



T.C.

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**BAĞLANMA STİLLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞINA
VE TERCİHLERİNE ETKİSİ**

BAHAR ÇELİK

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Sultan TARLACI

İSTANBUL,2024

T.C.
ÜSKÜDAR ÜVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ
BAĞLANMA STİLLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞINA
VE TERCİHLERİNE ETKİSİ

Bahar ÇELİK

224102021

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Sultan TARLACI

İSTANBUL, 2024

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum ‘Bağlanma Stillerinin Sosyal Medya Bağımlılığına ve Tercihlerine Etkisi’ adlı çalışmamın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

Ad Soyadı: Bahar ÇELİK

İmza:

İTHAF

Yüksek lisans tezimi, benim bu günlere gelmem için hiçbir fedakârlıktan kaçınmayan, aramızdan çok erken ayrılan babam Naci ÇELİK'e ithaf ediyorum.

TEŞEKKÜR

Öncelikle her türlü sorumu en hızlı bir şekilde cevaplayan, tez sürecimde baştan sonra yardımcı olan, bana rehberlik yapan sevgili tez danışmanım Prof. Dr. Sultan TARLACI'ya , kalbinde benim geleceğimle ilgili kaygılarla vefat ettiğini bildiğim ve yüksek lisans tezimi adadığım babam Naci ÇELİK'e; benim hem annem hem de ilk öğretmenim olan, benim için yapması gerekenden daha fazla fedakarlıklar yapan ve bu tezdeki bütün imla hatalarımı düzelten annem Fatma ÇELİK'e; ablası olmaktan gurur duyduğum nazımı çeken kardeşim Zeynep Sare ÇELİK'e; yüksek lisans boyunca yanımda olan ve tez yazım sürecinde aile gibi olduğumuz sevgili arkadaşlarım Deniz BÖRKLÜ'ye ve Ezgi GÖKMEN'e; eğitim hayatı döneminde hayatımda bir dönüm noktası olan sevgili öğretmenim Muhterem ÖZDEMİR ÇETİN'e; en içten teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

(ÇELİK, Bahar, Yüksek Lisans, İstanbul, 2024)

BAĞLANMA STİLLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞINA VE TERCİHLERİNE ETKİSİ

Bu araştırmada bireylerin bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığına ve tercihinin etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Örneklemden 18 yaş üstü birey olmak üzere 234 kadın ve 66 erkek toplam 300 kişi seçilmiştir. Bireylerin bağlanma stillerinin belirlenmesi için *Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu (YİYE-II-K)* ve sosyal medya bağımlılığının belirlenmesi için ise *Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu* kullanılmıştır.

Bağımlılığı olmayan katılımcıların yaşları, yüksek ve çok yüksek bağımlı katılımcıların yaşlarından büyük olduğu saptanmıştır. Katılımcıların Facebook, Discord kullanıp kullanmaması ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki görülmezken Instagram, Twitter kullanan ve kullanmayan katılımcıların SM bağımlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. Kaygılı bağlanmaya sahip bireyler Facebook ve Twitter platformundansa Tiktok platformunu seçtikleri gözlemlenmiştir. Kaçınan bağlanması olan bireyler Instagram'a kıyasla Facebook platformunu seçtiği tespit edilmiştir. Ortalama olarak en yüksek kaygılı bağlanma seviyesi SM bağımlılığı yüksek düzeyde olanlarda, en az kaygılı bağlanma seviyesi ise SM bağımlılığı olmayanlarda tespit edilmiştir. Katılımcıların kaçınan bağlanma seviyeleri ile sanal tolerans düzeyleri arasında negatif korelasyon saptanmıştır. Katılımcıların kaygılı bağlanma seviyeleri ile sanal tolerans düzeyleri ve sanal iletişim düzeyleri arasında pozitif korelasyon saptanmıştır. Instagram kullanıcılarının sanal tolerans düzeyleri, Twitter kullanıcılarının sanal tolerans düzeylerinden anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür.

Bu araştırma, psikolojik faktörler ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiye dair literatüre katkı sağlamayı hedeflemiştir.

Anahtar Kelimeler: Bağlanma stilleri, sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya platformları

ABSTRACT

(ÇELİK, Bahar, Master's Degree, İstanbul, 2024)

The aim of this study is to examine the effects of individuals' attachment styles on social media addiction and platform preferences. A sample of 300 individuals over the age of 18, consisting of 234 women and 66 men, was selected. The Experiences in Close Relationships Scale – Short Form (ECR-SF) was used to determine the participants' attachment styles, and the Social Media Addiction Scale – Adult Form was used to assess their social media addiction levels.

It was found that participants without social media addiction were older than those with high or very high levels of addiction. No significant relationship was found between the use of Facebook or Discord and social media addiction levels. However, a statistically significant difference was observed between the social media addiction levels of Instagram and Twitter users versus non-users. Individuals with anxious attachment were more likely to prefer TikTok over Facebook and Twitter. Those with avoidant attachment were found to prefer Facebook over Instagram. On average, the highest level of anxious attachment was observed among individuals with high social media addiction, while the lowest level of anxious attachment was observed among those without addiction. A negative correlation was found between avoidant attachment levels and virtual tolerance among the participants. Positive correlations were found between anxious attachment levels and both virtual tolerance and virtual communication levels. Additionally, Instagram users had significantly higher virtual tolerance levels compared to Twitter users.

This study aims to contribute to the literature on the relationship between psychological factors and social media addiction.

Keywords: attachment styles, social media addiction, social media platforms

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	i
TEŞEKKÜR	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ.....	ix
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
BİRİNCİ BÖLÜM	1
1. GİRİŞ	1
1.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	2
1.2. Araştırmanın Ana Hipotezi ve Alt Hipotezleri	3
1.2.1.Alt hipotezler	3
1.3 Araştırma Kapsamı	3
1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları	4
1.4.1. Veri Toplama Araçlarının Sınırlamaları	4
1.4.2. Zaman Sınırlamaları	4
1.4.3. Kültürel ve Sosyal Etkilerin Getirdiği Sınırlamalar	4
1.4.4. Araştırma Tasarımının Sınırlamalar	4
İKİNCİ BÖLÜM.....	5
2. GENEL BİLGİLER.....	5
2.1. Bağlanma	5
2.1.1. Bağlanma Teorisi.....	5
2.1.2. Bağlanma Stilleri	6
2.1.3. Bağlanma Teorisinin Psikolojik Gelişime Etkisi.....	7
2.1.4. Bağlanma Kuramı Üzerine Türkiye’de Yapılan Araştırmalar.....	10

2.2. Sosyal Medya Bağımlılığı	10
2.2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Kavramı	11
2.2.2. Sosyal Medya Bağımlılığıyla Bağlantılı Unsurlar	13
2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Bağlanma Stilleri Arasındaki Bağlantı.....	15
2.3.1. Güvenli bağlanma ve Sosyal Medya Kullanımı	15
2.3.2. Sosyal Medya Kullanımı ve Kaygılı Bağlanma	15
2.3.3. Sosyal Medya Kullanımı ve Kaçınan Bağlanma	16
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	17
3.YÖNTEM VE ARAÇLAR.....	17
3.1. Araştırma Modeli.....	17
3.2. Araştırmanın Örneklemi.....	17
3.2.1.Dahil Olma ve Dışlama Kriterleri.....	17
3.3. Veri Toplama Araçları	17
3.3.1. Demografik Bilgi Formu	17
3.3.2. Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu (YİYE-II-K).....	17
3.3.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ)	18
3.4. Prosedür.....	18
2.5. Verileri Analizi.....	19
4. BULGULAR.....	20
4.1. Demografi Verilerin İncelenmesi	20
4.1.1. Kullanıcıların Medeni Durumları ve Bağımlılık Seviyelerinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi	20
4.1.2.Kullanıcıların Cinsiyetleri ve Bağımlılık Seviyelerinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi.....	21
4.1.3. Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetleri Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmesi	22
4.1.4. Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	24

4.1.5. Sosyal Medya platformları ve Kullanıcıların Yaşları Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	26
4.1.6. Katılımcıların Yaşları ve Diğer Boyutlar Arasındaki ilişkinin korelasyon analizi.....	29
4.2. Sosyal Medya Platformuyla ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkiyle İlgili Bulgular	33
4.2.1. Facebook Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi	33
4.2.2. Instagram Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi	34
4.2.3. Tiktok Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi	36
4.2.4. Discord Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi	38
4.3. Sosyal Medya Platformları ve Ölçek Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyle İlgili Bulgular	41
4.3.1. Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	41
4.3.2. Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	43
4.3.3. Sosyal Medya Platformları ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	45
4.3.4. Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	46
4.3.5. Sosyal Medya Platformları ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	48
4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı Seviyeleri ve Ölçek Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyle İlgili Bulgular	49
4.4.1. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	49

4.4.2. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	52
4.4.3. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	55
4.4.4. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	57
4.4.5. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi	60
5. Tartışma, Sonuç ve Öneriler	63
5.1. Tartışma.....	63
5.1.1. Sosyal Medya Platformlarıyla Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkiye Ait Bulguların Tartışılması	65
5.1.2. Bağlanma Stilleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkiye Ait Bulguların Tartışılması	66
5.2. Sonuç ve Öneriler.....	67
KAYNAKÇA.....	70
EKLER	78
Demografik Bilgi Formu	78
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF).....	79
YAKIN İLİŞKİLERDE YAŞANTILAR ENVANTERİNİN KISA FORMU (YİYE-II-K).....	80
Özgeçmiş	82

KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ

SM: Sosyal Medya

SMB: Sosyal Medya Bağımlılığı

SMBÖ-YF: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu

YİYE-II-K: Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanterinin Kısa Formu

0: Sosyal Medya Bağımlılığı yok

1: Düşük Sosyal Medya Bağımlılığı

2: Orta Sosyal Medya Bağımlılığı

3: Yüksek Sosyal Medya Bağımlılığı

4: Çok Yüksek Sosyal Medya Bağımlılığı

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1 Kullanıcıların Medeni Durumları ve Bağımlılık Seviyelerinin Çapraz (Crosstab) Tablosu.....	20
Tablo 2 Kullanıcıların Medeni Durumları ve Bağımlılık Seviyelerinin Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu	20
Tablo 3 Kullanıcıların Cinsiyetleri ve Bağımlılık Seviyelerinin Çapraz (Crosstab) Tablosu	21
Tablo 4 Kullanıcıların Cinsiyetleri ve Bağımlılık Seviyelerinin Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu.....	21
Tablo 5 Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetleri Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmesi.....	23
Tablo 6 Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) tablosu.....	24
Tablo 7 Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu.....	25
Tablo 8 Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi.....	25
Tablo 9 Sosyal Medya platformları ve Kullanıcıların Yaşları Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu.....	26
Tablo 10 Sosyal Medya platformları ve Kullanıcıların Yaşları Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu	27
Tablo 11 Sosyal Medya platformları ve Kullanıcıların Yaşları Arasındaki İlişkinin Post Hoc analiz Tablosu.....	27
Tablo 12 Katılımcıların Yaşları ve Diğer Boyutlar arasındaki ilişkinin Pearson Korelasyonu	29
Tablo 13 Facebook Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu.....	33
Tablo 14 Facebook Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesi Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu	33
Tablo 15 Instagram Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu.....	34
Tablo 16 Instagram Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesi Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu	35

Tablo 17 Tiktok Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu.....	36
Tablo 18 Tiktok Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesi Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu.....	36
Tablo 19 Discord Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu.....	38
Tablo 20 Discord Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu	38
Tablo 21 Twitter Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu.....	39
Tablo 22 Twitter Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu	40
Tablo 23 Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi.....	41
Tablo 24 Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu.....	42
Tablo 25 Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi.....	42
Tablo 26 Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi.....	43
Tablo 27 Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu.....	44
Tablo 28 Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi.....	44
Tablo 29 Sosyal Medya Platformları ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu	45
Tablo 30 Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu.....	46
Tablo 31 Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu.....	47
Tablo 32 Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi.....	47
Tablo 33 Sosyal Medya Platformları ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu.....	48

Tablo 34 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu	49
Tablo 35 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin tanımlayıcı tablosu	50
Tablo 36 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Post Hoc analizi	50
Tablo 37 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu.....	52
Tablo 38 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Arasındaki İlişkinin tanımlayıcı tablosu.....	52
Tablo 39 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Arasındaki İlişkinin Post Hoc analizi.....	52
Tablo 40 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu	55
Tablo 41 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı tablosu	55
Tablo 42 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Post Hoc analizi.....	55
Tablo 43 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu	57
Tablo 44 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu.....	58
Tablo 45 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi	58
Tablo 46 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu	60
Tablo 47 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu.....	60
Tablo 48 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi	60

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri	21
Şekil 2 Katılımcıların cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri	22
Şekil 3 Katılımcıların Yaşlarının Cinsiyete Göre Dağılımı	23
Şekil 4 Katılımcıların Yaşlarının Cinsiyete Göre Dağılımı Raincloud Grafiği	24
Şekil 5 Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Raincloud Grafiği.....	26
Şekil 6 Katılımcıların Yaşlarına Göre En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları Dağılımı	28
Şekil 7 Katılımcıların Yaşlarına Göre En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları Raincloud Grafiği	29
Şekil 8 Katılımcıların Yaşları ve Diğer Boyutlar arasındaki ilişkinin Pearson Korelasyonu Isı Tablosu.....	32
Şekil 9 Facebook Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı.....	34
Şekil 10 Instagram Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı	36
Şekil 11 Tiktok Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı.....	37
Şekil 12 Discord Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı.....	39
Şekil 13 Twitter Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı.....	41
Şekil 14 Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği.....	43
Şekil 15 Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği.....	45
Şekil 16 Sosyal Medya Platformları ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Raincloud Grafiği	46
Şekil 17 Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği.....	48
Şekil 18 Sosyal Medya Platformları ve Sanal İletişim Raincloud Grafiği	49
Şekil 19 Katılımcıların Kaçınma Seviyelerinin Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı	51
Şekil 20 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği	51
Şekil 21 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği.....	54
Şekil 22 Katılımcıların Kaygı Seviyelerinin Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı ...	54

Şekil 23 SM Bağımlılığı Toplam Puanlarının Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı .	56
Şekil 24 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği.....	57
Şekil 25 Sanal Tolerans Düzeylerinin Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı	59
Şekil 26 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği	59
Şekil 27 Sanal İletişim Düzeylerinin Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı	61
Şekil 28 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği	62



BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ

1. Problemin Durumu

2000'li yılların başlarından itibaren cep telefonları, gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. 2023 Mobil İletişim Sektörü raporuna göre, Türkiye'de bireylerin %95,4'ü hâlihazırda bir akıllı telefona sahiptir (BTK, 2023). İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, yeni bir dijital iletişim alanı olan sosyal medya ortaya çıkmıştır. Sosyal medya, geniş bir tanım yelpazesini içermektedir. Preeti'ye (2009) göre sosyal ağlar, bireylerin düşüncelerini paylaşımlarına ve ortak hedefler doğrultusunda iş birliği yapmalarına olanak tanıyan çevrimiçi toplulukların oluşturulmasıdır. Toprak ve arkadaşlarına (2009) göre ise sosyal ağ platformları, kullanıcıların itibar ve statü kazanmalarına yardımcı olan profil oluşturma araçları olarak işlev görmektedir. Bu platformlar aynı zamanda kullanıcıların bağlantılarını gözlemleyip mesajlaşarak ilişki durumlarını ifade etmelerine olanak tanır. Benzer şekilde, Belin ve Yıldız (2011), çevrimiçi sosyal ağların mevcut sosyal bağların sürdürülmesine ve yeni bağların kurulmasına katkıda bulunduğunu öne sürmektedir.

Sosyal medyanın hızla yayılması, sosyal medya bağımlılığı kavramını da beraberinde getirmiştir. Çiftçi (2018), sosyal medya bağımlılığını bireyin günlük sorumluluklarını ve görevlerini aksattığı, romantik ilişkiler kurmayı zorlaştırdığı ve hesaplarını kontrol edemediğinde huzursuzluk ile kaygıya neden olduğu bir durum olarak tanımlamaktadır. Sosyal medya bağımlılığı akademik performans olumsuz etkileyebilir, sanal dünya ile gerçeklik arasındaki çizgiyi bulanıklaştırabilir ve dikkat bozuklukları ile panik ataklara yol açabilir (Farmer, 2018). Ek olarak, stres ve öfke gibi fiziksel belirtiler tetiklendiğinde bağımlılığın geliştiği söylenebilir (Çiftçi, 2018).

Kırca-burun ve Griffiths (2018), kişilik özelliklerinin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisini incelemiş ve özellikle Instagram bağımlılığı üzerinde durmuşlardır. Araştırmalarında Instagram bağımlılığının bireylerin özsaygıları üzerinde kısmi bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Katılımcıların sosyal medya kullanımındaki temel motivasyonlarının ise arkadaşlar ve aile ile iletişim kurmak ve bu bağlantıları sürdürmek

olduğu görülmüştür; bu yanıt, katılımcıların %58,64'ünü temsil etmektedir (Kırca-burun ve Griffiths, 2018).

Bağlanma teorisi, John Bowlby (1969) tarafından geliştirilmiş olup, bireyin güvenlik duygusunun bebeklik döneminde birincil bakıcılarıyla kurduğu ilişkilerle nasıl şekillendiğini incelemektedir. Ainsworth ve arkadaşlarının (1978) araştırmaları sonucunda üç temel bağlanma stili belirlenmiştir: güvenli, kaygılı ve kaçınan bağlanma. Güvenli bağlanmaya sahip bebekler, bakıcıları yanlarındayken çevrelerini güvenle keşfeder ve bakıcılarının geri dönmesiyle rahatlarlar. Kaygılı bağlanma stiline sahip bebekler, bakıcılarının gitmesiyle yoğun kaygı yaşar, geri döndüklerinde ise öfke ve direnç gösterirler. Kaçınan bağlanma stiline ise bebekler, bakıcılarının varlığına rağmen çevrelerini keşfeder ancak duygusal bağ kuramazlar (Ainsworth ve ark., 1978).

Yetişkin bağlanma stillerini araştıran Hazan ve Shaver (1987), güvenli bağlanan bireylerin yüksek özsaygıya sahip olduklarını ve ilişkilerde güvenle hareket ettiklerini belirtirken, kaygılı bağlanma stiline sahip bireylerin düşük özsaygı sergilediklerini ve ilişkilerinde reddedilme korkusu yaşadıklarını bulmuşlardır. Ayrıca, güvensiz bağlanma stiline depresyon gibi olumsuz ruh halleriyle ilişkili olduğu ve bu bireylerin duygusal yakınlık kurmada zorlandığı tespit edilmiştir (Erozkan, 2011). Kaygılı bağlanma, sosyal etkileşim arzusunu yansıtırken; kaçınan bağlanma, sosyal etkileşimlerden kaçınmayı ifade eder. Bu bağlamda, bireylerin bağlanma stilleri sosyal medya kullanımları ve platform tercihlerini şekillendirebilmektedir. Bağlanma stilleri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin niteliği üzerine daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir.

1.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı bireylerin bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığını ve tercihlerini nasıl etkilediğini araştırmaktır. Çalışma, özellikle kaygılı ve kaçınan bağlanma stillerine sahip kişilerin sosyal medya kullanım tercihlerini ve bu tercihler ile bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştıracaktır. Bu araştırma, sosyal medya bağımlılığı ile bireylere özgü psikolojik faktörler arasındaki bağlantıya ilişkin mevcut literatürü güçlendirmeyi ve bu alanda gelecekte yapılacak araştırmalara bir temel oluşturmayı amaçlamaktadır.

Bağlanma stilleri, yani çocukluk döneminden itibaren gelişen ve yetişkinlikteki ilişkileri şekillendiren duygusal bağlanma biçimleri, bireylerin sosyal medyayı nasıl

kullandıklarını ve bu platformlara ne ölçüde bağımlı olduklarını anlamının önemli bir anahtarıdır. Bu araştırma, sosyal medyanın olumsuz etkilerinden korunmak ve bu platformların potansiyel faydalarından daha iyi yararlanabilmek için yeni stratejiler geliştirilmesine yardımcı olabilir.

1.2. Araştırmanın Ana Hipotezi ve Alt Hipotezleri

Araştırmanın ana hipotezi bireylerin güvenli, kaçınan ve kaygılı bağlanma stilleri, sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilidir ve bu bağlamda bireylerin sosyal medya tercihlerini etkiler

1.2.1. Alt hipotezler

- Güvenli bağlanma stiline sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, kaçınan ve kaygılı bağlanma stillerine sahip bireylerden daha düşük olacaktır. Ayrıca, güvenli bağlanma stiline sahip bireylerin sosyal medya tercihlerinin daha dengeli ve etkileşim odaklı olması beklenir.
- Kaçınan bağlanma stiline sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, güvenli bağlanma stiline sahip bireylerden daha yüksek olacaktır. Ayrıca, kaçınan bağlanma stiline sahip bireylerin sosyal medya tercihlerinin Instagram ve TikTok gibi daha görsel odaklı olması beklenir.
- Kaygılı bağlanma stiline sahip bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, güvenli bağlanma stiline sahip bireylerden daha yüksek olacaktır. Ayrıca, kaygılı bağlanma stiline sahip bireylerin sosyal medya tercihlerinin, güvenli bağlanma stiline sahip olanlara kıyasla Twitter (X) ve Discord gibi daha az etkileşim gerektiren platformları tercih etme eğiliminde olmaları beklenir.

1.3 Araştırma Kapsamı

Bu araştırmanın amacı bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığına ve tercihlerine etkisini araştırmaktır. Bu çalışma hem bağlanma teorisinden hem de sosyal medya bağımlılığına ilişkin mevcut literatürden yararlanmaktadır. Bu çerçevede güvenli, kaygılı ve kaçınan bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığı ve tercihleri üzerindeki etkisi analiz edilmiştir.

