

PAPER DETAILS

TITLE: Azerbaycan'daki Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımliliklerinin Çeşitli
Degiskenlere Göre İncelenmesi

AUTHORS: Aydan Malikova,Cengiz Sahin

PAGES: 123-139

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3538447>



The Examination of Social Media Addiction among University Students in Azerbaijan According to Various Variables*

Aydan Malikova¹, Cengiz Şahin²

¹Baku State University, Faculty of Social Sciences and Psychology, Department of Psychology, Baku, Azerbaijan

²Hacı Bayram Veli University, Faculty of Literature, Department of Psychology, Ankara, Türkiye

ABSTRACT

The purpose of the study is to examine social media addiction among university students in Azerbaijan according to variables such as gender, age, field of study, frequency of social media usage, duration of social media usage, parents' educational level, and perceived income level. The research was conducted in a survey model, and the study group of the research consisted of 566 university students. The data of the research were collected using the "Personal Information Form" and the "Social Media Addiction Scale". After determining that the data obtained from the measurement tools used in the research showed a normal distribution, t-tests, and ANOVA was used in the analysis. As a result of the research, it was found that the levels of social media addiction of students vary according to gender, age, field of study, and frequency of social media usage, but they do not vary according to the educational level of parents, perceived income level, and the duration of social media usage. The results were deliberated in alignment with the literature, and recommendations were put forth researchers.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 15.11.2023

Received in revised form: 01.12.2023

Accepted: 09.12.2023

Available online: 15.12.2023

Article Type: Research Article

Keywords: Azerbaijan, social media addiction, university student

© 2023 JIETP All rights reserved



Extended Summary

1. Introduction

Addiction, defined as a brain disorder (Tivi, 2022), is a condition in which an individual loses control over a substance or behavior (Ögel, 2018), causing various social and personal problems and persisting despite attempts to avoid it (Marlatt vd., 1988). The concept of addiction is categorized into substance addiction and behavioral addiction (Şahin, 2020). Technology addiction, considered a subset of behavioral addiction (Marks, 1990), refers to uncontrolled internet use (Kuss & Griffiths, 2011), encompassing social media addiction as part of the concept (Skierkowski & Wood, 2012). Consequently, social media addiction is identified as a behavioral addiction (Hoeg, 2019). The use of social media applications provides individuals with various opportunities such as communication, interaction, information sharing, new career prospects, and business networks (Akram & Kumar, 2017). Alongside these opportunities, individuals with social media addiction meet general addiction criteria, including neglecting personal life, using social media applications as an escape, and concealing addictive behavior (Karaikos et al., 2010; Hazar, 2011; Andreassen, 2015; Şahin, 2020). It is indicated that university

* This paper is the full text of the presentation submitted to the 21st International Congress of Turkish World Social Sciences, derived from the Master's thesis prepared in the Department of Clinical Psychology at Ankara Hacı Bayram Veli University Graduate School of Education, Psychology Department

¹ Corresponding author's address: Baku State University, Faculty of Social Sciences and Psychology, Department of Psychology, Baku, Azerbaijan

Telephone: 994516621587

e-mail: aydanmalikova1997@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.47157/jietp.1391027>

students have a higher rate of social media use compared to other age groups (Oberlo, 2022; We are social, 2023), and important risk factors exist for university students (Erdem, 2022). While literature review reveals studies examining the relationship between age, gender, income level, parental education, and social media addiction among university students globally and in Turkey (Blackwell et al., 2017; Teyfur et al., 2017; Andreassen et al., 2017), no studies on social media addiction in the Azerbaijani literature have been found. Given the reasons stated above, the focus of this study is determined to be the examination of social media addiction among university students in Azerbaijan according to various variables.

2. Method

The research is structured based on the quantitative research method known as the general survey model. The general survey model involves arrangements based on the entire population or a sample to develop an understanding of the dataset. In the study, both the general survey model and the relational survey are employed. The research model, determining the presence and degree of variation between two or more variables, is defined as a relational survey pattern (Karasar, 2023). The study group consists of university students receiving education in Azerbaijan. A total of 566 university students, consisting of 252 females and 314 males, participated in the research. An appropriate sampling method is utilized in the study. The appropriate sampling method used for the study group is a method that adds efficiency to the study and takes into account the willingness and suitability of the participants (Creswell, 2017). The data of the research were collected using the "Personal Information Form" and the "Social Media Addiction Scale". After determining that the data obtained from the measurement tools used in the research showed a normal distribution, t-tests, and ANOVA was used in the analysis. The results were deliberated in alignment with the literature, and recommendations were put forth by researchers.

3. Findings

It is observed that the levels of social media addiction among female students participating in the study are higher than those of male students. In the research, it was determined that the levels of social media addiction among participants aged 18 are higher than those aged 21 and above. When the social media addiction levels of the participants are examined based on variables such as the educational level of parents, perceived income status, and the duration of social media usage, statistically significant differences were not found. The average scores of university students' social media addiction varied significantly based on the variable of the frequency of social media usage, and this difference was observed across all groups.

4. Discussion and Conclusions

It was found that women's social media addiction scores were higher than men's, and there was a significant difference according to the gender variable. In the literature, there are studies supporting (Çakır, 2021; Polat, 2022) and opposing (Balta and Horzum, 2008; Aktan, 2018) this research. In the examination based on age groups, it was observed that the 18 age group had a higher social media addiction score, and there was a significant difference between the age group of 18 and 21 years and above. There are results supporting (Andreassen, 2015) and opposing (Karaçor, 2018; Çiftçi, 2018; Doğan, 2021; Düzgün, 2022) this study. The social media addiction scores of students did not show a statistically significant difference based on the education level of parents. The literature review indicates both supporting (Gürültü, 2016; Erdem, 2022) and opposing (Coşar and Gedik, 2021) studies. When the perceived income status was examined in the research, no statistically significant difference was found. The literature review shows supporting (Teyfur et al., 2017) and opposing (Coşar and Gedik, 2021) studies. Social media addiction levels did not show a statistically significant difference based on how long individuals have been using social media. The results of the study are supported by (Söker, 2022) and opposed by (Balcı and Gölçü, 2013; Aktan, 2018; Başbayram, 2021; Coşar and Gedik, 2021) in the literature. The average social media addiction scores of the participants showed a statistically significant difference according to the variable of social media usage frequency, and this difference was observed

among all groups. A review of the literature reveals both supporting (Çiftçi, 2018; Özdemir, 2019; Balcı et al., 2019; Yıldız and Koçak, 2020; Polat, 2022) and opposing (Çakır, 2021; Coşar and Gedik, 2021) studies regarding the findings of the research.

Participants in the study were limited to university students aged between 18 and 26, who are studying in Azerbaijan. Therefore, research can also be conducted in different age groups. Various aspects of university students' social media addiction levels can be investigated in terms of variables other than those addressed in this research. For students with high social media addiction, educational sessions regarding social media addiction can be offered to parents, and psychoeducation can be developed. Diverse qualitative research can be conducted concerning the duration and frequency of social media usage. Various academic activities can be undertaken regarding social media addiction.

