

Araştırma Makalesi

## Sosyal İzolasyon Sürecindeki Bireylerin Serbest Zaman Değerlendirme Biçimleri: Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi

Leisure Time Styles of Individuals in the Process of Social Isolation: Examining the Relationship Between Social Media Usage Purposes and Social Media Addiction

Samet Güleriyüz<sup>1</sup>, Melike Esentaş<sup>2</sup>, Kadir Yıldız<sup>3</sup>, Pınar Güzel<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi

### MAKALE BİLGİSİ

Gönderi Tarihi: 23 Mayıs 2020

Kabul Tarihi: 25 Haziran 2020

Online Yayın Tarihi: 30 Haziran 2020

Sorumlu Yazar: Samet Güleriyüz, sametguleryuz88@gmail.com

### ÖZET

Bu çalışmada, sosyal izolasyon sürecinde bireylerin serbest zaman değerlendirme biçimi olarak sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma nicel araştırma yöntemlerinden betimsel ve ilişkisel tarama modelinde kurgulanmıştır. Çalışma grubu ise seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen ve çalışmaya gönüllü olarak katılım sağlayan 338 kişiden oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak “Sosyal Medya Kullanım Amaçları (SMKA)” ölçeği ile “Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB)” ölçeği kullanılmıştır. Verilerin normal dağılım göstermesi sebebiyle parametrik testlerden Independent T test, One-way Anova ve Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Analizler neticesinde erkek katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin kadınlara göre yüksek olduğu tespit edilmiştir. Anova sonuçları ise sosyal medya bağımlılık düzeylerinin meslek değişkeni açısından farklılık olduğunu göstermektedir. Korelasyon analiz sonuçlarında ise sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım amaçları arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Sonuç olarak özellikle genç yetişkinler arasında sosyal medya bağımlılığının artış gösterdiği söylenebilir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığını etkileyen ana değişkenlerden birisinin ise sosyal medya kullanım amaçları olduğu ifade edilebilir. Ayrıca sosyal izolasyon sürecinde özellikle genç yetişkinlerin teknolojik iletişim araçlarını kullandıklarının artmasına bağlı olarak bağımlılığında artış göstermiş olabileceği düşünülmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Sosyal İzolasyon, Sosyal Medya, Serbest Zaman, COVID-19, Koronavirüs, Bağımlılık

### ABSTRACT

The main objective of this study is to examine the individuals' social media use and their addiction level to social media during the social isolation period. The study is constructed in the descriptive and relational scanning models from the quantitative research methods. The study group consists of 338 people who were volunteer to take part in the study and they were determined according to random sampling method. “Purposes of Social Media Use” (PSMU) and “Social Media Addiction” (SMA) scales are used as data collection tools. Due to the normal distribution of the data, Independent T test, One-way Anova and Pearson correlation analysis from the parametric test have been done. As a result of the analyses, it is determined that the level of social media addiction of male participants is higher than that of female participants. Anova results indicate that social media addiction levels differ in terms of occupational variable. According to the correlation analysis results, it has been observed that there is a positive relationship between social media addiction and social media usage purposes. As a result, it can be said that there is an increase of social media addiction especially among young adults. It can also be said that one of the main variables that affect social media addiction is the purpose of the social media usage. In addition, it is thought that social media addiction may be increased during the isolation period as a result of the increase in the use of technological tools among young adults.

**Keywords:** Social Isolation, Social Media, Leisure Time, COVID-19, Coronavirus, Addiction

## GİRİŞ

Günümüzde özellikle teknolojik gelişmeler ve refah seviyesinin artması, insanların serbest zaman sürelerini ciddi bir biçimde arttıran bir etkiye sahiptir (Kır, 2017). Özellikle internet teknolojisinde yaşanan dönüşümün, toplumsal ilişkileri de köklü bir şekilde değişikliğe uğrattığı belirtilmektedir (Yıldız, Kurnaz ve Kırık, 2020). Bu dönüşüm sürecinde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmelerin özellikle internetin ve cep telefonlarının yaygınlaşması, bireylerin yaşam biçimleri üzerinde ekonomik, sosyal, psikolojik ve hatta çevresel sorunlar da dâhil olmak üzere önemli etkiler bıraktığı ifade edilmektedir (Eryılmaz, 2018). Bu etkilerin, bireylerin günlük hayattaki davranışlarının da farklılaşmasına neden olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla yaşanan toplumsal değişimler, bireylerin serbest zaman algılarını da değiştirmektedir. Genel olarak kişinin yaşaması için yapmak zorunda olduğu faaliyetlerden arta kalan zaman dilimi olarak ifade edilen serbest zamanın değerlendirilmesi için seçilecek faaliyetlerin belirlenmesi tamamen bireylere aittir. Fakat bireylerin maddi durumu, serbest zaman süresi ve cinsiyeti gibi farklı faktörler, serbest zaman faaliyetlerinin seçiminde önemli rol oynamaktadır (Sabbağ ve Aksoy, 2011).

