

Araştırma Makalesi | Research Article

Sosyal Medya Yorgunluğu ile Can Sıkıntısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir İnceleme

The Relationship between Social Media Fatigue and Boredom and Social Media Addiction: A Study on University Youth



Şükrü BALCI (Prof. Dr.)
Selçuk University, Faculty of Communication
Konya/Türkiye
sukrubalci@selcuk.edu.tr



Hamide SARITAŞ (Dr.)
Independent Researcher
Türkiye
hsaritas32@gmail.com

Başvuru Tarihi | Date Received: 01.02.2025
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 25.04.2025
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 30.07.2025

Balci, Ş., & Saritaş H. (2025). Sosyal Medya Yorgunluğu ile Can Sıkıntısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 12(2), 569-597 <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1631084>

Öz

Günümüzün dijital dünyasında sıkıntıyı hafifletmek için en yaygın tercihlerden biri sosyal medya kullanmaktır. Sosyal medyanın sağladığı iletişim ve bilgi avantajları göz önüne alındığında bu tercih öngörülebilir bir yapıya sahiptir. Kullanıcılar sıkıntıyı gidermek için sosyal medyaya yöneldiklerinde platformu aşırı kullanarak aşırı yüklenmeye neden olabilirler, bu da tükenmişliğe yol açabilir. Bu tükenmişlik, kullanıcının platforma olan ilgisini kaybetmesine veya artık sıkıntıyı giderme konusunda eskisi kadar cazip gelmemesine yol açabilir. Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya yorgunluğu, can sıkıntısı ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki ve etkiyi ortaya çıkarmak için yapılmıştır. Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada ilişkisel tarama deseninden faydalanılmıştır. Konya’da bulunan devlet üniversiteleri evreninde gerçekleştirilen araştırma 412 gönüllü katılımcı örnekleminde yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre erkek katılımcılar kadın katılımcılara oranla YouTube, Facebook ve Telegramı daha çok kullanmaktadır. Katılımcıların sosyal medya yorgunlukları, can sıkıntıları ve sosyal medya bağımlılıkları arasında pozitif anlamlı ilişki bulunmaktadır. Can sıkıntısı sosyal medya bağımlılığının pozitif anlamlı yordayıcısı konumundadır. Bunun yanında sosyal medya yorgunluğu üzerinde, can sıkıntısı ve sosyal medya bağımlılığı pozitif anlamlı etkisi bu çalışmada ulaşılan önemli bulgular arasında yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Yorgunluğu, Can Sıkıntısı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Üniversite Öğrencileri.

Abstract

In today’s digital world, one of the most common choices to relieve boredom is to use social media. Given the advantages of communication and information provided by social media, this choice is predictable. When users turn to social media to relieve boredom, they may overload the platform by using it excessively, which can lead to burnout. This burnout can cause the user to lose interest in the platform or no longer find it as appealing as before to relieve boredom. This study was conducted to reveal the relationship and effect between social media fatigue, boredom and social media addiction of university students. The quantitative research method was used in the research, which utilized the relational screening design. The research, which was conducted in the universe of state universities in Konya, was conducted with a sample of 412 volunteer participants. According to the research results, male participants use YouTube, Facebook and Telegram more than female participants. There is a positive significant relationship between the participants’ social media fatigue, boredom and social media addiction. Boredom is a positive significant predictor of social media addiction. In addition, the positive and significant effects of boredom and social media addiction on social media fatigue are among the important findings of this research.

Keywords: Social Media Fatigue, Boredom, Social Media Addiction, University Students.



Giriş

Sosyal medya, kullanıcıların bireysel halka açık profiller oluşturabildiği, gerçek hayattaki arkadaşlarıyla etkileşime girebildiği ve ortak ilgi alanlarına dayalı olarak diğer insanlarla tanışabildiği sanal topluluklardır (Griffiths vd., 2014, s. 119). Sosyal medyanın hızla artan popüleritesi, kullanımının potansiyel faydaları üzerine çeşitli teorik tartışmalara ve ampirik araştırmalara yol açmıştır. Sosyal medya, ergenliğe özgü olan cinsiyet ve kimlik keşfi, kendini ifade etme ve artan akran kabulü ihtiyacı gibi sorunları ele almak için önemli bir gelişimsel bağlam sunar. Sosyal medya aynı zamanda kullanıcıların kalıcı gerçek yaşam sorunlarını (örneğin, fiziksel engeller) ve yaşa veya işe dayalı engelleri (örneğin, aile üyelerine coğrafi mesafe) aşmalarına olanak tanır ve bazı yetişkinlerin sosyal bağlantılarını sürdürme ihtiyacını karşılamalarına yardımcı olur (Casale, 2020).

Sosyal medya sitesi kullanımının düzenli olarak arttığı son yıllarda, bu büyümenin yakında yavaşlaması beklenmemektedir. Bu siteler, ağırlıklı olarak sosyal amaçlarla kullanılmaktadır. Ancak, son yıllardaki kanıtlar, bireylerin çevrimiçi sosyal ağlarını sürdürme konusunda bir zorunluluk hissedebileceğini ve bunun bazı durumlarda sosyal medya kullanımının aşırıya kaçmasına yol açabileceğini göstermektedir. Bugün en popüler sosyal ağ sitelerinden bazıları Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube ve Twitter (X) 'dir. Akıllı telefonların, dizüstü bilgisayarların, tabletlerin ve bilgisayarların yaygınlaşması, sosyal medyaya düzenli olarak erişimi kolaylaştırmaktadır. Bu da sosyal medyayı, sıkıcı ya da monoton geçen bir gün ya da dönemde zaman geçirecek bir araç olarak kullanmamızı kolaylaştırmaktadır (Butler, 2017, s. 28).

Önceki araştırmalar, SNS'lerin (sosyal ağ sitelerinin) bir yaşam biçimi haline geldiğini ve dünya çapında milyonlarca insanın farklı cihazlar kullanarak (tabletler, akıllı telefonlar gibi taşınabilir teknolojiler dahil) düzenli olarak SNS'lere eriştiğini göstermektedir. SNS kullanımı, özellikle taşınabilir cihazlarla oldukça popüler gibi görünmektedir. Sosyal ağ etkinliği, Facebook gibi geleneksel sitelerden, kullanıcıların ortak ilgi alanlarına dayalı olarak bağlantı kurmalarına olanak tanıyan çevrimiçi oyun platformlarına ve flört platformlarına kadar geniş bir yelpazede, sürekli değişen ve eklektik bir yapıya sahip görünmektedir. Araştırmalar, sık ve sorunsuz alışkanlık halindeki kullanım ile sorunlu ve muhtemelen bağımlılık yapıcı kullanım arasında ince bir çizgi olduğunu göstermektedir. Bu da madde bağımlılığıyla ilişkilendirilen belirtileri ve sonuçları (örneğin, belirginlik, ruh halini değiştirme, tolerans, yoksunluk, yeniden başlama ve çatışma) yaşayan kullanıcıların SNS kullanımı konusunda bağımlı olabileceğini düşündürmektedir (Kuss & Griffiths, 2017, s. 11).

Sosyal medya platformlarının aşırı ve kompulsif kullanımı, kullanıcıların sosyal medya etkinliklerinden bıkmalarına yol açabilir. Bunun nedeni, insanların internetteki doğrulanmamış bilgi yığınıyla karşılaştıklarında bunalmış hissetmeleri olabilir. Çoğu kullanıcı, bu bilgileri işlemek için sınırlı zihinsel kaynaklara sahip olduğundan, yorgunluk hissi geliştirerek, sosyal medya kullanımından çekilme eğilimindedir. Sosyal medya yorgunluğu, özellikle son yıllardaki COVID-19 pandemisi döneminde daha da belirgin hale gelmiştir. Bu dönemde insanlar, başkalarıyla bağlantı kurmak ve virüsle ilgili bilgi aramak için çeşitli sosyal medya sitelerine büyük ölçüde bağımlı hale gelmiştir. Bu bağlamda, sosyal medyada aşırı ve belirsiz bilgilere maruz kalan kullanıcıların yorgunluk geliştirmeleri olasıdır (Zheng & Ling, 2021).

Öte yandan Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya yorgunluğunu etkilen belirleyiciler arasında can sıkıntısının önemi, yürütülen araştırmalarla ortaya konulmuştur. Öyle ki son

yıllarda, teorik bir bakış açısıyla can sıkıntısının doğasını inceleyen literatüre ek olarak, can sıkıntısının potansiyel olumlu ve olumsuz davranışsal sonuçlarıyla ilgili kanıtlar da birikmiştir. Örneğin, sıkıcılıkla başa çıkma bilişsel bir stratejisi olarak yaratıcılığın, bir bireyi yeni hedeflere yönelme konusunda motive ederek sıkıcılığı azaltmaya yardımcı olduğu gösterilmiştir (Cannito vd., 2023, s. 3). Özellikle gençler arasında can sıkıntısını gidermenin yollarından biri de sosyal medyanın kullanımıdır. Sıkılan bireylere çeşitli alternatifler sunan sosyal medyanın aşırı kullanımı ise, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya yorgunluğunu körüklemektedir. Bilindiği gibi sosyal medya, kişinin istediği katılım seviyesini de artırabilir, bu da daha önce ilgi çekici olan aktiviteleri sıkıcı hale getirebilir. Başka bir deyişle, insanlar meşgul olduklarında bile, daha ilgi çekici deneyimler arzu ettikleri için sıkılma hâlâ ortaya çıkabilir (Tam & Inzlicht, 2024, s. 3).

İşte bu çalışmanın temel amacı, üniversite öğrencilerinin can sıkıntısı ve sosyal medya bağımlılık düzeyi ile sosyal medya yorgunluğu gibi değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaktır. Bu amaca yönelik olarak üniversite öğrencilerinden anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Araştırmada, bu üç değişkenin birbiri üzerinde etkili olacağı hipotez edilmektedir.

1. Can Sıkıntısı

Medya psikolojisi alanında yaygın ve önemli bir negatif duygu olarak can sıkıntısını (Poels vd., 2022), bireyin yapacak bir şey bulamadığı, o anda yapmaktan hoşlanmadığı sıkıcı bir şey yapmak zorunda olduğu ya da basitçe herhangi bir şey yapmak istemediği, ancak eğlenme isteği taşıdığı geçici bir duygusal durum olarak tanımlayabiliriz. Can sıkıntısı tanımının temelinde, istenen uyarılma düzeyi fikri yer almaktadır. Bu düzey, zamanla bireyler arasında değişkenlik gösterir. Ayrıca, bireylerin sıkıcı bir durumda kendilerini uyarmak için etkinlikleri nasıl aradıkları, buldukları veya icat ettikleri konusunda da farklar olduğu görülmektedir. Bu nedenle, çoğu sıkıntı, çevrenin sağladığı uyarılma düzeyi ile bireyin istenen uyarılma düzeyi ve ek uyarı üretme yeteneği arasındaki etkileşim olarak anlaşılabilir. Toplam uyarılma, istenen düzeyin altına düştüğünde kişi sıkıntı hisseder (Fisher, 1987, s. 2). Bu bağlamda, can sıkıntısı, işlevsel bir duygu olarak kabul edilir: Bir hedefe doğru ilerlemenin tatmin edici olmadığını ve bireyin farklı bir şey denemesi gerektiğini işaret eder (Schott & Fischer, 2023, s. 2).

Hebb ve Donderi (2013) sıkıntının, ilgi çekici etkinlik eksikliğinden kaynaklandığını ifade ederken; Frankl (1992) bir bireyin hayatında anlam bulamaması durumunda meydana geldiğini öne sürmektedir. Latham ve Locke (1991) ise, sıkıntının bireyin hedefleri ve değerlerinin, içinde bulunduğu durum tarafından karşılanmadığı zaman oluştuğunu tartışmaktadır. Bu yaklaşımlar, gerekli özelliklere sahip bir durumun tüm veya çoğu insanı sıkıntıya sokacağına işaret etmektedir ve bu nedenle, sıkıntıyı anlamak için odaklanmamız gereken şeyin, sıkıntı üreten durum olduğunu ön plana çıkarmaktadır. Bunun yanında, birey temelli sıkıntı teorileri, gerekli özelliklere sahip bir bireyin çeşitli durumlarda sıkılma eğiliminde olacağını ima eder ve bu nedenle sıkıntıyı daha iyi anlamak için kişiye odaklanmamız gerektiğini düşündürür (Mercer-Lynn vd., 2014, s. 122).