Azerbaycan'daki Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi

Aydan Malikova¹ , Cengiz Şahin² 

¹Bakü Devlet Üniversitesi, Sosyal Bilimler ve Psikoloji Fakültesi, Psikoloji Bölümü, Bakü, Azerbaycan

²Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, Ankara, Türkiye

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, Azerbaycan'daki üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının cinsiyet, yaş, sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medyayı kullanım süresi, anne ve babanın eğitim düzeyi ve algılanan gelir düzeyi değişkenlerine göre incelenmesidir. Araştırma, tarama modelinde yürütülmüştür. Araştırma grubunu 566 üniversite öğrencisi oluşturmuştur. Araştırmanın verileri araştırmacı tarafından geliştirilen "Kişisel Bilgi Formu" ve "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği" ile toplanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçme araçlarından elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği belirlendikten sonra analizlerde t testi, ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet, 18 yaş ile 21 yaş ve üstü ve sosyal medya kullanım sıklığı değişkenlerine göre farklılık gösterirken anne ve babanın eğitim düzeyine, algılanan gelir düzeyine ve sosyal medyayı kullanım süresine göre ise farklılık göstermediği saptanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular alanyazın ışığında tartışılmış ve öneriler sunulmuştur.

MAKALE BİLGİ

Makale Tarihçesi:

Alındı: 15.11.2023

Düzeltilmiş hali alındı: 01.12.2023

Kabul edildi: 09.12.2023

Çevrimiçi yayımlandı: 15.12.2023

Makale Türü: Research Article

Anahtar Kelimeler: Azerbaijan, social media addiction, university student

© 2023 JIETP Tüm hakları saklıdır



1. Giriş

Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler her yaş grubundaki insan üzerinde önemli değişimleri beraberinde getirdiğini söyleyebiliriz. Sanayi devrimi sonrası geliştirilen yeni teknolojiler, insanların hayat biçiminin değişmesine yol açmıştır. Meydana gelen yeni toplumsal yapı, sanayi toplumu olarak adlandırılmaktadır. Sanayi devriminin son aşaması ise teknoloji aracılığı ile bilgi toplumunun oluşmasıdır. Teknolojinin, bilgisayarın ve özellikle internetin keşfedilmesi ve gelişmesi insan hayatının odak noktası haline gelmiştir (Malikova, 2023).

Teknolojinin gelişimine kronolojik olarak bakıldığında; 19. yüzyılın başlarında telgraf ve sonlarında telefonun icadı, 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında radyonun icadı, 1920'li yıllarda televizyonun icadı, 1980'li yıllar kişisel bilgisayarların icadı, 1990'lı yıllar internet, e-posta ve www, 1990 ve sonları dijital alış-verişin ön plana çıktığı görülmektedir. 1920'li geldiğimizde ise, internet teknolojisinin gelişimiyle birlikte web 2.0 teknolojileri geliştirilmiş, bununla birlikte ve iletişim çağında olmamızın bir gereği olarak, hızlı ve etkin iletişimi sağlayan, bilgi ve veri paylaşımı için kullanılan ve insanların iletişim ihtiyacını giderdiği sosyal paylaşım ağları ortaya çıkmıştır (Şahin, 2020). Web 2.0 teknolojisiyle çok kullanıcı oyunlar, sosyal ağlar, mesajlaşma ve anlık ileti paylaşımı, twitter, facebook, instagram gibi internet uygulamalarının kullanılmaya başlanması ile sosyal medyanın insan hayatının en temel iletişim kurma yollarından biri haline geldiğini söylenebilir.

Günümüzde gelişen teknoloji ile iletişim denildiğinde akla ilk sosyal medya uygulamaları ile kurulan sanal iletişim gelmektedir. Sosyal medya, içeriğin bölüşüldüğü, tartışıldığı, etkileşimi yüksek mobil ve web tabanlı teknoloji platformudur (Kietzman vd., 2011). Sosyal medya uygulamaları aracılığı ile insanlar dünyada olan biten olaylarla ilişkili bilgilere ulaşmakta, çeşitli felaketlerle ilgili duygularını ve düşüncelerini paylaşmakta, hatta insani yardımların yapılmasına da katkı sağlamaktadır. Artık teknolojideki gelişmeler sosyal medya kullanımını insanlar arası iletişiminin önemli bir parçası haline getirdiği görülmektedir.

We Are Social Dijital Raporuna göre, 2023'ün başında dünya nüfusu 8.05 milyara ulaşmıştır. Temmuz 2023 verilerine göre dünyada toplam 5.56 milyar (%69.1) insan cep telefonu kullanmaktadır.

Dünyada 5.19 milyar (%64.5) insan internet kullanmaktadır. Ayrıca veriler dünya genelinde internet kullanıcı sayısının son 12 ayda %1.9 arttığını göstermektedir. Rapora göre dünya çapında 4.88 milyar (%60.6) insan sosyal medya kullandığı belirlenmiştir (We Are Social, 2023a). Yine aynı rapora göre, Azerbaycan nüfusu Ocak 2023 yılı itibarıyla yaklaşık 10.39 milyon kişiden oluştuğu görülmektedir. Toplam nüfusun %50.7'si kadın ve %49.3'ü erkekten oluşmaktadır. Ocak 2023'te internet kullanıcı sayısı 8.93 milyon (%86.0), sosyal medya kullanıcı sayısı ise 4.15 milyon (%46.5)'a ulaşmıştır. Bu oran kadınlarda %37.3 ve erkeklerde %62.7 olarak belirlenmiştir (We Are Social, 2023b). Görüldüğü gibi hem Dünya'da hem de Azerbaycan'da sosyal medya kullanımında yıldan yıla artış olduğu gözlenmektedir.

Sosyal medyanın bilgiye kolaylıkla ulaşabilme, bilgi içerikleri üretme ve paylaşma, çeşitli gruplara üye olma ve etkinliklere katılabilme, mesleki bilgilerini geliştirici uygulamaları gözlemleme, her türlü görüşü özgürce açıklayabilme, mesleki kariyer gruplarına üye olabilme, iş arama, sağlık ve eğitim gibi konularda çeşitli kişisel bilgiler paylaşma ve edinebilme, arkadaşları ya da tanıdıklarıyla çevrimiçi buluşabilme gibi çeşitli birçok nedenlere bağlı olarak günümüzde çocukluklarının ilk döneminden başlayarak her yaş grubundaki insanlar tarafından çeşitli nedenlerle yaygın kullanılmaktadır (Barkhuus ve Tashiro, 2010; Lazakidou, 2012; Papp vd., 2012; Sponcil ve Gitimu, 2013; Fox ve Warber, 2013; Şahin, 2020; Aichner vd., 2021; Zhang vd., 2022).

Sosyal medyanın amaçlı kullanım başta olmak üzere sınırlı, sorumlu, sağlıklı, güvenli, aktif, işlevsel, faydalı, bilinçli, yasal ve bilgili kullanımının çağımızda büyük sorunlar oluşturmayacağı söylenebilir. Bununla birlikte sosyal medya uygulamalarının bilinçsiz, uzun saatler, aşırı kullanımı bireyin hayatının iş, sosyal veya kişisel alanlarına olumsuz etkileri olduğu (Griffiths vd., 2016) ve çeşitli psikolojik problemleri de beraberinde getirdiği (Akram ve Kumar, 2017; Dalamba, 2022) ve bu durumun bağımlılık olarak değerlendirilebileceğine yönelik araştırmalar bulunmaktadır.

