







International JOURNAL of SOCIAL and HUMANITIES SCIENCES RESEARCH (JSHSR)



Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi



Received/Makale Geliş 27.02.2023
Published /Yayınlanma 30.04.2023
Volume/Issue (Cilt/Sayı)-ss/pp 10(94), 921-930



<http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.3611>
Research Article
ISSN: 2459-1149



 **Ramazan AYDIN**
<https://orcid.org/0000-0003-1381-1446>
 MEB, Diyarbakır / TÜRKİYE

 **Hasan AKÇAY**
<https://orcid.org/0009-0007-0118-8016>
 MEB, Diyarbakır / TÜRKİYE

 **Esen AKÇAY**
<https://orcid.org/0009-0005-7487-8726>
 MEB, Diyarbakır / TÜRKİYE

 **Leyla BUDAK**
<https://orcid.org/0009-0000-9505-114X>
 MEB, Diyarbakır / TÜRKİYE

 **Ahmet AKÇAY**
<https://orcid.org/0009-0003-8946-3270>
 MEB, Diyarbakır / TÜRKİYE

 **Veysi YILDIZ**
<https://orcid.org/0000-0003-1625-0357>
 MEB, Diyarbakır / TÜRKİYE

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE KİMLİK İŞLEVLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION AND IDENTITY FUNCTIONS OF UNIVERSITY STUDENTS

ÖZET

Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin kimlik işlevleriyle ilişkisini ve kimlik işlevlerine etkisini incelemektir. Çalışma grubu İstanbul ilinde 2021-2022 yılında öğrenim gören 226 (% 55.8) kadın, 179 (%44.2) erkek olmak üzere toplam 405 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak sosyal medya bağımlılık ölçeği, kimlik işlevleri ölçeği ve kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde SPSS 22 programı kullanılmıştır. Bu çalışmada korelasyonel model kullanılmıştır. Araştırmada verilerin analizinde ise Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları ve Basit Doğrusal Regresyon analizleri kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya bağımlılığı kimlik işlevleri boyutları yapı boyutu, uyum boyutu, amaç boyutu, gelecek boyutu ve kontrol boyutu) ile negatif yönde anlamlı ilişkili bulunmuştur. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı kimlik işlevleri boyutlarını (yapı, uyum, amaç, gelecek, kontrol) negatif yönde ve anlamlı şekilde yordadığı bulunmuştur. Bu çalışmanın örneklemini yalnızca İstanbul ilindeki üniversitelerde öğrenim gören öğrenciler ile sınırlıdır. Daha sonra yapılacak çalışmalardan mülakat yöntemi gibi nitel yöntemler vasıtasıyla derinlemesine veri elde edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı, kimlik.

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the relationship between university students' social media addiction levels and their identity functions and its effect on identity functions. The study group consists of a total of 405 university students, 226 (55.8%) women and 179 (44.2%) men, studying in the province of Istanbul in 2021-2022. The social media addiction scale, identity functions scale and personal information form were used as data collection tools. SPSS 22 program was used to analyze the data. The correlational model was used in this study. Pearson Product Moments Correlation Coefficients and Simple Linear Regression Analysis were used in the analysis of the data. According to the results of the research, social media addiction was found to be negatively correlated with identity functions dimensions (structural dimension, cohesion dimension, purpose dimension, future dimension and control dimension). In addition, it was found that social media addiction predicted the dimensions of identity functions (structure, adaptation, purpose, future, control) negatively and significantly. The sample of this study is limited only to students studying at universities in Istanbul. In-depth data can be obtained from later studies through qualitative methods such as the interview method.

Keywords: Social Media, Social Media Addiction, Identity.

1. GİRİŞ

Modern zamanda hayatın bir parçası olmaya başlayan internet kullanımı giderek artış göstermektedir. İnternet kullanımındaki bu artış dünyada olduğu gibi ülkemizde de görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumunun 2020 yılında gerçekleştirdiği evlerde internet kullanımı araştırmasına göre 16-74 yaş arası bireylerin % 79' u interneti aktif olarak kullandıkları bulunmuştur. İnternet kullanımındaki temel amaçlar arasında alışveriş yapmak, kamu kurumlarında bilgi edinme ve sosyal medya gibi çeşitli kullanım amaçları yer almaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, t.y.). Bu internet kullanım amaçları arasında yer alan sosyal medya, özellikle gençler arasında sosyalleşmenin ve kişisel özelliklerini ifade etmenin temel yollarından

biri olarak görülmeye başlanmaktadır (Wang, Ho, Chan ve Tse, 2014). Genç bireyler Twitter, Facebook gibi sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanarak duygusal veya sosyal arkadaş edinme, çeşitli paylaşımlarla duygu ve düşüncelerini ifade etme, tanınırlık kazanarak ünlü olma, gelişmelerden haberdar olma, çeşitli içerikler yaratarak bilgi ve yaratıcılıklarını paylaşma, maddi kazanç sağlama gibi birçok amacını gerçekleştirmek için sosyal medyada yer almaktadırlar (Wang, 2012).

Genç bireylerin sosyal medya kullanımı ile yaşam alanlarını genişletmesiyle birlikte uyumsuz şekilde sosyal medyanın kullanımı birçok sorun alanı da oluşturmaktadır. Bunlardan biri de sosyal medya bağımlılığıdır (Hong, Chiu ve Huang, 2012). Genç bireylerin sosyal medyada harcadıkları zamanın artması, sosyal medya meşguliyetlerinin günlük rutine etki etmesi ile birlikte sosyal medyaya yönelik bağımlılık oluşturma riskleri artmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2011). Özellikle son yıllarda bilgisayarların yanı sıra cep telefonları, tablet gibi teknolojik aletlerin yaygınlaşması ve sosyal medya araçları, uygulamaların artması ile bireyler her zaman ve her yerde sosyal medyada online olabilmektedirler. Bu da sosyal medyanın kullanım sıklığını ve bağımlılık oluşturma riskini tetiklemektedir (Al-Menayes, 2015).