Araştırmaya katılanlara çevrimiçi anket yöntemiyle ulaşılmıştır. Çeşitli eğitim düzeylerini, yaş aralıklarını ve cinsiyetleri temsil eden bir katılımcı grubu seçildi. Veri toplama süreci, Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin

Formu ve Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu (YİYE-II-K)'nun bu katılımcılara online anket ile uygulanmasını içermektedir. Toplanan verilere dayanarak bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığı ve tercihleri üzerindeki etkisi incelenmiştir.

1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları

1.4.1. Veri Toplama Araçlarının Sınırlamaları

Araştırmada, katılımcıların kendi bildirdikleri verilere dayanan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu ve Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu (YİYE-II-K) kullanıldı. Kişisel raporlamadan elde edilen ölçümlerin, katılımcıların sosyal istenirliğe yönelik eğilimlerinden, hatırlama yanlışlığından veya algıdaki hatalardan etkilenebileceğini belirtmek önemlidir. Bu tür faktörler elde edilen sonuçların geçerliliğini kısıtlayabilir.

1.4.2. Zaman Sınırlamaları

Araştırmanın belirli bir zaman çerçevesinde yürütülmesi nedeniyle, bulgular uzun vadeli etkileri veya zaman içindeki değişimleri çok net bir şekilde temsil etmeyebilir. Sosyal medya kullanım alışkanlıkları değişebileceğinden, araştırma sonuçları yalnızca araştırmanın yapıldığı dönem için geçerli olabilir. Boylamsal bir çalışma yürütmek bu dinamiklere ilişkin daha net bir fikir verebilir.

1.4.3. Kültürel ve Sosyal Etkilerin Getirdiği Sınırlamalar

Çalışma Türkiye'deki Türkçe bilen katılımcılar arasında gerçekleştirildi ve kültürel etkiler potansiyel olarak bu araştırmanın sonuçlarını etkileyebilir. Sosyal beklentiler, aile yapısı, kültürel normlar gibi faktörler bağlanma stilleri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki bağlantıyı şekillendirebilmektedir. Sonuç olarak, araştırma bulgularının farklı kültürel ortamlarda geçerliliği belirsizliğini koruyor.

1.4.4. Araştırma Tasarımının Sınırlamalar

Bu araştırma kesitsel bir çalışma olarak yapılandırılmıştır; yani veriler belirli bir zaman diliminde toplanmıştır. Bu yaklaşım neden-sonuç ilişkisi kurma yeteneğini kısıtlayabilir. Bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığını nasıl etkilediğini daha derinlemesine anlamak için daha kapsamlı deneysel veya boylamsal çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu tür araştırmalar bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisini daha doğru bir şekilde aydınlatılabilir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Bağlanma

2.1.1. Bağlanma Teorisi

20. yüzyılın ortalarında İngiliz psikiyatrist ve psikanalist John Bowlby tarafından geliştirilen bağlanma teorisi, çocuklar ve onlara bakan kişiler arasında oluşan duygusal bağlantıların, onların sonraki yaşamlarındaki sosyal ve duygusal gelişimlerini önemli ölçüde etkilediğini öne sürüyor. Bowlby'nin araştırması bağlanma davranışlarının evrimsel kökenlerini araştırdı ve çocukların hayatta kalması ve gelişmesindeki temel rolünü vurguladı. Bowlby, çocuklar ve onlara bakan kişiler arasında kurulan bağın, onların gelecekteki duygusal istikrarı ve ilişkileri için çok önemli bir temel oluşturduğunu ileri sürdü. Bu bağlanma, çocukların çevrelerine karşı güven duygusu geliştirmelerine ve stresli koşulları etkili bir şekilde yönetmelerine olanak tanır. Bowlby'nin teorisi biyolojik temellere dayanıyor ve çocukların bakıcılarına güvenmelerini bir hayatta kalma içgüdüğü olarak tanımlıyor (Bowlby, 1969).

John Bowlby'nin teorisini temel alan ve onu deneysel araştırmalara dayandıran önemli kişilerden biri Mary Ainsworth'du. Ainsworth, "Yabancı Durum (Ortam) Deneyi (The Strange Situation Experiment)" adı verilen deneysel bir yaklaşım oluşturarak çocuklarla anneleri arasındaki bağı inceledi. Bu deney, çocukların annelerinden ayrılırken bir yabancıyla etkileşim halindeyken yaptıkları eylemleri analiz ederek bağlanma stillerinin sınıflandırılmasına olanak sağlamıştır. Ainsworth bağlanma stillerini güvenli, kaygılı ve kaçınan olmak üzere üçe ayırmıştır. Bu sınıflandırma, Bowlby'nin teorisinin pratik uygulamasını ortaya koydu ve farklı bağlanma tarzlarının çocuklar üzerinde yaşamları boyunca yaratabileceği çeşitli etkileri vurguladı. Güvenli bağlanma stili sergileyen çocuklar, bakıcılarından ayrıldıklarında geçici stres yaşarlar, ancak geri döndüklerinde hızla sakinleşirler. Buna karşılık, kaygılı bağlanma stiline sahip olanlar, ayrılık sırasında yüksek düzeyde stres yaşarlar ve bu stres genellikle bakıcıları geri döndükten sonra da devam eder. Öte yandan, kaçınan bağlanma stili sergileyen çocuklar, ayrılık sırasında bakıcılarıyla duygusal mesafeyi koruma eğilimindedir ve bakıcıları geri döndüğünde çok az ilgi gösterirler (Ainsworth ve ark., 1978).

2.1.1.1. Bağlanma Teorisinin Evrimi ve Günümdüzdeki Önemi

Bağlanma teorisi, başlangığta çocuk gelişimine odaklanmanın ötesine geçerek, yetişkinlikteki ilişkileri ve psikolojik refahı anlamak için önemli bir çerçeve haline geldi. Bağlanma teorisinin yetişkinler üzerindeki etkisini araştıran araştırmalar, çocukluk döneminde oluşan bağlanma stillerinin onların romantik ilişkilerini, sosyal etkileşimlerini ve stresle başa çıkma stratejilerini etkilediğini ortaya koymaktadır (Mikulincer ve Shaver, 2007). Bağlanma teorisinin psikoterapi ve eğitim bilimlerinde nasıl uygulandığına dair geniş bir literatür mevcuttur. Psikoterapide bağlanma deneyimleri, bireylerin çocuklukta edindikleri bağlanma tarzlarının yetişkinlikteki psikolojik işlevlerini nasıl etkilediğini anlamaya yardımcı olur. Örneğin, çocuklukta güvenli bağlanma yaşayan bireylerin, yetişkinlikte daha sağlıklı ilişkiler kurma ve bağımsızlık geliştirme olasılığı daha yüksektir (Holmes, 1997). Ayrıca, yetişkinlerde bağlanma tarzlarının psikoterapi sonuçları üzerindeki etkisi de araştırılmıştır. Güvenli bağlanma, terapide daha başarılı sonuçlar elde etmeye yardımcı olabilir (Shorey ve Snyder, 2006). Eğitim bilimlerinde ise bağlanma teorisi, çocuklarda sağlıklı bağlanma tarzlarının akademik başarı ve sosyal entegrasyon üzerindeki etkilerini incelemektedir. Sağlıklı bağlanma geliştiren çocuklar, eğitim süreçlerinde daha başarılı olmakta ve sosyal becerilerini geliştirebilmektedir (Bennett ve Deal, 2011).

2.1.2. Bağlanma Stilleri

2.1.2.1. Güvenli Bağlanma Stili

Güvenli bağlanma, bireylerin duygusal yakınlık geliştirme, başkalarına güven duyma ve empati becerilerini güçlendirme konularında önemli bir rol oynar. Bakıcılardan gelen tutarlı ve güven verici düzeydeki destek, çocuklarda güvenli bağlanma stilinin gelişmesini teşvik eder. Bu bağlanma stiline sahip olan bireyler, bakıcılarıyla ilişkilerinde güven yaşarlar ve bu da onların stresle başa çıkma becerilerini artırır. Güvenli bağlanmanın varlığı, bireylerin duygusal istikrara ulaşmasını ve sağlıklı sosyal bağlantılar kurmasını sağlar (Cassidy ve Shaver, 2016). Araştırmalar, güvenli bağlanma tarzına sahip kişilerin başkalarına karşı daha fazla güven hissettiğini, olumlu güvenle ilgili anıların daha erişilebilir olduğunu ve ihanet gibi zor durumlarla yapıcı başa çıkma stratejileri geliştirdiğini göstermektedir (Mikulincer, 1998). Ayrıca, güvenli bağlanma, bireylerin empati düzeylerini artırarak başkalarının duygusal ihtiyaçlarına duyarlılık göstermelerine yardımcı olur (Mikulincer ve ark., 2005).

2.1.2.2. Kaygılı Bağlanma Stili

Kaygılı bağlanma stili, bireylerin duygusal olarak bağımlı hale gelmesine ve başkalarının onayını arama konusunda aşırı çaba göstermelerine neden olabilir. Bu bağlanma stiline sahip kişiler, sürekli olarak terk edilme korkusu yaşarlar ve bu da sosyal ilişkilerinde güvensizlik hissetmelerine yol açar. Kaygılı bağlanma, duygusal istikrarı azaltarak stresle başa çıkma kapasitesini düşürebilir (Mikulincer ve ark., 2005). Ayrıca, kaygılı bağlanma stiline sahip bireyler, ilişkilerinde sürekli güvence arayışı içindedirler ve bu da duygusal dengesizlik ve kişilerarası sorunlara neden olabilir (Reynolds ve ark., 2014).

2.1.2.3. Kaçınan Bağlanma Stili

Kaçınan bağlanma stili, bakıcıların duygusal mesafeli ve tepkisiz davranışlarıyla ortaya çıkabilir. Bu bağlanma biçimine sahip kişiler, genellikle duygusal yakınlıktan kaçınır ve bağımsızlıklarına vurgu yaparlar. Araştırmalar, bu bireylerin duygusal ihtiyaçlarını göz ardı ettiklerini ve başkalarına karşı mesafeli bir tavır sergilediklerini göstermektedir (Bartholomew, 1990). Kaçınan bağlanma stiline sahip bireyler, genellikle duygusal ilişkilerde uzak durarak bağımsızlıklarını korurlar, bu da sosyal izolasyon eğilimlerini artırır (Mikulincer, 1995). Ayrıca, bu bireylerin stresle başa çıkma kapasiteleri azalmış olabilir ve duygusal yakınlık kurmakta zorluk yaşarlar (Gillath ve ark., 2005). Kaçınan bağlanma, bireylerin başkalarına güvenme konusunda da zorluk yaşamalarına neden olur ve bu, sosyal ilişkilerinde sıkıntılar yaratır (Kaitz ve ark., 2004).

2.1.3. Bağlanma Teorisinin Psikolojik Gelişime Etkisi

Bireylerin psikolojik gelişimini anlamak için tarihte birçok teori ortaya atılmıştır. Bu teorilerden birisi bağlanma teorisidir. John Bowlby tarafından formüle edilen bu teori, çocukluk döneminde bakıcılarla kurulan ilişkilerin duygusal, sosyal ve bilişsel gelişim üzerinde nasıl kalıcı etkilere sahip olabileceğini açıklıyor. Çocukluk çağındaki bağlanma deneyimlerinin, bireylerin yetişkinlik dönemindeki psikolojik işleyişini ve sosyal etkileşimlerini önemli ölçüde etkilediği vurgulanmaktadır. Bu bölümde bağlanma stillerinin psikolojik gelişim üzerindeki etkisi çeşitli alt başlıklar altında incelenecektir.

2.1.3.1. Çocukluktaki Bağlanma Deneyimlerinin Yetişkinliğe Etkisi

Çocuklukta oluşan bağlanma ilişkilerinin yetişkinlikte psikolojik iyi oluş ve sosyal bağlantılar üzerindeki kalıcı etkisi bağlanma teorisi tarafından vurgulanmaktadır.

Bowlby, güvenli bağlanma stiline sahip bireylerin yetişkinlik döneminde daha sağlıklı ve daha uyumlu ilişkiler geliştirebileceğini öne sürüyor. Güvenli bağlanma, kendilerine ve başkalarına güveni teşvik ederek, bireylerin duygusal dengeyi sürdürmelerine yardımcı olur (Bowlby, 1988).

Güvenli bağlanma stiline sahip kişiler, yetişkin ilişkilerinde daha az çatışmayla karşılaşma eğilimindedir ve genellikle romantik birlikteliklerinden daha yüksek tatmin bildirirler (Simpson, 1990). Bu bireyler duygusal yakınlığı geliştirmede başarılıdır ve proaktif olarak sosyal destek ararlar. Ayrıca güvenli bağlanma, stresli durumlarda daha iyi başa çıkma mekanizmalarını kolaylaştırır ve psikolojik dayanıklılığı artırır (Mikulincer ve Shaver, 2007). Kaygılı bağlanma stiline sahip yetişkinler sıklıkla terk edilme korkusuyla boğuşurlar, bu da romantik ve sosyal etkileşimlerinde başkalarına güvenmemeye sonuçlanır. Bu bireyler, kendilerine olan güvenlerinin düşük olmasından kaynaklanan davranışlar sergileyebilirler ve bu da onları sıklıkla partnerlerinden sürekli onay ve güvence aramaya iter. Kaygılı bağlanmanın varlığı stresle başa çıkma kapasitelerini azaltabilir ve duygusal dengesizliğe neden olabilir. Sonuç olarak bu durum, diğer sosyal etkileşimlerin yanı sıra romantik ilişkilerinde de kalıcı bir güvensizlik duygusu yaratabilir (Bartholomew ve Horowitz, 1991). Kaçınan bağlanma stili sergileyen yetişkinler genellikle duygusal yakınlıktan uzak dururlar. Bağımsızlıklarını korumak ve derin bağların oluşmasını önlemek için bu kişiler genellikle duygusal ilişkilerden uzaklaşırlar. Bu eğilim, sosyal izolasyon ihtiyaçlarına ve kişilerarası etkileşimlerde zorluklara neden olabilir. Ayrıca kaçınan bağlanmaya sahip olanlar, stresle karşılaştıklarında daha içe dönük bir yaklaşım benimseyebilir ve duygusal destek arama konusunda tereddüt edebilirler (Fraley ve Shaver, 2000). Sümer ve Güngör (1999) bağlanma stillerinin üniversite öğrencilerinin romantik ilişkilerini nasıl etkilediğini araştırdıkları çalışmada, güvenli bağlanma stiline sahip olanların daha sağlıklı ve daha tatmin edici romantik ilişkiler kurma eğiliminde olduklarını bulmuştur. Tersine, kaygılı ve kaçınan bağlanma stili sergileyen bireylerin, romantik ilişkilerinde daha fazla çatışmayla karşılaştıkları ve daha yüksek düzeyde duygusal istikrarsızlık sergiledikleri bulunmuştur.

2.1.3.2. Bağlanma Stillerinin Stresle Başa Çıkma Mekanizmalarına Etkisi

Bireylerin stresli durumları yönetme biçimleri bağlanma tarzlarından büyük ölçüde etkilenmektedir. Güvenli bağlanma stiline sahip olanlar, aktif olarak sosyal destek

aldıkları ve zor zamanlarda çevrelerinden nasıl yardım alabileceklerini anladıkları için stresle daha etkili bir şekilde baş etme eğilimindedirler. Bu güvenli bağlanma, daha iyi duygusal düzenlemeye olanak tanıyarak bireylerin stresli deneyimleri daha az olumsuz etkiyle atlatmasına olanak tanır (Collins ve Feeney, 2000). Kaygılı bağlanma stiline sahip kişiler, yoğun kaygı ve güvensizlik deneyimlerini sık yaşamaları nedeniyle stresli durumlarla başa çıkmakta zorlanırlar. Bu tür durumlarda bu kişiler depresyona girebilir ve stresle baş etme kapasiteleri daha da azalabilir. Üstelik kaygılı bağlanma stiline sahip olanlar, stres zamanlarında sıklıkla başkalarından aşırı onay ve güvence ararlar, bu da başa çıkma mekanizmalarını karmaşıktırır (Mikulincer ve Shaver, 2003). Kaçınan bağlanma stili sergileyen kişiler genellikle stresli koşullar sırasında duygusal mesafeyi korurlar ve bu da onların başa çıkma mekanizmalarını engelleyebilmektedir. Desteğe ihtiyaç duyduklarında bile bu bireyler duygusal yardımı reddedebilir ve stresi yönetmek için içe dönük bir yaklaşım benimseme eğiliminde olabilirler. Genel olarak, kaçınan bağlanma stiline sahip olanlar, stresli durumlarla yüzleşmek yerine onlardan kaçmayı tercih ederler ve sonuçta uzun vadede stresle baş etme yeteneklerini zayıflatırlar (Kobak ve Sceery, 1988). Doğan ve Sapmaz (2013) tarafından yapılan çalışmada güvenli bağlanma stiline sahip olanların stresi yönetmede daha başarılı olduğu, kaygılı ve kaçınan bağlanma stiline sahip bireylerin ise stresle baş etmede daha fazla zorlukla karşılaştığı ortaya çıkmıştır. Bu araştırma bağlanma stillerinin stresle başa çıkma üzerindeki kritik etkisinin altını çizmektedir.

2.1.3.3. Bağlanma Stillerinin Duygusal Düzenlemeye Etkisi

Duygusal düzenleme, bireylerin duygusal tepkilerini yönetme ve yönlendirme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır. Duygusal düzenlemeyle ilgili beceriler bağlanma stillerinden büyük ölçüde etkilenir. Güvenli bağlanma stiline sahip olanlar, duygusal tepkilerini anlama ve onlara uygun şekilde yanıt verme konusunda daha donanımlı oldukları için duygusal düzenlemede başarılı olma eğilimindedirler. Güvenli bağlanma, duygusal dengeyi teşvik ederek bireylerin duygusal tepkilerini daha yapıcı bir şekilde ifade etmelerini sağlar (Gross ve John, 2003). Kaygılı bir bağlanma stili sergileyen insanlar, yönetilmesi zor olan aşırı duygusal tepkiler gösterme eğiliminde oldukları için genellikle duygularını düzenlemekte zorluk çekerler. Bu duygusal bağımlılık, onların sıklıkla başkalarından destek aramalarına yol açar, bu da duygusal istikrarı koruma yeteneklerini zayıflatabilir ve duygusal istikrarsızlığa neden olabilir (Shaver ve Mikulincer, 2002). Kaçınan bağlanma stili sergileyen kişiler, duygularını düzenlemede

benzersiz zorluklarla karşılaşabilirler. Tipik olarak bu bireyler duygusal tepkilerini bastırma ve duygusal ihtiyaçlarını göz ardı etme eğilimindedirler. Duygusal mesafeyi koruma eğilimleri, duygusal tepkilerini anlama ve uygun şekilde yönetme becerilerini engelleyebilir. Sonuç olarak, bu onların duygusal düzenleme yeteneklerini olumsuz yönde etkileyebilir ve duygusal sorunları çözme kapasitelerini karmaşıklıştırabilir (Fraley, 2002). Şahin ve Özbay (2014) tarafından yapılan araştırmada, güvenli bağlanma stiline sahip olanların duygu düzenleme becerilerinin daha gelişmiş olduğu, kaygılı ve kaçınan bağlanma stiline sahip bireylerin ise bu alanda daha fazla zorlukla karşılaştığı ortaya çıkmıştır. Bu bulgular bağlanma stillerinin duygu düzenleme üzerindeki etkisini anlamak açısından önemlidir.

2.1.4. Bağlanma Kuramı Üzerine Türkiye’de Yapılan Araştırmalar

Türkiye’de bağlanma teorisi üzerine yapılan araştırmalar, bağlanma teorisinin kültürel çerçevedeki işleyişine dair önemli bilgiler vermektedir. Sümer ve Güngör (1999) bağlanma stillerinin bireylerin zihinsel sağlığını, sosyal bağlantılarını ve akademik başarısını nasıl etkilediğini araştırdı. Sümer ve Güngör (1999) bağlanma stillerinin üniversite öğrencilerinin sosyal ilişkileri üzerindeki etkisini incelemiş ve güvenli bağlanma stiline sahip olanların daha olumlu sosyal etkileşimlere sahip olduklarını ortaya koymuşlardır.

2.1.4.1. Türk Kültüründe Aile Yapısı ve Bağlanma

Ailenin bireylerin sosyal ve duygusal gelişiminin merkezinde yer aldığı Türk kültüründe bağlanma süreçlerinin gelişimi, aile yapısından büyük ölçüde etkilenmektedir. Türkiye’de yapılan bir araştırma Türk aile dinamiklerinin bağlanma stilleri üzerindeki etkisini araştırmıştır. Güngör (2000) tarafından yapılan araştırma, Türk aile yapısının güvenli bağlanma tarzlarını geliştirmede oynadığı önemli rolü vurgulamıştır; ancak aile içindeki tutarsızlıklar kaygılı ve kaçınan bağlanma stillerine neden olabileceği belirtilmiştir.

2.2. Sosyal Medya Bağımlılığı

Çağdaş toplumda sosyal medya platformları insanların günlük yaşamlarının vazgeçilmezi haline geldi. Facebook, Instagram, Twitter , TikTok ve Discord gibi araçlar, bireylerin etkileşim kurma, bilgi toplama ve günlük rutinlerini yönetme şeklini temelden

değiştirdi. Bununla birlikte, sosyal medya etkileşimindeki bu artış, bireylerin psikolojik ve sosyal refahını olumsuz yönde etkileyebilecek bir tür bağımlılığa yol açmıştır. Bu bölümde sosyal medya bağımlılığı kavramı, onunla ilişkili faktörler ve bu konuyla ilgili Türkiye'deki ilgili literatür incelenecektir.

