

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
HEMŞİRELİK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

EVLİ KADINLARDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE
PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ İLİŞKİSİ

Ayla ULUTAŞ

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Kerime Derya BEYDAĞ

İSTANBUL, 2021

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

HEMŞİRELİK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

EVLİ KADINLARDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI
VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ İLİŞKİSİ

Ayla ULUTAŞ
184003059

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Kerime Derya BEYDAĞ

İSTANBUL, 2021

ÖZET

Bu araştırma, evli kadınlarda sosyal medya kullanımı ve psikolojik iyi oluş düzeyini belirlemek ve her iki durum arasındaki ilişkisini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

Tanımlayıcı ve ilişki arayıcı tipte bir araştırma, Mart-Mayıs 2020 tarihleri arasında 258 evli kadın ile gerçekleştirilmiştir. Veriler demografik veri formu, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Psikolojik İyi Oluş Ölçeği ile elde edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde, sayı ve yüzde hesaplamaları, Mann Whitney U testi, Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki Sperman korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir.

Araştırma kapsamındaki evli kadınların yaş ortalaması $34,27 \pm 8,01$ (min:20, maks:63) dir. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Ölçeği puan ortalaması $24,32 \pm 9,60$ (min:10,maks:55) ve Psikolojik İyi Oluş Ölçeği puan ortalaması $36,87 \pm 13,32$ (min:8, maks:56) olarak bulunmuştur. Üniversite ve üzeri mezunu olan ve çalışan katılımcıların daha fazla sosyal medya kullandıkları belirlenmiştir ($p < 0,05$). Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ile Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmamıştır ($p > 0,05$, $r = 0,018$).

Farklı demografik özelliklere sahip örneklem grupları ile benzer çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Psikolojik iyi oluş, Evlilik, Kadın

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP OF SOCIAL MEDIA USE AND PSYCHOLOGICAL WELL-BEING IN MARRIED WOMEN

This study was conducted to determine the use of social media and psychological well-being among married women and to reveal the relationship between these two conditions.

A descriptive and relationship-seeking study was conducted with 258 married women between March and May 2020. The data were obtained by demographic data form, Social Media Use Scale and Psychological Well-being Scale. Number and percentage calculations, Mann Whitney U test, Kruskal-Wallis H test were used to evaluate the data. The relationship between variables was evaluated using Spearman correlation analysis.

The average age of married people within the scope of the study is 34.27 ± 8.01 (min:20, max:63). Social Media Usage Scale mean score of the shared is 24.32 ± 9.60 (min:10, max:55) and Psychological Well-being Scale average score is 36.87 ± 13.32 (min:8, max:56). It was found to be significant with the people working in the university and its environs use more social media than the residents ($p < 0.05$). There was no significant relationship between Social Media Use Scale and Psychological Well-Being Scale ($p > 0.05$, $r = 0.018$).

It is recommended to conduct similar studies with samples with different demographics.

Keywords: Social media, Psychological well-being, Marriage, Woman

ÖNSÖZ

Çalışmam süresince tez konumun belirlenmesinde, çalışmamın planlanmasında, yürütülmesinde ve sonuçlandırılmasında bana yol gösteren, değerli tez danışmanım ***Doç. Dr. Kerime Derya BEYDAĞ'a,***

Hayatımın her dönemimde sevgi, saygı ve sabırla hep yanımda olan, maddi ve manevi desteğini esirgemeyen annem ***Mülkiye ULUTAŞ***, babam ***Ahmet ULUTAŞ*** ve kardeşim ***M. Samet ULUTAŞ'a***

Açtığı yolda günümüze ışık tutan başöğretmen ***Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK*** ve üzerimde emeği olan herkese sonsuz teşekkürler.

Ayla ULUTAŞ

BEYAN

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Ayla ULUTAŞ

İÇİNDEKİLER

SAYFA NO

ÖZET	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ	iii
BEYAN	iv
İÇİNDEKİLER	1
TABLolar LİSTESİ	3
ŞEKİL LİSTESİ.....	4
KISALTMALAR LİSTESİ.....	5
1. GİRİŞ.....	6
2. GENEL BİLGİLER.....	8
2.1. Sosyal Medya	8
2.1.1. Sosyal Medya Tanımı	9
2.1.2 Sosyal Medyanın Özellikleri.....	9
2.1.3. Sosyal Medya Araçları	11
2.1.4. Sosyal Medyanın Etkileri.....	13
2.1.5. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	14
2.1.6. Sosyal Kaygı ve Sosyal Medya.....	15
2.2.1. Pozitif psikoloji	16
2.2.2. İyi Oluş	17
2.2.3. Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik İyi Oluş.....	22
2.3.4. Evlilik Kavramı ve Psikolojik İyi Oluş	23
2.4. Sosyal Medya Kullanımının ve Evlilik Kavramının Psikolojik İyi Oluşa Etkisinde Hemşirenin Rol ve Sorumlulukları	24
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	27
3.1. Araştırmanın Tipi	27

3.2. Araştırmanın Yeri ve Zamanı.....	27
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	27
3. 4. Veri Toplama Araçları	28
3. 5. Araştırmanın Değişkenleri	29
3. 6. İstatistiksel Analiz Yöntemleri.....	30
3. 7.Araştırmanın Sınırlılıkları ve Genellenebilirliği	30
3. 8. Araştırmanın Etik İlkeleri.....	30
4.BULGULAR.....	31
5. TARTIŞMA.....	37
6.SONUÇ VE ÖNERİLER.....	50
KAYNAKLAR	52
EKLER	73
Ek-1: Anket Formu	73
Ek-2: Etik Kurul Onayı.....	78

TABLÖLER LİSTESİ

SAYFA NO

Tablo 1. Kadınların Tanıtıcı Özelliklerine Göre Dağılımı	31
Tablo 2. Kadınların Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Özelliklerin Dağılımı.....	32
Tablo 3. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği Puan Dağılımı.....	33
Tablo 4.Kadınların Demografik Özelliklerine Göre Ölçek Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.....	33
Tablo 5. Kadınların Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Özelliklerine Göre Ölçek Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.....	35
Tablo 6. Ölçekler Arası Korelasyon	36

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Psikolojik İyi Oluş Boyutları	21
--	----

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ANA	: American Nurses Association
ÇEV	: Çevre
DOC	: Doçent
DR	: Doktor
DSM	: Amerikan Psikiyatri Birliği
F	: Anova Testi
ICN	: International Council of Nursing
İİBF	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
N	: Birey Sayısı
NANDA	: North America Nursing Diagnosis Association
min	: Minimum
max	: Maksimum
ort	: Ortalama
PİO	: Psikolojik İyi Oluş Ölçeği
RS	: Sperman Kolerasyon
SAB	: Sigorta Acenteler Birliği
SFK	: Sosyal Fizik Kaygısı
SMKÖ	: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
Ss	: Standart Sapma
t	: t Testi
TÜİK	: Türk İstatistik Kurumu
TDK	: Türk Dil Kurumu
YRD	: Yardımcı
X	: Aritmetik Ortalama
KW	: Kruskal Wallis Testi
%	: Yüzde

1. GİRİŞ

İnsan ırkı var olduğu günden beri pek çok alanda değişime uğramıştır. Yaşadığımız teknolojik değişim de bunlardan biridir. İnternet temelli teknolojik gelişim ve değişimler, etki alanı yüksek ve geniş olmakla birlikte, zaman ve uzam kavramlarını yeniden boyut kazandırmıştır. Sosyal alanlar değişime uğrarken, iletişim ve etkileşim de çok yönlü bir değişime geçiş yapmıştır (1).

İnsanların düşüncelerini, duygularını, hislerini, öfkelerini paylaşabilecekleri, duyurabilecekleri bir mecra haline gelen sosyal medya, kişinin kendisini ifade etmek için gerçek ortamdan daha geniş bir ortam sunmakta, sanal ortamda sosyalleşmeye, görünür olmaya, beğenilmeye, takdir edilmeye yönlendirmektedir. Ayrıca kişi sanal ortamda kişisel açlık doyumunu tatmin etmek ve mutluluğa ulaşma isteğini sanal ortamda da ulaşmaya çalışmak ve gerçek yaşamında ki eksikliklerini tamamlayarak, kendine yeni bir sanal mutluluk oluşturabilmektedir (2).

Kişiler için başkaları üzerinde bıraktığı izlenim önem taşır. Diğer insanların gözünde güzel, iyi, hoş görünmek ve iyi bir izlenim bırakmak isterler. Birçok insan kendisinin beğendiği insanlarla iletişim kurmayı tercih ederler. Bundan dolayı da güzel ve iyi görünmek insanlar için daha önemli hale gelmiştir ve bu yönde çabaları da artmıştır. Dış görünüşe verilen önem sosyal medya gibi iletişim araçlarıyla daha da kapsamı artmıştır. Böylece insanların fiziksel görünüşleri ile ilgili ölçüt ve değerlendirmelere göre şekillenmiştir (3).

İnsanların yakın çevresinde en etkili yapı ailedir. Evlilik kavramı, toplumun en küçük yapı taşını oluşturan aile unsuru için önemli ve resmi bir kurumdur. Erişkin iki farklı kişinin bir araya gelerek yeni bir yaşam tarzı oluşturması olarak da tanımlanmaktadır (4).

Sağlıklı bir evlilik bireylerin yaşam kalitesini arttırdığı bir gerçek olmakla beraber çiftlerin mutlu bir yaşama sağlıklı bir evlilik ile ulaşması ve doyum almasını sağlamaktadır. Bundan dolayı evlilik uyumu önemli bir unsurdur (5).

Mutlu ve temeli sağlam bir evlilikte çiftler kendilerinin rol ve fikirlerini etkilemeden uyum sağlamaları ile doyum mümkündür (6).

Evlilik uyumu, çiftlerin birbirleri ile olan ilerlemeyi kabul etmelerini ve bunu içten istemelerini gerektirir. Çünkü çiftlerin birbirlerinin kişisel özelliklerine ve bireysel alanına olan saygısı evlilik boyunca var olması gereken bir gerekliliktir. Eşler birbirlerini ne kadar tanıyor olsa, kişilerin değişim olasılığı ömür devam etmektedir (7).

Literatürde sosyal medya kullanımı ile psikolojik iyi oluş halini arasında bir bağ olduğunu göstermiştir. Bu çalışmada, evli kadınlarda sosyal medya kullanımı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Sosyal Medya

İnsan, sosyal bir varlıktır ve hayatını devam ettirebilmek için sürekli iletişim halinde olmalıdır. İnsanlar olaylar karşısında anlamak ve anlatmak için devamlı mesajlar alır ve devamlı mesajlar gönderir. Her hareketi, konuşmaları, suskunluğu, mimikleri, duruşu oturma şekli gibi birçok şekilde davranışları kendini ifade etme çabasından gelir. Susmayı seçen kişi, beden dili ile bir şeyleri ifade eder ya da iç dünyasıyla kurduğu iletişimi yansıtır. Duygu ve düşüncelerini değerlendirir, verdiği kararlara göre hareket eder (8).

Teknoloji, insanlık tarihi ile birlikte başlayan çeşitli icatların gelişimine zemin hazırlayan bir kavramdır. Tarihin başından beri olan tüm gelişmeler, kendinden sonraki her bir değişimin başlangıcı olmuştur. Ateşin bulunması, tekerleğin icadı, medeniyetlerin gelişmesi, günümüzün teknoloji ağının oluşumuna zemin hazırlamıştır (9).

Bugünün dünyasında ise en önemli teknoloji gelişme olarak internet, iletişim araçları arasında yer almaktadır. İnterneti diğer iletişim araçlarından ayıran en önemli özelliği, iletişim sürecinde etkileşimin en güçlü biçimde ortaya çıkması olmuştur. “Geleneksel iletişim ortamında iletişimde bulunan bireylerin alıcı konumunda bulunması ve iletişim sürecine müdahalesinin sınırlı olmasına karşılık, internet üzerinden etkileşimde kullanıcının iletişim sürecindeki egemenliği daha belirgin olmaktadır” (10).

2.1.1. Sosyal Medya Tanımı

Terim olarak sosyal medya, kullanıcıların ağ teknolojileri kullanarak etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların hepsini belirtmektedir (11). Genel anlamda ise sosyal medya yüksek erişilebilir iletişim araçları ve platformlar üzerinden oluşturulan sosyal etkileşim ve paylaşım ortamları şeklinde tanımlanabilecek olan, kişilerin fikir ve görüşlerini, deneyimlerini, perspektiflerini paylaşmak ve birbirleriyle iletişim halinde bulunmak için kullandıkları online platformlardır (12).

Türkiye’de ve tüm dünyada aktif olarak kullanılan sosyal medya, işletmelerin ve bireysel kullanıcıların serbest içerik oluşturmaya imkân tanımaktadır. Günümüzde sosyal medya, insanların amaçlarına göre farklı şekillerde kullanılmaktadır (13). İnsanların çoğu dışarıda bir sosyal ortam oluşturmak yerine sosyal ortamlarını da burada oluşturarak, birbirleri ile iletişim ve ilişki kurmakta, sanal ortamda oyunlar oynamakta, duygu ve düşüncelerini bu ortamda paylaşmakta, eğlenmek, alışveriş yapmak gibi birçok ihtiyaçlarını bu sayede sağlamaktadırlar. Böylece sanal ortamlar kişilere sanal bir sosyalleşme fırsatı da sunmaktadır (14).

2.1.2 Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya, web 2.0 teknolojisinin kullanılmaya başlanmasıyla, interaktif bilgi paylaşımının yapılmasını sağlayan medya sistemi olup, kullanıcıların internet üzerinden yaptıkları karşılıklı konuşma ve paylaşımların tamamıdır (15). Sosyal medyanın kişiler arası iletişim biçiminde, boş zaman etkinliklerinde, toplumsal ilişkilerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasında, kamuoyu oluşumu ya da en azından kamuoyunun görünümünün sağlanması ve yaygınlaştırılmasında etkili olduğu kabul edilir (16).

Mayfield (2010) sosyal medyayı açıklamak için aşağıdaki özellikleri sıralamıştır:

Erişim: Geleneksel medya ve sosyal medya teknolojileri kişilerin genel bir kitleye eulaşabilmesini sağlamaktadır.

Erişilebilirlik: Her kesimden ve mali gücü her bütçeden olan herkes paylaşım yapabilir, etkileşimde bulunabilir “sosyal medya”,2020.

Toplum: Sosyal ağlar sayesinde birçok topluluk oluşturma ve bu topluluk üzerinde yönlendirme, paylaşımda bulunma, etkinlik gibi düzenlemeler yapılabilmektedir (17).

Katılım: Sosyal medya kullanıcılarına, aktif şekilde katılım ve geri bildirim konusunda imkân sağlamaktadır. Kişinin diğer kullanıcıları tanıyıp tanımamasına bakılmaksızın aktif şekilde kullanılabilir olması daha da cazip hale getirmiştir.

Açıklık: Kişiler sosyal medya sayesinde yapılan paylaşımlara, yorum, beğeni gibi açıkça düşüncelerini belirtebilir, fikirlerini paylaşabilir, istediği bilgiye kolayca erişebilir.

Konuşma: Birçok iletişim aracında iletiler tek taraflı bildirim şeklinde iken sosyal medya da çift taraflı olması daha etkin kılmaktadır.

Kullanılrlık: Kişinin uzmanlaşmış ticari internet kullanımı dışında sosyal medya kullanımı için ayrı bir uzmanlık eğitimi gerektirmez (18).

Bağlantı: Sosyal medya ortamında link verme ile birçok alana yönlendirme, bağlantı sağlama, reklam yapma imkânları sunar.

Günümüzde hızla artan üye sayılarıyla beraber sosyal medyayı tanımlamak, özelliklerini saymak için yeni boyutlar ortaya çıkmış ve geçen her saniye ile daha da artacaktır. İlk zamanlar kullanıcılar yalnız iletişim ya da haber alma amacıyla sosyal medya ağlarındaki sayfaları ziyaret edip tek taraflı şekilde etkileşime girmekteydi. Günümüzde ise bu etkileşim artık karşılıklı olmuştur. Kullanıcı kendi paylaşımlarını, fikirlerini, içeriğini oluşturup sosyal medya tanımına yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu sayede kullanıcılarla paylaşıp interaktif bir ağ oluşturmuştur (19). Sonuç olarak sosyal medya ağlarında geçen her dakika yeni bir özellik kazanmaktadır. Sosyal medyayı anlamak için mevcut örnekler daha da artış gösterecektir.

2.1.3. Sosyal Medya Araçları

Sosyal paylaşım ağları, bireylerin; kısıtlanmış bir alan içinden dışarıya doğru yarı açık ya da açık bir görüntü geliştirmelerine, bu sistem içinde bağlantı halinde oldukları başka kullanıcıların oluşturduğu profillerini listeleyebilmelerine, diğer kullanıcıların güncellediği bağlantı listelerini inceleyebilmelerine ve bu bağlantıları takip etmelerini sağlayan bir internet tabanlı uygulama dizini olarak tanımlamaktadır. Bu uygulamalar içinde bağlantı, etkileşim ve paylaşım seçenekleri her uygulamada değişiklik göstermektedir (20). Sosyal medya araçları kullanım amaçlarına bakıldığında farklı ama temel olarak benzer şekilde sınıflandırılmıştır.

