Uluslararası ANADOLU Sosyal Bilimler Dergisi
International Anatolian Journal of Social Sciences
e-ISSN: 2619-9475
https://dergipark.org.tr/tr/pub/ulasbid

Araştırma Makalesi / Research Article ***2026, Cilt: 10, Sayı: 1, Sayfalar: 178-205***
DOI: https://doi.org/1860663/

GENÇ YETİŞKİNLERİN SOSYOTELİST OLMALARINA VE SOSYAL DESTEKLERİNE GÖRE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ*

EXAMINING THE SOCIAL MEDIA ADDICTION LEVELS OF YOUNG ADULTS ACCORDING TO THEIR BEING PHUBBER AND SOCIAL SUPPORT

Hasan Hazer[1] **Fulya Yüksel Şahin**[2]

[1] Psikolojik Danışman, Yıldız Teknik Üniversitesi, SBE, hasanhazer98@gmail.com, ORCID: 0009-0009-2977-9592

[2] Prof. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, fusahin@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3454-2142

Geliş Tarihi / Date Applied **10.02.2026** Kabul Tarihi / Date Accepted **25.02.2026**

ÖZET

Bu araştırmada, genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarının sosyetelist olmalarına, sosyal desteklerine, yaşlarına, ekonomik gelir düzeylerine ve cinsiyetlerine göre incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma, betimsel ve kesitsel bir araştırmadır. Araştırmanın çalışma grubunu, uygun örnekleme ile belirlenen 429 genç yetişkin birey oluşturmuştur. Araştırmada veri toplamak için Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği- Yetişkin Formu (SMBÖ-YF), "Genel Sosyotelist Olma Ölçeği (GSÖ), Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (ÇBASDÖ) ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Verilerin analizinde Binary (İkili) Lojistik Regresyon Analizi kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, genç yetişkinlerin sosyotelist olma düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyleri artmaktadır. Ayrıca genç yetişkinlerin ekonomik gelirleri azaldıkça, sosyal medya bağımlılık düzeyleri artmaktadır. Ancak, cinsiyet, yaş ve algılanan sosyal destek, sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordamamaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgular alanyazın çerçevesinde tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyetelist Olma, Algılanan Sosyal Destek, Genç Yetişkin

ABSTRACT

The present study aimed to examine the social media addiction levels of young adults in relation to their levels of being phubber, perceived social support, age, economic income, and gender. The study is descriptive and cross-sectional in nature. The study sample consisted of 429 young adult individuals, selected through convenience sampling. Data were collected using the Social Media Addiction Scale – Adult Form (SMAS-AF), the Generic Scale of Phubbing (GSP), the Multidimensional Perceived Social Support Scale (MPSSS), and a Personal Information Form. Binary Logistic Regression Analysis was employed for data analysis. The results indicated that as young adults' being phubber levels increased, their social media addiction levels also increased. Furthermore, as economic income decreased, social media addiction levels increased. However, gender, age, and perceived social support did not significantly predict social media addiction. The findings of the study are discussed within the framework of the relevant literature.

Keywords: Social Media Addiction, Being Phubber, Perceived Social Support, Young Adults

* Araştırma ikinci yazar danışmanlığında birinci yazarın yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Atıf Citation Hazer, H., & Yüksel-Şahin, F. (2026). Genç yetişkinlerin sosyotelist olmalarına ve sosyal desteklerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelenmesi. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi, 10*(1), 178-205.

Bu makale Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 License altında lisanslanmıştır.

OPEN ACCESS

1. GİRİŞ

İnsanların birbirleri ile çeşitli araçlar kullanarak iletişim kurup sosyal davranışlar sergilemesi tarih öncesi çağlara kadar dayanmaktadır (Öztürk Çelebi, 2018; Süllü, 2018; Vatandaş, 2020). Yüzyıllar boyunca daha uzak mesafelerdeki insanlarla iletişim kurmayı amaçlayan insanlık 20. yüzyılın son çeyreğinde internetin günlük hayatta kullanıma başlanmasıyla beraber daha hızlı ve çok yönlü iletişim kurmalarını sağlayan sosyal paylaşım ağlarını kullanmaya başlamıştır (Reem, 2024; Şahin, 2024). İletişim teknolojilerinde yaşanan bu gelişmelerle birlikte insanlar arası iletişim geleneksel medya araçlarının dışına çıkarak sosyal medya aracılığıyla yapılır hale gelmiştir (Birinci ve Terkan, 2023). Sosyal medya kavramı en basit ifade ile internet erişimine sahip olan bireylerin sanal ortamlarda farklı şekillerde birbirleriyle etkileşim kurmalarıdır (Kirtiş ve Karahan, 2011). Ünür ve Apak'ın (2021) tanımlamasına göre sosyal medya, kullanan kişilerce içeriğinin belirlendiği, sınırsız paylaşım imkânı veren ve diğer insanlarla etkileşim düzeyinin geleneksel medya araçlarına oranla yüksek olduğu tüm çevrimiçi araçlardır.

Günlük hayatta bireyler sosyal medyayı farklı amaçlarla kullanmaktadır. Bu amaçlar: iletişim kurmak, mesajlaşmak, kullanıcıların fotoğraflarına ve iletilerine bakmak, boş zamanını değerlendirmek, keyifli vakit geçirmek, bilgi sahibi olmak ve gündemi takip etmek şeklinde sıralanabilir (Solmaz vd. 2013). Dünya çapında en fazla aktif kullanıcı sayısına sahip sosyal medya uygulamaları YouTube, WhatsApp, Facebook, İnstagram, Tiktok, Messenger, Telegram, Snapchat ve X olarak sıralanmaktadır (Kemp, 2025). Türkiye'de ise en fazla kullanılan sosyal medya uygulamaları %88.6 ile WhatsApp, %72.9 ile YouTube ve %68.1 ile Instagram'dır (TÜİK, 2025). Günümüzde insanların sosyal ilişkilerinde kullanıldıkları iletişim, paylaşma ve eğlence gibi mekanizmaların sosyal medya yoluyla yapılıyor hale gelmesi, sosyal medyanın insanların hayatlarını ve sosyal ilişkilerini derinden etkileyerek sosyal medyaya bağımlı hale gelmesine sebep olmaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019; Kolağasıoğlu, 2023). Bağımlılık, bireylerin bir maddeye veya davranışa yönelik yoğun bir istek duyması, bu isteğin meydana getirmiş olduğu gerilimi gidermek için çaba göstermeyi içeren olumsuz bir durumdur (Şafak, 2024). Sosyal medya bağımlılığı kimyasal bir etkisi bulunmaması ve eylemler sonucunda edinilmesi sebebiyle davranışsal bağımlılıklar arasında yer alır (Griffiths, 2005), Sosyal medya bağımlılığı ilk kez 1976 yılında Ball-Rokeach ve Melvin DeFleur tarafından Medya Bağımlılığı Kuramı çerçevesinde bireyin bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçlerine etki ederek kişisel, sosyal ve mesleki alanda problemlere yol açan psikolojik bir sorun olarak tanımlanmıştır (Işık ve Topbaş, 2015; Tutgun Ünal, 2015). Sosyal medya bağımlılığı, insan hayatında köklü etkilere sebep olmasına rağmen henüz DSM 5'te bir bağımlılık türü olarak yer almamaktadır (Akdemir Altınsoy ve Yüksel Şahin, 2025; Yüksel-Şahin ve Öztoprak, 2019). Öte yandan DSM-5 ile ICD-11'in yeni düzenlenecek olan sürümlerine sosyal medya bağımlılığının eklenmesi beklenilmektedir (Acar, 2024).

Sosyal medya kullanımının bağımlılık düzeyine ulaşması, geleneksel bağımlılıklarda gözlenen mekanizmalara benzer şekilde; bireylerin duygu durumlarını düzenlemek amacıyla kullanıma yönelmesi, tolerans geliştirmesi, kullanımın tekrarlayıcı bir örüntü kazanması ve kişilerarası çatışmaların ortaya çıkması gibi davranışsal belirtilerle karakterize edilmektedir (Şafak, 2024). Sosyal medya bağımlılığı olan bireylerde sosyal ortamlarda dahi yakın çevresi ile yüz yüze iletişime geçmeyip sosyal medyada çevrimiçi olmak, meydana gelen gelişmeleri kaçırmamak için can atmak, günün çoğunu sosyal ağlarda geçirme isteği ve doyum sağlayıncaya kadar uygulamaları kullanmaya devam etmek gibi davranışlar görülmektedir (Korkmaz, 2020; Utma, 2019). Davranışsal durumların yanında uzun süre hareketsiz kalma, uyku düzeninin bozulması,

sağlıksız beslenme ve sosyal ilişkilerin zayıflaması gibi sağlık açısında olumsuz durumların gelişmesine sebep olarak stres ve kaygıyı arttırmaktadır (Patino-Jaimes, 2024).

Akıllı cihazların kullanımına yoğun ilgi gösteren bireylerin sosyal ortamlarda sosyal medyayı kullanma, oyun oynama, mesajlaşma gibi sebeplerle akıllı telefonlarıyla ilgilenmeleri sosyotelizm kavramını ortaya çıkarmıştır (Kangal Erdem, 2025). Sosyotelizm, bireyin diğer insanlarla yüz yüze iletişimi esnasında dikkatini akıllı telefona yöneltmesi, akıllı telefonla vakit geçirmesi ve odağını kişilerarası iletişimden akıllı cihazlara çevirmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Orhan-Göksün, 2019). Ünalan ve Yıldırım'ın (2020) tanımlamasına göre ise somut bir mekân içerisinde bireylerin muhatap olduğu kişiler ile değil, sosyal medya uygulamaları üzerinden farklı şeylerle ilgilenme durumudur. İngilizce ifadesi "phubbing" olan kelime "phone" (telefon) ve "snubbing" (umursamamak) kelimelerinin bir araya getirilmesi ile oluşturulmuştur (Parmaksız, 2022). Sosyotelizm davranışları sergileyen bireyler sosyotelist (phubber) olarak ifade edilirken; sosyotelizme maruz kalan kişi 'phubbee' olarak ifade edilmektedir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016). Sosyotelist bireylerin bu olumsuz davranışından diğer insanların etkilenme durumu ise sosyotelizme maruz kalma olarak nitelendirilmektedir (Orhan-Göksün, 2019). Sosyotelizm belirli bir zaman veya mekân fark etmeden insanların bir arada bulunduğu her ortamda ortaya çıkabilmektedir. Sosyal ortamlarda sosyotelizmin ortaya çıkması yüz yüze iletişimi olumsuz etkileyen, kişilerarası ilişkilerin zarar görmesine sebep olan olumsuz bir davranış biçimidir (Sayıner ve Akbağ, 2023). Chotpitayasunondh ve Douglas (2018) sosyotelist olma davranışını dört boyutta ele almıştır. Bu boyutlar: nomofobi (cep telefonundan uzak kalma korkusu), kişilerarası çatışma (yoğun cep telefonu kullanımı sebebiyle diğer bireylerle tartışması), kendini izole etme (diğer kişi ilişkinin kesilmesi) ve problemin kabulü (problemli bir davranış olduğunu fark etme) şeklindedir. Sosyotelizme maruz kalan bireyler ise iletişim sürecindeyken görmezden gelinmelerinden dolayı önemsenmediklerini düşünerek kendilerini değersiz ve dışlanmış hissetmektedirler (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2018; Parmaksız ve Kılıçarslan, 2023).

Teknolojik gelişmelerin etkisi ile iletişim kanalları değişime uğrayarak yüz yüze iletişim, yerini dijital ortamlarda gerçekleşen iletişime bırakmıştır (Atar-Keskin ve Demirbaş, 2024). Sosyal medya bağımlılığına etki eden en önemli sebepler yalnızlık, boş zamanı değerlendirme, eğlence, etkileşim kurma ve beğenilme arzusudur (Karabacak-Çelik, 2024; Kılıç, 2020; Tutgun Ünal ve Bozkurt, 2020). Bu etkenlerin yakın çevre ile etkileşerek değil de sosyal medya üzerinden karşılamaya yönelmesi bireyin yakın çevresinden yeterli düzeyde sosyal destek almamasından kaynaklanmaktadır (Duru, 2008; Güleç, 2018). Sosyal destek, bireyi önemseyen, değer veren ve seven insanların varlığı veya ihtiyaç halinde bu kişilerin ulaşılabilirliği olarak tanımlanır (Cobb, 1976). Yıldırım'a (2004) göre sosyal destek, ilgi, sevgi, güven, saygı, takdir edilme, bilgi alma ve ekonomik yardım gibi konularda bireyin almış olduğu her türlü kişisel, sosyal, psikolojik ve maddi nitelikli yardımdır. Algılanan sosyal destek ise, bireyin çevresinde bulunan destek kaynaklarının kendisine yardım edeceğine yönelik beklentisidir (Zimet vd., 1988). Sosyal destek ve algılanan sosyal destek kavramları işleyiş bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Sosyal destek, bireyin çevresinden somut olarak doğrudan aldığı maddi ve manevi yardımken; algılanan sosyal destek, bireyin sıkıntı verici durumlarda diğer kişilerden yardım alabileceğine olan inançtır (Cohen ve Wills, 1985; Yıldırım, 1997).