2.2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Kavramı

Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya platformu kullanım sıklığının artması, bu platformlarda geçirilen süre üzerindeki kontrolün kaybedilmesi ve bireylerin sosyal, akademik ve profesyonel yaşamları üzerindeki zararlı etkileriyle karakterize edilen bir davranışsal bağımlılık biçimi olarak kabul edilmektedir. (Andreassen, 2015). Diğer bağımlılık türlerinde olduğu gibi bu bağımlılık da bireyin yaşam kalitesini düşürmekte ve sosyal medya etkileşimini düzenleme becerisini zedelemektedir. Bu platformlarda geçirilen zamanın azaltılmasına yönelik girişimlerin başarısızlıkla sonuçlanması, bireyin sosyal medyayı kullanmaktan kaçınması durumunda derin bir yoksunluk hissine yol açması durumu ortaya çıkabilmektedir.

Literatürde sosyal medya bağımlılığına ilişkin çok sayıda tanım ve ölçüm sunulmaktadır. Kuss ve Griffiths'e (2011) göre bu bağımlılık, bireyin sosyal medya platformlarını kullanımını kontrol edememesi ve günlük yaşam aktiviteleri üzerinde olumsuz etkilere yol açması olarak ifade edilmektedir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı, bireylerin bu platformlara yönelik psikolojik ihtiyaçları ve aşırı kullanım eğilimleri açısından da değerlendirilmiştir.

2.2.1.1. Sosyal Medya Bağımlılığının Belirtileri

Sosyal medya bağımlılığının tezahürü, bireyin sosyal medya kullanımı üzerindeki kontrolünü kaybettiğinde ortaya çıkan bir dizi semptomla karakterize edilir. En yaygın semptomlar arasında şunlar yer almaktadır: sosyal medya platformlarında aşırı zaman harcamak, çevrimiçi alan dışındaki faaliyetlere olan ilginin azalması, sosyal medya kullanımını azaltma girişimlerinin başarısız olması, sosyal medya katılımına atfedilen akademik veya profesyonel performansta düşüş, kullanımı bırakma veya azaltma konusundaki başarısız girişimler ve sosyal medyaya bağlı olmadığında derin bir yoksunluk hissi yaşama. Ayrıca sosyal medya bağımlılığı yaşayanlarda bu platformları kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlamamak, sosyal medyaya ayrılan zamanın artması, bu sitelere erişim olmadığında kaygı ve huzursuzluk hissi gibi ek belirtiler de görülebiliyor (Griffiths, 2013).

2.2.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Psikolojik Etkisi

Bireylerin psikolojik sağlığı sosyal medya bağımlılığından önemli ölçüde etkilenebilmektedir. Bu bağımlılık biçimi kaygı, depresyon, stres ve azalan özgüven gibi çeşitli psikolojik sorunlarla ilişkilendirilmiştir. Kullanıcılar bu platformlarda daha fazla zaman geçirdikçe kendilerini sıklıkla hayatlarını başkalarıyla karşılaştırırken, onaylanma arayışında ve sosyal izolasyonla karşı karşıya bulabilirler. Onay arayışı özgüveni aşındırabilir, bireylerin kendilerini değersiz hissetmelerine ve sosyal medyada aldıkları beğeni ve yorumlara gereğinden fazla önem vermelerine neden olabilir. (Twenge, 2019).

Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik etkilerine ilişkin Türk literatüründeki bulgular da bu sonuçlarla örtüşmektedir. Örneğin Kaya ve Büyükköse (2017) tarafından yapılan araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile depresyon, kaygı ve stres düzeyleri arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu araştırma, sosyal medya bağımlılığının bireylerin zihinsel sağlığı üzerinde yaratabileceği zararlı etkilerin altını çiziyor. Ayrıca Demirci ve ark. (2015) sosyal medya bağımlılığının uyku kalitesini nasıl etkilediğini araştırmış ve uyku düzenini bozarak genel sağlığı olumsuz etkilediğini keşfetmiştir.

2.2.1.3. Sosyal Medya Platformlarının Kullanıcı Motivasyonları

Bazı araştırmacılar bireylerin sosyal medyayı kullanmalarındaki motivasyonlarını incelemişlerdir. Örneğin, Park ve Lee (2014) tarafından yapılan bir araştırmada Facebook'u kullanmada beş ana motivasyon tespit edilmiştir. Bunlar; eğlence, ilişki sürdürme, kendini ifade etme, iletişim ve profesyonel kullanım. Araştırmaya göre katılımcıların Facebook'u ne kadar kullandığı eğlence, iletişim ve ilişki sürdürmeyle güçlü bir şekilde bağlantılıyken profesyonel kullanımın Facebook'un kullanım yoğunluğuna çok etkisi yoktur. Araştırmada katılımcıların izlenim yönetiminin (Impression Management) Facebook'u kullanma yoğunluğunu önemli bir derecede etkilediği görülmüş. Katılımcıların kendilerini arzu edilen bir biçimde sunduğunu ve bunun onları psikolojik olarak rahatlattığını dile getirmiştir. Park ve Lee (2014) ayrıca Facebook kullanımı arttıkça aidiyet duygusunun arttığını tespit etmişlerdir. Nadkarni ve Hofmann'nın (2012) araştırmasına göre Facebook kullanımı iki ana sosyal ihtiyaca dayanır. Bunlar; aidiyet ihtiyacı ve izlenim yönetimidir. Son yıllarda yapılan araştırmalara göre kullanıcıların Instagram'ı kullanmalarındaki motivasyonları, kendini ifade etme ve yaratıcılık (Sheldon ve Bryant, 2016), sosyal etkileşim (Lee ve ark., 2015), kişisel onay (Mark ve ark., 2023), kaçış ve eğlence (Tanković ve Vidović, 2023), gözetleme ya da

başkaları hakkında bilgi sahibi olma (Sheldon ve Bryant, 2016), marka etkileşimi ve tüketim (Lee ve ark., 2021) olarak sıralanabilir. Araştırmalara göre kullanıcıların Twitter (X) kullanımındaki motivasyonları ise bilgi arama (Pelletier ve ark., 2020), sosyal etkileşim ve ağ kurma (Gilbert, 2017), toplumsal ifade ve etki (Park, 2013), eğlence ve kaçış (Li ve ark., 2019), itibar ve imaj yönetimi (Toubia ve Stephen, 2013) davalara destek ve aktivizm (Jost ve ark., 2018) olarak sıralanabilir. Araştırmalara göre kullanıcıların TikTok kullanımındaki motivasyonları ise eğlence ve bilgi arama (Herna, 2022), kendini ifade etme ve yaratıcılık (Nguyen ve ark., 2023), sosyal etkileşim ve topluluk (Cuesta-Valiño ve ark., 2022), kaçış ve zaman geçirme (Gu ve ark., 2022) olarak sıralanabilir. Araştırmalara göre kullanıcıların Discod kullanımındaki motivasyonları ise sosyal etkileşim (Chuang ve Ratan, 2022), eğitim ve iş birliği (Kristian ve ark., 2023), oyun iletişimi (Arifianto ve Izzudin, 2021), bilgi paylaşımı ve destek (Becker ve ark., 2023) olarak sıralanabilir.

2.2.2. Sosyal Medya Bağımlılığıyla Bağlantılı Unsurlar

Sosyal medya bağımlılığı kişilik özellikleri, bağlanma stilleri, sosyal ortamlar ve yaşam koşulları gibi bir dizi unsurla bağlantılıdır. Bu unsurlar, kişinin sosyal medyayla nasıl etkileşim kurduğunu ve bağımlı olma olasılığını önemli ölçüde etkiler. Özellikle bağlanma stilleri, bireyin sosyal medya kullanımına ilişkin alışkanlıklarını ve sosyal medyaya yatkınlığını şekillendirmede oldukça etkilidir.

2.2.2.1. Karakter Nitelikleri ve Sosyal Medyaya Bağımlılık

Kişilik özelliklerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi oldukça önemli olabilir. Spesifik olarak, artan nevroz, azalan dışadönüklük ve zayıf öz düzenleme gibi özellikler, sosyal medya bağımlılığı geliştirme olasılığını artırabilir. Nevroz, sergileyen bir birey, artan duygusal duyarlılık ve kaygı yaşayabilir ve bu da onları duygusal teselli için sosyal medyaya yönelmeye sevk edebilir. Dışadönüklük düzeyi düşük olanlar, yüz yüze etkileşimlerden kaçmak için sosyal medyaya başvurabilir, böylece bu platformlara bağımlı olma riskleri artabilir. (Blackwell ve ark., 2017)

Türkçe literatürde kişilik özellikleri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki bağlantıyı araştıran araştırmalar yer almaktadır. Yılmaz ve Çelik (2019) tarafından yapılan dikkat çekici bir araştırma, yüksek düzeyde nevroz sergileyen bireylerin sosyal medya bağımlılığı geliştirme riskinin arttığını ortaya koymuştur. Bu bulgular

kişilik özelliklerinin sosyal medya bağımlılığını nasıl etkilediğini anlamak açısından önemlidir.

2.2.2.3. Sosyal Bağlam ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Bireylerin sosyal medyayla etkileşimini etkileyen bir diğer önemli husus da sosyal çevredir. Çeşitli sosyal medya platformlarına bağlılık, bireyin arkadaş ağından, ailesinden ve sosyal çevrelerinden etkilenebilir. Sosyal medya platformları sosyal çevrelerle bağlantıyı kolaylaştırırsa da bu platformların aşırı kullanımını da teşvik edebilmektedir. Bireyler, sosyal gruplarının beklentilerine uyum sağlamak, kabul görmek veya sosyal bağlarını sürdürmek için kendilerini sosyal medyaya katılımlarını artırırken bulabilirler (Valkenburg ve Peter, 2011).

Türk literatüründe sosyal çevre ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki bağlantıyı araştıran araştırmalar da yer almaktadır. Akça ve Aydoğan (2020) tarafından yapılan benzer bir çalışmada, sosyal ortamların sosyal medya kullanımını nasıl etkilediği araştırılmış ve bu ortamların bireyleri sosyal medya ile etkileşime girmeye teşvik edebildiği ve potansiyel olarak bağımlılığa yol açabildiği ortaya çıkmıştır. Bu araştırma, sosyal çevrenin sosyal medya bağımlılığını nasıl etkilediğine dair anlayışımızı önemli ölçüde artırıyor.

2.2.2.4. Sosyal Medya Bağımlılığının Sosyal Hayata ve Akademik Performansa Etkisi

Sosyal medya bağımlılığı bireylerin hayatlarının hem sosyal hem de akademik yönlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Çevrimdışı sosyal etkileşimleri azaltabilir, bu da sosyal izolasyon duygularına neden olabilir. Sosyal medya bağımlılığıyla mücadele edenler yüz yüze etkileşimlere girmeyi zor bulabilir, bu da sosyal becerilerde düşüşe ve kişisel ilişkilerin bozulmasına yol açabilir. Ayrıca bu bağımlılık akademik performansı da engelleyebilir; Sosyal medya platformlarına aşırı zaman ayıran bireyler, çoğu zaman ders çalışma ve eğitim yükümlülüklerini yerine getirme konusunda zorluklarla karşılaşmaktadır. (Twenge, 2019).

Türkiye'de yapılan bir araştırmada sosyal medya bağımlılığının hem sosyal hem de akademik açıdan etkisi araştırıldı. Özellikle Çam ve İşbulan (2012) tarafından yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin sıklıkla sosyal medya bağımlılığı yaşadıkları, bunun

da akademik başarılarını olumsuz etkilediği ortaya çıkmıştır. Bu bulgular sosyal medya bağımlılığının akademik performans üzerindeki etkisini anlamak açısından önemlidir.

2.3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Bağlanma Stilleri Arasındaki Bağlantı

Bağlanma stilleri olarak bilinen psikolojik yapı taşları, bireylerin duygusal düzenlemelerinin ve sosyal ilişkilerinin şekillenmesinde önemlidir. Bu tarzların, insanların sosyal medyayla nasıl etkileşim kurduğu ve bu platformlarla olan etkileşimleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğuna inanılıyor. Bireylerin bağlanma stillerine bağlı olarak sosyal medya bağımlılığının farklı biçimleri ortaya çıkabilmektedir ve bu bağımlılığın yoğunluğu psikolojik çerçeveleriyle yakından bağlantılıdır. Bu bölümde güvenli bağlanma, kaygılı ve kaçınan bağlanma stilleri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki incelenecektir.

2.3.1. Güvenli bağlanma ve Sosyal Medya Kullanımı

Güvenli bağlanma stiline sahip kişiler genellikle hem kendilerine hem de başkalarıyla olan sosyal ilişkilerine güven gösterirler. Genellikle sosyal medya platformlarıyla yapıcı bir şekilde etkileşime girerler. Sosyal bağlantıları sürdürmek, kişisel gelişimi paylaşmak ve bilgi alışverişinde bulunmak için bu platformları kullanan güvenli bağlanma stiline sahip bireyler, bağımlılığı önleyen dengeli bir yaklaşım sergilerler (Madigan vd., 2018). Sonuç olarak, bir yandan sosyal medya etkileşimlerini düzenleme konusunda daha beceriklidirler, bir yandan da güçlü çevrimdışı ilişkiler geliştirirler.

2.3.2. Sosyal Medya Kullanımı ve Kaygılı Bağlanma

Kaygılı bağlanma stili sergileyen bireyler, başkalarının onayını kazanma ve kabul edilme arzusuyla sosyal medya platformlarına yönelebilirler. Araştırmalar, kaygılı bağlanma ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu bireyler, sosyal medyada sürekli onay arayışıyla sosyal medya bağımlılığı geliştirme riskine sahiptir (Bayraktar ve Balcı Çelik, 2023). Kaygılı bağlanma, bireylerin onay ve sosyal kabul arayışını pekiştirir ve sosyal medya, bu onayı hızlı ve geçici bir şekilde sağladığı için bağımlılık yaratabilir (D'Arienzo ve ark., 2019). Sosyal medyada alınan geçici beğeniler ve yorumlar, bu bireylere kısa süreli bir güvenlik duygusu sunsa da uzun vadede bağımlılık gelişebilir (Worsley ve ark., 2018).

2.3.3. Sosyal Medya Kullanımı ve Kaçınan Bağlanma

Kaçınan bağlanma stiline sahip bireyler genellikle duygusal yakınlıktan kaçınır ve bağımsızlığa öncelik verir. Bu tür bireyler, yüz yüze sosyal etkileşimlerde zorluk yaşayarak, sosyal medya platformlarına daha fazla güvenebilirler. Araştırmalar, kaçınan bağlanma stiline sosyal izolasyon ve çevrimiçi ortamlarda anonimlik arayışına yol açabileceğini ve bunun sosyal medya bağımlılığına dönüşme riskini artırabileceğini göstermektedir (Young ve ark., 2020). Kaçınan bireyler, sosyal medyayı genellikle sığ bağlantılar kurmak ve derin duygusal bağlardan kaçınmak için kullanır, bu da sosyal medya bağımlılığı geliştirme riskini artırabilir (Mikulincer, 1995). Ayrıca, kaçınan bağlanma bireylerin sosyal ilişkilerde fiziksel ve duygusal mesafeyi koruma eğiliminde olduğunu, bu nedenle çevrimdışı etkileşimleri sınırlandırarak çevrimiçi ortamlara yönelebildiklerini ortaya koymaktadır (Kaitz ve ark., 2004).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.YÖNTEM VE ARAÇLAR

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığı ve tercihleri üzerine etkisi araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmanın türü kesitseldir.

3.2. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmaya toplam 327 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan 27 kişinin verileri dahil olma kriterlerine uymadığından dolayı çıkarılmıştır. Araştırmanın örneklemini 18 yaş ve üzeri 234 Kadın ve 66 Erkek olmak üzere toplam 300 kişiden oluşmaktadır. Katılım gönüllülük esasına dayanmakta olup araştırmada kartopu yöntemi kullanılmıştır.

3.2.1.Dahil Olma ve Dışlama Kriterleri

- Araştırmaya 18 yaş üstü kadın ve erkek gönüllüler dahil edilecektir.
- Araştırmaya 18 yaş altı kadın ve erkek gönüllüler dahil edilmeyecektir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama araçları olarak Demografik Bilgi Formu, Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu (YİYE-II-K), Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu kullanılmıştır.

3.3.1. Demografik Bilgi Formu

Araştırmaya katılanların yaşları, medeni durumları, cinsiyetleri, hangi sosyal medya platformlarını ve en sık hangisini kullandıklarını öğrenmeye yönelik araştırmacı tarafından hazırlanan soruları ayrıca katılımcılara araştırmayla ilgili bilgilendirme yazısını içeren formdur.

3.3.2. Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu (YİYE-II-K)

Fraley, Waller ve Brennan (2000) tarafından oluşturulan Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri-II daha sonra Fraley, Niedenthal, Marks, Brumbaugh ve Vicary (2006) tarafından ‘Experiences in Close Relationships-Revised-Short’ olarak kısaltılmıştır. Ölçeğin Türkçe ismi ‘Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu’dur. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Antalyalı ve Özkul (2016) tarafından yapılmıştır. Bu ölçek 9

maddeden ve 2 alt boyuttan oluşmakta olup 3 maddesi kaygı, 6 maddesi kaçınma boyutunu ölçer. Ölçeğin ters maddeleri 1.,3.,4.,5.,6.'dır. Ölçek 7'li likert tipindedir. Türkçe kullanımında romantik ilişkilerle sınırlandırılmayıp, kitlesi genişletilerek “anne”, “baba”, “romantik partner”, “en iyi arkadaş” gibi tercih seçeneği sunmuştur. Kaçınma ölçeğinin Cronbach alfa katsayısı 0.87 iken kaygı ölçeğinin Cronbach alfa katsayısı ise 0.84 olarak bulunmuştur (Antalyalı ve Özkul, 2016).

3.3.3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ)

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ) Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek toplam 20 maddeden oluşup 5'li likert tipindedir. Ölçekteki ifadeler katılma dereceleri ise, “Bana Hiç Uygun Değil (1), Bana Uygun Değil (2), Kararsızım (3), Bana Uygun (4), Bana Çok Uygun (5) şeklindedir. Ölçeğin 2 alt boyutu vardır. Bunlar; *sanal tolerans* ve *sanal iletişim*dir. Ölçeğin ters maddeleri 5. Ve 11. maddelerdir. *Sanal tolerans* maddeleri 1. maddeden 11. maddeye kadarken *sanal iletişim* maddeleri 12. maddeden başlayıp 20. maddeye kadardır. Ölçeğin faktör yükleri .61 ile .87 arasında sıralanmaktadır. SMBÖ-YF'nun faktör yükleri .61 ile .87 arasında değerler almaktadır. Ölçeğin geneli için Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı .94, alt boyutlardan sanal tolerans için 0.92 ve sanal iletişim için .91 bulunmuştur. Ölçeğin test-tekrar test güvenirlik katsayıları geneli için 0.93; alt boyutlardan sanal tolerans için 0.91 ve sanal iletişim için 0.90 olarak belirlenmiştir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 100, en düşük puan ise 20'dir. Puanın yüksek olması bireyin kendisini “sosyal medya bağımlısı” olarak algıladığı biçiminde değerlendirilmektedir. (Şahin ve Yağcı, 2017)

3.4. Prosedür

Araştırma için Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulundan 29.03.2024 tarihinde izin alındı. Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu ölçeğinin kullanılması için izin gerekmediği bildirilmiştir. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ) için sorumlu yazar Cengiz Şahin'den mail yoluyla izin alınmıştır. Verilerin toplanması için çevrimiçi olarak Google Forms kullanılmıştır. Katılımcılara ilk etapta demografik bilgi ölçeğinde bulunan bilgilendirilmiş onam formu verilip onayları istenmiştir. Onam formunu onaylayan katılımcılara sırasıyla Demografik Bilgi formu, Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu (YİYE-II-K), Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ) verilmiştir.

2.5. Verileri Analizi

Google form aracılığı ile toplanan veriler excel programında düzenlikten sonra JASP programıyla verilerin analizi yapılmıştır. Bulguların görselleştirmesi için Raincloud grafikleri kullanılmıştır. Etkili veri görselleştirme, veri analizinin yorumlanması ve iletilmesinin anahtarıdır. Mükemmel bir istatistiksel grafik veya veri grafiği, işlevselliği, yorumlana bilirliliği ve karmaşıklığı aşmaya çalışmayan ancak estetikten de ödün vermeyen bir denge sağlamalıdır. ((Tuft, 1983) Raincloud plot çok çeşitli görselleştirme önerilerini birleştirir. Yağmur bulutu grafiği bir dizi görselleştirme önerisini birleştirir. Temel olarak, yağmur bulutu grafikleri, 'yarıya bölünmüş bir keman', ham titreşen veri noktaları ve merkezi eğilim (yani, ortalama veya medyan) ve hatanın standart bir görselleştirmesini sağlar. Böylece, yağmur bulutu grafikleri, veri, dağıtım ve rapor edilen istatistiksel testlerin uygunluğunu görsel bir formatta sunar. Kısacası, raincloud plot, verilerin dağılımını, yoğunluğunu ve özet istatistiklerini görsel bir formda temsil eden bir grafik türüdür. Katılımcıların demografik verileri ile sosyal medya bağımlılık seviyesi arasındaki ilişkiler ve sosyal medya platformları (Facebook, Twitter (X) Instagram, Tiktok, Discord) ile sosyal medya bağımlılığı seviyesi arasındaki ilişkiler çapraz tablolar (Crosstab) kullanılarak analiz edilmiştir. Bağlanma stilleri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ve farklı sosyal medya platformlarının sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla Varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. ANOVA sonrası eğer belirlenen fark anlamlı ise bu farklılıkların hangi gruplarda kaynaklandığını belirlemek üzere tanımlayıcı Tukey Post-Hoc analizi yapılmıştır. Bu test ile bağlanma stillerine ve sosyal medya platformlarına göre sosyal medya bağımlılığı seviyelerindeki farkları istatistiksel olarak inceleme hedeflenmiştir. Sürekli değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için Pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır. p-değeri istatistiksel analizlerde en sık bildirilen ve kanıt olarak sunulan değerdir. p-değeri, gruplar arasındaki farkın ne olduğunu veya doğrusal ilişki olduğunu düşündüğümüz değişkenler arasındaki ilişkinin şansa bağlı olup olmadığını gösteren bir çıktıdır. Bu değer sıfıra ne kadar yakınsa, gözlemlediğimiz farkın veya doğrusal ilişkinin şans eseri olma olasılığının düşük olduğunu gösterir. p-değeri 0.01 ile 0.05 arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir; 0.001 ile 0.01 arasında yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterir; 0.001'den küçükse çok yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. 0.10 ile 0.05 aralığında ise sınırda anlamlılık-marginally significant- anlamına gelir.