Bağımlılık açıklamalarına bakıldığında genel olarak bir maddeye yönelik olarak gerçekleştirilen davranışlar çerçevesinde belirti ve tanı kriterleri oluşturulmaktadır. Nitekim DSM-V bağımlılık tanı kriterleri arasında; belirli bir süre devam eden bir maddenin kullanımı, maddeyi bırakma amacıyla gösterilen davranışların yeterli sonuç vermemesi, maddeye ulaşmaya yönelik emek ve zaman ayırmada artış olması, ciddi şekilde madde alınmadığında eksiklik hissedilmesi, madde kullanmaya yönelik yüksek bir arzu duyma, çeşitli sosyal ve sağlık sorunlarına karşın madde kullanımına devam edilmesi gibi birçok belirti yer almaktadır (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013). Çeşitli bağımlılık belirtileriyle benzer özellikler gösteren internet bağımlılığı da ruhsal bir bağımlılık türü olarak kabul edilmektedir (Kandell, 1998). Sonuç olarak internet bağımlılığı; bireylerin interneti çeşitli amaçlar çerçevesinde aşırı ve kontrolsüz şekilde kullanması olarak tanımlanmaktadır. Bu da diğer bağımlılık türleri belirtileriyle benzer özellikler göstermektedir (Young, 1998).

Sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığının bir alt dalı olarak kabul görmektedir (Blachnio, Przepiorka ve Pantic, 2015). Sosyal medya bağımlılığı bir maddeye yönelik geliştirilen bağımlılıktan farklı olarak davranışsal görülen bir bağımlılıktır. Davranışsal olarak görülen bu bağımlılığın tanımlanması amacıyla çeşitli kriterler belirlenmiştir. Griffiths'e (2013) göre bu kriterler klasik olarak tanımlanan bağımlılık ile benzerlikler göstermektedir. Bunlar arasında değişen ruh hali ve duygu durumu, duygusal, zihinsel ve davranışsal olarak sosyal medya ile aşırı uğraş, bireylerin sosyal medyaya gün geçtikçe daha fazla zaman ayırmaları, sosyal medya kullanımının kısıtlandığı veya sona erdirildiği durumlarda ortaya çıkan fiziksel ve duygusal rahatsızlık belirtileri, sosyal medya kullanımının bireye kişisel ve kişilerarası düzeyde problem ve çatışmalar oluşturmaları son olarak da sosyal medya kullanımının sürekli nüksmesi ve tekrar edici bir davranış olması bu bağımlılığın tanımlanmasında yer alan kriterler arasındadır.

Tüm bu belirtiler çerçevesinde sosyal medya bağımlılığının çerçevesini çizmek maksadıyla çeşitli tanımlar yapılmıştır. Kittinger, Correia ve Irons (2012), sosyal medya bağımlılığını bireylerin Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformlarında çok fazla aktif olması ve bu kullanımın bireyin diğer yaşam alanlarında çeşitli problemlere sebep olacak seviyeye gelmesi olarak tanımlamaktadır. Başka bir tanımlamada ise Zivnuska, Carlson, Carlson, Harris ve Harris'e (2019) göre sosyal medya bağımlılığı, bireylerin obsesif bir şekilde sosyal medya ile aşırı uğraşmaları ve sosyal medyaya aşırı bağlanmaları, gün içinde yapılması gereken görevleri aksatması sonucu bireyin yaşamının günlük işleyişinde birçok soruna sebep olan bağımlılık türüdür. Tutgun-Ünal (2015) ise sosyal medya bağımlılığını; bireylerin bu platformları sürekli kullanma isteği ve bu isteğin zamanla doyuma ulaşmamasından doğan arkadaş, okul ve ev işlerinin ihmal edilmesi, istendiğinde sosyal medyada aktif olunacak zamanın sınırlandırılmamasından doğan bir bağımlılık olarak tanımlamıştır. Sonuç olarak, bağımlılık belirtilerine ve çeşitli sosyal medya bağımlılığı ile ilgili tanımlara baktığımızda sosyal medya bağımlılığı şu şekilde tanımlanabilir. Bireylerin sosyalleşme, kendilerini ifade etme, bilgi edinme ve duygusal arkadaşlıklar edinme gibi çeşitli ihtiyaçları amacıyla katıldıkları sosyal medya platformlarına yönelik zamanla online olma halinin kontrolden çıkıp bir zorunluluk hali olarak algılanması sonucu oluşan ve bireyin yaşamında çeşitli problemlere sebep olan, aktif olunmadığında yoksunluk belirtileri gösteren sürekli tekrarlı davranışlarla nükseden bir bağımlılık çeşidi olduğu söylenebilir.

Sosyal medya bağımlılığıyla ilgili çeşitli tanımlara yer verirken özellikle ergenlik yıllarında yer alan bireylerin bu bağımlılığa daha yatkın oldukları yapılan çalışmalarda görülmektedir (Valkenburg ve Peter, 2011). Sosyal medya kullanımı ile gençler birçok yeni bilgi edinmekte, çeşitli değerler ve idealler ile karşılaşmakta, farklı sosyal, siyasal ve dini fikirlerle etkileşimde olmakta, model aldıkları kişileri yakından

takip edebilmekte, yeni sosyal ve duygusal arkadaşlıklar edinmektedirler (Kaya, 2021). Tüm bu faktörler bireyin kimliğini oluştururken etkilendiği olumlu veya olumsuz kaynaklar arasında yer alabilmektedir. Bunun yanında ergenlik yıllarındaki bireylerin aynı zamanda temel gelişim görevlerinden birinin kimlik kazanımı olması sebebiyle bu çakışma sosyal medya bağımlılık düzeyinin kimlik işlevlerine ne yönde etkisi olacağını düşündürmektedir.

Kimlik, Erikson'a (1968) göre bireyin etrafında bulunan idealler, değerler ve amaçları kendi kişisel özelliklerini de katarak oluşturduğu bir yapıdır. Kimlik oluşum süreci ise bireyin kimlik yapısını belirlemek amacıyla çevresel ve kişisel etmenleri araştırarak bunlar arasında kendine uygun olduğunu düşündüğü çevresel ve kişisel faktörleri benimsemesidir. Marcia (1966), bu çerçevede kimlik oluşum sürecini keşif ve bağlanma adı altında iki boyutlu olarak tanımlamaktadır.

Kimlik oluşum süreci doğrultusunda bireylerin çeşitli kimlik işlevleri kazanması beklenmektedir. Bu kimlik işlevleri, Erikson'un bireyin ergenlik yıllarında edinmesi gereken kimlik kazanımının fonksiyonları üzerine oluşturulmuştur (Adams ve Marsall, 1996). Bu fonksiyonlar bireyin kimlik ediniminin psikolojik kazanımları ve sonuçları çerçevesinde oluşturulmuştur (Serafini ve Adams, 2002). Sonuç olarak kimlik işlevleri bireyin oluşturduğu kimlik yapısının nasıl çalıştığına ve bireye yaşam alanlarında kimlik yapısını gündelik hayatta uygulamasına imkan vermektedir (Crocetti, Sica, Schwartz, Serafini ve Meeus, 2010).