COVID-19, dünyanın son zamanlarda gördüğü en yaygın etkiye sahip salgınlardan birisidir. Dolayısıyla ülkeler bu pandemiden korunmak adına sıkı tedbirler almışlardır. COVID-19, virüsünün ilk olarak görüldüğü yer Çin'in Vuhan şehrindeki Vuhan Deniz Ürünleri Şehir Pazarı olarak kabul edilmektedir. Vakalarda ilk olarak yüksek ateş ve nefes almada zorlanma görülmektedir. İlk vaka 13 Ocak 2020'de Tayland'dan bildirilen 61 yaşındaki Çinli bir kadındır. COVID-19, insandan insana bulaşma özelliği nedeniyle kısa süre içerisinde önce Çin, daha sonrada tüm dünyaya yayılmıştır. Bu salgından dolayı binlerce kişi ölmüş, vaka sayısı ise beş milyona dayanmıştır (Covid Rehberi, 2020)

COVID-19'un ülkemizdeki ilk vakası 11 Mart 2020'de saptanmıştır. Bu tarihten itibaren virüse enfekte olmuş kişi sayısı ve ölüm sayıları hızlı bir artış gerçekleştirmiştir. Ülkemizde, korona virüsün yıkıcı etkilerini hafifletmek ve enfekte hasta sayısını azaltmak için pek çok önlem alınmıştır. Alınan bu önlemlerin bir tanesi "Sosyal izolasyon"dur (Sağlık Bakanlığı, 2020). Sosyal izolasyon, bireyin kendisini diğer insanlardan

uzaklaştırmasıdır (Makas ve Çelik, 2018). De Jong, Tilburg ve Dykstra (2006) göre ise sosyal izolasyon, kişinin diğer bireylerle ilişkisinin olmaması ya da çok az sayıda anlamlı bağlarının olması anlamına gelmektedir. Sosyal izolasyon kapsamında önce yurt dışından gelen kişiler 14 gün süre ile karantina altına alınmış, daha sonra hastalığın bulaştığı fakat hafif etkiler ile hastalığı geçiren kişilerin izolasyonu sağlanmıştır. Bununla birlikte önce 65 yaş üstü, daha sonra da 20 yaş altındaki kişilere sokağa çıkma yasağı getirilmiş, son olarak da hafta sonları ve resmî tatillerde 30 büyükşehir ve Zonguldak'ta sokağa çıkma yasakları getirilmiştir (İçişleri Bakanlığı Genelgesi, 2020).

Serbest zaman etkinlikleri yaşanan ortam ve koşullara göre farklılaşabilmektedir. Her dönemin kendine özgü popüler serbest zaman aktiviteleri olmuştur. Alanyazında yapılan çalışmalara bakıldığında günümüzde akıllı telefon ve tablet teknolojisinin gelişmesi ile kişilerin sosyal medya kullanım oranları her geçen gün artmakta olduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur (Kuyucu, 2017; Sevgi, 2013). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) her yıl “Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”nı yaparak, sonuçlarını paylaşmaktadır. TÜİK’in 2019 verilerine göre Türkiye genelinde internete erişim oranı 94,9’a ulaşmıştır. Bu yüksek oranda internete erişimin aracı olarak 98,7 oranında akıllı telefonların kullanıldığını görülmektedir (TÜİK,2020). Türkiye’de her 10 kişiden 9’unun mobil cihazı bulunmaktadır. Bu cihazların %89’u akıllı telefonlardan oluşmaktadır (Digital, 2020).

Bireylerin sosyal medyayı kullanım amaçları pek çok açıdan farklılık gösterebilir. Kuss ve Griffiths’in (2011) sosyal medya bağımlılığı üzerine yapmış oldukları araştırmada, sosyal medya platformlarının akademik ve profesyonel fırsatlar sunması sebebiyle, bireylerin belli bir kısmının bu fırsatları yakalayabilmek amacıyla sosyal ağları yoğun bir şekilde kullandıklarını söylenmektedir. Başoğlu’na (2017) göre ise bireylerin sosyal medyayı kullanma nedenleri arkadaşlarıyla görüşmek, fotoğraflara ve iletilerine bakmak, mesaj göndermek, serbest zamanını değerlendirmek, bilgiye erişmek, gündemi takip etmektir. Bu görüşlere rağmen en genel kabul ise Wang, Jackson, Gaskin ve Wang (2014) tarafından belirtildiği gibi bireylerin sosyal medyayı eğlence ve sosyal etkileşim amacıyla kullandıklarıdır.