Aslında can sıkıntısı, kişinin durumunu değiştirme ya da yaratıcı çözümler bulma yönünde büyük bir motive edici güçtür. Can sıkıntısını gidermek için yapılan değişiklik başarısız olursa veya imkânsız hale gelirse, depresif reaksiyonların ortaya çıkması muhtemeldir. Can sıkıntısına yatkınlık, bıkkınlık yaşama olasılığını artırır. Okul koşulları ve profesyonel iş ortamlarında can sıkıntısı, genellikle birey ve çevre arasındaki diğer özelliklerle ilişkilidir ve bu durum, işlevsellik ve mental iyilik halinin bozulmasına

yol açabilir (Chruszczewski, 2020, s. 237). Can sıkıntısı özellikle öğrencilerde, okul işlerinden uzaklaşmaya yönlendirebilir; bu da motivasyonun azalmasına, kötü akademik performansa ve topluluklarıyla etkileşimde bulunmalarını engelleyen davranış sorunlarını ortaya çıkarır (Kılıç vd., 2020; Vuyk vd., 2024; Wegner & Flisher, 2009).

Bunun yanında bazı araştırmalar, duygular teorisi ve ampirik kanıtlar temelinde, can sıkıntısının insan işleyişi için önemli etkileri olduğunu savunmaktadır. Özellikle, can sıkıntısı durumunun insanı, önceki hedefin artık faydalı olmadığı durumlarda yeni hedeflerin peşinden gitmeye motive ettiği ileri sürülmektedir. Alternatif hedefler ve deneyimler keşfetmek, insanların yeniden harekete geçmesini artırabilmektedir. Diğer belirli duygulara benzer şekilde, can sıkıntısının davranış, biliş, deneyim ve fizyoloji üzerinde özgül ve benzersiz etkileri olduğu bilinmektedir. Mevcut literatür can sıkıntısının, alternatif hedeflerin peşinden gitmeye yönelik davranışı teşvik ettiğine dair daha geniş bir argümanı tutarlı bir şekilde destekleyerek, insanların sıkıldığında, mevcut göreve dikkat azaldığını, sıkıntı deneyiminin olumsuz ve rahatsız edici olduğunu ve sıkıntının, alternatiflerin peşinden gitmeye hazır olmak için otonomik uyarıyı artırdığı savunulmaktadır. Bu haliyle can sıkıntısı, mevcut durumdan değişim arzusunu teşvik ederek, kaçırılabilir sosyal, bilişsel, duygusal ve deneyimsel uyarılara ulaşma fırsatlarını artırmaktadır (Bench & Lench, 2013, s. 459).

Toplumsal yaşamda ergenler ve gençler can sıkıntısından kurtulmak için, çevrelerindeki yeni ve heyecan verici eğilimlere yönelmektedirler. Dijital medya içinde yer alan internet ve sosyal medya platformlarını kullanma, bu eğilimler içerisinde önemli yere sahiptir (Bai vd., 2021; Balcı & Sarıtaş, 2023; C.-H. Lin vd., 2009; Orsolini vd., 2023; Skues vd., 2016; Whelan vd., 2020). Günümüzde sosyal medya kullanımı, hızlı bir gelişim göstermiş ve insanların günlük yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya insanları birbirine bağlayarak, iletişimi kolaylaştırarak, bilgi paylaşımını sağlayarak, hatta işletmeleri tanıtarak önemli bir rolü yerine getirmektedir. Aynı zamanda, sosyal etkileşim, ağ kurma ve güncel olaylar hakkında bilgi edinme için merkezi bir platform haline gelmiştir. Bunun yanı sıra, sosyal medya kullanıcılarına kendini ifade etme, yaratıcılık ve öğrenme fırsatları sunmaktadır. Bugünün birbirine bağlı dünyasında sosyal medya, iletişim, iş birliği ve topluluk oluşturma için vazgeçilmez bir araç konumundadır (Bautista vd., 2024, s. 121). Bununla birlikte, sosyal medya kullanımının veri güvenliği, yanlış bilgi veya aldatıcı içerik yayılması, uygunsuz çevrimiçi davranışlar (Ohara, 2023, s. 71) ve bağımlılık ile ilişkili bir takım olumsuz sonuçları bulunmaktadır. Örneğin Skues (2016) ve arkadaşları üniversite öğrencileri arasında can sıkıntısı eğilimi ne kadar yüksekse, problemleri internet kullanımının da o kadar yüksek olduğuna vurgu yapmaktadır. Sıkılma ile problemleri internet ve sosyal medya kullanımı arasındaki pozitif korelasyon, sıkılma eğiliminde olan üniversite öğrencilerinin bu teknolojik araçlarla daha fazla meşgul olma olasılığının bulunduğunu göstermektedir. Bu durum, sıkılma eğiliminde olan gençlerin internet ve sosyal medya kullanımlarını aşırı hale getirerek, hayatlarının diğer yönlerini ihmal etme riski taşıyabileceği, internet ve sosyal medya kullanımlarını kontrol etmekte sorun yaşayabilecekleri anlamına da gelmektedir (Aquino & Joseph Kimong, 2022, s. 8).

2. Sosyal Medya Bağımlılığı

Geleneksel olarak bağımlılık, alkol ve yasa dışı uyuşturucular gibi kimyasal maddelere aşırı ve kontrolsüz bağımlılık olarak anlaşılmıştır. Ancak son yıllarda, araştırmacılar, bu kimyasal bağımlılıklar ile aşırı kimyasal olmayan davranışlar arasında güçlü benzerlikler olduğunu fark etmeye başlamışlardır (Andreassen & Pallesen, 2014, s. 4053). Kimyasal olmayan davranışlar arasında yer alan sosyal medya bağımlılığı (Kuss & Griffiths, 2017)

with individuals engaging in SNSs to connect with others who share similar interests. The perceived need to be online may result in compulsive use of SNSs, which in extreme cases may result in symptoms and consequences traditionally associated with substance-related addictions. In order to present new insights into online social networking and addiction, in this paper, 10 lessons learned concerning online social networking sites and addiction based on the insights derived from recent empirical research will be presented. These are: (i, bu araçlarda aşırı derecede zaman geçirmenin, bir kişinin bireysel yaşamını ve işlevselliğini engelleyen bir davranışsal bağımlılıktır (C. S. Andreassen, 2015). Bu olumsuzluk, kişinin günlük yaşamla ve sosyal sorumluluklarla ilgilenmek yerine sanal dünyada zaman geçirmesiyle karakterize edilmektedir. İnsanların popüler eğlence etkinlikleri son yıllarda, çevrimiçi yaşam paylaşım platformlarına (TikTok, YouTube, Instagram gibi) daha fazla odaklanacak şekilde değişmiştir. İnsanların ekranlarda geçirdiği zaman, gerçek dünya etkinliklerine (örneğin fiziksel sporlar) harcadığı zamandan daha fazla olmaya başlamış ve bunun hem olumlu hem de olumsuz etkileri görülmektedir. Daha fazla sosyal medya kullanıcısı, çevrimiçi yaşamlarına bağımlı hale gelmiş olarak teşhis edilmektedir. Bu soruna neyin neden olduğu henüz tam olarak belirlenmemiştir; ancak bu tür anormal bir aktiviteye ortalamanın üzerinde zaman ayırma eğilimlerini etkileyen, gelir düzeyleri, eski travmalar, fiziksel hastalıklar ve ilişki ağları gibi farklı açılardan önerilen birkaç faktör bulunmaktadır (Balcı vd., 2019; Balcı & Baloğlu, 2018; Balcı & Yeles Karaman, 2020; Ji vd., 2023, s. 897).

Literatürde bazı aşırı davranışların, gerçekten bağımlılık olarak kabul edilip edilemeyeceği tartışılmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığının bir türü bağlamında ele alınmaktadır (Şimşek vd., 2019, s. 107). Griffiths'e (2005, 2013; 2020) göre sosyal medya bağımlıları, bu platformlarda daha fazla zaman geçirmek için, nasıl bir yol bulabileceklerini sürekli düşünürler (*Belirginlik*). Çoğu zaman, başlangıçtaki niyetlerinden daha fazla zamanı sosyal medya karşısında harcarlar ve daha fazla kullanım yapma konusunda acil bir ihtiyaç hissetmektedirler (*Tolerans*). Genellikle, sosyal medyayı suçluluk, kaygı, huzursuzluk ve depresyon gibi duyguları azaltmak için ve kişisel sorunlarını unutmak amacıyla kullanırlar (*Duygu Değişiklikleri*). Eğer sosyal medya kullanımı yasaklanırsa, bağımlılar genellikle dikkat dağınıklığı, huzursuzluk, rahatsızlık veya sinirlilik hisseder ve sosyal medyaya tekrar katılamadıklarında rahatsız olurlar (*Yoksunluk*). Diğerlerinin sosyal medya kullanımını azaltma konusundaki tavsiyelerini genellikle dinlemezler ve sosyal medya etkinliklerini kesme yönündeki çabaları başarısız olur. Daha önceki kullanım düzeyinin altında sosyal medya kullanmayı karar verdiklerinde, bu çabalarında başarılı olamazlar (*Tekrar Başlama*). Sosyal medya bağımlıları, hobilerine, çalışmalara/işlerine, eğlence faaliyetlerine ve spora daha az öncelik verirler ve sosyal medya aktiviteleri için eşlerine, aile üyelerine ve arkadaşlarına daha az vakit ayırırlar (*Çatışma*). Ayrıca, sosyal medyada aşırı zaman harcamak, sağlıklarını ve genel iyilik hallerini olumsuz şekilde etkiler (*Problem*).

Sosyal medyada sıkça vakit geçiren kişilerin, gerçek hayatta sosyalleşme konusunda da zayıf oldukları iddia edilmektedir. Bu kişiler için sosyal medya kullanımı, sürekli ödülleri (örneğin, öz-yeterlilik, memnuniyet) sağlamakta ve zamanla bu aktiviteye daha fazla katılmalarına neden olmaktadır. Söz konusu durum nihayetinde birçok probleme (örneğin, gerçek hayattaki ilişkileri göz ardı etme, iş/eğitimde çatışmalar vb.) yol açmaktadır. Ortaya çıkan bu problemler, bireylerin istenmeyen ruh hallerini daha da kötüleştirebilir. Bu da bireylerin, olumsuz ruh hallerini hafifletmek için sosyal medya kullanımına daha fazla yönelmelerine neden olur. Sonuç olarak, sosyal medya kullanıcıları

bu döngüsel kalıbı, olumsuz ruh hallerini sosyal medya kullanarak hafifletmeye devam ettikçe, sosyal medya kullanımına olan psikolojik bağımlılık düzeyi artar (Griffiths, 2013).

Birçok araştırmacı, yeni teknolojilerin (*özellikle çevrimiçi sosyal ağların*) aşırı kullanımının, özellikle gençler için problemli olabileceğini öne sürmüştür. Sosyal medya kullanımına bağımlı olan kişilerin, madde veya diğer bağımlılıkları yaşayanlara benzer semptomlar yaşadıkları iddia edilmektedir. Bu, klinik uygulama için önemli sonuçlar doğurmaktadır. Çünkü diğer bağımlılıklardan farklı olarak, sosyal medya bağımlılığı tedavisinin amacı, bugünün profesyonel ve boş zaman kültürünün ayrılmaz bir parçası olan internet kullanımından tam bir kaçınma olmayabilir. Bunun yerine, nihai terapi hedefi, özellikle sosyal ağ uygulamalarının kontrollü kullanımı ve bilişsel-davranışçı terapi ile geliştirilen stratejilerle geri dönüşümün önlenmesidir (Wagh & Dongare, 2022, ss. 832-833) five research papers studied concern social networking sites and addiction based on the insights derived from the latest empirical research presented. These are: (i.

Şunu da ifade etmek gerekir ki, sık sosyal medya kullanımı, her zaman sosyal medya bağımlılığı anlamına gelmez ve bu nedenle bireylerin ruh sağlığı veya akademik performansı üzerinde her zaman olumsuz etkiler oluşmaz. Sosyal medyaya normalden fazla ilgi gösteren birçok insanın zaman zaman deneyimleyebileceği sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki temel fark; ikinci durumda çevrimiçi sosyal ağların kontrolsüz ve kompulsif hale gelmesiyle olumsuz sonuçların ortaya çıkmasıdır (Hou vd., 2019).