Adams ve Marsall (1996) tarafından oluşturulan sosyo-psikolojik temelli işlevlerinden ilki yapı edinme işlevidir. Bu işlevin temel amacı bireyin kendisiyle ilgili bilgileri düzenlemesidir. Bu yapının içerisinde bireyin öz saygı düzeyi, fiziksel görünümünü değerlendirme düzeyi, kendilik kabulü, öz yeterliliğini değerlendirmesi gibi çeşitli kişisel etmenler yer almaktadır (Serafini ve Adams, 2002). Kimlik işlevlerinden ikincisi ise uyum edinme işlevidir. Bu kimlik işlevi bireyin benimsediği değerler, inançlar ve ideallerle ne denli harmoni içinde olduğunu göstermektedir (Adams ve Marsall, 1996). Bunun yanında bireyin sosyal yaşamında, okul ve aile hayatında ve iş hayatında diğer bireylerle işbirliği ve uyum içerisinde olmasına katkıda bulunmaktadır (Serafini ve Adams, 2002). Bir diğer kimlik işlevi ise geleceğe yönelmedir. Bu işlev, bireyin geçmiş yaşantısı, şuanaki yaşantısı ve gelecek yaşantısı arasında köprü görevi görmektedir (Luyckx, Lens, Smits ve Goossens, 2010). Gelecek yönelimli kimlik işlevi bireyin geleceğe yönelik beklentiler oluşturmasına ve geleceği dikkate alarak adımlar atmasını sağlamaktadır (Crocetti vd., 2010). Bir diğer kimlik işlevi ise amaç edinmedir. Bu süreçte bireyler benimsedikleri çeşitli idealleri, değerleri göz önünde bulundurarak çeşitli hedefler oluşturmaktadırlar. Bu kimlik işlevi uyumlu olan bireyler hedefleri çerçevesinde azim ve çaba göstermeye daha fazla istekli olmaktadır (Crocetti vd., 2010). Son kimlik işlevi ise, bireysel kontrol edinmedir. Bu kimlik işlevinin özellikleri arasında bireyin kendi özgür iradesi ve bilinçli seçimleriyle yaptıklarını düzenleyebilmesi ve yaptıklarının sorumluluğunu alabilmesini içermektedir (Adams ve Ethier, 1999' den aktaran Serafini ve Adams, 2002). Bu kimlik işlevi bireyin kişisel yapısını oluştururken, çeşitli değerler ve ideallerle uyum içerisinde olmaya çalışırken, geleceğe yönelik beklentilerini oluştururken ve sosyal, duygusal, kariyer gibi amaçlarına ulaşmaya çalışırken bireye özgür iradesiyle kendi davranışlarını kontrol etmesi ve düzenlemesini sağlamaktadır (Schwartz, Cote ve Arnett, 2005).

Sonuç olarak dünyada ve Türkiye'de sosyal medya bağımlılık düzeyine yönelik çalışmalar çoğunlukla son on yılda ağırlık kazanmaktadır. Bu çalışmalar da niceliksel olarak az oldukları görülmektedir. Ayrıca yapılan literatür taramasında Türkiye'de üniversite düzeyinde okuyan genç bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile kimlik işlevleri arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu önemle hareketle bu çalışma üniversite seviyesinde olan genç bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyinin kimlik işlevleri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi hedeflemektedir. Bu hedefler çerçevesinde aşağıdaki hipotezler sınanmaktadır.

1-Sosyal medya bağımlılık düzeyi kimlik işlevleri boyutları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki var mı?

2-Sosyal medya bağımlılığı kimlik işlevleri boyutlarının anlamlı bir yordamakta mıdır?

2. YÖNTEM

Bu bölümde; araştırmanın yöntemi, evren, örneklem, veri toplama aracı, verilerin uygulanması ve verilerin toplanması ile analizi üzerinde durulacaktır.

2.1. Modeli

Yapılan bu araştırma ilişkileri ortaya çıkarmayı hedefleyen korelasyonel bir araştırmadır. Karasar' a göre korelasyon araştırma modeli yapılan çalışmadaki değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen ve bu ilişkinin ne yönde olduğunu ortaya çıkarmayı hedefleyen bir araştırma modelidir (Karasar, 2016). Çalışmada ele alınan bu model çerçevesinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile kimlik işlevleri arasındaki ilişki incelenmektedir.

2.2. Evren ve Örneklem

Bu çalışmadaki katılımcılar seçilirken uygun örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışma emek, para ve zaman kaybını önlemek amacıyla örneklemin ulaşılabilirliğine dikkat etmektedir (Tanrıöğen, 2007). Bu yöntem çerçevesinde katılımcılar İstanbul ilinde yer alan üniversitelerde 2021-2021 eğitim öğretim yılında farklı sınıf düzeylerinde öğrenim gören 405 üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Katılımcıların 226 (%55.8) kadın, 179 (%44.2) erkekler oluşmaktadır. Bunun yanında katılımcılardan 152 (%37.5) birinci, 109(%26.9) ikinci, üçüncü sınıf 95 (%23.5) ve 49(%21.1) dördüncü sınıfta eğitim görmektedir. Ayrıca katılımcılar 18 ile 25 yaşları arasındadır ve katılımcıların yaş ortalaması 20,13' tür.

2.3. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada veri toplama araçları olarak 'Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ) ve 'Kimlik İşlevleri Ölçeği (KİÖ) kullanılmıştır.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ): Bu ölçek bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini ortaya koymak amacıyla Tutgun-Ünal tarafından 2015 yılında geliştirilmiştir. Ölçek, 41 maddeden oluşan 5'li likert tarzında hazırlanmıştır. Ölçekte meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma olmak üzere 4 alt boyut yer almaktadır. Ölçekte bireylerin bağımlılık seviyelerini belirlemek için aralık puanları oluşturulmuştur. Bu çerçevede sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden elde edilebilecek en düşük puan 41 en yüksek puan ise 205 olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği geneli için bağımlılık düzeyleri oluşturulmuştur. Bundan yola çıkarak 41 ile 73 arası bağımlılık yok, 74 ile 106 arası az bağımlılık, 107 ile 139 arası orta bağımlılık, 140 ile 172 arası yüksek bağımlılık, 173 ile 205 arası çok yüksek bağımlılık olarak belirlenmiştir. Ölçekte sosyal medya bağımlılık düzeyi için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayısı 0.97 bulunmuştur (Tutgun-Ünal, 2015). Yapılan bu çalışmada ise sosyal medya bağımlılık ölçeğinde elde edilen puan 86.85 dir. Çalışmaya katılan bireylerin az bağımlılık düzeyinde oldukları görülmektedir. Ayrıca bu çalışmada sosyal medya bağımlılık düzeyinin Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayısı 0.95 olarak bulunmuştur.