4. BULGULAR

4.1. Demografi Verilerin İncelenmesi

4.1.1. Kullanıcıların Medeni Durumları ve Bağımlılık Seviyelerinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi

Tablo 1 Kullanıcıların Medeni Durumları ve Bağımlılık Seviyelerinin Çapraz (Crosstab) Tablosu

		Bağımlılık Seviyesi					Total
		0	1	2	3	4	
Medeni durum	Bekar	22	23	51	31	7	134
	Evli	39	28	62	34	3	166
Total		61	51	113	65	10	300

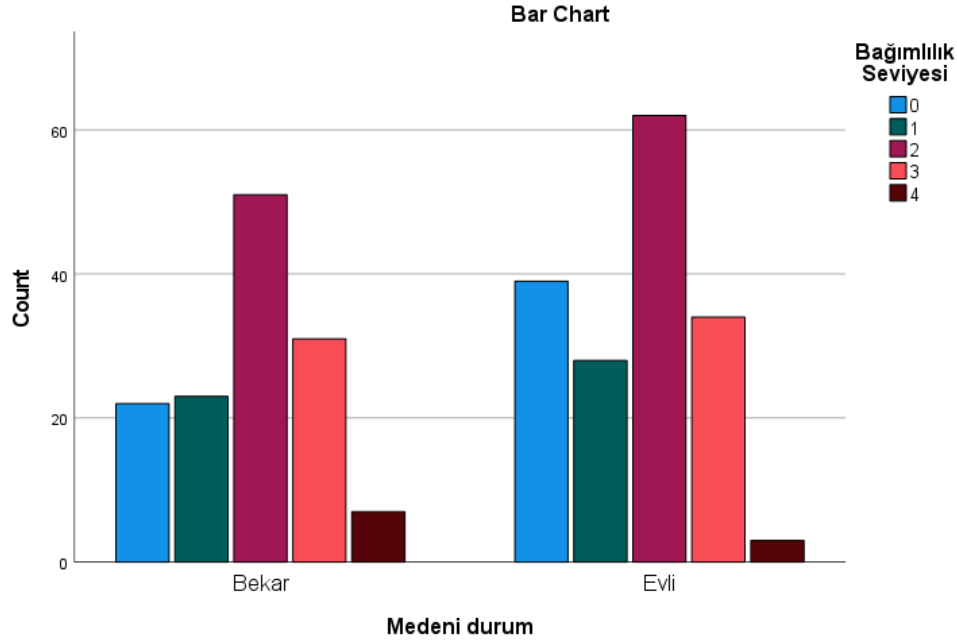
Tablo 2 Kullanıcıların Medeni Durumları ve Bağımlılık Seviyelerinin Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,677 ^a	4	,322
Likelihood Ratio	4,729	4	,316
N of Valid Cases	300		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,47.

Katılımcıların medeni durumları ile sosyal medya bağımlılık seviyesi arasındaki ilişkiler çapraz tablolar (Crosstab) kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlara göre ölçeğe toplam 300 kişi katıldı. Bu ölçeğe katılan 300 kişi içerisinde 134 kişi bekar, 166 kişi evli olduğunu bildirmiştir. 134 bekar katılımcıdan 22 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 23 kişinin düşük seviyede, 51 kişinin orta seviyede, 31 kişinin yüksek düzeyde, 7 kişinin çok yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı olduğu buna karşın 166 evli katılımcıdan 39 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 28 kişinin düşük seviyede, 62 kişinin orta seviyede, 34 kişinin yüksek seviyede, 3 kişinin çok yüksek seviyede sosyal bağımlılığı olduğu tespit edildi. Yapılan Chi-Square testine göre katılımcıların medeni durumları ile sosyal medya bağımlılık seviyesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmedi ($\chi^2(4) = 4.677$, $p = 0.322$).

Şekil 1 Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri



4.1.2. Kullanıcıların Cinsiyetleri ve Bağımlılık Seviyelerinin Çapraz (Crosstab)

Tablo Analizi

Tablo 3 Kullanıcıların Cinsiyetleri ve Bağımlılık Seviyelerinin Çapraz (Crosstab) Tablosu

		Bağımlılık Seviyesi					Total
		0	1	2	3	4	
Cinsiyet	Erkek	13	11	22	17	3	66
	Kadın	48	40	91	48	7	234
Total		61	51	113	65	10	300

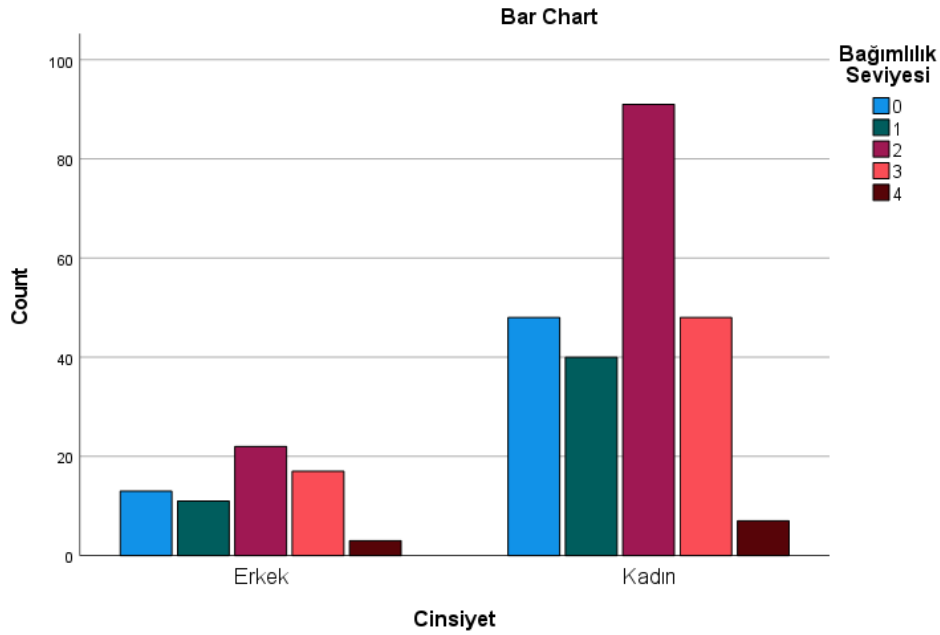
Tablo 4 Kullanıcıların Cinsiyetleri ve Bağımlılık Seviyelerinin Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,471 ^a	4	,832
Likelihood Ratio	1,430	4	,839
N of Valid Cases	300		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,20.

Katılımcıların bildirdikleri cinsiyetleri ile sosyal medya bağımlılık seviyesi arasındaki ilişkiler çapraz tablolar (Crosstab) kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlara göre ölçeğe toplam 300 kişi katıldı. Bu ölçeğe katılan 300 kişi içerisinde 234 kişi kadın, 66 kişi erkek olduğunu bildirmiştir. 234 kadın katılımcıdan 48 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 40 kişinin düşük seviyede, 91 kişinin orta seviyede, 48 kişinin yüksek seviyede, 7 kişinin çok yüksek seviyede sosyal bağımlılığı olduğu buna karşın 66 erkek katılımcıdan 13 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 11 kişinin düşük seviyede, 22 kişinin orta seviyede, 17 kişinin yüksek düzeyde, 3 kişinin çok yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı olduğu tespit edildi. Yapılan Chi-Square testine göre katılımcıların bildirdikleri cinsiyetleri ile sosyal medya bağımlılık seviyesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmedi ($\chi^2(4) = 1.471, p = 0.832$).

Şekil 2 Katılımcıların cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri



4.1.3. Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetleri Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmesi

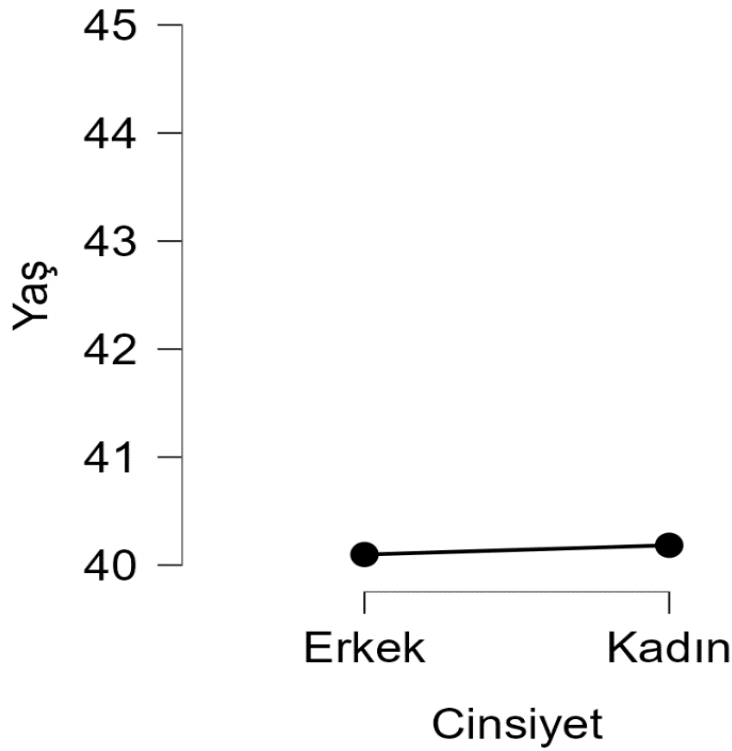
Tablo 5 Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetleri Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmesi

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2
Cinsiyet	0.354	1	0.354	0.002	0.962	7.881×10^{-6}
Residuals	44886.841	290	154.782			

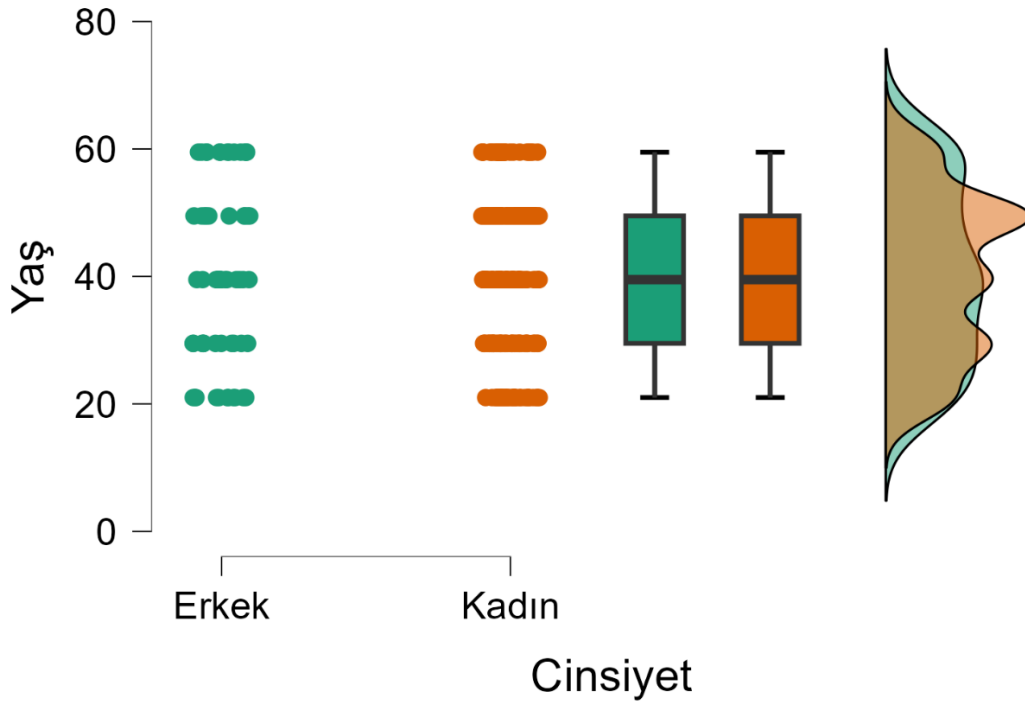
Note. Type III Sum of Squares

ANOVA testi sonuçlarına göre katılımcıların yaşları cinsiyetlere göre incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmedi ($F(1, 290) = 0.002$, $p = 0.962$, $\eta^2 = 7.881 \times 10^{-6}$).

Şekil 3 Katılımcıların Yaşlarının Cinsiyete Göre Dağılımı



Şekil 4 Katılımcıların Yaşlarının Cinsiyete Göre Dağılımı Raincloud Grafığı



4.1.4. Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 6 Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2
Bağımlılık Seviyesi	1846.764	4	461.691	3.079	0.017	0.041
Residuals	43040.430	287	149.967			

Note. Type III Sum of Squares

ANOVA testi sonuçlarına göre katılımcıların yaşları bağımlılık düzeylerine göre incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi ($F(4, 287) = 3.079, p = 0.017, \eta^2 = 0.041$). ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapıldı.

Tablo 7 Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu

Bağımlılık Seviyesi	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Bağımlılık yok	58	44.034	10.338	1.357	0.235
Düşük Bağımlı	50	40.540	12.024	1.700	0.297
Orta Bağımlı	112	40.085	12.727	1.203	0.318
Yüksek Bağımlı	63	37.563	12.871	1.622	0.343
Çok Yüksek Bağımlı	9	32.389	14.203	4.734	0.439

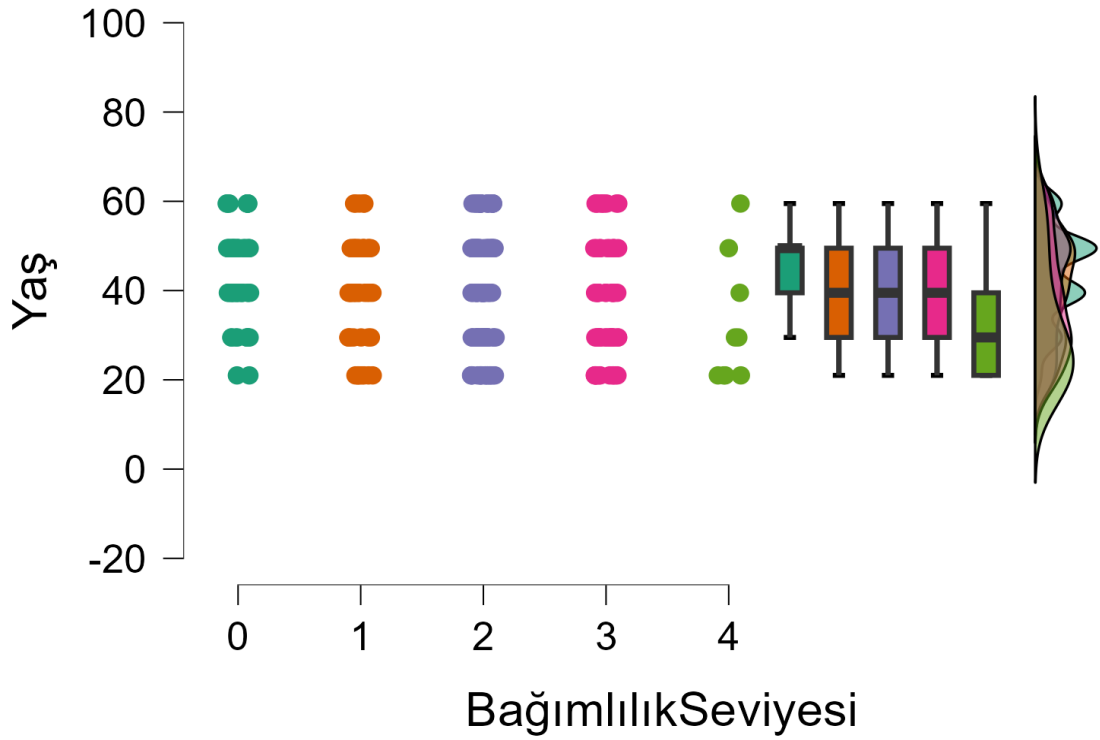
Tablo 8 Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi

		Mean Difference	SE	t	p _{Tukey}
Bağımlılık yok	Düşük Bağımlı	3.494	2.363	1.479	0.577
	Orta Bağımlı	3.950	1.981	1.994	0.272
	Yüksek Bağımlı	6.471	2.228	2.904	0.032
	Çok Yüksek Bağımlı	11.646	4.387	2.654	0.064
Düşük Bağımlı	Orta Bağımlı	0.455	2.083	0.219	0.999
	Yüksek Bağımlı	2.977	2.319	1.283	0.702
	Çok Yüksek Bağımlı	8.151	4.434	1.838	0.354
Orta Bağımlı	Yüksek Bağımlı	2.521	1.929	1.307	0.687
	Çok Yüksek Bağımlı	7.696	4.243	1.814	0.368
Yüksek Bağımlı	Çok Yüksek Bağımlı	5.175	4.364	1.186	0.760

Note. P-value adjusted for comparing a family of 5

Yapılan Tukey Post Hoc analizine göre sosyal medya bağımlılığı saptanmayan katılımcıların yaşları ile yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı olan katılımcıların yaşları arasındaki fark anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p= 0.032$). Ayrıca sosyal medya bağımlılığı saptanmayan katılımcıların yaşları ile çok yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı olan katılımcıların yaşları arasındaki fark sınırda anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p= 0.064$). Sosyal medya bağımlılığı saptanmayan katılımcıların yaş ortalaması 44.034, standart sapması 10.338, düşük düzeyde bağımlılığı olan katılımcıların yaş ortalaması 40.540, standart sapması 12.024, orta düzeyde bağımlılığı olan katılımcıların yaş ortalaması 40.085, standart sapması 12.727, yüksek düzeyde bağımlılığı olan katılımcıların yaş ortalaması 37.563, standart 12.871, çok yüksek düzeyde bağımlılığı olan katılımcıların yaşları ortalaması ise 32.389, standart sapması 14.203'tür.

Şekil 5 Kullanıcıların Yaşları ve Bağımlılık Seviyeleri Raincloud Grafiği



4.1.5. Sosyal Medya platformları ve Kullanıcıların Yaşları Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 9 Sosyal Medya platformları ve Kullanıcıların Yaşları Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2
Kullanılan Sosyal Medya	7754.153	3	2584.718	20.047	< .001	0.173
Residuals	37133.042	288	128.934			

Note. Type III Sum of Squares

ANOVA testi sonuçlarına göre katılımcıların tercih ettikleri sosyal medya platformları yine katılımcıların yaşlarına göre incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi ($F(3, 288) = 20.047$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.173$). ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapıldı.

Tablo 10 Sosyal Medya platformları ve Kullanıcıların Yaşları Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu

Kullanılan Sosyal Medya	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Facebook	30	53.833	8.172	1.492	0.152
Instagram	209	38.397	11.857	0.820	0.309
Tiktok	4	21.000	0.000	0.000	0.000
Twitter	49	40.908	11.140	1.591	0.272

Tablo 11 Sosyal Medya platformları ve Kullanıcıların Yaşları Arasındaki İlişkinin Post Hoc analiz Tablosu

		Mean Difference	SE	t	Cohen's d	p _{Tukey}
Facebook	Twitter	12.925	2.632	4.910	1.138	< .001
	Instagram	15.436	2.217	6.963	1.359	< .001
	Tiktok	32.833	6.044	5.432	2.892	< .001
Twitter	Instagram	2.511	1.802	1.393	0.221	0.505
	Tiktok	19.908	5.905	3.372	1.753	0.005
Instagram	Tiktok	17.397	5.732	3.035	1.532	0.014

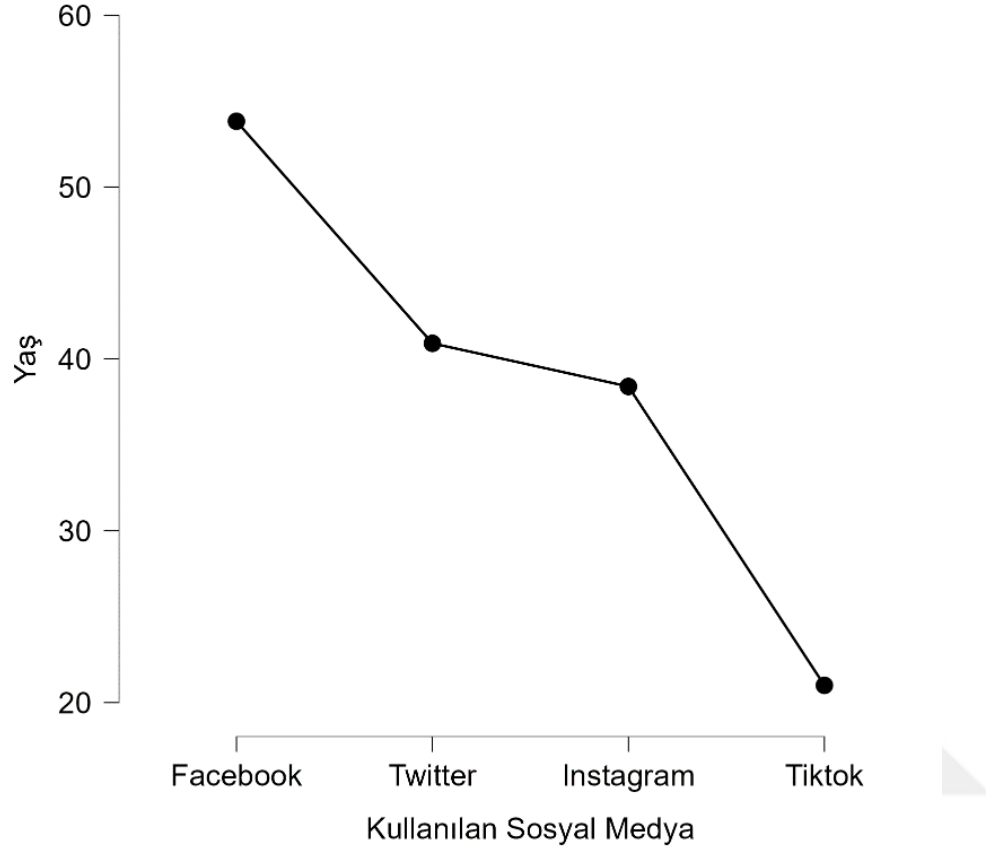
Note. P-value adjusted for comparing a family of 4

Yapılan Tukey Post Hoc analizine göre Facebook kullanıcıları ile Twitter ($p < 0.001$), Instagram ($p < 0.001$) ve Tiktok ($p < 0.001$) kullanıcılarının yaşları incelendiğinde aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Twitter kullanıcılarının yaşları ile Instagram, Tiktok kullanıcılarının yaşları incelendiğinde Twitter kullanıcılarının ve Instagram kullanıcılarının ($p = 0.505$) yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmedi fakat Twitter kullanıcılarının ve Tiktok kullanıcılarının yaşları incelendiğinde aralarında anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($p = 0.005$). Instagram kullanıcılarının ve Tiktok kullanıcılarının yaşları incelendiğinde aralarındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p = 0.014$).

