valkenburg P. M., Peter, J. (2009). Development and validation of a game addiction Scale for adolescents. *Media Psychology*, 12:77-95.
- Silkü-Bilgiler, H. A. (2018). Sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Ege Üniversitesi örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 351-369.
- Siyez D. M. ve Uz-Baş, A. (2013). *İnternet Bağımlılığı ve Psikososyal Faktörler*, s.115-150, (Ed.) Kalkan M. ve Kaygusuz, C., *İnternet Bağımlılığı Sorunlar ve Çözümler*, Anı Yayıncılık: Ankara.
- Soner, O. (1995). *Aile uyumu, öğrenci özgüveni ve akademik başarı arasındaki ilişkiler* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Söner, O. ve Yılmaz, O. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13),61-76.
- Şafak, B. ve Kahraman, S. (2019). Sosyal medya kullanımının yalnızlık ve narsistik kişilik özelliği belirtileri ile ilgili ilişkinin incelenmesi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 6(2), 54-69.
- Şentürk,E. (2017). *Sosyal medya bağımlılığının, depresyon, anksiyete bozukluğu, karışık anksiyete ve depresif bozukluk hastaları ile kontrol grubu arasında karşılaştırılması ve kullanıcıların kişilik özellikleriyle ilişkisinin araştırılması* (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi). Gazi Üniversitesi, Psikiyatri Anabilim Dalı, Ankara.
- Tutgun. A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi).Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Young KS, Yue XD, Ying L. Prevalence Estimates and Etiologic Models of Internet Addiction. In Young KS, de Abreu CN (Editors.) *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2011; 19-31.