Twitter: Sosyal medyanın temel taşı denilebilen Twitter, önemli bir mikrobloglama hizmetidir. Kişi, Twitter hesabı ile takip etmek istediği kişinin paylaşımlarına ulaşabilir, bilgi ağına erişebilir. Kişilerin kendilerini eğitebilmesine de imkân veren Twitter, bireyin oluşturduğu ağ sayesinde milyonlarca izlenmeye de olanak sağlamaktadır (21). Dijck'e göre (2013) Twitter sahneye ilk çıktığında, kimse onu nasıl tanımlayacağını bilmiyordu. "İnternet SMS'i" olarak adlandırılan Tweet teknolojisi, "kısa mesaj servisi, telefon görüşmesi, e-posta ve blog arasında bir şey" olarak nitelendirilmişti (22). Kullanıcıların tweet olarak bilinen yorumları göndermesine ve okumasına olanak sağlar. Bu hizmet, cep telefonlarında ki bir uygulama olarak kullanılabilir. Resmi olarak Temmuz 2006'da başlatıldı ve Twitter kullanıcılarının 1,3 milyar olduğu tahmin edilen Facebook'un sert bir rakibi olmuştur. Twitter'ın başlangıcı 2006 yılında, bir şirketin mini blog hizmeti için evrimsel bir arama yaptığı ve aynı şirketin aynı yılın Ekim ayında bu hizmetten kamuya yararlandığı bilinmektedir. Daha sonra şirket bu mini hizmeti ana kurumdan ayırıp Nisan 2007'de "Twitter" adında özel bir isim ile oluşturmuştur. Twitter adını "tweet" kelimesinden aldı, kuşu bir sembol olarak aldı ve abonelerin başlangıçta harf başına 140 karakteri geçmeyen kısa metin mesajları göndermesine izin vermiştir. Şimdi ise harf başına 280 karaktere kadar gönderilebilir ve birçok detayın kısaltılmış metni olarak adlandırılabilir (23).

Facebook: Sosyal medya uygulamaları arasında en yaygın olan mecralardan birisi de Facebook'tur. Digital in 2017 Global Overwiev isimli, 238 ülkeden toplanmış olan 106 sayfalık raporda kullanım yüzdesi açık ara lider olan bu sosyal paylaşım ağı, 2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulmuştur. İlk başta Harvard Üniversitesi uzantılı elektronik posta adresi olmayanların kullanıcı profili oluşturamadıkları siteye, 2006 yılından itibaren farklı elektronik posta adresleri ile de üye olunmaya başlanmıştır (24).

Facebook'un ideolojisi, “arkadaşlık”, “paylaşma” ve “beğenme” terimlerini hayatın içine dahil etmesiyle artık tekno-ekonomik ifadeler de ettiğinden, diğer platformlar ve ekosistem için bir bütün olarak standardı belirlemiştir (25). We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan “Digital in 2018” raporu sonucuna göre Facebook 2,17 milyar aylık aktif kullanıcı sayısına ulaşmış ve 2017 yılına karşılaştırıldığında ise aylık olarak aktif kullanıcı sayısı %15 oranında bir yükseliş göstermiştir. Facebook kullanıcılarının %88'i hesabına akıllı telefon aracılığı ile bağlandığı bilinmektedir (26).

Youtube: Digital in 2017 Global Overwiev isimli rapora göre YouTube ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya sitesidir (27). Bu site içerisinde video paylaşımından farklı bir paylaşım yapılamamaktadır. Kişiler YouTube sitesinden edindiği hesap aracılığı ile sayfasına girip istediği videoyu sayfasına yükleyebilir, izleyebilir. Platform üzerinde yer alan kategorilerde kullanıcının geliştirmiş olduğu içerikler, kişisel amatör video klipler, film ve TV programları parçaları ve müzik videoları yer almaktadır (28).

Instagram: Kevin Systorm ve Mike Krieger tarafından oluşturulan ve ilk ismi “Burbn” olan Instagram, bir mobil fotoğraf (ve video) yakalama ve paylaşma ortamı olarak hizmet vermekte olan bir mecraadır. İnsanlar bu sosyal medya uygulamasında ister kendinin isterse kendisine ait olmayan görselleri paylaşabilirler (29).

WhatsApp: Kişiler arasında anlık mesajlaşma haberleşme ve arama uygulamasıdır. Akıllı telefonlar için geliştirilmiş olup diğer platformlar arasında da etkileşim sağlar. İnternet bağlantısı ile ücretsiz olarak kullanılabilir. Bu uygulama ile grup sohbetlerinde

tek seferde 256 kişiye kadar mesaj, fotoğraf ve video paylaşılabilir. Kişi, bu uygulamadaki sesli arama sayesinde aile ve arkadaşlarıyla, başka bir ülkede olsa bile ücretsiz konuşabilmektedir (30).

2.1.4. Sosyal Medyanın Etkileri

Digital 2020 Temmuz Global Statshot raporuna göre, ilk kez Dünya nüfusunun yarısından fazlasının sosyal medyayı kullandığına dikkat çekilmektedir. Bu rapora göre; sosyal medya kullanan kişiler küresel nüfusun yaklaşık yüzde 51'ini oluşturmaktadır. Yani sosyal medya kullanan kişi sayısı kullanmayanlara oranla geçmiş durumdadır. Hatta çoğu sosyal medya şirketlerinin kullanım sınırının 13 yaş ve üstü olduğunu düşünürsek bu durum daha da farklı bir noktaya varacaktır. Temmuz 2019'dan beri 376 milyondan fazla yeni kullanıcıyla saniyede neredeyse 12 yeni kullanıcıyla, bugün kullanıcı sayılarının 2020'nin başlarındakinden daha hızlı olduğunu göstermektedir (31).

Sosyal medya kullanan insanların çoğu birden fazla platforma üye olmaktadır. Bu merak gibi çeşitli nedenlerden kaynaklı olarak üyeliklerin artması daha fazla sosyal medyada zaman harcamalarına sebebiyet vermektedir. Özellikle Coronavirüs bu durumun artmasını sağlamıştır. GlobalWebIndex şirketine göre internet kullanıcılarının artık sosyal medyayı kullanarak günde ortalama 2 saat 20 dakika zaman harcadıklarını bildirmiştir. Bununla birlikte, bu veriler 2020 Ocak ve Mart ayları arasında yapılan anketlere dayanmaktadır, bu nedenle COVID-19 ile ilgili kilitlenmelerin son dalgalanmasının, insanların her gün sosyal medyayı kullanarak daha fazla zaman harcamasına neden olma ihtimali yüksektir. Ayrıca mesajlaşma, reklamcılık gibi alanlarda kullanımın etkisiyle kullanıcı kişi sayısının artmasına da sebebiyet vermiştir (31).

Şirketten elde edilen diğer verilere göre ise, insanların iletişim için sosyal medya kullanımının birincil motivasyon kaynağı olduğunu ve diğer faaliyetlerde de daha fazla sosyal medyaya yöneldiğini göstermektedir.

Reuters Institute'un Dijital Haber Raporu 2020 anketine katılanların yarısından fazlası, haberlere erişmek için sosyal medyayı kullandıklarını belirterek gazete okuyucularının iki katı olduğuna vurgu yapmıştır.

Pelling ve White (2009) gençlerin sosyal medyayı kullanmalarındaki başlıca nedenleri arasında diğer gençlerle iletişim kurma ve bir yere bağlı olma ihtiyacının giderilmesi olarak belirtmişlerdir. McCarthy (2010) üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada sosyal medya sitelerinin öğrenmeye katkı sağladığını belirtmiştir (32).

Yeni Digital 2020 Temmuz Global Statshot raporuna göre sosyal medya halainsanların interneti kullanarak geçirdikleri zamanın yaklaşık üçte birini oluşturmaktadır. Sosyal medyanın insanların hayatındaki genişleyen rolü göz önüne alındığında, sosyal medyanın hayatımızda daha fazla yer alacağı kesindir (33).

2.1.5. Sosyal Medya Bağımlılığı

Genel anlamda bağımlılık bir nesneye, kişiye ya da varlığa karşı hissedilen vazgeçilmez istek anlamında kullanılmaktadır. Kişilerin belirli bir durumu psikolojik, bedensel sağlığına ve sosyal ilişkilerine zarar vermesine rağmen takıntılı bir şekilde tekrar etmeleri ve kendilerini engelleyemeyecek düzeyde istek duymaları olarak ele alınmaktadır (34).

İnternetin küresel bir ağ olmasının yanı sıra eğlence, bilişsel beceri gelişimine katkı sağlaması, iş kolaylaştırma, sosyal etkileşim gibi pek çok pozitif özelliğe sahiptir. Buna rağmen de aşırı kullanımıyla ilgili endişeler de ortaya atılmış ve kullanıcılarının söz konusu sosyal medyayı kullanırken “bağımlı olma” durumu gündeme gelmiştir. Bireyler internet kullanım süreçlerinin büyük bir kısmını sosyal medyada geçirmektedir. Bu durum sonucunda aşırı kullanım kaynaklı tehditleri de gündeme gelmektedir (35).

İnternet bağımlılığı genel anlamıyla; internetin kullanımının aşırı olması ve bir sınırlandırılma yapılamaması, bunun sonucunda da ve kullanıcının çevrimiçi olmadığı zamanlarda ciddi bir yoksunluk yaşamasıdır. Akabinde de bireyin, özel ve sosyal

hayatında sorunlar yaşamasına neden olabilecek kadar saldırgan ve sinirli davranışlar sergilemesi olarak tanımlanabilir (36,37).

Sosyal medya bağımlılığı, bilgisayar/internet bağımlılığı ile iç içedir (38). Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya ile ilgili bir bağımlılık türü olup yeni bir kavramdır. Sosyal medya bağımlılığı, kişinin sosyal medyada uzun süre zaman harcaması ve bu harcanan zamanın da gittikçe artması, kişinin sosyal yaşamdaki okul, iş, arkadaşlarıyla ilişkisi gibi alanlar üzerinde olumsuz bir etki oluşturduğu olduğu durumlar için kullanılmaktadır (39).

Sosyal medya sitelerinin çok fazla kullanılmasının ilk sebebi kişinin kendi gerçekliğinden uzaklaşarak arzuladığı yeni bir ben oluşturma isteğidir. Sosyal hayatta yalnız, özgüvensiz, mutsuz, başarısız, seilmeyen, takdir edilmeyen ve bunun gibi pek çok sıralanabilecek olumsuz niteliğe sahip kişi, kendi oluşturduğu sanal kişiliğe normalde sahip olduğu duruma tam tersi bir benlik oluşturup kendi gerçek benliğinden uzaklaşmaktadır (40).

2.1.6. Sosyal Kaygı ve Sosyal Medya

Sosyal kaygısı yüksek olan kişiler farklı şekillerde kaygılar yaşamaktadırlar. Bunlardan bazıları küçük düşme, başarısız olma, hata yapma, toplum önünde konuşma gibi durumlardır. Bu kişiler çeşitli durumlarda yaşadıkları korkulardan dolayı diğer insanlardan kaçınabilmektedirler. Bu gibi sorunları olan bireylerde performansta düşüş ve yalnızlık gibi durumlar görülebilmektedir (41).

Sosyal medya kaygı yaşayan kişilere rahat bir ortam sunmuştur. Sosyal medya sayesinde kişiler sürekli kendilerini kontrol altında tutmadan rahatlıkla benliklerini sunabileceklerini bir imkân sunar. Sosyal medya ağlarında yüz yüze iletişim yerine mesajla, fotoğraflarla veya kişisel bilgilerimizi yazıya dökerek iletişim kurarız. Bu

sayede hangi bilgilerin ne miktarda, nasıl paylaşılacağı ya da gizleneceği gibi birçok kontrolü sağlamasını kişi kendisi belirleyebilmektedir (42).

Sosyal izolasyon bireylerde sosyal kaygıyı artırmaktadır. Birçok araştırmada sosyal kaygısı olan bireylerin mekân sınırlaması olmaması, kullanıcıların birbirlerini tanımaması, karşılaşma ve görüşme imkanın kısıtlı olmasından ötürü sosyal medya uygulamalarına yöneldiklerini belirtmektedir. Sosyal kaygısı olan bireyler çevrimiçi ortamlarda yüz yüze kurulan iletişime oranla düşük düzeyde kaygı yaşamaktadırlar. Bu nedenle bu kişiler sosyal medya ortamlarında geçirdiği vakit artmaktadır. Bu da kişilerin hayatlarını olumsuz anlamda etkilemektedir (43).

Sosyal medya uygulamaları kullanıcılara fiziksel iletişim kurmanın sağladığı rahatlıkla birçok davranışlar açısından zemin oluşturmaktadır. Sosyal ortamlarda kurulan iletişimde karşılıklı iletişimdeki gibi anlık dönüş zorunluluğu yoktur. Bu durum da kişilerin iletileri düşünerek cevaplama ve düşüncelerini mantık süzgecinden geçirmelerine imkan tanımaktadır. Dolayısıyla bu durumun kişiler arası iletişimdeki çatışmayı önlemek açısından önemli olduğunu söylemek mümkündür (44). Özetle, hem fiziksel kaygı belirtilerinin başka insanlarca görülmemesi hem de kişinin kendini tanıtımı üzerinde sunum kontrolü sağlayabilmesi sebebiyle sosyal kaygısı olan bireyler yüz yüze iletişimin aksine sanal ortamda iletişim kurmayı daha çok tercih etmektedirler (45).

2.2.1. Pozitif psikoloji

Psikoloji insan davranışlarının ve zihinsel süreçlerinin sistematik ve bilimsel olarak incelenmesidir (46). Psikoloji bilim dalı, davranışa yönelik alt dalları klinik psikoloji, deneysel psikoloji, danışmanlık psikolojisi, endüstri ve personel psikolojisi, sosyal psikoloji, kişilik psikolojisi, gelişim psikolojisi, okul ve eğitim psikolojisi ve psikometrik psikolojidir (47). Psikolojik iyi oluş kavramından önce psikolojide genel anlamda patolojik çalışmalar yer almıştır; ama 20. yüzyılın ortalarından itibaren bilim insanları hastalıklar üzerinde durmak yerine insan kapasitesinin geliştirilmesi üzerinde durmuşlardır (48).

Pozitif psikoloji kavramı, 1998 yılı APA (American Psychological Association) başkanı olan Martin Seligman tarafından ortaya atılmıştır. Martin Seligman iyimserlik ile ilgili yapmış olduğu çalışmalar ile tanınmaktadır (49). Pozitif psikolojinin alanı tecrübe ve yaşantılardır. Kişisel tecrübe geçmişten doyum alma, iyi oluş, memnuniyet, gelecekte umutlu olma ve şu anda ki mutluluk olarak söylenebilir (50). Pozitif psikolojinin amacı olumsuzluğu inkar etmek değildir. Pozitif psikoloji işlevsiz etkisiz kurum ve yapıları, olumsuz durumları, sorunları, bencillikleri, acıları kabul edici bir tutumla yaklaşması olarak söylenebilir (51). Pozitif psikoloji aktif bir biçimde işlev gösteren bireyi anlamayı ve karşılaştığı zorlukları bireyin hayatının çok fazla etkilemesine izin vermeden devam ettirmeyi ve bunun ardındaki faktörleri incelemeyi amaçlar (52). Bunlara göre pozitif psikolojinin, bireylerin pozitif deneyimleri, pozitif özellikleri ve pozitif kuramlar olmak üzere üç odak noktası var diyebiliriz. Pozitif deneyimlerin amacı, bireyin yaşantılarından doyum almasıdır. Pozitif özellikler ise dışa dönüklük, sorumluluk, sevgi, cesaret, affetme gibi özellikle iken; pozitif kuramların odağında, bireylerin hem kendilerine hem de topluma yararlı olmalarını sağlamaktır (53). Yani sonuç olarak pozitif psikoloji kişinin hayatı boyunca yaşama bağlılığın sağlanması ve olayların olumlu yönlerini ele alarak yaşamı olumluya dönüştürmesini sağlayan bilim dalıdır (54).

2.2.2. İyi Oluş

İnsanlar birbirleriyle her zaman iletişim halindedir. İletişim sırasında kişilerin yetenekleri, bilgi birikimleri, fizyolojik durumlarının yanı sıra psikolojik durumlarına da önem verilmesi gerekmektedir. Çünkü insanlar hayatı boyunca mutlu olmak hedefleri olmuştur. Mutluluk eskiden beri düşünce tarihinde sık olarak ele alınan bir konu olmuştur. Sağlık alanında önceden mutluluk=hasta olmama durumu olarak nitelendirilirken, zamanla bu görüşün yeterli olmadığı kanısına varılmıştır. Hastalığı olan bireylerinde yaşam doyumu, sağlıklı iletişim becerileri, kişisel mutluluk düzeylerine sahip oldukları görülmektedir (55).

Psikolojik iyi oluş ilk olarak Bradburn tarafından bahsedilmiştir (56). Bradburn'a göre Psikolojik iyi olma durumu, olumlu duyguların olumsuz duygulara üstün gelmesi ve yaşanan karşı zorlukların yönetimi şeklinde bahsetmiştir (57). Günümüzde ise psikolojik iyi oluş Ryff (1989) tarafından ortaya konulmuştur. Ryff, öznel iyi olmanın psikolojik iyi oluşun temelini oluşturduğu için planlanmadığını belirtmiş ve Eudaimonia kavramının mutluluk olarak tanımlanmasını eleştirmiştir (58). Böylelikle iyi oluş kavramı ile ilgili (1) Hedonizm (hazcılık), (2) Eudemonizm (psikolojik işlevsellik) olmak üzere iki bakış açısı konmuştur. Hazcılığa göre kişilerin olumlu duygulanımlarının olumsuz duygulanımlarından fazla olması ve hayattan doyum alması üzerine odaklıdır. Hedonizm de sadece bir ölçüt vardır o da bireyin kendi belirlediği kişisel standartıdır. Bu tür iyi oluşun kavramsal karşılığı öznel iyi oluştur (59).