3. Sosyal Medya Yorgunluğu

Sosyal medya yorgunluğu kavramı, daha önceki mesleki ve klinik çalışmalarda incelenmiş olan “yorgunluk” teriminden türetilmiş; farklı disiplinlerden akademisyenler yorgunluğu farklı şekillerde tanımlamıştır (Qin vd., 2024; Zheng & Ling, 2021). Dolayısıyla, literatüre dayanarak, iki tür yorgunluk olduğu sonucuna varılabilir. Bunlar fiziksel yorgunluk ve psikolojik yorgunluk olarak karşımıza çıkmaktadır (Zhang vd., 2016). İlki, insanların fizyolojik kapasitesindeki veya fiziksel durumundaki bir düşüşü (örneğin, göz yorgunluğu, kas yorgunluğu) tanımlarken; ikincisi stres, tükenmişlik, bitkinlik ve benzeri gibi olumsuz duyguları yansıtır (Zheng & Ling, 2021). Sosyal ağ yorgunluğu, sosyal ağ kullanımı ve etkileşimlerinin çeşitli yönleriyle ilişkili olarak yorgunluk, sinirlilik, öfke, hayal kırıklığı, temkinlilik, ilgi kaybı veya azalan ihtiyaç/motivasyon gibi duyguları içeren, öznel ve çok boyutlu bir kullanıcı deneyimi olarak tanımlanabilir. Bu deneyim, yoğunluk bakımından değişkenlik gösterebilir ve kullanıcıyla, katıldığı sosyal ağla ve/veya ağın kullanımıyla ya da ağın barındırıldığı teknik platformla ilgili faktörlerden etkilenebilir. Sonuç, sosyal ağ etkinliklerinin hemen azalması veya hatta aşırı durumlarda ortamdaki planlı bir ayrılma olabilir (Ravindran vd., 2014, s. 2317). Kullanıcılar, sosyal medyada aşırı ve belirsiz bilgiye maruz kalırlar ve bu da yorgunluğa neden olabilir (Islam vd., 2021). Bu tanımlara dayalı olarak, sosyal medya yorgunluğunun, sosyal medya kullanıcılarının gizlilik endişeleri veya iletişim, teknoloji ve/veya bilgi aşırı yüklemesi gibi sorunlar nedeniyle sosyal ağ etkileşimlerinden bunalmış, sıkılmış, tükenmiş, yorgun veya öfkeli hissettiklerinde deneyimlendiği söylenebilir (Nicola, 2022, s. 126).

Yapılan çalışmalar, sosyal medya yorgunluğuna neden olabilecek bilişsel faktörler, benlik ve kişilik faktörleri, çevresel faktörler ve sosyal faktörler gibi dört semsiye faktörün varlığını ortaya koymuştur. Benlik ve Kişilik Faktörleri, bir kişinin sosyal medya yorgunluğuna (SMF) daha kolay yakalanmasına neden olan kişisel ve içsel faktörleri içerirken, artan sıkıntı ve bilgi aşırı yüklemesi gibi bilişsel faktörler, SMF’ye duyarlılığı

artıran unsurlardır. Çevresel ve sosyal faktörler ise, ebeveynlik ve sosyal medya rol çatışması gibi unsurları içermektedir(Sunil vd., 2022, s. 686).

Liu ve He'nin (2021, ss. 10-11) yürüttüğü araştırmanın sonuçlarına göre, sosyal yorgunluk davranışını etkileyen faktörler arasında, etkileşim bozukluğu, bilgi aşırı yüklemesi ve izlenim yönetimi ön plana çıkmaktadır. Bu sonuç, birçok çalışmada belirtilen ilişki stresi ve platform bilgi aşırı yüklemesi gibi etkenleri doğrulamaktadır. Çeşitli çalışmalar, insanların büyük miktarda bilgi karşısında başa çıkmayı reddettiğini ve karmaşık ve çeşitli çevrimiçi ilişkilere karşı yorgun hissettiklerini kanıtlamıştır. Bu çalışmanın ampirik sonuçları, sosyal medya yorgunluğunun (SMF) ana kaynağının, kişilerarası stres olmayabileceğini göstermektedir. Seçilen genç gruplarla yapılan derinlemesine görüşmeler, gençler için sosyal medyanın sorunlarının, insanların günlük sohbetlerden bunalmaları değil, sosyal medyanın işlevselliğinin değişmesinden kaynaklanabileceğini ortaya koymuştur. Açıkça görülmektedir ki, bir bireyin sanal ortamda kendisini nasıl sunduğu ve benlik imajını nasıl yönettiği, çevrimiçi sosyal etkileşimin önemli bir parçasıdır. Bunun yanında, çevrimiçi ilişkiler çevrimdışı ilişkilere dönüştüğünde, birçok gerçek görüntü ile çevrimiçi yönetilen görüntüler birbirleriyle örtüşmemekte, bu da sosyal riskleri ve sosyal karşılaştırmaların olumsuzluğunu artırmaktadır. Zamanla, genç grup çevrimiçi kimlik imajlarını yönetmekten yorulmakta ve sosyal yorgunluk giderek daha fazla artmaktadır.

4. Can Sıkıntısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Yorgunluğu Arasındaki İlişki

Günümüzde genç ve ergenlerin can sıkıntısı gidermede yararlandıkları araçların başında akıllı telefonlar, internet ve sosyal ağlar gelmektedir (Sarıtaş vd., 2024, s. 151). Çünkü sosyal ağlar, insanlara neredeyse sonsuz bir deneyim yelpazesi sunar. Kullanıcılar, dünyanın her yerindeki diğer insanlarla bağlantı kurabilir, iletişim kurabilir, bilgi, multimedya ve haberler paylaşabilir ve oyunlar oynayabilir. Yeni bir şeyler öğrenme, yeni insanlarla tanışma veya ilginç bir şeyler izleme fırsatları sınırsızdır. Bu nedenle birçok kişinin sıkılmalarını gidermek ve zihinsel/duygusal uyarım sağlamak için sosyal medya platformlarına yönelmeleri anlaşılabilir bir durumdur (Whelan vd., 2020, s. 871). Literatür incelendiğinde, can sıkıntısıyla internet ve sosyal medyanın aşırı kullanımı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu dikkat çekmektedir (Allahverdi, 2022; Ayhan vd., 2021; Camerini vd., 2023; Catedrilla vd., 2020; Donati vd., 2022; C.-H. Lin vd., 2009; Pawar & Shah, 2019, 2019; Sarıtaş vd., 2024; Stockdale & Coyne, 2020; Ugurlu, 2023; Wang, 2019; Whelan vd., 2020). Diğer bir ifadeyle, can sıkıntısı gidermek için daha çok sosyal medya kullanan kişilerde bağımlılık problemi ortaya çıkabilmektedir. Araştırmalar insanların dijital medya kullanımının (örneğin çevrimiçi oyun, akıllı telefon kullanımı) sıkılmayı hafifletmede etkili olduğunu tekrar tekrar deneyimleyerek öğrendiklerinde, bu başa çıkma stratejisini gelecekteki sıkıcı durumlarında kullanmaya daha fazla başvurduklarını ve bunun sonucunda dijital medya kullanımına bağımlı hale geldiklerini belirtmektedir (Camerini vd., 2023). Özetle, teorik bir bakış açısıyla, sıkıntı, (problemlili) dijital medya kullanımının bir öncüsü olarak kabul edilmektedir. Ancak, dijital medya kullanımının anlamlı ve/veya heyecan verici olmadığı durumlarda 'sıkıcı' olarak da deneyimlenebileceğini unutmamak gerekir (Camerini vd., 2023, s. 3).

Bir başka noktada daha önceki araştırmalar, sosyal medya etkinliklerine harcanan süre ve önemli zihinsel kaynakların, zamanla fiziksel ve zihinsel yorgunluğa yol açtığını göstermektedir. Bu kaynaklar, sosyal medya kullanıcılarının maruz kaldığı büyük miktarda bilgiyi işlemek, izlenim yönetimi yapmak ve sosyal medya arkadaşlarının erişilebilirlik ve yanıt verme beklentilerini karşılamak için kullanılır. Bu görevler, sosyal medyanın bağımlılık yapıcı doğasını besler ve sosyal medyayı, iş, eğitim veya kişilerarası

ilişkiler gibi başka alanlara yatırılabilir mevcut zihinsel kaynakları tüketen bir araca dönüştürür(Alfasi, 2022). Bu açıdan değerlendirildiğinde problemlili internet ve sosyal medya kullanımının, sosyal medya yorgunluğunu artırdığını ortaya koyan literatür bulunmaktadır (Acar & Gülnar, 2023; Cao & Sun, 2018; Dhir vd., 2018; Fu vd., 2020; Guo vd., 2020; Han, 2018; Lee vd., 2016; J. Lin vd., 2020; S. Lin vd., 2013; C. Liu & Ma, 2020; Maier vd., 2015; Xiao & Mou, 2019; Zhang vd., 2016; Zhu vd., 2023). Sosyal medya yorgunluğu, sosyal medya kullanımına bağlı olarak hissedilen fiziksel ve zihinsel tükenmişlik, bitkinlik ve sinirlenme duygusudur. Bu haliyle sosyal medyanın aşırı problemlili kullanımı arttıkça, sosyal medya yorgunluk düzeyinde de bir artış yaşanabilmektedir. Örneğin, sosyal medyada insanların, arkadaşlarının yüklediği içeriklere makul bir süre içinde yanıt verme zorunluluğu hissetmeleri beklenir. Sonuç olarak, kullanıcılar, sosyal medyaya oldukça dikkatli bir şekilde odaklanma ihtiyacı hissederler ki; bu da önemli bir zihinsel enerji tüketimi ile fiziksel ve zihinsel yorgunluğa yol açar (Alfasi, 2022). Yine bir sosyal ağ sitesi (SNS) kullanıcısı, diğer SNS üyeleriyle belirli bir iletişim yükünü yönetmede zorluk yaşayabilir ve bu durum onu yorgun hissettirebilir. Oysa ki başka bir kullanıcı, aynı iletişim yükünü etkili bir şekilde yönetebilir (Lee vd., 2016).

Öte yandan sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte, sosyal medyanın kullanıcılarının mental sağlığı üzerindeki etkilerini anlamak önemlidir (Luhur vd., 2023, s. 95). Kullanıcılar, artan bağlantılılık ve küreselleşmeden fayda sağlamak yerine, sosyal medya yorgunluğu nedeniyle bunalmaktadırlar. Bu nedenle sosyal medya yorgunluğundaki artan eğilim endişe vericidir. Ayrıca, dışsal uyarıcılara yönelik psikolojik ihtiyaçlarımızı gidermek için oluşturulan sosyal medya platformları, genellikle öğrenme ve çalışma gibi, daha az ilgi çekici, ancak önemli görevlerden bizi uzaklaştırmaktadır. Bu nedenle, insanların can sıkıntısını gidermek için sosyal medyayı kullandıklarında (*sosyal medyanın zararlı kullanımı üzerine yapılan araştırmalarla ortaya çıkan istenmeyen bir sonuç olarak*), bilgi aşırı yüklemesi ve sosyal medya yorgunluğunda bir artış dikkat çekmektedir (Luhur vd., 2023, ss. 97-98). Whelan ve arkadaşlarının (2020) araştırmasının sonuçları, sıkılma eğilimi ile bilgi ve iletişim aşırı yükü arasında güçlü bir ilişki olduğunu; bunun da sosyal medya yorgunluğu ile güçlü bir şekilde ilişkilendiğini ortaya koymaktadır. Bir başka araştırmada, katılımcıların ne kadar yorgun veya sıkılmışlarsa, o kadar fazla akıllı telefonla etkileşime girmeye eğilimli oldukları belirlenmiştir. Şaşırtıcı bir şekilde, katılımcılar akıllı telefonlarını daha fazla kullandıktan sonra artan yorgunluk ve sıkılganlık bildirmişlerdir (Dora vd., 2021).

5. Yöntem

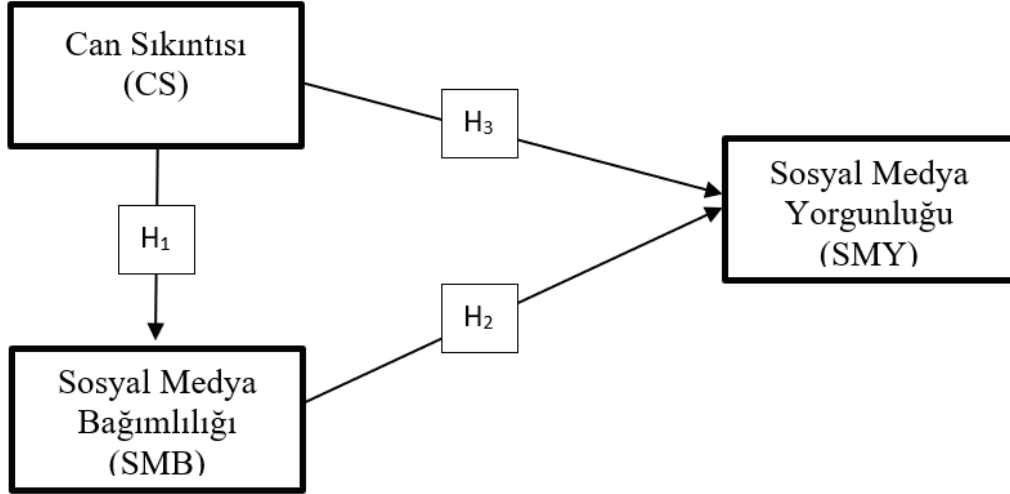
Can sıkıntısı, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya yorgunluğu değişkenlerinin birbiri üzerinde ilişki ve etkisinin araştırıldığı bu çalışmada; bireylerin toplumsal davranışlarını tanımlamak, açıklamak ve tahmin etmek için sayısal ve istatistiksel verilerden yararlanıldığı nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır(Gay & Mills, 2011). Araştırmada, iki veya daha fazla nicel değişken arasındaki ilişkiyi ve ilişkinin derecesini ortaya çıkarmayı hedefleyen ilişkisel tarama modeli modeli (Creswell, 2016) kullanılmıştır. İlişkisel tarama modelinde değişkenler arasındaki ilişki ve etkinin varlığı korelasyon katsayısı üzerinden verilmektedir(Fraenkel vd., 2012).