Aşırı ve kontrolsüz internet kullanım davranışını tanımlamak için kullanılan internet bağımlılığı, sosyal medya uygulamalarının internet üzerinden erişildiğinden dolayı sosyal medya bağımlılığı olarak da kullanılmaktadır (Goldberg, 1999; Griffiths, 2000; Young, 1996). Bağımlılık, kişisel ve sosyal sorunları artıran, kontrol kaybına neden olan, bilinçli olarak kaçınma girişimlerine rağmen ortaya çıkmaya devam eden durumdur (Marlatt vd., 1988).

Yapılan araştırmalar sosyal medya uygulamasını en çok kullananların 20-29 yaş aralığı ile üniversite öğrencileri olduğunu göstermektedir (Oberlo, 2022; We are social, 2023). Üniversite öğrencileri arasındaki rekabet, gündelik hayatın getirdiği sorumluluklar, teknolojinin hızlı gelişimi ve bu değişime ayak uydurmaya çalışma, ülkede ve dünyada olanlarla ilgili gelişmeleri takip etme çabası, ekonomik, psikolojik problemler veya fiziksel sorunlar onları gerçek dünyadan sanal dünyaya itmektedir ve bu durumun sonucunda sosyal ilişkileri bozulan, sosyal medyaya bağımlı bireyler ortaya çıkmaktadır (Kırık, 2013).

Amerikan Çevrimiçi Bağımlılık Merkezi sosyal medya bağımlılığını, sosyal medya ile aşırı ilgili olmak, uygulamalara kontrol edilemeyen girme davranışı ve yaşam alanını bozacak kadar fazla zaman ve efor harcama olarak tanımlanan davranışsal bir bağımlılık olarak tanımlamaktadır (Hilliard, 2023). Araştırmacılar sosyal bağımlılığın tanı kriterleri konusunda ortak bir karara varamamışlardır. Konuyla ilgili araştırmacılar tarafından farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının henüz standart bir tanı kriterleri olmamakla birlikte en temel belirtileri; zihnin etkinliklerle meşgul olması, yoksunluk, tolerans, kontrol kaybı, ilgi kaybı, zaman kaybı, çatışma, duygudurum değişikliği, başarısızlık, tekrarlanabilme olarak ifade edilebilir (Şahin, 2020).

Literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı için önemli risk faktörlerinin olduğu bildirilmektedir. Bunlar arasında üniversite öğrencileri için öne çıkanlar ise kullanıcıların yaşı (Blackwell vd., 2017; Andreassen vd., 2017; Şeker, 2018; Malikova, 2023), cinsiyeti (İnce ve Koçak, 2017; İlğaz, 2018; Pilar vd., 2019; Çakır, 2021; Malikova, 2023), annenin ve babanın eğitim düzeyi (Gürültü, 2016; Çelebi ve Özkul, 2020; Erdem, 2022; Malikova, 2023), algılanan gelir düzeyi (Teyfur, vd, 2017; Duygun, 2018; Baş ve Diktaş, 2020; Atlı vd., 2021; Karaytu, 2023), sosyal medya kullanım süresi (Aktan,

2018; Başbayram, 2021; Karaytu, 2023), sosyal medyayı kullanım sıklığı (Çiftçi, 2018; Ekşi vd., 2019; Yıldız ve Koçak, 2020; Dikmen, 2021) sayılabilir.

Yukarıda yapılan değerlendirmelerden de anlaşılacağı üzere, üniversite dönemi öğrencilerin gelecek yaşamları için kendilerini mesleki, sosyal ve aynı zamanda kişisel olarak geliştirebilmek adına sosyal medyayı sıkça kullandıkları bir dönemdir. İnsanların sosyal medyada aşırı ve kontrolsüz zaman geçirmeleri ve her şeyden hızlıca bilgilenme ve anında haberdar olma istekleri zaman kaybı, kontrol kaybı ve iletişim kaybına neden olabilmekte, bu durum kişide bireysel, psikolojik, ekonomik, sosyal, ailevi, iş ve arkadaş ilişkilerinde zorlanmalara neden olabilmekte ve böylece psikolojik temelli davranışları ortaya çıkabilmektedir (Şahin, 2020). Bu sorunlu davranışlar sosyal medya bağımlılığı çerçevesinde olarak açıklanabilmektedir.

Sonuç olarak sosyal medya, kullanıcılarına dünya çapında sağladığı birçok imkanlarla her geçen gün daha fazla sayıda kişiye ulaşmaktadır. Bu nedenle insan hayatının olmazsa olmaz bir parçası haline geldiği, ancak birçok psikolojik sorunu da beraberinde getirdiği herkesçe kabul edilen bir gerçektir. Alanyazın incelendiğinde son yıllarda davranışsal bağımlılıklar içerisinde ele alınan teknoloji bağımlılığı, internet bağımlılığı, dijital telefon bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı gibi kavramlarla ilişkili değişkenleri inceleyen araştırma sayısında artış meydana geldiği görülse de Azerbaycan'da sosyal medya bağımlılığı konusunda yapılan araştırmalara rastlanılmamıştır. Bu bakımdan bu araştırmanın konusu Azerbaycan'daki üniversite öğrencilerin çeşitli değişkenlere göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri incelenmiştir. Yapılan bu araştırma ile alanyazına önemli katkı sağlayacağı beklenmektedir.

Araştırmanın genel amacı, Azerbaycan'da üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesidir. Bu genel amaç çerçevesinde aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri öğrencinin;

1. Cinsiyetine,
2. Yaşına,
3. Anne ve babanın eğitim düzeyine,
4. Ailenin algılanan gelir durumuna,
5. Sosyal medyayı ne kadar zamandır kullandığına,
6. Sosyal medyayı kullanım sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modelini nicel araştırma yöntemlerinden biri olan genel tarama modeli oluşturmaktadır. Genel tarama modeli, veri kümesi içinde bir anlayış geliştirmek için tüm evrene ya da örnekleme dayalı olan tarama düzenlemeleridir. Araştırmada genel tarama modeli ile ilişkisel tarama yapılmıştır. İki ve daha fazla değişkenlerin arasında değişim varlığını ve derecesini belirleyen araştırmanın modeli ilişkisel tarama deseni olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 2023).

2.2. Araştırma Grubu

Araştırma grubu 2023 yılı ilk üç ay içerisinde Azerbaycan'da Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan Teknik Üniversitesi, Azerbaycan Tıp Üniversitesi'nde öğrenim gören 566 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırmada uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma grubu için kullanılan uygun örnekleme yöntemi araştırmaya hız katan ve katılımcının istekliliğinin, uygunluğunun dikkate alındığı bir yöntemdir (Creswell, 2017). Araştırmacının Bakü'de üniversitede öğretim görevlisi olarak çalışıyor olması ve araştırma grubunu oluşturan gönüllü öğrencilere hızlı bir şekilde ulaşabiliyor olmasından tercih edilmiştir.

