



**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ**

BİLİMSEL ARAŞTIRMA PROJELERİ KOORDİNASYON BİRİMİ

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYOTELİZM DAVRANIŞI İLE
SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİDE SOSYAL
KAYGININ ARACI VE SOSYAL GÜVENDE HİSSETMENİN DÜZENLEYİCİ
ROLÜ**

Proje No:
11587

Proje Türü
Katılımlı Araştırma Projesi

SONUÇ RAPORU

Proje Yürütücüsü:
Doç. Dr. Meltem ORAL
Atatürk Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi/Psikoloji Bölümü/Sosyal Psikoloji ABD

Dr. Öğr. Üyesi Nurgül Karakurt
Erzurum Teknik Üniversitesi
Sağlık Bilimleri Fakültesi/Hemşirelik Bölümü/Psikiyatri Hemşireliği ABD

Kasım 2023

ERZURUM

ÖNSÖZ

Atatürk Üniversitesi BAP Koordinasyon Birimi tarafından desteklenen Katılımlı Araştırma Projesi'nde, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyotelizm, sosyal medya bağımlılığı, sosyal kaygı ve sosyal güvende hissetme düzeyleri değerlendirilerek, sosyotelizm ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide sosyal kaygının aracı (mediatör) ve sosyal güvende hissetme ve memnuniyetin düzenleyici (moderatör) rolü araştırılmıştır. Sosyal medya kullanımının dijital platformda yaygınlaşması gençlerde sosyal medya bağımlılığı gibi bağımlılıklar ile birlikte sosyal ilişkilerde değişiklikler yaşanmasını sağlayan "sosyotelizm" adı verilen yeni bir sosyal problemi ortaya çıkarmıştır. Gençlik dönemi ele alındığında üniversite yıllarında yaşanan kaygı düzeylerinin diğer dönemlere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Öğrencilerin sosyal medya kullanımının normal sınırlarda ve sosyotelizm davranışının minimal düzeyde olmasının sosyal kaygı düzeyinin düşük ve sosyal olarak kendini güvende hissetmesiyle ilişkili olacağı ve sosyal kaygı düzeyi düşük olan ve kendisini sosyal ortamlarda güvende hisseden öğrencinin, sosyal medyayı aşırı düzeyde kullanmayacağı ve patolojik düzeyde sosyotelizm davranışı sergilemeyeceği hipotezlerinden yola çıkılan bu proje sayesinde Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu öğrencileri yukarıda belirtilen değişkenler açısından incelenmiş olup sosyal kaygı düzeyinin sosyotelizm davranışı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide aracı bir rolü olduğu saptanmıştır. Proje bitiminde öğrencilerin sosyal anksiyete düzeylerini azaltmak için gerçekleştirilecek müdahalelerin bu çıktılar doğrultusunda tasarlanmasına karar verilmiştir.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖZET	1
ABSTRACT	2
1. GİRİŞ	3
2. YÖNTEM	8
3. BULGULAR	14
4. TARTIŞMA	23
5. KAYNAKLAR	29



ATATÜRK
ÜNİVERSİTESİ

TABLÖLAR DİZİNİ

	Sayfa No
Tablo 1. Skewness-Kurtosis Analizleri	14
Tablo 2. Araştırmaya Alınan Üniversite Öğrencilerinin Tanıtıcı Özellikleri ile İlgili Bulgular	14
Tablo 3. Sosyal Medya Araçlarını Kullanma Sıklığıyla İlişkin Bulgular	15
Tablo 4. Sosyal Medya Araçlarını Kullanma Yılına İlişkin Bulgular	16
Tablo 5. Sosyal Medya Uygulamalarına En Çok Hangi Cihaz Türünden Erişildiğine İlişkin Bulgular	16
Tablo 6. Genel Phubbing Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Güvende Hissetme Ve Memnuniyet Ölçeği Ve Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği Puanlarına İlişkin Aritmetik Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri	17
Tablo 7. Öğrencilerin Phubbing Davranışları ile Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Kaygı ve Sosyal Güvende Hissetme Arasındaki Korelasyon Değerleri	17
Tablo 8. Sosyal Kaygı Ölçeği Puanlarının Genel Phubbing Ölçeği Puanlarını Yordamasına İlişkin Lineer Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	18
Tablo 9. Sosyal Kaygı Ölçeği Puanlarının Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanlarını Yordamasına İlişkin Lineer Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	19
Tablo 10. Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği Puanlarının Genel Phubbing Ölçeği Puanlarını Yordamasına İlişkin Lineer Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	19
Tablo 11. Sosyal Güvende Hissetme Ve Memnuniyet Ölçeği Puanlarının Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanlarını Yordamasına İlişkin Lineer Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	20
Tablo 12. Phubbing'in Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkisinde Sosyal Kaygının Aracılık Rolü Etkisi	

Tablo 13. Phubbing'in Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerindeki Etkisinde Sosyal Güvende Hissetmenin ve Memnuniyetin Düzenleyici Rolü Etkisi



ATATÜRK
ÜNİVERSİTESİ

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa No
Şekil 1. Aracı Değişken Etkisi	22
Şekil 2. Düzenleyici Değişken Etkisi	23



ATATÜRK
ÜNİVERSİTESİ

ÖZET

Amaç: Sosyal medya büyümekte olan bir fenomen olup özellikle genç kullanıcıların yaşamlarının ayrılmaz bir parçası ve temel iletişim kanalı haline gelmiştir. Sosyal medya kullanımının dijital platformda yaygınlaşması ve sosyal medya bağımlılığı gibi bağımlılıklar ile birlikte sosyal ilişkilerde değişiklikler yaşanmasını sağlayan "sosyotelizm" adı verilen yeni bir sosyal problem ortaya çıkmıştır. Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyotelizm davranışı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide sosyal kaygının aracı rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışmaya 581'i kadın, 202'si erkek olmak üzere 783 üniversite öğrencisi katılmıştır. Araştırma genel tarama modelinin bir alt türü olan ilişkisel tarama modelindedir. Sosyotelizm davranışı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkileri analiz etmek için Pearson Korelasyon analizi, sosyal kaygının sosyotelizmi yordamasına ilişkin Lineer Doğrusal Regresyon analizi, sosyal kaygının sosyotelizm davranışı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide aracı rolünü incelemek için yapısal eşitlik modeli analizi yapılmıştır.

Bulgular: Çalışmada öğrencilerin sosyotelizm düzeyleri ile sosyal medya bağımlılık ve sosyal kaygı düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu ve sosyal kaygının sosyotelizm davranışının yordayıcısı olduğu saptanmıştır. Ayrıca bu çalışma öğrencilerin sosyotelizm davranışı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide sosyal kaygının aracı olarak arttırıcı rolü olduğunu göstermiştir.

Sonuç: Sosyal kaygının üniversite öğrencilerinin sosyotelizm davranışı ve sosyal medya bağımlılığı üzerinde aracı bir rolü bulunmaktadır. Yüksek sosyal kaygının öğrencilerin sosyotelizm davranışı ve sosyal medya bağımlılığı üzerindeki olumsuz etkisini azaltmak amaçlı öğrencilere bilinçli farkındalık, psikolojik sağlamlık eğitimi verilebilir. Ayrıca öğrencilerin kaygıyla başa çıkma becerilerini geliştirmeye yönelik grup çalışmaları yapılabilir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite öğrencileri, sosyal medya bağımlılığı, sosyotelizm, sosyal kaygı, ruh sağlığı

ABSTRACT

Objective: Social media is a developing phenomenon that has become a vital part of young users' life and their primary communication medium. With the increased use of social media on digital platforms and addictions such as social media addiction and a new societal phenomenon known as "phubbing" has evolved, causing alterations in social connections. This study aimed to determine the role of social anxiety as a moderator in the association between university students' phubbing behavior and social media addiction.

Methods: 783 students, 581 females, and 202 males, participated in the study. A cross-sectional correlational research design was used. Participants were selected by convenience sampling. Pearson Correlation analysis was conducted to analyze the relationships between phubbing behavior and social media addiction. A Linear Regression analysis was conducted to assess social anxiety's predictiveness of phubbing behavior, and a structural equation model was conducted to examine the mediator role of social anxiety in the relationship between phubbing behavior and social media addiction.

Results: The results indicated a positive and significant relationship between students' phubbing behavior, social media addiction, and anxiety levels. Social anxiety was a predictor of phubbing behavior. Furthermore, this study showed that social anxiety mediated the relationship between students' phubbing behavior and social media addiction.

Conclusion: Social anxiety has a mediating role in university students' phubbing behavior and social media addiction. Mindfulness and resilience training can be offered to students to reduce the adverse effects of social anxiety on students' phubbing behavior and social media addiction. Furthermore, group work can enhance students' capacity to cope with anxiety.

Keywords: University students, social media addiction, phubbing, social anxiety, mental health

GİRİŞ

Sosyal medya; tüm yaş grubunun özellikle de genç yaş grubunun ayrılmaz bir parçası olup iletişim kanalının çok önemli bir parçasıdır. Sosyal medya kullanımının bu denli artışı çeşitli sorunları beraberinde getirebilmektedir. Bu kapsamda sosyal medyanın bireyin rollerini (annelik, babalık, öğrencilik vb.) yerine getiremeyecek düzeyde kullanımı ile birlikte bağımlılık ve patolojik kullanım gibi kavramlar gün yüzüne çıkmaktadır. Bu durumda birçok araştırma da sosyal medyanın bağımlılık boyutunda kullanımı ile ruh sağlığı ile arasındaki ilişkisini merak konusu haline getirmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde sosyal medyanın ciddi faydalarının olmasının yanı sıra patolojik ya da bağımlılık boyutunda kullanımı ile birlikte özellikle ruh sağlığında görülebilecek birçok zarara dikkat çekmektedir.