Eudemonik yaklaşımındaki iyi oluş kavramı ise psikolojik işlevde bulunma ile ilişkilidir. Eudemonik yaklaşımdaki iyi oluşun literatürde psikolojik iyi oluşa denk gelmektedir (Keyes vd, 2002). Mutluluk (Eudamonic) bakış açısına sahip kişi, mutluluğun temelinde hayatı anlama, kendi kaderini kendisi oluşturma, kendinin farkında olma, hedeflerini gerçekleştirme gibi özellikleri vardır. Kişisel gelişim için kazandığı deneyimler önemlidir (60). Öznel iyi oluş ile psikolojik iyi oluş birbirinden farklılık gösteren iki kavramdır (61). Psikolojik iyi oluş farklı olarak genel sağlık kriterlerine göz önüne almaktadır (62). Psikolojik iyi oluş ve öznel iyi oluş ikisi beraber iyi oluş kavramının iki ayrı boyutunu oluştururlar (63). Kişi, yaşamından oldukça doyum sağlıyor ve bu duyguları sıklıkla yaşıyorsa ve tersi durumu da oldukça az şekilde yaşıyorsa yüksek öznel iyi oluşa sahiptir denilebilir (64).

Öznel iyi oluş hem duyuşsal hem de bilişsel değerlendirmelerini ifade etmektedir. Bilişsel düzeyde değerlendirme; kişinin bireyin evlilik ve iş memnuniyetinden ayrıca hayatının geri kalanında da yaşadığı memnuniyeti belirtmektedir. Duyuşsal düzeyde ki değerlendirme ise; olumlu ve olumsuz duyguların yaşanma sıklığıdır Öznel iyi oluşun iyi bir hayat için gerekli olduğu ancak tek başına yetersiz kaldığı belirtilmiştir (65).

Bütün bu kavramlar birbiriyle ilişkili olsalar da psikolojik iyi oluştan ayrılan yönleri bulunmaktadır. İyi hali kavramı fiziksel sağlığı göz önüne alması ve o daha iyisine yönelik bir yaşam biçimini ele aldığı için psikolojik iyi oluştan ayrılmaktadır. Yaşam kalitesi de genel sağlık ve sosyo-ekonomik durumu gibi durumları da göz önüne alması ve bireylerin yaşadıkları toplumda durumlarını nasıl algıladıklarını ifade etmesi noktasında psikolojik iyi oluştan ayrılmaktadır. Öznel iyi oluş ise bireyin yaşamından ne kadar doyum aldığı ve olumlu-olumsuz duyguları ne kadar sıklıkla yaşadığıyla ilgili bir kavram olmasıyla psikolojik iyi oluştan ayrılır. Psikolojik iyi oluş da farklı olarak kişinin yaşamda karşılaştığı sorunlarla doğru şekilde mücadele etmek için sahip olduğu nitelikleri içerir (66).

2.2.2.1. Öznel iyi oluş

Kişinin kendi yaşamını değerlendirebilmesi ve yargılayabilmesi öznel iyi olmayı ifade etmektedir (67). Kişi, yaşamında olan bitenlerden oldukça doyum alıyor ve olumsuz duyguları oldukça az, olumlu duyguları oldukça fazlaysa yüksek öznel iyi oluşa sahiptir (64). Öznel iyi oluş diğer yüzeysel duyguların aksine daha içsel duyguları içermektedir. Benzur (2003)'e göre öznel İyi oluşta pozitif duygular; neşe, güven duyma, ilgi, heyecanlanma, uyanıklık hali gibi duyguları ifade ederken, negatif duygulanım ise korku duyma, öfkelenme, üzüntü, nefret ve suçluluk hali gibi olumsuz duyguları kapsayan doyumsuzluğu tanımlamaktadır.

Mutluluk olarak da ifade edilen öznel iyi oluş kavramı ilk olarak Wilson tarafından dile getirilmiştir ama düzenli olarak kullanan kişi Diener olmuştur (68). Myers ve Diener (1995)'e göre de öznel iyi oluşta birey kendisini değerlendirir, mutluluğu hakkında kararlar alır. Birey mutluluğu, korkusu, üzüntüsü, nefreti, güveni-güvensizliği, sevgiyi ve daha birçok duyguyu bir arada yaşayabilir (69).

Öznel iyi oluş sonuç olarak olumlu duygulanım, olumsuz duygulanım, yaşam doyumu ve yaşam alanlarından oluşmaktadır. Öznel iyi oluş düzeyinin yüksek olması

için istenen duygulanımı istenmeyen duygulanımdan daha fazla olması ve bireyin değerlendirmesinin pozitif olması gerekmektedir (70).

2.2.2.2 Psikolojik iyi oluş

Psikolojik iyi oluş, iyi hissetme ve etkili bir faaliyette bulunmanın birleşimi olmasıdır. Yüksek derecede psikolojik iyi oluş derecesinde olan insanlar kendilerini mutlu, yeterli hissettiklerini, destek gördüklerini, hayatlarından doyum aldıklarını bildirmektedir (71). Psikolojik iyi oluş kavramı, olumlu- olumsuz duygu ve yaşam doyumunun toplamından daha fazlasını ifade eden kapsamlı bir yapıdır. İyi oluş felsefi olarak incelendikten sonra psikoloji alanında incelenmeye başlanmış ve bu incelemeler içerisinde iyi oluşu mutluluk, ortaya çıkmamış olan gücü en üst seviyede kullanabilme, yaşamın anlamını ve amacını değerlendirebilme, kendi kendine yetebilme, bağ kurabilme, psikolojik ihtiyaçlarını yerine getirebilme olarak tanımlanmıştır (72).

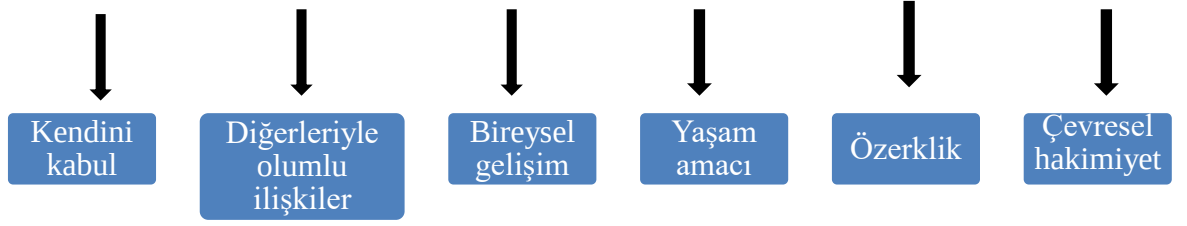
2.2.2.2.1 Coral D. Ryff'in çok boyutlu psikolojik iyi oluş modeli

İyi oluşa dair bu çok yönlü görüş açısıyla Ryff, kişilik ve gelişim kuramcılarının olumlu psikolojik sağlığa dair kuramsal açıklamaları yönünde “Çok Boyutlu Psikolojik İyi Oluş” yaklaşımını geliştirmiştir. Bu yaklaşımında Ryff, kendini kabul, olgunlaşma, tam işlevde bulunma ve bireyleşme kavramlarından; Erikson'un psikososyal aşamaları, Buhler'in temel yaşam eğilimleri, Neugarten'in yetişkinlik ve yaşlılıktaki kişilik değişimindeki özellikleri ile Jahoda'nın belirlemiş olduğu olumlu psikolojik sağlık ölçütlerinden faydalanmıştır (73).

2.2.2.2.2 Çok boyutlu psikolojik iyi oluş modelinin alt bileşenleri

Ryff'e (1989) göre psikolojik iyi oluşun alt boyutları aşağıda açıklanmıştır:

Şekil 1. Psikolojik İyi Oluş Boyutları



Şekil 1, 74 nolu kaynaktan alınmıştır.

- **Kendini Kabul:** Kendini kabul etme psikolojik iyi oluş açısından iyi olmanın en önemli boyutu olarak görülmektedir. Antik Yunanlılar da kişilerin kendilerini farkında olup, kendi duygularını doğru bir şekilde değerlendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu iç değerlendirmeler pozitif yönde olmalıdır (75). Kendini kabul, bireyin kendisini gerçekleştirme, uygun bir işleyiş, görevini yerine getirebilme ve olgunluk olarak tanımlanır. Kendini kabul, birçok kişi için basit bir şey değildir. Değerlendirilme ritüeli fazla olan ve bu değerlendirmelerinde kişinin kendini tamamiyle iyi yönlerinde onaylamasını ifade eder (76).
- **Diğerleriyle olumlu ilişkiler:** Sevmek ruh sağlığının temel bir bileşeni olarak sayılmaktadır. Diğerleri ile iyi ilişkilerde bulunabilmek için empati sahibi olmak, merhamet sahibi olmak insanlara güven duymak, sevgisini hissetmek, onlara karşı sorumluluklarımızın farkında olmak gerekir (77)
- **Bireysel gelişim:** Yeterli psikolojik potansiyel görme sadece bir özelliğe ulaşmayı değil onu sürdürmeyi, geliştirmeyi gerektirir. Yaşam boyu gelişim kuramları da sürekli değişen hayat şartları ve farklı dönemle içerisinde karşılaşılabilen zorluklar ile karşı karşıya kalabilmeyi vurguladığı için süregelen bir gelişim ve kendini geliştirme ön plana çıkmaktadır (78). Birçok araştırmacı

da pozitif ruh sağlığı yaklaşımında kendini gerçekleştirmenin önemine vurgu yapmıştır. Kişi kendi duygu ve davranışlarını, tutumlarını anlayarak kendini motive etmektedir. Bundan dolayı kişinin sürekli gelişim kendini geliştirme işteği olması ve gerçekleştirmesi psikolojik sağlığı açısından önemlidir (79).

- **Yaşam Amacı:** Bireyin hayat amacını bulması ve bunu fark etme yeteneğidir (80).
- **Özerklik:** Nasıl isterse öyle davranabilme, bağımsız karar verebilme olarak ifade edilen özerklik, ruh sağlığı için önemli bir kriterdir (81). Literatürde bağımsızlık ve davranışını içinden geldiği gibi düzenleme, öz-değerlendirme sıklıkla vurgulanır. Keyes ve Ryff'e (1999) göre de özerklik; görülen baskılardan ayrılarak, kişinin içinden geldiği gibi hareket etmesi ve kendi kendini değerlendirebilmesidir.
- **Çevresel hakimiyet:** Bireyin içinde bulunduğu ortama uyum sağlaması ve etkinliklerden yararlanması veya kendi ruhsal durumuna uygun ortam yaratması çevresel hakimiyet olarak tanımlanır. Olumlu ruh sağlığının bir şartı olarak bireylerin, içinde bulunduğu çevrenin kontrolü sağlaması gereklidir. (82).

2.2.3. Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik İyi Oluş

Kişiler hayatlarında ihtiyaç duydukları bilgiye erişmek için sosyal medyaya sıklıa başvurmaktadır. Günümüzde hızla gelişen teknoloji ile birlikte eskiden sadece televizyon iken, medya araçlarının neredeyse hayatımızın her alanında var olduğu söylenebilir. Akademik literatürde bilgiye erişim sağlamalarıyla birlikte İnternet kullanımı ve psikososyal sağlık arasındaki ilişki ilgi çeken konular arasındadır (82). Yapılan bir araştırmada internetin makul sürede kullanımının kişinin çevresiyle olumlu ilişkilere girmesine, kendi sınırlarının farkına varmasına ve kendini olumlu algılamasına olumlu yönde etki ettiğini ifade edilmiş ve İnterneti yoğun kullanma ve hiç kullanmamanın sosyal ilişkiler üzerindeki etkisinin benzerliğine dikkati çekilmiştir (83).

Sosyal medya uygulamaları kullanıcılara fiziksel iletişim kurmamanın sağladığı rahatlıkla birçok davranışlar açısından zemin oluşturmaktadır. Sosyal ortamlarda kurulan iletişimde karşılıklı iletişimdeki gibi anlık dönüş zorunluluğu yoktur. Bu durum da kişilerin iletileri düşünerek cevaplama ve düşüncelerini mantık süzgecinden geçirmelerine imkan tanımaktadır. Dolayısıyla bu durumun kişiler arası iletişimdeki çatışmayı önlemek açısından önemli olduğunu söylemek mümkündür (44).

Chen ve Persson (2002), genç yetişkin ve yetişkin bireylerin internet kullanımlarının psikolojik iyi oluşlarına etkisi ve internet kullanan yetişkinler ile internet kullanmayan yetişkinler arasında psikolojik iyi oluş düzeyi açısından anlamlı bir fark olup olmadığını incelemeyi amaçlamışlardır. Bu araştırmaya göre genç yetişkin ve yetişkin bireylerin psikolojik iyi oluşlarının anlamlı şekilde farklılaştığı, internet kullanan yetişkin bireyler ile internet kullanmayan yetişkin bireyler arasında psikolojik iyi oluşun bireysel gelişim ve yaşam amaçları boyutları açısından internet kullanan yetişkin bireyler lehine anlamlı fark bulunduğu ve yetişkin internet kullanıcılarının psikolojik iyi oluşlarının internet kullanmayanlara oranla daha olumlu olduğu sonucuna varmışlardır.

2.3.4. Evlilik Kavramı ve Psikolojik İyi Oluş

Geleneksel aile yapıtaşını oluşturan evli çiftler arasında ki ilişki, mutluluğu ve aile yaşamındaki değerlendirmelerin düzeyini etkilemektedir (84). İlişkilerde kadınlar için, uyumlu ilişkiler daha yüksek doyumu ve mutluluğu sağlamaktadır. Reichman'e göre (1989), Öte yandan erkekler için ise işlevsellik uyumlu ilişkinin etkilerini taşımaktadır.

Ruh sağlığını etkileyen birinci faktör yakın çevredir. Dolayısıyla evlilik çiftlerin psikolojik sağlığına etki etmektedir. Yapılan bir çalışmada, evli çiftlerin yaşının, çocuk sayısı ve evlilik süresinin, kadınların evlilik doyumunu olumsuz yönde, eğitim seviyesinin de pozitif yönde anlamlı bir ilişki gösterdiğini belirtmişlerdir ve çalışan kadınların, çalışmayan kadınlara oranla evlilik doyumlarının daha yüksek olduğu görülmektedir (85).

Spanner'e (1976) göre ise evlilik uyumu, zamanla gerçekleşen değişikliklere çiftlerin uyumlu olmalarıdır. Evliliğin psikolojik işlevlerinden biri de eşlerin birbirini sevmeye ve sevebilme arzusudur (86). Evlilik ile birlikte bu duyguları yaşama ve meydana gelen çocukları ile beraber olmanın verdiği güven duygusu ve mutluluğu yaşarlar (87). Doyuma ulaşmak ve mutluluğu yakalamak için sağlıklı iletişim kurabilen, sorun ve görüşlerde ortak görüşe sahip çiftler evlilikleri uyumlu olarak tanımlanabilir (88).

Akça Koca (2013) tarafından evli anneler katılımının sağladığı araştırmada evlilik doyumu, evlilikte problem çözme becerisi ve psikolojik iyi oluşu aile eğitim programının etkisi incelenmiştir. Sonucunda ise aile eğitim programlarının, evlilik doyumlarını, evlilikte problem çözme becerilerini ve psikolojik iyi oluş seviyelerini pozitif yönde etki ettiği belirtilmiştir. Yapılan başka bir araştırmaya göre ise psikolojik iyi oluş ve evlilik doyumunun ilişkili olduğunu kanıtlanmıştır (89). Yeşiltepe (2011) araştırmasında 343 öğretmen katılımının sağlandığı evlilik uyumlarıyla psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda psikolojik iyi oluşun alt boyutlarından otonom, kendisini kabul etmek ve bireysel gelişimin, evlilik uyumunu anlamlı bir biçimde etkilediği belirtilmiştir (90).

Timur (2008) araştırmasında evli bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerinin evli olmayanlara göre ilişkisini incelemiştir. Yaş ve cinsiyet durumunun pek farklılaşmadığını belirtmekle beraber evli kişilerin evli olmayanlara oranla psikolojik iyi oluşun yüksek olduğunu bildirmiştir.

2.4. Sosyal Medya Kullanımının ve Evlilik Kavramının Psikolojik İyi Oluşa Etkisinde Hemşirenin Rol ve Sorumlulukları

Sağlığın korunması konusunda hemşire her üç düzeyde de aktif rol almaktadır.. Birincil koruma da amaç, bireylerin veya toplumun koruyucu önlemler ile hastalıkların risklerini ortadan kaldırmak ve hastalık başlamadan önce önlemektir. Hemşireler sağlık eğitimi, davranış değişikliği gibi konularda bu düzeyde önemli rol almaktadırlar. İkincil koruma hastalıklara erken tanı konularak tedavi edilmesidir. Hemşireler erken tanıya

yönelik bireysel uygulamalar, sağlığın değerlendirilmesi gibi konularda aktif rol alırlar. Üçüncül korumada amaç, hastalığın bireydeki etkilerini azaltmak, tedavi ve rehabilitasyon aşaması yer almaktadır (91).

6283 sayılı hemşirelik yasasına dayalı, 27515 sayılı hemşirelik yönetmeliğinde; hemşire “riskli davranışlara (intihar, şiddet, kendine ve/veya çevresine zarar verme, kötüye kullanım, ihmal) ilişkin öykü alır”; “risk düzeyini değerlendirir”; “Birey, aile ve gruplarda olumlu sağlık davranışları geliştirmek için toplumdaki liderlerle işbirliği yapar ve onları harekete geçirir”; “Uygun aile ortamı sağlamaya yönelik programlarda görev alır”; “Toplumda gerçekleşebilecek şiddet olgularının önlenmesinde görev alır.” “Birey ve ailenin eğitim ve danışmanlık ihtiyacının belirlenmesini ve yerine getirilmesini sağlar” hükümleri yer almaktadır. Ruh sağlığı hastalıkları hemşireliği ise; “bilgiyi, deneyimi, becerisini, biyolojik ve sosyal bilim verilerini, tıropatik kullanma sanatını birleştiren bir disiplindir” olarak tanımlanmaktadır (92).