Alanyazın incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal desteğin yakından ilişkili olduğu görülmesinin yanında sosyal medya bağımlılığının, bireylerin sosyal destek kaynaklarını

zedeleyen bir etken mi, yoksa sosyal desteği güçlendiren bir başa çıkma stratejisi mi olduğu net olarak ortaya konulmamıştır (Lu, Zhang ve Zhang, 2023; Yılmaz ve Aydoğan, 2024). Alanyazında sosyal medya bağımlılığı ve sosyal destek araştırmalarında bazı çalışmalarda pozitif yönlü bazı çalışmalarda ise negatif yönlü ilişkinin olduğu görülmüştür. Araştırma sonuçlarının pozitif yönlü (Alaçayır, 2024; Choi, 2024; Üstündağ, 2022; Valkenburg ve Peter, 2011) ve negatif yönlü (Bilgin ve Taş, 2018; Meshi ve Ellithorpe, 2021; Yazan, 2021; Yılmaz ve Aydoğan, 2024) çıktığı çalışmalar yer almaktadır. Pozitif sonuçlu araştırmalarda bireylerin sosyal medya üzerinden ihtiyaç duydukları sosyal desteğe eriştikleri; sosyal medya kullanımı ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasında paralellik olduğu görülmüştür. Sanal ortamlarda akranlarla kurulan iletişimin yeni sosyal ilişki kurma fırsatlarını sağlarken, zayıf olan ilişkileri güçlendirebilmektedir (Steinsbekk vd., 2024). Sonuç olarak yeterli düzeyde sosyal desteğe sahip olmayan bireylerin sosyal medya aracılığıyla arkadaşlık ilişkilerini kurdukları; sosyal destek kaynakları bulunan bireylerin ise var olan sosyal destek ihtiyaçlarını sosyal medya aracılığıyla karşıladıkları görülmektedir (Chen ve Lemmer, 2025). Bu durumun alışkanlık haline gelmesi neticesinde sosyal medya bağımlılığı ortaya çıkmaktadır (Lu, Zhang ve Zhang, 2023). Sonucun negatif yönlü çıktığı araştırmalarda genel olarak sosyal medya bağımlığının gerçek sosyal iletişimi azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yoğun sosyal medya kullanımı bireyin ailesi ve arkadaşlarıyla yüz yüze iletişimi engellemekte ve bölgesel iletişimi azaltmaktadır (Hazar, 2011). Akdemir-Altınsoy ve Yüksel Şahin'in (2025) yapmış olduğu araştırmada, iletişim becerilerini içeren sosyal-duygusal öğrenme düzeyi düşük bireylerin, sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Gerçek yaşamda arkadaş ve aile desteği çok az olan bireyler, çevrimiçi dünyaya daha fazla yönelmektedir (Abbasi, Wei ve Xia, 2025). Araştırma bulguları, sosyal medya bağımlılığının bireyin psikolojik ve sosyal iyi oluş düzeylerine zarar verdiğini göstermektedir. Sosyal destek ile ilişkisi açısından sosyal medyanın yoğun kullanımı, bağımlılık düzeyine erişmesine sebebiyet vermektedir (Liu vd., 2022). Sosyal medya bağımlılığı, yüz yüze kurulan sosyal ilişkileri etkileyerek kişilerarası ilişkilere zarar veren olumsuz bir durumdur. Sosyotelizm davranışının da etkisi ile ikili ilişkilerin niteliğini zayıflatmakta ve algılanan sosyal desteği azaltmaktadır. Yoğun sosyal medya kullanımı sonucunda ihmal edilen yüz yüze ilişkiler gerçek sosyal etkileşimlerine ve duygusal destek kaynaklarına zarar vererek bireyin giderek yalnızlaşmasına yol açmaktadır.

Gençlerde sosyal medya kullanımı oldukça fazla olması sebebiyle sosyal medya bağımlılığının araştırılmasında yaş etmeninin önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımının 16-34 yaş aralığındaki kişilerde en fazla olduğu görülmektedir (TUİK, 2025; We Are Social, 2025). Diğer yandan bireyin ekonomik gelir düzeyi de sosyal medya bağımlılığını etkileyebileceği düşünülen diğer bir faktördür. Harcama durumlarına göre boş zamanlarını değerlendirebileceği etkinlikleri kısıtlı olan bireyler, zamanlarını daha çok sosyal medya uygulamalarını kullanarak geçirmektedir (Demirel vd., 2023). Öte yandan gelir düzeyi yüksek olan bireylerin teknolojik cihazlara erişiminin kolay olması daha bu cihazların kullanım süresine etki etmektedir (Şeker vd., 2023). Ekonomik kaygısı bulunmayan bireylerin sosyal iş yerinde veya farklı ortamlarda sosyal medya uygulamalarını sıklıkla kullanması sosyal medya bağımlılık riskini arttırmaktadır. Sosyal medya bağımlılığını etkileyebilecek diğer bir faktörün de cinsiyet olabileceği düşünülmektedir. Cinsiyetler açısından sosyal medya kullanım amacı değişmektedir. Erkekler sosyal medyayı daha çok eğlence ve dinlenme amacıyla kullanırken, kadınlar sosyal medyayı bilgi edinme ve kişilerarası iletişim amacıyla kullanmaktadır (Su vd., 2020). Alanyazın incelendiğinde sosyotelist olma, algılanan sosyal destek, yaş, ekonomik gelir ve cinsiyet ile

sosyal medya bağımlılığı değişkenlerinin birlikte incelendiği bir araştırmaya rastlanılamamıştır. Bu nedenle araştırmada genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarının sosyetelist olmalarına, sosyal desteklerine, yaşlarına, ekonomik gelir düzeylerine ve cinsiyetlerine göre incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarının bir ölçüde alanyazına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

2.YÖNTEM

Gerçekleştirilen araştırma betimsel ve kesitsel bir araştırmadır. Araştırma, tarama modellerinden biri olan ilişkisel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Tarama deseninde temel amaç, belirli bir örneklem grubuna ait özelliklerin ortaya konulmasıdır. Bu doğrultuda, katılımcılardan veri toplamak amacıyla ölçme araçları kullanılmıştır (Büyüköztürk vd., 2009). Kesitsel yöntem, belirli bir zaman dilimindeki bir popülasyonun özelliklerini tanımlamak için bu popülasyondan toplanan verilerin analiz edilmesidir (Wang ve Cheng, 2020).

2.1. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubu, uygun örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Bu örnekleme yönteminde araştırmacı, örneklemi belirlerlerken kolayca ulaşabildiği kişileri araştırmaya dahil etmektedir (Söylemez, 2023). Çalışma grubunu Türkiye'de yaşayan ve en az bir sosyal medya uygulaması kullanan 18-35 yaş arasındaki 253 kadın ve 176 erkek toplam 429 genç yetişkin birey oluşturmuştur. Çalışma grubunun sayısının belirlenmesinde, "Örneklem Tablosu" esas alınmıştır. Tabloda anlamlılık düzeyi .05, güven düzeyi %95 ve evrenin yüzmilyon ve üstü olması durumunda, örneklemin en az 384 kişiden oluşması gerektiği görülmüştür (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50). Çalışma grubuna ilişkin demografik bilgilerin sayısal ve yüzdelik bilgileri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Çalışma Grubuna Ait Demografik Özellikler

Özellik		n	%
Cinsiyet	Kadın	253	59.0
	Erkek	176	41.0
Yaş	(18yaş-25yaş)	123	28.7
	(26yaş-35yaş)	306	71.3
Ekonomik Gelir Düzeyi	Düşük	73	17.0
	Orta	300	69.9
	Yüksek	56	13.1

2.2.Veri Toplama Araçları

Araştırmada verileri toplamak için Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği- Yetişkin Formu (SMBÖ-YF), "Genel Sosyotelist Olma Ölçeği (GSÖ), Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (ÇBASDÖ) ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır.

2.2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

18-60 yaş aralığındaki yetişkin bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemeyi amaçlayan ölçek Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 5'li Likert tipinde, 20

maddeden ve iki alt boyuttan olmaktadır. 1-11 arası maddeler sanal tolerans alt boyutunda, 12-20 arası maddeler sanal iletişim alt boyutunu oluşturmaktadır. 5. ve 11. maddeler ters madde olarak verilmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 20, en yüksek puan 100'dür. Alınan puan 20-35 aralığında ise "bağımlılık yok", 36-41 puan aralığında ise "düşük bağımlı, 42-57 puan aralığında ise "orta bağımlı", 58-73 puan aralığında ise "yüksek bağımlı" ve 74-100 puan aralığında ise "çok yüksek bağımlı" olarak derecelendirilmektedir. Ölçeğin tamamının Cronbach Alpha katsayısı 0,94'tür. Bu çalışmada hesaplanmış olan Cronbach Alfa katsayısı ise .89'dur.

2.2.2. Genel Sosyotelist Olma Ölçeği (GSÖ)

Ölçeğin orijinal versiyonu 2018 yılında Chotpitayasunondh ve Douglas tarafından geliştirilmiştir. Türkçeye uyarlaması Orhan-Göksun (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçek 7'li Likert tipinde 15 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin 4 tane alt boyutu bulunmaktadır. Bu alt boyutlar nomofobi (1.-4. maddeler), kişisel çatışma (5.-8. maddeler), kendini yalnızlaştırma (9.-12. maddeler) ve problem farkındalığı (13.-15. maddeler) şeklindedir. Ölçekte ters madde yer almamaktadır. Ölçekten alınabilecek en az puan 15, en yüksek puan 105'tir. Ölçekten alınan puanın artması sosyotelist olma durumunun yükseldiğini ifade etmektedir. Türkçeye versiyonunda herhangi bir kültürel farklılık veya anlam bozulmasının oluşmamasından dolayı maddelerde herhangi bir düzenleme yapılmamıştır. Ölçeğin orijinal versiyonunun Cronbach Alpha katsayısı ölçeğin tamamı için 0.86 olarak bulunmuştur. Bu çalışma kapsamında hesaplanmış olan Cronbach Alfa katsayısı ise .91'dir

2.2.3. Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği

Çok boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (MSPSS) orijinal versiyonu Zimet ve diğerleri (1988) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 12 maddeden ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar; aile (3., 4., 8. ve 11. maddeler), arkadaşlar (6., 7., 9 ve 12. maddeler) ve özel bir insan (1., 2., 5. ve 10. ve maddeler)'dır. Ölçeğin maddeleri 7'li likert tipinde derecelendirilmektedir. Ölçeğin bütün alt ölçeklerinden elde edilen puanlarının toplamı toplam ölçek puanını vermektedir. Ölçekte ters puanlanan madde yer almamaktadır. Ölçeğin tamamından alınabilecek en düşük puan 12, en yüksek puan 84'tür. Ölçekten yüksek puan alınması algılanan sosyal desteğin de yüksek olduğunu ifade etmektedir. Orijinal ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenirliği Eker, Arkar ve Yaldız (1995) tarafından yapılmış daha sonra Eker, Arkar ve Yaldız (2001) tarafından gözden geçirilmiş formun olarak yeniden gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin gözden geçirilmiş formunun Cronbach Alpha katsayısı 0.89 olarak bulunmuştur. Bu çalışma kapsamında hesaplanmış olan Cronbach Alfa katsayısı ise .91'dir.

2.2.4. Kişisel Bilgi Formu

Form, katılımcıların demografik özellikleri hakkında bilgi edinmek amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır. Formda, katılımcıların cinsiyetlerine, yaşlarına ve ekonomik gelir düzeylerine ilişkin sorular bulunmaktadır.

2.3. İşlem Yolu ve Etik

Çalışmada kullanılan veri toplama araçlarını kullanabilmek için ilgili ölçeği geliştiren, geçerlik ve güvenirlik çalışmalarını yapan uzmanlarla e-posta aracılığıyla ulaşılmış ve ölçeklerin kullanım izni alınmıştır. Araştırmayı gerçekleştirebilmek için Yıldız Teknik Üniversitesi Etik Kurul onayı alınmıştır (No:2025.04) Katılımcılara araştırma hakkında Bilgilendirilmiş Onay Formu ile bilgi verilmiş ve gönüllü katılımları sağlanmıştır. Ölçekler Google Forms aracılığıyla uygulanmıştır.