Sosyal medyanın kullanımındaki artış sosyal medyaya sıklıkla giriş için kullandığımız akıllı telefona yönelik bağımlılıkların yanı sıra sosyal ilişkilerimizde ciddi değişiklikler oluşturan adını son dönemlerde sıkça duyduğumuz yeni bir sosyal problem olan sosyotelizm kavramını gün yüzüne çıkarmıştır.

Sosyal medyaya yönelik bağımlılık tıbbi bir hastalık olarak tanılanmasa da insanların yaşamları üzerinde çok ciddi etkilere sahiptir. Bu doğrultuda özellikle genç yaş dilimindeki geçiş dönemlerinde yaşanan sorunlar ve sosyal kaygı gibi yaygın ruh sağlığı meseleleri sosyal medyanın bağımlılık boyutunda kullanımı ile birlikte görülen önemli etkilerinden biridir. Sınırlı sayıda yapılan araştırmalar; sosyal medya bağımlılığının özellikle sosyal kaygı ile arasında pozitif; sosyal güvende hissetme ile de aralarında negatif bir ilişkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır.

Sosyotelizm

Sosyotelizm, İngilizce phone (telefon) ve snubbing (kötüye kullanma, yok sayma) kelimelerinin birleşimlerinden oluşmaktadır (Nazir ve Pişkin, 2016). Sosyotelizm, kişilerin sosyal ortamda iletişim halindeyken dikkatini karşısındaki kişi veya kişiler yerine akıllı telefona vermesi olarak tanımlanmaktadır (Karadağ ve ark.

2015, 2016). Sosyotelizm; telefon, internet ve oyun bağımlılığı gibi türleri bir arada barındırdığından akıllı telefon bağımlılığın ötesinde çok boyutlu bir yapı olarak dikkat çekmektedir (Karadağ ve ark. 2016).

Sosyotelizm; Türkçeye Karadağ ve arkadaşları (2016) tarafından sosyotelizm olarak çevirilerek kişinin sosyal ortamdayken sohbet ortamına katılmak yerine, akıllı telefonuna tamamen dikkatini vermesi olarak tanımlanmaktadır. Yapılan çalışmalar; sosyotelizmin özellikle sosyal gelişim alanını olumsuz yönde etkileyerek kişilerin sosyal alanlardaki etkileşim ve iletişim bağıını kopardığını vurgulamaktadır (Yılmaz ve ark. 2015, Luk ve ark. 2018).

Nazir ve Pişkin (2016) sosyotelizm kavramının olumsuz etkisini vurgulamak için "Sosyotelizm: dünyayı birbirine bağlayan fakat insanların bağlarını koparan bir teknoloji" çarpıcı cümlesiyle, durumun ciddiyetine gözler önüne sergilemişlerdir. Yine yapılan başka bir çalışmada da (Krasnov ve ark. 2016) sosyotelizm kavramı ele alınarak kişilerin sosyal ilişkileri üzerinde toksik etkiye neden olduğu vurgulanarak, bu kavramın kişiler arası ilişkiler üzerindeki oluşturabilecek tehlikenin büyüklüğüne dikkat çekmektedir.

Üniversite öğrencilerinin sosyotelizm davranışlarını incelediği Karadağ ve arkadaşlarının (2015) yaptığı çalışmada, sosyotelizm davranışı sergileyen üniversite öğrencilerinin diğer öğrencilere nazaran daha fazla sosyal medya, akıllı telefon ve kısa mesaj (SMS) bağımlısı olduğunu vurgulamaktadır. Ergenler üzerinde yapılan başka bir çalışmada (Franchina ve ark. 2018) ise sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyotelizm davranışları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Yine yapılan başka bir çalışmada (Brkljačić ve ark. 2018) lise öğrencilerinin sosyotelizm davranışları ile internette geçirdikleri süre arasında pozitif yönde ilişki olduğu belirlenmiştir. Youarti ve Hidayah (2018) özellikle çağımız gençlerinin sosyotelizm ile ciddi tehlike altında olduklarını bu konuda farkındalık çalışmalarına ihtiyaçları olduğunu vurgulamaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılığı

Bilgiye ulaşmanın ve çeşitli toplumsal ihtiyaçların karşılanması için çok önemli bir aracı olan sosyal medya; sosyal paylaşım, oyunlar, iletişim ve daha birçok unsur çağımızda önemli bir iletişim aracıdır (Aktan, 2018).

Sosyal medya bağımlılığı internet bağımlılığı kapsamında ele alınmakta olup; sosyal medyaya yönelik paylaşım sitelerini kişinin rol ve sorumluluklarını yerine getiremeyerek günlük yaşamıyla bağıni koparacak derecede aşırı kullanımı ile birlikte görülen bağımlılık çeşididir. Diğer bir deyişle sosyal medya bağımlılığı; kişinin sosyal medyayı kullanmaktan vazgeçememesi, sosyal medya kullanmadığı zamanlarda yaşadığı fiziksel ve duygusal problemlerle birlikte bireyin günlük yapacakları işlerini sosyal medyayla ilgilenmek için ertelemesi ve bu bağlamda da sosyal ilişkilerinin zedelenmesi olarak ifade edilebilmektedir. (Van den Eijnden ve ark. 2016).

Akıllı telefonlar sosyal medya platformlarına erişim sağlamak için en çok kullanılan aygıtlardan biri olup sosyal medya bağımlılığını tetikleyebilmektedir. Akıllı telefonu her zaman yanında olan kişiler sosyal medya platformlarına daha kolay erişebilmektedir. Akıllı telefonlardan önce kişiler sosyal medya platformlarını kullanabilmek için bilgisayar ve internete ihtiyaç duyarken, günümüzde ise akıllı telefonlar yardımıyla tüm sosyal medya platformlarına ulaşabilmektedir. Bu ulaşım kolaylığı fiziki/yüz yüze iletişim ve paylaşımdan daha çok çevrimiçi iletişim ve paylaşımı tercih etme olasılığı artmaktadır. Yapılan araştırmalarda çevrim içi iletişim ve paylaşımı sık kullanarak sosyal medya bağımlısı olan bireylerde internet bağımlılığı, yalnızlık, depresyon, kaygı bozukluğu, sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu ile pozitif yönde ilişkili olduğu görülürken (Kuss ve ark. 2013; Savcı ve Aysan, 2016; Woods ve Scott, 2016; Balci ve Baloğlu, 2018; Oberst ve ark., 2017), öz saygı, iyi oluş, yaşam doyumları, uyku düzeni ve akademik başarı ile negatif yönde ilişkili olduğu vurgulanmaktadır (Wilson ve ark. 2010; Brooks, 2016; Balci ve Koçak, 2017; Woods ve Scott 2016) .

Sosyal Kaygı

Kaygı, tehdit eden bir durum/olay karşısında bireyin hissettiği huzursuzluk ve endişe olarak tanımlanmaktadır. Bu huzursuzluk ve endişe hali bireyde baskı yaratarak olması gerekenin dışında farklı davranışlar sergilemesine sebep olabilmektedir (Işık, 1996). Kaygı, bireylerin yaşamını olumsuz yönde engelleyerek bireyin bulunduğu anda değil; bireyin geçmiş ya da gelecek zaman düşüncelerine dalarak hissettiği huzursuzluk durumunun artmasına neden olabilir (Çakmak, 2018, s. 40). Kaygı, korku ve endişenin bireyde baş ağrısı, göğüste sıkışma, terleme, kalp çarpıntısı, midede boşluk duygusu gibi bir takım tıbbi sebepler eşliğinde de kendini gösterebilmektedir (Türkçapar, 2004, s. 13).

Bireyin diğer birey veya bireylerle iletişim halindeyken hissettiği endişe, korku ve gerginlik durumu ise iletişim kaygısı olarak tanımlanmaktadır. Birey iletişim kurduğu ortamlarda bu iletişimden kaygı, endişe huzursuzluk duyuyorsa bulunduğu ortamda sıkıntı oluşturan bir durum akıllara gelmektedir (Çakmak 2018, s.36). İletişim sürecindeki birçok nedene bağlı olarak ortaya çıkan bu huzursuzluk, endişe hali de iletişim kaygısının oluşmasına sebep olabilmektedir (Aktan, 2018).

Caplan'a (2002) göre sosyal anksiyetesi olan bireylerin belirtilerinin sorunlu internet kullanımına yol açtığı tespit edilmiştir. Sosyal anksiyetesi olan bireylerin sosyal ağları daha pasif kullandıkları ve sosyal ağlarda daha fazla vakit geçirdikleri, pasif ağ kullanımının sosyal anksiyete yaşayanları daha da kaygılı hale getirdiği tespit edilmiştir. Bu durumda pasif olarak diğer kişinin profilini inceler ancak kişi ile etkileşime girmemektedir (Shaw ve Gant, 2002).

Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından yayınlanan DSM-IV kitabında tanımlanan sosyal kaygı; "Bireyin tanımadığı insanlarla karşılaştığı ya da başkalarının gözünün üzerinde olabileceği, bir ya da birden fazla toplumsal ya da bir eylemi gerçekleştirdiği durumdan belirgin ve sürekli bir korku duymasısıdır." (APA, 1994). DSM V'te dikkat çeken şey ise yaşam boyu sosyal kaygının görülme sıklığının yaşla birlikte daha da azaldığının vurgulanmasıdır. (APA, 2013). Bu açıklamaya dayanarak sosyal kaygının;

gençlik döneminde daha yoğun olarak görüldüğü çıkarımı yapılabilir. Bireylerin yaşantısının önemli dönemlerinden birini oluşturan gençlik dönemi ele alındığında üniversite yıllarında yaşanan kaygı düzeylerinin diğer dönemlere göre daha fazla olduğu düşünülmektedir (Bozkurt, 2004).

Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet

Sosyal güven, kişinin diğer kişi ya da kişilerle etkileşimi sonucunda oluşan his olarak tanımlanmaktadır. İnsanın, sosyal bir canlıdır ve bu tüm sosyal etkileşimleri mevcut toplum içinde meydana gelmektedir. "Sosyal güven" de bu sosyal etkileşim içerisinde meydana gelmektedir. Gilbert vd. (2009) sosyal güven kavramını; rahatlatıcı ve diğer kişilere karşı sakinleştirici, sıcak duygusal his olarak tanımlamaktadır.

Solomon ve Flores'e (2001) göre, insan hayatı birlikteliklerden, dostluklardan, evliliklerden, kurumlardan ve tanıdıklardan oluşmaktadır. İnsanın daha konforlu bir yaşam sürdürebilmesi için sosyal yönünü unutmadan güven temelli insani ilişkileri çok önemlidir.

Kişilerarası ilişkilerin önemi, insanın doğasında yadsınamaz derecede önemlidir (Ryan ve Deci, 2000). Diğer kişiler ile ilişkilerin kurulması ve devam ettirilmesi, insan davranışının temelinde vardır (Pickett vd., 2004). Başkaları tarafından kabul edilmek, bir grup insana ait olmak ve ilişkiyi korumak, bir insanın toplumsal varlık olarak temel gereksinimidir (Baumeister ve Leary, 1995). Kişilerarası ilişkiler yalnızca kişiliğin gelişmesine katkıda bulunmakla kalmaz aynı zamanda duyguların biçimlenmesine güven ve memnuniyet duygularının gelişmesine de katkı sağlamaktadır (Gilbert vd., 2009).

Güven aslında kendi içerisinde çok katmanlı bir kavram olarak ele alındığında kişinin dünyaya gelişinden itibaren içinde yer aldığı sosyal ortam ile iletişime girerek başlattığı iletişim süreçleri ile sosyal güvene doğru ilerlemektedir. Rothstein ve Uslaner'e (2005) göre kendilerini sosyal yönden güvende hissedilen insanların daha iyimser ve hayatlarının nasıl gittiği konusunda da daha umutlu olduğu vurgulanmaktadır.

Öğrencilerin sosyal medya kullanımının normal sınırlarda ve sosyotelizm davranışının minimal düzeyde olmasının bireyin sosyal kaygı düzeyinin düşük olması ve sosyal olarak kendini güvende hissetmesiyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Sosyal kaygı düzeyi düşük olan ve kendisini sosyal ortamlarda güvende hisseden öğrenci, sosyal medyayı aşırı düzeyde kullanmayacak ve patolojik düzeyde sosyotelizm davranışı sergilemeyecektir. Sonuç olarak da gelişmekte olan teknolojinin öğrencilerin hem akademik hem de sosyal ve kültürel yaşamına olumsuz etkilerini ortadan kaldırma açısından katkı sunacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sosyotelizm (sosyotelizm) davranışı arasındaki ilişkide sosyal kaygının aracı ve sosyal güvende hissetmenin düzenleyici rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Araştırma Tipi: Yapılacak olan araştırma, mevcut durumu sorgulayan betimsel bir araştırmadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelizm (sosyotelizm) davranışının sosyal kaygı ve sosyal güvende hissetme açısından değerlendirildiği genel tarama modelinin bir alt türü olan ilişkisel tarama modelindedir. Genel tarama modelleri, birçok unsurdan meydana gelen evren hakkında genel yargılarda bulunmak için evrenin bir bütün olarak ya da gruplar, örnekler veya örneklemeler üzerinde yapılan ölçümlerdir. Genel tarama modelleri kullanılarak tekli taramalar veya ilişkisel taramalar gerçekleştirilebilir. İlişkisel tarama modeli, 2 veya daha fazla değişken arasındaki kovaryansın varlığını ya da derecesini belirlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir (Karasar, 2016).

Araştırmanın Değişkenleri

Bağımsız Değişkenler: Yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum gibi değişkenler bu araştırmanın bağımsız değişkenleridir.

Bağımlı Değişkenler:

1. Öğrencilerin sosyotelizm davranışını belirlemek için Phubbing Ölçeği
2. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyini belirlemek için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu
3. Öğrencilerin sosyal kaygı düzeylerini değerlendirmek için Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği
4. Öğrencilerin sosyal güvende hissetme düzeylerini değerlendirmek için Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği

Araştırma Soruları

1. Üniversite öğrencilerinin sosyotelizm düzeyleri nedir?
2. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri nedir?
3. Üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyleri nedir?
4. Üniversite öğrencilerinin sosyal güvende hissetme düzeyleri nedir?
5. Öğrencilerin sosyotelizm davranışları ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir korelasyonel ilişki var mıdır?
6. Öğrencilerin sosyotelizm davranışları ile sosyal kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir korelasyonel ilişki var mıdır?
7. Öğrencilerin sosyotelizm davranışları ile sosyal güvende hissetme düzeyleri arasında anlamlı bir korelasyonel ilişki var mıdır?
8. Öğrencilerin sosyal kaygı düzeyi sosyotelizm davranışlarını ve sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?
9. Öğrencilerin sosyal güvende hissetme düzeyi sosyotelizm davranışlarını ve sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?
10. Öğrencilerin sosyotelizm davranışları ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki üzerinde sosyal kaygının aracı (mediatör) bir rolü var mıdır?
11. Öğrencilerin sosyotelizm davranışları ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki üzerinde sosyal güvende hissetme ve memnuniyetin düzenleyici (moderator) bir rolü var mıdır?

Araştırmanın Hipotezleri

H1= Sosyotelizm davranışları ile sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir korelasyonel ilişki vardır.

H2= Sosyotelizm davranışları ile sosyal kaygı düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir korelasyonel ilişki vardır.

H3= Sosyotelizm davranışları ile sosyal güvende hissetme düzeyleri arasında negatif yönde anlamlı bir korelasyonel ilişki vardır.

H4= Sosyal kaygı düzeyi sosyotelizm davranışlarını anlamlı düzeyde yordamaktadır.

H5= Sosyal kaygı düzeyi sosyal medya bağımlılığı düzeyini anlamlı düzeyde yordamaktadır.

H6= Sosyal güvende hissetme düzeyi sosyotelizm davranışlarını anlamlı düzeyde yordamaktadır.

H7= Sosyal güvende hissetme düzeyi sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordamaktadır.

H8= Öğrencilerin sosyotelizm davranışları ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki üzerinde sosyal kaygının aracı (mediatör) bir rolü vardır.

H9= Öğrencilerin sosyotelizm davranışları ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki üzerinde sosyal güvende hissetme ve memnuniyetin düzenleyici (moderatör) bir rolü vardır.

Araştırmanın Yapılacağı Yer ve Özellikleri

Araştırma, Atatürk Üniversitesi Sağlık Hizmetleri MYO'da eğitim gören öğrenciler ile yürütülmüştür.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini; Atatürk Üniversitesi Sağlık Hizmetleri MYO'da eğitim gören öğrenciler (N:2687) oluşturmuştur.

Çalışmanın örneklem büyüklüğünü tespit etmek için güç analizi kullanılmıştır. Yapılan güç analizinde Eşleştirilmiş-t testi için; bir birimlik etki büyüklüğünün anlamlı

olabilmesi için g-power programı ile güç ve güven düzeyleri hesaplanarak en az 336 öğrencinin çalışmaya dâhil edilmesi hesaplanarak belirlenmiştir. Araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde öncelikle Atatürk Üniversitesi Sağlık Hizmetleri MYO'da eğitim gören toplam öğrenci sayısı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda; araştırmanın örneklemini 336 kişi oluşturmuştur (n=336).

Çalışmada; araştırmaya dahil edilme kriterleri göz önünde bulundurularak öğrenciler alınacaktır. Etik kurul izni alındıktan sonra öğrencilerden anket formlarını doldurmaları istenmiştir.

Araştırma 14 Kasım 2022 – 13 Kasım 2023 tarihleri arasında yürütülmüştür.

Veri Toplama Araçları ve Özellikleri

Bu araştırmada "Kişisel Bilgi Formu" ile katılımcıların sosyotelizm düzeyini belirlemek için "Genel Phubbing Ölçeği", sosyal medya bağımlılığı düzeyini belirlemek için "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu", sosyal kaygı düzeyini değerlendirmek için "Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği" ve sosyal güvende hissetme düzeylerini değerlendirmek için "Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği" olmak üzere beş form kullanılarak toplanmıştır.

Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacılar tarafından hazırlanmış olan "Kişisel Bilgi Formu"; yaş, cinsiyet, medeni durum, sınıf düzeyi, bölüm, aylık gelir, baba ve annenin eğitim durumu, baba ve annenin mesleği, yaşadığı yer, aile tipi, barınma tipi, çalışma durumu ve akademik ortalama gibi sorular içermektedir.