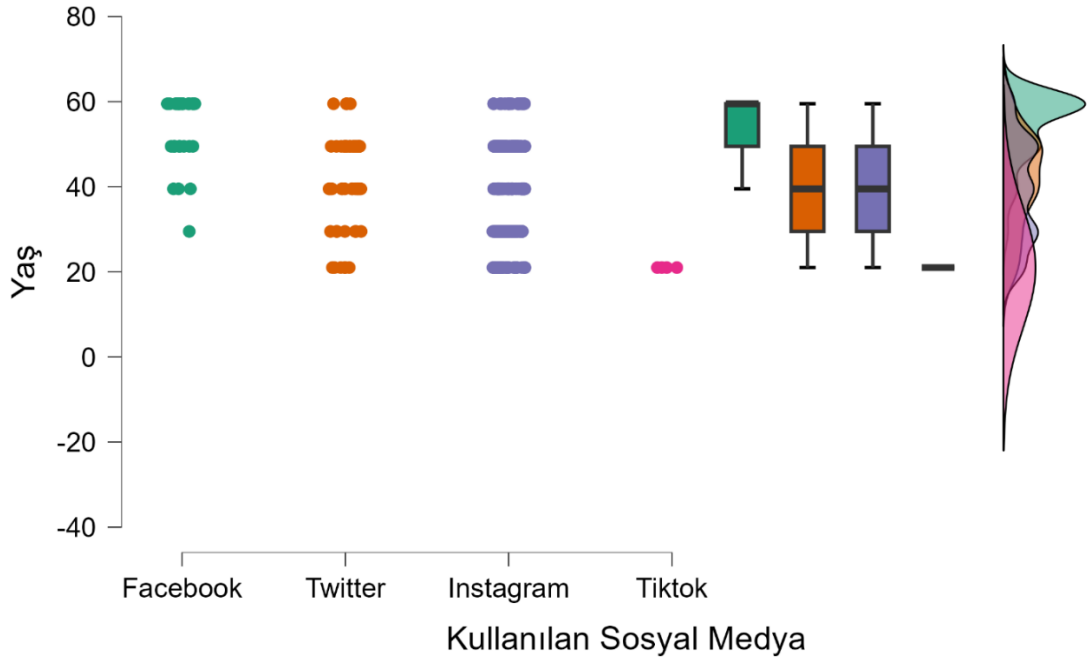
Facebook kullanıcılarının yaşları ortalaması 53.833, standart sapması 8.172 iken Instagram kullanıcılarının yaşları ortalaması 38.397, standart sapması 11.857, Tiktok kullanıcılarının yaşları ortalaması 21.000, standart sapması 0 ve Twitter kullanıcılarını yaş ortalaması ise 40.908, standart sapması 11.140'tır. Post Hoc testine göre Facebook platformunu seçen katılımcılar yaş olarak diğer platformları seçen katılımcılardan anlamlı derecede daha ileri yaşlardadır. Twitter ve Instagram'ı seçen katılımcılar arasında yaş

olarak anlamlı bir farklılık yokken Twitter ve Instagram'ı seçen katılımcıların yaş ortalaması Tiktok platformunu seçen katılımcılardan anlamlı derecede daha yüksektir.

Şekil 6 Katılımcıların Yaşlarına Göre En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları Dağılımı



Şekil 7 Katılımcıların Yaşlarına Göre En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları Raincloud Grafiği



4.1.6. Katılımcıların Yaşları ve Diğer Boyutlar Arasındaki ilişkinin korelasyon analizi

Tablo 12 Katılımcıların Yaşları ve Diğer Boyutlar arasındaki ilişkinin Pearson Korelasyonu

		Pearson's r	p	Effect size (Fisher's z)	SE Effect size
Yaş	- YİYEKaçınmaOrt	0.296 ***	< .001	0.305	0.059
Yaş	- YİYEKaygıOrt	-0.180 **	0.002	-0.182	0.059
Yaş	- BağımlılıkSeviyesi	-0.193 ***	< .001	-0.195	0.059
Yaş	- SMBÖToplam	-0.237 ***	< .001	-0.242	0.059
Yaş	- SMBÖSanalTolerans	-0.263 ***	< .001	-0.269	0.059
Yaş	- SMBÖSanalİletişim	-0.158 **	0.007	-0.160	0.059
YİYEKaçınmaOrt	- YİYEKaygıOrt	-0.157 **	0.006	-0.158	0.058
YİYEKaçınmaOrt	- BağımlılıkSeviyesi	-0.125 *	0.031	-0.125	0.058
YİYEKaçınmaOrt	- SMBÖToplam	-0.103	0.075	-0.103	0.058
YİYEKaçınmaOrt	- SMBÖSanalTolerans	-0.133 *	0.021	-0.133	0.058

		Pearson's r	p	Effect size (Fisher's z)	SE Effect size
YİYEKaçınmaOrt	- SMBÖSanalİletişim	-0.048	0.405	-0.048	0.058
YİYEKaygıOrt	- BağımlılıkSeviyesi	0.283 ***	< .001	0.291	0.058
YİYEKaygıOrt	- SMBÖToplam	0.276 ***	< .001	0.283	0.058
YİYEKaygıOrt	- SMBÖSanalTolerans	0.291 ***	< .001	0.300	0.058
YİYEKaygıOrt	- SMBÖSanalİletişim	0.203 ***	< .001	0.206	0.058
BağımlılıkSeviyesi	- SMBÖToplam	0.938 ***	< .001	1.720	0.058
BağımlılıkSeviyesi	- SMBÖSanalTolerans	0.862 ***	< .001	1.299	0.058
BağımlılıkSeviyesi	- SMBÖSanalİletişim	0.837 ***	< .001	1.211	0.058
SMBÖToplam	- SMBÖSanalTolerans	0.918 ***	< .001	1.578	0.058
SMBÖToplam	- SMBÖSanalİletişim	0.893 ***	< .001	1.436	0.058
SMBÖSanalTolerans	- SMBÖSanalİletişim	0.641 ***	< .001	0.761	0.058

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Yapılan korelasyon analizine göre katılımcıların yaşları ile kaçınma düzeyleri ($r = 0.296$, $p < 0.001$) arasında pozitif korelasyon saptanırken, kaygı düzeyleri ($r = -0.180$, $p < 0.002$), sosyal medya bağımlılık düzeyleri ($r = -0.193$, $p < 0.001$), sosyal medya bağımlılığı toplam puanları ($r = -0.237$, $p < 0.001$), sanal tolerans düzeyleri ($r = -0.263$, $p < 0.001$) ve sanal iletişim düzeyleri ($r = -0.158$, $p < 0.001$) arasında negatif korelasyon saptanmıştır. Bulgulara göre katılımcıların yaşları arttıkça kaçınma düzeyi artarken kaygı düzeyi, bağımlılık düzeyi, sanal tolerans ve sanal iletişim düzeyi azalmıştır.

Katılımcıların kaçınma düzeyleri ile kaygı düzeyleri ($r = -0.157$, $p = 0.006$), bağımlılık düzeyleri ($r = -0.125$, $p = 0.031$) ve sanal tolerans düzeyleri ($r = -0.133$, $p = 0.021$) arasında negatif korelasyon saptanmıştır. Bulgulara göre katılımcıların kaçınma düzeyleri artarken kaygı düzeyleri, bağımlılık düzeyleri ve sanal tolerans düzeyleri azalmaktadır.

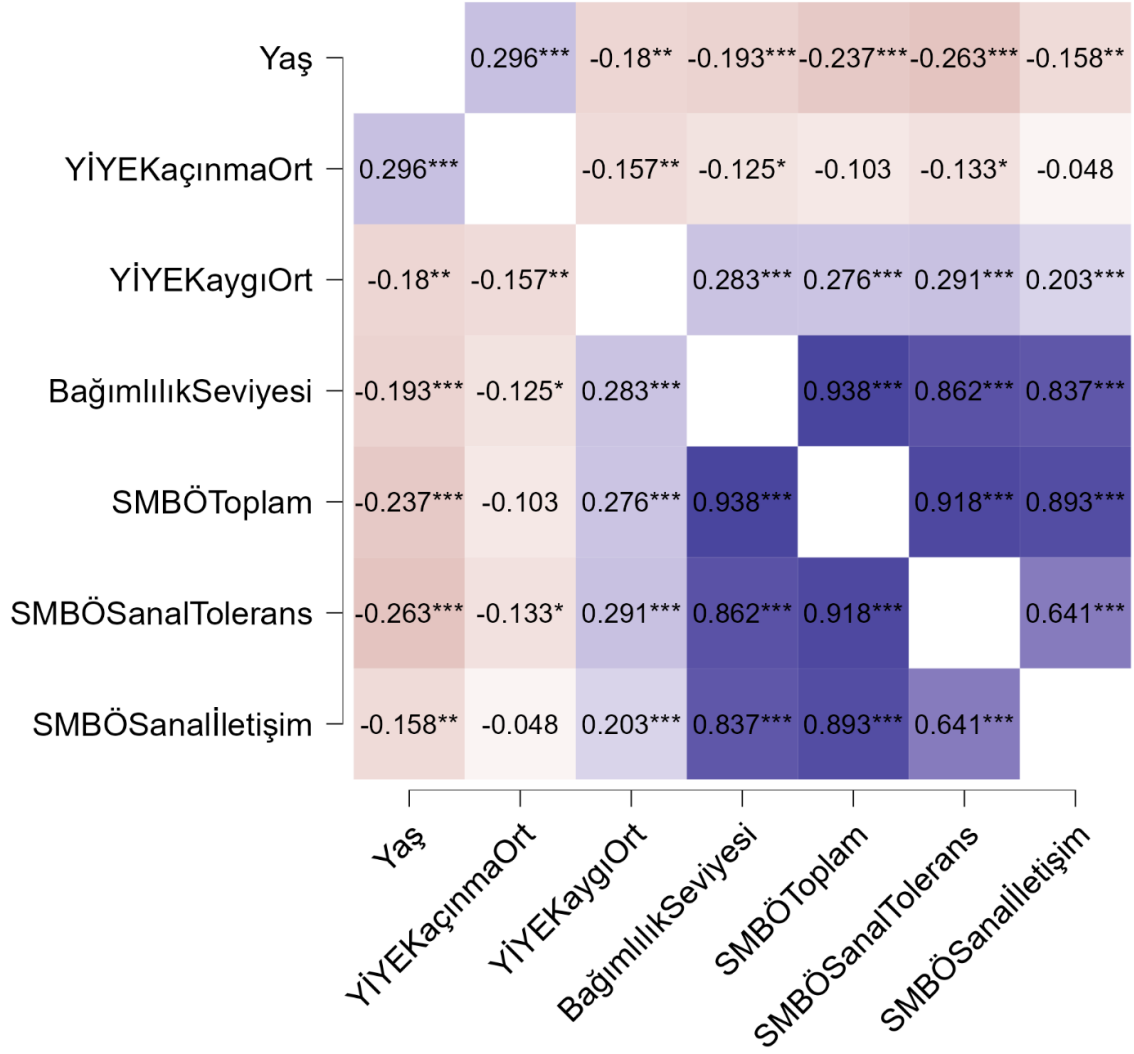
Katılımcıların kaygı düzeyleri ile bağımlılık düzeyleri ($r = 0.283$, $p < 0.001$), sosyal medya bağımlılığı toplam puanları ($r = 0.276$, $p < 0.001$), sanal tolerans düzeyleri ($r = 0.291$, p

<0.001) ve sanal iletişim düzeyleri ($r= 0.203$, $p <0.001$) arasında pozitif korelasyon saptanmıştır. Katılımcıların kaygı düzeyleri arttıkça bağımlılık düzeyleri, sosyal medya toplam puanları, sanal tolerans düzeyleri ve sanal iletişim düzeyleri de artmıştır.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı toplam puanları ($r= 0.938$, $p <0.001$), sanal tolerans düzeyleri ($r= 0.862$, $p <0.001$) ve sanal iletişim düzeyleri ($r= 0.837$, $p <0.001$) arasında pozitif korelasyon saptanmıştır. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılığı toplam puanları, sanal tolerans düzeyleri ve sanal iletişim düzeyleri de artmıştır.

Katılımcıların sosyal medya toplam puanları ile sanal tolerans düzeyleri ($r= 0.918$, $p <0.001$) ve sanal iletişim düzeyleri ($r= 0.893$, $p <0.001$) arasında pozitif korelasyon saptanmıştır. Sosyal medya toplam puanları arttıkça sanal tolerans düzeyleri ve sanal iletişim düzeyleri de artar. Ayrıca katılımcıların sanal tolerans düzeyleri ile sanal iletişim düzeyleri ($r= 0.641$, $p <0.001$) arasında da pozitif korelasyon saptanmıştır. Katılımcıların sanal tolerans düzeyi arttıkça sanal iletişim düzeyleri de artar.

Şekil 8 Katılımcıların Yaşları ve Diğer Boyutlar arasındaki ilişkinin Pearson Korelasyonu Isı Tablosu



4.2. Sosyal Medya Platformuyla ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkiyle İlgili Bulgular

4.2.1. Facebook Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi

Tablo 13 Facebook Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu

		Bağımlılık Seviyesi					Total
		0	1	2	3	4	
Facebook	Yok	37	34	64	28	7	170
	Var	24	17	49	37	3	130
Total		61	51	113	65	10	300

Tablo 14 Facebook Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesi Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu

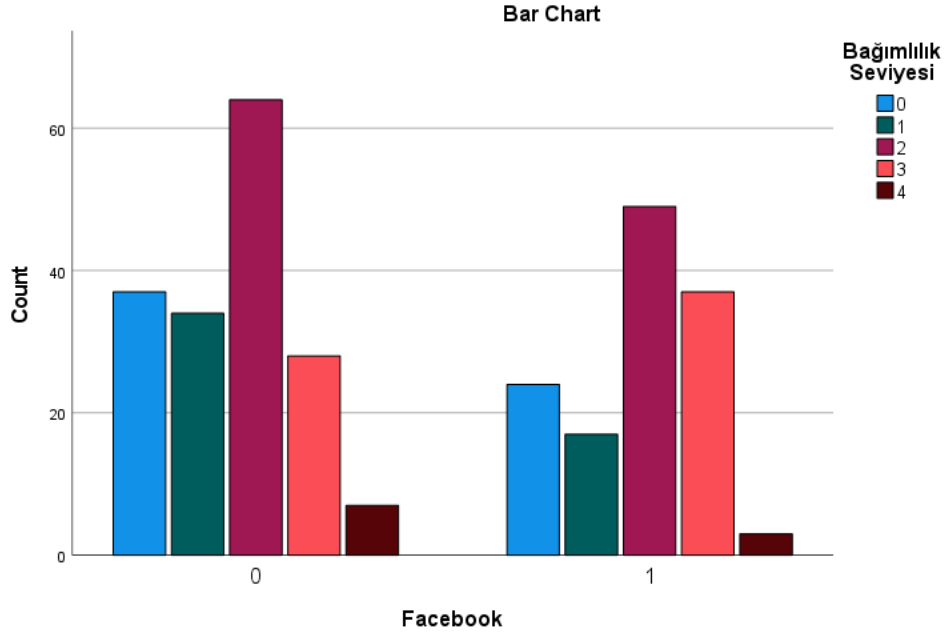
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,085 ^a	4	,089
Likelihood Ratio	8,112	4	,088
Linear-by-Linear Association	2,823	1	,093
N of Valid Cases	300		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,33.

Sosyal medya platformlarının kullanım durumu ile sosyal medya bağımlılık seviyesi arasındaki ilişkiler çapraz tablolar (Crosstab) kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlara göre ölçeğe toplam 300 kişi katıldı. Bu ölçeğe katılan 300 kişi içerisinde 130 kişinin Facebook kullanmakta kullanıcısı olduğu belirlenmiştir. Facebook kullanan 130 kişiden 24 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 17 kişinin düşük seviyede, 49 kişinin orta seviyede, 37 kişinin yüksek seviyede, 3 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu buna karşın Facebook kullanmayan 170 kişiden 37 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 34 kişinin düşük seviyede, 64 kişinin orta seviyede, 28 kişinin yüksek seviyede, 7 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu

tespit edildi. Yapılan Chi-Square testine göre Facebook kullanıp kullanmayan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmedi ($\chi^2(4) = 8.085$, $p = 0.089$).

Şekil 9 Facebook Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı



4.2.2. Instagram Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi

Tablo 15 Instagram Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu

		Bağımlılık Seviyesi					Total
		0	1	2	3	4	
Instagram	Yok	17	6	15	7	1	46
	Var	44	45	98	58	9	254
Total		61	51	113	65	10	300

Tablo 16 Instagram Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesi Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu

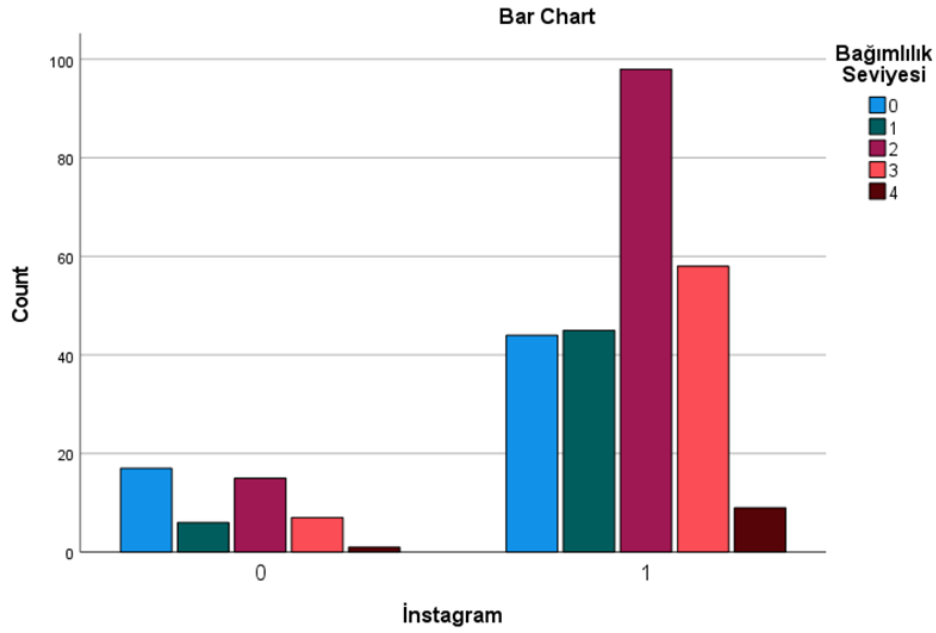
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,515 ^a	4	,049
Likelihood Ratio	8,522	4	,074
Linear-by-Linear Association	6,288	1	,012
N of Valid Cases	300		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,53.

Ölçeğe katılan 300 kişi içerisinde 254 kişinin Instagram kullanıcısı olduğu belirlenmiştir. Instagram kullanan 254 kişiden 44 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 45 kişinin düşük seviyede, 98 kişinin orta seviyede, 58 kişinin yüksek seviyede, 9 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu buna karşın Instagram kullanmayan 46 kişiden 17 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 6 kişinin düşük seviyede, 15 kişinin orta seviyede, 7 kişinin yüksek seviyede, 1 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu tespit edildi.

Yapılan Chi-Square testine göre Instagram kullanıp kullanmayan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi. ($\chi^2(4) = 9.515, p = 0.049$)

Şekil 10 Instagram Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı



4.2.3. Tiktok Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi

Tablo 17 Tiktok Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu

		Bağımlılık Seviyesi					Total
		0	1	2	3	4	
Tiktok	0	58	45	102	52	5	262
	1	3	6	11	13	5	38
Total		61	51	113	65	10	300

Tablo 18 Tiktok Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesi Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,986 ^a	4	,001
Likelihood Ratio	16,075	4	,003

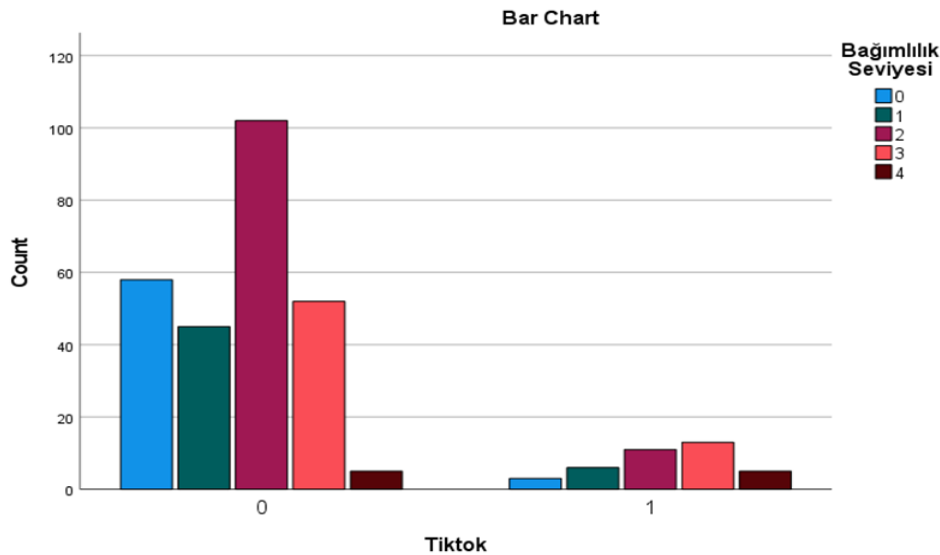
Linear-by-Linear Association	11,810	1	,001	
N of Valid Cases	300			

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,27.