2.4.Verilerin Analizi

Verilerin analizini gerçekleştirmek için SPSS-27 paket programı kullanılmıştır. Araştırmanın bağımlı değişken sosyal medya bağımlılığı; bağımsız değişkenleri ise sosyetelist olma, algılanan sosyal destek, yaş, ekonomik gelir düzeyi ve cinsiyet değişkenleridir. Analiz için en uygun yöntemini belirlemek amacıyla elde edilen ölçek puanlarının çarpıklık ve basıklık katsayıları incelenmiştir. Bir veri grubunda çarpıklık ve basıklık değerleri -1.5 ile +1.5 aralığı içinde kalıyorsa, bu durum puanların normal dağılımdan önemli bir sapma göstermediği şeklinde yorumlanabilir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Normal dağılım kriteri bazı kaynaklarda +2 ile -2 arasında bazı kaynaklarda ise +1 ile -1 arasında değere sahip olması olarak belirtilmektedir (Demir, 2022). Araştırmada sosyotelist olmanın, algılanan sosyal desteğin, yaşın, ekonomik gelirin ve cinsiyetin genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını yordama düzeyini belirlemek için Binary Lojistik Regresyon Analizi yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı puanlarının süreksiz değişken olması sebebiyle ölçek puanları dummy (kukla) değişken kullanılarak kategorik hale getirilmiştir. Kukla değişken bir durumun varlığını veya yokluğunu ortaya koymak için oluşturulan yapay değişkendir ve "0" istenilen durumun yokluğunu, "1" ise varlığını ifade etmektedir (Bursal, 2023; Büyüköztürk, 2019). Araştırmada bağımlı değişken sosyal medya bağımlılığı olması sebebiyle Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği'nin ortalama puanı olan 60 puan üzerindeki puanlar "1", ortalama ve altındaki puanlar "0" olarak kategorize edilmiştir.

3. BULGULAR

Ölçeklerden elde edilen puanların normal dağılım durumlarını belirlemek amacıyla elde edilen puanların çarpıklık ve basıklık katsayıları ile Cronbach Alfa değeri incelenmiştir. Araştırmada yer alan değişkenlere ait basıklık, çarpıklık ve Cronbach alfa değerleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyotelist Olma, Yaşam Doyumu, Sosyal Destek Basıklık, Çarpıklık ve Cronbach Alfa Değerleri

Değişkenler	n	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)	Cronbach Alfa
Sosyal Medya Bağımlılığı	429	.17	-.06	.89
Sosyotelist Olma		.86	.74	.91
Algılanan Sosyal Destek		-.56	-.36	.91

Tablo 2 incelendiğinde Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği- Yetişkin Formu'nun çarpıklık katsayı değeri .17, basıklık katsayı değeri ise -.06 olarak bulunmuştur. Genel Sosyotelist Olma Ölçeği için çarpıklık katsayı değeri .86, basıklık katsayı değeri ise .74'tür. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği'nin ise çarpıklık katsayı değeri -.56, basıklık katsayı değeri ise -.36 olarak bulunmuştur. Normal dağılımın değerlendirilmesinde kabul edilen eşik değerlerin literatürde ±1 ile ±2 aralığında değiştiği ifade edilmektedir (Demir, 2022); ancak her iki ölçüt temel alındığında da bu araştırmada elde edilen puanların normal dağılım varsayımını karşıladığı belirlenmiştir. Araştırmada, bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantının varlığı incelenmiş ve sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 2. Bağımsız Değişkenlere Ait Pearson Korelasyon Analizi

	1	2	3	4	5
Sosyotelist Olma	1				
Algılanan Sosyal Destek	-.045	1			
Yas	-.047	-.009	1		
Ekonomik Gelir	-.068	.112*	.359**	1	
Cinsiyet	.040	-.031	.036	.199**	1

*Korelasyon <.05 düzeyi anlamlıdır.
**Korelasyon <.01 düzeyi anlamlıdır.

Tablo 3 incelendiğinde araştırmanın bağımsız değişkenleri arasındaki korelasyon katsayıları -.068 ile .359 arasında değer almaktadır. Değişkenler arasında .90 ve üzerinde ilişki çıkması çoklu bağlantı sorununu ifade etmektedir (Tabacknick ve Fidell, 2013). Elde edilen sonuca göre bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı probleminin olmadığı görülmüştür.

Araştırmada, sosyal medya bağımlılığının bağımsız değişkenler tarafından yordanma düzeyinin belirlenmesi amacıyla Binary Lojistik Regresyon Analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular aşağıda yer alan tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 4'te lojistik regresyon başlangıç modeli için iterasyon öyküsü yer almaktadır.

Tablo 3. Lojistik Regresyon Analizi Sonucunda Elde Edilen Başlangıç Modeli İterasyon Öyküsü

Adım		-2Log Olabilirlik (-2LL)	Katsayılar
Adım 0	1	552.843	-.620
	2	552.800	-.641
	3	552.800	-.641

Tablo 4'te hiçbir bağımsız değişken modele dahil edilmediği durumda modelin başlangıç (-2LL) değerinin 522,843 olduğu görülmektedir. -2log olabilirlik (likelihood) modelin uyum indeksini ifade etmektedir ve bağımsız değişkenlerin dahil edildiği modelde sonuç sıfıra yaklaştıkça modelin uyum düzeyi artmaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2021).

Tablo 5'te bağımsız değişkenler modele dahi edilmeden gerçekleştirilen ilk sınıflandırma sonuçları sunulmuştur.

Tablo 4. Genç Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılıklarını Yordayan Değişkenlerin Yordama Düzeylerinin Belirlenmesi Amacıyla Yapılan Lojistik Regresyon Analizi Sonucunda Elde Edilen İlk Sınıflandırma Durumu

Adım			Tahmin Edilen		
			Sosyal Medya Bağımlılık Durumu		
		Gözlenen	Düşük Puana Sahip Grup	Yüksek Puana Sahip Grup	Yüzdelik
Adım 0	Sosyal Medya Bağımlılık Durumu	Düşük Puana Sahip Grup	281	0	100.0
		Yüksek Puana Sahip Grup	148	0	.0
Toplam doğru sınıflama yüzdesi: %65.5					

Tablo 5 incelendiğinde, lojistik regresyon analizinin ilk sınıflandırma sonuçlarına genç yetişkin bireylerin düşük sosyal medya bağımlılığı puanları kategorisinde sınıflandırdığı ve doğru sınıflandırma yüzdesinin %65.5 olduğu görülmektedir. Bağımsız değişkenler modele dahil edildiğinde elde edilecek olan doğru sınıflandırma yüzdesinin artması beklenmektedir.

Tablo 6'da başlangıç modeline dahil edilmeyen bağımsız değişkenler ve bu değişkenlere ait skor, serbestlik derecesi ve anlamlılık düzeyine ait veriler sunulmuştur.

Tablo 6. Başlangıç Modelinde Yer Almayan Değişkenler

Adım	Değişkenler	Skor	Sd	P
Adım 0	Sosyotelist Olma	93.320	1	<.001
	Sosyal Destek	1.680	1	.20
	Yaş	2.175	1	.14
	Ekonomik Gelir	8.978	1	.003
	Cinsiyet	.459	1	.50
İlk Ki-kare İstatistiği		99.803	5	<.001

Tablo 6 incelendiğinde bağımsız değişkenlere ait ilk Ki-kare istatistiğinin anlamlı olduğu görülmüştür (X^2=99.803, p< .05). Bu değerin anlamlı olması bağımsız değişkenlerden bir ya da daha fazla değişkenin modele dahil edildiğinde bağımlı değişkeni yordama gücünü arttıracağını ifade etmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2021). Tabloda belirtildiği şekliyle sosyal desteğe sahip olmak, yaş ve cinsiyet değişkenlerine ait skor istatistiği anlamlı düzeyde bulunmamıştır (p>.05). Sosyotelist olmak ve ekonomik gelir değişkenlerine ait skor istatistikleri ise anlamlı düzeyde bulunmuştur (p<.05). Bu durum sosyotelist olmak ve ekonomik gelir değişkenlerinin modele potansiyel bir katkı sağlayacağını belirtirken, sosyal desteğe sahip olmak, yaş ve cinsiyet değişkeninin sosyal medya bağımlılığını katkı sağlamayacağını ifade etmektedir (Bircan, 2004).

Tablo 7'de model kat sayılarına ilişkin Omnibus Testi sonucu sunulmuştur. Omnibus Testi Başlangıç modeli Ki-kare sabiti ile bağımsız değişkenlerin modele dahil edildikten sonra oluşan model arasındaki farkı ortaya koymaktadır (Bıkmaz- Bilgen, 2022).

Tablo 7. Genç Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığının Belirlenmesi Amacıyla Yapılan Lojistik Regresyon Analizi Sonucunda Elde Edilen Model Katsayılarına İlişkin Omnibus Testi Sonuçları

		X^2	Sd	P
Adım 1	**Adım**	99.296	5	<.001
	Blok	99.296	5	<.001
	Model	99.296	5	<.001

Tablo 7 incelendiğinde bulunan Ki-kare (X2) değerinin bu model için anlamlı düzeyde olduğu görülmektedir (X^2=99.296, p<.05). Elde edilen sonuca göre "başlangıç modeli ile amaçlanan model arasında fark yoktur" şeklinde ifade edilen yokluk hipotezi (H0) reddedilmektedir (Cöhce, 2020). Modelin anlamlı çıkması modele dahi edilen yordayıcı değişkenlerin birlikte, yordanan değişken üzerinde anlamlı bir etki ortaya koyduğunu belirtmektedir.

Yordayıcı değişkenler ile yordanan değişken için oluşturulan modelin uyum iyiliğini belirlemek amacıyla Hosmer ve Lemeshow Testi uygulanmış ve elde edilen veriler Tablo 8.'de sunulmuştur.

Tablo 8. Genç Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Belirlenmesi Amacıyla Yapılan Lojistik Regresyon Analizine Ait Hosmer ve Lemeshow Testi Sonucu

Adım	X^2	Sd	P
Adım 1	12.78	7	.08

Tablo 8'e bakıldığında yordayıcı değişkenler modele dahil edildiğinde Hosmer ve Lemeshow Testi sonucu anlamlı düzeyde çıkmamaktadır (p>.05). Oluşturulan modeli desteklemek için Hosmer ve Lemeshow Testinden anlamlı düzeyde sonuç çıkmaması beklenir (Arslan, 2025). Bu testin sonucunun anlamlı düzeyde çıkmaması model-veri uyumunun kabul edilebilir düzeyde olduğunu ifade etmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2021). Ortaya çıkan sonucun p=.08 > .05 bulunmasından dolayı model-veri uyumunun yeterli bir düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 9'da amaçlanan modelin açıklayıcılık değerlerine ilişkin varyans değerleri sunulmuştur.

Tablo 9. Genç Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Belirlenmesi Amacıyla Yapılan Lojistik Regresyon Analizinde Amaçlanan Modelin Özeti

Adım	-2LL	Cox ve Snell R^2	Nagelkerke R^2
Adım 1	453.504	.207	.285

Araştırmanın bağımlı değişkenin bağımsız değişkenler tarafından ne düzeyde yordandığını belirlemek amacıyla Cox ve Snell R^2 ve Nagelkerke R^2 değerleri incelenmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2021). Ortaya çıkan değerler incelendiğinde Cox ve Snell R^2 değeri yordayıcı değişkenler modele dahil edildiğinde yordanan değişkendeki varyansın %20.7'sini

açıklarken Nagelkerke R^2 değeri %28.5'tur. Genellikle Nagelkerke R^2 değeri daha büyük çıktığı için bu değer üzerinden yorumlama yapılmaktadır (Çokluk, 2010). Elde edilen %28.5 düzeyindeki Nagelkerke R^2 değeri ile değişkenler arasında orta düzey uyum olduğu söylenebilir.

Tablo 10'da lojistik regresyon modelinin doğru sınıflandırma yüzdesi sunulmuştur.