“We Are Social” ve “Hootsuite” internet platformları her yıl küresel internet ve sosyal medya kullanım istatistiklerini içeren bir rapor yayınlamaktadır. Bu yıl yayınladıkları “Digital 2020” raporlarına göre sosyal medya insanların vazgeçilmez bir parçası olduğunu göstermektedir. İlgili rapor incelendiğinde 2020 yılının ilk aylarında sosyal medya kullanıcı sayısının 4 milyara yaklaştığını görülmektedir. Sosyal medya kullanıcı sayısındaki yıllık büyümenin 304 Milyon (%8,7) olarak belirlenmesi bu görüşü ispatlar niteliktedir (Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu, 2020). Sadece Facebook, Youtube, Whatsapp, Instagram ve Twitter sosyal medya platformlarında 7.5 milyar aktif kullanıcı bulunmaktadır (Digital, 2020). Ayrıca ilgili rapor analizinde Türkiye’de kullanıcılar internette 7,5 saat, sosyal medyada 3 saat vakit geçirdiği görülmektedir. İnternet kullanıcılarının %93’ü internette online video izlemekte, %45’i blog yayınları ile vakit geçirmekte, %72’si internet servisleri üzerinden müzik dinlemektedir (Digital, 2020). Türkiye’de Ocak 2020 rakamlarına göre 54 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu, 2020). Bu bilgiler ışığında ülke nüfusunun yarıdan fazlasının (%64) sosyal medya araçlarından herhangi birisini kullandığı ifade edilebilir. Bireyler sosyal gereksinimleri ve etkileşimlerini sosyal medya üzerinde gerçekleştirildiği düşünüldüğünde, sosyal medya araçlarının aslında bir kaçış yolu olarak da görülebileceği şeklinde yorumlanabilir.

İnsanlık tarihinde, bir coğrafi bölgedeki nüfusu büyük ölçüde etkileyen salgınların varlığı bilinmektedir. Çiçek hastalığı, şiddetli akut solunum sendromu (SARS), veba, grip dahil olmak üzere pandemi olarak nitelendirilmiştir. Dünya tarihindeki en yıkıcı salgın olarak 50 milyondan fazla insanı öldüren 1918-1919 yıllarında yaşanan İspanyol gribi kayda geçmiştir (Qiu ve diğ. 2017). Covid-19 bulaştırıcılığın önlenmesinde sosyal izolasyon süreciyle bireylerin birbirleri ile olan mesafeyi koruma adına, teması kesen yöntemlerden birisi olmuştur. Covid-19’a karşı tedbir almak amacıyla sosyal izolasyon süreciyle birlikte bireylerin, rutinde sürdürdükleri yaşantılarından daha fazla serbest zamanları olduğundan ve evde kalma süresinin artmasından dolayı sosyal medyada sıkça zaman geçirmeye başlamış olmaları düşünülmektedir. Serbest zaman faaliyetlerini olumlu kullandığında bireye katkısı bulunurken (Blasche, Arlinghaus ve Dorner, 2014),

yanlış değerlendirmelerde ise bireyin yaşam kalitesinde düşüş yaşatabilmektedir (Arslan, 2011). Bu nedenle sosyal izolasyon döneminde sosyal medya kullanımının etkilerinin incelenmesi önemlidir. Bu çalışmada, sosyal izolasyon sürecinde bireylerin serbest zaman değerlendirme biçimi olarak sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

## YÖNTEM

### Araştırma Modeli

Bu araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel ve ilişkisel tarama modelinde kurgulanmıştır. Betimsel yöntem, bir konudaki mevcut durumu araştırmak ve belirlemek için kullanılır. İlişkisel tarama modelleri ise iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığını ve derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir (Karasar, 2016).

### Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemleriyle belirlenen ve çalışmaya gönüllü olarak katılım sağlayan, yaş ortalaması 37,14 olan 138 kadın, 200 erkek toplam 338 kişi oluşturmaktadır.

### Veri Toplama Araçları

Araştırmada verilerin toplanması sürecine kişisel bilgi formu, Sosyal Medya Kullanım Amaçları (SMKA) ve Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) ölçekleri kullanılmıştır.