Araştırma grubunu oluşturan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Değişkenler	Grup	f	%
Cinsiyet	Kadın	252	44.5
	Erkek	314	55.5
Yaş	18 yaş	216	38.2
	19 yaş	106	18.7
	20 yaş	100	17.7
	21 yaş ve üstü	144	25.4
Sınıf	1. sınıf	166	29.3
	2. sınıf	156	27.6
	3. sınıf	123	21.7
	4. sınıf ve üstü	121	21.4
Öğrenim Görülen Üniversite	Bakü Devlet Üniversitesi	249	44.0
	Azerbaycan Teknik Üniversitesi	172	30.4
	Azerbaycan Tıp Üniversitesi	145	25.6
Annenin Eğitim Düzeyi	İlkokul	18	3.2
	Ortaokul	82	14.5
	Lise	262	46.3
	Üniversite	204	36.0
Babanın Eğitim Düzeyi	İlkokul	7	1.2
	Ortaokul	61	10.8
	Lise	288	50.9
	Üniversite	210	37.1
Algılanan Maddi Durum	Çok Düşük	23	4.1
	Düşük	116	20.4
	Orta	388	68.6
	Yüksek	36	6.4
	Çok Yüksek	3	.5
Sosyal Medya Kullanım Yılı	1 yıl ve daha az	62	11.0
	2 ve 5 yıl	255	45.1
	6 ve 9 yıl	186	32.8
	10 yıl ve üstü	63	11.1
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	1 saatten az	35	6.2
	1-3 saat	202	35.7
	4-6 saat	249	44.0
	7 saat ve daha fazla	80	14.1

Tablo 1’de görüldüğü gibi araştırmaya 566 üniversite öğrencisi katılım sağlamıştır. Araştırma grubunun 252’si (%44.5) kadın ve 314’ü (%55.5) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcıların 216’sı (%38.2) 18 yaş, 106’sı (%18.7) 19 yaş, 100’ü (%17.7) 20 yaş, 144’ü (%25.4) 21 yaş ve üstü olan öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırma grubunun 166’sı (%29.3) 1. sınıf, 156’sı (%27.6) 2. sınıf, 123’ü (%21.7) 3. sınıf ve 121’i (%21.4) 4. sınıf ve üstüdür. Öğrencilerin 249’u (%44) Bakü Devlet Üniversitesi, 172’si (%30.4) Azerbaycan Teknik Üniversitesi ve 145’i (%25.6) Azerbaycan Tıp Üniversitesi öğrencileridir. Öğrencilerin anne eğitim düzeyi incelendiğinde 18’i (%3.2) ilkokul, 82’si (%14.5) ortaokul, 262’si (%46.3) lise, 204’ü (%36) üniversite mezunu ve baba eğitim düzeyi incelendiğinde ise 7’si (%1.2) ilkokul, 61’i (%10.8) ortaokul, 288’i (%50.9) lise, 210’u (%37.1) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Araştırma grubunun 23’ü (%4.1) çok düşük, 116’sı (%20.4) düşük, 388’i (%68.6) orta, 36’sı (%6.4) yüksek, 3’ü (%0.5) çok yüksek maddi durumu olan öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin 62’si (%11) 1 yıl ve daha az, 255’i (%45.1) 2 ve 5 yıl, 186’sı (%32.8) 6 ve 9 yıl, 63’ü (%11.1) 10 yıl ve daha üstü sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Katılımcıların 35’i (%6.2) 1 saatten az, 202’si (%35.7) 1-3 saat, 249’u (%44) 4-6 saat, 80’i (%14.1) 7 saat ve daha fazla sosyal medyada zaman geçirmektedir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri araştırmacılar tarafından geliştirilen “Kişisel Bilgi Formu” ve Malikova (2023) tarafından Azerbaycan Türkçesine uyarlanan “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” kullanılarak toplanmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Kişisel Bilgi Formu öğrencilerin cinsiyeti, yaşı, öğrenim gördüğü sınıf, anne ve babanın eğitim düzeyi, ailenin algılanan gelir durumu, sosyal medyayı ne kadar zamandır kullandığı, sosyal medyayı kullanım sıklığı gibi sorulardan oluşmaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyini belirlemek amacıyla Şahin (2018) tarafından geliştirilen SMBÖ-ÖF, Malikova (2023) tarafından Azerbaycan Türkçesine uyarlanan “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” kullanılmıştır. Uyarlanan ölçek orijinalinde olduğu gibi 29 maddeden ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır ve beşli likert tiptir. Ölçekte 1-5. maddeler sanal tolerans, 6-14. maddeler, sanal iletişim, 15-23. maddeler sanal problem ve 24-29. maddeler sanal bilgilenme alt boyutlarını oluşturmaktadır. Ölçeğin tüm maddeleri olumludur. Yapılan analizler sonucunda, ölçeğin geneli için Cronbach Alfa katsayısı .89 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin alt faktörlerinin iç tutarlılık katsayıları ise, sanal tolerans .73, sanal iletişim .78, sanal problem .79 ve sanal bilgilenme .65 olarak hesaplanmıştır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan ise 29, en yüksek puan ise 145’tir. Puanın yüksek olması öğrencinin “sosyal medya bağımlısı” olarak algılandığı biçiminde değerlendirilmektedir.

2.4. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Versiyon 23.0) kullanılarak analiz edilmiştir. Öncelikle verilerin verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Tabachnick ve Fidell (2013)’e göre, dağılımın normal kabul edilmesi için puanlar -1 ve +1 aralığında olmalıdır. Yapılan analizlerle çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında olduğu belirlenmiştir ve verilerin normal dağılım sağladığı görülmüştür ve sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Sosyal medya bağımlılığı ölçeğine ilişkin betimsel istatistikler

	En Küçük	En Büyük	X	SS	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı	34	143	77.33	16.96	.23	.50

Tablo 2’de Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğine ilişkin betimsel istatistikler yer almaktadır. SMBÖ’den elde edilen puanların ortalaması 77.33, standart sapması 16.96 olduğu görülmektedir. Araştırmanın verileri her grup için homojen dağıldığını göstermektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda parametrik yöntemler kullanılarak istatistik analiz yapılmıştır.