Etik Kurul İzni

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu'nun 14/11/2023 tarihli toplantısında alınan 2023/26-3 sayılı karar çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir

5.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada can sıkıntısı, sosyal medya bağımlılığı ve yorgunluğu ilişkisinin yanında can sıkıntısının ve sosyal medya bağımlılığının sosyal medya yorgunluğu üzerindeki etkisini ortaya koymak üzere bir model oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli literatürden yola çıkılarak kurulan üç hipotez üzerinden ölçümlenmeye çalışılmıştır.

- **Hipotez 1:** Can sıkıntısının sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.
- **Hipotez 2:** Sosyal medya bağımlılığının sosyal medya yorgunluğu üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.
- **Hipotez 3:** Can sıkıntısının sosyal medya yorgunluğu üzerinde pozitif anlamlı etkisi vardır.

5.2. Araştırma Grubu

Çalışma evrenini; 2023-2024 Eğitim-Öğretim Yılı Güz Döneminde Konya'da bulunan devlet üniversiteleri olan Selçuk Üniversitesinde kayıtlı 67.788 öğrenci, Necmettin Erbakan Üniversitesinde kayıtlı 38.460 öğrenci ve Konya Teknik Üniversitesinde kayıtlı 13.102 öğrenci oluşturmaktadır (YÖK ATLAS, 2023). Araştırma evrenini oluşturan toplam 119.350 öğrenci arasından araştırma örnekleminin belirlenmesinde; evrendeki her öğrencinin örnekleme seçilme ihtimalinin eşit ve özgür olduğu basit rastgele (tesadüfi) örnekleme türü kullanılmıştır (A. Balcı, 2015). Araştırma evrenini temsil etme yeterliliğine sahip öğrenci sayısı, yüzde 95 güven aralığında en az 383 katılımcı olarak hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004). Bu araştırmanın örneklemini ise 412 gönüllü öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırma örnekleminin yüzde 54,1'i kadın, yüzde 45,9'u erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin oranların fark testi yapılabilecek oranda yakın olduğu görülmektedir.

Bu araştırma Konya'da bulunan devlet üniversitelerinde eğitim gören öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Araştırma verileri evreni oluşturan; Selçuk Üniversitesinden yüzde 54,4 öğrenci, Necmettin Erbakan Üniversitesinden yüzde 28,9 öğrenci, Konya Teknik

Üniversitesinden ise yüzde 16,7 öğrenci üzerinden toplanmıştır. Araştırma örneklemini oluşturan öğrenci sayıları ilgili üniversitelerde eğitim gören öğrenci sayıları dikkate alınarak seçilmiştir. Bu nedenle katılımcılardan alınan verilerin evrene ilişkin bilgi vermeye elverişli olduğu söylenebilir.

5.3. Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçları

Kısa Can Sıkıntısı Ölçeği: 8 maddelik 7'li Likert tipinde (1= Hiç Katılmıyorum, 7= Tamamen Katılıyorum) Struk ve arkadaşları (2017)'a commonly used measure of trait boredom, does not constitute a single scale. Factor analytic studies have identified anything from two to seven factors, prompting Vodanovich and colleagues to propose an alternative two factor, short form version Boredom Proneness Scale-Short Form (BPS-SR tarafından geliştirilen bir ölçektir. Yazarlar ölçeğin tek boyutlu ve 8 maddelik versiyonunun çok iyi analiz değerleri verdiğini; iyi bir iç tutarlılığa ve yapı geçerliliğine (Cronbach's $\alpha = ,86$) sahip olduğunu bildirmişlerdir. Ölçek Türkçeye Koç ve arkadaşları (Koç vd., 2018) tarafından uyarlanmıştır. Türkçe formuna ilişkin uyum indeksi değerlerinin 8 maddeli ve tek boyutlu ölçme modelinin yeterli olduğunu göstermiştir. Ölçeğin maddelerin yol katsayıları faktör yükleri ,52 ile ,80 arasında değişmektedir. Kısa Can Sıkıntısı Eğilimi Ölçeği yaşam doyumu (-.48) ve öznel mutluluk (-.50) negatif ilişkili bulunmuştur. Kısa Can Sıkıntısı Eğilimi Ölçeği'nin Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı ,86 olarak hesaplanmıştır. Güner ve arkadaşlarının (2021) araştırmasında ise ölçek güvenilirliği ,91 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada ölçeğin güvenilirlik katsayısı ,788 olarak tespit edilmiştir.

Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (BSNAS): Temelde Bergen Facebook Bağımlılığı Ölçeğinin (BFAS) (C. S. Andreassen vd., 2012) bir uyarlaması olan Andreassen ve arkadaşları (2016) tarafından ortaya konulan bu ölçek temel bağımlılık unsurlarını (çatışma, belirginlik, ruh hali değişikliği, geri çekilme, tolerans ve nüksetme) yansıtan altı madde içermektedir (M. Griffiths, 2005). Her bir soru çok nadiren (1) ile çok sık (5) arasında değişen 5'li Likert ölçeğine göre yanıtlanmakta; böylece geçen zamandaki deneyimlerle ilgili olarak 6 ila 30 arasında bir bileşik puan elde edilmektedir (örneğin, "Geçenlerde ne sıklıkla sosyal medya kullanımını azaltmaya çalıştınız ama başarılı olamadınız?"). BFAS için tek faktörlü bir çözüm bulunmuştur (Andreassen vd., 2012). Uyarlama, "Facebook" kelimesinin sadece "sosyal medya" ile değiştirilmesini ve katılımcılara verilen talimatlarda sosyal medyanın "Facebook, Twitter, Instagram ve benzerleri" olarak tanımlanmasını içermektedir. BSNAS birçok dile çevrilmiş ve çalışmalarda kabul edilebilir psikometrik özellikler göstermiştir. Yazarlar BSNAS'ın iç tutarlılığı iyi düzeyde (Cronbach Alpha= 0,88) olduğunu tespit etmişlerdir (Andreassen vd., 2016). Ölçeğin Türkçe uyarlaması ise Demirci (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. Altı farklı örneklem grubundan elde edilen veriler ışığında ölçeğin iç güvenilirlik katsayısı 0,83 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha değeri ise ,763 olarak ön plana çıkmaktadır.

Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeği (SMFS): Kullanıcılarının bunalmış hissetmeleri nedeniyle sosyal medyadan uzaklaşma eğilimlerini belirlemek üzere Zhang ve arkadaşları (2021) tarafından geliştirilen ölçeğin ön versiyonunda 24 madde bulunmaktadır. Her madde yedi puanlık bir ölçekte derecelendirilmiştir (1= Kesinlikle katılmıyorum, 7= Tamamen katılıyorum). Daha sonra hem AFA (N= 509) hem de DFA (N = 552) ile güvenilirlik ve geçerlilik analizi (N= 508) yapılmış ve son olarak 15 maddelik bir SMFS geliştirilmiş; SMFS'nin üç boyutlu yapısı (bilişsel-davranışsal-duygusal) ortaya konulmuştur. SMFS için McDonald's Omega katsayıları 0,83 bulunmuştur (Zhang vd., 2021). Ölçüm aracının Türkçe literatüre kazandırılması/uyarlanması bu araştırmanın yazarları

tarafından yapılmıştır. Öncelikle dil geçerliliği açısından ölçeğin Türkçe ve İngilizce versiyonu, alanında uzman 4 kişiye uygulanmış ve dil geçerliliğinin sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı 0,78 olarak hesaplanmıştır.

5.4. Araştırma Verileri Üzerinde Uygulanan Analizler ve Testler

Bu saha araştırmasının verileri, 2 Ocak 2024- 15 Ocak 2024 tarihleri arasında katılımcılarla yüz yüze görüşme yoluyla toplanmıştır. Araştırma verileri üzerinde; betimleyici istatistik analizleri, ölçeklerin yapı geçerliliği için Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçüm araçları arasındaki ilişkiyi analiz etmek için Korelasyon Analizi ve değişkenlerin birbiri üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak için Yol Analizi gerçekleştirilmiştir.

6. Bulgular ve Yorum

Çalışmada kullanılan ölçüm araçlarının güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, tanımlayıcı/ betimleyici analizleri, Korelasyon (İlişki) Analizleri ve ölçeklerin birbiri üzerindeki etkilerine ilişkin analizler bu başlık altında ele alınmıştır.

6.1. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Güvenilirlik analizi sonuçları incelendiğinde Kısa Can Sıkıntısı Ölçeği için Cronbach's $\alpha = ,78$; Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği için ,76 ve Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeği için ,78 değerleri ortaya çıkmaktadır. Araştırma modelinde yer alan üç ölçek için de güvenilirlik katsayısı oldukça tatmin edicidir (Kayış, 2018; Weissinger & Bandalos, 1995).

Tablo 1. Can Sıkıntısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeklerinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları (N=412)

Ölçekler	Ölçek Maddeleri	Cronbach Alph	CR	AVE
CS Ölçeği	8	0,788	0,847	0,513
SMB Ölçeği	6	0,763	0,838	0,467
SMY Ölçeği	15	0,785	0,919	0,539

CS= Can Sıkıntısı, SMB= Sosyal Medya Bağımlılığı; SMY= Sosyal Medya Yorgunluğu

Ölçeklerin güvenilirliğinin tespit edilmesinde kullanılan unsurlar arasında yer alan bileşik güvenilirlik (CR) ve ortalama varyans (AVE) değerleri ölçek yakınsak geçerliliği için yapılmaktadır. CR ve AVE değerlerine ilişkin literatüre bakıldığında CR değerinin 0,70 üzerinde, AVE değerinin ise 0,50'nin üzerinde olması gerekliliğinin altı çizilmektedir (Byrne, 2016; Eskiler & Altunışık, 2017; Fornell & Larcker, 1981). Yine literatürde bileşik güvenilirğin 0,60'dan yüksek olduğu durumlarda ortalama varyansın 0,50'den düşük olmasının yakınsak geçerliliği sağladığı üzerinde görüş birliği vardır (Hair vd., 2010). Buna göre, çalışmada kullanılan CS ölçeğinin CR değeri 0,847, AVE değeri 0,513; SMB ölçeğinin CR değeri 0,838, AVE değeri 0,467; SMY ölçeğinin CR değeri 0,919, AVE değeri 0,539 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlar araştırmada kullanılan ölçeklerin CR ve AVE değerlerinin ve ölçek güvenilirliği olan Cronbach's Alpha değerlerinin analiz yapılmaya uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Can Sıkıntısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeklerinin DFA Sonuçları (N=412)

Ölçekler	$\Delta\chi^2$	df	$\Delta\chi^2/df$	p	RMSEA	GFI	CFI	SRMR
CS Ölçeği	34,100	20	1,705	,025**	,041	,980	,980	,030
SMB Ölçeği	12,165	9	1,352	,204*	,029	,990	,994	,026
SMY Ölçeği	209,660	87	2,410	,000***	,059	,936	,901	,060

Not: *p değerinin ,05'den büyük olması modelin istatistiksel olarak uyumsuz ya da geçersiz olduğu anlamına gelmemektedir (Barrett, 2007; Hu & Bentler, 1999; Orcan, 2018; Yaşlıoğlu, 2017). **p<,05; ***p<,001

DFA analizinde ilgili modellerde; χ^2/df , RMSEA, GFI, CFI ve SRMR değerlerinin çoğunlukla yorumlanmaktadır. χ^2/df 'nin 5'ten küçük olmasının, ki-kare testinin p değerinin ,05'den yüksek, GFI'nın ,95 ve CFI'nın ,95 yüksek; RMSEA'nın ,06 ve SRMR'nin ,08 düşük olması DFA modelinin/verilerin iyi uyum değerine sahip olduğuna işaret etmektedir (Barrett, 2007; Hu & Bentler, 1999; Orcan, 2018; Yaşlıoğlu, 2017). Araştırma içinde kullanılan CS, SMB ve SMY ölçeklerinin yapıların doğruluğu DFA ile test edilmiştir. Buna göre ölçeklerin tek boyutlu olduğu ve uyum değerlerinin kabul edilen değerlere sahip olduğu görülmektedir (Hooper vd., 2008; Meydan & Şeşen, 2011; Simon vd., 2010). Buna göre ölçüm araçlarının aldığı değerlerle bu çalışma için yapılarının doğrulandığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