Tablo 10. Genç Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılıklarını Yordayan Değişkenlerin Yordama Düzeylerinin Belirlenmesi Amacıyla Yapılan Lojistik Regresyon Analizine Ait Regresyon Modeli Sonucunda Elde Edilen Sınıflama Tablosu

			Tahmin Edilen		
			Sosyal Medya Bağımlılık Durumu		
Adım		**Gözlenen**	**Düşük Puana Sahip Grup**	**Yüksek Puana Sahip Grup**	**Yüzdelik**
Adım 1	**Sosyal Medya Bağımlılık Durumu**	**Düşük Puana Sahip Grup**	268	13	95.4
		Yüksek Puana Sahip Grup	86	62	41.9
Toplam doğru sınıflama yüzdesi: %76.9					

Tablo 10 incelendiğinde yordayıcı değişkenlere göre yapılan sınıflandırmayla genç yetişkin bireylerin düşük sosyal medya bağımlılığı puanları kategorisine yer alan 281 katılımcıdan 268 tanesi doğru, 13 tanesi yanlış sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma düzeniyle doğru sınıflandırma oranı %95.4'tür. Genç yetişkin bireylerin yüksek sosyal medya bağımlılığı puanları kategorisinde yer alan 148 katılımcıdan 86 tanesi doğru 62 tanesi yanlış sınıflandırılmış ve doğru sınıflandırma oranı %41.9 olarak bulunmuştur. Amaçlanan modele ilişkin doğru sınıflandırma oranı ise %76.9'dur. Başlangıç modeli ilk sınıflandırma sonucu (Tablo 5) 65,5 olarak bulunmuş ve elde edilen sonucun ilk sınıflandırma sonucundan yüksek bulunması yordayıcı değişkenlerin modele dahil edildiğinde modelin sınıflandırma gücünü arttırdığını ifade etmektedir.

Tablo 11'de modele dahil edilen her bir yordayıcı değişkenin modele etkisine dair bilgiler sunulmuştur.

Tablo 5. Genç Yetişkin Bireylerin Sosyal Medya Bağımlılıklarının Belirlenmesi Amacıyla Yapılan Lojistik Regresyon Sonucu Üretilen Modelde Yer Alan Değişkenlerin Katsayı Tahminleri

	Değişkenler	B	Standart Hata	Wald	sd	P	Exp (B)
Adım 1	Sosyotelist Olma	2.680	.332	65.098	1	<.001	14.586
	Algılanan Sosyal Destek	-.199	.317	.394	1	.53	.819
	Yaş	-.053	.272	.038	1	.85	.948
	Ekonomik Gelir	-.565	.237	5.689	1	.02	.569
	Cinsiyet	.194	.240	.650	1	.42	1.214
	Sabit	-2.591	.825	9.850	1	.002	.075

Tablo 11 incelendiğinde elde edilen sabit terimin standart hatası, bağımsız değişkenlerin istatistiksel anlamlılığını ifade eden Wald istatistiği ve bu istatistiğe ait anlamlılık düzeyi ile ilgili değişkenin bir birim artışta üstünlük oranına etkisini gösteren Exp(β) katsayısı verilmiştir. Wald istatistiği değişkenlerin önemini belirtmede kullanılan β (Beta) katsayılarının istatistiksel anlamlılığıdır (Çatal, 2021). Wald istatistiği anlamlılık düzeyi .05'in altında olan değişkenler, modelin tahmin gücüne istatistiki olarak anlamlı şekilde katkı sağlayan değişkenler olarak ele alınmaktadır (Arslan, 2025). Tablo 11 incelendiğinde sosyotelist olma (Wald=65.098, p<.05) ve ekonomik gelir düzeyi (Wald=5.689, p<.05) değişkenleri modele anlamlı katkıda bulunmaktadır.

Anlamlı çıkan Wald istatistiğinin yönünü ve modele katkısını belirlemek için β değeri incelenmektedir (Arslan, 2025). β katsayısı, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin yönünü ve büyüklüğünü belirtir; katsayının pozitif olması pozitif yönlü, negatif olması ise negatif yönlü bir ilişkiyi gösterir (Bıkmaz-Bilgen, 2022). Bu sonuca göre genç yetişkinlerin sosyotelist olmaları, sosyal medya bağımlılığını pozitif yönde etkilerken; ekonomik gelir düzeyi, sosyal medya bağımlılığını negatif yönde etkilemektedir. Yani genç yetişkinlerin sosyotelist olma düzeyleri arttıkça ve ekonomik gelir düzeyleri azaldıkça sosyal medya bağımlılık düzeyleri artmaktadır. Diğer değişkenlerin sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordayıcı etkisi bulunmamaktadır.

4. SONUÇ ve TARTIŞMA

Araştırmanın sonucunda, genç yetişkinlerin sosyotelist olma düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyinin arttığı bulunmuştur. Diğer yandan genç yetişkinlerin ekonomik gelirleri azaldıkça, sosyal medya bağımlılık düzeylerinin arttığı görülmektedir. Ancak, diğer bağımsız değişkenler olan algılanan sosyal desteğin, yaşın ve cinsiyetin genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığının anlamlı düzeyde yordayıcısı olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyotelizm ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Araştırma sonucuna göre genç yetişkinlerin sosyotelist olma düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinde de artış olmaktadır. Alanyazın incelendiğinde sosyotelizmin akıllı cihazların kullanımı yoluyla gerçekleşmesinden dolayı sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelizmin birbiri ile yakından ilişkili kavramlar olduğu görülmektedir (Büyükgebiz-Koca, 2019). Sosyotelizm diğer insanlarla iletişim halindeyken akıllı telefonla ilgilenilmesi sonucunda kişilerarası ilişkiye zarar verirken, sosyal medya bağımlılığı bireyin kendisine zarar verdiğini bilmesine rağmen karşı konulamaz şekilde sosyal medyaya giriş yapmasıdır (Gao ve vd., 2023). Sosyotelizm davranışında dikkatin sürekli olarak telefona yöneltilerek sosyal medya kullanım süresini arttırması sosyal medya bağımlılığının en bariz göstergelerinden bir tanesi olan planlanan süreden daha uzun kullanma durumuna ortam hazırlamaktadır (Şahin ve Yağcı, 2017). İlgili araştırmalarda sosyotelizm düzeyi yüksek olan bireylerin sosyal medyada dört saat ve üzerinde zaman geçirdikleri görülmüştür (Atalay, 2023). Benzer şekilde kendisini her zaman sosyotelist olarak nitelendiren bireylerin kendilerini hiç sosyotelist hissetmeyenlere oranla %33 daha fazla sosyal medya bağımlılığına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Allahverdi, 2023). Bireylerin eğlence, özgürlük, sevgi gibi temel psikolojik ihtiyaçlarının yeterince karşılanmadığı durumlarda ve yalnız veya dışlanmış hissettiklerinde bu durumdan kurtulmak için sosyotelizm davranışı gösterdiği; bu durumun da sosyal medya bağımlılığını arttırdığı tespit edilmiştir (Karaman, 2023). Xu ve diğerleri (2022) ergenlerin sosyotelist olma ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisine yalnızlığın aracılık ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Öte yandan yakın ilişkide olduğu kişilere karşı sosyotelist davranış gösteren bireyler bu davranışları sebebiyle ilişkide oldukları

kişilerce yalnız bırakılmakta; bu durumun karşısında birey yalnızlıktan kurtulmak için sosyal medyayı daha yoğun kullanmaya başlamaktadır (Aydoğdu ve Çevik, 2020; Çelebi, 2024).

Araştırma sonuçlarını destekleyen araştırmalar incelendiğinde; Karaman'ın (2023) psikolojik ihtiyaçlar üzerinde sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelizmin etkisini incelediği araştırmada sosyotelizm davranışının sosyal medya bağımlılığının yordayıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer bir sonuca Oral ve Karakurt'un (2025) araştırma bulgularında ulaşılmıştır. Yapılan araştırmaların sonuçlarına göre bireyin sosyotelist olması sosyal medya bağımlılığının artmasına etki etmektedir. Atalay'ın (2023) gerçekleştirdiği araştırmada iki değişken arasında yüksek düzeyde pozitif anlamlı ilişkinin olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde Erdem ve Şimşir-Gökalp'in (2024) gerçekleştirdikleri araştırmada sosyotelizm ve sosyal medya bağımlılığının yüksek düzeyde ilişkili olduğu görülmüştür. Bayrak ve diğerlerinin (2024) Z kuşağı bireyler üzerine gerçekleştirdiği araştırma ve Tanhan ve diğerlerinin (2024) gerçekleştirdikleri araştırmalar, çalışmada saptanan sonucu desteklemektedir. Alanyazında araştırmada sonucuyla çelişen sınırlı sayıda araştırma bulunmuştur. Lv ve Wang (2023) test-tekrar test yöntemi ile gerçekleştirdikleri araştırmada sosyal medya bağımlılığının sosyotelizmi anlamlı şekilde yordadığı; fakat sosyotelizmin ilk test sonucunun sosyal medya bağımlılığının son test sonucunu anlamlı şekilde yordamadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Sosyal Destek ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Araştırmanın sonucunda, genç yetişkinlerin algıladıkları sosyal desteklerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini anlamlı düzeyde yordamadığı bulunmuştur. Sosyal destek bireylerin zorlu yaşam koşulları altındayken yakın ilişkide olduğu kişilerden ihtiyaç duydukları gücü ifade etmektedir (Sönmez, 2021). Teknolojik gelişmelerin etkisi ile bireyler ihtiyaç duydukları sosyal desteği akıllı cihazlar yoluyla iletişim kurarak sağlayabilmektedir (Yılmaz, Sarı ve Öke, 2022). Bu sebeple alanyazında sosyal destek kavramı çevrimdışı (offline) ve çevrimiçi (online) olarak incelenmektedir (Luchtefeld ve Jordan, 2022; Meshi ve Ellithorpe, 2021). Araştırmada sosyal destek çevrimiçi ve çevrimdışı olarak ayrım yapılmadan ele alınmıştır. Bireylerin özellikle duygusal desteği sosyal medya aracılığıyla almaları, iyi vakit geçirmelerini ve yaşam motivasyonu kazanmalarını sağlayarak sanal ortamlarda aldıkları desteği devam ettirme ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır (Tutgun-Ünal, 2016). İhtiyaç duyulan sosyal desteği sağlayacak bireylerin bulunmadığı veya yeterli düzeyde destek alınamadığı durumlarda birey odağını sosyal medyaya yönlendirerek daha uzun süre kullanma davranışı göstermektedir (Meshi ve Ellithorpe, 2021). Nihayetinde gerçek yaşamdaki sosyal desteğin az olması, sanal ortamlarda sosyal destek alma gereksinimini güçlendirerek sosyal medya uygulamalarına olan bağımlılığı arttırmaktadır. Araştırmanın sonucunda, genç yetişkinlerin algıladıkları sosyal desteklerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini anlamlı düzeyde yordamaması bulgusunun olası nedenlerinden birisi, genç yetişkinlik döneminin gelişimsel özelliklerinden kaynaklanmış olabilir. Bu dönemde bireyler kimlik gelişimi, özerklik ve sosyal ağlarını genişletme süreçleri içerisindedir. Sosyal medya, yalnızca sosyal destek ihtiyacını karşılayan bir araç değil; aynı zamanda kimlik sunumu, aidiyet, görünürlük ve sosyal karşılaştırma işlevi gören bir platformdur. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılığı, sosyal destek yoksunluğundan ziyade sosyal onay ihtiyacı, kaçış davranışı ya da haz arayışı gibi farklı motivasyonlarla ilişkili olabilir. Ayrıca, günümüzde sosyal medya kullanımı, sosyal destek düzeyinden bağımsız olarak yaygın bir davranış haline gelmiştir. Genç yetişkin örneklemlerinde sosyal medya kullanımı akademik, sosyal, mesleki ve profesyonel amaçlarla iç içe geçmiş durumdadır. Bu durum, sosyal medyanın kullanım sıklığı ile bağımlılığı