Toplanan verilerin frekans, serbestlik derecesi, standart sapma değerleri alt problemlere uygun olarak tablolar yardımı ile sunulmuştur. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek için t-testi analizi yapılmıştır. Yaş, öğrenim görülen alan, annenin eğitim düzeyi, babanın eğitim düzeyi, algılanan gelir durumu, sosyal medyayı ne zamandır kullandığı ve kullanım sıklığı bağımsız değişkenlerinin boyutları 3’ten fazla olduğu için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

3. Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir? alt problemine ilişkin veriler bağımsız gruplar t testi ile analiz edilmiş ve Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Sosyal medya bağımlılık puan ortalamalarının cinsiyete göre bağımsız gruplar t testi sonuçları

Bağımlı Değişken	Grup	N	X	SS	t	SD	p
SMBÖ	Kadın	252	79.49	16.94	2.74**	564	.006
	Erkek	314	75.59	16.81			

Tablo 3 incelendiğinde, kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ölçek puan düzeylerinin ($X=79.49$, $SS=16.94$) erkek öğrencilerden ($X=75.59$, $SS=16.81$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu farkın anlamlı olup olmadığıyla ilgili yapılan analiz sonuçları, öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ölçek puan düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaştığını göstermektedir ($t_{(564)}=2.74$, $p<.01$). Bu bulgular üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin cinsiyete göre farklılaştığını göstermektedir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri yaş değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir? alt problemine ilişkin veriler tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi ile incelenmiş ve yapılan analizler Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Öğrencilerin yaşları ile sosyal medya bağımlılık puanlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

Yaş	N	X	SS	F	p	Fark
18 yaş	216	79.83	16.96	3.83*	.010	18>21 yaş
19 yaş	106	77.58	17.29			
20 yaş	100	76.83	18.17			
21 yaş +	144	73.72	15.28			

Tablo 4 incelendiğinde, katılımcıların yaşlarına göre sosyal medya bağımlılık puanlarının 18 yaş ($X=79.83$, $SS=16.96$), 19 yaş ($X=77.58$, $SS=17.29$), 20 yaş ($X=76.83$, $SS=18.17$), 21 yaş ve üstü ($X=73.72$, $SS=15.28$) birbirinden farklı olduğu gözlenmektedir. Gruplar arasında olan bu farkın anlamlı düzeyde olup olmadığını belirlemek için uygulanan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucuna göre, öğrencilerin yaşları ile sosyal medya bağımlılık puanları arasında ($F_{(3,565)}=3.83$, $p=.010$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmiştir ($p<.05$). Yaş değişkenine göre gözlenen bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Scheffe çoklu karşılaştırma yöntemi kullanılmıştır. Yapılan test sonucunda 18 yaş ile 21 yaş grubu arasında farkın olduğu görülmüştür ($p<.05$). Diğer gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>.05$).

Araştırmanın “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri annenin eğitim düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin veriler tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi ile incelenmiş ve yapılan analizler Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Öğrencilerin anne eğitim değişkeni ile sosyal medya bağımlılık puanlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

Annenin Eğitim Düzeyi	N	X	SS	F	p	Fark
Ortaokul	82	78.99	17.63	.93	.393	-
Lise	262	76.32	16.69			
Üniversite	204	77.81	17.63			

Tablo 5 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin annenin eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılık puanlarının ortaokul ($X=78.99$, $SS=17.64$), lise ($X=76.32$, $SS=16.69$), üniversite ($X=77.81$, $SS=16.99$) birbirinden farklı olduğu gözlenmektedir. Gruplar arasındaki bu farkın anlamlı düzeyde olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonucunda annenin eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılık puanlarında ($F_{(2,547)}=.935$, $p=.393$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı gözlenmiştir ($p>.05$).

Araştırmanın “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri babanın eğitim düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin veriler tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi ile incelenmiş ve yapılan analizler Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Öğrencilerin baba eğitim değişkeni ile sosyal medya bağımlılık puanlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

Babanın Eğitim Düzeyi	N	X	SS	F	p	Fark
Ortaokul	61	77.56	18.38	.03	.974	-
Lise	288	77.10	16.34			
Üniversite	210	77.37	17.20			

Tablo 6 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin babanın eğitim düzeyine göre sosyal medya bağımlılık puan düzeyleri ortaokul ($X=77.56$, $SS=18.38$), lise ($X=77.10$, $SS=16.34$), üniversite ($X=77.37$, $SS=17.20$) birbirinden farklı olduğu gözlenmektedir. Gruplar arasındaki bu farkın anlamlı düzeyde olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonucunda babanın eğitim değişkenine göre sosyal medya bağımlılık puanlarında ($F_{(2,558)}=.03$, $p=.974$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı gözlenmiştir ($p>.05$).

Araştırmanın “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri algılanan gelir durumuna göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin veriler tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi ile incelenmiş ve yapılan analizler Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Öğrencilerin algılanan gelir değişkeni ile sosyal medya bağımlılık puanlarına ilişkin varyans analiz sonuçları

Algılanan Gelir Durumu	N	X	SS	F	p	Fark
Çok düşük	23	82.48	20.41	1.41	.230	-
Düşük	116	75.81	18.23			
Orta	388	77.65	15.98			
Yüksek	36	76.55	20.50			
Çok yüksek	3	62.33	5.03			

Tablo 7 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin algılanan gelir durumuna göre sosyal medya bağımlılık puan düzeylerinin çok düşük ($X=82.48$, $SS=20.41$), düşük ($X=75.81$, $SS=18.23$), orta ($X=77.65$, $SS=15.98$), yüksek ($X=76.55$, $SS=20.50$), çok yüksek ($X=62.33$, $SS=5.03$) birbirinden farklı olduğu gözlenmektedir. Gruplar arasındaki bu farkın anlamlı düzeyde olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonucunda öğrencilerin algılanan gelir durumu değişkenine göre sosyal medya bağımlılık puanlarında ($F_{(4,565)}=1.41$, $p=.230$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı gözlenmiştir ($p>.05$).

Araştırmanın “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ne zamandır kullandığına göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin veriler tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi ile incelenmiş ve yapılan analizler Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8. Öğrencilerin ne zamandır kullandığı değişkeni ile sosyal medya bağımlılık puanlarına ilişkin analiz sonuçları

Algılanan Gelir Durumu	N	X	SS	F	p	Fark
1 yıl ve daha az	62	76.08	19.12	.26	.851	-
2 ve 5 yıl	255	77.92	16.95			
6 ve 9 yıl	186	76.86	15.71			
10 yıl ve üstü	63	77.51	18.59			

Tablo 8 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı ne zamandır kullandığına göre sosyal medya bağımlılık puan düzeylerinin 1 yıl ve daha az ($X=76.08$, $SS=19.12$), 2 ve 5 yıl ($X=77.92$, $SS=16.95$), 6 ve 9 yıl ($X=76.86$, $SS=15.71$), 10 yıl ve üstü ($X=77.51$, $SS=18.59$) birbirinden farklı olduğu gözlenmektedir. Gruplar arasındaki bu farkın anlamlı düzeyde olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonucunda öğrencilerin sosyal medyayı ne zamandır kullandığı değişkenine göre sosyal medya bağımlılık puanlarında ($F_{(4,565)}=.26$, $p=.851$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı gözlenmiştir ($p>.05$).