**Kişisel Bilgi Formu:** Anketteki ilk bölüm 8 sorudan oluşmaktadır. Bu bölümde demografik özellikler ve sosyal medya platformları ile ilgili sorular bulunmaktadır.

**Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ):** Solmaz ve diğerleri (2013) tarafından sosyal paylaşım ağları ve sosyal ağların kullanım nedenlerinin araştırılması amacıyla geliştirilen, Çömlekçi ve Başol tarafından 2019'da yeniden revize edilen "Sosyal Medya Kullanım Amaçları" ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 11 madde ve tek alt boyuttan oluşmaktadır. 5'li derecelendirmeye sahiptir. Ölçekte ters kodlanmış ifade yer

almamaktadır. Mevcut araştırma için ölçeğin güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0.856 olduğu tespit edilmiştir

**Sosyal Medya Bağımlılığı (SMBÖ):** Günüş (2009) tarafından bireylerin sosyal medya kullanım sıklıklarını ve bağımlılıklarını incelemek amacıyla geliştirilen, Çömlekçi ve Başol tarafından 2019'da yeniden revize edilen "Sosyal Medya Bağımlılığı" ölçeği kullanılmıştır. Ölçek aracı, 7 madde, tek alt boyuttan oluşan 5'li liker tipi bir ölçektir. Oluşmaktadır. Mevcut araştırma için ölçeğin güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0.781 olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma öncesi T.C. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından kurulan Bilimsel Araştırma Komisyonundan onay alınmıştır (09/05/2020- 2020-05-05T18\_42\_40).

### **Verilerin Toplanması**

Araştırma verileri korona virüs pandemisi sebebiyle çevrimiçi olarak toplanılmıştır. Gönüllülük esasına göre katılım sağlanan anket uygulaması 26 Nisan 2020 tarihleri ile 9 Mayıs 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve toplam 350 kişi ankete katılmıştır. Ancak, gerçekleştirilen inceleme sonrasında 12 anket formunun eksik olduğu belirlenmiş ve değerlendirme dışı bırakılarak, 338 katılımcının verdiği yanıtlar değerlendirmeye alınmıştır.

### **Verilerin Analizi**

Verilerin analizinde JAMOVİ istatistik programı kullanılmıştır. Verilerin istatistiksel gösterimlerinde frekans, yüzde ve aritmetik ortalama sunulmuştur. Normallik sınaması analizlerinde basıklık ve çarpıklık değerleri (+1,5 ve -1,5) dikkate alınırken (Tabachnick ve Fidell, 2013); homojenlik sınamasında Levene testi uygulanmıştır. Verilerin normal dağılım göstermesi sebebiyle parametrik testlerden Independent T test, One-way Anova ve Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Çoklu grup karşılaştırmalarında farklılığın kaynağını tespit etmek amacıyla ise Tukey testi yapılmıştır.

**BULGULAR****Tablo 1.** Katılımcılara ilişkin kişisel bilgiler tablosu

Değişkenler		Sayı	%	Toplam
Cinsiyet	Kadın	138	40,8	338
	Erkek	200	59,2	
Eğitim Durumu	İlköğretim	40	11,8	
	Lise	33	9,8	
	Lisans	212	62,7	
	Lisansüstü	53	15,7	
Meslek	Çalışmıyor / İşsiz	2	0,6	
	Emekli	3	0,9	
	Esnaf	5	1,5	
	Ev Hanımı	23	6,8	
	Kamu Çalışanı	220	65,1	
	Öğrenci	34	10,1	
	Özel Sektör Çalışanı	51	15,1	
Sosyal medya kullanıyor musunuz?	Evet	304	89,9	
	Kısmen	34	10,1	
Sosyal medya olarak en çok hangisinde vakit geçiriyorsunuz?	Facebook	103	30,5	
	Instagram	119	35,2	
	Twitter	56	16,6	
	YouTube	24	7,1	
	Diğer	36	10,7	

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan 338 katılımcının cinsiyet değişkenine göre 138 kadın (%40,8), 200 erkek (%59,2); eğitim durumlarına değişkenine göre 212 lisans (%62,7), 53 yüksek lisans (%15,7), 40 ilköğretim (%11,8), 33 lise (%9,8); meslek durumlarına göre 220 kamu çalışanı (%65,1), 51 özel sektör çalışanı (%15,1), 34 öğrenci (%10,1), 23 ev hanımı (%6,8), 5 Esnaf (%1,5), 3 Emekli (%0,9), 2 çalışmıyor/işsiz (%0,6) olduğu görülmektedir. Ayrıca bu katılımcıların, “Sosyal medya kullanıyor musunuz?” sorusuna 304 Evet (%89,9), 34 Kısmen (%10,1); “Sosyal medya olarak en çok hangisinden vakit geçiriyorsunuz?” sorusuna ise 119 Instagram (%35,2), 103 Facebook (%30,5), 56 Twitter (%16,6), 36 Diğer (%10,7) ve 24 Youtube (%7,1) cevabını verdikleri görülmektedir.