Ölçeğe katılan 300 kişi içerisinde 38 kişinin Tiktok kullanıcısı olduğu belirlenmiştir. Tiktok kullanan 38 kişiden 3 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 6 kişinin düşük seviyede, 11 kişinin orta seviyede, 13 kişinin yüksek seviyede, 5 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu buna karşın Tiktok kullanmayan 262 kişiden 58 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 45 kişinin düşük seviyede, 102 kişinin orta seviyede, 52 kişinin yüksek seviyede, 5 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu tespit edildi.

Yapılan Chi-Square testine göre Tiktok kullanıp kullanmayan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı belirgin bir fark tespit edildi ($\chi^2(4) = 19.986$, $p = 0.001$).

Şekil 11 Tiktok Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı



4.2.4. Discord Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi

Tablo 19 Discord Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu

		Bağımlılık Seviyesi					Total
		0	1	2	3	4	
Discord	0	58	49	108	65	9	289
	1	3	2	5	0	1	11
Total		61	51	113	65	10	300

Tablo 20 Discord Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu

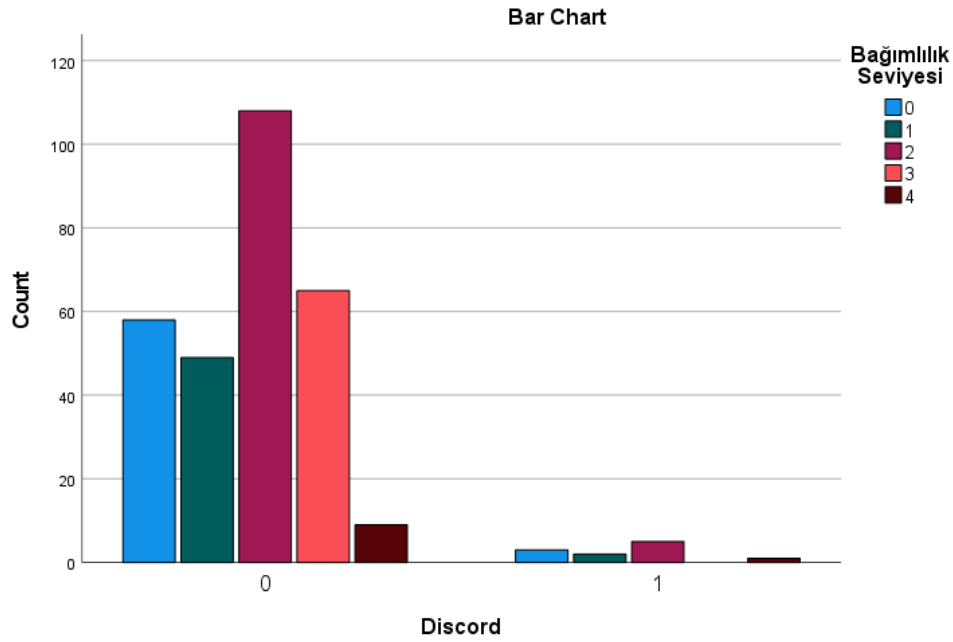
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,073 ^a	4	,396
Likelihood Ratio	6,066	4	,194
Linear-by-Linear Association	,580	1	,446
N of Valid Cases	300		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,37.

Ölçeğe katılan 300 kişi içerisinde 11 kişinin Discord kullanmakta olduğu belirlenmiştir. Discord kullanan 11 kişiden 3 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 2 kişinin düşük seviyede, 5 kişinin orta seviyede, hiç kimsenin yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olmadığı ve 1 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu buna karşın Discord kullanmayan 289 kişiden 58 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 49 kişinin düşük seviyede, 108 kişinin orta seviyede, 65 kişinin yüksek seviyede, 9 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu tespit edildi.

Yapılan Chi-Square testine göre Discord kullanıp kullanmayan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmedi ($\chi^2(4) = 4.073$, $p = 0.396$).

Şekil 12 Discord Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı



4.2.5. Twitter Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablo Analizi

Tablo 21 Twitter Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Çapraz (Crosstab) Tablosu

		Bağımlılık Seviyesi					Total
		0	1	2	3	4	
Twitter	0	36	31	65	29	5	166
	1	25	20	48	36	5	134
Total		61	51	113	65	10	300

Tablo 22 Twitter Platformu Kullanıcıları ve Bağımlılık Seviyesinin Kay-Kare (Chi-Square) Tablosu

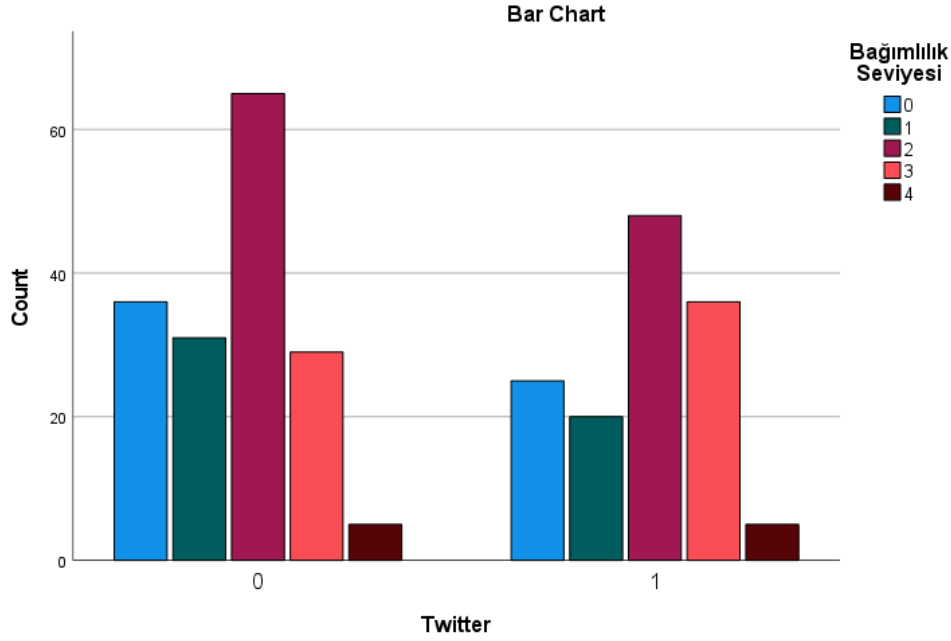
Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,303 ^a	4	,367
Likelihood Ratio	4,289	4	,368
Linear-by-Linear Association	2,525	1	,112
N of Valid Cases	300		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,47.

Ölçeğe katılan 300 kişi içerisinde 134 kişinin Twitter kullanmakta olduğu belirlenmiştir. Twitter kullanan 134 kişiden 25 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 20 kişinin düşük seviyede, 48 kişinin orta seviyede, 36 yüksek seviyede ve 5 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu buna karşın Twitter kullanmayan 166 kişiden 36 kişinin sosyal medya bağımlılığı olmadığı, 31 kişinin düşük seviyede, 65 kişinin orta seviyede, 29 kişinin yüksek seviyede, 5 kişinin çok yüksek seviyede sosyal medya bağımlılığı olduğu tespit edildi.

Yapılan Chi-Square testine göre Twitter kullanıp kullanmayan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmedi ($\chi^2(4) = 4.303$, $p = 0.367$).

Şekil 13 Twitter Kullanıcılarının Bağımlılık Seviyesine Göre Dağılımı



4.3. Sosyal Medya Platformları ve Ölçek Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyle İlgili Bulgular

4.3.1. Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 23 Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2
En çok kullanılan sosyal medya	17.765	3	5.922	3.220	0.023	0.032
Residuals	544.390	296	1.839			

Note. Type III Sum of Squares

Yapılan tek yönlü varyans analiz (ANOVA) sonucunda anket katılımcılarının tercih ettiği sosyal medya platformları arasında kaygı düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi. ($F(3, 296) = 3.220, p = 0.023, \eta^2 = 0.032$). ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapıldı.

Tablo 24 Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu

En çok kullanılan sosyal medya	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Facebook	33	2.081	0.905	0.158	0.435
Instagram	212	2.454	1.432	0.098	0.583
Tiktok	5	3.800	2.168	0.970	0.571
Twitter	50	2.113	1.168	0.165	0.552

Tablo 25 Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi

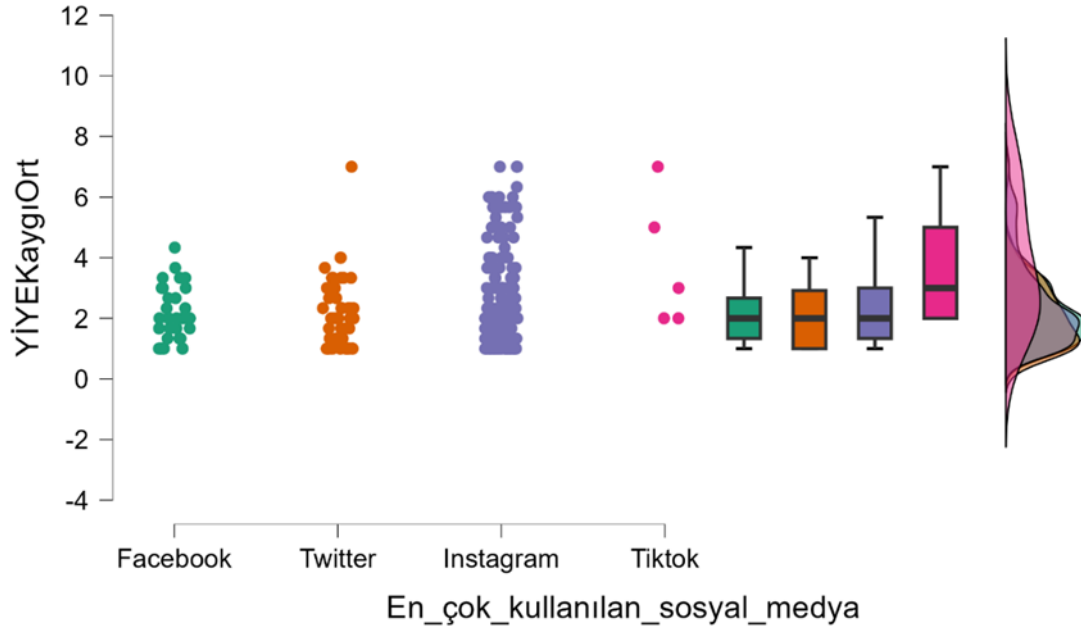
		Mean Difference	SE	t	Cohen's d	p _{Tukey}
Facebook	Twitter	-0.033	0.304	-0.107	-0.024	1.000
	Instagram	-0.374	0.254	-1.472	-0.275	0.456
	Tiktok	-1.719	0.651	-2.642	-1.268	0.043 *
Twitter	Instagram	-0.341	0.213	-1.600	-0.251	0.380
	Tiktok	-1.687	0.636	-2.652	-1.244	0.042 *
Instagram	Tiktok	-1.346	0.614	-2.193	-0.992	0.128

* p < .05

Note. P-value adjusted for comparing a family of 4

Yapılan Tukey Post Hoc analizinin tablosuna göre Tiktok kullanıcıları ile Facebook kullanıcılarının kaygı düzeyleri ($p = 0.043$) ve Twitter kullanıcılarının kaygı düzeyleri ($p=0.042$) karşılaştırıldığında aralarında anlamlı bir fark tespit edildi. Tiktok kullanıcılarının kaygı düzeyleri ortalaması 3.800, standart sapması 2.168 iken Facebook kullanıcılarının kaygı düzeyi ortalaması 2.081, standart sapması 0.905, Twitter kullanıcılarının kaygı düzeyi ortalaması ise 2.113, standart sapması 1.168'dir. Tiktok kullanıcılarının kaygı düzeyleri Facebook ve Twitter kullanıcılarının kaygı düzeylerinden anlamlı derecede daha yüksektir. Instagram kullanıcılarının kaygı düzeyleri ile diğer sosyal platformlarının ki ile karşılaştırıldığında anlamlı bir fark tespit edilmedi. ($p > 0.05$).

Şekil 14 Sosyal Medya Platformları ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği



4.3.2. Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 26 Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2
En Çok Kullanılan Sosyal Medya	24.319	3	8.106	4.323	0.005	0.042
Residuals	555.105	296	1.875			

Note. Type III Sum of Squares

Katılımcıların tercih ettiği sosyal medya platformları arasında kaçınma düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi. ($F(3, 296) = 4.323, p = 0.005, \eta^2 = 0.042$). ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapılmıştır.

Tablo 27 Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu

En çok kullanılan sosyal medya	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Facebook	33	4.859	0.955	0.166	0.197
Instagram	212	3.971	1.426	0.098	0.359
Tiktok	5	4.433	0.863	0.386	0.195
Twitter	50	4.270	1.383	0.196	0.324

Tablo 28 Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi

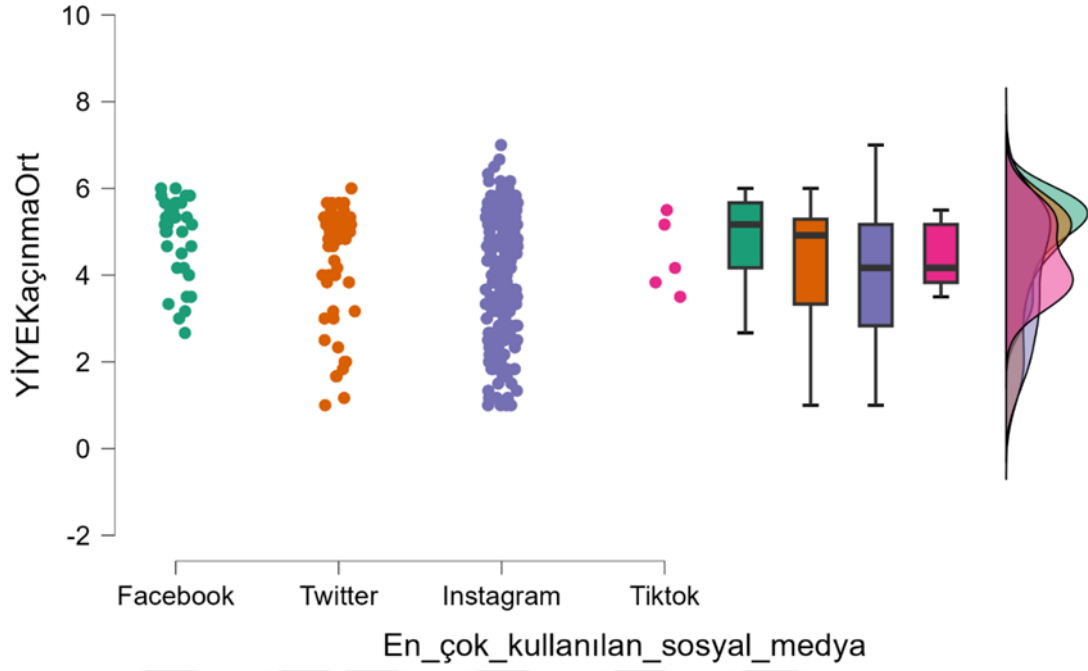
		Mean Difference	SE	T	Cohen's d	p _{Tukey}
Facebook	Twitter	0.589	0.307	1.916	0.430	0.223
	Instagram	0.888	0.256	3.464	0.648	0.003 **
	Tiktok	0.425	0.657	0.647	0.311	0.917
Twitter	Instagram	0.299	0.215	1.389	0.218	0.507
	Tiktok	-0.163	0.642	-0.254	-0.119	0.994
Instagram	Tiktok	-0.462	0.620	-0.746	-0.338	0.878

** p < .01

Note. P-value adjusted for comparing a family of 4

Yapılan Tukey Post Hoc analizinin tablosuna göre Instagram kullanıcıları ile Facebook kullanıcılarının kaçınma düzeyleri ($p = 0.003$) karşılaştırıldığında aralarında anlamlı bir fark tespit edildi. Facebook kullanıcılarının kaçınma düzeylerinin ortalaması 4.859, standard sapması 0.955 iken Instagram kullanıcılarının kaçınma düzeyi ortalaması 3.971, standard sapması ise 1.426'dır. Araştırma sonuçlarına göre Facebook kullanıcılarının kaçınma düzeyleri Instagram kullanıcılarının kaçınma düzeylerinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Şekil 15 Sosyal Medya Platformları ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği



4.3.3. Sosyal Medya Platformları ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

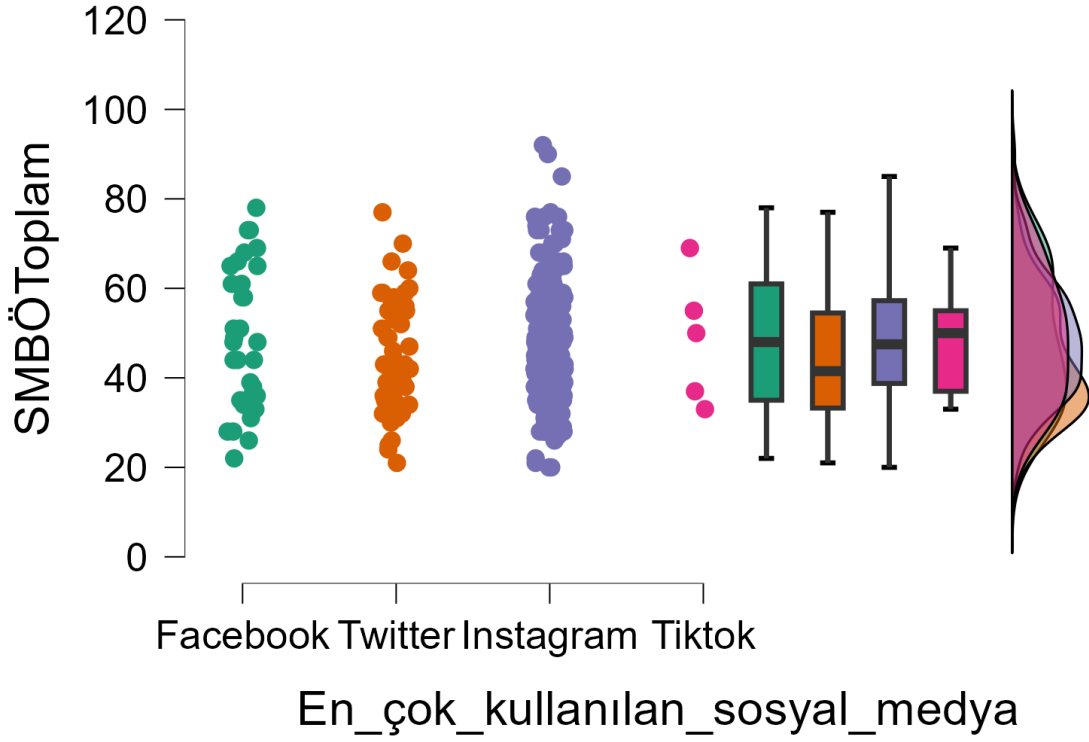
Tablo 29 Sosyal Medya Platformları ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2
En çok kullanılan sosyal medya	956.234	3	318.745	1.753	0.156	0.017
Residuals	53811.936	296	181.797			

Note. Type III Sum of Squares

Yapılan ANOVA analizi tablosuna göre sosyal medya bağımlılığı toplam puanları açısından sosyal medya platformları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmedi. ($F(3, 296) = 1.753$, $p = 0.156$, $\eta^2 = 0.017$).

Şekil 16 Sosyal Medya Platformları ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Raincloud Grafiği



4.3.4. Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 30 Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2
En çok kullanılan sosyal medya	803.097	3	267.699	4.385	0.005	0.043
Residuals	18069.740	296	61.046			

Note. Type III Sum of Squares

Katılımcıların tercih ettiği sosyal medya platformları arasında sanal tolerans düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi. ($F(3, 296) = 4.385$, $p = 0.005$, $\eta^2 = 0.043$). ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapılmıştır.