6.2. Ölçeklerin Betimleyici İstatistikleri ve Korelasyon Analizi

Örneklemdaki kişilerin can sıkıntısı seviyelerini ölçümlemek için araştırmada kullanılan 8 maddeli CS ölçeğinin ifadeleri toplanıp tek değişken haline getirilmiştir. Yapılan betimleyici/tanımlayıcı analiz sonucunda araştırmaya katılanlar CS ölçeğine en düşük 8, en yüksek 54 puan verdikleri ve katılımcıların can sıkıntısı seviyelerinin ortalama 28,05 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Can Sıkıntısı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medya Yorgunluğuna İlişkin Analiz Sonuçları (N=412)

Ölç.	Betimsel İstatistikler				Kurtosis	Korelasyon Analizi		
	En az	En çok	$\bar{X}$	Skewness		CS	SMB	SMY
1. CS	8	54	28,058	,195	-,268	-	,423**	,397**
2. SMB	6	30	17,949	-,059	-,251		-	,203**
3. SMY	16	84	49,235	-,040	-,473			-

**p<,01

Örneklemdaki kişilerin can sıkıntısı, sosyal medya bağımlılık ve sosyal medya yorgunluk seviyelerini ölçümlemek için araştırmada kullanılan CS, SMB ve SMY ölçekleri ifadeleri kendi içinde birleştirilip tek bir değişken haline getirilmiştir. Buna göre katılımcılar; CS ölçeğine en az 8, en çok 54 puan verdikleri ve katılımcıların can sıkıntısı seviyelerinin ortalama 28,05 olduğu; SMB ölçeğine en az 6, en çok 30 puan verdikleri ve katılımcıların ortalama bağımlılık düzeylerinin 17,94 olduğu; SMY ölçeğine en az 16, en çok 84 puan verdikleri ve katılımcıların ortalama sosyal medya yorgunluk düzeylerinin 49,23 olduğu analiz edilmiştir.

Ölçek verileri üzerinde uygulanacak testleri belirlemek için yapılan normallik analizi yapılmıştır. Analize göre, CS Skewness (Çarpıklık) değeri ,195 ve Kurtosis (Basıklık) değeri -,268; SMB ölçeğinin Skewness değeri -,059 ve Kurtosis değeri -,251; SMY ölçeğinin Skewness değeri -,040 ve Kurtosis değeri -,473 olarak bulunmuştur. Verilerin normalliği sağladığını gösteren istatistiki değer +1 ile -1 arasında bulunması gerekliliğinin altı

çizilmektedir (Tabachnick & Fidell, 2013). Buna göre araştırma verilerinin normal dağılım kriterini sağladığı söylenebilir.

Tablo 3'te yer alan bir diğer önemli analizi oluşturan Korelasyon Analizi CS, SMB ve SMY ölçekleri arasındaki ilişkiyi, ilişkinin yönü ve gücünü belirlemek için yapılmıştır. Sonuçlara göre, CS ile SMB arasında istatistiksel olarak orta düzeyde pozitif anlamlı ilişki ($r=,423$; $p<,01$); CS ile SMY arasında pozitif anlamlı ilişki ($r=,397$; $p<,01$) olduğu analiz edilmiştir. Yine örnekleme yer alan öğrencilerin SMB ile SMY arasında pozitif yönde anlamlı ilişkinin varlığı ($r=,203$; $p<,01$) ortaya çıkmıştır. Buna göre, öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça, sosyal medya yorgunluk düzeylerinde de artış meydana geldiği söylenebilir.

6.3. Sosyal Medya Kullanım Örüntüleri

Betimleyici istatistik sonuçları günlük en az 15, en çok 870 dakika sosyal medya kullanan kişilerle görüşüldüğünü ortaya koymaktadır. Katılımcıların günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri yaklaşık 223 dakikadır. Örnekleme yer alan kişilerin cinsiyetine göre günlük sosyal medya kullanım süreleri anlamlı farklılık oluşturmamaktadır ($t_{(410)} = 1,52$; $p>,05$). Hem erkekler ($\bar{X}= 233,10$) hem de kadınlar ($\bar{X}= 213,77$) günlük sosyal medya kullanım süresi açısından birbirlerine yakın değerler taşımaktadır.

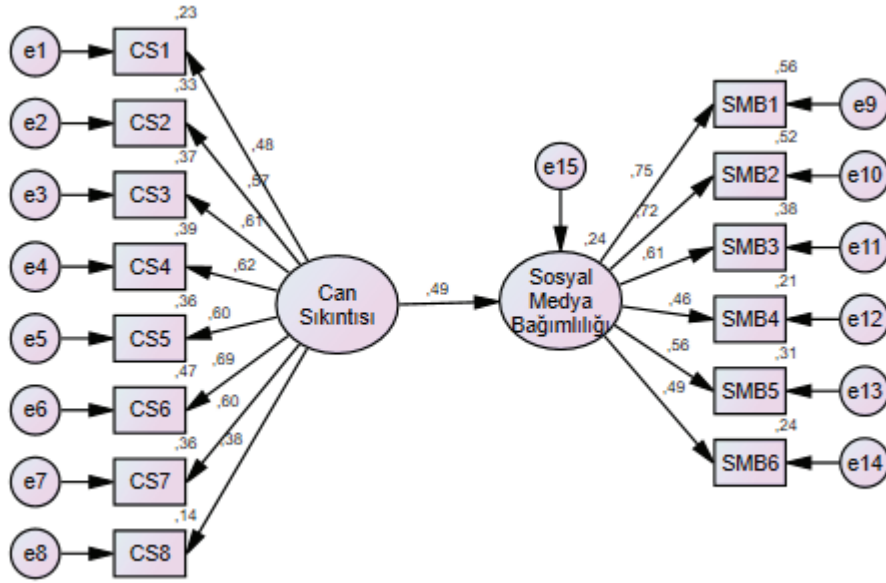
Tablo 4. Günlük Ortalama Sosyal Medya Kullanım Süresi Betimleyici İstatistiği (N=412)

	Min.	Max.	$\bar{X}$	SD.
Süre	15,00	870,00	222,64	124,981

Sosyal medya kullanım araçları içerisinde üniversite öğrencilerinin en sık kullandıkları araçlar sırasıyla WhatsApp ($\bar{X}= 4,57$), Instagram ($\bar{X}= 4,33$), YouTube'dır ($\bar{X}= 4,00$). Bu araştırmanın örnekleme X ($\bar{X}= 2,86$), TikTok ($\bar{X}= 2,11$), Telegram ($\bar{X}= 2,02$) ve Facebook'u ($\bar{X}= 1,63$) daha az kullanmaktadır.

Araştırma sorularına cevap verenlerin cinsiyetine göre YouTube ($t_{(410)} = 3,75$; $p<,001$), Facebook ($t_{(408)} = 6,60$; $p<,001$) ve Telegram ($t_{(409)} = 4,33$; $p<,001$) kullanım sıklığı anlamlı farklılık göstermektedir. Erkekler, kadınlara nazaran YouTube, Facebook ve Telegram kullanımı açısından daha yüksek ortalamaya sahiptir.

6.4. Etki Analizleri



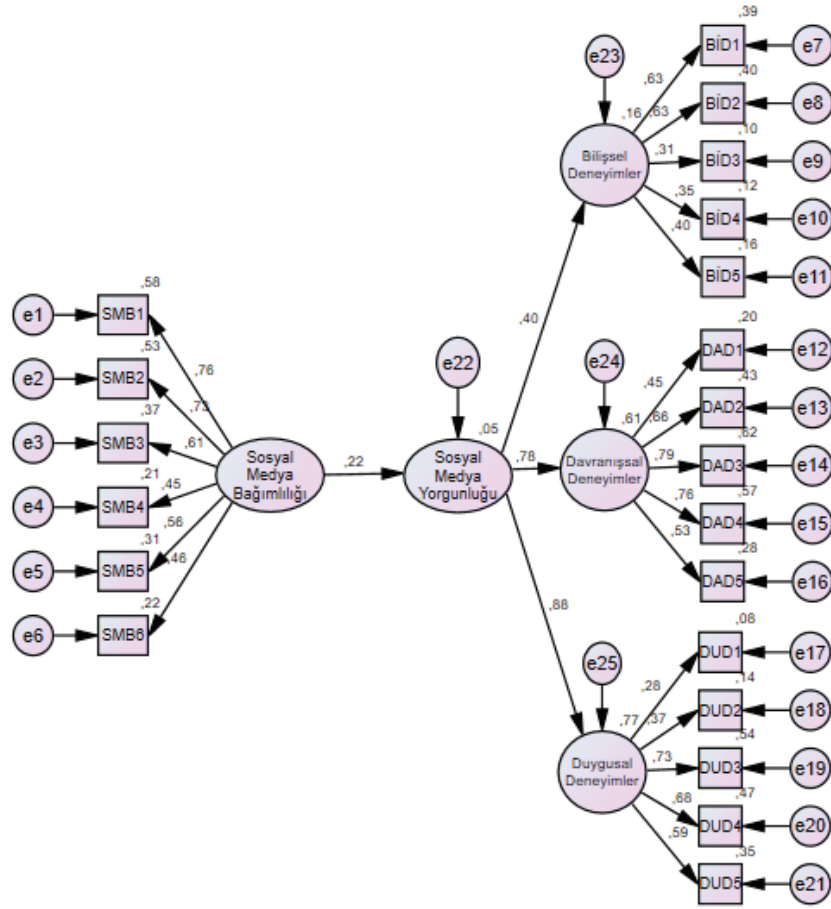
Şekil 2. CS'nin SMB'ye Etkisi Yol Analizi Diyagramı

Tablo 5. Can Sıkıntısının Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisi

Etki	β	SH	t	p	Sonuç
CS → SMB	0,492	0,075	6,368	,000	Kabul edildi.
Uyum İndeksleri $\chi^2/df= 1,621$; RMSEA= 0,039; GFI= 0,959; CFI= 0,964; SRMR= 0,047					

Yol analizi sonucunda araştırmanın değişkenleri arasında yer alan CS değişkeninin SMB değişkeni üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisi bulunmaktadır ($\beta = ,492$; $p < ,001$). Katılımcıların can sıkıntısı düzeyleri üzerinde meydana gelen bir birimlik artış, SMB değişkeni üzerinde 0,49'luk artışa yol açmaktadır. Tahmini β değeri üzerinden artışın pozitif yönlü olduğunun sunulduğu modelde, uyum iyiliği değerleri ise kabul edilebilir düzeydedir (Hooper vd., 2008; Meydan & Şeşen, 2011; Simon vd., 2010). Tablo 5'te yer alan değerler araştırma hipotezlerinden 1'in doğrulamaktadır.

İkinci modelde Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin, Sosyal Medya Yorgunluğu üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda sosyal medya bağımlılığının, sosyal medya yorgunluğu üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisinin olduğu bulunmuştur ($\beta = ,220$; $p < ,001$). Bir başka anlatımla sosyal medya bağımlılığındaki bir birimlik artış, sosyal medya yorgunluğu üzerinde 0,220'lik bir artışa neden olmaktadır. Tahmini β değeri üzerinden artışın pozitif yönlü olduğu ortaya konulmaktadır. Bu sonuç **Hipotez 2**'yi doğrulamaktadır.