**Tablo 2.** Cinsiyet değişkeni açısından bağımsız gruplar T testi sonuçları

	Cinsiyet	N	A.Ort	S.S.	Sd	T	p
SMB	Kadın	138	1,473	0,506	3,452	336	<b>0,001*</b>
	Erkek	200	1,697	0,638			
SMKA	Kadın	138	2,977	0,604	0,006	266,247	0,950
	Erkek	200	2,973	0,523			

\*p&lt;.05

Tablo 2 incelendiğinde Sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin cinsiyet değişkeni açısından karşılaştırılmasında anlamlı farklılığa rastlanıldığı ( $p<.05$ ); Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinde ise anlamlı farklılığa rastlanılmadığı görülmektedir ( $p>.05$ ). Sosyal medya bağımlılığı ortalaması bireylerin bağımlılık düzeylerinin düşük olduğunu göstermektedir.

**Tablo 3.** Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya kullanım amaçları puanlarının eğitim düzeyine göre One-Way Anova sonuçları

	Eğitim Düzeyi	N	Ort.	s.s.	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
SMB	1-İlköğretim	40	1,357	0,533	Gruplararası	3,473	3	1,158	3,305	<b>0,020*</b>	1-3, 1-4
	2-Lise	33	1,519	0,513	Grupiçi	116,979	334	0,350			
	3-Lisans	212	1,644	0,589	Toplam	120,451	337				
	4- Lisansüstü	53	1,698	0,682							
SMKA	1-İlköğretim	40	2,884	0,628	Gruplararası	0,650	3	0,217	0,696	0,555	
	2-Lise	33	2,989	0,577	Grupiçi	103,953	334	0,311			
	3-Lisans	212	2,971	0,546	Toplam	104,603	337				
	4- Lisansüstü	53	3,051	0,534							

\*p&lt;.05

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin eğitim değişkeni açısından farklılaştığı tespit edilmiştir ( $F=3,305$ ;  $p<.05$ ). Diğer taraftan katılımcıların eğitim düzeylerine göre (İlköğretim, Lise, Lisans ve Lisansüstü) Sosyal Medya Kullanım Amaçları puanlarında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ( $p>.05$ ).



**Tablo 4.** Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya kullanım amaçları ölçeklerine ilişkin korelasyon analiz sonuçları

Değişkenler		SMB	SMKA
<b>Sosyal Medya Bağımlılığı(SMB)</b>	r	1	
	p		
<b>Sosyal Medya Kullanım Amaçları(SMKA)</b>	r	,299*	1
	p	0,000	

\*p<.05

Tablo 4 incelendiğinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medya Kullanım Amaçları ölçekleri arasında pozitif yönde düşük düzey bir ilişkinin varlığı görülmektedir ( $r=.299$ ;  $p<.05$ ). Bu sonuçlar bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarının arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de artacağını göstermektedir.

## TARTIŞMA

COVID-19 salgını sebebiyle Türkiye’de hayatın durma noktasına geldiği bir gerçektir. Salgının ekonomik etkileri kadar toplumsal etkilerinin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Uzun zamandan beri evlerinde karantina altına kalan bireyler, bu zaman dilimlerini verimli geçirmek adına farklı uğraşlarla ilgilenmektedirler. Yine bu dönem, teknolojik araçlarında çok sıkça kullanılmaya ve zaman geçirilmeye çalışıldığı bir dönemi işaret etmektedir. Koronavirüs salgın sürecinde evlerinde sosyal izolasyonda olan bireylerin serbest zaman değerlendirme biçimi olarak sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelenmesi amacıyla tasarlanan bu çalışmanın kurgusu yetişkinler üzerinde tasarlanmıştır.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun aktif (%99,1) sosyal medya araçlarını kullandığı gözlemlenirken, %0,9’u ise kısmen kullandıklarını aktarmışlardır. Alan yazın araştırmalarında da sosyal medya kullanım oranlarının gün geçtikçe arttığını ifade eden çalışmaların yapıldığı görülmektedir (Alamri, 2019; Brooks, 2015; Kim ve Kim, 2002; Kuyucu, 2017; Sevgi, 2013; Subrahmanyam, Reich, Waechter ve Espinoza, 2008; Yıldız, Kurnaz ve Kırık, 2020). Günümüze mobil teknolojilerinin kullanım alanlarının yaygınlaşması ve hayatımızı kolaylaştırması, bu araçlara yönelimleri arttırmıştır (Ataman