Kimlik İşlevleri Ölçeği (KİÖ): Bu ölçek bireylerin kimlik işlevleri boyutlarını belirlemek için Serafini ve arkadaşları tarafından 2006 yılında geliştirilmiştir. Demir tarafından 2011 yılında Türkçeye uyarlanmıştır. Ölçek, 15 maddeden oluşan 5'li tarzda likert tipi bir ölçektir. Kimlik işlevler ölçeğinde yapı, amaç, gelecek, kontrol ve uyum olmak üzere 5 alt boyut yer almaktadır. Ölçekte ters kodlanan maddeler yer almamaktadır. Her bir boyutla ilişkili üç madde yer almaktadır. Kimlik işlevler ölçeğinde yapı boyutu için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayısı 0.80, uyum boyutunda iç tutarlılık katsayısı 0.77, amaç boyutunun iç tutarlılık katsayısı 0.80, kontrol boyutunun iç tutarlılık katsayısı 0.65, gelecek boyutunun iç tutarlılık katsayısı 0.82 olarak bulunmuştur (Demir, 2011). Yapılan bu çalışmada ise kimlik işlevler ölçeğinde yapı boyutu için Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayısı 0.72, uyum boyutunda iç tutarlılık katsayısı 0.75, amaç boyutunun iç tutarlılık katsayısı 0.82, kontrol boyutunun iç tutarlılık katsayısı 0.76, gelecek boyutunun iç tutarlılık katsayısı 0.78 olarak bulunmuştur

Kişisel Bilgi Formu: Çalışmayı yürüten araştırmacılar tarafından katılımcılar hakkında demografik bilgi elde etmek amacıyla oluşturulmuştur. Formda katılımcıların cinsiyeti, sınıf düzeyi ve yaşlarıyla ilgili sorular yer almaktadır.

2.4. Verilerin Analizi

Bu çalışmada ilk olarak uç değerleri belirlemek amacıyla Mahalanobis uzaklığı hesaplanmıştır. Mahalanobis uzaklığı bir değişkenin diğer değişkenlerin ortalamalarına, merkezlerine ne kadar uzak olduğunu belirlemeye yarar. Bu yolla uç değerler tespit edilebilmektedir (Esen ve Timor, 2019). Bu çerçevede çalışmada uç değer olduğu tespit edilen 10 veri verilerden çıkarılmış ve çalışmaya 405 katılımcıdan elde edilen veri ile devam edilmiştir.

Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için skewness ve kurtosis değerlerine bakılmıştır. Verilerin normal dağılım göstermesi için skewness ve kurtosis değerleri +1,5 ile -1,5 arasında

değer alması beklenmektedir (Fidell, Tabachnick, Mestre & Fidell, 2013). Bu çerçevede sosyal medya bağımlılığı boyutunun skewness değeri 0.83 kurtosis değeri 0.25 olarak bulunmuştur. Kimlik işlevleri alt boyutundan yapı boyutunun skewness değeri -0.92 kurtosis değeri 0.57, uyum boyutunun skewness değeri -0.93 kurtosis değeri 0.78, amaç boyutunun skewness değeri -0.93 kurtosis değeri 0.62, gelecek boyutunun skewness değeri -0.65 kurtosis değeri -0.11, kontrol boyutunun skewness değeri -0.93 kurtosis değeri 0.94 olarak bulunmuştur. Bu analiz sonuçlarına göre verilerin normal dağıldığı söylenebilmektedir.

Normal dağılan veriler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları analizi yapılmıştır. Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları analizi değişkenler arasında ne ilişki olup olmadığına eğer ilişki varsa ne yönde ilişki olduğunu ortaya çıkarmaya yarayan analiz yöntemidir (Karasar, 2016). Bu çerçevede sosyal medya bağımlılık düzeyi ile kimlik işlevleri alt boyutları arasındaki ilişki Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları analizi ile incelenmiştir.

Sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevleri alt boyutlarını ne yönde etki edip açıkladığını belirlemek amacıyla Basit Doğrusal Regresyon analizi uygulanmıştır. Büyüköztürk'e (2018) göre bağımsız ile bağımlı değişkenleri ne yönde açıkladığını belirlemek için regresyon analizi kullanılmaktadır. Bu çerçevede eğer bağımsız değişken bir tane ise Basit Doğrusal Regresyon analizi kullanılmaktadır. Tüm bu analizler için SPSS paket programı kullanılmıştır. Elde edilen veriler için anlamlılık düzeyi 0.05 olarak belirlenmiştir.

3. BULGULAR ve YORUMLAR

Araştırmanın bu bölümünde, alt problemler çözümlenerek bilgiler yorumlanmıştır. Her bir alt problem bir başlık şeklinde ele alınmıştır ve aşağıda yorumlanmıştır.

3.1. Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ile Kimlik İşlevleri Alt Boyutları Arasındaki İlişki

Sosyal medya bağımlılık düzeyi ile kimlik işlevleri alt boyutlarından olan yapı, uyum, amaç, gelecek ve kontrol işlevleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları hesaplanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	SMB	Yapı	Uyum	Amaç	Gelecek	Konrol
SMB	1	-0.34**	-0.26*	-0.35*	-0.23*	-0.25*
Yapı		1	0.70**	0.64*	0.63*	0.64*
Uyum			1	0.58*	0.63*	0.54*
Amaç				1	0.70*	0.69*
Gelecek					1	0.72*
Konrol						0.59*

*p<.05, SMB: Sosyal Medya Bağımlılığı.