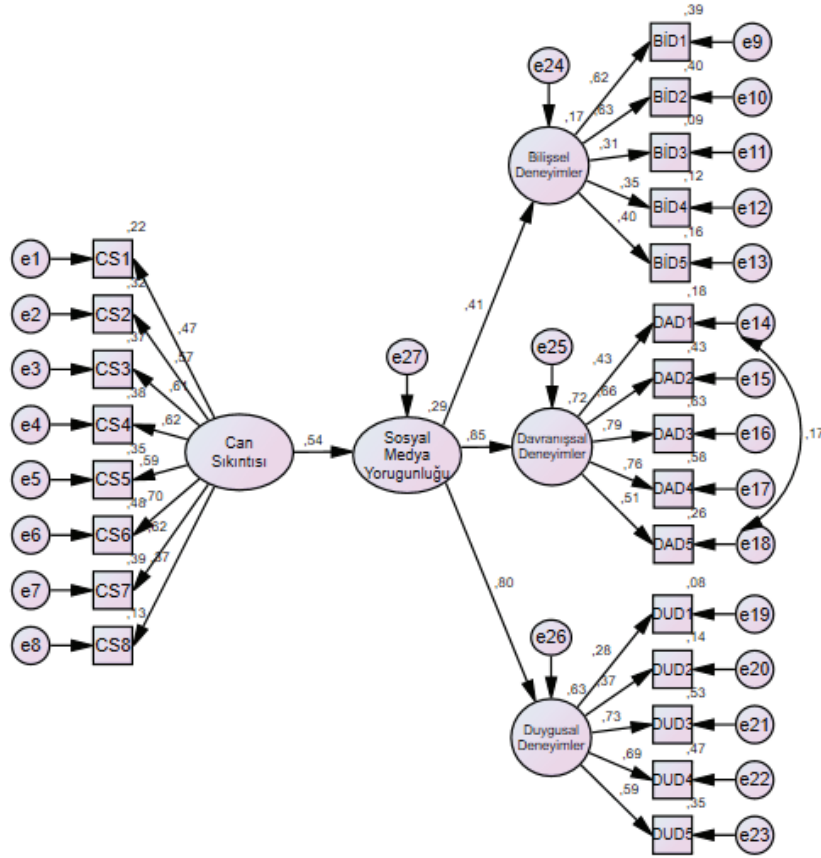


Şekil 3. SMB'nin SMY'ye Etkisi Yol Analizi Diyagramı

Tablo 6. Sosyal Medya Bağımlılığının Sosyal Medya Yorgunluğu Üzerindeki Etkisine İlişkin Yol Analizi Sonuçları

Etki	β	SH	t	p	Sonuç
SMB → SMY	0,220	0,038	2,825	,005	Kabul edildi.
Uyum İndeksleri $X^2/df= 2,123$; RMSEA= 0,052; GFI= 0,917; CFI= 0,889; SRMR= 0,063					

Son olarak üniversite öğrencilerinin can sıkıntısı düzeylerinin sosyal medya yorgunluğu üzerindeki etkisi de Yol Analizi ile incelenmiş ve ulaşılan analiz sonuçlara Şekil 4 ve Tablo 7'de yer verilmiştir.



Şekil 4. CS'nin SMY'ye Etkisi Yol Analizi Diyagramı

Tablo 7. Can Sıkıntısının Sosyal Medya Yorgunluğu Üzerindeki Etkisine İlişkin Yol Analizi Sonuçları

Etki	β	SH	t	p	Sonuç
CS → SMY	0,547	0,064	4,201	,000	Kabul edildi.
Uyum İndeksleri $\chi^2/df= 1,918$; RMSEA= 0,047; GFI= 0,917; CFI= 0,901; SRMR= 0,055					

Analiz sonucunda can sıkıntısının, sosyal medya yorgunluğu üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi bulunmaktadır ($\beta = ,547$; $p < ,001$). Bu sonuç katılımcıların can sıkıntısı seviyeleri üzerindeki bir birimlik artışın, sosyal medya yorgunluğu üzerinde 0,547'lik bir artışa neden olduğunu ifade etmektedir. β değeri üzerinden etkinin pozitif yönlü olduğu bilinmektedir. Modelde bağımlı değişkeni oluşturan sosyal Medya Yorgunluğu Ölçeğindeki e14 ile e18 maddeleri arasında iyileştirme yapılmıştır. Bu sonuçlar **Hipotez 3'**ün doğrulandığını göstermektedir.

Sonuç

Bugünün dijital olarak bağlı dünyasında, sıkıntıyı hafifletmek için en yaygın tercihlerden biri sosyal medya kullanmaktır. Sosyal medyanın sağladığı iletişim ve bilgi avantajları göz önüne alındığında, bu doğal bir tercihtir. Ancak, "*her şeyde olduğu gibi, her şeyin fazlası zararlıdır*" sözü hala geçerlidir. Kullanıcılar sıkıntıyı gidermek için sosyal medyaya yöneldiklerinde, platformu aşırı kullanarak aşırı yüklenmeye neden olabilirler, bu da tükenmişliğe yol açabilir. Bu tükenmişlik, kullanıcının platforma olan ilgisini kaybetmesine veya artık sıkıntıyı giderme konusunda eskisi kadar cazip gelmemesine yol açabilir (Whelan vd., 2020, s. 881). İşte söz konusu bakış açısından yola çıkılarak

yürütülen bu araştırmada; can sıkıntısı, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya yorgunluğu arasındaki ilişki mercek altına alınmıştır.

Çalışmada öncelikli olarak katılımcıların sosyal medya kullanım örüntüleri incelenmiştir. Araştırma sorularına cevap verenlerin günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri yaklaşık 223 dakikadır. Örneklemdaki kişilerin cinsiyetine göre günlük sosyal medya kullanım süreleri anlamlı farklılık oluşturmamaktadır. Hem erkekler hem de kadınlar günlük sosyal medya kullanım süresi açısından birbirlerine yakın değerler taşımaktadır. Sosyal medya platformları arasında üniversite öğrencilerinin en sık kullandıkları araçlar sırasıyla WhatsApp, Instagram ve YouTube'dır. TikTok, Telegram ve Facebook daha az kullanılan sosyal medya platformları olarak dikkat çekmektedir. Çalışmada üniversite öğrencilerinin cinsiyetine göre YouTube, Facebook ve Telegram kullanım sıklığının anlamlı farklılık taşıdığı belirlenmiştir. Erkekler, kadınlara nazaran YouTube, Facebook ve Telegram kullanımı açısından daha yüksek ortalamaya sahiptir.

Bu araştırmada can sıkıntısının, sosyal medya bağımlılığı üzerindeki pozitif anlamlı etkisi ortaya konulmuştur. Bilindiği gibi sosyal medya neredeyse sınırsız bir deneyimi kullanıcıya sağlamaktadır. Sosyal medya kullanımının bireylerin hayatlarında kolaylık sağlamakla birlikte, birçok soruna da neden olduğunu bilinmektedir. Araştırmalar, boş zaman sıkıntısının cep telefonu, internet ve dijital oyun bağımlılığında önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Bozacı, 2020; Cannito vd., 2023; Chou vd., 2018; Leung, 2008; Öz & Ari, 2023; Zhou & Leung, 2012). Yine yapılan çalışmalarda boş zaman sıkıntısı arttıkça, sosyal medya bağımlılığının arttığı vurgulanmaktadır (Allahverdi, 2022; Ayhan vd., 2021; Kara vd., 2023; Ugurlu, 2023). Bu bağlamda, sosyal medyanın can sıkıntısı algısını aşmak için daha fazla olanak sağlayacağı, ancak aşırı sosyal medya kullanımının da zaman içinde tatminsizlik yaratabileceği söylenebilir. Özetle, can sıkıntısı algısının "optimal uyarılma" sağlandıkça, bağımlılığı tetikleyebileceği düşünülmektedir (Kara vd., 2023).

Çalışmada sosyal medya bağımlılığının, sosyal medya yorgunluğu üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisi tespit edilmiştir. Ortaya çıkan bu bulgular, aşırı sosyal medyaya yüklenmenin sosyal medya yorgunluğu üzerinde etkili olduğunu savunan literatürle (Acar & Gülnar, 2023; Cao & Sun, 2018; Guo vd., 2020; Han, 2018; Lee vd., 2016; J. Lin vd., 2020; C. Liu & Ma, 2020; Maier vd., 2015; Xiao & Mou, 2019) benzerlik göstermektedir. Bu durum sosyal medyayı aşırı kullanan bireylerde sosyal medya yorgunluğunun yaşanma durumunun daha yüksek olduğuna işaret edilmektedir (Zhang vd., 2016; Zhu vd., 2023).

Sosyal medya bağımlılığının en önemli sonuçlarından biri de bireylerin ruh sağlığıdır. Sosyal medya kullanımı bağımlılık seviyesine ulaştığında, sağlıklı bir başa çıkma yöntemi olmaktan ziyade stres yaratabilir ve ruh sağlığını olumsuz yönde etkileyebilir. Bunun nedeni, sosyal medya bağımlılığının sosyal medya yorgunluğunu tetiklemesi ve bunun sonucunda bireylerin anksiyete ve depresyon yaşayabilmesidir (Dhir vd., 2018). Bu haliyle aşırı sosyal medya kullanımının, kullanıcıların bilişsel performanslarını olumsuz etkilemesi ve sosyal medya yorgunluğuna yol açması muhtemeldir. Yine sosyal medya kullanımını zihinsel ve fiziksel yorgunluk durumunda gerçekleştirmek, sosyal medyanın olumsuz etkilerini potansiyel olarak artırabilir. Yorgunluk halinde insanlar, örneğin, manipülasyona daha duyarlı olabilir ve yanlış bilgilere karşı daha hassas hale gelebilir; çünkü eleştirel düşünme becerileri zayıflar. Ayrıca, yorgunluk durumunda büyük miktarda

bilgiyi kavrayabilme ve işleyebilme yeteneği sınırlı olabilir ve bu da kullanıcıların sağlığı için önemli olan alanlarda yanlış akıl yürütme ve hatalı sonuçlara yol açabilir (Alfasi, 2022).

Toplumda sosyal medya kullanımı arttıkça, kullanıcılar olumsuz etkilere kıyasla daha fazla olumlu fayda elde etmeli ve sosyal medya sağlayıcıları da kullanıcıların bu faydaları elde etmelerine yardımcı olacak anlamlı özellikler yaratma konusunda daha dikkatli olmalıdır. Bu nedenle, sosyal medya yorgunluğunu ve sosyal medyayı bırakma olasılığını önlemek için, kullanıcılar zaman aralığı belirleyerek veya sosyal medya platformunda bulunan araçlar aracılığıyla bilgiyi filtreleyerek bilgi alımlarını sınırlandırmaya çalışmalıdır. Bu durum aslında bilgiye boğulmayı önlemeye yardımcı olacaktır. Benzer şekilde, sosyal medya sağlayıcıları da çok fazla bilgiye sahip olan kullanıcıları bombardımana tutmaktan kaçınmalı ve kullanıcıların bilgi alımlarını kontrol etmelerini sağlayacak özellikler geliştirmeye devam etmelidir. Buna ek olarak, can sıkıntısını ve daha fazla depresif dönemi önlemek için, kullanıcılar çevrimdışı etkileşime daha fazla zaman ayırmalı, yeni hobiler bulmalı ve duygusal olarak bunalmayı önlemek ve sosyal medya kullanımına aşırı düşkünlüğe yol açmayacak sağlıklı bir başa çıkma mekanizmasına sahip olmak için ara sıra sosyal medya detoksu yapmalıdır (Luhur vd., 2023).

Bir başka noktada can sıkıntısı sosyal medya yorgunluğu üzerinde etkili olduğu bu çalışmanın ulaştığı bir diğer önemli bulgudur. Bilindiği can sıkıntısı eğilimi içindeki bir bireyin dikkati oldukça dağınıktır ve birincil görevler (iş görevleri gibi) üzerinde çalışması gereken süre boyunca, ikincil görevlerle meşgul olma olasılığı daha yüksektir. Birey daha faydacı ve eğlenceli olmayan görevleri yerine getirirken, sosyal medya kullanımı gibi daha keyifli ve hedonik bir şeyler yapmak için bilişsel bir çekim olacaktır. Özünde, sosyal medyayı iletişim için kullanmak eğlenceliyken, bilgiyi işlemek için kullanmak bir iştir. Bu nedenle, sosyal medya iletişimi tarafından aşırı yüklenen insanlar muhtemelen sosyal medyayı hedonik amaçlarla daha çok kullanıyor olabilirler (Whelan vd., 2020). Bu haliyle can sıkıntısının etkisini destekleyen eğlence arayışı ve boş zamanları değerlendirme, çeşitli sosyal medya platformlarında kullanımın güçlü belirleyicileridir (Ku vd., 2013; Whiting & Williams, 2013). Son yıllarda yapılan bazı araştırmalar da insanların sosyal medyayı bilgiye maruz kalmak için değil, başkalarıyla kurdukları sosyal etkileşimler için yoğun bir şekilde kullandıklarını göstermektedir (Dhir vd., 2018; Dhir & Tsai, 2017). Söz konusu motivasyonlar ışığında sosyal medyaya yönelen bireylerin kullanım süresi arttıkça, sosyal medya yorgunluğu ile karşı karşıya kalabilmektedir. Öyle ki, kullanıcılar can sıkıntısıyla mücadele etmek için sosyal medyaya yöneldiğinde, platformu aşırı yüklenerek yorgunluğa yol açacak kadar aşırı kullanıyor olabilirler. Bu yorgunluk, kullanıcının platforma olan ilgisini kaybetmesine neden olabilir ya da can sıkıntısını gidermek için eskisi kadar cazip gelmeyebilir. Her iki durumda da can sıkıntısına yatkın bireylerin sosyal medyanın olumlu faydalarını kaçırmamaları için, sınırlarının farkında olmaları ve aşırı yüklenme belirtilerini fark etmeleri gerekmektedir (Whelan vd., 2020).