Genel Phubbing Ölçeği

Üniversite öğrencilerinin sosyotelizm düzeylerini tespit etmek amacıyla "Genel Phubbing Ölçeği" kullanılacaktır. Ölçek Chotpitayasunondh ve Douglas (2018) tarafından geliştirilmiş olup Türkçe geçerlik ve güvenirliği Ergün vd. (2019) tarafından yapılmıştır. Ölçek 15 maddeden oluşmakta ve 7'li Likert tipindedir. Ölçek dört alt ölçekten (Nomofobi, Kişilerarası Çatışma, Kendini İzolasyon ve Sorun Kabulü) oluşmaktadır. Bu ölçekten alınabilecek puanlar 15 ile 105 arasında değişmektedir.

Ölçekten alınan yüksek puan, yüksek düzeyde sosyotelizmi gösterir. Cronbach alfa iç tutarlılık katsayıları ölçeğin tamamı için 0.91, Nomofobi alt ölçeği için 0.82, Kişilerarası Çatışmalar alt ölçeği için 0.84, Kendini İzolasyon alt ölçeği için 0.86 ve Problem Kabul alt ölçeği için 0.74 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı ölçeğin tamamı için 0.91 olarak hesaplanmıştır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeylerini tespit etmek amacıyla 20 maddeden oluşan "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)" kullanılacaktır. Ölçek 18-60 yaş arasındaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek için Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 20 maddeden oluşmakta ve 5'li Likert tipindedir. Ölçeğin sanal tolerans (1.-11. arasındaki maddeler) ve sanal iletişim (12.-20. arasındaki maddeler) olmak üzere 2 alt boyutu bulunmaktadır. Ölçekten en yüksek puan 100, en düşük ise 20 puan alınabilmektedir. Puanın yüksekliği "sosyal medya bağımlılığı algısının yüksekliğine işaret etmektedir. Ölçeğin geneli için Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları ölçeğin tamamı için 0.94, sanal tolerans için 0.92 ve sanal iletişim için 0.91 bulunmuştur. Bu çalışmada Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı ölçeğin tamamı için 0.86 olarak hesaplanmıştır.

Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği

Üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeylerini belirlemek amacıyla 21 maddeden oluşan "Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği" kullanılacaktır. Ölçek 5'li Likert tipinde olup Alkış, Kadirhan ve Sat (2017) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin paylaşılan içerik kaygısı (7 madde), gizlilik endişesi (5 madde), etkileşim kaygısı (5 madde) ve öz değerlendirme kaygısı (3 madde) olmak üzere 4 alt boyutu bulunmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayılarının alt boyutlara göre 0.92 ile 0.80 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Bu çalışmada Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı ölçeğin tamamı için 0.91 olarak hesaplanmıştır.

Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği

Araştırmada, katılımcıların sosyal güvende hissetme ve memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla "Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği" kullanılacaktır. Ölçek Gilbert ve ark. (2009) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması Akın, Uysal ve Çitemel (2013) tarafından yapılmıştır. Ölçekte toplam 11 madde bulunmakta ve 5'li Likert tipindedir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 0, en yüksek puan ise 44'tür. Ölçekten alınan düşük puanlar sosyal güven hissi ve memnuniyet seviyesinin az oluşuna, yüksek puanlar ise sosyal güven hissi ve memnuniyet seviyesinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı .82 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı ölçeğin tamamı için 0.88 olarak hesaplanmıştır.

Verilerin Toplanması ve Değerlendirilmesi

Anketler, gerekli izinler alındıktan sonra 2022-2023 Eğitim-Öğretim yılı Güz yarıyılında Atatürk Üniversitesi Sağlık Hizmetleri MYO öğrencileriyle paylaşılmıştır. Her öğrenci çalışma hakkında bilgilendirilerek anketi doldurması istenmiştir.

Veriler SPSS 22 paket programı kullanılarak bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Değişkenler arası ilişkilerin belirlenmesi için Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı, yordayıcı değişkenlerin incelenmesinde Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi, öğrencilerin sosyotelizm, sosyal medya bağımlılığı, sosyal kaygı ve sosyal güvende hissetme düzeylerinin çeşitli demografik değişkenlere göre farklılığının analizinde ise t-testi ve ANOVA kullanılmıştır.

Araştırmanın Güçlükleri ve Sınırlılıkları

Araştırma; Atatürk Üniversitesi Sağlık Hizmetleri MYO'da eğitim gören kayıtlı öğrencilerle sınırlıdır.

Etik İlkeler

Bu araştırmada Helsinki Deklarasyonu'nda belirtilen etik ilkelere uyulmuştur. Atatürk Üniversitesi Tıp Fakültesi Klinik Araştırmalar etik kurulundan onay alınmıştır.

(B.30.2ATA.0.01.00/591). Ayrıca araştırma başlamadan önce öğrencilere çalışmanın gönüllülük esasına bağlı olduğu vurgulanarak, çalışma hakkında bilgilendirilmeleri planlanarak, çıkar ilişkisi protokolü de katılımcılara açıklanarak sözlü/yazılı onamlarının alınmıştır.

BULGULAR

Verilerin Analizi

Verilerin normal dağılıma uygunluğunu anlamak amacıyla Skewness-Kurtosis analizleri yapılmıştır. Skewness-Kurtosis değerlerinin +1.96 ile -1.96 arasındaki aralık bulunması normal dağılım olarak kabul edilmektedir (George ve Mallery, 2010). Genel Phubbing Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği, Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği değişkenlerinin Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerleri normal aralıkta çıkmıştır. Ölçeklere ait tüm değerlerin normal dağılım gösterdiği söylenebilir. Bu bulgular verilerin normal dağılıma uyduğunu gösterdiğinden verilerin analizinde gruptaki kişi sayıları 30 aşan verilerde parametrik analizler uygulanmıştır.

Tablo 1. Skewness-Kurtosis Analizleri

	Skewness	Kurtosis
Genel Phubbing Ölçeği	,887	,595
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	,211	,057
Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği	-,661	,195
Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği	,337	,055

Katılımcıların tanıtıcı özellikleri ile ilgili bulgular Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Araştırmaya Alınan Üniversite Öğrencilerinin Tanıtıcı Özellikleri ile İlgili Bulgular (n=783)

		n	%
Cinsiyet	Kadın	581	74,2
	Erkek	202	25,8
Medeni durumu	Bekar	650	83,0
	Evli	133	17,0
Yaş	18 yaş ve altı	157	20,1
	19 yaş	245	31,3
	20 yaş	197	25,2

	21-25 yaş	172	22,0
	26 yaş ve üstü	12	1,5
	Min-Max	17-36	
	X±S.s	19.81±1.85	
Sınıf düzeyi	1. sınıf	770	98,3
	2. sınıf	13	1,7
Aylık gelir durumu	Düşük	401	51,2
	Orta	348	44,4
	Yüksek	34	4,3
Yaşanan yer	Öğrenci yurdu	410	52,4
	Evde arkadaşlarla birlikte	26	3,3
	Evde yalnız başına	17	2,2
	Evde ailemle birlikte	315	40,2
	Diğer	15	1,9

Tablo incelendiğinde araştırmaya alınan üniversite öğrencilerinin % 74.2'si kadın, % 25.8'i erkek, % 83'ü bekâr, % 17'si evli, % 20.1'i 17-18 yaş, % 31.3'ü 19 yaş, % 25.2'si 20 yaş, % 22'si 21-25 yaş, % 1.5'i 26-36 yaşında olup yaş aralığı 17 ile 36 arasında ve aritmetik ortalaması 19.81 ± 1.85 , % 98.3'ü 1. sınıf öğrencisi, % 1.7'si 2. sınıf öğrencisi, % 51.2'sinin aylık geliri düşük, % 44.4'ünün aylık geliri orta, % 4.3'ünün aylık geliri yüksek, % 52.4'ü öğrenci yurdunda kalıyor, % 40.2'si evde ailesiyle birlikte kalıyor, % 3.3'ü evde arkadaşlarıyla birlikte kalıyor, % 2.2'si evde yalnız başına kalıyor olduğu görülmektedir.

Araştırmaya alınan üniversite öğrencilerinin sosyal medya araçlarını kullanma sıklığına ilişkin bulgular Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3. Sosyal medya araçlarını kullanma sıklığıyla ilişkin bulgular

Sosyal Medya Araçları	Hiç		Nadiren		Ara sıra		Genellikle		Her zaman	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Facebook	659	84,2	84	10,7	23	2,9	11	1,4	6	,8
Twitter	409	52,2	112	14,3	115	14,7	81	10,3	66	8,4
LinkedIn	742	94,8	20	2,6	9	1,1	5	,6	7	,9
Instagram	73	9,3	31	4,0	81	10,3	285	36,4	313	40,0
Foursquare	756	96,6	10	1,3	7	,9	3	,4	7	,9

Google Plus (Google +)	229	29,2	92	11,7	137	17,5	197	25,2	128	16,3
-----------------------------------	-----	------	----	------	-----	------	-----	------	-----	------

Katılımcıların % 84.2'si Facebook'u hiç kullanmıyor, % 52.2'si Twitter'ı hiç kullanmıyor, % 94.8'i LinkedIn hiç kullanmıyor, % 76.4'ü Instagram'ı genellikle ve her zaman kullanıyor, % 96.6'sı Foursquare'ı hiç kullanmıyor, % 43'ü Google Plus (Google +) genellikle ve her zaman kullanıyor olduğu saptanmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal medya araçlarını kullanma yılına ilişkin bulgular Tablo 4'de sunulmuştur.