Psikiyatri hemşireleri, hemşirelik alanında psiko eğitim, aile eğitimi, sosyal beceri eğitimi gibi çeşitli girişimsel psikososyal etkinlikleri kullanarak hastalar açısından; yaşam kalitesi, işlevsellik, hasta memnuniyeti ve tedavi başarısını arttırdığı belirtilmiştir (93). Hemşireler açısından ise hemşirenin bağımsız rollerini ön plana çıkararak mesleki gelişime katkı sağlamıştır (94).

Evliliklerde özellikle çiftlerin gelişen teknoloji ile birlikte artan ve sosyal medyanın verdiği olumlu etkinliklerin yanında olumsuz etkinliklerde çiftleri birçok yönden etkilemiştir. Danışmanlık, eğitim ve bakım rolleri ile kadının, ailenin ve toplumun sağlığının korunması ve iyileştirilmesi gerektiğinde rehabilitasyonu sağlama işlevleri ile sağlıklı aile yapısının oluşumun sağlamak yönünden Türk Hemşireler Derneği’ne (THD-2011) göre hemşirelerinin eğitim ve danışmanlık görevi bulunmaktadır. Psikiyatri hemşireliği de ruh sağlığı konularında risk faktörlerini değerlendirilmesi ve bireyleri uygun destek sistemlerine yönlendirmesi sorumlulukları yer almaktadır (95,96).

Başlıca hemşirelik sorunları:

- Sağlığı sürdürmede isteksizlik
- Zarar görme riski
- Çevreye zarar verme riski
- Uyku bozukluğu
- Umutsuzluk
- Anksiyete
- Sosyal etkileşimde bozulma
- Aile süreçlerinde değişim
- Benlik saygısında azalma
- Özbakım eksikliği
- Rollerini yerine getirememe
- Yetersiz aktivite düzeyi
- Bireysel baş etmede yetersizlik
- Duyusal-Algısal değişiklikler
- Düşünce süreçlerinde değişimdir (97).

Önerilen hemşirelik yaklaşımları bireylerin gereksinimleri doğrultusunda şekillenmektedir.

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Tipi

Bu araştırma, evli kadınlarda sosyal medya kullanımı ve psikolojik iyi oluş düzeylerini ve her iki durumun birbiri üzerine ilişkisini belirlemek amacıyla tanımlayıcı tipte gerçekleştirilmiştir.

3.2. Araştırmanın Yeri ve Zamanı

Araştırma, sosyal paylaşım sitesi ve sosyal paylaşım ağı üzerinden online anket olarak Mart-Mayıs 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilecektir.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, TÜİK 2020 verilerine göre evli olan 30684193 evli kadın oluşturmaktadır. Örneklemine, %90 güven aralığı ve %5 hata payı ile örneklem hesaplama formülüne 251 kadın oluşturmuştur. Araştırma 258 evli kadın ile gerçekleştirilmiştir.

Örneklem büyüklüğüne karar verilirken ise: evrendeki birey sayısının bilindiği durumlarda kullanılan formülden yararlanılmıştır.

$$n = \frac{Nt^2 \cdot p \cdot q}{S^2 (N-1) + t^2 p \cdot q}$$

$$n = 30684193 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50 (0,04)^2 + 30684192 + (1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50$$

n= 251 olarak hesaplanmıştır.

N: Evrendeki birey sayısı

n: Örneklem alınacak birey sayısı

p:incelenen olayın görülme boyutu

q:incelenen olayın görülmemeye boyutu

t:Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde t tablosundan bulunan teorik değer (%95 için t-tablo değeri=1.96'dır)

S²: Araştırmada belirlenecek hızın olası standart sapması

3. 4. Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri araştırmayı kabul eden kişilere elektronik ortamda uygulanmıştır ve araştırmada gönüllük esasına bağlı kalınmıştır. Araştırma ilişkin açıklama yazılı veri ortamda yapılmıştır. Anket formu kişiler tarafından anlaşılabilir şekilde konu ile ilgili kaynaklar ve daha önce yapılmış araştırmalardan yararlanılarak düzenlenmiştir. Bireylere sosyo-demografik özellikler ve Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeğinden oluşan anket formu uygulanmıştır (Ek-1).

Sosyo-Demografik Bilgi Formu: Katılımcıların sosyo- demografik verilerini saptamak amacıyla araştırmacı tarafından oluşturulan 13 sorunun anket formu uygulanmıştır. Bu formda yaş grubu, öğrenim durumu, çocuk varlığı, çalışma durumu, evlilik süresi, gelir düzeyi ile ilgili sorular bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımı özelliklerini içeren sorular ise Sosyal medyayı ne kadar süredir kullandığı, ortalama günlük kaç saat ve hangi ruh hallerinde kullandığı, eşi ile ilişkisi ve eşinin sosyal medya kullanması ile ilgili tutumu, sosyal medya kullanımının günlük yaşamını etkileyip etkilemediği ve paylaşımlarını takip edip etmediği gibi sorular içermektedir.

Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği: Ölçeğin orjinal formu Jenkins-Guarnieri, Wright ve Johnson (2013) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 6'lı likert tipte oluşturulmuştur (1- Tamamen Katılmıyorum, 6- Tamamen Katılıyorum). Ölçekte 8. madde ters değerlendirilmekte, ölçeğin tamamından alınabilecek en fazla 60 puan en az ise 10 puan alınabilmektedir. Yüksek puanlar sosyal medya kullanım düzeyinin yükseldiğini göstermektedir. Ölçek sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ile sosyal rutinlerle bütünleşme alanlarında olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin ilk

altı sorusu duygusal bağlantı ile sosyal bütünleşme alt boyutunu, son dört sorusu ise sosyal rutinlerle bütünleşme alt boyutunu içermektedir. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin orijinal formunun Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayıları sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt ölçeği için 0,89; sosyal rutinlerle bütünleşme alt ölçeği için 0,83, ölçeğin bütünü için 0,91 olarak bildirilmiştir (98). Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması Akın ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilmiştir (99). Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin Türkçe versiyonunun Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayıları ölçeğin sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt ölçeği için 0,87; sosyal rutinlerle bütünleşme alt ölçeği için 0,71, ölçeğin bütünü için 0,87 olarak bildirilmiştir. Bu araştırmada ölçeğin cronbach alpaha değeri 0,85 olarak bulunmuştur.

Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği: Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (PİO), bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerini ölçmek amacıyla Ryff (1989) tarafından geliştirmiştir. Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması Telef (2012) tarafından yapılmıştır. PİO toplamda 8 maddeden ve tek faktörden oluşmaktadır. Maddeleri kesinlikle katılmıyorum (1) ve kesinlikle katılıyorum (7) arasında yanıtlanmaktadır. Bütün maddeler olumlu şekilde ifade edilmektedir. Puanlar 8 ile 56 arasında değişmektedir. Yüksek puan alan kişiyi psikolojik anlamda belli bir güce sahip olduğu belirtilmiştir. Ölçeğin cronbach alfa iç tutarlık katsayısı 0,87 dir (100). Bu araştırmada ölçeğin cronbach alpha değeri 0,83 olarak bulunmuştur.

3. 5. Araştırmanın Değişkenleri

Bağımlı değişken: Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (PİO) puan ortalaması, sosyal medya kullanımı puan ortalaması

Bağımsız değişkenler: Katılımcıların sosyo- demografik ve sosyal medya kullanımına ilişkin özellikleri

3. 6. İstatistiksel Analiz Yöntemleri

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 22.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak sayı, yüzde, ortalama, standart sapma ve karşılaştırmalar için uygun istatistiksel yöntemler kullanılmış, Kolmogorov-Smirnov normal dağılım testi ile verilerin normal dağılımın olmadığı görülmüştür ($p<0,05$). Veriler normal dağılıma uymadığı için verilerin analizinde non-parametrik testler olan Mann-Whitney U testi, Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Analiz için ortalama ve standart sapma değerleri kullanılmıştır. Araştırmada $p<0,05$ olarak bulunan sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir.

3. 7. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Genellenebilirliği

Araştırma sadece evli kadınlar ile sınırlıdır. Araştırmanın bulguları ise, kişisel Bilgi formu Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve Psikolojik İyi oluş Ölçeğinden elde edilen bulgularla sınırlıdır.

3. 8. Araştırmanın Etik İlkeleri

Araştırmaya başlamadan önce Okan üniversitesi Etik Kurulu'nun 05.02.2020 tarihli, 119 sayılı toplantısında 7 numaralı karar ile 'Etik kurul Onayı' alınmış (Ek-2) ve gönüllülük esasına dayanarak bilgilendirilmiş onam elektronik ortamda çalışmaya katılmayı kabul eden kişilerle yürütülmüştür.

4.BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın sorularına cevap bulmak amacıyla uygulanan istatistiksel analiz veri ve bulguları ve yorumlarına yer verilmiştir. Elde edilen veriler istatistiksel olarak $p=0,05$ anlamlılık düzeyine göre değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 1. Kadınların Tanıtıcı Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişkenler		n	%
Yaş ortalaması 34,27±8,01 yaş (min: 20, maks: 63)			
Yaş grubu	20-30 yaş	106	41,1
	31-40 yaş	99	38,4
	41 yaş ve üzeri	53	20,5
Öğrenim durumu	İlköğretim	25	9,7
	Lise	40	15,5
	Üniversite ve üzeri	193	74,8
Çocuk varlığı	Var	181	70,2
	Yok	77	29,8
Çalışma durumu	Çalışıyor	177	68,6
	Çalışmıyor	81	31,4
Evlilik süresi	1 yıldan az	23	8,9
	1-5 yıl	94	36,4
	6-10 yıl	46	17,8
	11 yıl ve üzeri	95	36,8
Gelir düzeyi	Gelir giderden az	40	15,5
	Gelir gidere denk	157	60,9
	Gelir giderde fazla	61	23,6
Toplam		258	100,0

Kadınların yaş ortalaması 34,27±8,01 (min 20, mak 63) ve %41,1'i 20-30 yaş grubu arasındadır. Katılımcıların %74,8'inin üniversite mezunu, %70,2'sinin çocuk sahibi olduğu ve %68,6'sının çalıştığı belirlenmiştir. Katılımcıların %36,8'i 11 yıl ve üzeri süredir evlidir ve %60,9'unun geliri giderine denktir (Tablo 1).

Tablo 2. Kadınların Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Özelliklerin Dağılımı

Değişkenler		n	%
Sosyal medya kullanma süresi	1-3 yıl	36	13,9
	4-6 yıl	67	26,0
	7 yıl ve üzeri	155	60,1
Sosyal medyada <u>günde</u> ortalama geçirilen saat	1 saatten az	67	26,0
	1-3 saat	153	59,3
	4 saat ve üzeri	38	14,7
Hangi ruh halinde sosyal medyayı daha çok kullandığı	Mutlu	83	32,1
	Mutsuz	28	10,9
	Her iki durumda da	147	57,0
Eşi ile ilişkisinin nasıl olduğu	İyi	199	77,1
	Orta	59	22,9
Eşin sosyal medya kullanımına yönelik tutumu	Destekler	18	7,0
	Desteklemez	33	12,8
	Karışmaz	207	80,2
Sosyal medyanın günlük yaşamı etkileme durumu	Çoğunlukla etkiler	15	5,8
	Nadiren etkiler	81	31,4
	Etkilemez	162	62,8
Paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumu	Eder	162	62,8
	Etmez	96	37,2
Toplam		258	100,0

Katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin özelliklerinin dağılımı Tablo 2'de verilmiştir. Katılımcıların %60'1'inin 7 yıl ve üzeri süredir sosyal medyayı

kullandığı, %59,3'ünün günde 1-3 saatini sosyal medyada geçirdiği, %57'sinin mutlu ya da mutsuz her durumda sosyal medya kullandığı, %77,1'inin eşi ile ilişkisinin iyi olduğu, %80,2'sinin eşinin sosyal medya kullanımı konusunda kendisine karışmadığı, %62,8'inin sosyal medyanın hayatını hiç etkilemediği ve paylaşımlarına gelen beğenileri takip ettiği belirlenmiştir.

Tablo 3. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği Puan Dağılımı

	Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği
Ortalama± Standart Sapma	24,32±9,60	36,87±13,32
Minimum- maksimum	10-55	8-56

Kadınların ölçek puan ortalaması Tablo 3'te yer almaktadır. Kadınların Sosyal Medya Kullanım Ölçeği puan ortalaması 24,32±9,60 (min 10, maks 55) ve Psikolojik İyi Oluş Ölçeği puan ortalaması 36,87±13,32 (min 8, maks 56) olarak bulunmuştur (Tablo 3).

Tablo 4. Kadınların Demografik Özelliklerine Göre Ölçek Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Değişkenler		Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği		Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği	
		Ort ± SS	test p	Ort ± SS	test p
Yaş grubu	20-30 yaş	24,54±9,41	F: ,445 p: , 641	36,90±13,45	F: , 478 p: , 620
	31-40 yaş	23,65±9,91		36,08±13,52	
	41 yaş ve üzeri	25,11±9,48		38,30±12,78	
Öğrenim durumu	İlköğretim ^(a)	21,00±8,39	KW: 6,952 p: ,031 c>a,b	33,20±13,15	KW: 2,731 p: ,255
	Lise ^(b)	22,05±7,99		35,70±14,14	
	Üniversite ve üzeri ^(c)	25,22±9,91		35,79±13,14	
Çocuk varlığı	Var	24,42±9,72	t: ,265 p: ,791	36,65±13,06	t: ,403 p: , 687
	Yok	24,07±9,35		37,38±13,98	

Çalışma durumu	Çalışıyor	25,25±10,08	t: 2,340 p: ,020	37,71±13,01	t: 1,493 p: ,132
	Çalışmıyor	22,27±8,14		35,04±13,88	
Evlilik süresi	1 yıldan az	25,13±9,98	KW: ,960 p: ,811	39,65±12,08	KW: 2,267 p: ,519
	1-5 yıl	23,64±9,19		35,39±14,08	
	6-10 yıl	23,97±8,96		38,21±12,44	
	11 yıl ve üzeri	24,95±10,27		37,02±13,25	
Gelir düzeyi	Gelir giderden az	22,87±10,36	F: 1,164 p: ,314	39,02±12,58	F: ,828 p: ,438
	Gelir gidere denk	24,13±9,40		36,11±13,53	
	Gelir giderde fazla	25,75±9,56		37,42±13,26	

KW: Kruksal-Wallis, F: Anova testi, t: t testi

Kadınların demografik özelliklerine göre ölçek puan ortalamalarının karşılaştırılması Tablo 4'te verilmiştir. Kadınların yaş grubu, çocuk varlığı, evlilik süresi ve gelir düzeyi ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamış ($p>0,05$); öğrenim durumu ve çalışma durumu ile anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Kadınların üniversite ve üzeri mezunu olan ve çalışanların daha fazla sosyal medya kullandıkları belirlenmiştir.

Kadınların yaş grubu, öğrenim durumu, çocuk varlığı, çalışma durumu, evlilik süresi ve gelir düzeyi ile Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 5. Kadınların Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Özelliklerine Göre Ölçek Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Değişkenler		Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği		Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği	
		Ort ± SS	Test p	Ort ± SS	Test p
Sosyal medya kullanma süresi	1-3 yıl	24,77±9,26	F: 2,449 p: ,930	32,16±14,78	F: 2,314 p: ,097
	4-6 yıl	24,49±10,97		35,73±13,55	
	7 yıl ve üzeri	24,15±9,19		38,03±12,86	
Sosyal medyada <u>günde</u> ortalama geçirilen saat	1 saatten az	23,77±9,07	F: 3,738 p: ,291	34,86±13,62	F: 4,838 p: ,184
	1-3 saat	24,93±10,08		36,96±12,98	
	4 saat ve üzeri	24,65±8,82		39,50±13,49	
Hangi ruh halinde sosyal medyayı daha çok kullandığı	Mutlu	24,39±9,85	KW: ,038 p: ,981	36,78±13,43	KW: ,007 p: ,996
	Mutsuz	24,32±9,43		37,75±10,99	
	Her iki durumda da	24,27±9,55		36,76±13,72	
Eşi ile ilişkisinin nasıl olduğu	İyi	24,48±9,71	t: ,493	36,63±13,56	t: ,526
	Orta	23,77±9,26	p: ,622	37,67±12,52	p: ,599
Eşin sosyal medya kullanımına yönelik tutumu	Destekler	25,50±11,68	KW: ,021 p: ,990	37,27±13,15	KW: ,004 p: ,998
	Desteklemez	24,60±10,45		37,03±12,24	
	Karışmaz	24,17±9,30		36,81±13,55	
Sosyal medyanın günlük yaşamı etkileme durumu	Çoğunlukla etkiler	28,13±12,28	KW: 1,915 p: ,384	33,73±14,57	KW: ,770 p: ,681
	Nadiren etkiler	23,29±9,45		37,37±13,31	
	Etkilemez	24,48±9,36		36,91±13,25	
Paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumu	Eder	23,75±9,54	t: ,445	35,95±13,25	t: ,478
	Etmez	25,28±9,67	p: ,641	38,43±13,35	p: ,620

KW: Kruksal-Wallis, F: Anova testi, t: t testi

Kadınların sosyal medya kullanım göre ölçek puan ortalaması karşılaştırılması Tablo 5'te verilmiştir. Kadınların sosyal medya kullanım özellikleri ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 6. Ölçekler Arası Korelasyon

Ölçekler		Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	r	0,018
	p	,774

r_s: Sperman Korelasyon; p<0,05

Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ile Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmamıştır ($p>0,05$, $r=0,018$) (Tablo 6).

5. TARTIŞMA

Günümüzde geleneksel iletişim araçları yerini gelişen teknoloji ile birlikte internet ile sağlanmaya başlanmıştır. Birçok alanda etkisinin giderek artan internet kısa sürede bunlara uyum gösterebilen bir iletişim aracı olarak kabul edilmektedir (101).