arasındaki ayrımı bulanıklaştırarak, sosyal destek değişkeninin yordayıcı gücünü zayıflatmış olabilir. Diğer yandan ölçme araçlarının yapısı ve kesitsel araştırma deseni de bu bulguyu etkilemiş olabilir. Sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin zamansal boyutta incelenmesi, boylamsal tasarımlar kullanılarak test edilmesi daha sağlıklı sonuçları sağlayabilir. Alanyazında araştırma bulguları ile örtüşen araştırmalar yer almaktadır. Yılmaz ve Aydoğan (2023) sosyal desteğin arkadaş ve özel ilişki alt boyutlarının sosyal medya bağımlılığı ile anlamlı bir ilişkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bilgin ve Taş (2018) benzer şekilde sosyal desteğin aile ve özel insan alt boyutları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin anlamlı olmadığını bulmuşlardır. Ayaz'ın (2023) yapmış olduğu araştırma sonucunda sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Benzer şekilde Baysal (2020) sosyal destek, sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stilleri arasındaki ilişkiyi incelemiş, araştırmada sosyal destek ve sosyal desteğin alt boyutları ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Alanyazın incelendiğinde araştırma bulgularını desteklemeyen araştırmalara da rastlanmıştır. Üstündağ (2022) araştırmasında sosyal desteğin sosyal medya bağımlılığını azaltıcı etkisinin yanında algılanan sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yıldız ve Koçak (2020) gerçekleştirdikleri araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve sosyal destek arasındaki ilişkide negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu; algılanan sosyal desteğin sosyal medya bağımlılığını anlamlı şekilde yordadığı bulunmuştur. Mumay'ın (2022) yapmış olduğu araştırmaya göre sosyal medya bağımlılığı ile algılanan sosyal destek arasında yüksek düzeyde negatif anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yazan'ın (2021) gerçekleştirmiş olduğu araştırmada elde edilen sonuca göre sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı arasında düşük düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Luchtefeld ve Jordan'ın (2022) yapmış oldukları araştırmada çevrimiçi sosyal destek arayışının sosyal medya bağımlılığını arttırdığı saptanmıştır. Wang ve Wang (2013), sosyal medya aracılığıyla edinmiş olduğu sosyal desteğin bireyin sosyal medya bağımlılığını arttırdığını; öte yandan gerçek yaşamda edinilen sosyal desteğin sosyal medya bağımlılığını azalttığını belirtmektedir. Ayrıca, gerçek yaşamda alınan sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönlü ilişkinin olduğu görülmüştür (Yıldız ve Koçak, 2020). Bireyin yakın ilişki içinde olduğu kişilerden algıladığı sosyal destek düzeyinin düşük olması bireyin kendisini yalnız hissetmesine sebebiyet vermekte ve bu durumda birey çözüm olarak sosyal medya uygulamalarına yönelmektedir (Aydıner-Boylu, Günay ve Ersoy, 2019). Bu durum neticesinde birey bir kısır döngü içerisine girerek yoğun sosyal medya kullanımı bireyi sosyal hayattan koparak yalnızlığı pekiştirirken, aynı şekilde yalnızlık da sosyal medya bağımlılığını pekiştirmektedir (Wang ve Zeng, 2024). Bireyin bu döngüden kurtulmasını sağlayacak durum ise sosyal destek kaynaklarının ve algıladığı sosyal destek düzeyinin arttırılmasıdır.

Yapılmış olan araştırma sonuçlarına kültürel bağlamda bakıldığında, Türkiye gibi ilişkisel bağların görece daha güçlü olduğu toplulukçu kültürlerde, aile ve yakın çevre desteği çoğu birey için belirli bir düzeyde vardır. Bu nedenle sosyal destek, ayırt edici bir değişken olmaktan çıkabilir ve sosyal medya bağımlılığını açıklamada tek başına güçlü bir yordayıcı olmayabilir. Diğer yandan daha bireyci kültürlerde sosyal destek daha az ve bireysel tercihe dayalı olabilir. Çevrimiçi ilişkiler daha merkezi olabilir. Sosyal destek ihtiyacı doğrudan sosyal medya aracılığı ile karşılanabilir. Sosyal desteğin dijital ortam üzerinden elde edilmesi ise platform kullanımını pekiştirerek problemli kullanım riskini artırabilir.

Yaş ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Araştırmanın sonucunda genç yetişkinlerin yaşlarının, sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordamadığı bulunmuştur. Bireylerin günlük alışkanlıkları yaşadıkları çağın tanımış olduğu olanaklara göre şekillenmektedir. Bu alışkanlıkların başında günümüzde akıllı telefon ve sosyal medya kullanımı gelmektedir. Yapılan güncel araştırmalara göre sosyal medya bağımlılığının gelişmesinde yaş gruplarına göre farklılaşma olduğu görülmüştür (Alateeq vd., 2025; Arıbaş ve Özşahin, 2022; Mersin, 2024; Türe, 2022). Araştırmalarda bireylerin yaşı arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyleri azalmakta olduğu bulunmuştur. Genç bireyler daha yaşlı bireylere oranla daha yoğun şekilde sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır (Tutgun-Ünal ve Bozkurt, 2020). Genç bireylerin sosyal medya kullanımı özellikle yeni insanlarla tanışma, edinilen sosyal bağları devam ettirme ve akademik gelişim konularında yoğunlaşmaktadır (Dölay, 2024). Bu amaçlarla sosyal medyanın bilinçsiz kullanımı kontrol altında tutulmadığında bu durum bağımlılık düzeyine erişebilir. Çocuklarda ve ergenlerde genel olarak oyun bağımlılığı görülürken yetişkinlik dönemlerine yaklaştıkça yoğun sosyal medya kullanımını ön plana çıkmaktadır (Boz ve Dinç, 2023). Genç yetişkinlerin içinde bulundukları gelişim döneminin gelişim görevlerini yerine getirirken bireyler bir gruba ait hissetme, takdir edilme ve beğenilme arzusu gibi ihtiyaçları sosyal medya sayesinde kolaylıkla karşılanabilmesi, genç bireylerin sosyal medyayı yoğun şekilde kullanmalarına sebep olmaktadır (Duradoni vd., 2024). Sosyal medya bağımlılığının görülmesinde aynı yaş grubunda yer alan bireyler arasında dahi farklılaşma olmaktadır (Tutgun-Ünal ve Bozkurt, 2020). Bu farklılaşmanın sebebi olarak sahip olunan kişilik özellikleri, bireyin benlik algısı ve boş zamanlarını değerlendirme şekilleri gibi faktörler gösterilebilir (Akdoğan ve Haskan-Avcı, 2024; Dölay, 2024; İskender, 2023),

Araştırmada incelenen iki yaş grubu arasında sosyal medya bağımlığını yordama bakımından bir farklılığının bulunma sebebi iki yaş grubunun birbirini takip eden yaşlardan oluşması olabilir. Yaşların birbirine yakın olması, kohort etkisi meydana getirecek düzeyde yaşantı farklılığının oluşmasını engellemektedir. Teknolojide meydana gelen değişimlerin benzer yaş gruplarını benzer şekilde etkilemesinin muhtemel bir durum olduğu düşünülebilir. Her ne kadar 2000'li yıllarda doğan bireyler teknolojik gelişmelerle iç içe olsalar da yaşça daha büyük bireyler de hızlı öğrenme kapasiteleri ile teknolojik cihazların kullanımını kolaylıkla öğrenerek hayatlarının birçok alanında etkin şekilde kullanmaya başlamışlardır. Yaş grupları arasında anlamlı bir farkın görülmemesinin bir sebebi de en büyük ve en küçük yaşa sahip bireyler arasındaki yaş farkının az olması olabilir. Katılımcıların yaşlarının yakın olması, teknolojide meydana gelen değişimlerin yakın yaş gruplarını aynı anda etkileyerek kuşak etkisi meydana getirecek düzeyde yaşantı farklılığının oluşmasına engel olmaktadır. Alanyazın incelendiğinde araştırma bulgularını destekleyen araştırmalar yer almaktadır. Kareem ve Yasir (2025) 18-20 yaş öğrenciler ile gerçekleştirdiği araştırmada yaş ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin anlamlı olmadığı saptanmıştır. 18-25 yaş bireyleri kapsayan başka bir araştırmanın (Amir ve Khan, 2024) bulguları araştırma bulgularımızı desteklemektedir. Benzer şekilde Ciacchini ve diğerlerinin (2023) 14-22 yaş bireyleri kapsayan araştırmalarında, sosyal medya bağımlılığı ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Daha geniş yaş aralıklarını kapsayan araştırmalar incelendiğinde Üstündağ-Koçak'ın (2025) 18-60 yaş bireyleri kapsayan araştırmasında sosyal medya bağımlılığı ile yaş arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Alanyazın incelendiğinde araştırma bulguları ile uyuşmayan araştırmalar bulunmaktadır. Andreassen, Pallesen ve Griffiths (2017) ulusal çalışmasında sosyal medya bağımlılık düzeyinin

bireylerin yaşı ile negatif ilişkili olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde Tutgun-Ünal ve Bozkurt (2020) gerçekleştirdikleri araştırmada bireylerin yaşları ilerledikçe sosyal medya bağımlılık düzeyinin azaldığı görülmüştür. 18-60 yaş bireyleri kapsayan araştırmalarda (Coşkunsu, 2025; Onay, 2024) sosyal medya bağımlılığı ve yaş ilişkisinin anlamlı olduğu bulunmuştur. Araştırma bulgularını desteklemeyen dünya çapındaki araştırmalarda (Litan, 2025; Mushtaq vd., 2023; Necula, 2020) sosyal medya bağımlılığı ile yaş arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Algılanan Ekonomik Gelir ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Araştırmanın sonucunda genç yetişkinlerin algıladıkları ekonomik gelirinin sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordadığı ve genç yetişkinlerin ekonomik gelirleri azaldıkça, sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttığı bulunmuştur. Bu bulgunun olası nedenlerinden birisi ekonomik gelir düzeyinin sosyal ve kültürel etkinliklere katılım imkanlarını önemli düzeyde belirlemesinden kaynaklanmış olabilir. Geliri düşük olan bireylerin yüz yüze sosyal etkinliklere, hobilerine ya da ücret gerektiren sosyal ve kültürel faaliyetlere erişimi sınırlı olabilir. Bu durumda sosyal medya, sosyalleşme, eğlenme ve aidiyet ihtiyacını karşılayan alternatif ve daha erişilebilir bir alan haline gelebilir. Dolayısıyla sosyal medya, fiziksel ve ekonomik kısıtlılıkların telafi edildiği bir platform işlevi görebilir. Bu telafi edici kullanım zamanla bağımlılık riskini artırabilir. Zira, bireylerin sosyokültürel alışkanlıklarını etkileyen en önemli etmenlerden olan ekonomik gelirdir. Sahip olunan ekonomik gelirine göre bireylerin günlük yaşamlarında gerçekleştirdikleri aktiviteler değişmektedir (Dikmen, 2021). Ekonomik gelir düzeyi düşük olan bireyler genel olarak toplumda daha yaygın ve ulaşılabilir etkinlikleri yapma eğilimdedir. Kolay ulaşılabilir ve ucuz eğlence araçlarının başında sosyal medya uygulamaları gelmektedir (Karabacak-Çelik, 2024). Boş zamanlarını değerlendirebileceği kısıtlı etkinlikleri olan bireyler, maddi külfiyeti bulunmayan sosyal medya uygulamalarını daha yoğun kullanmaktadır (Demirel vd., 2023). Gelir düzeyi daha düşük bireylerin hayat şartları sebebiyle stres verici durumlarının daha fazla olması ve bu durumdan kaçabilmek amacıyla sosyal medyaya yönelmeleri bu duruma etki etmiş olabilir. Ekonomik stresin yarattığı duygusal yüklerin dijital ortamda geçici olarak azaltılmaya çalışılması, zamanla sosyal medya bağımlılığının gelişmesine zemin hazırlayabilir. Diğer yandan, düşük gelir düzeyine sahip bireyler, sosyal medyada sergilenen idealize edilmiş yaşam temsilleri ile kendi yaşam koşullarını daha sık karşılaştırabilirler. Ekonomik kısıtlılık nedeni ile gidemedikleri ortamları ve yaşam biçimlerini görmek amacı ile sosyal medya platformlarına bağlı kalabilirler. Düşük ekonomik gelir düzeyi ile işsizlik ve çalışmama durumu da ilişkili olabilir. Bu durum boş zamanın fazla olmasına ve sosyal medyada geçirilen zamanın artmasına neden olabilir. Ayrıca kendisini ekonomik olarak yetersiz algılayan birey, sosyal medyada takipçi sayısı, beğeni, görünürlük vb. gibi etmenlere daha fazla önem verebilir; bu da bağımlılık eğilimini güçlendirebilir.

Alanyazın incelendiğinde araştırma bulguları ile örtüşen çalışmalar yer almaktadır. Demirel ve diğerleri (2023) ekonomik gelir düzeyi azaldıkça sosyal medya bağımlılık düzeyinin arttığı sonucuna ulaşmışlardır. Onay'ın (2024) gerçekleştirdiği çalışmada ekonomik gelir düzeyi düşük olan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyinin orta ve yüksek gelir durumuna sahip bireylere göre yüksek olduğu bulunmuştur. Duman (2021) araştırmasında ekonomik gelir ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif anlamlı bir ilişki bulmuştur. Caner, Efe ve Başdaş'ın (2022) yapmış olduğu çalışmada bulgularımızı destekler şekilde ekonomik gelir düzeyi azaldıkça, sosyal medya bağımlılığının yükseldiği sonucuna ulaşılmıştır.