Tablo 4. Sosyal medya araçlarını kullanma yılına ilişkin bulgular

	n	%
1 yıldan az	89	11,4
1-3 yıl arası	194	24,8
4-6 yıl arası	278	35,5
7 yıldan fazla	222	28,4

Üniversite öğrencilerinin % 35.5'i 4-6 yıldır sosyal medya araçlarını kullanıyor, % 28.4'ü 7 yıldan fazla süredir sosyal medya araçlarını kullanıyor, % 24.8'i 1-3 yıldır sosyal medya araçlarını kullanıyor, % 11.4'ü 1 yıldan daha az süredir sosyal medya araçlarını kullanıyor.

Katılımcıların sosyal medya uygulamalarına en çok hangi cihaz türünden erişildiğine ilişkin bulgular Tablo 5'de görülmektedir.

Tablo 5. Sosyal medya uygulamalarına en çok hangi cihaz türünden erişildiğine ilişkin bulgular

Cihaz Türü	n	%
Akıllı telefon	759	96,9
Tablet	8	1,0
Bilgisayar	9	1,1
İnternet kafe/diğer	7	,9

Üniversite öğrencilerinin % 96.9'u sosyal medya uygulamalarına en çok akıllı telefonla eriştiğini belirtmiştir.

Tablo 6'da Genel Phubbing Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal

Kaygı Ölçeği puanlarına ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 6. Genel Phubbing Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği Puanlarına İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	X	S.S.
Genel Phubbing Ölçeği	46,24	18,83
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	51,26	13,63
Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği	28,07	9,49
Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği	53,30	17,43

Tablo incelendiğinde Genel Phubbing Ölçeği puan ortalamasının 46.24 ± 18.83 , Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puan ortalamasının 51.26 ± 13.63 , Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği puan ortalamasının 28.07 ± 9.49 , Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği puan ortalamasının 53.30 ± 17.43 olduğu görülmektedir.

Tablo 7’de öğrencilerin sosyotelizm davranışları ile sosyal medya bağımlılığı, sosyal kaygı ve sosyal güvende hissetme arasındaki korelasyon değerleri sunulmuştur.

Tablo 7. Öğrencilerin Sosyotelizm Davranışları ile Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Kaygı ve Sosyal Güvende Hissetme Arasındaki Korelasyon Değerleri

	Genel Phubbing Ölçeği	
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	r	,668*
	p	,000
Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği	r	-,027
	p	,452
Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği	r	,342*
	p	,000

* $p < 0.001$ anlamlı

Genel Phubbing Ölçeği ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği arasında doğru yönde $p < 0.05$ önem düzeyinde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Sonuç olarak Genel

Phubbing Ölçeği puanları arttıkça Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puanlarının da arttığı söylenebilir.

Genel Phubbing Ölçeği ile Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği arasında doğru yönde $p < 0.05$ önem düzeyinde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Sonuç olarak Genel Phubbing Ölçeği puanları arttıkça Sosyal Medya Kullanıcıları için Sosyal Kaygı Ölçeği puanlarının da arttığı söylenebilir.

Katılımcıların Sosyal Kaygı Ölçeği puanlarının Genel Phubbing Ölçeği puanlarını yordamasına ilişkin bulgular Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Sosyal Kaygı Ölçeği Puanlarının Genel Phubbing Ölçeği Puanlarını Yordamasına İlişkin Lineer Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	Beta	t	p
Sabit	27,796	2,102		13,227	,000
Sosyal Kaygı Ölçeği	,910	,130	,842	7,020	,000
R=,376	R ² =,141				
F _(4,778) =31,977 p=,000					

Modelde otokorelasyon olup olmadığını anlamak için Durbin-Watson (D-W) testine bakılmıştır. D-W değeri 1,771 olarak bulunmuş ve bulunan bu değer 2’ye yakın olduğu için otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Çoklu bağlantı sorunu için ise tolerans değerlerine bakılmış ve tüm tolerans değerlerinin (1- R²)’den büyük olduğu görülmüştür. Otokorelasyon ve çoklu bağlantı sorunlarının olmadığı görüldükten sonra analize devam edilmiştir.

Tablo incelendiğinde Sosyal Kaygı Ölçeği değişkenleri Genel Phubbing Ölçeği ile anlamlı bir ilişki vermektedir (R=.376, R²=,141, $p < 0.05$). Sosyal Kaygı Ölçeği değişkenleri Genel Phubbing Ölçeğinin toplam varyansının % 14’ünü açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre yordayıcı değişkenine göre, Sosyal Kaygı Ölçeği değişkenleri etkili bulunmuştur. Regresyon katsayılarının anlamlılığına

ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde Sosyal Kaygı Ölçeği değişkenlerinin Genel Phubbing üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların Sosyal Kaygı Ölçeği puanlarının Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puanlarını yordamasına ilişkin bulgular Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Sosyal Kaygı Ölçeği Puanlarının Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanlarını Yordamasına İlişkin Lineer Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	Beta	t	p
Sabit	34,962	1,482		23,584	,000
Sosyal Kaygı Ölçeği	,145	,086	,185	1,692	,091
R=,430	R ² =,185				
F _(4,778) =44,093	p=,000				

Modelde otokorelasyon olup olmadığını anlamak için Durbin-Watson (D-W) testine bakılmıştır. D-W değeri 1,882 olarak bulunmuş ve bulunan bu değer 2’ye yakın olduğu için otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Çoklu bağlantı sorunu için ise tolerans değerlerine bakılmış ve tüm tolerans değerlerinin (1- R²)’den büyük olduğu görülmüştür. Otokorelasyon ve çoklu bağlantı sorunlarının olmadığı görüldükten sonra analize devam edilmiştir.

Tablo incelendiğinde Sosyal Kaygı Ölçeği değişkenleri Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile anlamlı bir ilişki vermektedir (R=.430, R²=,185, p<0.05). Sosyal Kaygı Ölçeği değişkenleri Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin toplam varyansının % 19’unu açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre yordayıcı değişkenine göre, Sosyal Kaygı Ölçeği değişkenleri etkili bulunmuştur.

Katılımcıların Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği puanlarının Genel Phubbing Ölçeği puanlarını yordamasına ilişkin bulgular Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği Puanlarının Genel Phubbing Ölçeği Puanlarını Yordamasına İlişkin Lineer Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart	Beta	t	p
----------	---	----------	------	---	---

		Hata			
Sabit	47,741	2,104		22,693	,000
Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği	-,053	,071	-,027	-,753	,452
R=,027	R ² =,001				
F _(1,781) =,567	p=,452				

Modelde otokorelasyon olup olmadığını anlamak için Durbin-Watson (D-W) testine bakılmıştır. D-W değeri 1,808 olarak bulunmuş ve bulunan bu değer 2'ye yakın olduğu için otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Çoklu bağlantı sorunu için ise tolerans değerlerine bakılmış ve tüm tolerans değerlerinin (1- R²)'den büyük olduğu görülmüştür. Otokorelasyon ve çoklu bağlantı sorunlarının olmadığı görüldükten sonra analize devam edilmiştir.

Tablo incelendiğinde Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği değişkeni Genel Phubbing Ölçeği ile anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (R=.027, R²=,0011, p>0.05). Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği değişkeni Genel Phubbing üzerinde anlamlı bir yordayıcı değildir.

Katılımcıların Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği puanlarının Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puanlarını yordamasına ilişkin bulgular Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği puanlarının Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puanlarını yordamasına ilişkin Lineer Doğrusal Regresyon Analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	Beta	t	p
Sabit	51,16	1,524		33,575	,000
Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği	,003	,051	,002	,065	,948
R=,002	R ² =,000				
F _(1,781) = ,004	p=,948				

Modelde otokorelasyon olup olmadığını anlamak için Durbin-Watson (D-W) testine bakılmıştır. D-W değeri 1,828 olarak bulunmuş ve bulunan bu değer 2'ye yakın olduğu için otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Çoklu bağlantı sorunu için ise tolerans değerlerine bakılmış ve tüm tolerans değerlerinin $(1 - R^2)$ 'den büyük olduğu görülmüştür. Otokorelasyon ve çoklu bağlantı sorunlarının olmadığı görüldükten sonra analize devam edilmiştir.

Tablo incelendiğinde Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği değişkeni Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($R = .002$, $R^2 = .000$, $p > 0.05$). Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeği değişkeni Sosyal Medya Bağımlılığı üzerinde anlamlı bir yordayıcı değildir.

Çalışmada aracılık analizi sonuçlarına ulaşmak için öncelikle değişkenler arasında direkt regresyon analizleri yapılmıştır (Tablo 14). Hayess'in Model 4'üne göre Phubbing'in aracı değişken olan Sosyal Kaygı üzerindeki etkisi ve Sosyal Kaygının da sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla mediatör etkinin olması için gerekli anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Buna göre Tablo 14'den anlaşıldığı gibi Sosyal Kaygının aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($Y = .051$ %95 CI = 0,31-,074). Bu anlamda sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkisinde Sosyal Kaygının aracı olarak arttırıcı etkisi olduğu görülmüştür.