“En hızlı gelişen iletişim teknolojilerinden biri olarak sosyal medya, kişilerin düşüncelerini paylaştığı ve okuduğu blogları, şirket destekli tartışma ve sohbet sitelerini, müşterilerin birbirleri ile iletişim kurabilecekleri e-postalarını, ürün ya da hizmetlerin bilgilerine ulaşabilecekleri siteleri ve forumları, ses, görüntü, fotoğraf ve filmlerin paylaşılabileceği internet ortamından oluşmaktadır(102)’’.

Bu araştırmada da evli kadınlarda sosyal medya kullanımı ve psikolojik iyi oluş arasında ilişkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu araştırma sonucunda elde edilen bulgular ilgili literatür ile birlikte tartışılmış ve yorumlanmıştır. Literatür de sosyal medya kullanımı ile ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi birlikte değerlendiren bulguya rastlanmamıştır. Bu konular ile ilgili birbirinden bağımsız araştırmalara rastlanmış ve yapılan araştırma bu çalışmadaki bulgularla desteklenmeye çalışılmıştır.

Katılımcıların %60,1’i 7 yıl ve üzeri süredir sosyal medyayı kullandığını, %59,3’ü günde 1-3 saati sosyal medyada geçirdiğini, %57’sinin mutlu ya da mutsuz her durumda sosyal medya kullandığı, %77,1’inin eşi ile ilişkisinin iyi olduğu, %80,2’sinin eşinin sosyal medya kullanımı konusunda kendisine karışmadığı, %62,8’inin sosyal medyanın hayatını hiç etkilemediği ve paylaşımlarına gelen beğenileri takip ettiği belirlenmiştir (Tablo-2). Çalışmaya katılan evli kadınların çoğunluğunda sosyal medya da eşlerinden bağımsız hareket edebildikleri görülebilmektedir. Ayrıca ruh hallerinin sosyal medya kullanımlarını etkilemediği görülmektedir. Aktif olarak sosyal medya kullanıcısı olduğu gözükmemektedir. Katılımcıların çoğunun sosyal medya kullanımının eşi ile ilişkilerini olumsuz yönde etkilemediği söylenebilir.

Literatürde çalışma bulgusu ile benzerlik gösteren çalışmalar yer almaktadır. Özşarı ve Karaduman'ın (2016), eğitim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve yalnızlıklarını incelemek amacıyla yapılan çalışmada, öğrencilerin %68,9'unun 4 yıl ve üzeri süredir sosyal medya üyesi olduğu, %63,1'i günde bir kereden fazla sosyal medyada olduğu, %32'sinin 11-30 dakika sosyal medyaya her girişlerinde ortalama vakit harcadıkları saptanmıştır (103). Armağan'ın (2013) gençler üzerine yaptığı çalışmada katılımcıların %96,8 oranında sosyal medyayı kullandıkları ve %71'inin sosyal medya sitelerinde 1-5 saat aralığında zaman harcadıkları belirlenmiştir (104).

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ) puan ortalaması $24,32 \pm 9,60$ (min 10, maks 55) olarak bulunmuştur (Tablo 3). Bu sonuçlara göre, evli kadınların sosyal medya kullanım düzeylerinin orta seviyede olduğu söylenebilir. Literatürde Sosyal Medya Kullanım ölçeği kullanılarak farklı örneklem gruplarında yapılmış çalışma sonuçları yer almaktadır. Doğan ve Torun'ın (2016) lise öğrencilerinde yaptığı çalışmada, öğrencilerin sosyal medya kullanım ölçeği puan ortalaması $25,87 \pm 11,67$ olarak bulunmuştur. Turgut ve ark'nın (2018) sağlık yönetimi öğrencilerinde yaptığı çalışmada, öğrencilerin sosyal medya kullanım ölçeği puan ortalaması $21,84 \pm 9,13$ olarak bulunmuştur (105). Aynacı ve Yılmaz'ın (2018) Edirne'de üniversite öğrencilerinde yaptığı çalışmada, öğrencilerin sosyal medya kullanım ölçeği puan ortalaması $29,33 \pm 5,46$ olarak bulunmuştur (106). Çakmak'ın (2018) farklı alanlardan üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım düzeyleri ve sosyal görünüş kaygıları arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmasında, öğrencilerin SMKÖ toplam puan ortalamaları $28,62 \pm 13,75$ olarak bulunmuştur (107). Özkefeli Hamurcu'nun (2019), hemşirelik öğrencilerinde yaptığı çalışmada, öğrencilerin SMKÖ puan ortalaması $27,53 \pm 8,77$ olarak bulunmuştur (106). Balcı ve Sarıtaş'ın (2019) Konya merkezde yaşayan 18-65 yaş arası sosyal medya kullanan bireylerde gerçekleştirdiği çalışmada, SMKÖ puan ortalaması $33,18 \pm 10,84$ olarak bulunmuştur (108).

Katılımcıların Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (PİOÖ) puan ortalaması $36,87 \pm 13,32$ (min: 8, maks: 56) olarak bulunmuştur (Tablo 3). Bu sonuçlara göre, evli kadınların psikolojik iyi oluşlarının ortalamasının üzerinde olduğu söylenebilir. Daş'ın (2019) evli

bireylerin evlilikte uyum ve eş destek düzeyleri ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada, PİÖÖ puan ortalaması $37,71 \pm 14,19$ olarak bulunmuştur (110). Sosyal medya kullanan kadınların sosyal görünüş kaygısı ile psikolojik iyi oluş ilişkisinin incelendiği bir başka çalışmada da kadınların PİÖÖ puan ortalaması $37,96 \pm 13,41$ olarak belirlenmiştir (111).

Kadınların **yaş grubu** ile Sosyal medya kullanım ölçeği ortalaması arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 4). Kadınların farklı yaş grubunda olması sosyal medya kullanımını etkilemediği sonucuna varılmıştır. Araştırma bulgusunun aksine, Demir Türkdogan (2019) yaptığı araştırmasında sosyal medya kullanımında orta bağımlı 19-25 yaş arasında olduğunu belirtmiştir. Ayrıca 26 yaş ve üstünün ise az bağımlı olduğunu ifade etmiştir (112). We Are Social (2020) araştırma şirketi ise 18-34 yaş arası yaş grubunun en fazla sosyal medya kullandığını, yaş ilerledikçe ise kullanımın düştüğünü belirtmiştir. 2004-2019 yılları arasında yapılan araştırmada internet kullanımında yaş grupları ele alınmış, araştırma sousunda 16-35 yaş grubunun en fazla internet kullanan grup olduğunu raporlamıştır (113). Yapılan başka bir araştırma sonucuna göre ise genç bireylerin yaşlı bireylere oranla daha fazla sosyal medya kullandıkları bulunmuştur (114). Turgut ve ark'nın (2018) ve Çakmak'ın (2018) çalışmalarında sosyal medya kullanımı ve yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur (105,106). Bu çalışmaların sonucunun, çalışma bulgusundan farklı olması çalışmaların genel olarak 20 yaş altı ve 21 yaş ve üzeri yaş grubunda gerçekleştirilmesi ve ayrıca bu çalışmanın örneklem grubunun yaş aralığının genellikle yetişkin yaş gruplarının yer almasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Kadınların **çocuk varlığı** ile Sosyal medya kullanım ölçeği ortalaması arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 4). Kadınların çocuk sahibi olup olmaması sosyal medya kullanımını etkilemediği sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde, Karaburç'un (2017) çalışmasında çocuk sayısının internet alışkanlığını etkilemediği bulunmuştur (115). Sancar'ın (2017) çalışmasında ise, tek çocuk sahibi kadınların yüksek oranda internet kullanmakta olduğu tespit edilmiş, bu kadınların çalışanlarının iş hayatı dolayısıyla, çalışmayanların ise sosyalleşme gibi nedenlerle interneti tercih ettiği

düşünülmekte olduğunu belirtilmiştir (116). Bir diğer çalışmada ise, çocuğu olmayan evli bireylerin, 2 ve 4 çocuklu olan evli bireylere göre daha fazla problemlili internet kullandıkları bulunduğu belirtilmiştir (117).

Kadınların **evlilik süresi** ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (Tablo 4). Buna göre evlilik süresiyle sosyal medya kullanımının etkilenmediği söylenebilir. Araştırma bulgusu ile benzer olarak; Karaburç (2017) ve Kurt (2019)'un araştırmalarında, ilişki/evlilik süresi değişkenine göre sosyal medya kullanım amaçlarının değişme göstermediği tespit edilmiştir (115,118).

Kadınların **gelir düzeyi** ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (Tablo 4). Literatürde, çalışma bulgusu ile benzer şekilde internet kullanımı ile gelir düzeyi düzey arasında ilişki olmadığı yönünde çalışmalar yer almaktadır (119,106,107). Araştırma bulgusundan farklı olarak Günüş (2009) çalışmasında gelir düzeyi arttıkça bağımlılık düzeyinin de artmakta olduğu da belirtmiştir (120).

Kadınların **öğrenim durumu** ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır (Tablo 4). Kadınların çoğunluğunun (%74,8) üniversite ve üzeri eğitim düzeyine sahip olduğu görölmektedir. Bu sonuç, eğitim düzeyi üniversite ve üzeri düzeyinde olan kadınların daha çok araştırma yapma gereği duyması, daha fazla iletişimde bulunma ve kendini tanıtmaya, tanıma gereği duymasından ötürü daha fazla sosyal medya kullandığını düşündürmüştür. Araştırma bulgusuna benzer olarak; Andreassen ve ark. (2011) Norveç'te yaptıkları çalışmada, eğitim düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımının arttığı belirtilmiştir. Başka bir çalışmada kadınların sosyal medyayı erkeklere oranla daha fazla akademik ve eğitsel amaçla kullanmakta olduğunu belirtilmiştir (121). Çalışma sonucunu destekleyen bir diğer çalışma sonuçlarına göre Lise, Lisans. Yüksek Lisans ve Doktora öğrenim durumlarında olan çalışan kadınların sosyal medya kullanım sıklığı ortalamaları arasındaki farklar ortaya koyulmuştur. Çalışmada Lise öğrenim durumunda olan çalışan kadınların ortalama sosyal medya kullanım sıklığı 1.92 (2=Nadiren) göstermektedir. Doktora öğrenimi olan çalışan kadınların ise ortalama sosyal medya

kullanım sıklığı 3.06 (3=Ara Sıra) şeklinde olduğu belirtilmiştir (122). Pew Research Center (2020), gerçekleştirdiği bir araştırmada kadın ve eğitim düzeyi daha yüksek olan ebeveynlerin sosyal medya sitelerinde daha çok zaman harcadıklarını belirtmiştir (123).

Kadınların **çalışma durumu** ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmış, çalışan kadınların daha fazla sosyal medya kullandıkları belirlenmiştir (Tablo 4). Çalışan kadınlar genel olarak sosyal medyayı daha fazla kişilerde etkileşimde bulunmak, kendini ifade etmek ve bilgi edinmek için kullanmaktadırlar. Ayrıca günümüzde yeni iş alanı olarak sosyal medya gücünün kullanılması ile daha fazla kullandıkları düşünülmektedir. Özellikle tanıtım ve reklam amaçlı sosyal medya çalışan kadınlara oldukça yardımcı olmaktadır. Bu sayede kişiler arasında gereksiz iş akışını azaltmakta ve işlerin daha hızlı yürümesini sağlamaktadır. Askew ve arkadaşları ise (2014) sosyal medya kullanımının çalışanların geçmişe göre daha verimli olmalarını sağladığını belirtmiştir (124). Son zamanlarda Instagram, e-ticaret için büyük kolaylıklar sağlaması ile kadınların el emeği ürünlerinin satışları yapılmaktadır (125). Instagram'ın hedef kitle özelliği kullanılarak belirli aralıklarla reklamlar oluşturularak ilginç çekici ürünlere ulaşması sağlanmaktadır.

Kadınların **yaş grubu** ile Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (Tablo 4). Elde edilen veriler doğrultusunda evli kadınların yaşam dengesini korurken kendine zaman ayırma ve hayattan zevk almanın, doyuma varmanın yaşı etkilemediği görülmüştür. Araştırma bulgusu ile benzer şekilde, Göcen'in (2012) ve Acar'ın (2014) çalışmalarında, yaş ile psikolojik iyi oluş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir (126,127). Kocaman'ın (2019) bir grup yetişkinde umut ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkisinin incelenmesi amacıyla yapılan çalışmada yaş grubu ile psikolojik iyi oluş arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır (128). Araştırma bulgusundan farklı olarak, Yıldız'ın (2018) çalışmasında, kadınların psikolojik iyi oluş puanlarının yaşa göre farklılık gösterdiği belirlenmiş, 19-24 yaş arasındaki kadınların psikolojik iyi oluş puanlarının 35-39 yaş arası kadınlara kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir (129).

Kadınların, **öğrenim durumu** ile Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (Tablo 4). Bu sonuç, evli kadınların psikolojik iyi oluş hallerinin eğitim düzeyinden etkilenmediğini göstermektedir. Araştırma bulgusu ile benzer şekilde, Balcı (2011) ve Eroğlu'nun (2017) ve çalışmalarında eğitim seviyesi ile psikolojik iyi oluş arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (130,131). Araştırma bulgusunda farklı olarak, Ryff iyi eğitilmiş kadınların yüksek özerklik hissine sahip olduklarını (132); Doğan ve arkadaşlarının çalışmasında (2014) eğitim düzeyi arttıkça psikolojik iyi olma düzeyinin arttığını ve Vural (2016) ise eğitim düzeyi düşük katılımcıların psikolojik iyi oluşlarının yüksek olduğunu tespit etmiştir (133).

Kadınların **çocuk sahibi olma durumuna** göre Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (Tablo 4). Elde edilen veriler doğrultusunda evli kadınların psikolojik iyi oluş hallerinin çocuk sahibi olup olmamasından etkilenmediği görülmüştür. Araştırma bulgusu ile benzer şekilde, Özbek (2016)'in evli bireylerde yaşam doyumu ve psikolojik iyi oluşu incelediği çalışmasında da çocuk sayısı ile psikolojik iyi oluş arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (133). Hüsrevoğlu'nun (2019), psikolojik iyi oluş ile evlilik doyumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yaptığı çalışmada, çocuk varlığı ile psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (134). Farklı bir görüşlerde literatürde mevcut olmakla beraber evlilikte artan sorumluluklarla birlikte çocuk ile ilgili konularda çiftler arasında tartışma yaşanabileceği, çocuk sahibi olmanın evlilik memnuniyetini olumsuz etkileyeceği ve bu durumun psikolojik iyi oluş düzeyine düşürebileceği belirtilmektedir (135).

Kadınların **çalışma durumu** ile Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (Tablo 4). Elde edilen veriler doğrultusunda evli kadınların psikolojik iyi oluş hallerinin çalışıp-çalışmamasından etkilenmediği görülmüştür. Araştırma bulgusuna benzer şekilde, Erbay'ın (2015) çalışmasında da çalışan ve çalışmayan evli kadınların anksiyete düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olmadığı belirlenmiştir (136). Kocaman'ın (2019) bir grup yetişkinde umut ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkisinin incelenmesi

amacıyla yapılan çalışmada çalışma durumu ile psikolojik iyi oluş arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır (128).

Kadınların **evlilik süresi** ile Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (Tablo 4). Elde edilen veriler doğrultusunda evli kadınların psikolojik iyi oluş hallerinin ne kadar evli kaldıklarının kişileri etkilenmediği görülmüştür. Evlilikte sorumlulukların artmasıyla beraber eşlerin paylaşımları da artmaktadır. Literatürde evlilik süresi ve psikolojik iyi oluş ile ilgili araştırmalarda genelde kişilerin yaşam doyumu üzerine durulmuştur. Kişilerin birbirine destek olması, kriz dönemlerinde birbirlerini desteklemeleri ve yaşam mücadelesinde yanyana durmaları kişilerin evlilikteki doyumlarını sağlamaya yardımcıdır. Hüsrevoğlu'nun (2019), psikolojik iyi oluş ile evlilik doyumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yaptığı çalışmada, evlilik süresi ile psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (137).

Kadınların **gelir düzeyi** ile Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği puan ortalaması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (Tablo 4). Elde edilen veriler doğrultusunda evli kadınların psikolojik iyi oluş hallerinin gelir düzeyinden etkilenmediği görülmüştür. Bunun sebebinin katılımcılarının gelir düzeyinin benzer olduğundan kaynaklandığı düşünülmektedir. Araştırma bulgusu ile benzer şekilde, Hüsrevoğlu'nun (2019), psikolojik iyi oluş ile evlilik doyumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yaptığı çalışmada, gelir düzeyi ile psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Araştırma bulgusundan farklı olarak, Özden'in (2014) çalışmasında gelir seviyesi ile psikolojik iyi oluş arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (138). Göcen'in (2012) çalışmasında ise psikolojik iyi olmanın ekonomik duruma göre farklılık gösterdiğini ve orta ekonomik grubun alt ekonomik gruba göre daha yüksek düzeyde olduğu belirtilmiştir (128). Eroğlu gelir seviyesi arttıkça psikolojik iyi oluşun da arttığını ifade etmiştir (131).