Tablo 31 Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu

En çok kullanılan sosyal medya	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Facebook	33	27.606	8.043	1.400	0.291
Instagram	212	29.509	7.822	0.537	0.265
Tiktok	5	32.000	8.062	3.606	0.252
Twitter	50	25.320	7.598	1.075	0.300

Tablo 32 Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi

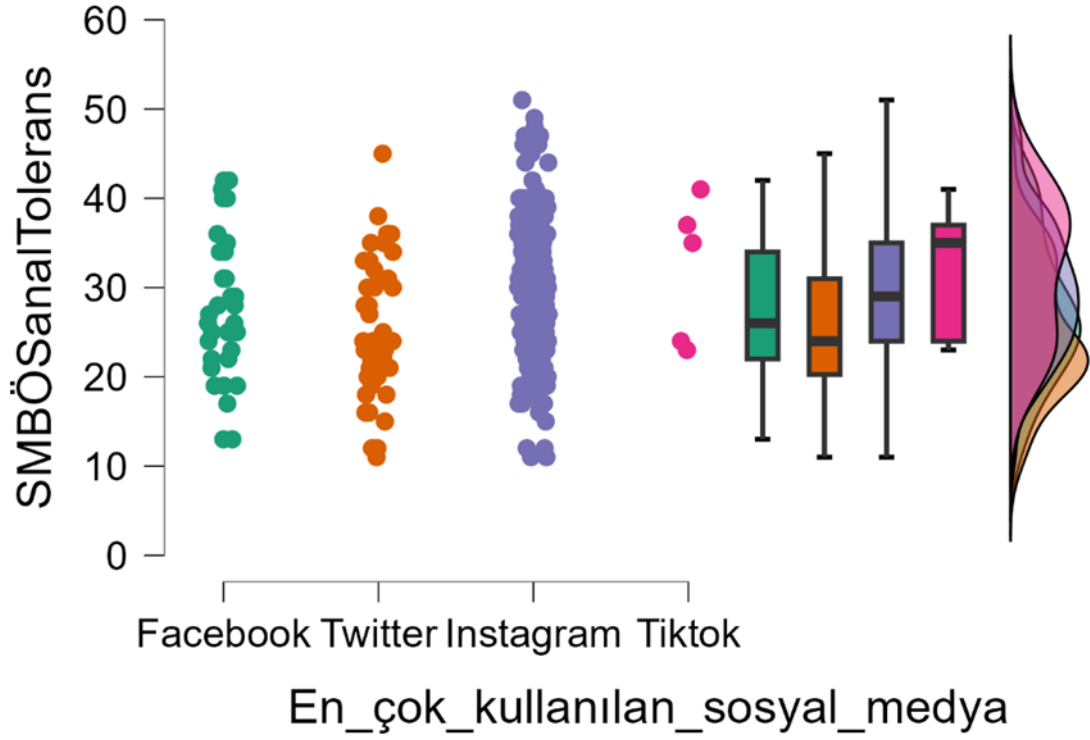
		Mean Difference	SE	t	Cohen's d	p _{Tukey}
Facebook	Twitter	2.286	1.752	1.305	0.293	0.561
	Instagram	-1.903	1.462	-1.302	-0.244	0.563
	Tiktok	-4.394	3.750	-1.172	-0.562	0.645
Twitter	Instagram	-4.189	1.228	-3.411	-0.536	0.004 **
	Tiktok	-6.680	3.665	-1.823	-0.855	0.265
Instagram	Tiktok	-2.491	3.535	-0.705	-0.319	0.895

** p < .01

Note. P-value adjusted for comparing a family of 4

Yapılan Tukey Post Hoc analizinin tablosuna göre Instagram kullanıcıları ile Twitter kullanıcılarının sanal tolerans düzeyleri ($p = 0.004$) karşılaştırıldığında aralarında anlamlı bir fark tespit edildi. Instagram kullanıcıların sanal tolerans düzeyi ortalama olarak 29.509, standart sapması 7.822 iken Twitter kullanıcılarının sanal tolerans düzeyi ortalaması 25.320, standart sapması ise 7.598'dir. Instagram kullanıcılarının sanal tolerans düzeyleri Twitter kullanıcılarının sanal tolerans düzeylerinden anlamlı derecede daha yüksektir.

Şekil 17 Sosyal Medya Platformları ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği



4.3.5. Sosyal Medya Platformları ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

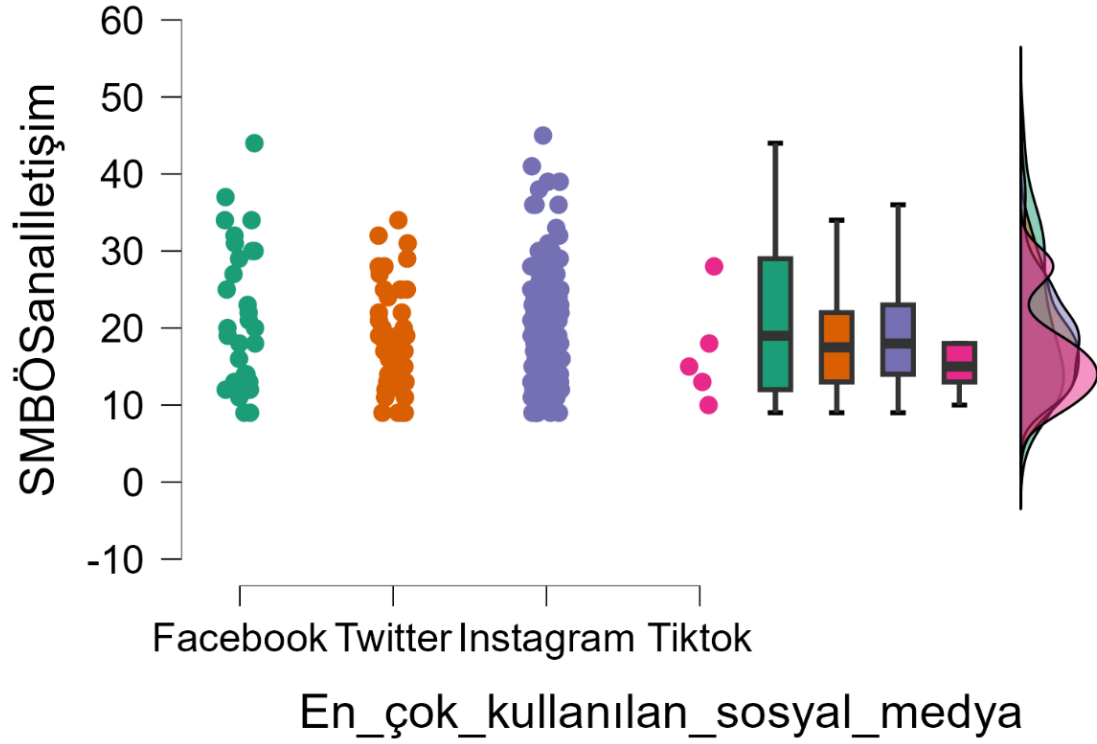
Tablo 33 Sosyal Medya Platformları ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	p	η^2
En çok kullanılan sosyal medya	144.725	3	48.242	0.988	0.399	0.010
Residuals	14454.622	296	48.833			

Note. Type III Sum of Squares

Yapılan ANOVA analizi tablosuna göre katılımcıların sanal iletişim düzeyi açısından sosyal medya platformları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmedi ($F(3, 296) = 0.988$, $p = 0.399$, $\eta^2 = 0.010$).

Şekil 18 Sosyal Medya Platformları ve Sanal İletişim Raincloud Grafiği



4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı Seviyeleri ve Ölçek Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyle İlgili Bulgular

4.4.1. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 34 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2	ω^2
Bağımlılık Seviyesi	23.323	4	5.831	3.093	0.016	0.040	0.027
Residuals	556.100	295	1.885				

Note. Type III Sum of Squares

Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucuna göre katılımcıların bağımlılık seviyelerine göre kaçınma düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi. ($F(4, 295) = 3.093$, $p = 0.016$, $\eta^2 = 0.040$, $\omega^2 = 0.027$) ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapıldı.

Tablo 35 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin tanımlayıcı tablosu

Bağımlılık Seviyesi	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Bağımlılık yok	61	4.281	1.512	0.194	0.353
Düşük Bağımlı	51	4.641	1.384	0.194	0.298
Orta Bağımlı	113	3.940	1.305	0.123	0.331
Yüksek Bağımlı	65	3.874	1.347	0.167	0.348
Çok Yüksek Bağımlı	10	4.300	1.347	0.426	0.313

Tablo 36 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Post Hoc analizi

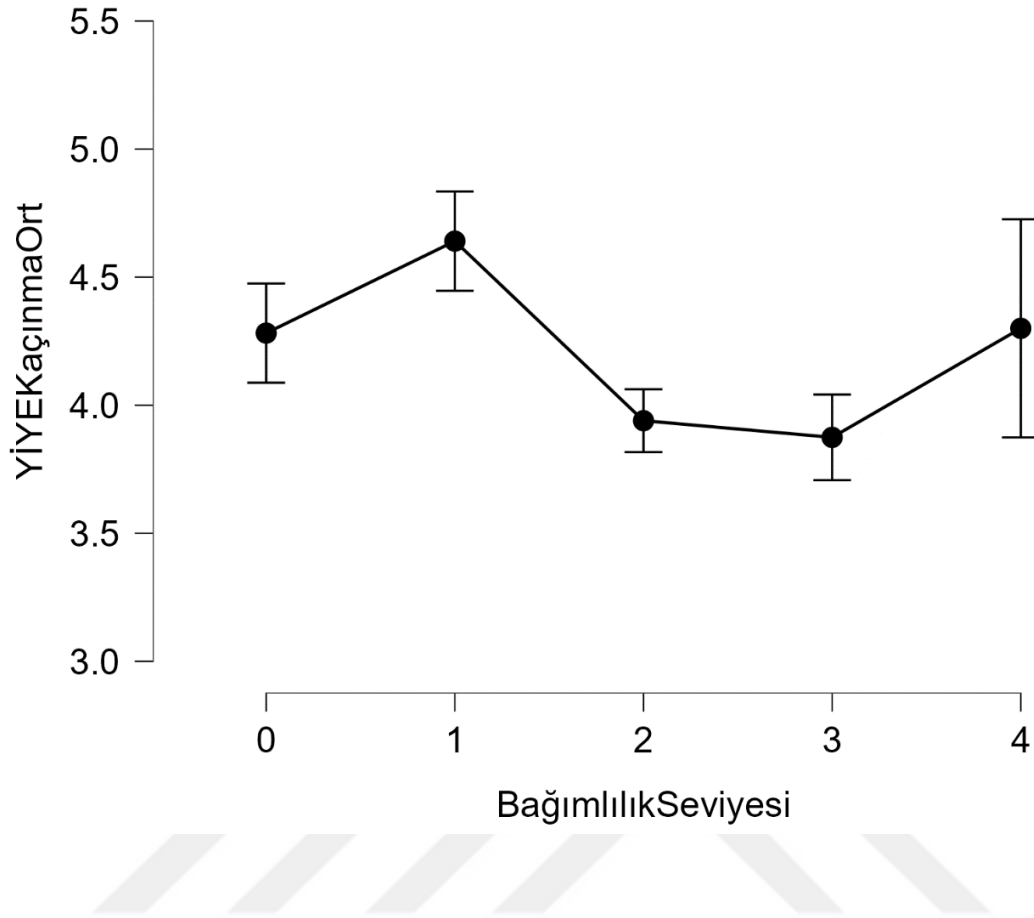
		Mean Difference	SE	t	P _{Tukey}
Bağımlılık yok	Düşük Bağımlı	-0.359	0.261	-1.378	0.642
	Orta Bağımlı	0.342	0.218	1.567	0.520
	Yüksek Bağımlı	0.407	0.245	1.663	0.458
	Çok Yüksek Bağımlı	-0.019	0.468	-0.040	1.000
Düşük Bağımlı	Orta Bağımlı	0.701	0.232	3.027	0.022 *
	Yüksek Bağımlı	0.766	0.257	2.983	0.026 *
	Çok Yüksek Bağımlı	0.341	0.475	0.717	0.952
Orta Bağımlı	Yüksek Bağımlı	0.065	0.214	0.305	0.998
	Çok Yüksek Bağımlı	-0.360	0.453	-0.796	0.932
Yüksek Bağımlı	Çok Yüksek Bağımlı	-0.426	0.466	-0.913	0.892

* p < .05

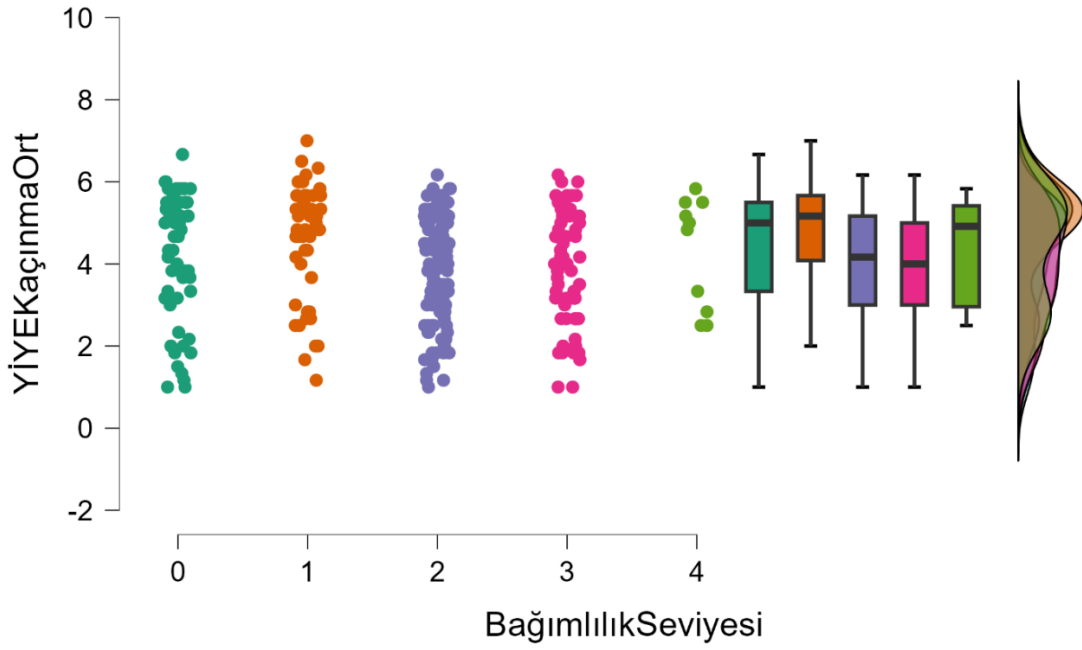
Note. P-value adjusted for comparing a family of 5

Yapılan Tukey Post Hoc analizine göre katılımcıların kaçınma değerleri incelendiğinde düşük seviyede bağımlı ve orta seviyede bağımlı katılımcıların aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi(p=0.022). Yine düşük seviyede bağımlı katılımcıların ve yüksek seviyede bağımlı katılımcıların kaçınma değerleri arasında anlamlı bir fark tespit edildi (p=0.026). Düşük seviyede bağımlıların kaçınma düzeylerinin ortalaması 4.641 standart sapması 1.384 iken, orta seviyede bağımlıların kaçınma düzeylerinin ortalaması 3.940, standart sapması 1.305, yüksek seviyede bağımlıların kaçınma seviyeleri ortalaması ise 3.874 standart sapması 1.347’dir. Düşük seviyede bağımlı katılımcıların kaçınma düzeyi orta seviyede ve yüksek seviyede bağımlı katılımcıların kaçınma düzeylerinden daha yüksektir.

Şekil 19 Katılımcıların Kaçınma Seviyelerinin Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı



Şekil 20 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaçınma Düzeyi Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği



4.4.2. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 37 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2	ω^2
Bağımlılık Seviyesi	49.248	4	12.312	7.081	< 0.001	0.088	0.075
Residuals	512.907	295	1.739				

Note. Type III Sum of Squares

ANOVA testi sonucuna göre katılımcıların bağımlılık seviyelerine göre kaygı düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi. ($F(4, 295) = 7.081, p < 0.001, \eta^2 = 0.088, \omega^2 = 0.075$) ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapıldı.

Tablo 38 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Arasındaki İlişkinin tanımlayıcı tablosu

Bağımlılık Seviyesi	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Bağımlılık yok	61	1.858	1.032	0.132	0.555
Düşük Bağımlı	51	1.922	1.318	0.184	0.686
Orta Bağımlı	113	2.528	1.384	0.130	0.548
Yüksek Bağımlı	65	2.892	1.369	0.170	0.473
Çok Yüksek Bağımlı	10	2.867	1.751	0.554	0.611

Tablo 39 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Arasındaki İlişkinin Post Hoc analizi

		Mean Difference	SE	t	p _{Tukey}
Bağımlılık yok	Düşük Bağımlı	-0.064	0.250	-0.254	0.999
	Orta Bağımlı	-0.670	0.209	-3.199	0.013 *
	Yüksek Bağımlı	-1.034	0.235	-4.401	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-1.009	0.450	-2.242	0.167
Düşük Bağımlı	Orta Bağımlı	-0.606	0.222	-2.726	0.053
	Yüksek Bağımlı	-0.971	0.247	-3.936	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-0.945	0.456	-2.072	0.235
Orta Bağımlı	Yüksek Bağımlı	-0.364	0.205	-1.775	0.390
	Çok Yüksek Bağımlı	-0.339	0.435	-0.778	0.937
Yüksek Bağımlı	Çok Yüksek Bağımlı	0.026	0.448	0.057	1.000

	Mean Difference	SE	t	p _{Tukey}
--	-----------------	----	---	--------------------

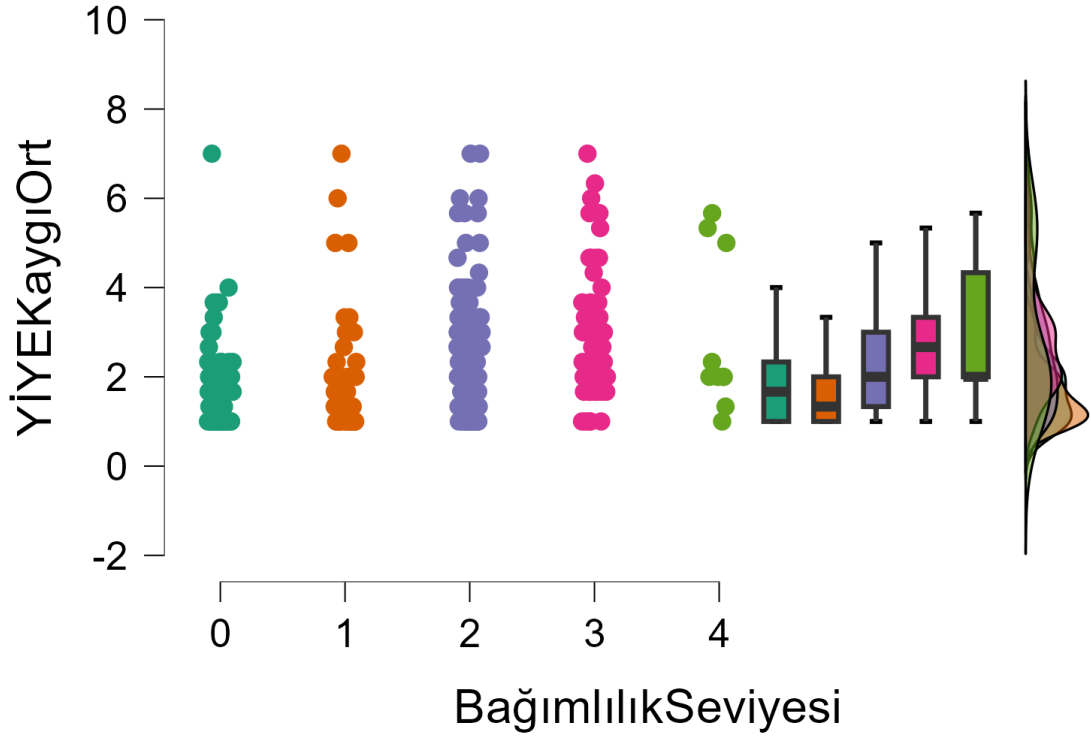
* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Note. P-value adjusted for comparing a family of 5

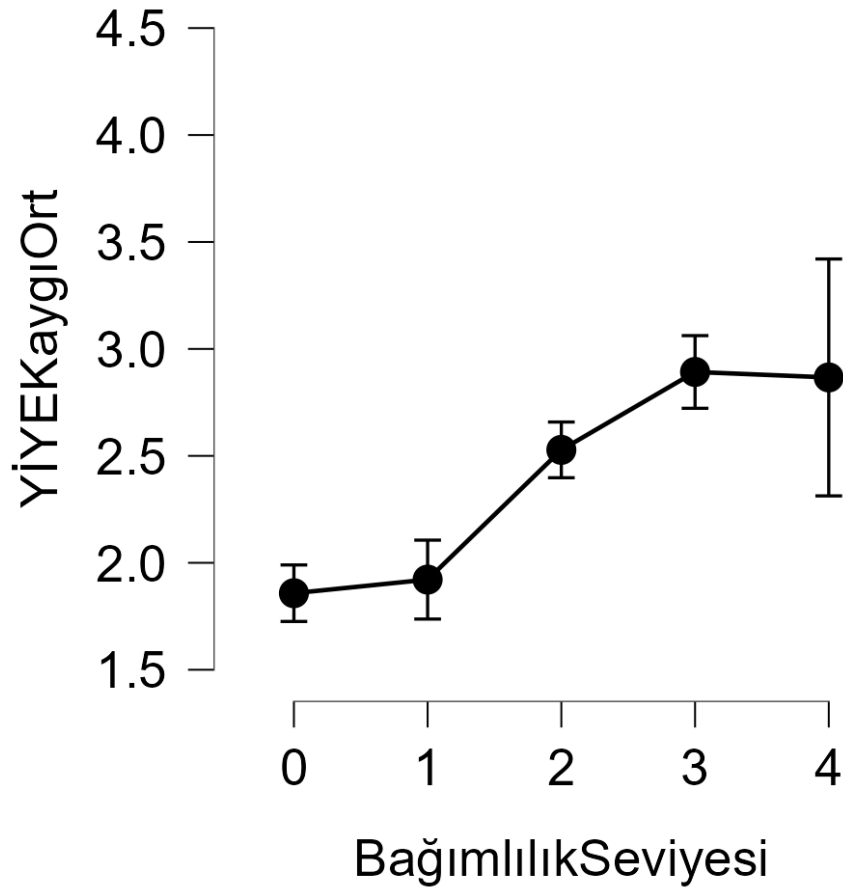
Yapılan Tukey Post Hoc analizine göre katılımcıların kaygı değerleri incelendiğinde sosyal medya bağımlısı olmayan ve orta seviyede bağımlı katılımcıların aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi ($p=0.013$). Yine bağımlı olmayan katılımcıların ve yüksek seviyede bağımlı katılımcıların kaygı değerleri arasında anlamlı bir fark tespit edildi ($p<0.001$). Düşük seviyede sosyal medya bağımlılığı olan katılımcıların ve yüksek seviyede bağımlılığı olan katılımcıların kaygı düzeyleri karşılaştırıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilirken ($p<0.001$), düşük seviyede SM bağımlılığı olan ve orta düzeyde bağımlılığı olan katılımcıların kaygı düzeyleri arasında sınırda anlamlı fark tespit edildi. ($p=0.053$)

Sosyal medya bağımlılığı olmayan katılımcıların kaygı düzeylerinin ortalaması 1.858 standart sapması 1.032 iken, orta seviyede bağımlıların kaygı düzeylerinin ortalaması 2.528, standart sapması 1.384, yüksek seviyede bağımlıların kaygı düzeylerinin ortalaması ise 2.892 standart sapması 1.369'dir. Sosyal medya bağımlılığı olmayan katılımcıların kaygı düzeyleri orta ve yüksek seviyede bağımlılığı olanlarınkinden çok daha az olduğu tespit edildi.