Alanyazında araştırma bulgularını desteklemeyen araştırmalar incelendiğinde; Bahat'ın (2023) gerçekleştirdiği araştırmada ekonomik gelir yükseldikçe sosyal medya bağımlılığının arttığı bulunmuştur. Benzer şekilde Kareem ve Yasir'in (2025) araştırmalarında bireylerin ekonomik gelir düzeyi yükseldikçe sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yükseldiği görülmüştür. Eraydın'ın (2024) gerçekleştirdiği araştırmanın bulgularında ekonomik gelir ile sosyal medya bağımlılığının ilişkisiz olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda Kelesli'nin (2024) gerçekleştirdiği çalışmada ekonomik gelirin sosyal medya bağımlılığına anlamlı bir etkisinin olmadığını saptanmıştır. Farklı bir araştırmada (Kong vd., 2024) ekonomik gelir düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin anlamlı olmadığı bulunmuştur.

Cinsiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Araştırmanın sonucunda cinsiyetinin, genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını anlamlı düzeyde yordamadığı bulunmuştur. İnternet tabanlı bağımlılıklar incelendiğinde erkeklerde daha çok oyun bağımlılığı görülürken kadınların sosyal medya kullanımına yönelik bağımlılıkları daha ön plandadır (Su vd., 2020). Araştırmalara göre kadınların sosyal medyada geçirdikleri süre erkeklere oranla daha yüksektir (Çömlekçi ve Başol, 2019). Her iki cinsiyetin sosyal medya bağımlılığı oluşmasına sebep olabilecek bazı durumlar bulunmaktadır (Vatandaş, 2017). Bu farklılığın sebeplerinden bir tanesi sosyal medyayı kullanım amaçlarının farklı olmasıdır. Kadınlar genellikle sosyal medyayı duygusal destek sağlamak amacıyla kullanırken, erkekler sorunlardan bir kaçış aracı olarak kullanabilmektedir. Tutgun-Ünal ve Deniz (2016) yaptıkları araştırmanın sonucunda, kadınların duygu durum düzenleme alt boyutunda daha yüksek puan aldıkları; erkeklerin ise çatışma alt boyutunda daha yüksek puan aldıkları bulunmuştur. Kalafat-Çat, Koçak ve Toprak'ın (2021) yapmış oldukları araştırmada kadınların sosyal medya uygulamalarını daha çok eğlenmek ve rahatlamak amacıyla kullandığı saptanmıştır. Kadınların oluşan yeni trendlere karşı ilgisinin daha yüksek olması ve kadınların sosyal medyada hoşnut oldukları durumları sürdürme ve duygusal destek sağlama davranışının alışkanlık haline gelmesi bağımlılık riskini arttırmaktadır (Çağlayan ve Arslantaş, 2023). Araştırmalarda (Altunterim, 2025; Coşkunsu, 2025) kadınların sanal tolerans alt boyutunda erkeklere oranla daha yüksek puan alması, kadınların sosyal medyaya daha fazla ilgi gösterdiğini ve zamanla bağımlılık geliştirdiğini ifade etmektedir. Kadınların erkeklere göre güzellik algısına daha fazla önem vermeleri hem fotoğraf paylaşma, hem de diğer kullanıcıları takip etme açısından sosyal medyada daha yoğun kullanmalarına yol açan bir diğer faktördür (Erdem ve Tuzgöl-Dost, 2024). Cinsiyetin sosyal medya bağımlılığına anlamlı düzeyde etkisinin olmamasının sebepleri arasında sosyal medyanın her iki cinsiyet tarafından farklı amaçlarla da olsa etkin şekilde kullanılması olabilir. Araştırmada sosyal medya kullanım amaçları incelenmediği için hangi cinsiyetin sosyal medyayı ne amaçla kullandığı ve kullanım düzeylerinin sosyal medya bağımlılığına nasıl bir etki ettiği belirlenmemiştir. Öte yandan sosyal medyayı her iki cinsiyet aynı amaçlarla ve aynı oranda kullanılıyor olabilir. Sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan araştırmalar (Ahmad vd. 2024; Balcı ve Sarıtaş, 2025; Çömlekçi ve Başol, 2019) bu düşünceyi desteklemektedir. Sosyal medya bağımlılığının sadece cinsiyet farklılığı ile açıklanmayacak bir durum olması da cinsiyetin anlamlı etki etmemesini açıklayabilir. Bunun yanında alanyazında araştırma bulguları ile örtüşmeyen çalışmalar da yer almaktadır. Yapılan araştırmalar (Altunterim, 2025; Ayaz ve Barış, 2024; Caner, Efe ve Başdaş, 2022) incelendiğinde kadınların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin erkeklere oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşıldığı görülmüştür. Öte yandan alanyazında erkek kullanıcıların kadın kullanıcılardan daha yüksek sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu araştırmalar da (Gökkaya, Deniz ve Gedik., 2020; Özdemir, 2019) yer almaktadır.

5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI VE ÖNERİLERİ

5.1. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmamızın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu sınırlılıklar şunlardır: Araştırma 18-35 yaş aralığındaki 429 genç yetişkin bireyin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Farklı yaş grupları ve daha fazla kişinin katılımı ile yapılacak araştırmalarda farklı sonuçlar elde edilebilir. Araştırma kesitsel bir araştırma olup katılımcılardan tek seferde veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Farklı zaman aralıklarında aynı kişilere ölçeklerin uygulanması zaman içerisinde ortaya çıkan değişimlerin saptaması açısından güvenilir bilgileri verebilir. Araştırmanın bulguları, sadece araştırmada kullanılan ölçeklerin ölçtüğü özelllikler çerçevesinde katılımcıların özbildirimlerinden elde edildiği unutulmadan değerlendirilmelidir. Araştırmada elde edilen bulgular, sadece çalışma grubuna dahil edilen bireylere genellenebilir.

5.2.ÖNERİLER

Araştırmamızdan elde edilen sonuçlara göre öneriler şunlardır:

Araştırma 18-35 yaş arası genç yetişkin bireylerden toplanan veriler ışığında gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı küçük yaşlardan itibaren tüm yaş gruplarını dolaylı veya doğrudan etkilemesi sebebiyle ileride gerçekleştirilecek araştırmalarda farklı yaş grupları da örnek grubuna dahil edilerek sosyal medya bağımlılığının yaş grupları üzerindeki etkisi incelenebilir.

Yaş, cinsiyet ve ekonomik gelir gibi demografik veriler, mevcut olan sorunun kökenini açıklamada genellikle yetersiz kalmaktadır. Sosyal medya bağımlılığına etki eden durumların temel yapısını çözümleyebilmek için, bireyin psikolojik ve sosyolojik etmenlerine yönelik değişkenlerin araştırmalara dahil edilmesi, sosyal medya bağımlığının çözüm yollarının belirlenmesine katkı sağlayabilir. Araştırmada, algılanan sosyal destek, çevrimiçi ve çevrimdışı olarak incelenmemiştir. Yapılacak olan araştırmalarda, bu ayrımın yapılması daha detaylı bilgilerin toplanmasını sağlayabilir. Sosyal destek kavramı çok yönlü bir yapıya sahip olması sebebiyle alt başlıklara ayrılarak daha detaylı inceleme yapılmasını gerektirmektedir. Bu sebeple gelecek çalışmalarda "dijital sosyal destek "gerçek yaşama bağlı" ve “sosyal ortamlardan alınan şeklinde alt kategorilere ayrılarak sosyal desteğin hangi yönünün bireyin psikolojik sağlamlığı için daha faydalı olduğunun anlaşılmasına katkı sağlayabilir.

Tek seferde toplanan veri setlerinde anlık duygu durumlarının veriyi manipüle etme riskine karşı bulunmaktadır. Bunun yerine aynı kitle üzerinde boylamsal çalışmalar yapmak, davranış değişimlerini ve neden-sonuç bağlarını daha sağlıklı analiz imkanı ortaya koyacaktır. Ayrıca araştırmada yalnızca, nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Karma yöntem araştırmasının yapılması daha detaylı verilerin elde edilmesini sağlayabilir.

Teknoloji bağımlılığı ve ilişkili bağımlılıklar gelecek nesilleri etkileyecek olan ciddi bir problemdir. Bu sebeple ilkokuldan itibaren müfredata entegre edilecek "Bilinçli Teknoloji Kullanımı" modülleri, çocuklara dijital dünyayı bilinçli şekilde kullanma becerisi kazandırarak toplumsal bir farkındalık ve değişimin kapılarını aralayacaktır. Sosyal medya bağımlılığı bireylerin hayatını olumsuz olarak etkilemektedir. Bu yüzden bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyini azaltacak, öz düzenleme ve iletişim becerilerini güçlendirecek psikoeğitim çalışmalarının yapılması çok önemlidir. Bunun için üniversitelerde var olan psikolojik danışma merkezlerinde ve belediyelere ait ücretsiz psikolojik danışmanlık merkezlerinde halka açık olarak psikolojik destek programlarının sunulması çok önemlidir. Özellikle özel psikolojik danışma merkezlerinde verilen psikolojik yardım ücretlerinin çok yüksek olması nedeni ile bu hizmetlere ulaşabilen birey sayısı azdır. Bu hali ile çok sayıda psikolojik danışmanın,

üniversitelerin psikolojik danışma merkezlerinde ve belediyelerin psikolojik danışmanlık merkezlerinde istihdam edilmesi çok önemlidir.

KAYNAKÇA

Abbasi, N. H., Wei, W.H. & Xia, M. X. (2025). The relationship between internet addiction and interpersonal relationships among college students: The mediating effect of perceived social support. *Acta Psychologica, 259,* 105441. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105441.

Acar, N. (2024). Sosyal medya bağımlılığı: Kökenleri, tanı kriterleri ve tedavi teknikleri. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 14*(4), 1099-1114. https://doi.org/10.7456/tojdac.1515522

Ahmad, M., Bakhtawar, M., Haider, S., & Qazi, A. (2024). Relationship of loneliness and social media addiction with gender differences among undergraduate students and psychiatric rehabilitation. *Journal of Disability Research, 3*(6), 1–6. https://doi.org/10.57197/JDR-2024-0074

Akdemir Altınsoy, M. &Yüksel Şahin, F. (2025). Sorumluluk duygusu–davranışına ve sosyal-duygusal öğrenmeye göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi-IBAD Journal of Social Sciences, 18,* 18-39.

Alaçayır, D. (2024). *Yaşlılarda psikolojik iyi oluş, sosyal destek ve yaşam kalitesinin sosyal medya kullanımına göre incelenmesi* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi]. Açık Erişim. https://openaccess.izu.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12436/7194

Alateeq, D., Doumi, R., Alharthi, A., Alsayari, N., Alotaibi, R., Alharthi, R., Althomali, W., Alsaif, B., Alshammari, A., Aladwani, S., Aldossary, N., AlHindawi, Z., & Fayed, A. (2025). Social media addiction: Prevalence, determinants, and correlation with self-esteem and loneliness among young adults in Saudi Arabia. *Journal of Nature and Science of Medicine*. *8*(3), 233-241. https://doi.org/10.4103/jnsm.jnsm_207_24.

Allahverdi, F. Z. (2023). Üniversite öğrencilerinde benlik saygısı, bölüm, phubbing ve algılanan sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki. *OPUS– Journal of Society Research, 20*(53), 340-353. https://doi.org/10.26466/opusjsr.1253595

Altunterim, E. (2025). *Lisans öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve fiziksel aktivite düzeylerinin incelenmesi.* (Yayın No. 958685) [Yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Amir, Z., & Khan, A. Y. (2024). Relationship between social media addiction and urgency in young adults. *Journal of Professional & Applied Psychology, 5*(3), 487–498. https://doi.org/10.52053/jpap.v5i3.306

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

Arıbaş, A. N., & Özşahin, F. (2022). İş yaşamında yalnızlığın sosyal medya bağımlılığına etkisinin incelenmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14*(1), 37-46. https://doi.org/10.52791/aksarayiibd.992255

Arslan, K. (2025). SPSS ile adım adım lojistik regresyon analizi uygulama ve raporlama. N. Önal (Ed.). *Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Alanında Araştırmalar ve Değerlendirmeler* içinde (1. baskı, ss. 23–49). Gece Kitap. https://www.gecekitapligi.com/Webkontrol/uploads/Fck/bilgisayar_ogretim_teknolojileri_2025_mart_V1.pdf

Atalay, H. (2023). *Üniversite öğrencilerinin sosyotelizm davranışı, sosyal medya bağımlılığı ile ilişki doyumu düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayın No. 839272) [Yüksek lisans tezi, Lokman Hekim Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Atar Keskin, Ş. & Demirbaş, E. (2024). Gençlerde sosyal medya bağımlılığında aile ve arkadaş ilişkilerinin rolü üzerine bir inceleme. *Sosyal Politika ve Sosyal Hizmet Çalışmaları Dergisi, 5*(2), 165-184. https://doi.org/10.61861/spshcd.1519905