Araştırmada evli kadınların **sosyal medya kullanma süreleri ve sosyal medyada günde ortalama geçirilen saat** ile sosyal medya kullanım ölçeği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Katılımcıların %60'ı 7 yıl ve üzeri süredir sosyal medyayı kullandığını ifade etmişlerdir. Başka bir ifadeyle; katılımcıların

sosyal medya ağlarını kullanma sıklığının artması sosyal medyaya yönelik tutumlarında değişkenlik yaratmamaktadır. Sosyal medyanın Türkiye’de 2006 yılından beri aktif bir şekilde kullanıldığı, sosyal medya kullanıcıların günde ortalama 2 saat 46 dk vakit geçirdiği, kullanıcıların yarıdan fazlasının arkadaş sayısının 200’den fazla olduğu yapılan istatistiklerde görülmüştür (139). Araştırma bulgusu ile ilgili olarak, Özcan ve Buzlu (2005) yaptıkları çalışmalarda internet kullanım saatleri ve internet haftalık kullanım saati arttıkça bağımlılığın arttığı saptanmıştır (140). Yang ve Tung (2007), da çalışmalarında zamanla bağımlılığın arttığını saptamışlardır. Kişiler interneti bilgi amaçlı kullanmaya kalkıştıklarında istemsiz olarak sosyal medyaya geçiş yaptıkları zamanlar yaşanabilmektedir. Kişilerin internette kalma süreleri ile sosyal medya kullanma süreleri arasında benzerlikler olduğu gözlemlenmiştir (141). Genel olarak literatürde internet kullanımı arttıkça bağımlılığın arttığı yönündedir. Bu çalışmadaki çıkan farkın ise; katılımcıların genelde aynı süregelen yıldır sosyal medya kullanımından kaynaklandığı düşünülmektedir. Koçak (2012), bireylerin internet kullanma süreleri arttıkça sosyal medya mecrasında geçirilen zamanda da artış yaşandığını belirtmiştir (142). Deniz ve Gürültü (2018) yaptıkları araştırmada katılımcıların SMBÖ’nin alt boyutlarında internette günlük ortalama harcanan süreye göre anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşmışlardır (143). Çömlekçi ve Başol’de (2019) araştırmalarında sosyal medya kullanımının artışı ve internete erişimin her geçen yıl artış göstermesinin, sosyal medya kullanım sürelerini her geçen yıl uzattığını belirtmiştir (144).

Çalışma bulgusu ile benzer şekilde, Aynacı ve Yılmaz’ın (2018) çalışmasında, öğrencilerin sosyal medya kullanım süresi, sosyal medya sitelerini kullanım sıklığı ve sosyal medyada geçirilen süre ile Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puan ortalaması arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır (106). Özkefeli Hamurcu’nun (2019) çalışmasında da, sosyal medya kullanımı ile SMKÖ puan ortalaması arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır (108). Çalışma bulgusundan farklı olarak, Turgut ve ark’nın (2018) üniversite öğrencilerinde yaptığı çalışmada, sosyal medya kullanımı ve internet kullanım süresi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuş, günde 3 saatten

fazla internet kullanan öğrencilerin, 1-3 saat arasında internet kullanan öğrencilere kıyasla sosyal medya kullanım düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$).

Araştırmada evli kadınların **hangi ruh halinde sosyal medyayı daha çok kullandığı** ile sosyal medya kullanım ölçeği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Katılımcılar %57'sinin mutlu ya da mutsuz her durumda sosyal medya kullandığını ifade etmiştir. Yani mutlu ya da mutsuz olmak sosyal medya kullanımını etkilememiştir. Araştırma bulgusu ile benzer şekilde Özkefeli ve Hamurcu (2018) çalışmasında, duygusal bağlantı ile sosyal medyaya bağlanmadığı zaman kişinin hissettiği gerginlik, mutsuzluk ve hayattan kopma gibi duygular arasında ilişki bulunmamıştır(105). Taş'ın (2018) çalışmasında da, psikolojik belirtiler ile internete bağlanma amacı arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür (145).

Araştırmada evli kadınların **eşi ile ilişkisinin nasıl olduğu ile eşinin sosyal medya kullanımına yönelik tutumu** sorgulanmış olup, sosyal medya kullanım ölçeği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Katılımcıların %77,1'inin eşi ile ilişkisinin iyi olduğu, %80,2'sinin eşinin sosyal medya kullanımı konusunda kendisine karışmadığı belirlenmiştir. Yani sosyal medya kullanımında kişiler bağımsızdır denilebilir. Çağ (2013), evlilik doyumunu etkileyen faktörleri sıralarken, ilk sırada eş desteği olduğunu belirtmiştir (146). Bu nedenle kişiler evlilik hayatlarında demokratik bir hayat sürerek işlevlerinde özgür ve destekleyici olmayı tercih etmektedirler. Çalışma sonucuna benzer olarak literatürde, Öztürk'ün (2015) sosyal medya bağımlılığı ile romantik ilişki doyumu arasında bir ilişkinin olmadığını raporladığı araştırma sonucu desteklemektedir (147). Kılıç'ın (2020) çalışmasında da, sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya kullanım amaçlarının romantik ilişki doyumunu etkilemediği ve sosyal medya bağımlılığı ile güven arasında bir ilişki olmadığı saptanmıştır (148). Araştırma bulgusundan farklı olarak, Yacoub ve ark. (2018) sosyal medyanın manipüle edici yönüne vurgu yaparak medya bağımlılığının ilişki kalitesini etkilediğini belirtmiştir. (149). Block (2008) yaptığı araştırmada, internet bağımlılığının evlilik ilişkileri konusunda; hayat şeklinin değişmesi, internette geçirilen zamanın çok fazla olması, ailedeki bireylere olan ilginin azalması veya aile bireylerini görmezden gelme, ilgilenmeme gibi negatif etkileri olduğunu belirtmiştir (150). Literatürde farklı sonuçlar

olmasının sebebinin ilişkiler üzerine sosyal medyanın etkisinin daha fazla araştırılması gerektiğini göstermektedir. Sonuç olarak ilişkiler karşılıklı güven söz konusudur. Bu çalışmadaki sonucun ise evli kadınların eşleri ile arasında belli bir güven olduğu, evlilik süresinin çoğunluğunun 11 yıl ve üstü olduğu için bir farklılık bulunmadığı söylenebilir.

Araştırmada evli kadınların **sosyal medyanın günlük yaşamı etkileme durumu ve paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumu** ile sosyal medya kullanım ölçeği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Katılımcıların %62,8'inin sosyal medyanın hayatını hiç etkilemediği ve paylaşımlarına gelen beğenileri takip ettiği belirlenmiştir. Bu sonuç, sosyal medya kullanımının günlük yaşamı etkilememekle beraber beğenilere önem verdiğini göstermektedir. Sosyal medyanın artık alışılmış ve popüler iletişim araçlarından biri olduğu gerçekliğinden yola çıkarak, sosyal medya kullanmanın yeni ve değişik bir deneyim olmaması gerçeği mevcuttur (151). Bu sebeple genelde literatürde sosyal medyanın etkilerinden sosyal görünüş kaygısı üzerine yoğunluk mevcuttur. Bu konuda farklı görüşler bildirilmiştir. Hawi ve Samaha (2016) sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve yaşam memnuniyetiyle ilişkili yaptıkları çalışmalarında, sosyal paylaşım sitelerinin kullanımının yaşam doyumunu üzerinde doğrudan etkisi olmadığını belirtmişler, ancak yaşamdan alınan memnuniyetle pozitif yönde ilişkide görmüşlerdir (152). Yapılan bir başka araştırmada ise sosyal medya yoluyla gelen beğenilme, kişilerin öz saygısını arttırdığı ve medyadan daha çok doyum almasını sağladığını belirterek sosyal medya kullanımının artmasını desteklediği belirtilmiştir (153). Forest ve Wood (2012), sosyal kaygısı olan ve düşük benlik saygısına sahip kişiler için Facebook kullanımının tercih nedeni olduğunu belirtmiş, ayrıca yüksek benlik saygısına sahip bireylerin daha fazla pozitif şeyler paylaştıklarını ve daha fazla olumlu tepki aldıklarını ifade etmektedir (154). Amerika, Texas'ta, kolej öğrencileri ile yapılan çalışmada da, Facebook kullanımının artması algılanan yaşam doyumunun artmasında etkili olduğu belirtilmiştir (155). Literatür çalışmaların farklı olarak bu çalışmanın anlamlı düzeyde farklılık bulunmamasının sebebinin katılımcıların benzer düzeyde internet kullanımından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırmada evli kadınların **sosyal medya kullanma süreleri ve sosyal medyada günde ortalama geçirilen saat** ile psikolojik iyi oluş hali ölçeği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Yani sosyal medya kullanım süresinin yıl olarak artması ile günlük kullanımın saat olarak artması azalması iyi oluşu etkilememektedir. Literatürde sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluş düzeyi ile ilişkilendirilebilecek kavramlarla da var olan çalışmalar incelediğinde, bir uzlaşmanın olmadığı görülmektedir. Shaw ve diğerleri (2015) de, sosyal medya ağlarında çok zaman harcama ile sosyal kaygı arasında bir ilişki olduğunu bulmuştur (156). Bir başka araştırmada internet kullanımının arttıkça yaşam kalitesi memnuniyetinin düşük olduğunu belirtmiştir (157). Başka bir başka çalışmada ise internet kullanan yetişkin katılımcıların psikolojik iyi oluş düzeylerinin internet kullanmayan katılımcılara oranla daha yüksek olduğu görülmüştür (158). Sezer (2013) çalışmasında, internet kullanımının çok olması veya hiç olmamasının psikolojik iyi oluşu negatif olarak etki ettiğini, interneti 1-3 saat zaman aralığında kullananların iyi oluş boyutlarının pozitif olarak etkilediği belirtilmiştir. Literatürden farklı sonuç bulunmasının nedeni olarak katılımcıların benzer düzeyde sosyal medya kullanım yılı ve ortalama geçirdikleri saat olduğu söylenebilir.

Araştırmada evli kadınların **hangi ruh halinde sosyal medyayı daha çok kullandığı** ile psikolojik iyi oluş hali ölçeği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Yani kişiler mutlu ya da mutsuz olmaları durumunda sosyal medya kullanmaları psikolojik iyi oluş durumlarını etkilememektedir. Benzer olarak kadınlar arasında yapılan araştırma bir araştırmada Facebook kullanımı ve depresyon arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirtilmiştir (159). Araştırma bulgusundan farklı olarak, problemli sosyal medya kullanımı arttıkça algılanan stres düzeyinin de arttığı belirtilmiş, psikolojik dayanıklılık arttıkça da problemli sosyal medya kullanımının azaldığı tespit edilmiştir (160).

Araştırmada evli kadınların **eşi ile ilişkisinin nasıl olduğu ve eşinin sosyal medya kullanımına yönelik tutumu** ile psikolojik iyi oluş hali ölçeği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Literatürde genel olarak evlilik uyumu yüksek olan çiftlerin psikolojik iyi oluş düzeyleride yüksektir. Öz (2019), aile içerisindeki

olumlu duyguların yoğun yaşanmasının psikolojik iyi oluşa pozitif yönde etkileyeceğini belirtmiştir (161). Baydur'un (2001) yaptığı çalışma sonucuna göre evli olmanın veya bir eş ile birlikte yaşamının yaşam kalitesini önemli ölçüde arttırdığını bildirmektedir (162). Psikolojik iyi oluş, arkadaştan alınan sosyal desteğin azalması problemleri internet kullanımının arttırdığı görülmektedir (163).

Araştırmada evli kadınların **sosyal medyanın günlük yaşamı etkileme durumu ve paylaşımlarına gelen beğenileri takip edip-etmeme durumu** ile psikolojik iyi oluş hali ölçeği arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (Tablo 5). Kaşıkara ve Doğan (2017), beğenilme arzusunu, başkaları tarafından onaylanma, kabul görme ve sevilme güdülerini nedeniyle başkalarından olumlu geribildirim alma ihtiyacından doğan bir arzu olarak tanımlamışlardır (164). İşman ve ark. (2016) sosyal medyada yapılan paylaşımların, diğer insanlardan onay almak ve kabul görmek adına yapıldığını belirtmişlerdir (165). Bu çalışmada katılımcıların genellikle orta düzeyde sosyal medya kullanıcıları olmaları ile beraber, artık günümüzde sosyal medyanın hayatın her alanında aktif kullanılan bir norm olmasının çalışma sonucunu etkilediği söylenebilmektedir.

Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ile Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmamıştır (Tablo 6). Bu sonuç, evli kadınların sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluşlarında etkisi olmadığını göstermektedir. Çalışmaya katılan kadınların psikolojik iyi oluşların ortalamanın üzerinde olduğu ve bireylerin orta seviyede sosyal medya kullanıcı olduğu düşünüldükten sosyal medya kullanımında psikolojilerinin etkilenmediği söylenebilmektedir. Çalışma bulgusu ile benzer şekilde Alkan ve Doğan'ın (2018) çalışmada, sosyal medya kullanımı ile iyi oluş arasında bir ilişki olmadığı bulunmuştur (166). Söner ve Yılmaz (2018) sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında ilişki saptanmamıştır (167). Araştırma bulgusundan farklı olarak, Çağır ve Gürkan'ın (2010) problemleri internet kullanımı, yalnızlık ve iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada, problemleri internet kullanımı ile iyi oluş düzeyleri arasında negatif ilişki olduğu görülmüştür (168). Naeemi, Tamam ve Hassan (2015)'nin ergen katılımcıların

Facebook kullanımları ile psikolojik iyi oluş düzeylerinin birbiriyle ters orantılı olduğunu saptamışlardır (169). Balcı ve Koçak'ın (2017) araştırmasında, yaşam doyumu ile internet ve sosyal medya kullanım sıklığı arasında negatif yönde anlamlı ilişki olduğunu belirtmişlerdir (170). Srivastawa'nın (2015) çalışmasında da, yaşam doyumu ile sosyal medya kullanımı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir (171).

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç olarak hayatımızda önemli bir yere sahip olan sosyal medya kullanan evli kadınlar ile ilgili çalışma yapılmış, sonucunda sosyal medya kullanan evli kadınların sosyal psikolojik iyi oluş hali incelenmiştir. Çalışmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Kadınların Sosyal Medya Kullanım düzeyleri orta seviyede ve Psikolojik İyi Oluş düzeyleri ortanın üzerinde olarak bulunmuştur.
- Üniversite ve üzeri mezunu olan ve çalışan evli kadınların daha fazla sosyal medya kullandıkları belirlenmiştir.
- Kadınların demografik özelliklerinin ve sosyal medya kullanım özelliklerinin Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve Psikolojik İyi Oluş Hali Ölçeği puan ortalamasını etkilemediği saptanmamıştır.
- Evli kadınların sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluşlarında etkisi olmadığı belirlenmiştir.

Bu sonuçlardan hareketle aşağıdaki önerilerde bulunulmuştur:

- Literatürde daha çok birkaç sosyal medya özellikleri üzerinden yapılmış çalışmalar mevcuttur. Evlilik, ilişkiler ve kadınlar üzerine yapılabilecek sosyal medya ile bağlantılı çalışmaların daha ayrıntılı olarak ele alınmasının çok daha önemli verileri ortaya koyacağı düşünülmektedir. Araştırmamız gelecekte yapılacak daha büyük örneklemliler ve sosyal medya kullanımına dair daha fazla soru içeren çalışmalara ışık tutacaktır.
- Evlilikte kadınların yaşam doyumunu artırmaya yönelik girişimlerin desteklenmesi ve doğru sosyal medya kullanımı ile ilgili projeler-seminerler düzenlenebilir.

- Sosyal medyanın insanları psikolojik olarak etkilendiği ve hayatın bir parçası haline gelmiş olduğu gerçeği ile sosyal medya ile yapılan ve bu konudaki çalışmaların arttırılmasına yönelik projeler yapılması önerilmektedir.
- Bu araştırma, farklı eğitim seviyelerinde ve farklı ekonomik düzeyde katılımcılarla ve daha fazla kişinin katılımıyla tekrarlanabilir. Koronavirüs salgınından sonra değişen sosyal medya kullanımının evli kadınların psikolojik iyi oluşlarını ne yönde etkilediği araştırılabilir.
- Kadınların daha fazla kendilerine zaman ayırmaları, sosyal medyanın kullanımında girişimsel desteklerin arttırılması önerilmektedir.
- Hemşireler olarak kadınların aile ve sosyal hayatlarında kişisel gelişim ve duygusal iletişimlerine yönelik eğitim programları düzenlenmesi önerilmektedir. Ayrıca iyi oluş düzeyinin arttırılmasına yönelik terapi ve psikolojik danışma hizmetleri verilmesi önerilmektedir.

KAYNAKLAR

1. Özen B. *Ağlarda E-Benlik Oluşumu ve E-Güven İnşası* (Tez). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Konya,2020.
2. Pelin S. *Sosyal Medya Kullanımının Mutlu Olma Durumuna Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma* (Tez). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2017.
3. Ataş MN. *Ergenlerde Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Tez). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2018.
4. Ateş R, Erdoğan İ. *Evlilik Okulu*, Remzi Kitapevi, İstanbul, 2004.
5. Yıldırım İ, Çağ P. “Evlilik Doyumunu Yordayan İlişkisel ve Kişisel Değişkenler”, *Türk Psikolojik ve Danışmanlık Dergisi*, 2013, 4(39):13-23.
6. Tekin G. *Evli Kadınlarda Toplumsal Cinsiyet Rollerine İle Evlilik Uyumu Ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Tez). Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Aydın, 2019.
7. İlkketenci R. *Evli Bireylerin Problem Çözme Becerileri ve Evlilik Uyumları Arasındaki İlişki* (Tez). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Konya, 2004.
8. Rovshanov S. *Kişilerarası İletişimde Sosyal Ağların Kullanımı ve Dijital Nesil İletişim Biçimlerinin Dönüşümü: İstanbul'daki Yabancı Uyraklı Öğrencilerin Sosyal Ağlardaki Kişilerarası İletişimleri Üzerine Araştırma* (Tez). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2020.