Araştırmanın “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri kullanım sıklığına göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?” alt problemine ait veriler tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi ile incelenmiş ve yapılan analizler Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 9. Öğrencilerin kullanım sıklığı değişkeni ile sosyal medya bağımlılık puanlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

Algılanan Gelir Durumu	N	X	SS	F	p	Fark
1 saatten az	35	60.71	12.06	46.23	.000	Tüm
1-3 saat	202	71.13	16.00			gruplar arasında
4-6 saat	249	80.79	14.64			
7 saat +	80	89.46	16.24			

Tablo 9 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin kullanım sıklığına göre sosyal medya bağımlılık puan düzeyleri 1 saatten az ($X=60.71$, $SS=12.06$), 1-3 saat ($X=71.13$, $SS=16.00$), 4-6 saat ($X=80.79$, $SS=14.64$), 7 saat ve daha fazla ($X=89.46$, $SS=16.24$) birbirinden farklı olduğu gözlenmektedir. Gruplar arasındaki bu farkın anlamlı düzeyde olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda öğrencilerin sosyal medyayı kullanım sıklığı değişkenine göre sosyal medya bağımlılık puanlarında ($F_{(3,565)}=46.23$, $p=.000$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu gözlenmiştir ($p<.01$).

Katılımcıların sosyal medyayı kullanım sıklığına göre hangi gruplar arasında fark olduğu Scheffe çoklu karşılaştırma yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucuna göre farkın tüm gruplar arasında olduğu saptanmıştır ($p<.05$). Tüm gruplar arasında anlamlı düzeyde fark bulunmaktadır.

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Sonuç olarak, araştırmaya katılan kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Araştırmada 18 yaşındaki katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin 21 yaş ve üstü katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri anne ve babanın eğitim düzeyi, algılanan gelir durumu, sosyal medyanın ne zamandır kullanıldığı değişkenine göre incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı saptanmıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puan ortalamaları sosyal medyanın kullanım sıklığı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı ve farkın tüm gruplar arasında olduğu gözlenmiştir.

Yapılan bu araştırmada 252’si kadın 314’ü erkek olmak üzere toplam 566 üniversite öğrencisi araştırmaya katılmıştır. Araştırmada kadınların sosyal medya bağımlılık puanlarının erkeklerden yüksek olduğu, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı bulunmuştur. Literatür incelendiğinde bu araştırmayı destekleyen (İnce ve Koçak, 2017; Teyfur vd., 2017; İlğaz, 2018; Pilar vd., 2019; Çakır, 2021; Jeurissen, 2021; Polat, 2022) ve desteklemeyen (Morahan-Martin ve Schumacher, 2000; Balta ve Horzum, 2008; Eroğlu vd., 2013; Çiftçi, 2018; Özdemir, 2019; Alnjadat vd., 2019; Baş ve Diktaş, 2020) araştırmaların olduğu görülmektedir. Cinsiyet değişkeninin sosyal medya bağımlılık düzeyine etki ettiğine yönelik araştırmaların yanı sıra farklılaşmadığı sonucu da literatürde bulunmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017; Aktan, 2018; Kaplan, 2019; Dailey vd., 2020; Bilge vd., 2020; Başbayram, 2021). Literatürde sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet arasında yapılan araştırmalarda farklı sonuçların elde

edildiği görülmektedir ve bu durumun araştırmaların yapıldığı zamanın ve ölçme araçlarının farklı olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017). Bu araştırmada kadınların sosyal medya bağımlılığının daha yüksek olması, toplumsal cinsiyet normlarından, kültürel çeşitlilikten, duygusal ifade ve destek arayışından dolayı kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmada 18, 19, 20, 21 ve üstü olmak üzere dört farklı kategoride incelenen öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarının 18 ile 21 yaş ve üstü arasında anlamlı bir şekilde farklılaştığı ve 18 yaş grubunun daha yüksek sosyal medya bağımlılığı puanına sahip olduğu görülmüştür. Diğer yaş grupları arasında farklar ise anlamlı düzeyde bulunmamıştır. Alanyazına bakıldığında araştırmayı destekleyen bulgular bulunmaktadır (Andreassen vd., 2017; Şeker, 2018). Gençlerin sosyal medya üzerinden iletişim kurduğu (Griffiths, 2010) ve onlarda teknoloji bağımlılığı geliştirme riskinin daha yüksek olduğu (Andreassen, 2015; Kuss vd., 2014) belirtilmiştir. Diğer yandan sosyal medya bağımlılığının üniversite öğrencilerinin yaşına ilişkin yapılan araştırmaların çoğunluğuna bakıldığında ise (Chen ve Kim, 2013; Çiftçi, 2018; Baz, 2018; Karaçor, 2018; Kaplan, 2019; Kahraman, 2021; Doğan, 2021; Başbayram, 2021; Çakır, 2021; Düzgün, 2022) yaş değişkeni arasında bir fark olmadığı görülmektedir. Araştırmada farklılığın bulunmaması, araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin yaş gruplarının yakın olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Yapılan araştırmalarda görüldüğü gibi, sosyal medya bağımlılık düzeyi ile yaş değişkeni arasında farklı sonuçlar elde edilmiştir. Araştırmalarda farklı sonuçların elde edilmesinde 18 yaşındaki üniversite öğrencilerinin teknolojiyi erken yaşta kullanmaya başladıklarından dolayı benimsedikleri, 21 yaş ve üstü öğrencilerin ise zaman yönetimi, iş hayatına geçiş dönemi olmasından kaynaklı olarak sosyal medya kullanımına daha az zaman ayırdıkları düşünülmektedir.

Araştırmada annenin ve babanın eğitim düzeyi ilkökul, ortaokul, lise ve üniversite olmak üzere dört farklı grupta değerlendirilmiştir. Araştırma sonucuna göre, öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puan ortalamaları anne ve babanın eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır. Alanyazın incelemesi yapıldığında araştırmayı destekleyen (Gürültü, 2016; Erdem, 2022) ve desteklemeyen (Coşar ve Gedik 2021) araştırmaların bulunduğu görülmektedir. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının oluşmasında anne ve babanın eğitim düzeyinin önemli olduğu düşünülmektedir ancak bağımlılığı destekleyen çevresel etkenler de dikkate alınmalıdır.

Araştırmada algılanan gelir durumu çok düşük, düşük, orta, yüksek ve çok yüksek olmak üzere beş kategoride incelenmiştir ve istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı görülmüştür. Literatür taraması yapıldığında araştırmanın bulgularını destekleyen (Teyfur vd., 2017; Duygun, 2018; Baş ve Diktaş, 2020; Atlı vd., 2021; Karaytu, 2023) ve desteklemeyen (Kaplan, 2019; Coşar ve Gedik, 2021; Söker, 2022) araştırmaların bulunduğu görülmüştür. Araştırmalarda üniversite ailenin gelir düzeyi yükseldikçe sosyal medyaya bağımlılığın da arttığı belirtilmiştir (Kaplan, 2019; Coşar ve Gedik, 2021). Sonuçlar arasındaki farklılığın örneklem gruplarının homojen olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmada sosyal medyanın kullanım zamanı 1 yıl ve daha az, 2 ve 5 yıl, 6 ve 9 yıl, 10 yıl ve üstü olmak üzere 4 kategoride incelenmiştir ve öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri sosyal medyayı ne zamandır kullandıkları değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmamaktadır. Söker (2022)'in yaptığı araştırma sonucunu destekler niteliktedir. Literatür incelendiğinde ise, yapılan araştırmalarda sosyal medya bağımlılık puanlarının sosyal medyayı ne zamandır kullandığı değişkenine göre farklılaştığı, sosyal medya kullanım yılı arttıkça sosyal medya bağımlılık puanlarının da arttığı görülmektedir (Balcı ve Gölçü, 2013; Aktan, 2018; Başbayram, 2021; Coşar ve Gedik, 2021; Karaytu, 2023). Günümüzde, üniversite öğrencileri yeni teknoloji ve dijital platformlara hızla uyum sağlamaktadırlar. Bu nedenle, sosyal medyanın ne kadar süredir kullanıldığı, sosyal medya bağımlılık düzeyi üzerinde anlamlı bir fark yaratmayabilir. Araştırma grubunu oluşturan bireylerin kişisel özelliklerinden ve ihtiyaçlarından dolayı sonuçların farklı olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada sosyal medyanın kullanım sıklığı değişkeni 1 saatten az, 1-3 saat, 4-6 saat, 7 saat ve daha fazla olmak üzere 4 grupta incelenmiştir. Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarının

sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı ve bu farkın tüm gruplar arasında olduğu saptanmıştır. Aktan (2018)'e göre, 5 saatten uzun süre sosyal medya kullananların sosyal medya bağımlılık düzeyi daha yüksektir ve bu durum hayatlarını olumsuz etkilemektedir. Alanyazın taraması yapıldığında araştırmanın bulgularını destekleyen (Teyfur vd., 2017; Çiftçi, 2018; Özdemir, 2019; Balcı vd., 2019; Yıldız ve Koçak, 2020; Bilge vd., 2020; Dikmen, 2021; Polat, 2022) ve desteklemeyen (Çakır, 2021; Coşar ve Gedik, 2021) araştırmaların olduğu görülmektedir. Sonuçlar arasındaki farklılığın çeşitli kullanım motivasyonundan, yeterlilik ihtiyacından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre çeşitli önerilerde bulunulabilir. Araştırmadaki katılımcılar Azerbaycan'da eğitim alan 18-26 yaş arasında olan üniversite öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Bu bakımdan farklı yaş gruplarında da araştırmalar yapılabilir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri bu araştırmada ele alınan değişkenler dışında çeşitli değişkenler açısından araştırılabilir. Sosyal medya bağımlılığı yüksek olan öğrencilere, anne ve babalara sosyal medya bağımlılığı ile ilgili eğitimler sunulabilir, psikoeğitim hazırlanabilir. Sosyal medya kullanım süreleri ve kullanım sıklığı ile ilgili çeşitli nitel araştırmalar yürütülebilir. Sosyal medya bağımlılığı konusunda çeşitli akademik faaliyetler yapılabilir.

Kaynakça

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: A review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 24(4), 215-222 <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351-354 <https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.379886>
- Alnjadat, R., Hmaid, M. M., Samha, T. E., Kilani, M. M., & Hasswan, A. M. (2019). Gender variation in social media usage and academic performance among university of Sharjah students. *Journal of Taibah University Medical Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2019.05.002>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review, *Current Addiction Reports*, 2(2). 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Athı, F., Buğa, A., Mammadli, T., & Yıldırım Athı, A. (2021). Türkiye'de üniversite öğrenimi gören öğrencilerin öz-anlayışları ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 59-77.
- Balcı, Ş., & Gölcü, A. (2013). Türkiye'de üniversite öğrencileri arasında facebook bağımlılığı: Selçuk üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (34), 255-278.
- Balcı, Ş., Gölcü, A., & Gölcü A. A. (2019). Sosyal medya kullanımı ile kendini gizleme ve yaşam doyumu arasında bir bağlantı var mı? *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 173-190
- Balta, Ö. Ç., & Horzum, M. B. (2008). Web tabanlı öğretim ortamındaki öğrencilerin internet bağımlılığını etkileyen faktörler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41(1), 187-205.
- Barkhuus, L., & Tashiro, J. (2010). Student socialization in the age of facebook. *Proceedings of the 28th International Conference on Human Factors in Computing Systems*. <https://doi.org/10.1145/1753326.1753347>

- Baş, K., & Diktaş, A. (2020). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 193-207. <https://doi.org/10.17679/inuefd.563544>
- Başbayram, R. (2021). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerine bir araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine çalışma, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9, (16), 276- 295.
- Bilge, Y., Baydili, K., & Göktaş, S. (2020). Sosyal medya bağımlılığını yordamada anksiyete, stres ve günlük sosyal medya kullanımı: Meslek yüksekokulu örneği. *Bağımlılık Dergisi* 21(3), 223-235.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences* 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Chen H.T., & Kim Y. (2013). Problematic use of social network sites: the interactive relationship between gratifications sought and privacy concerns. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 16(11), 806-12. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0608>
- Coşar, H., & Gedik, H. (2021). Öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bayterek Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 32-65. <https://doi:10.48174/buaad.932899>
- Creswell. J.W., & Creswell, J.D. (2017) *Research Design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. (4th ed.). Sage.
- Çakır, D. (2021). *Instagram kullanıcıları üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının depresyon ile ilişkisi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Okan Üniversitesi.
- Çelebi, M., & Özkul, K. (2020). Examining the relationship between university students' social media addiction and goal commitment. *African Educational Research Journal*. 260-265.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 418-432 <https://www.researchgate.net/publication/330716251>
- Dailey, S. L., Howard, K., Roming, S. M. P., Ceballos, N., & Grimes, T. (2020). A biopsychosocial approach to understanding social media addiction. *Human Behavior and Emerging Technologies*. <https://doi.org/10.1002/hbe2.182>
- Dalamba, F. (2022). Pros and cons of social media. Erişim tarihi 9 mayıs 2023. <https://www.lifespan.org/lifespan-living/social-media-good-bad-and-ugly>
- Dikmen, M. (2021). Covid-19 pandemisinde üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki rolünün incelenmesi: Bir yapısal eşitlik modeli. *Bağımlılık Dergisi*, 22(1), 20-30.
- Doğan, M. V. (2021). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı belirtilerinin ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Duygun, A. (2018). Sosyal medya bağımlılığının tüketici satın alma karar sürecine etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1351-1375. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.442855>
- Düzgün, D, E. (2022). *Üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleri ve akademik erteleme davranışları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ufuk Üniversitesi.
- Ekşi, H., Turgut, T., & Sevim, E. (2019). Üniversite öğrencilerinde öz kontrol ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde genel erteleme davranışlarının aracı rolü. *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 6(3), 717-745. <https://doi.org/10.15805/addicta.2019.6.3.0069>