Ayaz, A. (2023). *Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş ilişkisinde sosyal destek algısının aracı rolü: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma.* (Yayın No. 831020) [Yüksek lisans tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Ayaz, A., & Barış, A. B. (2024). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi, 8*(4), 1006-1025. https://doi.org/10.47525/ulasbid.1572348

Aydıner-Boylu, A., Günay, G., & Ersoy, A. F. (2019). Üniversite öğrencilerinde algılanan sosyal desteğin yalnızlık üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Sosyoekonomi, 27*(41), 211-221. https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2019.03.10

Akdoğan, B. & Haskan Avcı, Ö. (2024). Sosyal medya bağımlılığı, depresyon düzeyi ve Türk ergenlerde benlik algısı: Pandemi sonrası sonuçlar. *Business and Management Studies an International Journal, 12*(4), 1002-1023. https://doi.org/10.15295/bmij.v12i4.24672

Aydoğdu, F., & Çevik, Ö. (2020). Okul psikolojik danışmanlarının sosyotelist davranışlarının, sosyotelizme maruz kalma ve yalnızlık düzeyleri üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Humanistic Perspective, 2*(3), 219-230. https://doi.org/10.47793/hp.810850

Bahat, İ. (2023). Beyond the screen: An ın-depth examination of social media habits among university students. *International Journal of Psychology and Educational Studies, 10*(4), 928-941. https://dx.doi.org/10.52380/ijpes.2023.10.4.1281

Balcı, Ş., & Sarıtaş, H. (2025). Sosyal medya yorgunluğu ile can sıkıntısı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki: Üniversite gençliği üzerine bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi, 12*(2), 569-597. https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1631084

Bayrak, A., Koçyiğit, M., Aksu, H. S. & Koçyiğit, A. (2024). Z kuşağının sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelist davranış ilişkisi: Konya örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* (46-Yapay Zekâ ve İletişim), 115-132. https://doi.org/10.31123/akil.1538072

Baysal, A. (2020). *Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ile algılanan sosyal destek ve bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi.* (Yayın No. 640323) [Yüksek lisans tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Bıkmaz Bilgen, Ö. (2022). Lojistik regresyon analizi. S. Göçer Şahin & M. Buluş (Ed.), *Adım Adım Uygulamalı İstatistik* içinde. (1. baskı, ss. 290-307). Pegem Akademi.

Bilgin, O., & Taş, İ. (2018). Effects of perceived social support and psychological resilience on social media addiction among university students. *Universal Journal of Educational Research 6*(4), 751 – 758 https://doi.org/10.13189/ujer.2018.060418

Bircan, H. (2004). Lojistik regresyon analizi: Tıp verileri üzerine bir uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (8), 185-208

Birinci, C. M. & Terkan, R. (2023). İletişim aracı olan sosyal medya'nın sosyal değişime kazandırdığı boyut. *Journal of Management Theory and Practices Research, 4*(2), 180-195.

Boz, C., & Dinç, M. (2023). Examination of game addiction studies conducted in Turkey: A systematic review study. *Frontiers in psychiatry*, *14*, 1014621. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2023.1014621

Bursal, M. (2023). *SPSS ile temel veri analizleri.* (3. baskı). Anı Yayıncılık

Büyükgebiz-Koca, E. (2019). Akıllı telefon bağımlılığı ve sosyotelizm üzerine bir yazın taraması. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 6*(6), 399-411.

Büyüköztürk, Ş. (2019). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı-İstatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum.* (25. baskı). Pegem Akademi.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2009). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Caner, N., Efe, Y. S., & Başdaş, Ö. (2022). The contribution of social media addiction to adolescent LIFE: Social appearance anxiety. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues, 41*(12), 8424–8433. https://doi.org/10.1007/s12144-022-03280-y

Chen, A. & Lemmer, K. (2025). Seeking social support on social media: a coping perspective. *Internet Research*, *35*(2), 664–690. https://doi.org/10.1108/INTR-05-2022-0346

Choi, D.-H. (2024). İmpact of social media use on the life satisfaction of adolescents in South Korea through social support and social capital. *SAGE Open*, *14*(2). https://doi.org/10.1177/21582440241245010

Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How "phubbing" becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior, 63*(25), 9–18. https://doi.org/doi:10.1016/j.chb.2016.05.018

Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). Measuring phone snubbing behavior: Development and validation of the Generic Scale of Phubbing (GSP) and the Generic Scale of Being Phubbed (GSBP). *Computers in Human Behavior*, *88*, 5–17. https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.020

Ciacchini, R., Orrù, G., Cucurnia, E., Sabbatini, S., Scafuto, F., Lazzarelli, A., Miccoli, M., Gemignani, A., & Conversano, C. (2023). Social media in adolescents: A retrospective correlational study on addiction. *Children*, *10*(2), 278. https://doi.org/10.3390/children10020278

Cobb, S. (1976). Social support as a moderator of life stress. *Psychosomatic Medicine, 38*(5), 300–314.

Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, *98*(2): 310-357.

Coşkunsu, H. E. (2025). Sosyal medya bağımlılığı ile aile huzuru arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayın No. 950314) [Yüksek lisans tezi, KTO Karatay Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Cöhce, M. O. (2020). *Lojistik regresyon analizi ile üniversite öğrencilerinin kariyer planlarını etkileyen faktörlerin analizi*. (Yayın No. 630716) [Yüksek lisans tezi, Uludağ Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Çağlayan, M.T. & Arslantaş, H. (2023). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığını etkileyen faktörler ve sosyal medya bağımlılığının depresyon ve gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilişkisi. *Bağımlılık Dergisi, 24*(3), 334-348. https://doi.org/10.51982/bagimli.1191206

Çatal, B. (2021). *Lojistik regresyon analizi ve sağlık alanında bir uygulama.* (Yayın No. 717003) [Yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Çelebi, A. S. (2024). *40 yaş ve üzeri yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı psikolojik sağlamlık ve yalnızlık arasındaki ilişkinin incelenmesi.* (Yayın No. 888654) [Yüksek lisans tezi, İzmir Demokrasi Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Çokluk, Ö. (2010). Lojistik regresyon analizi: kavram ve uygulama. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 10*(3), 1357-1407.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2021). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları* (6. baskı). Pegem Akademi.

Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17*(4), 173-188. https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652

Demir, S. (2022). Comparison of normality tests in terms of sample sizes under different skewness and kurtosis coefficients*. International Journal of Assessment Tools in Education, 9*(2), 397-409. https://doi.org/10.21449/ijate.1101295

Demirel, M., Kaya, A., Aksu, H. S., & Harmandar-Demirel, D. (2023). Genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı ve serbest zaman tutumu: Algılanan gelir düzeyinin rolü. *Neu Gastro*, *2*(2), 74-85. https://doi.org/10.54497/Gastromedia.2023.13

Dikmen, F. H. (2021). Türkiye'de hanehalkı kültür ve eğlence harcamalarını etkileyen faktörlerin analizi. *Politik Ekonomik Kuram, 5*(1), 52-62. https://doi.org/10.30586/pek.941145

Dölay, Z. (2024). *Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanım motivasyonları ve karanlık üçlü kişilik özellikleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi.* (Yayın No. 859454) [Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Duman, Ö. D. (2021). Sosyal medya bağımlılığının Erzurum ili üzerindeki yansıması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25*(1), 343-362.

Duradoni, M., Severino, F. P., Bellotti, M., & Guazzini, A. (2024). How mattering and anti-mattering experiences across offline and online environments contribute to people's digital life balance and social media addiction. *Journal of Communıty & Applıed Socıal Psychology, 34*(6). https://doi.org/10.1002/casp.70008

Duru, E. (2008). Yalnızlığı yordamada sosyal destek ve sosyal bağlılığın rolü. *Türk Psikoloji Dergisi, 23*(61), 15–24.

Eker, D., Arkar, H. & Yaldız, H. (2001). Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin gözden geçirilmiş formunun faktör yapısı, geçerlik ve güvenirliği. *Türk Psikiyatri Dergisi, 12*(1), 17-25.

Eraydın, E. (2024). *Genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, aile bütünlük duygusu ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi.* (Yayın No. 265503) [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Erdem, D. V. & Şimşir Gökalp, Z. (2024). Ergenlerde öz-kontrol ve sosyotelizm arasındaki ilişki: Sosyal medya bağımlılığının aracı rolü. *Ege Eğitim Dergisi, 25*(2), 87-100. https://doi.org/10.12984/egeefd.1388373

Erdem, S., & Tuzgöl Dost, M. (2024). Sosyal medya bağımlılığının yordayıcıları olarak temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlık. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(89), 213-233. https://doi.org/10.17755/esosder.1330886

Ergüt, Ö. (2020). Lojistik regresyon analizi. D. Altaş ve İ. E. Yıldırım (Ed.), *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* içinde (ss. 110-120). Seçkin Yayıncılık.

Gao, B., Liu, Y., Shen, Q., Fu, C., Li, W., & Li, X. (2023). Why cannot ı stop phubbing? Boredom proneness and phubbing: A multiple mediation model. *Psychology research and behavior management*, *16*, 3727–3738. https://doi.org/10.2147/PRBM.S423371

Gökkaya, F., Deniz, İ., & Gedik, Z. (2020). Sosyal medya bağımlılığının sosyal onay ihtiyacı ve beden memnuniyeti ile ilişkisi. *Klinik Psikoloji Dergisi, 4*(2), 94-105. https://doi.org/10.5455/kpd.26024438m000023

Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use, 10*(4), 191-197.

Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2*(2), 105-120. https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2018.2/2.105-120

Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,* (32), 151 – 175.

Işık, U. & Topbaş, H. (2015). Facebook ve bağımlılık medya bağımlılığı araştırması. *The Journal of Academic Social Science Studies*, *38*(2), 319-336. http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2930

İskender, A. (2023). Sosyal medya bağımlılığı ile boş zamanda sıkılma algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *Tourism and Recreation, 5*(1), 35-42. https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1290654

Kalafat-Çat, A., Koçak, M. C., & Toprak, Ö. (2021). Sosyal medya bağımlılık düzeyinin yaşam memnuniyetine etkisi üzerine saha araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2021*(56), 185-202. https://doi.org/10.47998/ikad.999223

Kangal-Erdem, E. (2025). Örgütsel iletişim perspektifinden phubbing (sosyotelizm). *Uluslararası Güncel Sosyal Bilimler Dergisi, 3*(2), 61-70.

Kara, F. M., Kavcu, E. N., Kösece, N., & Ak, K. (2024). Dijital sığınağı keşfetmek: üniversite öğrencisi sporcularda can sıkıntısı eğilimi, gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisi. *Uluslararası Holistik Sağlık, Spor ve Rekreasyon Dergisi, 3*(2), 106-117. https://doi.org/10.5281/zenodo.14556084

Karabacak-Çelik, A. (2024). Sosyal medya kullanım amaçları ve sanal ortam yalnızlığı arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,* (66), 53-68. https://doi.org/10.47998/ikad.1319612

Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M. & Babadağ, B. (2016). Sanal dünyanın kronolojik bağımlılığı: Sosyotelizm (Phubbing). *Addicta: The Turkish Journal on Addiction, 3*(2), 223–269. https://doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0013

Karaman, H. B. (2023). *İlişkilerde temel psikolojik ihtiyaçlar ve ilişki doyumunda sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelizmin aracı rolü*. (Yayın No. 800348) [Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Kareem, S. J., & Yasir, A. A. (2025). Social media addiction among secondary school students in Iraq. *International Journal of Body Mind and Culture, 12*(4), 132–141. https://doi.org/10.61838/ijbmc.v12i4.992

Kelesli, H. (2024). *Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkide gelişmeleri kaçırma korkusunun aracı rolü.* (Yayın No. 910638) [Yüksek lisans tezi, Üsküdar Üniversitesi]. YÖK ulusal Tez Merkezi.

Kemp, S. (2025, 5 Şubat). *Digital 2025: Global overview report*. Datareportal. 7 Nisan, 2025, tarihinde https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report adresinden erişilmiştir.

Kılıç, A. (2020). *Genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları, sosyal medya kullanım amaçları ve romantik ilişki doyumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayın No. 636508) [Yüksek lisans tezi, Biruni Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Kirtiş, K. A., & Karahan, F. (2011). To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia Social and Behavioral Sciences, 24*, 260-268.