9. Çalık D, Çınar ÖP. “Geçmişten Günümüze Bilgi Yaklaşımları Bilgi Toplumu ve İnternet”. *inet-tr’09 - XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*, Bilgi Üniversitesi, İstanbul, 2009.
10. Türkiye’de İnternet Konferansı (2009), s.1.Nilüfer Timisi; *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara 2003: 132.
11. Boyd DM. *American Teen Sociality in Networked Publics*, (Tezi). Berkeley Üniversitesi, Doktora Tezi; California, 2008.
12. Taşçı E. “Sosyal Medya Araçlarının Yerel Yönetimlere Etkisi ve Katkısı: Belediye 2.0”, *Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Dergisi*, 2010: 72.
13. Yavuz MC, Haseki Mİ. “Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi”, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2012, 9(2):127.
14. Vural ZBA, Bat M. “Yeni Bir iletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi iletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Yaşar Üniversitesi*, 2010, 8(2): 250 – 271.
15. Akdemir N. *Sosyal Medya ve Etik*, 2016,(Elektronik versiyon). <http://academidea.com/sosyal-medya-ve-etik/>. Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020.
16. Göker G. “İletişimin Mc’Donaldslaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme”. *Electronic Turkish Studies*, 2015, 10(2):394
17. Mayfield- A. “What is Social Media”,(Elektronik Versiyon). http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, Erişim Tarihi: 02 Eylül 2020
18. Wikipedia. *Sosyal Medya*. https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya. Erişim Tarihi 08 Mayıs 2021.

19. Deniz B. “Yeni Pazarlama Yöntemi Olarak Elektronik Posta Pazarlaması”, *İstanbul Kültür Üniversitesi Dergisi*, 2002, 2(1):5.
20. Oklobdzija S. “The role and importance of social media in promoting music festivals”, *International Scientific Conference of IT and Business-Related Research*, 2015: 583-587.
21. Greenhow C. “Tapping the wealth of social networks for Professional development”, *Learning & Leading with Technology*, 2009, 36.
22. Dijck V. J, “The Culture of Connectivity: A Critical History of SocialMedia”, *Oxford University*, New York, 2013.
23. Şişman S. *Türkiye’de Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Üzerine Etkileri ve Sosyal Medya Kullanan Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama* (Tez). Ufuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Ankara,2020.
24. Wikipedia (2021). Facebook. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> Erişim Tarihi:08 Mayıs 2021.
25. Taylga O. 2019 Yerel Seçimlerinde İstanbul İli Adaylarının Sosyal Medya Analizi (Tez). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans Tezi; Kocaeli,2020.
26. Kaplan A, Haenlein M. “Users Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media”,*Business Horizons*, 2009, 53(1): 59-68.
27. Ayvaz T. “İnternet ve sosyal medya kullanıcı istatistikleri 2017”, 2017, (Eleektronik Versiyon). <https://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/> Erişim Tarihi: 22 Mart 2021.

28. Ateş H. “Youtube nedir? Nasıl kullanılır? Ne işe Yarar?”, 2019, (Elektronik Versiyon). <https://bilgihanem.com/youtube-nedir-nasil-kullanilir/> Erişim Tarihi: 12 Aralık 2020.
29. Hu Y, Lydia M, Subbarao K. "What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types," *Lcwsn*, 2014, 1(4): 595-598.
30. Whatsapp (2021). <https://faq.whatsapp.com>. (Elektronik Versiyon). Erişim Tarihi 12 Mart 2021.
31. Kemp S. “Dünyadaki insanların yarısından fazlası artık sosyal medya kullanıyor”, 2020, (Elektronik Versiyon). <https://wearesocial.com/blog/2020/07/more-than-half-of-the-people-on-earth-now-use-social-media> Erişim Tarihi: 20 Ocak 2021.
32. Karakuş Ö, Kılıç M, “Üniversite öğrencilerinin sosyal görünüş kaygıları ile benlik saygıları ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi”, *Journal of Human Sciences*, 2016,13(3):3838-3841.
33. Data_Reportal. “Digital Temmuz Global Statsho Raporu”. 2020. <https://datareportal.com>. Erişim Tarihi: 28.03.2021.
34. Uzbay T. “Madde Bağımlılığının Tarihçesi, Tanımı, Genel bilgiler ve Bağımlılık Yapan Maddeler”, *Meslek İçi Sürekli Eğitim Dergisi*, 2009: 5-15.
35. Deniz L, Gürültü E. “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları”, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 2018, 355-367.
36. Young KS. “Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences”, *American Behavioral Scientist*, 2004, 48(4): 402-415.
37. Köse D, Çınar N, Akduran F. “Hemşirelik öğrencilerinde internet bağımlılığının kişilik özellikleri ve zaman yönetimi ile ilişkisi”, *Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2012, 16 (3): 227-233.

38. Tarhan N, Nurmedov S. *Bağımlılık-sanal veya gerçek*, Timaş Yayınları. İstanbul, 2011.
39. Walker L. What Is Social Networking Addiction? 2011, (Elektronik Versiyon).<http://personalweb.about.com/od/socialmediaaddiction/a/Social-Networking-Addiction.htm>, Erişim Tarihi: 18 Mayıs 2020.
40. Akmeşe Z, Deniz K. “Stalk, benliğin izini sürmek”, *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 2017, (8): 23-32.
41. Işık E. *Çocuk, Ergen ve Erişkinlerde Anksiyete Bozuklukları*, Asimetrik Paralel Yayıncılık, İstanbul, 2006.
42. Shalom JG, İsraili H, Markovitzky Ö, Lipsitz JD. “Social anxiety and physiological arousal during computer mediated vs. face to face communication’’, *Computers in Human Behavior*, 2015, 44: 202-208.
43. Zorbaz O. *Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi*,(Tez). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi; Ankara,2013.
44. Kamışoğlu İ. *Sosyal Medyada Kişilerarası İletişim Çatışmaları*, (Tez). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi); İstanbul,2013.
45. Köklü B. *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Beğenilme Arzusu, Kendini Mükemmeliyetçi Gösterme Ve Sosyal Kaygı İle İlişkisi* (Tez). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2019.
46. Savaş F. “Psikoloji Nedir?”, 2017, (Elektronik Versiyon). <https://www.hayatpsikoloji.com.tr/makale-detay/242-psikoloji-nedir-hayat-psikoloji.html#prettyPhoto> Erişim Tarihi: 12 Mart 2021.

47. Morgan CT. *Psikolojiye giriş*. S. Karakaş ve R. Eski, (Çev.) Eğitim Kitabevi, Konya, (2009).
48. Seligman, Martin E, Mihaly Csikszentmihalyi. “Positive Psychology: An Introduction”, *American Psychological Association*, 2000, 55(1): 5-14.
49. Çelik O. *Öğretmen Adaylarında Psikolojik İyi Oluş Algılanan Sosyal Yetkinlik ve Güvengeliğin İncelenmesi* (Tez). Erzincan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Erzincan, 2016.
50. Çardak M. *Affedicilik Yönelimli Psiko-Eğitim Programının Affetme Eğilimi, Belirsizliğe Tahammülsüzlük, Psikolojik İyi Oluş, Sürekli Kaygı ve Öfke Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi* (Tez). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi; Sakarya, 2012.
51. Gable SL, Haidt J. “What (and why) is positive psychology?”, *Review of General Psychology*, 2005, 9(2), 103-110. Doi: 10.1037/1089-2680.9.2.103.
52. Sözer ÖT. *Üniversite öğrencilerinde kimlik duygusu, dini yönelim ve psikolojik iyi oluş* (Tez). Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Klinik Psikoloji Ana Bilim Dalı Yüksek lisans Tezi; Aydın, 2017.
53. Akın-Little KA, Little SG, Delligatti NA “Preventative model of school consultation: incorporating perspectives from positive psychology”, *Psychology in the Schools*, 2004, 41(1): 155-162. (Aktaran: Keven Akliman Ç. *Pozitif Psikoloji ve Pozitif Psikoterapi Bağlamında Ergenlerde Olumlu Benlik İmajını Geliştirme Grupla Psikolojik Danışma Programının Etkililiğinin İncelenmesi*, Ufuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Ankara, 2015.
54. Peterson C. “The future of optimism”, *American Psychologist*, 2000, 55(1): 44–55.

55. Hamurcu H. *Ergenlerin Yetkinlik İnançları ve Psikolojik İyi Oluşlarını Yordamada Psikolojik İhtiyaçlar* (Tez). Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Doktora Tezi; Konya,2011.
56. Timur MS. *Boşanma sürecinde olan ve olmayan evli bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerini etkileyen faktörlerin incelenmesi* (Tez). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi; Ankara, 2008.
57. Karacaoğlu K, Köktaş G. “Psikolojik Dayanıklılık ve Psikolojik İyi Olma İlişkisinde İyimserliğin aracı rolü: Hastane çalışanları üzerine bir araştırma”, *İş ve İnsan Dergisi*, 2016; 3(2): 119-127.
58. Ryff CD. “Happiness is everyting, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1989, 57(6): 1069-1081.
59. Keyes, Corey, Shmotkin, Dov, Ryff C. “Optimizing Well-Being: The Empirical Encounter of Two Traditions”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002, 82(6): 1007-1022.
60. Robertson IT, Cooper CL. “Full engagement: the integration of employee engagement and psychological well-being”, *Leadership& Organization Development Journal*, 2009, 31(4): 324-336.
61. Cengiz Aİ. *İç-dış Denetim Odağı ve Psikolojik İyi Oluş ve Depresif Belirtiler Arasındaki İlişki* (Tez). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2018.
62. Ryff CD, Keyes CL. “The Structure of Psychological Well-Being Revisited”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1995, 69: 719-727.

63. Kashdan TB, Biswas-Diener R, King LA. "Reconsidering happiness: the costs of distinguishing between hedonics and eudaimonia", Dedicated to furthering research and promoting good practice, *The Journal of Positive Psychology*, 2008, 3(4): 219- 233.
64. Eryılmaz A. "Ergenlerde Öznel İyi Oluşu Artırma Stratejilerini Kullanma ile Akademik Motivasyon Arasındaki İlişki", *Klinik Psikiyatri*, 2010, 13, 77-84.
65. Diener E, Oishi S, Lucas RE. "Personality, culture, subjective wellbeing: Emotional and cognitive evaluations of life", *Annual Review Of Psychology*, 2003, 54, 403- 425. doi: 10.1146/annurev.psych.54.101601.145056.
66. Akdağ F. *Evli Bireylerde Psikolojik İyi Oluşun Kök Aile İle İlişkiler, Benlik Saygısı Ve Evlilik Doyumu Açısından Yordanması* (Tez). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İzmir, 2014.
67. Yetim Ü. *Toplumdan bireye mutluluk resimleri*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul, 2001.
68. Han-Kocabaş H. *8. sınıf öğrencilerinin okul yaşam kalite düzeylerinin öğrenci öznel iyi oluşu üzerindeki yordayıcı etkisinin incelenmesi* (Tez). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; Bolu, 2019.
69. Ercengiz M. "The Investigation of The Relationship Between Management Skills and Decision-Making Styles with The Canonical Correlation Method", *International Online Journal of Educational Sciences*, 2019, 11 (4):119-130.
70. Dost Tuzgöl M. *Üniversite Öğrencilerinin Öznel İyi Oluş Düzeyleri* (Tez). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi; Ankara, 2004.

71. Winefield HR, Gill TK, Taylor AW, Pilkington RM. “Psychological well-being and psychological distress: Is it necessary to measure both?.”, *Psychology of Well-Being: Theory, Research and Practice*, 2-3. 2012. <http://www.psywb.com/content/content/2/1/3>. Erişim Tarihi 15 Mart 2020.
72. Tatlılıoğlu K. “Üniversite öğrencilerinin kardeş sayıları ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişkinin incelenmesi”, *Electronic Turkish Studies*, 2012, 7:4.
73. Ryff CD, Keyes CL. “The Structure of Psychological Well-Being Revisited”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1995, 69: 719-727.
74. Doğru N. *Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş düzeylerinin stres, stresle başa çıkma tarzları ve sosyal destek değişkenleri bakımından incelenmesi* (Tez). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi; Ankara, 2018.
75. Ryff CD, Singer BH. “Know thyself and become what you are: A eudaimonic approach to psychological well-being”, *Journal of Happiness Studies*, 2008, 9: 13-39.
76. Keyes C, Shmotkin Dov, Ryff C. “Optimizing Well-Being: The Empirical Encounter of Two Traditions”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002, 82(6): 1007-1022.
77. Ryff CD, Singer BH. “Psychological well-being: Meaning, measurement and implications for psychotherapy research”, *Psychotherapy And Psychosomatics*, 1996, 65: 14-23.
78. Demir D. *Bilişim Öğretmenlerinin Sanal Yalnızlık, Mesleki Tükenmişlik ve Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Tez). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Afyon, 2018.

79. Wright SM, Levine RB, Beasley B, Haidet P, Gress TW, Kern DE. "Personal growth and its correlates during residency training", *Medical Education*, 2006, 40(8): 737-745.
80. Kuyumcu B, Güven M. "Türk ve İngiliz üniversite öğrencilerinin duygularını fark etmeleri ve ifade etmeleri ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişki", *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi-GEFAD*, 2012, 32(3): 589-607.
81. Albayrak G. *Psiko-eğitim programı ile Psikodramanın, Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik İyi Oluşlarına Etkisinin Karşılaştırılması* (Tez). Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi; Mersin, 2013.
82. Caplan S.E. "Preference for Online Social Interaction: A Theory of Problematic Internet Use", *Communication Research*, 2003, 30(6): 625-648.
83. Sezer F. "Psikolojik İyi Olma Durumunu Etkileyen Faktörler", *E-Journal of New World Sciences Academy*, 2013, 8(4): 489-504.
84. Satir V. *İnsan yaratmak* (Çev. S. Yeniçeri). Beyaz Yayınları, İstanbul, 2001.
85. Erci B, Ergin R. "Women's satisfaction with their marriage in Turkey", *Marriage and Family Review*, 2005.
86. Özgüven İE. *Evlilik ve aile terapisi*. Nobel Yayınları, Ankara, 2017.
87. Boran F. *Aşk ve Evlilik*, Epsilon Yayınevi, İstanbul, 2003.
88. Erbek E, Beştepe E, Akar H, Eradamlar N, Alpkan RL. "Evlilik uyumu", *Düşünen Adam*, 2005, 18(1):39-47.

89. Rıza SÖ. *Evli bireylerin bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin psikolojik iyi oluşları ve evlilik doyumları ile ilişkisinin incelenmesi* (Tez). Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2016.

90. Yeşiltepe SS. *Öğretmenlerin Evlilik Uyumlarının Psikolojik İyi Oluş ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Tez). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Adana,2011.

91. Akdeniz M, Kavukçu E. “Dördüncül Koruma: Önce Zarar Verme”, *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 2017, 21(2).

92. Özbaş D, Buzlu S. “Geçmişten Günümüze Psikiyatri Hemşireliği”, *ÜFN Hemşirelik Dergisi*, 2011, (19):187–193.

93. Karaca A, Ünsal G. “İnfertilitenin kadın ruh sağlığı üzerine etkileri ve psikiyatri hemşiresinin rolü”, *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi* 2012, 3(2): 80-5.

94. Okanlı A, Kavak F “Psikiyatri Hemşireliğinde Pozitif Güçlenme”, *Pozitif Güçlenme ve İyi Hissetmek*, 1. Baskı. Ankara, 2019.

95. Türk Hemşireler Derneği (THD), *Hemşirelik Yönetmeliği 2011*. Yönetmelik Numarası: 27910.

96. Hallaç S, Meydanlıoğlu A, Karakaya D, Göral Acar G. “Toplum Ruh Sağlığı Hemşireliği: Öğrenci Uygulama Örneği”, *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 2014, 30–43.

97. Çam O, Engin E. *Ruh sağlığı ve hastalıkları hemşireliği bakım sanatı*. Tıp Kitabevi, İstanbul, 2014.

98. Jenkins-Guarnieri M-A, Wright S-L, Johnson B. “Development and Validation of a Social Media Use Integration Scale”, *Psychology of Popular Media Culture*, 2013, 2(1): 38-50.
99. Akın A, Özbay A, Baykut İ. “Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği’nin Türkçe Formunun Geçerliliği ve Güvenirliği”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2015, 8(38): 647-650.
100. Telef BB. “Psikolojik İyi Oluş Ölçeği: Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2013, 28(3):374- 384.
101. Karaçor S. *Reklam İletişimi. İnternet ve gazete reklamlarının etkilerine yönelik bir araştırma*, Çizgi Kitapevi, İstanbul, 2007: 52.
102. Erol G, Hassan, A. “Gençlerin sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kullanımının tatil tercihlerine etkisi’’, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2014, 7 (31), 804-812.
103. Özsarı İ, Karaduman GB. “Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Yalnızlıklarının İncelenmesi”, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2016, 5(41):380-389.
104. Armağan A. “Gençlerin sanal alanı kullanım tercihleri ve kendilerini sunum taktikleri: bir araştırma”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2013. 6(27): 78-92.
105. Turgut M, Kutlu G, Mut S. “Sağlık Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin İletişim Becerileri ile Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi’’, *İşletme Bilimi Dergisi*, 2018, 6(1): 185-205.

106. Aynacı G, Yılmaz K. “Relationship between Social Media Use and Sleep Quality in University Students”, *Scholars Journal of Applied Medical Sciences*,; 2018, 6(8): 2960-2965.

107. Çakmak E. *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ile Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi* (Tez). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2018.

108. Özkefeli Hamurcu TG. *Hemşirelik Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Ortoreksiya Nervoza Üzerine Etkisi* (Tez). İstanbul Üniversitesi, Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Ruh Sağlığı ve Psikiyatri Hemşireliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2019.

109. Balcı Ş, Sarıtaş H. “Sosyal Medya Kullanımının Bir Belirleyicisi Olarak Narsisizm: Konya’da Yaşayan Kullanıcılar Üzerine Bir İnceleme”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2019, (31): 689-709.