Tablo 1' de görüldüğü üzere sosyal medya bağımlılık düzeyi ile kimlik işlevlerinin tüm alt boyutları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir (yapı işlevi alt boyutu için $r = -.34$, $p < .05$; uyum işlevi alt boyutu için $r = -.26$, $p < .05$; amaç işlevi alt boyutu için $r = -.35$, $p < .05$; gelecek işlevi alt boyutu için $r = -.23$, $p < .05$; kontrol işlevi alt boyutu için $r = -.25$, $p < .05$).

3.2. Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ile Kimlik İşlevleri Alt Boyutlarıyla İlişkilim Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Sosyal medya bağımlılık düzeyinin kimlik işlevleri alt boyutlarına ne yönde açıkladığını incelemek amacıyla Basit Doğrusal Regresyon analizi yapılmıştır. Bu çerçevede eğer bağımsız değişken bir tane ise Basit Doğrusal Regresyon analizi kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2018).

Tablo 2. Sosyal Medya Bağımlılığının Kimlik İşlevlerini Yordamasına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	R	R ²	F	B	SH	B	t	p
Yapı	0.32	0.10	46.38	-0.32	0.06	-0.27	-5.48*	0.00
Uyum	0.22	0.05	22.89	-0.23	0.05	-0.22	-4.55*	0.00
Amaç	0.31	0.09	45.98	-0.35	0.06	-0.30	-6.24*	0.00
Gelecek	0.17	0.03	16.13	-0.22	0.06	-0.17	-4.01*	0.00
Kontrol	0.20	0.04	20.87	-0.21	0.05	-0.20	-4.52*	0.00

Tablo 2'de görüldüğü üzere sosyal medya bağımlılığı kimlik işlevlerinden yapı işlevini ($R = .32$, $R^2 = .10$, $F = 46.38$, $p < .05$), uyum işlevini ($R = .22$, $R^2 = .05$, $F = 22.89$, $p < .05$), amaç işlevini ($R = .31$, $R^2 = .09$, $F = 45.98$, $p < .05$), gelecek işlevini ($R = .17$, $R^2 = .03$, $F = 16.13$, $p < .05$) ve kontrol işlevini ($R = .20$, $R^2 = .04$, $F = 20.87$, $p < .05$) anlamlı olarak açıklamaktadır. Sosyal medya bağımlılığı yapı işlevini ($\beta = -.27$, $p < .05$), uyum işlevini ($\beta = -.22$, $p < .05$), amaç işlevini ($\beta = -.30$, $p < .01$), gelecek işlevini ($\beta = -.17$, $p < .05$) ve kontrol işlevini ($\beta = -.20$, $p < .05$) negatif anlamlı yordadığı bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığı yapı

işlevinde varyansın %10'unu, uyum işlevinde varyansın %5'ini, amaç işlevinde varyansın %9'unu, gelecek işlevinde varyansın %3'ünü ve kontrol işlevinde varyansın %14'ünü açıklamaktadır.

4. TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

4.1. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada, 2021-2022 eğitim-öğretim yılında Milli Eğitim Bakanlığına bağlı ortaokullarda görev yapan 54'ü kadın ve 62'si erkek olmak üzere toplam 116 öğretmen üzerinde çalışma yapılmıştır. Araştırmamızda tarama modeli kullanılmış olup çalışmamızın 1. Alt problemi olan öğretmenlerin etkili öğretmenlik ile ilgili algıları ($\bar{x}=4,2226$) oldukça yüksek çıkmıştır. Ayrıca yaptığımız çalışmaya benzer çalışmalar yapılmış olup, Etkili öğretmen davranışları nasıl olur? Etkili öğretmen davranışları nelerdir? ve bunlarla ilgili algıların ne düzeyde olduğu incelendiğinde Karakelle (2005), Özer ve Gelen (2008), Çapri ve Çelikkaleli (2008) ile Şahin'in (2011) çalışmalarıyla paralellik gösterdiği, Özyürek'in (2008) çalışmasıyla da farklılık gösterdiği görülmüştür.

Yapılan bu çalışmada araştırmacılar sosyal medya bağımlılığı ile kimlik işlevleri boyutları arasında negatif bir ilişki olduğuna yönelik ve sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevleri boyutlarına negatif yönde yordadığına yönelik hipotezlerini analiz etmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda ve elde edilen bulgular çerçevesinde sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevleri boyutlarının tümüyle negatif yönde anlamlı ilişkili olduğu hipotezi doğrulanmıştır. Ayrıca sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevleri boyutlarından yapı, uyum, amaç, gelecek ve kontrol işlevi boyutlarını negatif yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bunun yanında literatür ele alındığında sosyal medya bağımlılığının kimlikle ilişkisini ele alan çeşitli araştırmalar (Monacis, Palo, Griffiths ve Sinatra, 2017; Ekşi, Erden, Erdoğan ve Yılmaz, 2013) olmasına rağmen sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevleriyle ilişkisini ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma çerçevesinde ortaya koyulan hipotezlere ilişkin bulgular aşağıda literatür çerçevesinde tartışılmaktadır.

Yapılan çalışmada sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevleri boyutlarından yapı işlevi ile ilişkisi ve yapı işlevini yordayıp yordamadığı analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları kimlik işlevlerinden yapı ile negatif yönden anlamlı yordadığı bulunmuştur. Literatür incelendiğinde doğrudan sosyal medya bağımlılığı ile yapı işlevini ele alan çalışmalar olmamasına rağmen yapı işlevi içerisinde yer alan öz saygı düzeyi, fiziksel görünümünü değerlendirme düzeyi, öz yeterliliğini değerlendirmesi ile ilgili çalışmalara rastlanılmıştır. Bu çerçevede yapılan çalışmalarda (Chen ve Lee, 2013; Samaha ve Hawi, 2016; Balcı, Karakoç ve Öğüt, 2020) sosyal medya bağımlılığının bireylerin özsaygı düzeylerine negatif yönde yordadığı bulunmuştur. Bunun yanında yapı işlevleri kapsamına giren öz yeterlilikle ilgili çalışmalarda (Bilginer, 2020) sosyal medya bağımlılığının bireylerin öz yeterlilik düzeylerini negatif yönde ilişkili bulunmuştur. Ayrıca yapı işlevleri kapsamına giren fiziksel görünüm ile ilgili çalışmalarda sosyal medya bağımlılığının bireylerin fiziksel görünümünü algılamalarına negatif yönde yordadığı bulunmuştur. Literatür incelendiğinde bulgularımızla paralellik gösterdiği görülmektedir. Tüm bu bilgiler çerçevesinde üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik bağımlılık geliştirmelerinin kimlik işlevlerden yapı işlevini olumsuz yönde ilişkili olduğu söylenebilir.

Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevlerinden bir başka boyut olan uyum işlevi ile ilişkisi ve uyum işlevini yordayıp yordamadığı analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları kimlik işlevlerinden uyum ile negatif yönde anlamlı ilişkili olduğu ve negatif yönden anlamlı yordadığı bulunmuştur. Literatür incelendiğinde doğrudan sosyal medya bağımlılığı ile uyum işlevini ele alan çalışmalar olmamasına rağmen uyum işlevi içerisinde yer alan çeşitli çalışmalara rastlanılmıştır. Bu çerçevede yapılan çalışmalarda Engelberg ve Sjöberg (2004) internet bağımlılığının bireylerin sosyalleşmesi gerektiği ortamlarda uyum becerisiyle negatif ilişkili bulunmuştur. Ayrıca Savcı ve Aysan (2017), yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığının bireylerin sosyal bağlılıklarını olumsuz yönde ilişki olduğu görülmektedir. Kırcaburun ve Griffiths (2018), yaptıkları çalışmada sosyal medya türlerinden biri olan instagram bağımlılığının bireylerin hayat beklentisi ve içsel uyum becerilerine negatif yordadığı bulunmuştur. Morsünbül (2014), yaptığı çalışmada ergenlik döneminde internet bağımlılığı olan bireylerin kimliklerini edinirken çeşitli değerler, idealler ve amaçlarla uyum içerisinde bir kimlik uyumu oluşturmadıklarını bulgulamıştır. Tüm bu literatür dikkate alınarak üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının onların kimlik işlevi içerisinde yer alan uyum işlevini kapsayan çeşitli değerler ve ideallerle uyumlu olmasına ve okul, iş, aile hayatı gibi ortamlarda işbirlikçi ve uyumlu olma becerilerine olumsuz yönde bir ilişkisi olduğu söylenebilir.

Çalışmada sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevlerinin bir başka boyutu olan amaç işlevi ile ilişkisi ve amaç işlevini yordayıp yordamadığı analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları kimlik işlevlerinden amaç ile negatif yönde anlamlı ilişkili olduğu ve negatif yönden anlamlı yordadığı bulunmuştur. Litaratür incelendiğinde doğrudan sosyal medya bağımlılığı ile amaç işlevini ele alan çalışmalar olmamasına rağmen amaç işlevi içerisinde yer alan çeşitli çalışmalara rastlanılmıştır. Bu çerçevede yapılan çalışmalarda (Rouis, Limayem ve Salehi-Sangari, 2011) sosyal medya bağımlılığının bireylerin akademik başarılarını olumsuz yordadığı bulunmuştur. Bunun yanında Kirschner ve Karpinski (2010), sosyal medya kanallarından biri olan Facebook medyasının kullanımının artmasının bireylerin akademik hedeflerine olumsuz yönde ilişkili bulunmuştur. Yaptıkları çalışmada (Akdemir, 2013) sosyal medya bağımlılığının akademik erteleme davranışını arttırdığını bulgulamışlardır. Tüm bu literatür ışığında üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik bir bağımlılık geliştirmeleri onların çeşitli alanlarda hedefleri çerçevesinde gerekli azim ve çaba göstermelerine etki etmekte ve bu da kimlik işlevlerinden biri olan amaç işlevine olumsuz yönde ilişkili olduğu söylenebilir.

Çalışmada sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevlerinin bir başka boyutu olan gelecek işlevi ile ilişkisi ve gelecek işlevini yordayıp yordamadığı analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları kimlik işlevlerinden gelecek ile negatif yönde anlamlı ilişkili olduğu ve negatif yönden anlamlı yordadığı bulunmuştur. Litaratür incelendiğinde doğrudan sosyal medya bağımlılığı ile gelecek işlevini ele alan çalışmalar olmamasına rağmen gelecek işlevi içerisinde yer alan çeşitli çalışmalara rastlanılmıştır. Bu çerçevede Settanni, Marengo, Fabris ve Langobardi (2018), yaptıkları çalışmalarda sosyal medya bağımlılığının bireylerin geçmiş ile gelecek algılarını bütünleştirmelerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu bulgulamışlardır. Bunun yanında yaptıkları çalışmada (Blackwell, Leaman, Tramposch, Osborne ve Liss, 2017; Işık ve Kaptangil, 2018) sosyal medya bağımlılığının bireylerin geçmiş, gelecek ve şu anı bütünleştirmek için gerekli olan kişilik özellikleriyle negatif yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. Ayrıca Yiğit ve Yiğit (2019), yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı olan bireylerin gelecekte dikkate almayarak daha fazla haz odaklı davranışlar sergilemeye eğilimli olduğunu bulgulamışlardır. Tüm bu literatür çerçevesinde sosyal medya bağımlılığı geliştiren bireylerin geçmiş, gelecek ve şu anlarını bütünleştirmede ve davranışlarında gelecek koşulları göz önüne almakta çeşitli problemler yaşadıkları görülmektedir. Bu bilgiler ışığında üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevlerinden gelecek işlevine olumsuz yönde ilişkili olduğu söylenebilir.

Çalışmada sosyal medya bağımlılığının kimlik işlevlerinin son boyutu olan kontrol işlevi ile ilişkisi ve kontrol işlevini yordayıp yordamadığı analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları kimlik işlevlerinden kontrol ile negatif yönde anlamlı ilişkili olduğu ve negatif yönden anlamlı yordadığı bulunmuştur. Litaratür incelendiğinde doğrudan sosyal medya bağımlılığı ile kontrol işlevini ele alan çalışmalar olmamasına rağmen kontrol işlevi içerisinde yer alan çeşitli çalışmalara rastlanılmıştır. Bu çerçevede yapılan çalışmalarda (Larose, Lin ve Eastin, 2003; Gökçearsan, Mumcu, Haşlamam ve Çevik, 2016) İnternet bağımlılığının bireylerin kendi davranışlarını düzenlemelerine olumsuz yordadığı bulunmuştur. Bunun yanında yaptıkları çalışmada (Gür, vd., 2018) sosyal medya bağımlılığının bireylerin sorumluluklarını alabilmesi yönünde olumsuz ilişkili bulunmuştur. Sonuç olarak literatür ışığında sosyal medya bağımlılığı geliştiren üniversite öğrencilerinin kimlik işlevlerinden biri olan kontrol işlevine olumsuz yönde ilişkili olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak bu araştırma üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının kimlik işlevleriyle ilişkisini incelenmesi açısından alan yazısına katkı sağlamıştır. Bunun yanında bazı sınırlılıkları vardır. Bu araştırma bulguları üniversite öğrencilerinden kesitsel olarak elde edilmiştir ve ilişkisel bir araştırmadır. Araştırma sonuçlarını genellemek için çeşitli kademelerde çalışma yapılabilir ve boylamsal, deneysel tarzda bir çalışma yapılarak nedensellik çerçevesinde incelenebilir. Elde edilen bulgular eğitim kademesinde sosyal medya bağımlılığının etkileri üzerine verilecek bilgilere katkı sağlamasının yanı sıra sosyal medyanın kimlik işlevlerine olumsuz etkisini en aza indirmek için gerekli önleyici ve gelişimsel çalışmaların oluşturulmasına katkı sağlayacağı söylenebilir.