Sonuç olarak üniversite öğrencileri gibi toplumun genç ve dinamik kesimi arasından seçilen bir örneklem üzerinde yürütülen bu araştırmada; can sıkıntısı, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya yorgunluğu arasındaki ilişki incelenmiştir. Üniversite öğrencileri, toplumsal yaşamda sosyal medyayı en yoğun şekilde kullanan kesim olmasına rağmen, gelecekteki araştırmaların, sosyal medya yorgunluğu ile sosyal medya bağımlılığı ve can sıkıntısı arasındaki ilişkinin, toplumun farklı kesimlerinde bulunup bulunmadığını keşfetmesi, literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Ayrıca, mevcut çalışma sosyal medya yorgunluğu ve bağımlılığı arasındaki ilişkiyi, sosyal medyanın geneli üzerinden

incelemiştir. Bununla birlikte gelecekteki araştırmalarda, görsel tabanlı sosyal ağlar (örneğin, Facebook, Instagram ve TikTok) veya kısa metin tabanlı sosyal medya (örneğin, X) gibi diğer platformların farklı özelliklerinin, sosyal medya yorgunluğu ve bağımlılık üzerindeki etkinliği mercek altına alınabilir. Yine narsisizm, öznel iyi oluş, yaşam doyumu ve yalnızlık gibi psikolojik özelliklerin sosyal medya yorgunluğu üzerindeki etkisinde, sosyal medya bağımlılığının aracılık rolünün bulunup bulunmadığı, cevap bekleyen sorular arasında yer almaktadır.

Kaynakça

- Acar, N., & Gülnar, B. (2023). A field study on the causes and psycho-social consequences of social network fatigue: The Case of Turkey. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 13(71), 429-440. https://doi.org/10.17066/tpdrd.1250705_2
- Alfasi, Y. (2022). Attachment style and social media fatigue: The role of usage-related stressors, self-esteem, and self-concept clarity. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 16(2). <https://doi.org/10.5817/CP2022-2-2>
- Allahverdi, D. F. Z. (2022). Trait boredom and perceived social media addiction relationship. *Journal of Positive School Psychology*, 6(2), Article 2.
- Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction—an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252-262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501-517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Aquino, A. P. S., & Joseph Kimong, P. (2022). Boredom and distress tolerance on problematic internet use among public university students. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(5), e001477. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i5.1477>
- Ayhan, C., Baba Kaya, H., Yalçın, İ., & Karakaş, G. (2021). The mediating effect of social media addiction on the relationship between leisure boredom and loneliness: *Journal of Human Sciences*, 18(4), 749-759. <https://doi.org/10.14687/jhs.v18i4.6261>
- Bai, J., Mo, K., Peng, Y., Hao, W., Qu, Y., Lei, X., & Yang, Y. (2021). The relationship between the use of mobile social media and subjective well-being: The mediating effect of boredom proneness. *Frontiers in Psychology*, 11, 568492. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.568492>
- Balcı, A. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler*. Pegem Akademi Yayıncılık.

- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: "Üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.500860>
- Balcı, Ş., Bekiroğlu, O., & Karaman, S. Y. (2019). Sosyal Medya bağımlılığının bir belirleyicisi olarak öz saygı: Konya örneğinde bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 48, 35-64.
- Balcı, Ş., & Sarıtaş, H. (2023). Sosyal kaygı düzeyi ile dijital bağımlılık arasındaki ilişkide kullanım süresinin aracılık rolü: Üniversite gençliği üzerine bir inceleme. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 1181-1199. <https://doi.org/10.11616/asbi.1269668>
- Balcı, Ş., & Yeles Karaman, S. (2020). Social media usage, self-presentation, narcissism, and self-esteem as predictors of Instagram addiction: An intercultural comparison. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1213-1239. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.719895>
- Barrett, P. (2007). Structural equation modelling: Adjusting model fit. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 815-824. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2006.09.018>
- Bautista, R. A. L., Demanawa, M. L. S., Pedrigosa, J. L. D., & Culajara, C. L. B. (2024). Boredom proneness and social media usage of college students. *American Journal of Human Psychology*, 2(1), 121-131. <https://doi.org/10.54536/ajhp.v2i1.2825>
- Bench, S., & Lench, H. (2013). On the function of boredom. *Behavioral Sciences*, 3(3), 459-472. <https://doi.org/10.3390/bs3030459>
- Bozacı, I. (2020). The effect of boredom proneness on smartphone addiction and impulse purchasing: A field study with young consumers in Turkey. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 509-517. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO7.509>
- Butler, E. K. (2017). *Connected, but Disconnected: Social Media as a Distraction from Boredom*. https://illustro-iadt.figshare.com/articles/thesis/Connected_but_Disconnected_Social_Media_as_a_Distraction_from_Boredom/27236205?file=49814952
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with Amos: Basic concepts, applications, and programming* (Third edition). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Camerini, A.-L., Morlino, S., & Marciano, L. (2023). Boredom and digital media use: A systematic review and meta-analysis. *Computers in Human Behavior Reports*, 11, 100313. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2023.100313>
- Cannito, L., Ceccato, I., Annunzi, E., Bortolotti, A., D'Intino, E., Palumbo, R., D'Addario, C., Di Domenico, A., & Palumbo, R. (2023). Bored with boredom? Trait boredom predicts internet addiction through the mediating role of attentional bias toward social networks. *Frontiers in Human Neuroscience*, 17, 1179142. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2023.1179142>
- Cao, X., & Sun, J. (2018). Exploring the effect of overload on the discontinuous intention of social media users: An S-O-R perspective. *Computers in Human Behavior*, 81, 10-18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.035>
- Casale, S. (2020). Problematic social media use: Conceptualization, assessment and trends in scientific literature. *Addictive Behaviors Reports*, 12, 100281. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100281>

- Catedrilla, J., Limpin, L., Ebarido, R., Cuesta, J. de la, Ching, M. R., Leano, C., & Trapero, H. A. (2020). *Loneliness, Boredom and Information Anxiety on Problematic Use of Social Media during the COVID-19 Pandemic*. 2. https://www.researchgate.net/publication/346213158_Loneliness_Boredom_and_Information_Anxiety_on_Problematic_Use_of_Social_Media_during_the_COVID-19_Pandemic
- Chou, W., Chang, Y., & Yen, C. (2018). Boredom proneness and its correlation with Internet addiction and Internet activities in adolescents with attention-deficit/hyperactivity disorder. *The Kaohsiung Journal of Medical Sciences*, 34(8), 467-474. <https://doi.org/10.1016/j.kjms.2018.01.016>
- Chruszczewski, M. H. (2020). Boredom and its typologies. *Kultura-Społeczeństwo-Edukacja*, 17(1). <https://doi.org/10.14746/kse.2020.17.10.2>
- Creswell, J. W. (2016). *Araştırma deseni nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. Eğiten Kitap.
- Demirci, İ. (2019). The adaptation of the Bergen social media addiction Scale to Turkish and the evaluation its relationships with depression and anxiety symptoms. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 0, 1. <https://doi.org/10.5455/apd.41585>
- Dhir, A., & Tsai, C.-C. (2017). Understanding the relationship between intensity and gratifications of Facebook use among adolescents and young adults. *Telematics and Informatics*, 34(4), 350-364. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.017>
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing- A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141-152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Donati, M. A., Beccari, C., & Primi, C. (2022). Boredom and problematic Facebook use in adolescents: What is the relationship considering trait or state boredom? *Addictive Behaviors*, 125, 107132. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.107132>
- Dora, J., Van Hooff, M., Geurts, S., Kompier, M., & Bijleveld, E. (2021). Fatigue, boredom and objectively measured smartphone use at work. *Royal Society Open Science*, 8(7), 201915. <https://doi.org/10.1098/rsos.201915>
- Eskiler, E., & Altunışık, R. (2017). Rol model alma davranışının pozitif sözlü iletişim ve satın alma niyeti üzerine etkisinde marka bağlılığının aracılık rolü. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(13), 687-696.
- Fisher, C. D. (1987). (PDF) *Boredom: Construct, Causes and Consequences*. https://www.researchgate.net/publication/235196139_Boredom_Construct_Causes_and_Consequences
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education* (8th ed). McGraw-Hill Humanities/Social Sciences/Languages.
- Frankl, V. E. (1992). *Man's search for meaning. An introduction to logotherapy*. Pocket Books. <https://antilogicalism.com/wp-content/uploads/2017/07/mans-search-for-meaning.pdf>

- Fu, S., Li, H., Liu, Y., Pirkkalainen, H., & Salo, M. (2020). Social media overload, exhaustion, and use discontinuance: Examining the effects of information overload, system feature overload, and social overload. *Information Processing & Management*, 57(6), 102307. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102307>
- Gay, L. R., & Mills, G. E. (2011). *Educational research: Competencies for analysis and applications*.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Griffiths, M. (2013). Social networking addiction: Emerging themes and issues. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 04(05). <https://doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118>
- Griffiths, M. D. (2020). The evolution of the 'components model of addiction' and the need for a confirmatory approach in conceptualizing behavioral addictions. *Dusunen Adam: The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*. <https://doi.org/10.14744/DAJPNS.2019.00027>
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction. In *Behavioral Addictions* (ss. 119-141). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-407724-9.00006-9>
- Guo, Y., Lu, Z., Kuang, H., & Wang, C. (2020). Information avoidance behavior on social network sites: Information irrelevance, overload, and the moderating role of time pressure. *International Journal of Information Management*, 52, 102067. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102067>
- Hair, J. F., Black, W. C., & Babin, B. J. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. Pearson Education.
- Han, B. (2018). Social media burnout: Definition, measurement instrument, and why we care. *Journal of Computer Information Systems*, 58(2), 122-130. <https://doi.org/10.1080/08874417.2016.1208064>
- Hebb, D. O., & Donderi, D. C. (2013). *Textbook of psychology (Psychology Revivals)* (0 bs). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781315819396>
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Published in the Electronic Journal of Business Research*, 6(1), 53-60. <https://doi.org/10.21427/D7CF7R>
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>

- Islam, A. K. M. N., Whelan, E., & Brooks, S. (2021). Does multitasking computer self-efficacy mitigate the impact of social media affordances on overload and fatigue among professionals? *Information Technology & People*, 34(5), 1439-1461. <https://doi.org/10.1108/ITP-10-2019-0548>
- Ji, Y., Liu, S., Xu, H., & Zhang, B. (2023). The Causes, Effects, and Interventions of Social Media Addiction. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 8, 897-903. <https://doi.org/10.54097/ehss.v8i.4378>
- Kara, F. M., Sarol, H., Gürbüz, B., & Gürkan, R. K. (2023). Boreout at the office: The role of leisure boredom in predicting job burnout and social media addiction. *Journal of Education and Recreation Patterns*, 4(2). <https://doi.org/10.53016/jerp.v4i2.178>
- Kayış, A. (2018). Güvenilirlik Analizi. İçinde *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım.
- Kılıç, A., Van Tilburg, W. A. P., & Igou, E. R. (2020). Risk-taking increases under boredom. *Journal of Behavioral Decision Making*, 33(3), 257-269. <https://doi.org/10.1002/bdm.2160>
- Koç, E., Ekşi, H., & Demirci, İ. (2018). Kısa can sıkıntısı eğilimi ölçeğinin psikometrik özelliklerinin incelenmesi. 1. *Uluslararası Eğitimde Yeni Arayışlar Kongresi*. İstanbul, 217-219.
- Ku, Y.-C., Chu, T.-H., & Tseng, C.-H. (2013). Gratifications for using CMC technologies: A comparison among SNS, IM, and e-mail. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 226-234. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.08.009>
- Kuss, D., & Griffiths, M. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Latham, G., & Locke, E. (1991). A Theory of Goal Setting and Task Performance. *Academy of Management Review*. https://www.academia.edu/26293602/A_Theory_of_Goal_Setting_and_Task_Performance
- Lee, A. R., Son, S.-M., & Kim, K. K. (2016). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior*, 55, 51-61. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.011>
- Leung, L. (2008). *Leisure boredom, sensation seeking, self-esteem, addiction*. 361-381.
- Lin, C.-H., Lin, S.-L., & Wu, C.-P. (2009). The effects of parental monitoring and leisure boredom on adolescents' Internet addiction. *Adolescence*, 44(176), 993-1004.
- Lin, J., Lin, S., Turel, O., & Xu, F. (2020). The buffering effect of flow experience on the relationship between overload and social media users' discontinuance intentions. *Telematics and Informatics*, 49, 101374. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101374>
- Lin, S., Tsai, K., Chen, M., & Koo, M. (2013). Association between fatigue and Internet addiction in female hospital nurses. *Journal of Advanced Nursing*, 69(2), 374-383. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2012.06016.x>