Yengin, 2016). Dolayısıyla mobil teknolojilerde yaşanan bu gelişmelerin sosyal medya araçlarına erişimi daha da kolaylaştırdığı düşünülebilir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu ise, bireylerin sosyal izolasyon döneminde rekreatif bir etkinlik alanı olarak kullanılan günlük sosyal medya kullanımı 3 saat 01 dakika olduğudur. Buna karşılık Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından 2020 yılında yayınlanan Sosyal Medya Kullanım Kılavuzuna göre sosyal medya kullanımı Türkiye ortalaması 2 saat 51 dakikadır. Çalışmadaki bu bulgu, sosyal izolasyon sürecinde sosyal medya kullanımının arttığını göstermektedir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu incelendiğinde, sosyal izolasyon döneminde en çok kullanılan sosyal medya aracının Instagram olduğu görülmektedir. Instagram, Türkiye genelinde en çok kullanılan 2. sosyal medya platformudur. Mevcut araştırma bulgusunun bu yönü ile Çömlekçi ve Başol'un (2019) bulguları ile örtüştüğü görülmektedir. Digital'in (2020) yayınladığı rapora göre de Türkiye, Instagram kullanımında Dünya 6.sı olarak bulunmaktadır. Er, Yıldız ve Güzel (2019) yapmış oldukları çalışmada, sosyal medya araçlarının serbest zamanı etkileyen bir unsur olduğuna dikkat çekmişlerdir. Ayrıca araştırma sonuçları genç nüfusun kitle iletişim araçlarına yönelik ilgisinin arttığını da vurgulamaktadır.

Kocaman Karoğlu ve Atasoy (2018) tarafından yapılan çalışmada, yükseköğretim gençliğinin yıllar içerisinde serbest zaman etkinlikleri içerisinde sosyal medya kullanımının yaygınlaşarak diğer etkinliklerin önüne geçtiği ifade edilmiştir. Mevcut çalışmada da lisansüstü mezunu olan bireylerin SMB ve SMKA düzeylerinin yüksek olduğunu görülmektedir. Bu durum özellikle genç yetişkinler arasında sosyal medya kullanım alışkanlığının yüksek olduğunu işaret etmektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin %81,1'inin sosyal medyayı, olayları/gündemi takip etmek için kullandığı görülmektedir. Sosyal izolasyon süreciyle birlikte bireylerin, gündemden haberdar olmak amacıyla sosyal medyayı tercih ettikleri düşünülebilir. Wang ve diğerlerinin (2014) yaptığı çalışmada ise bireylerin sosyal medyayı eğlence ve sosyal etkileşim amacıyla kullandıkları ifade edilmiştir. Bu yönü ile bireylerin sosyal izolasyon döneminde, sosyal medyayı kullanım amacıyla bir farklılık oluştuğu söylenebilir.

Bulgular cinsiyet değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu ve bu farklılığın erkekler lehine yüksek olduğunu göstermektedir. Alanyazın araştırmalarında mevcut araştırma bulgusunu destekleyici birçok araştırma bulunmaktadır (Baz, 2018; Hawi ve Samaha, 2017; Karaman ve Kurtoğlu, 2009; Seferoğlu ve Yıldız, 2013). Ancak mevcut araştırma sonuçlarına benzerlik göstermeyen bulgularında var olduğu ifade edilebilir (Çömlekçi ve Başol, 2019; Deniz ve Gürültü, 2018).

Sosyal medya kullanım amaçları düzeyi açısından incelendiğinde öğrenci olan katılımcıların SMKA düzeylerinin yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Bu bulguya göre öğrenci olan katılımcıların sosyal medya araçlarını hangi amaç için kullandıkları konusunda farkındalıklarının yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Yerlisu Lapa ve Ardahan 2009 yılında yapmış oldukları çalışmada öğrencilerin serbest zamanlarında genellikle pasif katılım gerektiren rekreatif faaliyetleri tercih ettikleri belirtilmiştir. Bu yönüyle çalışma bulguları mevcut araştırma ile benzerlik göstermektedir. Sosyal medya, hem eğlence hem serbest zamanları değerlendirme, gündemi takip etme, sosyalleşme, bilgilere kolay erişim sağlama gibi birçok hususta kolay erişimin sağlandığı bir araç olarak tercih edilmektedir. Güzel ve diğerlerinin (2020) sosyal izolasyon sürecinde fiziksel ve ruhsal açıdan olumsuz etkilerin ortadan kaldırılması hususunda serbest zaman etkinliklerine ilişkin bilgi sahibi olmanın olumlu katkı sağladığını belirtmektedirler.