110. Daş M. *Evli Bireylerin Evlilikte Uyum Ve Eş Destek Düzeyleri İle Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişki* (Tez). İstanbul Üniversitesi, Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Eğitim Bilimleri Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2019.

111. Değirmenci G. *Sosyal Medya Kullanan Kadınların Sosyal Görünüş Kaygısı ile Psikolojik İyi Oluş İlişkisinin İncelenmesi* (Tez). Okan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2020.

112. Demir Türkdogan R. *Sosyal Medya Bağımlılığı ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği* (Tez). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Kayseri, 2019.

113. TÜİK. “Türkiye İstatistik Kurumu Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Raporu”, 2019. www.tuik.gov.tr/ Erişim Tarihi 12 Eylül 2020.

114. Blackwell D, Leaman C, Tramposch R, Osborne C, Liss M. “Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction”, *Personality and Individual Differences*, 2017, 116: 69-72.
115. Karaburç C. *Evli bireylerin problemleri internet kullanımı, evlilik uyumu, eş tükenmişliği ve temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeylerinin incelenmesi* (Tez). Gaziantep Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; Gaziantep, 2017.
116. Sancar E. “Kadınlarda İnternet Bağımlılığı ile İlgili Bir Araştırma: İstanbul Örneği”, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Iğdır, 2017, 13: 296-320.
117. Aylıkçı Ç. *Evli bireylerin Problemleri İnternet Kullanımı İle Evlilik Doyumu Arasındaki İlişki* (Tez). Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2018.
118. Kurt L. *Romantik İlişkisi Olan Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Kişilik Özelliklerinin İlişki Doyumuna Etkisi* (Tez). Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2019.
119. Doğan A. *İnternet bağımlılığı yaygınlığı* (Tez). Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi); İzmir 2013.
120. Günüş S. *İnternet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı demografik değişkenler ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Tez). Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi); Van, 2009.
121. Koçer M. “Erciyes Üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2012: 70-85.

122. Tekin F, Turan A. “Çalışan kadınların sosyal medya kullanım karakteristikleri”, *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi*, 2020, 2(1): 27-32.
123. Pew Research Center. “Mobile fact sheet”, 2020. <http://www.pewinternet.org/fact-sheet/mobile/> Erişim Tarihi: 02 Ekim 2020.
124. Askew K, Buckner JE, Taing MU, Ilie A, Bauer JA, Coover, M.D. “The Role of The Theory of Planned Behavior. Computers in Human Behavior”, *Explaining Cyberloafing*, 2014, 36: 510-519.
125. Okur S. E-ticaret sektöründe Pinterest ve Instagram, 2016. <https://www.webtures.com.tr/blog/e-ticaret-sektorunde-pinterest-instagram/> Erişim Tarihi: 05.Mart 2021
126. Göcen G. *Şükür Ve Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişki Üzerine Bir Alan Araştırması* (Tez). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi; Ankara, 2012.
127. Acar H. *Kur'an kurslarına devam eden kadınlar arasında dindarlık biçimleri, dini başa çıkma faaliyetleri ve psikolojik iyilik halleri* (Tez). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi; İzmir, 2014.
128. Kocaman EN. *Bir Grup Yetişkinde Umut Ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Tez). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2019.
129. Yıldız B. *Çalışan Ve Çalışmayan Kadınların Sosyal Görünüş Kaygısı Ve Psikolojik İyi Oluş Açısından İncelenmesi*. (Tez). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2018.

130. Balcı F. *Psikolojik Ve Öznel İyi Olma Hali İle Dini İnançlar Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme* (Tez). Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Bursa, 2011.

131. Eroğlu F. *Evli Bireylerde Psikolojik İyi Oluş İle Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Tez). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2017.

132. Ryff CD. “Psychological Well-Being Revisited: Advances in the Science and Practice of Eudaimonia”, *Psychotherapy and Psychosomatics*, 2014, 83: 10–28.

133. Vural ME. *Yetişkinlerde alçakgönüllülük, dindarlık ve psikolojik iyi oluş ilişkisi*. (Tez). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2016.

134. Özbek M. *Evli bireylerde yaşam doyumu ve psikolojik iyi oluşlarının çeşitli değişkenlerle incelenmesi* (Tez). Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2016.

135. Chapin LA, Chapin T J, Sattler LG. “The relationship of conflict resolution styles and certain marital satisfaction factors to marital distress”, *The Family Journal*, 2001, 9(3): 259-264.

136. Erbay L. *Çalışmanın evli kadınlarda depresyon, anksiyete ve yaşam doyumu üzerindeki etkilerinin incelenmesi*, (Tez). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2015.

137. Hüsrevoğlu M. *Psikolojik İyi Oluş İle Evlilik Doyumu Arasındaki İlişki* (Tez). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2019.

138. Özden K. *Üniversite öğrencilerinde psikolojik iyi oluşun psikososyal yordayıcılarının sosyal bilişsel kariyer kuramı açısından incelenmesi* (Tez). İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2014.
139. Kemp S. “Dünyadaki insanların yarısından fazlası artık sosyal medya kullanıyor”, 2020, (Elektronik Versiyon). <https://wearesocial.com/blog/2020/07/more-than-half-of-the-people-on-earth-now-use-social-media> Erişim Tarihi: 23 Ocak 2021.
140. Özcan NK, Buzlu S. “Problemlili internet kullanımını yardımcı bir araç: İnternet bilişsel durum ölçeği’nin üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenirliği”, *Bağımlılık Dergisi*, 2005, 6 (1):19-26.
141. Yang SC, Tung CJ. “Comparison of internet addicts and non-addicts in Taiwanese high school ’’, *Computers in Human Behavior*, 2007, 23: 79-96.
142. Koçak NG. *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi* (Tez). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi; Eskişehir, 2012.
143. Deniz L, Gürültü E. “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları”, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 2018, 355-367
144. Çömlekçi MF, Başol O. “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2019, 17: 173-188.
145. Taş İ. “Ergenlerde İnternet Bağımlılığı ve Psikolojik Belirtilerin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi”, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2018, 6(1): 31-41.
146. Çağ P, Yıldırım İ. “Evlilik Doyumunu Yordayan İlişkisel ve Kişisel Değişkenler ”, *Türk Psikolojik ve Danışmanlık Dergisi*, 2013, 4 (39): 13-23.

147. Öztürk A. *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışları ile İlişki Doyumu Düzeyi Arasındaki Bağlantıların Değerlendirilmesi* (Tez). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; İstanbul,2015.
148. Kılıç A. *Genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları,sosyal medya kullanım amaçları ve romantik ilişki doyumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Tez). Biruni Üniversitesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2020.
149. Yacoub C, Spoede J, Cutting C, Hawley D. “ The impact of social media on romantic relationships’’, 2018. http://www.ibii-us.org/Journals/JESD/ISBN_2572-9829 Erişim Tarihi 15 Mayıs 2021.
150. Block JJ. “Issues for DSM-V: Internet addiction’’, *American Journal of Psychiatry*, 2008, 3: 306-307.
151. Ross C, Orr ES, Sisic M, Arseneault JM, Simmering, M. G., Orr R. R. “Personality and motivations associated with Facebook use’’, *Computers in Human Behavior*, 2009, 25: 578–586.
152. Hawi NS, Samaha M. “The relations among social media addiction, selfesteem, and life satisfaction in university students’’, *Social Science Computer Review*, 2016, 35(5): 576–586.
153. Zell AL, Moeller L. “Are you happy for me... on Facebook? The potential importance of “likes” and comments’’, *Computers in Human Behavior*, 2018, 78: 26-33
154. Forest AL, Wood JV. “When social networking is not working individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook’’, *Psychological Science*, 2012, 23(3): 295-302.

155. Valenzuela S, Park N, Kee KF. “Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students’ life satisfaction, trust, and participation”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2009, 14(4):875–901.
156. Shaw AM, Timpano KR, Stekete G, Tolin DF, Don RO “Correlates of Facebook Usage Patterns: The Relationship between Passive Facebook Use, Social Anxiety Symptoms, and Brooding”, *Computers in Human Behavior*, 2015, 48: 575-580.
157. Kross E, Verduyn P, Demiralp E, Park J, Lee DS, Li N, Ybarra O. “Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults”, *PLoS ONE*, 2013, 8(8): 1-6.
158. Chen Y, Persson A. “Internet use among young and older adults: Relation to psychological well- being”, *Educational Gerontology*, 2002, 28(9): 731-744.
159. Dilmaç O. “Görsel Sanatlar Öğretmeni Adaylarının Kaygı Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi”, *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 2010, 24: 49- 65.
160. Hou XL, Wang HZ, Guo C, Gaskin J, Rost DH, Wang JL. “Psychological resilience can help combat the effect of stress on problematic social networking site usage”, *Personality and Individual Differences*, 2017, 109: 61-66.
161. Öz T. *Çiftlerde Depresyon, Mutluluk ve Psikolojik İyi Oluş ile Evlilik Doyumu Arası İlişkilerde Evlilik Süresinin Aracı Rolünün İncelenmesi* (Tez). Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi; İstanbul, 2019.
162. Baydur H. *Soma Elektrik Üretim ve Ticaret Anonim Şirketi Tesislerinde Çalışan İşçilerde Bazı Sosyodemografik Faktörlerle Yaşam Kalitesinin İlişkisi* Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi; Manisa, 2001.

163. Uz Baş A, Soysal Ö, Selda F, Ayşan F. "Evlilik Beklentisi Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2016, 12(1): 119-128.
164. Kaşıkara G, Doğan U. "Beğenilme Arzusu: Ölçek Geliştirme, Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması", *MSKU Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2017, 4(2): 51-60.
165. İşman A, Buluş B, Yüzüncüyıl KS. "Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu", *TRT Akademi Dijital Medya Sayısı*, 2016, 1(2): 608-619.
166. Alkan H, Doğan B. "A research of the relationship between high school students' social media usage and their well-being", *International Journal of Educational Research Review*, 2018, 3(4): 97-102.
167. Söner O, Yılmaz O. "Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki", *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2018, 7(13): 61-76.
168. Çağır G, Gürkan U. "Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Problemleri İnternet Kullanımı Düzeyleri ile Algılanan İyi Hali ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2010, 13(24): 70-85.
169. Naeemi S, Tamam E, Hj Hassan S. Adolescents' state of facebook use and psychological well-being. *Journal Of Applied Psychology*, 2015, 3(16): 24-34.
170. Balcı Ş, Koçak MC. "Sosyal Medya Kullanımı İle Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma", *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 2017: 34-45.

171. Srivastava A. “The Effect of Facebook Use on Life Satisfaction and Subjective Happiness of College Students”, *The International Journal of Indian Psychology*, 2015, 2(4): 204-216.

EKLER

Ek-1: Anket Formu

Sizi Ayla ULUTAŞ tarafından yürütölen “Evli Kadınlarda Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik İyi Oluş İlişki” başlıklı ankete dayalı bir araştırmaya davet ediyoruz. Bu araştırmaya katılıp katılmama kararını vermeden önce, araştırmanın neden ve nasıl yapılacağını bilmeniz gerekmektedir. Bu nedenle bu formun okunup anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Aşağıdaki bilgileri dikkatlice okumak için zaman ayırınız. Eğer anlayamadığınız ve sizin için açık olmayan şeyler varsa, ya da daha fazla bilgi isterseniz bize sorunuz. Bu anket çalışmasına katılmak tamamen gönüllölük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmama hakkına sahipsiniz. Anketi yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen anket formlarındaki soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır.

Çalışmaya katılmayı kabul ediyorum ()

1. Yaşınız nedir?.....

2. Çocuğunuz var mı?

a) Evet b) Hayır

3. Öğrenim durumunuz nedir?

a) İlköğretim mezunu b) Lise mezunu c) Üniversite ve üzeri

4. Çalışma durumunuz nedir?

a) Çalışıyorum b) Çalışmıyorum

5. Evlilik süreniz nedir?

a) 1 yıldan az b) 1-5 yıl c) 6-10 yıl d) 11 yıl ve üzeri

6. Gelir durumunuzu nasıl tanımlarsınız?

- a) Gelir giderden az b) Gelir gidere denk c) Gelir giderden fazla

7. Sosyal medyayı ne kadar süredir kullanıyorsunuz?

- ☐ 1 yıldan az ☐ 1-3 yıl arası ☐ 4-6 yıl arası ☐ 7 yıl ve üstü

8. Günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?

- ☐ 1 saatten az ☐ 1-3 saat arası ☐ 4-6 saat arası ☐ 7 saat ve üstü

9. Hangi ruh halinde sosyal medyayı daha çok kullanırsınız?

- ☐ Mutlu olduğum anlarda ☐ Mutsuz olduğum anlarda ☐ Her iki durumda da

10. Eşinizle ilişkiniz nasıldır?

- ☐ iyi ☐ orta ☐ kötü

11. Eşinizin sosyal medya kullanımınıza yönelik tutumu nasıl?

- ☐ Destekler ☐ Desteklemez ☐ Karışmaz

12. Sosyal medya günlük yaşamınızı etkiliyor mu?

- ☐ Çoğunlukla etkiler ☐ Nadiren etkiler ☐ Etkilemez

13. Paylaşımlarınıza gelen beğenileri takip eder misiniz?

- ☐ Evet ☐ Hayır

Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

Aşağıda görüldüğü gibi bir en az, altı ise en fazla katılma derecesini göstermektedir .

1 2 3 4 5 6

Tamamen katılmıyorum  Tamamen katılıyorum

Soru 1 2 3 4 5 6

1.Sosyal medyaya bağlanamadığım zamanlarda çevremle bağlantımın koptuğunu hissediyorum.

2. Keşke herkes iletişim kurmak için Sosyal medyayı kullansa.

3. Sosyal medyayı hiç kullanmadığım durumlarda gerginlik yaşıyorum.

4. Sosyal medyaya bağlanamadığım zamanlarda mutsuz olurum.

5. Diğer insanlarla neredeyse bütün iletişimimi Sosyal medya ile kurmak isterim.

6. Sosyal medya sosyal ilişkilerimde önemli rol oynar.

7. Sosyal medya hesabımı/hesaplarımı kontrol etmekten hoşlanırım.

8. Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.

9. Sosyal medya kullanmak günlük yaşamımın rutin bir parçasıdır.

10. Başkalarının sosyal medya paylaşımlarına cevap veririm.

Psikolojik İyi Oluş Ölçeği

Aşağıda kendiniz ve yaşamınız hakkında hissettiklerinizle ilgili bir dizi ifade yer almaktadır. İlk önce her bir ifadeyi okuyunuz ve daha sonra her bir ifadenin karşısındaki “Hiç katılmıyorum” (1), “Çoğunlukla katılmıyorum”(2), “Kısmen katılmıyorum”(3), “Kısmen katılıyorum”(4) , “Çoğunlukla katılıyorum” (5) “Tamamen katılıyorum”(6) ve ‘Kesinlikle katılıyorum’(5) seçeneklerinden kendi halinize uygun olan bir seçeneği seçiniz. Bu seçeneği belirledikten sonra o seçeneğe ait parantezin içerisine çarpı (+) işareti koyunuz.. **Lütfen, hiçbir maddeyi boş bırakmayınız.**

Aşağıda katılıp katılmayacağınız 8 ifade vardır. Her bir madde için uygu olan cevabınızı belirtiniz	1	2	3	4	5	6	7
01.Amaçlı ve anlamlı bir yaşam sürdürüyorum.							
02.Sosyal ilişkilerim destekleyici ve tatmin edicidir.							
03.Ben iyi bir insanım ve iyi bir hayat yaşıyorum.							
04.Geleceğim hakkında iyimserim							
05.İnsanlar bana saygı duyar.							
06. Yeni şeyler denemekten hoşlanan biriyim							
07. Zevklerime uygun ev ve yaşam tarzı kurabilirim							
08.Kişiliğimin pek çok yönünü beğenirim							

Ek-2: Etik Kurul Onayı

OKAN ÜNİVERSİTESİ Etik Kurul Kararı

Toplantı Tarihi: 05.02.2020

Toplantı Sayısı: 119

Toplantıya Katılanlar:

Prof. Dr. Mithat Kıyak	(Başkan)
Prof. Dr. Mazhar Semih Başkan	(Üye)
Prof. Dr. Dilek Öztürk	(Üye) (Katılmadı)
Prof. Dr. Mübariz Hasanov	(Üye)
Doç.Dr. Kerime Derya Beydağ	(Üye) (Katılmadı)
Dr. Öğr. Üyesi Nermin Bölükbaşı	(Üye) (Katılmadı)
Dr. Öğr. Üyesi Erdinç Ünal	(Üye)
Dr. Öğr. Üyesi Nihat Özaydın	(Üye)
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Hale Aksuna	(Üye)

Okan Üniversitesi Etik Kurulu 05.02.2020 tarihinde Prof. Dr. Mithat Kıyak Başkanlığında toplandı.

Yapılan görüşmeler sonucunda;

Karar 7. Üniversitemiz Sağlık Bilimleri Enstitüsü-Hemşirelik bölümünden **Ayla ULUTAŞ**'ın "**Evli Kadınlarda Sosyal Medya Kullanımı ve Psikolojik İyi Oluş İlişkisi**" başlıklı çalışmasının etik açıdan uygun olduğuna oy birliğiyle karar verilmiştir.

Prof. Dr. Mithat Kıyak
(Başkan)

Prof. Dr. Mazhar Semih Başkan
(Üye)

Prof. Dr. Dilek Öztürk
(Üye) (Katılmadı)

Prof. Dr. Mübariz Hasanov
(Üye)

Doç. Dr. Kerime Derya Beydağ
(Üye) (Katılmadı)

Dr. Öğr. Üyesi Erdinç Ünal
(Üye)

Dr. Öğr. Üyesi Nermin Bölükbaşı
(Üye) (Katılmadı)

Dr. Öğr. Üyesi Nihat Özaydın
(Üye)

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Hale Aksuna
(Üye)