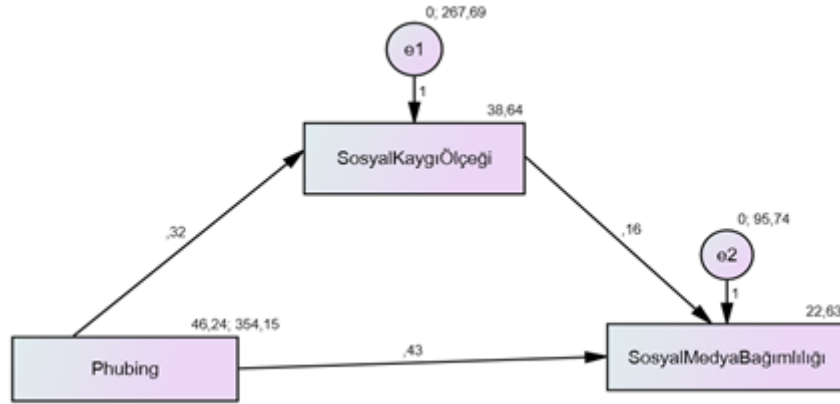
Çalışmada phubbing'in sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde sosyal kaygının aracılık rolü etkisi Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. Phubbing'in sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde Sosyal Kaygının aracılık rolü etkisi

	Sosyal Kaygı		Sosyal Medya Bağımlılığı	
	β	SH	β	SH
Phubbing (c yolu)			,444	,035
R^2				
Phubbing (a yolu)	,317*	,031		
R^2	,117			
Phubbing (c yolu)			,433*	,020
Sosyal Kaygı (b yolu)			,162*	,021
R^2			,484	

Dolaylı etki ,051* (%95 CI=,031-,074)

* <,001



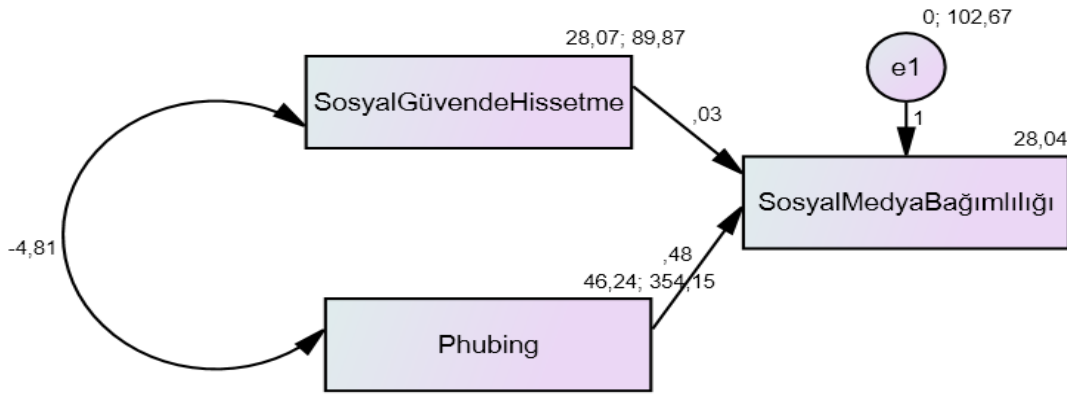
Şekil 1. Aracı Değişken Etkisi

Phubbing'in aracı değişken olan Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet üzerindeki etkisi anlamlı iken Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyetin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi anlamsız bulunmuştur. Dolayısıyla moderatör etkinin olması için gerekli anlamlı ilişkilerin olmadığı saptanmıştır. Buna göre Tablo 13'den de anlaşıldığı gibi Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyetin etkisi istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Bu anlamda sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkisinde Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyetin düzenleyici olarak bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Tablo 13. Phubbing'in sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde Sosyal Güvende Hissetmenin ve Memnuniyetin düzenleyici rolü etkisi

	Sosyal Medya Bağımlılığı		
	β	SH	p
Phubbing	,484*	,019	,000
Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet	,029	,038	,444
R²	,020		

* <,001



Şekil 2. Düzenleyici Değişken Etkisi

TARTIŞMA

Bu araştırmanın sonuçlarına bakıldığında öğrencilerin sosyotelizm, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal anksiyete düzeylerinin ölçek ortalamalarının üzerinde olduğu ve öğrencilerin sosyotelizm düzeyi arttıkça sosyal medya bağımlılık ve sosyal anksiyete düzeylerinin de arttığı saptanmıştır. Çalışmanın diğer bulguları ise sosyal kaygının sosyotelizmi ve sosyal medya bağımlılığını yordadığı ve sosyotelizm ile sosyal medya bağımlılığı arasında aracı role sahip olduğudur. Son olarak bu çalışmada sosyal güvende hissetme ve memnuniyetin düzenleyici bir rolünün olmadığı tespit edilmiştir.

Mevcut çalışmanın sonuçları sosyotelizmin sosyal medya bağımlılığı ile pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermiştir ki bu da beklentimiz ile uyumludur (Hipotez 1). Çok sayıda ulusal araştırma, sosyotelizmin sosyal medya bağımlılığıyla doğru yönde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Karadağ vd., 2015; Baltacı, 2019; Nazir & Bulut, 2019; Balta vd., 2020). Sosyotelizm ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen uluslararası çalışmalarda da bu iki değişken arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunduğu görülmektedir. (Chu vd., 2021; Wang vd., 2020). Bu çalışmanın bulgularının ulusal ve uluslararası çalışmalarla benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Sosyal medya bağımlılığı sosyotelizm için önemli bir tetikleyici olabilir. Bireyler sosyal medyaya bağımlı olduklarında, sosyal medya hesaplarını sürekli kontrol etme,

bildirimlere yanıt verme ve çevrimiçi etkileşimler yoluyla doğrulama arama olasılıkları daha yüksektir. Bu davranış, sanal bağlantılarını gerçek hayattaki ilişkilerine göre önceliklendirdiklerinde sosyotelizme yol açabilir. Diğer yandan bireyler sosyotelizm davranışı gösterdiklerinde beğeniler, yorumlar veya mesajlar gibi çevrimiçi etkileşimlerinden haz alabilirler. Bu olumlu pekiştirme, onları sosyal medyayı aşırı kullanmaya devam etmeye teşvik ederek bağımlılıklarını derinleştirebilir. Hem sosyotelizm hem de sosyal medya bağımlılığı, kişilerarası ilişkiler üzerinde zararlı bir etkiye sahip olabilir. Sosyotelizm, fiziksel olarak orada bulunan kişilerde ihmal ve hayal kırıklığı duygularına yol açabilirken, sosyal medya bağımlılığı, çevrimiçi aktiviteler uğruna önemli ilişkilerin ve sorumlulukların ihmal edilmesiyle sonuçlanabilmektedir. Bu, sosyal medya bağımlılığının sosyotelizmi tetiklediği ve sosyotelizmin de sosyal medya bağımlılığını şiddetlendirdiği bir döngü yaratabilir.

Çalışmamızda sosyotelizmin sosyal kaygı ile pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu sonuç da beklentimiz ile uyumludur (Hipotez 2). Literatüre bakıldığında sosyal anksiyete ile sosyotelizm (Xiaoyuan vd., 2023; Sun ve Samp, 2021; Ergün, 2019) arasında pozitif yönde bir ilişki bulunduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur. Yüksek düzeyde sosyal kaygı sergileyen bireyler akıllı telefonlarını kullanarak daha fazla zaman geçirme eğiliminde olmakta ve bu da sorunlu akıllı telefon kullanımına yol açmaktadır (Cheever vd., 2014; Demirci vd., 2015).

Sosyal kaygısı olan bazı bireyler için sosyotelizm, sosyal durumlardaki rahatsızlıklarını azaltacak bir başa çıkma mekanizması olarak hizmet edebilir. Bireyler akıllı telefonlarına odaklanarak, başkalarının potansiyel yargılarına veya olumsuz değerlendirmelerine daha az maruz kalacaklarını hissedebilirler. Sosyotelizm, yüz yüze etkileşimlerin kaygı uyandıran yönlerinden korunmak veya dikkati dağıtmak için bir kalkan görevi görebilir. Bunun yanı sıra sosyotelizm başkalarıyla yüz yüze etkileşimin azalmasına neden olabilir ve bu da sosyal kaygıyı şiddetlendirebilir. Bireyler sosyal etkileşim için cihazlarına ne kadar çok odaklanırsa, sosyal becerileri geliştirme ve uygulama fırsatlarından yoksun oldukları için bu durumlarla ilgili kaygıyı daha da

belirgin hale getirebilir. Ayrıca, sosyal kaygısı olan bireyler, telefonlarını bir başa çıkma mekanizması olarak kullanmaya daha yatkın olabilirler, ancak aşırı sosyotelizm, sosyal izolasyona yol açarak sosyal kaygılarını daha da güçlendirebilir. Kaçınma ve sosyotelizmin sosyal kaygıyı kötüleştirdiği ve artan sosyal kaygının daha fazla kaçınma ve sosyotelizme yol açtığı, kendi kendini sürdüren bir döngü haline gelebilir. Sosyotelizmin ilişkiler üzerinde olumsuz sonuçları olabilir ve bu durum özellikle sosyal kaygısı olan bireyler için zorlayıcı olabilir. Bireyler sosyal durumlarda sosyotelizm davranışı sergilediklerinde, arkadaşlarıyla ve sevdikleriyle etkileşimde kuramadıkları için, bu durum ilişki problemleri yaşabilir ve sosyal kaygılarını daha da artıracak sosyal izolasyon duygularına yol açabilir.