- Liu, C., & Ma, J. (2020). Social media addiction and burnout: The mediating roles of envy and social media use anxiety. *Current Psychology*, 39(6), 1883-1891. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9998-0>
- Liu, Y., & He, J. (2021). "Why are you running away from social media?" Analysis of the factors influencing social media fatigue: An empirical data study based on Chinese youth. *Frontiers in Psychology*, 12, 674641. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.674641>
- Luhur, C., Haqi Putri, I. S., & Pangaribuan, C. H. (2023). Mitigating social fatigue. *Business and Entrepreneurial Review*, 23(1), 93-110. <https://doi.org/10.25105/ber.v23i1.15486>
- Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2015). Giving too much social support: Social overload on social networking sites. *European Journal of Information Systems*, 24(5), 447-464. <https://doi.org/10.1057/ejis.2014.3>
- Mercer-Lynn, K. B., Bar, R. J., & Eastwood, J. D. (2014). Causes of boredom: The person, the situation, or both? *Personality and Individual Differences*, 56, 122-126. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2013.08.034>
- Meydan, C. H., & Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Detay Yayıncılık. <https://www.detayyayin.com.tr/urun/yapisal-esitlik-modellemesi-amos-uygulamaları>
- Nicola, N. (2022). Losing control: The effects of social media fatigue, privacy concerns and psychological reactance on social media advertising. *Losing Control*.
- Ohara, M. R. (2023). The Role of Social Media in Educational Communication Management. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 70-76. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i2.25>
- Orcan, F. (2018). Exploratory and confirmatory factor analysis: Which one to use first? *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 9(4), 414-421. <https://doi.org/10.21031/epod.394323>
- Orsolini, L., Longo, G., & Volpe, U. (2023). The mediatory role of the boredom and loneliness dimensions in the development of problematic internet use. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), 4446. <https://doi.org/10.3390/ijerph20054446>
- Öz, N. D., & Ari, A. (2023). Boredom and addiction: An exploratory view at university students' digital game playing processes. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 272-279. <https://doi.org/10.15314/tsed.1311614>
- Pawar, T., & Shah, J. (2019). The relationship between social media addiction, self-esteem, sensation seeking and boredom among college students. *Indian Journal of Mental Health*, 6(4), 333. <https://doi.org/10.30877/IJMH.6.4.2019.333-339>
- Poels, K., Rudnicki, K., & Vandebosch, H. (2022). The Media Psychology of Boredom and Mobile Media Use: Theoretical and Methodological Innovations. *Journal of Media Psychology*, 34(2), 113-125. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000340>
- Qin, C., Li, Y., Wang, T., Zhao, J., Tong, L., Yang, J., & Liu, Y. (2024). Too much social media? Unveiling the effects of determinants in social media fatigue. *Frontiers in Psychology*, 15, 1277846. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1277846>

- Ravindran, T., Yeow Kuan, A. C., & Hoe Lian, D. G. (2014). Antecedents and effects of social network fatigue. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(11), 2306-2320. <https://doi.org/10.1002/asi.23122>
- Sarıtaş, H., Balcı, Ş., & Solak, E. (2024). Lise Öğrencileri arasında FoMO ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde can sıkıntısının aracılık rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 140-158. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468359>
- Schott, C., & Fischer, C. (2023). How to turn workplace boredom into something positive. A theoretical framework of the 'bright sides' of boredom. *Human Resource Management Review*, 33(2), 100952. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2022.100952>
- Simon, D., Kriston, L., Loh, A., Spies, C., Scheibler, F., Wills, C., & Härter, M. (2010). Confirmatory factor analysis and recommendations for improvement of the Autonomy-Preference-Index (API). *Health Expectations*, 13(3), 234-243. <https://doi.org/10.1111/j.1369-7625.2009.00584.x>
- Skues, J., Williams, B., Oldmeadow, J., & Wise, L. (2016). The effects of boredom, loneliness, and distress tolerance on problem internet use among university students. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14(2), 167-180. <https://doi.org/10.1007/s11469-015-9568-8>
- Stockdale, L. A., & Coyne, S. M. (2020). Bored and online: Reasons for using social media, problematic social networking site use, and behavioral outcomes across the transition from adolescence to emerging adulthood. *Journal of Adolescence*, 79(1), 173-183. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2020.01.010>
- Struk, A. A., Carriere, J. S. A., Cheyne, J. A., & Danckert, J. (2017). A short boredom proneness scale: Development and psychometric properties. *Assessment*, 24(3), 346-359. <https://doi.org/10.1177/1073191115609996>
- Sunil, S., Sharma, M. K., Amudhan, S., Anand, N., & John, N. (2022). Social media fatigue: Causes and concerns. *International Journal of Social Psychiatry*, 68(3), 686-692. <https://doi.org/10.1177/00207640221074800>
- Şimşek, A., Elciyar, K., & Kizilhan, T. (2019). A comparative study on social media addiction of high school and university students. *Contemporary Educational Technology*, 10(2), 106-119. <https://doi.org/10.30935/cet.554452>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Pearson Education.
- Tam, K. Y. Y., & Inzlicht, M. (2024). People are increasingly bored in our digital age. *Communications Psychology*, 2(1), 106. <https://doi.org/10.1038/s44271-024-00155-9>
- Uğurlu, A. (2023). Predictive Power of Leisure Boredom on Social Media Addiction in University Students. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 6(3), 939-951. <https://doi.org/10.38021/asbid.1265805>
- Vuyk, A., Montania, M., & Barrios, L. (2024). Boredom and its perceived impact in adolescents with exceptional mathematical talent: A sequential mixed-methods study in Paraguay. *Frontiers in Sociology*, 9, 1214878. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2024.1214878>

- Wagh, P. D., & Dongare, D. N. (2022). Critical review: Social networking addiction. *International Journal of Indian Psychology*, 10(3). <https://doi.org/10.25215/1003.088>
- Wang, W.-C. (2019). Exploring the relationship among free-time management, leisure boredom, and internet addiction in undergraduates in Taiwan. *Psychological Reports*, 122(5), 1651-1665. <https://doi.org/10.1177/0033294118789034>
- Wegner, L., & Flisher, A. J. (2009). Leisure boredom and adolescent risk behaviour: A systematic literature review. *Journal of Child & Adolescent Mental Health*, 21(1), 1-28. <https://doi.org/10.2989/JCAMH.2009.21.1.4.806>
- Weissinger, E., & Bandalos, D. L. (1995). Development, reliability and validity of a scale to measure intrinsic motivation in leisure. *Journal of Leisure Research*, 27(4), 379-400. <https://doi.org/10.1080/00222216.1995.11949756>
- Whelan, E., Najmul Islam, A. K. M., & Brooks, S. (2020). Is boredom proneness related to social media overload and fatigue? A stress-strain-outcome approach. *Internet Research*, 30(3), 869-887. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0112>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362-369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Xiao, L., & Mou, J. (2019). Social media fatigue -Technological antecedents and the moderating roles of personality traits: The case of WeChat. *Computers in Human Behavior*, 101, 297-310. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.001>
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulamalı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık. <http://www.dr.com.tr/kitap/spss-uygulamali-bilimsel-arastirma-yontemleri/yahsi-yazicioglu/egitim-basvuru/is-ekonomi-hukuk/satis-pazarlama-halkla-iliskiler/urunno=0000000372780>
- YÖK ATLAS. (2023). *Üniversitelerimiz*. <https://yokatlas.yok.gov.tr/universite.php>
- Zhang, S., Shen, Y., Xin, T., Sun, H., Wang, Y., Zhang, X., & Ren, S. (2021). The development and validation of a social media fatigue scale: From a cognitive-behavioral-emotional perspective. *PLOS ONE*, 16(1), e0245464. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245464>
- Zhang, S., Zhao, L., Lu, Y., & Yang, J. (2016). Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information & Management*, 53(7), 904-914. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.03.006>

- Zheng, H., & Ling, R. (2021). Drivers of social media fatigue: A systematic review. *Telematics and Informatics*, 64, 101696. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101696>
- Zhou, S. X., & Leung, L. (2012). Gratification, loneliness, leisure boredom, and self-esteem as predictors of SNS-game addiction and usage pattern among Chinese college students: *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 2(4), 34-48. <https://doi.org/10.4018/ijcbpl.2012100103>
- Zhu, X., Zheng, T., Ding, L., Zhang, X., Li, Z., & Jiang, H. (2023). Exploring associations between social media addiction, social media fatigue, fear of missing out and sleep quality among university students: A cross-section study. *PLOS ONE*, 18(10), e0292429. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292429>

The Relationship between Social Media Fatigue and Boredom and Social Media Addiction: A Study on University Youth

Şükrü BALCI (Prof. Dr.)

Hamide SARITAŞ (Dr.)

Extended Abstract

In today's digitally connected world, one of the most common choices to alleviate boredom is to use social media. This is a natural choice, given the advantages of communication and information that social media provides. However, the saying "as with everything, too much of anything is bad for you" still applies. When users turn to social media to relieve boredom, they may overuse the platform, causing overload, which can lead to burnout. This burnout can lead to the user losing interest in the platform or no longer finding it as appealing as before (Whelan vd., 2020, s. 881). From this perspective, this study examines the relationship between boredom, social media addiction, and social media fatigue.

First, the social media usage patterns of the participants were examined. The average daily social media usage time of those who answered the research questions was approximately 223 minutes. There is no significant difference in the daily social media usage time according to the gender of the sample. Both men and women are close to each other in terms of daily social media usage time. Among social media platforms, the most frequently used tools by university students are WhatsApp, Instagram and YouTube, respectively. TikTok, Telegram and Facebook stand out as less frequently used social media platforms. In the study, it was determined that the frequency of YouTube, Facebook and Telegram use differed significantly according to the gender of university students. Males have a higher average in terms of YouTube, Facebook and Telegram usage than females.

In this study, the positive significant effect of boredom on social media addiction was revealed. As it is known, social media provides an almost unlimited experience to its users. People can connect with others anywhere in the world, communicate, share information, multimedia and news, and play games. The opportunities to learn something new, meet new people or watch something interesting through social media are endless. Therefore, it is understandable why many people turn to social media platforms to relieve boredom and provide mental/emotional stimulation (Whelan vd., 2020). Although social media use provides convenience in individuals' lives, it is also known to cause many problems. Studies show that lack of free time plays an important role in cell phone, internet and digital game addiction(Bozacı, 2020; Cannito vd., 2023; Chou vd., 2018; Leung, 2008; Öz & Ari, 2023; Zhou & Leung, 2012). In the study, a significant positive effect of social media addiction on social media fatigue was found. These findings are similar to the literature, which argues that social media overload is effective on social media fatigue. This indicates that individuals who use social media excessively are more likely to experience social media fatigue(Zhang vd., 2016; Zhu vd., 2023).

Another important finding of this study is that boredom is effective on social media fatigue. An individual with a known boredom tendency is highly distracted and is more likely to engage in secondary tasks during the time they should be working on primary tasks (such as work tasks). There will be a cognitive pull to do something more enjoyable

and hedonic, such as social media use, while the individual is performing more utilitarian and non-fun tasks. In essence, using social media for communication is fun, while using it to process information is work. Therefore, people who are overloaded by social media communication are likely to use social media more for hedonic purposes (Whelan vd., 2020). As such, entertainment seeking and leisure, which support the effect of boredom, are strong determinants of use on various social media platforms (Ku vd., 2013; Whiting & Williams, 2013).

In conclusion, this study, which was conducted on a sample of young and dynamic segments of society such as university students, examined the relationship between boredom, social media addiction and social media fatigue. Although university students are the segment that uses social media most intensively in social life, future research will make important contributions to literature by exploring whether the relationship between social media fatigue and social media addiction and boredom is found in different segments of society. In addition, the current study examined the relationship between social media fatigue and addiction through social media in general. However, in future research, the effectiveness of different features of other platforms such as visual-based social networks (e.g., Facebook, Instagram and TikTok) or short text-based social media (e.g., X) on social media fatigue and addiction can be examined. Again, whether there is a mediating role of social media addiction in the effect of psychological characteristics such as narcissism, subjective well-being, life satisfaction and loneliness on social media fatigue are among the questions that await an answer.

Keywords: Social Media Fatigue, Boredom, Social Media Addiction, University Students.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Yazarların çalışmadaki **katkı oranları**; birinci yazar %60, ikinci yazar %40.

Contribution rates of the authors in the study; first author 60%, second author 40%.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çakar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.

Etik Kurul İzni | Ethics Committee Permission

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu’nun 14/11/2023 tarihli toplantısında alınan 2023/26-3 sayılı karar çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir

Within the framework of the decision taken during the meeting by Selçuk University Faculty of Communication Scientific Ethics Evaluation Committee dated 14/11/2023 and numbered 2023/26-3; the study does not contain any ethical issues.