4.2. Öneriler

Bu çalışmanın örneklemini yalnızca İstanbul ilindeki Üniversitelerde öğrenim gören öğrenciler ile sınırlıdır. Daha sonra yapılacak çalışmalardan mülakat yöntemi gibi nitel yöntemler vasıtasıyla derinlemesine veri elde edilebilir.

Sosyal medya bağımlılığı düzeyi yüksek olan öğrenciler, zamanlarının çoğunu mevcut bağımlılıklarına odaklanarak geçirmektedir. Bu durumda öğrencilerin asıl sorumlulukları olan akademik faaliyetlere yeterince zaman ayırmamaları veya saplantılı sosyal medya sitelerinde daha fazla vakit geçirmek için

sınavlara hazırlanma, ödevlere hazırlanma gibi işleri ertelemeleri ile sonuçlanabilmektedir. Önleyici bir mentorluk hizmeti olarak, üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının boyutunun tespit edilmesi ve bağımlılık düzeyi yüksek öğrencilerin yaşayabilecekleri akademik erteleme ve başarısızlık konusunda bu öğrencileri bilinçlendirmek için çalıştaylar yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Adams, G. R. & Marshall, S. K. (1996). A Developmental Social Psychology of identity: Understanding The Person-in-Context. *Journal Of Adolescence*, 19(5), 429-442.
- Al-Menayes, J. J. (2015). Social Media Use, Engagement And Addiction As Predictors Of Academic Performance. *International Journal Of Psychological Studies*, 7(4), 86-94.
- Akdemir, A. S. (2013). Türkiye'de Öğretmen Yetiştirme Programlarının Tarihi Ve Sorunları. *Electronic Turkish Studies*, 8(12).
- American Psychiatric Association [APA] (2013). Ruhsal Bozuklukların Tanısal Ve Sayımsal El Kitabı (DSM- 5): Tanı Ölçütleri Başvuru El Kitabı (E. Köroğlu, Trans.). Hekimler Yayın Birliği.(Orijinal Eserin Yayın Tarihi 2013).
- Balcı, Ş., Karakoç, E., & Nesrin, Ö. G. Ü. T. (2020). Psychological Well-Being As A Predictor Of Social Media Addiction: A Survey On Health Workers. *Online Journal Of Technology Addiction And Cyberbullying*, 7(1), 35-63.
- Bilginer, A. (2020). *Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı İle Öz Yeterlik Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Mardin İli Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi, Mersin.
- Błachnio, A., Przepiórka, A. & Pantic, I. (2015). Internet Use, Facebook Intrusion, And Depression: Results Of A Cross-Sectional Study. *European Psychiatry*, 30(6), 681-684.
- Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C. & Liss, M. (2017). Extraversion, Neuroticism, Attachment Style And Fear Of Missing Out As Predictors Of Social Media Use And Addiction. *Personality And Individual Differences*, 116, 69-72.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (24. Baskı). Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Chen, W. & Lee, K. H. (2013). Sharing, Liking, Commenting, And Distressed? The Pathway Between Facebook Interaction And Psychological Distress. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 16(10), 728-734.
- Crocetti, E., Sica, L. S., Schwartz, S. J., Serafini, T. & Meeus, W. (2010). The Functions Of Identity Scale: Validation İn Italian Late Adolescents And Emerging Adults. *TPM-Testing, Psychometrics, Methodology İn Applied Psychology*, 17(2), 55-71.
- Çapri, B., & Çelikkaleli, Ö. (2008). Öğretmen Adaylarının Öğretmenliğe İlişkin Tutum Ve Mesleki Yeterlik İnançlarının Cinsiyet Program Ve Fakültelerine Göre İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(15), 33-53.
- Demir, İ. (2011). Kimlik İşlevleri Ölçeği: Türkçe Geçerlik Ve Güvenirliği. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(2), 571-586.
- Engelberg, E. & Sjöberg, L. (2004). Internet Use, Social Skills, And Adjustment. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(1), 41-47.
- Esen, M. D. & Timor, M. (2019). Çok Değişkenli Aykırı Değer Tespiti İçin Klasik Ve Dayanıklı Mahalanobis Uzaklık Ölçütleri: Finansal Veri İle Bir Uygulama. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*, (25).
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth And Crisis*. New York: W.W. Norton And Company.
- Fidell, S., Tabachnick, B., Mestre, V., & Fidell, L. (2013). Aircraft noise-induced awakenings are more reasonably predicted from relative than from absolute sound exposure levels. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 134(5), 3645-3653.
- Gelen, İ., & Özer, B. (2008). *Öğretmenlik Mesleği Genel Yeterliklerine Sahip Olma Düzeyleri Hakkında Öğretmen Adayları Ve Öğretmenlerin Görüşlerinin Değerlendirilmesi*.