Mevcut araştırma, sosyal medya bağımlılığı düzeyi açısından ele alındığında esnaf olan bireylerin SMB düzeylerinin yüksek olduğunu görülmektedir. Çalışma bu yönü ile Ünlü'nün (2018) orta yaş ve üstü bireylerin çoğunun sosyal medyadan uzak durmak yerine her geçen gün çok daha fazla vakit geçirdiklerini ifade etmesi ile benzer bir sonucu ifade etmektedir. Diğer bir çalışmada ise Yıldız ve diğerleri (2020), dijital bağımlılıkların yetişkin gençleri derinden etkilediği, bireylerin odaklanma, motivasyon ve başarı düzeylerinde düşüklükler meydana getirdiğini belirtmişlerdir. Özellikle yetişkin sporcu gençlerin sürekli olarak online olma ve sanal ortamda iletişim kurma arzusu, mesleki başarılarında da kayıplar yaşatmaktadır. Özellikle büyük şehirlerde yaşayanların bu sorunlarla daha fazla karşı karşıya kaldığı görülmüş ve metropol hayatının dijital iletişim

üzerinden şekillendiği açık bir şekilde ortaya konulmuştur.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Bir rekreatif faaliyet olarak sosyal medya kullanımı her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Teknolojinin gelişimi ve kolay ulaşılabilirlik bunu daha da hızlandırmaktadır. Bireylerin günlük yaşamlarında serbest zamanlarının büyük bir çoğunluğunda sosyal medya araçlarını kullandıkları düşünülmektedir. Bu durum, sosyal medya kullanımını, sosyal medya bağımlılığına dönüştürmesinde ilk adım denilebilir. Bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarının sosyal medya bağımlılığını tetikleyen bir faktör olduğu bulgusundan hareketle, sosyal izolasyon sürecinde özellikle genç yetişkinlerin teknolojik iletişim araçlarını kullanımlarının artmasına bağlı olarak bağımlılığında artış göstermiş olabileceği diğer bir önemli sonuç olarak belirtilebilir.

## KAYNAKLAR

- Alamri, M. M. (2019). Undergraduate Students' Perceptions toward Social Media Usage and Academic Performance: A Study from Saudi Arabia. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 14(03), 61-79.
- Arslan, S. (2011). Serbest zaman kullanımı: Sıradan serbest zaman etkinlikleri ve sistemli serbest zaman etkinlikleri. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(2), 1-10.
- Ataman Yengin, D. (2016). Sosyal Medya ve akıllı mobil teknoloji: akıllı sosyal yaşamlar. *TOJDAC / The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 6(2), 105-113. DOI: 10.7456/10602100/004.
- Başoğlu, U. D. ve Yanar, Ş. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve alışkanlıklarının belirlenmesi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 6-13.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine çalışma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 276-295.
- Blasche, G. W., Arlinghaus, A. ve Dorner, T. E. (2014). Leisure opportunities and fatigue in employees: A large cross-sectional study. *Leisure Sciences*, 36(3), 235-250. <https://doi.org/10.1080/01490400.2014.886981>.
- Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being?. *Computers in Human Behavior*, 46, 26-37.
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>.
- De Jong Gierveld, J., Van Tilburg, T.G. ve Dykstra, P.A. (2006). *Loneliness and Social Isolation*. D. Perlman and A. Vangelisti (Ed.), *The Cambridge Handbook of Personal Relationships*, Cambridge-UK: Cambridge University. Page: 486
- Deniz, L. ve Gürültü, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367
- Er, B., Yıldız, K. ve Güzel, P. (2019), "Üniversite öğrencilerinin rekreatif bir etkinlik alanı olarak sosyal medya kullanım amaçlarının incelenmesi", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 109-115.
- Eryılmaz, İ. (2018). Bilgi Toplumunun yeni korkuları: Nomofobi ve Netlessfobi. H. Yıldız (Ed.), *Sosyal medyanın iş yaşamındaki yeri* (1-24) İçinde. İstanbul: Beta.
- Günüç, S. (2009). *İnternet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı demografik değişkenler ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.)