Bu çalışma sosyotelizm ile sosyal güvende hissetme ve memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığını; sosyal güvende hissetme ve memnuniyetin sosyotelizmi ve sosyal medya bağımlılığını yordamadığını ve bu değişkenin sosyotelizm ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide düzenleyici olmadığını göstermiştir. Bu bulgu beklentimiz ile uyumlu olmamıştır (Hipotez 3, 6,7 ve 9). Sosyal güvende hissetme düzeyi ile kaygı arasında negatif (Gilbert vd., 2008) ve sosyal kaygı ile sosyotelizm arasında pozitif yönde (Ergün, 2019) bir ilişki belirtildiği için bu çalışmadaki beklentimiz sosyotelizm ile sosyal güvende hissetme ve memnuniyet arasında negatif yönde anlamlı bir korelasyonel ilişki olacağına dairdi. Bu beklenmeyen sonuçların nedeni çeşitli faktörler olabilir. Çalışmamızın sonuçlarını çalışmada dikkate alınmayan çeşitli bireysel ve durumsal faktörler etkilemiş olabilir. Ayrıca kullanılan ölçüm araçları bu yapıların inceliklerini yeterince yakalayamamış olabilir ve bu da beklenmeyen sonuçlara yol açabilir. Sosyotelizm ile sosyal güvende hissetme arasında ilişki çıkmamasında çalışmanın bulgularında açıklanan sosyal medya araçlarını kullanma sürelerinin da etkili olduğu düşünülmektedir. Sosyodemografik veriler incelendiğinde; bu çalışmada öğrencilerin çoğunluğunun (%35.5) sosyal medya araçlarını en fazla 4-6 yıldır kullanmaları dikkat çekicidir.

Aynı zamanda örneklem grubundaki öğrencilerin sosyodemografik verileri incelenmeye devam edildiğinde öğrencilerin önemli bir kısmının (%40.2) ailesinin yanında kalmasının da sonuçlarda etkili olabileceği soru işaretlerini akıllara getirmektedir. Öğrencilerin sosyal medyada hissettiği güvende hissetmeme duygusunun ailenin yanında giderildiği ihtimali akıllara gelmektedir.

Bu bulgular, phubbing'in sosyal güvende hissetme ve memnuniyetle ilişkisi konusunda daha fazla araştırma yapılmasını teşvik etmektedir. Gelecekteki araştırmalar, bu ilişkileri etkileyebilecek daha geniş bir faktör yelpazesini dikkate almalı ve daha incelikli ölçümleri içermelidir. Ek olarak, nitel bir araştırma, phubbing davranışının altında yatan mekanizmaların ve bunun bireylerin sosyal güvende hissetme ve memnuniyet üzerindeki etkisinin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olabilir.

Mevcut çalışma sosyal kaygı düzeyinin sosyotelizmi anlamlı düzeyde yordadığını göstermiştir ki bu da beklentimiz ile uyumludur (Hipotez 4). Guazzini vd. (2019) phubbing'in olası yordayıcılarını araştırmış ve sosyal kaygı düzeyi yüksek bireylerin daha fazla sosyotelizm davranışı sergilediğini tespit etmişlerdir. Bu durum, sosyal kaygısı olan kişilerin başkalarıyla yüz yüze konuşmaktan rahatsızlık duymaları nedeniyle çevrimiçi sosyal etkileşimleri yüz yüze iletişime tercih etmeleri ve teknolojilerin bu tür hoş olmayan durumlardan kaçınmalarına yardımcı olmasıyla açıklanabilir (Caplan 2007; Pierce 2009). Bu bağlamda sosyal kaygılı kişiler yüz yüze etkileşime geçerek olumsuz duygular hissetmek yerine akıllı telefonlarını kullanmayı tercih edebilirler.

Mevcut çalışma sosyal kaygı düzeyinin sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordadığını göstermiştir ki bu da beklentimiz ile uyumludur (Hipotez 5). Sosyal anksiyete ile sosyal medya bağımlılığı (Chu vd., 2021; Nguyen et al., 2020; Frost & Rickwood, 2017) arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal ortamlarda kendini ifade etmekte zorluk çeken bireyler internet ortamında kendilerini daha kolay ifade etmektedir (Baltacı, 2019). Gençlerin sosyal açıdan endişe verici ortamlardan uzak durma eğiliminde oldukları ve sosyal ağlarda var olmaya çalıştıkları

görülmektedir (Morahan-Martin ve Schumacher, 2000). Sosyal kaygılı bireylerin interneti sosyal etkileşim amacıyla kullandıkları belirtilmektedir (Peter vd., 2006). Bireyler yüz yüze iletişim yerine sanal ortamlar kullanarak iletişim kurduklarında daha az risk algılamaktadırlar. Sosyal kaygının internet bağımlılığı, problemleri internet kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu vurgulanmaktadır (Doğan ve Tosun, 2016; Yen, vd., 2012; Yılmaz vd., 2015). Bu nedenle sosyal kaygının sosyal medya bağımlılığının önemli bir yordayıcısı olduğu düşünülmektedir.

Mevcut çalışma öğrencilerin sosyotelizm davranışları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki üzerinde sosyal kaygının aracı (mediatör) bir rolü olduğunu göstermiştir ki bu da beklentimiz ile uyumludur (Hipotez 8). Sosyal kaygı, sosyotelizm davranışları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide bir mediatör rolü oynayabilir. Sosyal kaygıya sahip bir birey, yüz yüze sosyal etkileşimlerden kaçınma eğiliminde olup bu kişisel etkileşimler sırasında aşırı kaygı yaşayabilir. Bu birey, sosyal medya platformlarına daha fazla yönelerek bu ortamlarda yüz yüze etkileşimler olmaksızın sosyal bağlantı kurabilir ve kendini daha rahat ifade edebilir. Birey sosyal medya platformlarında daha fazla zaman geçirmeye başladıkça, sosyal medya bağımlılığı gelişebilir. Kişi bu platformlara sürekli olarak geri döner ve kişilerarası etkileşimleri daha da azaltabilir. Sosyal kaygı, bu süreci daha da kötüleştirerek birey sosyal medyadaki etkileşimlere daha fazla bağlanırken, yüz yüze etkileşimlerden daha fazla kaçınma eğiliminde olacaktır.

Çalışmada saptanan bu bulgunun sosyal kaygı, sosyotelizm ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki karmaşık etkileşimi anlamak için önemli sonuçları vardır. Özellikle bu çalışma, sosyal kaygının sosyotelizm ile medya bağımlılığı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği spesifik mekanizmaları incelemek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır. Buna ek olarak çalışma, özellikle akranlarının etkisine karşı özellikle savunmasız olabilecek genç yetişkinler arasında sosyal medya bağımlılığı için potansiyel bir risk faktörü olarak sosyotelizmi ele almanın öneminin altını çizmektedir. Gelecekteki araştırmalar ayrıca cinsiyet, yaş ve kültürel arka plan gibi

faktörlerin sosyotelizm, sosyal kaygı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki üzerindeki potansiyel düzenleyici etkilerini de araştırmalıdır. Bu çalışmanın, sosyal kaygının sosyotelizm ve sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisine ilişkin literatüre katkıda bulunacağı ve bu önemli halk sağlığı sorununu ele almak isteyen araştırmacılar, uygulayıcılar ve politika yapıcılar için önemli bilgiler sunacağı düşünülmektedir.

SONUÇ

Sonuç olarak, sosyotelizmin aşırı sosyal medya kullanımına yol açabileceği için sosyotelizm ve sosyal medya bağımlılığı birbirleriyle ilişkilidir. Her iki davranışın da gerçek hayattaki ilişkiler ve iyil hali açısından olumsuz sonuçları olabilir. Bireylerin bu davranışların farkında olması ve sağlıklı ilişkileri ve genel iyilik halini sürdürmek için çevrimiçi ve çevrimdışı yaşamları arasında bir denge kurmaya yönelik adımlar atması önemlidir. Sosyotelizm ile sosyal kaygı arasındaki ilişki karmaşıktır. Sosyotelizm, sosyal kaygısı olan kişiler için bir başa çıkma mekanizması görevi görebileceği gibi, yüz yüze etkileşimi azaltarak ve sosyal becerilerin gelişimini engelleyerek kaygılarını da artırabilmektedir. Her iki davranış da sosyal izolasyona yol açabilir, ilişkileri olumsuz etkileyebilir ve kaygı ve kaçınma döngüsüne katkıda bulunabilir. Sosyal kaygısı olan bireyler, kaygılarını yönetmelerine ve sosyal etkileşime daha sağlıklı, daha dengeli yaklaşımlar geliştirmelerine yardımcı olacak destek ve tedaviden yararlanabilirler.

Bu çalışmada sosyal kaygının, sosyotelizm ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi açıklayan bir aracı rolü oynadığı saptanmıştır. Sosyal kaygı, kişinin dijital platformlara olan kaçınma davranışlarını ve sosyal medya bağımlılığını teşvik edebilir. Ancak bu karmaşık bir ilişki ve bireyler arasında farklı etkileşimler gösterebilir. Sosyal kaygı, sosyal medya kullanımı ve bağımlılığı konusunda daha fazla araştırma gerektiren bir alandır ve kişiselleştirilmiş bir değerlendirme gerektirebilir.

YAYGIN ETKİ/KATMA DEĞER:

Ülkemizde ve dünyada üniversite öğrencilerinin sosyotelizm, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal kaygı düzeylerinin değerlendirildiği çalışmalar bulunmakla birlikte

sosyotelizm davranışı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide sosyal kaygının aracı, sosyal güvende hissetme ve memnuniyetin düzenleyici rolünü inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına dayanarak öğrencilerin sosyal kaygı düzeylerini azaltacak müdahaleler planlanarak öğrencilerin sosyotelizm davranışı ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin azaltılmasına katkıda bulunulabilir.