- Gökçearslan, Ş., Mumcu, F. K., Haşlaman, T., & Çevik, Y. D. (2016). Modelling smartphone addiction: The role of smartphone usage, self-regulation, general self-efficacy and cyberloafing in university students. *Computers in Human Behavior*, 63, 639-649.
- Griffiths, M. D. (2013). Social Networking Addiction: Emerging Themes And Issues. *Journal Of Addiction Research & Therapy*, 4(5). <https://doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118>.
- Ekşi, H., Erden, N., Erdoğan, H., & Yılmaz, E. (2013). Ergenlerin Kimlik Oluşumunun Facebook Üzerinden İncelenmesi: Nitel Araştırma Örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 295-313.
- Hong, F. Y., Chiu, S. I. & Huang, D. H. (2012). A Model Of The Relationship Between Psychological Characteristics, Mobile Phone Addiction And Use Of Mobile Phones By Taiwanese University Female Students. *Computers In Human Behavior*, 28(6), 2152-2159.
- Işık, M., & Kaptangil, İ. (2018). Akıllı telefon bağımlılığının sosyal medya kullanımı ve beş faktör kişilik özelliği ile ilişkisi: Üniversite öğrencileri üzerinden bir araştırma. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 7(2).
- Kandell, J. J. (1998). Internet Addiction On Campus: The Vulnerability Of College Students. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(1), 11-17.
- Karakelle, S. (2005). Öğretmenlerin Etkili Öğretmen Tanımlarının Etkili Öğretmenlik Boyutlarına Göre İncelenmesi. *Eğitim Ve Bilim*, 30(135).
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (30. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, B. (2021). Beliren Yetişkinlik Döneminde Romantik İlişki Düzeylerinin Yordayıcısı Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı. *Online Journal Of Technology Addiction And Cyberbullying*, 8(1), 23-42.
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of behavioral addictions*, 7(1), 158-170.
- Kirschner, P. A. & Karpinski, A. C. (2010). Facebook® And Academic Performance. *Computers In Human Behavior*, 26(6), 1237-1245.
- Kittinger, R., Correia, C. J. & Irons, J. G. (2012). Relationship Between Facebook Use And Problematic Internet Use Among College Students. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 15(6), 324-327.
- Percharde, M., Lin, C. J., Yin, Y., Guan, J., Peixoto, G. A., Bulut-Karslioglu, A., ... & Ramalho-Santos, M. (2018). A LINE1-nucleolin partnership regulates early development and ESC identity. *Cell*, 174(2), 391-405.
- Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. (2011). Excessive Online Social Networking: Can Adolescents Become Addicted To Facebook? *Education And Health*, 29(4), 68-71.
- Larose, R., Lin, C. A. & Eastin, M. S. (2003). Unregulated İnternet Usage: Addiction, Habit, Or Deficient Self-Regulation? *Media Psychology*, 5(3), 225-253.
- Luyckx, K., Lens, W., Smits, I., & Goossens, L. (2010). Time perspective and identity formation: Short-term longitudinal dynamics in college students. *International Journal of Behavioral Development*, 34(3), 238-247.
- Marcia, J. E. (1966). Development And Validation Of Ego-İdentity Status. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 3(5), 551-558.
- Monacis, L., De Palo, V., Griffiths, M. D. & Sinatra, M. (2017). Exploring İndividual Differences İn Online Addictions: The Role Of İdentity And Attachment. *International Journal Of Mental Health And Addiction*, 15(4), 853-868.
- Morsünbül, Ü. (2014). Ergenlik Döneminde İnternet Bağımlılığı: Kimlik Stilleri Ve Seçeneklerin Saplantılı Araştırılması İle İlişkileri. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 15(1), 77-83.
- Özyürek, M. (2008). Nitelikli öğretmen yetiştirmede sorunlar ve çözümler: Özel eğitim örneği. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6 (2), 189-226.

- Rouis, S., Limayem, M. & Salehi-Sangari, E. (2011). Impact Of Facebook Usage On Students' Academic Achievement: Role Of Self-Regulation And Trust. *Electronic Journal Of Research in Educational Psychology*, 9(3), 961-994.
- Samaha, M., & Hawi, N. S. (2016). Relationships among smartphone addiction, stress, academic performance, and satisfaction with life. *Computers in human behavior*, 57, 321-325.
- Savcı, M. & Aysan, F. (2017). Teknolojik Bağımlılıklar Ve Sosyal Bağlılık: İnternet Bağımlılığı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Dijital Oyun Bağımlılığı Ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Bağlılığa Yordayıcı Etkisi. *Düşünen Adam*, 30(3), 202-216.
- Schwartz, S. J., Côté, J. E. & Arnett, J. J. (2005). Identity And Agency İn Emerging Adulthood: Two Developmental Routes İn The Individualization Process . *Youth & Society*, 37, 201-229.
- Serafini, T. E. & Adams, G. R. (2002). Functions Of İdentity: Scale Construction And Validation. *Identity: An International Journal Of Theory And Research*, 2(4), 361-389.
- Settanni, M., Marengo, D., Fabris, M. A. & Longobardi, C. (2018). The interplay Between ADHD Symptoms And Time Perspective in Addictive Social Media Use: A Study On Adolescent Facebook Users. *Children And Youth Services Review*, 89, 165-170.
- Şahin, İ. (2011). Öğretmen Adaylarının Öğretmen İstihdamı Ve Mesleki Geleceklerine İlişkin Görüşleri. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(3), 1167-1184.
- Tanrıöğen A (2007). *Eğitim Bilimleri İle İlgili Kavramlar*. Ekiz D, Durukan H(Ed.) Eğitim Bilimine Giriş (S.11-29) (Avcı Ofset Matbaacılık, İstanbul)
- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Türkiye İstatistik Kurumu (t.y.). 2020 Yılı Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Sonuçları [Haber Bülteni]. <http://tuik.gov.tr/prehaberbultenleri.do?id=33679>. Erişim Tarihi: 30.09.2020.
- 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.
- Wang, C. W., Ho, R. T., Chan, C. L. & Tse, S. (2015). Exploring Personality Characteristics Of Chinese Adolescents With İnternet-Related Addictive Behaviors: Trait Differences For Gaming Addiction And Social Networking Addiction. *Addictive Behaviors*, 42, 32-35.
- Wang, H. (2012). Six P' S Of Youth Social Media From A Young Consumer' S Perspective. *Young Consumers*. 13(4), 303-317.
- Yiğit, M. ve Yiğit, A. G. (2019). Hedonik Tüketimin Plansız Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisinde Sosyal Medyanın Aracılık Rolü. *Turkuaz Uluslararası Sosyo-Ekonomik Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1, 15-37.
- Young, K. S. (1998). İnternet Addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.
- Zivnuska, S., Carlson, J.R., Carlson, D.S., Harris, R.B. ve Harris, K.J. (2019). Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya tepkileri: İş performansı üzerindeki etkileri. *Sosyal psikoloji Dergisi* , 159 (6), 746-760.