- Erdem, S. (2022). *Sosyal medya bağımlılığının yordayıcıları olarak temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlık* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Eroğlu, M., Pamuk, M., & Pamuk, K. (2013). Investigation of problematic internet usage of university students with psychosocial levels at different levels. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 103, 551-557.
- Fox, J., & Warber, K.M. (2013). Romantic relationship development in the age of facebook: an exploratory study of emerging adults' perceptions, motives, and behaviors. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 3-7.
- Goldberg, L. R. (1999). *A Broad-bandwidth, public domain personality inventory measuring the lower-level facets of several five-factor models*. In I. Mervielde, I. Deary, F. De Fruyt, ve F. Ostendorf (Eds.), *Personality Psychology in Europe*, 7-28. Tilburg University Press.
- Griffiths, M. D, Kuss, D. J, Billieux J., & Pontes, H.M. (2016). The evolution of internet addiction: A global perspective. *Addictive Behaviors*, 53, 193-195. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2015.11.001>
- Griffiths, M. D. (2000). Internet addiction — time to be taken seriously? *Addiction Research*, 8, 413-418.
- Griffiths, M. D. (2010). The role of context in online gaming excess and addiction: Some case study evidence. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 8(1), 119-125. <https://doi.org/10.1007/s11469-009-9229-x>
- Gürültü, E. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Hilliard, J. (2023). Social media addiction. Erişim tarihi 25 Nisan 2023. <https://www.addictioncenter.com/drugs/social-media-addiction/>
- Hoeg, N. (2019). What is an internet addiction? Erişim tarihi 9 Mayıs 2023. <https://www.addictioncenter.com/drugs/internet-addiction/>
- İlgaz, M. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: lise ve üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Turkish Journal Of Marketing*, 3(3), 238-257.
- İnce, M., & Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Jeurissen, R. M. (2021). *Tıp fakültesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının psikopatoloji ve yaşam doyumu ile ilişkisi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
- Kahraman, N. (2021). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının beğenilme arzusu ile ilişkisinin incelenmesi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Kaplan, M. (2019). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri, sosyal medya kullanım amaçları ve bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Hasan Kalyoncu Üniversitesi.
- Karaçor, F. (2018). *Üniversite öğrencilerinde internet ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Üsküdar Üniversitesi.
- Karaiskos, D., Tzavellas, E., Balta, G., & Paparrigopoulos, T. (2010). Social network addiction: A new clinical disorder? *European Psychiatry*, 25, 855.
- Karasar, N. (2023). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*. Nobel.

- Karaytu, E. (2023). *Tıp fakültesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı, kişilik özellikleri ve beden imajı arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Kırık, A. M. (2013). Gelişen web teknolojileri ve sosyal medya bağımlılığı. *Sosyal Medya Araştırmaları*, 1, 77-101.
- Kietzmann, J.H, Hermkens K., & McCarthy, I.P. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54. 241- 251.
- Kuss, D.J., Griffiths, M.D., Karila, L. & Billieux, J. (2014). Internet addiction: a systematic review of epidemiological research for the last decade. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4026-52. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990617>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction-a review of psychological literature. *International Journal of Environmental Research And Public Health* 8(9), 3528–3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Kuss, D.J., & Griffiths, M.D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14, 311; <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Lazakidou, A. A. (2012). Virtual communities, social networks and collaboration. *Annals of Information Systems*, 15, 248 <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-3634-8>
- Malikova, A. (2023). *Sosyal Medya bağımlılığı ölçeğinin azerbaycan türkçesine uyarlanması ve psikolojik belirtiler arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Marks, I. (1990). Non-chemical (behavioural) addictions. *British Journal of Addiction*, 85, 1389– 1394
- Marlatt, G. A., Baer, J. S., Donovan, D. M., & Kivlahan, D. R. (1988). Addictive behaviors: Etiology and treatment. *Annual Review of Psychology*, 39, 223–252.
- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2000). Incidence and correlates of pathological internet use among college students, *Computers in Human Behavior*, 16(1),13-29.
- Oberlo. (2022). *What age group uses social media the most*. Oberlo. <https://www.oberlo.com/statistics/what-age-group-uses-social-media-the-most>
- Ögel, K. (2018). Madde kullanımı ve bağımlılığın nedenleri. <http://www.ogelk.net/Dosyadepo/etyoloji.pdf>
- Özdemir, Z. (2019). *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı*. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2). 91-105. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.7>
- Papp, L.M., Danielewicz, J., & Cayemberg, C. (2012). “Are we facebook official?” Implications of dating partners’ facebook use and profiles for intimate relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 85–90
- Pilar, A. M., Manuel, R. R., Alberto-Jesus, P. M., del Pilar, M. J. M., Claudia, P., Dolores, R. M. M., & Manuel, V. A. (2019). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46, 101304 <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101304>
- Polat, S. (2022). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile yalnızlık ve psikolojik dayanıklılık ilişkisi üzerine bir alan araştırması: Selçuk Üniversitesi örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi
- Skierkowski, D., & Wood, R. M. (2012). To text or not to text? The importance of text messaging among college-aged youth. *Computers in Human Behavior* 28(2), 744-756. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.023>

- Söker, S. (2022). *Geç ergenlik dönemindeki bireylerde gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide kendilik değerinin biçimlendirici rolü*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Işık Üniversitesi.
- Sponcil, M., & Gitimu, P. (2013). Use of social media by college students: relationship to communication and self-concept. *Journal of Technology Research*, 4, 1-13.
- Şahin, C. (2018). Social media addiction scale - student form: The reliability and validity study. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(1), 169-182.
- Şahin, C. (2020). Davranışsal bağımlılığa ve teknoloji bağımlılığına genel bir bakış. İçinde Cengiz, Ş. ve Günüş, S (Ed.), *Teknoloji Bağımlılıkları* (s. 1-21). Nobel.
- Şeker, T. V. (2018). *Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon ve anksiyete arasındaki ilişki* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Beykent Üniversitesi.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson.
- Teyfur, M., Akpunar, B., Safalı, S., & Ercengiz, M. (2017). Eğitim fakültesi öğrencilerin akademik erteleme davranışları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish*. 12(33), 625-640.
- Tivi 6. (2022, 28 Ekim). *İşimiz bağımlılık gücümüz mücadele - alkol/ tütün/ madde bağımlılığı* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=vskvSl-3pKU> Erişim Tarihi: 01.08.2023
- We Are Social (2023). Global dijital raporu. Erişim tarihi 25 Temmuz 2023 <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/>
- We Are Social (2023a). Global dijital raporu. Erişim tarihi 25 Temmuz 2023 <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- We Are Social (2023b). Global dijital raporu. Erişim tarihi 25 Temmuz 2023 <https://datareportal.com/reports/digital-2023-azerbaijan>
- Yıldız, E., & Koçak, O. (2020). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(3), 1102-1126. <https://doi.org/10.33417/tsh.681389>
- Young, K.S. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology and Behavior*, 1(3), 237-244.
- Zhang, M., Xu, P., & Ye, Y. (2022). Trust in social media brands and perceived media values: A survey study in China. *Computers in Human Behavior*, 127, 107024 <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107024>

Makale Bilgi Formu

Yazarın Katkıları	Makale iki yazarlıdır. Her iki yazar da çalışmanın tümüne ortak katkı sağlamıştır.
Çıkar Çatışması Bildirimi	Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.
Destek/Destekleyen Kuruluşlar	Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.
Etik Onay ve Katılımcı Rızası	"Azerbaycan'daki Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi" başlıklı çalışma için Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Kurul Komisyonun'dan izin alınmıştır. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.