KAYNAKLAR

- Akın, A., Uysal, R. & Çitemel, N. (2013). Sosyal Güvende Hissetme ve Memnuniyet Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 34-40.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.379886
- Alkis, Y., Kadirhan, Z., & Sat, M. (2017). Development and validation of social anxiety scale for social media users. *Computers in Human Behavior*, 72, 296-303.
- American Psychiatric Association (APA) (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (4th ed.) (DSM-IV)*, Washington DC: American Psychiatric Association.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.)*. Washington DC: American Psychiatric Association.
- Balcı, Ş. & Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: "Üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 209-234. DOI: 10.16878/gsuilet.500860
- Balcı, Ş. & Koçak, M. C. (2017). Sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma, 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 34-45.
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out

- and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 628–639.
- Baltacı, Ö. (2019). The predictive relationships between the social media addiction and social anxiety, loneliness, and happiness. *International Journal of Progressive Education*, 15(4), 73–82. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2019.203.6>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Bozkurt, N. (2004). Bir grup üniversite öğrencisinin depresyon ve kaygı düzeyleri ile çeşitli değişkenler arasındaki ilişkiler. *Eğitim ve Bilim*, 29(133), 52–59.
- Błachnio, A., & Przepiorka, A. (2019). Be aware! If you start using facebook problematically you will feel lonely: Phubbing, and facebook intrusion. A cross-sectional study. *Social Science Computer Review*, 37(2), 270–278.
- Brkljačić, T., Šakić, V., Kaliterna-Lipovčan, L.J. (2018). *Phubbing among Croatian students*. In Protection and Promotion of the WellBeing of Children, Youth, and Families: Selected Proceedings of the 1st International Scientific Conference of the Department of Psychology at the Catholic University of Croatia (Ed S Nakić Radoš), 109–126. Zagreb, Croatia, Catholic University of Croatia.
- Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being? *Computers in Human Behaviour*, 46, 26–3.
- Caplan, S. E. (2002). Problematic internet use and psychosocial well-being: Development of a theory-based cognitivebehavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior*, 18, 553–575.
- Caplan, S.E. (2007). "Relations among Loneliness, Social Anxiety, and Problematic Internet use." *CyberPsychology & Behavior* 10(2), 234–242. doi:10.1089/cpb.2006.9963.
- Chatterjee, S. (2020). Antecedents of phubbing: from technological and psychological perspectives. *J. Syst. Inf. Technol.* 22, 161–118. doi: 10.1108/JSIT-05-2019-0089

- Cheever, N. A., Rosen, L. D., Carrier, L. M. and Chavez, A. (2014). "Out of sight is not out of mind: The impact of restricting wireless mobile device use on anxiety levels among low, moderate and high users." *Computers in Human Behavior* 37, 290–297. doi:10.1016/j.chb.2014.05.002.
- Chi, L.C., Tang, T.C. & Tang, E. (2022). The phubbing phenomenon: a cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior. *Curr Psychol*, 41, 1112–1123. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02468-y>
- Chu, X., Ji, S., Wang, X., Yu, J., Chen, Y., & Lei, L. (2021). Peer phubbing and social networking site addiction: The mediating role of social anxiety and the moderating role of family financial difficulty. *Frontiers in Psychology*, 12, 670065. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.670065>
- Çakmak, V. (2018). *İletişim kaygısı ve sosyal medya*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effects of "phubbing" on social interaction, *Journal of Applied Social Psychology*, 304–316.
- Demirci, K., M. Akgönül, and A. Akpınar. 2015. "Relationship of smartphone use severity with sleep quality, depression, and anxiety in university students." *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 85–92. doi:10.1556/2006.4.2015.010.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., and Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—a study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *Int. J. Inf. Manag.* 40, 141–152. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012
- Doğan, U., & Tosun, N. İ. (2016). Lise öğrencilerinde problemlı akıllı telefon kullanımının sosyal kaygı ve sosyal ağların kullanımına aracılık etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(22), 99–128.

- Ergün, N., Göksu, İ., Sakız, H. (2019). Effects of phubbing: relationships with psychodemographic variables. *Psychol Rep*, 123,1578-1613. <https://doi.org/10.1177/0033294119889581>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., van Rooij, A. J., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 15(10), 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Frost, R. L., & Rickwood, D. J. (2017). A systematic review of the mental health outcomes associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 76, 576-600.
- George, D., & Mallery, M. (2010). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson
- Gilbert, P., McEwan, K., Mitra, R., Richter, A., Franks, L., Mills, A., Bellew, R. ve Gale, C. (2009). An exploration of different types of positive affect in students and patients with bipolar disorder. *Clinical Neuropsychiatry*, 6,135-143.
- Işık, E. (1996). *Nevrozlar*. Ankara: Kent Matbaası.
- Karadağ, E., Tosuntaş, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., Çulha, İ., & Babadağ, B. (2016). The virtual world's current addiction: Phubbing. *The Turkish Journal on Addictions*, 3(2), 250–269.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., Çulha, İ., & Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: a structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- Karasar, B. (2016). *Araştırma Yöntemi. Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Nobel Akademik Yayıncılık.

- Krasnov, H., Abramova, O., Notter, I., Baumann, A. (2016). Why phubbing is toxic for your relationship: Understanding the role of smartphone jealousy among "generation y" users. In ECIS (Research paper109), Istanbul, Turkey.
- Kuss DJ, van Rooij AJ, Shorter GW ve ark. (2013). Internet addiction in adolescents: Prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*, 29,1987-1996.
- Leong, L.-Y., Hew, T.-S., Ooi, K.-B., Lee, V.-H., and Hew, J.-J. (2019). A hybrid SEM-neural network analysis of social media addiction. *Expert Syst. Appl.*, 133, 296–316. doi: 10.1016/j.eswa.2019.05.024
- Li, L., Griffiths, M. D., Mei, S., and Niu, Z. (2020a). Fear of missing out and smartphone addiction mediates the relationship between positive and negative affect and sleep quality among Chinese University students. *Front. Psychiatr.*, 11, 877. doi: 10.3389/fpsy.2020.00877
- Luk, T.T., Wang, M.P., Shen, C., Wan, A., Chau, P.H., Oliffe, J., Lam, T.H. (2018). Short version of the smartphone addiction scale in Chinese adults: Psychometric properties, sociodemographic, and health behavioral correlates. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(4), 1157-1165.
- Morahan-Martina, J., & Schumacher, P. (2000). Incidence and correlates of pathological internet use among college students. *Computers in Human Behavior*, 16, 13–29.
- Nazir, T., & Bulut, S. (2019). Phubbing and what could be its determinants: A dugout of literature. *Psychology*, 10(2), 819–829.
- Nazir, T. and Pişkin, M. (2016). Phubbing: A technological invasion, which connected the word but disconnected humans. *The International Journal of Indian Psychology*, 3, 39-46.
- Nguyen, T. H., Lin, K-H., Rahman, F. F., Ou, J-P., & Wong, W-K. (2020). Study of depression, anxiety, and social media addiction among undergraduate students. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 23(4), 284-303.

- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *J Adolesc*, 55, 51-60.
- Peter, J., Valkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 9, 584-589.
- Pickett, C. L., Gardner, W. L., & Knowles, M. (2004). Getting a Cue: The Need to Belong and Enhanced Sensitivity to Social Cues. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(9), 1095-1107. <https://doi.org/10.1177/0146167203262085>
- Pierce, T. 2009. "Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens." *Computers in Human Behavior* 25(6),1367-1372. doi:10.1016/j.chb.2009.06.003.
- Reer, F., Tang, W. Y., and Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: the mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media Soc.* 21, 1486-1505. doi: 10.1177/1461444818823719
- Rothstein, B., & Uslaner, E. (2005). All for all equality, corruption, and social trust. *World Politics*, 58, 41-72. doi10.1353/wp.2006.0022.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Savci, M. ve Aysan, F. (2016). Relationship between impulsivity, social media usage and loneliness. Educational Process: *International Journal*, 5(2), 106-115.
- Shaw, L. H., & Gant, L. M. (2002). In defense of the Internet: The relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *CyberPsychology & Behavior*, 5(2), 157-171. <https://doi.org/10.1089/109493102753770552>
- Solomon, R.C ve Flores, F. (2001). *İş Dünyasında, Politikada, İlişkilerde ve Yaşamda*

Güven Yaratmak. (Çeviren: Ahmet Kardam) İstanbul: Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası Yayınları.

Sun, J. & Samp J. A. (2022). 'Phubbing is happening to you': examining predictors and effects of phubbing behaviour in friendships. *Behaviour & Information Technology*, 41(12), 2691-2704, DOI: 10.1080/0144929X.2021.1943711

Türkçapar, H. (2004). Anksiyete Bozukluğu ve Depresyonun Tanısal İlişkileri.

Klinik Psikiyatri Dergisi, 7, 12-16.

Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 14(1), 523-538.

Whaite, E. O., Shensa, A., Sidani, J. E., Colditz, J. B., and Primack, B. A. (2018). Social media use, personality characteristics, and social isolation among young adults in the United States. *Pers. Individ. Differ.* 124, 45–50. doi: 10.1016/j.paid.2017.10.030

Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13, 173-177.

Woods, H. C., & Scott, H. (2016). Sleepyteens: Social media use in adolescent is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41-49.

van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487.

Yen, Y. Y., Yen, C. F., Chen, C. S., Wang, P. W., Chang, Y. H., & Ko, C. H. (2012). Social anxiety in online and real-life interaction and their associated factors. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(1), 7–12.

Yılmaz, G., Sar, A.H., Civan, S. (2015). Ergenlerde mobil telefon bagimligi ile sosyal kaygi arasindaki iliskinin incelenmesi. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 2(2), 20-37.

Youarti, I.E., Hidayah, N. (2018). Phubbing behavior as a generation of adolescent z.
Jurnal Fokus Konseling, 4, 143-152.



ATATÜRK
ÜNİVERSİTESİ