- Güzel, P., Yıldız, K., Esentaş, M. ve Zerengök, D. (2020). “Know-How to Spend Time in Home Isolation during COVID-19; Restrictions and Recreational Activities”, *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 7(2), 122-131. Doi: 10.17220/ijpes.2020.02.011.
- Hawi, N. S. ve Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586.
- Karaman, M. K. ve Kurtoğlu, M. (2009). Öğretmen adaylarının internet bağımlılığı hakkındaki görüşleri. *Akademik Bilişim*, 11(13), 641-650.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Akademik Yayıncılık, 114.
- Kır, İ. (2007). Yükseköğretim gençliğinin boş zaman etkinlikleri: KSÜ örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 307-328.
- Kim, S. ve Kim, R. (2002). A study of internet addiction: status, causes, and remedies. *Journal of Korean Home Economics Association English Edition*, 3(1).
- Kocaman Karoğlu, A. ve Atasoy, B. (2018). Sosyal Medya Kullanımı ile Serbest Zaman Tatmini Arasındaki İlişki. *Mersin University Journal of the Faculty of Education*, 14(2).
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). Addiction to social networks on the Internet: A literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528-3552.
- Kuyucu, M. (2017). Gençlerde akıllı telefon kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı sorunsalı:“Akıllı telefon (kolik)” üniversite gençliği. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 328-359.
- Makas, S. ve Çelik, E. (2018). Erken dönem uyumsuz şemalar ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(67), 926-937.
- Qiu, W., Rutherford, S., Mao, A. ve Chu, C. (2017). The pandemic and its impacts. *Health, Culture and Society*, 9, 1-11.
- Sabbağ, Ç. ve Aksoy, E. (2001). Üniversite öğrencileri ve çalışanlarının boş zaman etkinlikleri: Adıyaman örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi SBE Dergisi*, 3(4), 10-23.
- Sağlık Bakanlığı (2020) <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/> Erişim tarihi: 17.05.2020
- Schwilgin, F. A., Arch, B. ve Arch, M. (1974), Town planning guidelines, Canada.
- Seferoğlu, S. S. ve Yıldız, H. (2013). Dijital Çağın Çocukları: İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımları ve İnternet Bağımlılıkları Üzerine Bir Araştırma. *İletişim ve Diplomasi*, 2, 31-48.
- Sevgi, L. (2013). Teknoloji, toplum ve sağlık: cep telefonları ve elektromanyetik kirlilik tartışmaları, [http://www.emo.org.tr/ekler/e73a9a0d37efb96\\_ek.pdf](http://www.emo.org.tr/ekler/e73a9a0d37efb96_ek.pdf) (Erişim Tarihi: 17.05.2020).
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 23-32.
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N. ve Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 420-433.

- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (sixth ed.). Boston: Pearson.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2020). *Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu*. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/iletisim-baskanligi-sosyal-medya-kullanim-kilavuzu-hazirladi> Erişim Tarihi: 25.05.2020
- T.C. Sağlık Bakanlığı, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü. (2020). *Covid-19 (Sars-Cov-2 Enfeksiyonu) Rehberi, Genel Bilgiler, Epidemiyoloji ve Tanı*, Erişim Adresi: <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-rehberi.html> Erişim Tarihi: 25.06.2020
- Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı. (2020). <https://www.icisleri.gov.tr/31-ilde-30042020-03052020-tarihlerinde-uygulanacak-sokaga-cikma-kisitlamasi> Erişim tarihi: 17.05.2020
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020). [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1028](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028) Erişim Tarihi: 28.05.2020
- Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161-172.
- Wang, J. L., Jackson, L. A., Gaskin, J. ve Wang, H. Z. (2014). The effects of social networking site (SNS) use on college students' friendship and well-being. *Computers in Human Behavior*, (2014), 229-236.
- We are Social (2020). <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> Erişim Tarihi: 23.05.2020
- Yerlisu Lapa, T. ve Ardahan, F. (2009), "Akdeniz Üniversitesi Öğrencilerinin Serbest Zaman Etkinliklerine Katılım Nedenleri ve Değerlendirme Biçimleri", *Spor Bilimleri Dergisi*, 20(4), s.132-144.
- Yıldız, K., Kurnaz, D. ve Kırık, A. M. (2020). Nomofobi, netlessfobi ve gelişmeleri kaçırma korkusu: Sporcu genç yetişkinler üzerine bir araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(Özel Sayı), 321-338. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.669601>.