Kolağasıoğlu, S. (2023). *Sosyal medya kullanan yetişkinlerde görünüm algısı, sosyal görünüş kaygısının narsisistik kişilik özellikleriyle ilişkisinin incelenmesi*. (Yayın No. 9617003408) [Yüksek lisans tezi, Yakın Doğu Üniversitesi]. Yakın Doğu Üniversitesi

Kong, W., Li, Y., Luo, A., & Xie, W. (2024). Status and ınfluencing factors of social media addiction in Chinese workers: Cross-sectional survey study. *Journal of Medical Internet Research, 26*, 1–15. https://doi.org/10.2196/48026

Korkmaz, Ö. (2020). Sosyal medya bağımlılığı: Bayburt üniversitesi iktisadi ve idari bilimler öğrencileri üzerine bir inceleme. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4*(2), 237-250. https://doi.org/10.47140/kusbder.809679

Liţan D. E. (2025). Online Captive: The ımpact of social media addiction on depression and anxiety-an sem approach to the mediating role of self-esteem and the moderating effects of age and professional status. *Behavioral sciences (Basel, Switzerland), 15*(4), 481. https://doi.org/10.3390/bs15040481

Liu, D., Baumeister, R. F., Yang, C. C., & Hu, B. (2022). Individual differences influencing the relationship between online social support and addictive use of social media. *Journal of Behavioral and Brain Science*, *3*(2), 45–58. https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.106949

Lu X., Zhang, M. & Zhang, J. (2023) The relationship between social support and Internet addiction among Chinese college freshmen: A mediated moderation model. *Frontiers in Psychology, 13,* 1031566. https://10.3389/fpsyg.2022.1031566

Luchtefeld, C., & Jordan, K. D. (2022). Individual differences influencing the relationship between online social support and addictive use of social media. *Telematics and Informatics Reports*, *8*(2). https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100025

Lv, S., & Wang, H. (2023). Cross-lagged analysis of problematic social media use and phubbing among college students. *BMC Psychology, 11*, 39. https://doi.org/10.1186/s40359-023-01062-0

Mersin, H. N. (2024). *Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığının gösteriş tüketimine etkisi.* (Yayın No. 863211) [Yüksek lisans tezi, Giresun Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Meshi, D., & Ellithorpe, M. E. (2021). Problematic social media use and social support received in real-life versus on social media: Associations with depression, anxiety and social isolation. *Addictive behaviors*, *119*, 106949. https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.106949

Mumay, G. (2022). *Evli bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek ilişkisi* (Yayın No. 723112) [Yüksek lisans tezi, Gelişim Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Mushtaq, T., Ashraf, S., Hameed, H., Irfan, A., Shahid, M., Kanwal, R., Aslam, M. A., Shahid, H., Koh-E-Noor, Shazly, G. A., Khan, M. A., & Jardan, Y. A. B. (2023). Prevalence of eating disorders and their association with social media addiction among youths. *Nutrients, 15*(21), 4687. https://doi.org/10.3390/nu15214687

Nababan, G. E., Riza, W. L., & Aisha, D. (2024). Pengaruh FOMO dan boredom proneness terhadap perilaku phubbing pada Gen Z pengguna social media di Karawang. *Guidena, 14*(3), 637–648. https://doi.org/10.24127/gdn.v14i3.10289

Necula, C. N. (2020). The relation between the dark triad and social media addiction, With the moderating role of social anxiety in young people. *Journal of Experiential Psychotherapy/ Revista de PSIHOterapie Experientiala*, *23*(3). 47-59.

Onay, N. N. (2024). *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı ile narsisistik kendilik boyutları arasındaki ilişki.* (Yayın No. 878362) [Yüksek lisans tezi, Haliç Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Oral, M., & Karakurt, N. (2025). Mediating Role of Social Anxiety in the Relationship Between Phubbing and Social Media Addiction Among Higher Education Students. *International Journal of Human–Computer Interaction, 41*(18), 11743–11752. https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2445098

Orhan-Göksün, D. (2019). Sosyotelist Olma ve Sosyotelizme Maruz Kalma Ölçeklerinin Türkçeye uyarlanması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21*(3), 657-671. https://doi.org/10.32709/akusosbil.505642

Özdemir, Z. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi, 7*(2), 91-105. https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.7/2.91-105

Öztürk-Çelebi, G. (2018). Tarih öncesi dönemlerde iletişim. *Etkileşim*, (2), 142-156. https://doi.org/10.32739/etkilesim.2018.2.33

Parmaksız, İ. (2022). Romantik ilişkilerde modern engel: Partner sosyotelizmi (phubbing) üzerine bir derleme. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi, 6*(11), 59-76. https://doi.org/10.31461/ybpd.1077277

Parmaksız, I., & Kılıçarslan, S. (2023). The mediator role of effective communication skills on the relationship between phubbing tendencies and marriage satisfaction in married individuals. *Computers in Human Behavior*, *147*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107863

Patiño-Jaimes, V., Giraldo-Suarez, M. C., Mendoza-Catalán, G. S., Angel-Garcia, J., Estrada-Luna, D., & Jiménez-Osorio, A. S. (2024). Association of social media addiction, weight perception, and lifestyle in Mexican nursing students. *Social Sciences (2076-0760)*, *13*(12), 673-681. https://doi.org/10.3390/socsci13120673

Reem, P. (2024). Evolution of telecommunications: Bridging the world with connectivity. *Journal of Telecommunications System & Management, 13*(2), 426.

Sayıner, B. & Akbağ, M. (2023). Sosyotelizm: Farklı bağlamlarda bir değerlendirme. *Akademik Hassasiyetler, 10*(21), 80-115. https://doi.org/10.58884/akademik-hassasiyetler.1224292

Sepetçi, P., Özdemir, S., & Sever, M. (2021). Canım sıkılıyor! Can sıkıntısı, sosyotelizm ve gelişmeleri kaçırma korkusu. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5*(1), 26-36. https://doi.org/10.55044/meusbd.962572

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim, 7*(4), 23-32. https://doi.org/10.18094/si.92009

Sönmez, S. (2021). Algılanan sosyal destek ile presenteizm davranışının kavramsal incelemesi. *Studies on Social Science Insights, 1*(2), 1-11. http://dx.doi.org/10.53035/SOSSCI.20

Söylemez, S. (2023). Bilimsel araştırmalarda örneklem seçimi. O. İyilikci (Ed.), *Deneysel Psikoloji* içinde. (1. Baskı, ss. 93-105). Nobel Akademi

Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y., & Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, *113*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480

Süllü, Z. (2018). Sözlü kültürden dijital kültüre iletişim ve iletişim araçlarının tarihsel kökenleri. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi* (1), 119-135.

Steinsbekk, S., Bjørklund, O., Valkenburg, P., Nesi, J., & Wichstrøm, L. (2024). The new social landscape: Relationships among social media use, social skills, and offline friendships from age 10–18 years*. Computers in Human Behavior, 156,* 1-10.

Şafak, Y. (2024). Bağımlılığa genel bakış. C. Şahin, A. Özkan & Y.E. Bulut (Ed.), *Her yönüyle bağımlılık* içinde (1. baskı, ss. 1-13). Pegem Akademi

Şahin, C. (2024). Teknoloji bağımlılığı ile mücadele. C. Şahin, A. Özkan & Y.E. Bulut (Ed.), *Her yönüyle bağımlılık* içinde (1. baskı, ss. 169-207). Pegem Akademi

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.

Şeker, R., Kartal, T., Tasdemir, A., & Kızıltepe, I. S. (2023). Examining adolescents' technology addiction levels before and after COVID-19 pandemic. *Journal of Education in Science, Environment and Health (JESEH), 9*(4), 330-347. https://doi.org/10.55549/jeseh.1381263

Şensoy, E. Z. (2009). *Nonlineer lojistik regresyon ve uygulaması.* (Yayın No. 256726) [Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6. Baskı). Pearson. 08.12.2025 tarihinde http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/27657/1/Barbara%20G.%20Tabachnick_2013.pdf adresinden erişilmiştir.

Tanhan, F., Özok, H. İ., Kaya, A., & Yıldırım, M. (2024). Mediating and moderating effects of cognitive flexibility in the relationship between social media addiction and phubbing. *Current Psychology, 43*(1), 192–203. https://doi.org/10.1007/s12144-023-04242-8

Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. (Yayın No: 396821) [Doktora tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Tutgun-Ünal, A., & Bozkurt, V. (2020). Sosyal medya bağımlılığı belirtileri üzerine etki eden faktörler. M. Seker, Y. Bulduklu, C. Korkut, M. Doğrul (Ed.), *Bilişim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği* içinde (ss.163-189). Türkiye Bilimler Akademisi. https://doi.org/10.53478/TUBA.2020.002

Tutgun-Ünal, A., & Deniz L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Route Education and Social Science Journal, 3*(2), 155-181. https://doi.org/10.17121/ressjournal.488.

Türe, E. (2022). *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı ile algılanan stres ve yaşam doyumu arasındaki ilişkinin incelenmesi.* (Yayın No. 722445) [Yüksek lisans tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Türkiye İstatistik Kurumu (2025, 27 Ağustos). *Hanehalkı bilişim teknolojileri (bt) kullanım araştırması.* 12 Eylül 2025 tarihinde https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2025-53925 ardesinden erişilmiştir.

Utma, S. (2019). Sosyal medya bağımlılığı üzerine kuramsal bir değerlendirme. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi, 1*(2), 118–130. https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.99

Ünalan, D., & Yıldırım, O. (2020). Dijital yerlilerin sosyotelizm (phubbıng) eğilimlerinin değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 8*(1), 276-297. https://doi.org/10.19145/e-gifder.644279

Ünür, E., & Apak, D. (2021). *İletişim ve Medya Kavramları Sözlüğü*. Gazi Kitabevi.

Üstündağ, A. (2022). Ergenlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal destek algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi, 12*(1), 85–102. https://dergipark.org.tr/tr/pub/sosbilder/issue/68026/960816

Üstündağ-Koçak, E. (2025). *Erişkinlerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı.* (Yayın No. 930867) [Tıpta uzmanlık tezi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, *48*(2), 121–127. https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020

Vatandaş, S. (2017). Sosyal medyanın anlam ve öneminin cinsiyetler bağlamında incelenmesi. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4*(8), 12-24.

Vatandaş, S. (2020). Sosyalleşme ve sosyalleşmenin sosyal medya mecralarındaki anlamsal ve işlevsel dönüşümü. *Erciyes İletişim Dergisi, 7*(2), 813-832. https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.675531

Wang, E. S., & Wang, M. C. (2013). Social support and social interaction ties on internet addiction: İntegrating online and offline contexts. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, *16*(11), 843–849. https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0557

Wang, X., & Cheng, Z. (2020). Cross-sectional studies. *Chest Journal, 158*(1), 65-71. https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012

Wang, Y., & Zeng, Y. (2024). Relationship between loneliness and internet addiction: A meta-analysis. *BMC Public Health, 24*(1), 858. https://doi.org/10.1186/s12889-024-18366-4

Xu, X.-P., Liu, Q.-Q., Li, Z.-H., & Yang, W.-X. (2022). The mediating role of loneliness and the moderating role of gender between peer phubbing and adolescent mobile social media addiction. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(16), 10176. https://doi.org/10.3390/ijerph191610176

Yazan, K. D. (2021). *Lise öğrencilerinde akademik başarı, sosyal destek ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki* [Yüksek lisans tezi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi]. Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Açık Erişim Sistemi. https://openaccess.ahievran.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12513/6304

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri.* Detay.

Yıldırım, İ. (1997). Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin geliştirilmesi, güvenirliği ve geçerliği. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 13*(13), 81-87

Yıldırım, İ. (2004). Eş Destek Ölçeğinin geliştirilmesi. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal, 3*(22), 19-26. https://doi.org/10.17066/pdrd.95605

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

Yılmaz, N., Sarı, B., & Öke, P. (2022). Algılanan sosyal destek düzeyinin okul dışı sosyal medya davranışları üzerine etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 13*(34), 440-453. https://doi.org/10.21076/vizyoner.954245

Yılmaz, Ş., & Aydoğan, D. (2024). Algılanan sosyal destek ve genel aidiyet düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerine etkisinin incelenmesi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16***(**2), 305-329. https://doi.org/10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v16i2007

Yüksel-Şahin, F., & Öztoprak, Ö. (2019). Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin benlik saygısına göre incelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*. (Özel Sayı). 363-377. https://doi.org/10.21733/ibad.613902

Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G., & Farley, G. K. (1988). *The Multidimensional Scale of Perceived Social Support*. *Journal of Personality Assessment, 52*(1), 30–41. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201_2

*****

Çatışma Beyanı: Makalenin yazarlarının, bu çalışma ile ilgili taraf olabilecek herhangi bir kişi, kurum veya kuruluşun finansal ilişkileri bulunmadığını dolayısıyla herhangi bir çıkar çatışmasının olmadığını beyan eder.

Destek ve Teşekkür: Araştırmaya katılan katılımcılara teşekkür ederiz.

Etik Kurul İzni: Bu araştırma, kapsamında etik kurul onayı alınmıştır (YTÜ: No:2025.04).

Katkı Oranı Beyanı: Araştırmacıların katkı oranları eşittir.