Şekil 21 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Kaygı Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği



Şekil 22 Katılımcıların Kaygı Seviyelerinin Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı



4.4.3. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 40 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2	ω^2
Bağımlılık Seviyesi	49400.008	4	12350.002	678.677	<0.001	0.902	0.900
Residuals	5368.162	295	18.197				

Note. Type III Sum of Squares

ANOVA testi sonuçlarına göre katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam değerleri bağımlılık seviyelerine göre incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi ($F(4, 295) = 678.677$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.902$, $\omega^2 = 0.900$). ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapıldı.

Tablo 41 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu

Bağımlılık Seviyesi	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Bağımlılık yok	61	30.475	4.319	0.553	0.142
Düşük Bağımlı	51	38.471	1.678	0.235	0.044
Orta Bağımlı	113	49.186	4.459	0.419	0.091
Yüksek Bağımlı	65	63.492	4.851	0.602	0.076
Çok Yüksek Bağımlı	10	80.100	6.454	2.041	0.081

Tablo 42 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi

		Mean Difference	SE	t	p _{Tukey}
Bağımlılık yok	Düşük Bağımlı	-7.995	0.809	-9.878	< 0.001 ***
	Orta Bağımlı	-18.710	0.678	-27.607	< 0.001 ***
	Yüksek Bağımlı	-33.017	0.760	-43.418	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-49.625	1.455	-34.098	< 0.001 ***
Düşük Bağımlı	Orta Bağımlı	-10.715	0.720	-14.890	< 0.001 ***
	Yüksek Bağımlı	-25.022	0.798	-31.357	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-41.629	1.475	-28.218	< 0.001 ***

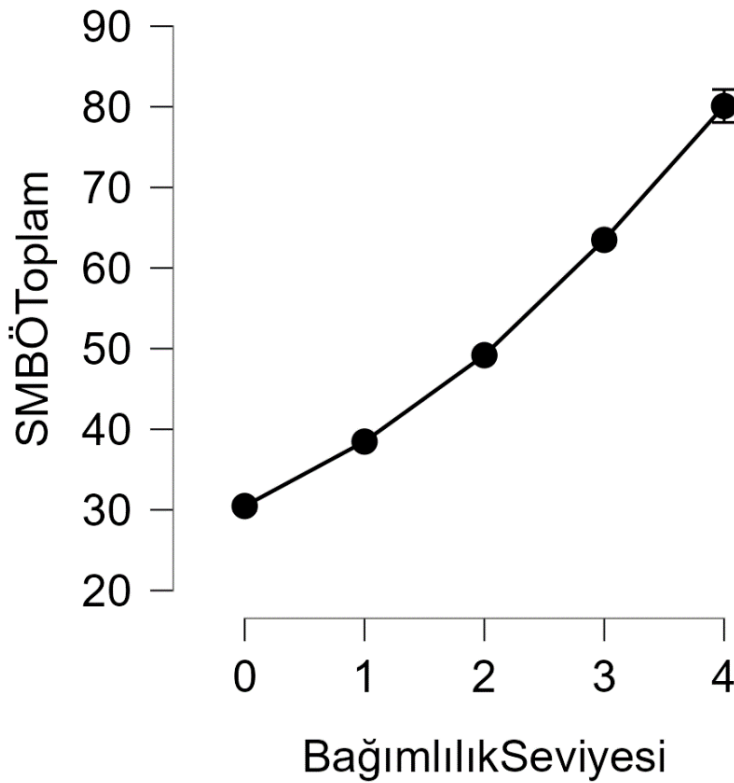
		Mean Difference	SE	t	p _{Tukey}
Orta Bağımlı	Yüksek Bağımlı	-14.306	0.664	-21.544	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-30.914	1.407	-21.966	< 0.001 ***
Yüksek Bağımlı	Çok Yüksek Bağımlı	-16.608	1.449	-11.461	< 0.001 ***

*** p < .001

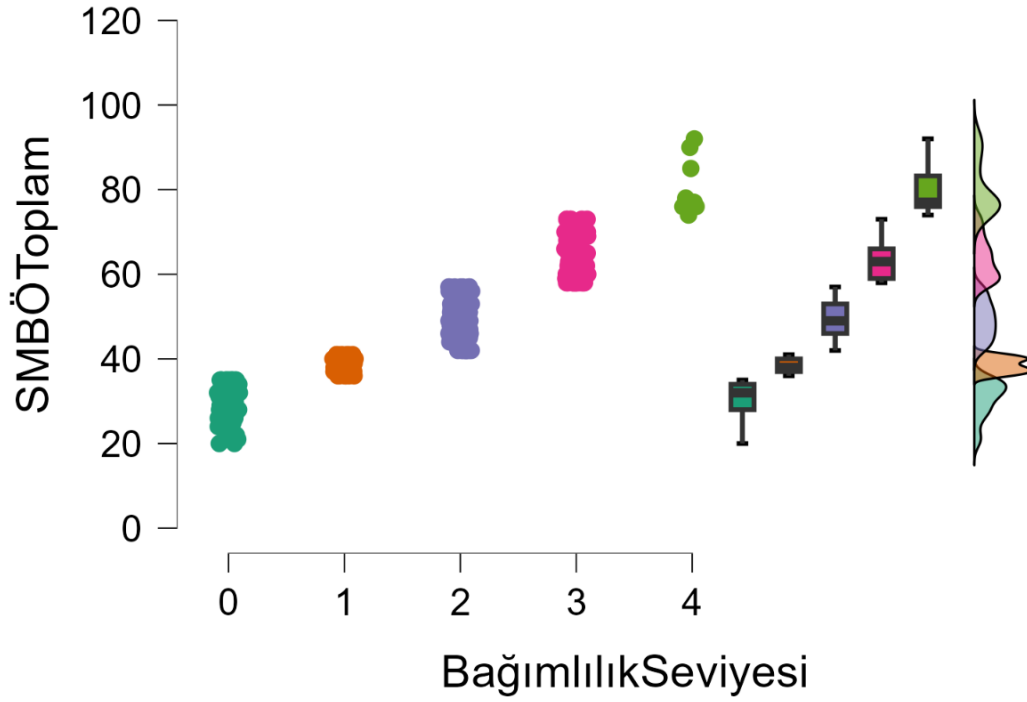
Note. P-value adjusted for comparing a family of 5

Yapılan Tukey Post Hoc analizine göre katılımcıların sosyal medya bağımlılığı toplam değerleri incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı seviyeleri arasındaki bütün farkların anlamlı olduğu tespit edildi. Sosyal medya bağımlılığı olmayan katılımcıların değerlerinin ortalaması 30.475, standart sapması 4.319, düşük seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması 38.471, standart sapması 1.678, orta seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması 49.186, standart sapması 4.459, yüksek seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması 63.492, standart sapması 4.851, çok yüksek seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması ise 80.100, standart sapması 6.454'tür.

Şekil 23 SM Bağımlılığı Toplam Puanlarının Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı



Şekil 24 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Testi Toplam Puan Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği



4.4.4. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 43 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2	ω^2
Bağımlılık Seviyesi	14092.093	4	3523.023	217.391	<0.001	0.747	0.743
Residuals	4780.743	295	16.206				

Note. Type III Sum of Squares

ANOVA testi sonuçlarına göre katılımcıların sanal tolerans değerleri bağımlılık seviyelerine göre incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi ($F(4, 295) = 217.391$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.747$, $\omega^2 = 0.743$). ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapıldı.

Tablo 44 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu

Bağımlılık Seviyesi	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Bağımlılık yok	61	18.770	3.699	0.474	0.197
Düşük Bağımlı	51	23.863	2.713	0.380	0.114
Orta Bağımlı	113	29.956	4.133	0.389	0.138
Yüksek Bağımlı	65	37.169	4.772	0.592	0.128
Çok Yüksek Bağımlı	10	43.000	4.967	1.571	0.116

Tablo 45 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi

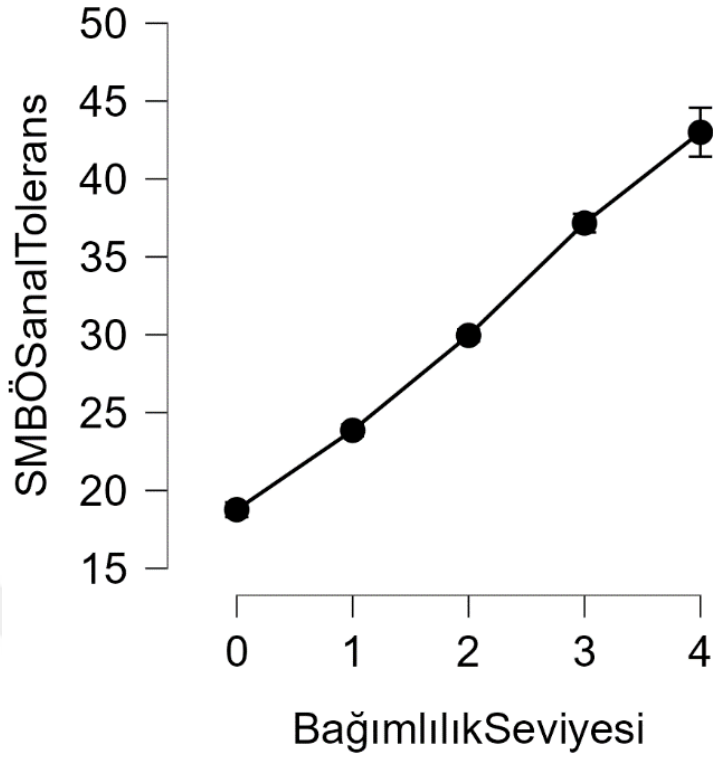
		Mean Difference	SE	t	p _{Tukey}
Bağımlılık yok	Düşük Bağımlı	-5.092	0.764	-6.667	< 0.001 ***
	Orta Bağımlı	-11.185	0.640	-17.488	< 0.001 ***
	Yüksek Bağımlı	-18.399	0.718	-25.638	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-24.230	1.373	-17.642	< 0.001 ***
Düşük Bağımlı	Orta Bağımlı	-6.093	0.679	-8.972	< 0.001 ***
	Yüksek Bağımlı	-13.306	0.753	-17.670	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-19.137	1.392	-13.746	< 0.001 ***
Orta Bağımlı	Yüksek Bağımlı	-7.213	0.627	-11.510	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-13.044	1.328	-9.821	< 0.001 ***
Yüksek Bağımlı	Çok Yüksek Bağımlı	-5.831	1.367	-4.264	< 0.001 ***

** p < .01, *** p < .001

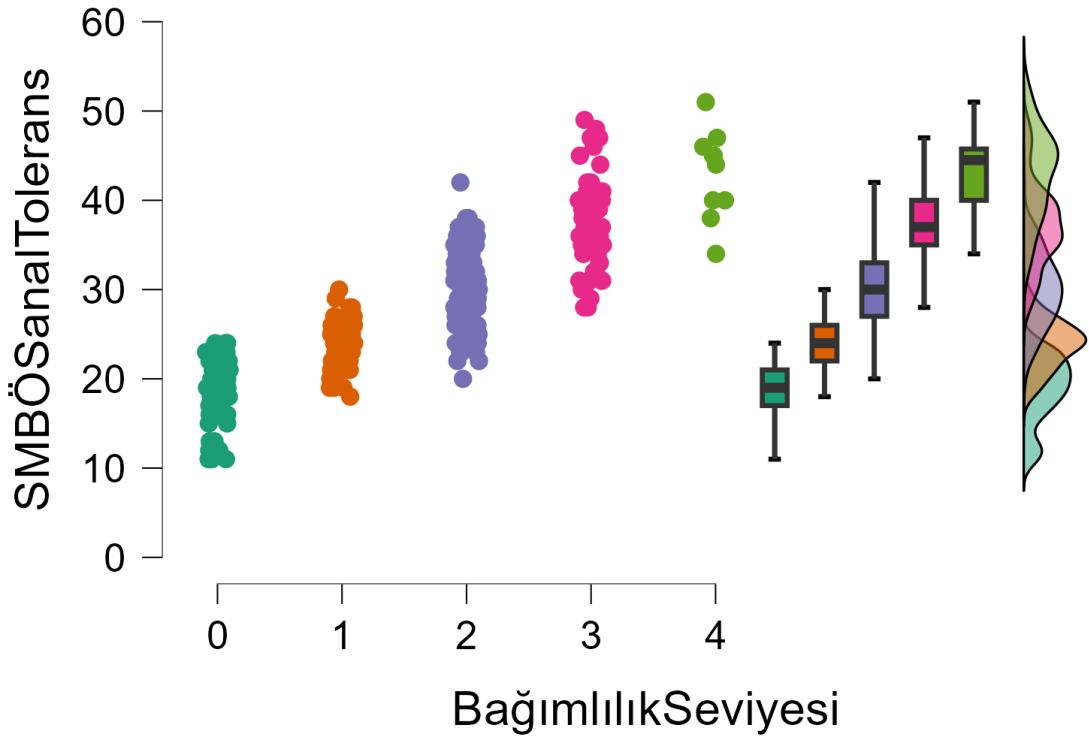
Note. P-value adjusted for comparing a family of 5

Yapılan Tukey Post Hoc analizine göre katılımcıların sanal tolerans değerleri incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı seviyeleri arasındaki bütün farkların anlamlı olduğu tespit edildi. Sosyal medya bağımlılığı olmayan katılımcıların değerlerinin ortalaması 18.770, standart sapması 3.699, düşük seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması 23.863, standart sapması 2.713, orta seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması 29.956, standart sapması 4.133, yüksek seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması 37.169, standart sapması 4.772, çok yüksek seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması ise 43.000, standart sapması 4.967'tür.

Şekil 25 Sanal Tolerans Düzeylerinin Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı



Şekil 26 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal Tolerans Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği



4.4.5. Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) ile İncelenmesi

Tablo 46 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Varyans Analizi (ANOVA) Tablosu

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	η^2	ω^2
Bağımlılık Seviyesi	10997.368	4	2749.342	225.170	< 0.001	0.753	0.749
Residuals	3601.978	295	12.210				

Note. Type III Sum of Squares

ANOVA testi sonuçlarına göre katılımcıların sanal iletişim değerleri bağımlılık seviyelerine göre incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildi ($F(4, 295) = 225.170$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.753$, $\omega^2 = 0.749$). ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere Tukey Post-Hoc analizi yapıldı.

Tablo 47 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Tanımlayıcı Tablosu

Bağımlılık Seviyesi	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Bağımlılık yok	61	11.705	2.028	0.260	0.173
Düşük Bağımlı	51	14.608	2.593	0.363	0.178
Orta Bağımlı	113	19.230	3.485	0.328	0.181
Yüksek Bağımlı	65	26.323	4.627	0.574	0.176
Çok Yüksek Bağımlı	10	37.100	5.666	1.792	0.153

Tablo 48 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Post Hoc Analizi

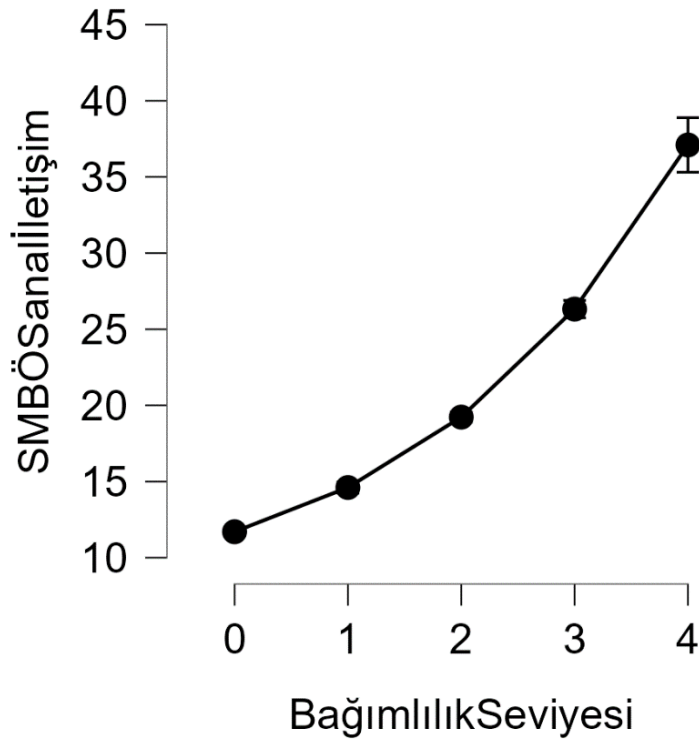
		Mean Difference	SE	t	p _{Tukey}
Bağımlılık yok	Düşük Bağımlı	-2.903	0.663	-4.378	< 0.001 ***
	Orta Bağımlı	-7.525	0.555	-13.555	< 0.001 ***
	Yüksek Bağımlı	-14.618	0.623	-23.468	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-25.395	1.192	-21.302	< 0.001 ***
Düşük Bağımlı	Orta Bağımlı	-4.622	0.589	-7.841	< 0.001 ***
	Yüksek Bağımlı	-11.715	0.654	-17.923	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-22.492	1.208	-18.612	< 0.001 ***
Orta Bağımlı	Yüksek Bağımlı	-7.093	0.544	-13.039	< 0.001 ***
	Çok Yüksek Bağımlı	-17.870	1.153	-15.501	< 0.001 ***
Yüksek Bağımlı	Çok Yüksek Bağımlı	-10.777	1.187	-9.079	< 0.001 ***

	Mean Difference	SE	t	p _{Tukey}
***	p < 0.001			

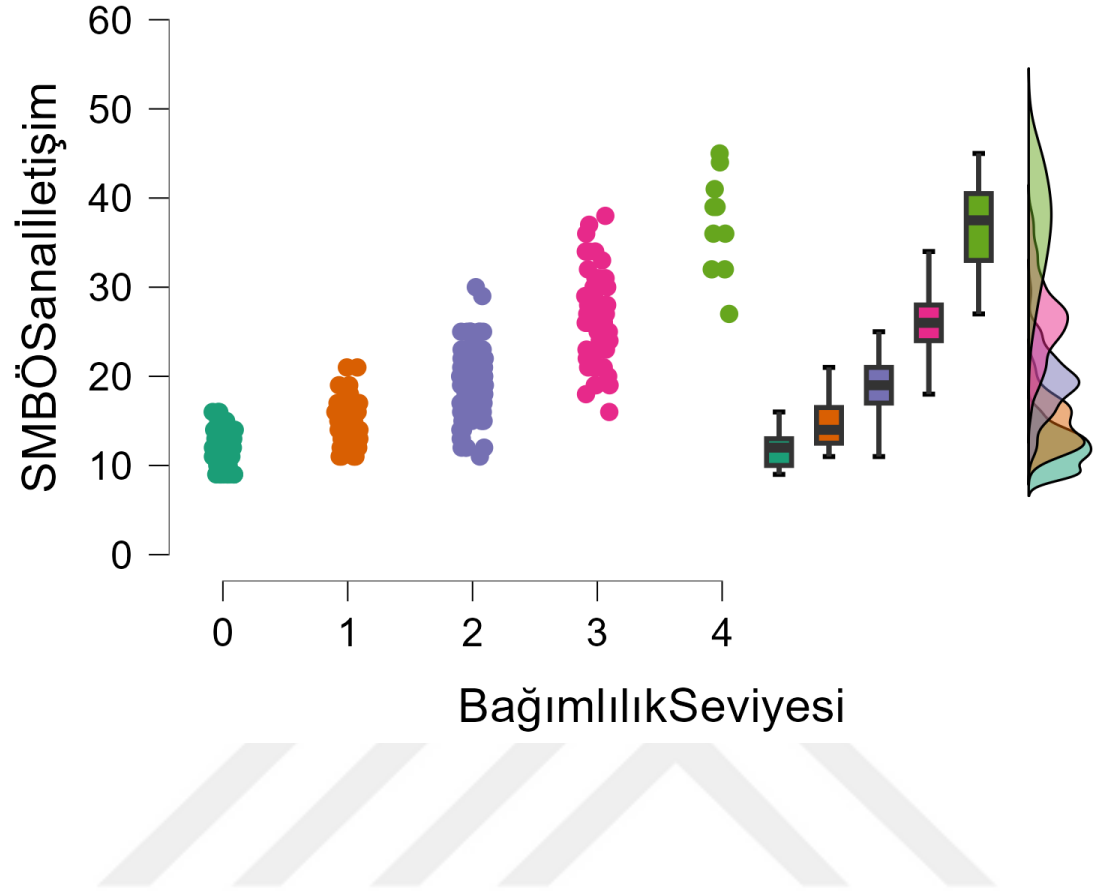
Note. P-value adjusted for comparing a family of 5

Yapılan Tukey Post Hoc analizine göre katılımcıların sanal iletişim değerleri incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı seviyeleri arasındaki bütün farkların anlamlı olduğu tespit edildi. Sosyal medya bağımlılığı olmayan katılımcıların değerlerinin ortalaması 11.705, standart sapması 2.028, düşük seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması 14.608, standart sapması 2.593, orta seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması 19.230, standart sapması 3.485, yüksek seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması 26.323, standart sapması 4.627, çok yüksek seviyeli bağımlılığı olan katılımcıların değerleri ortalaması ise 37.100, standart sapması 5.666'tür.

Şekil 27 Sanal İletişim Düzeylerinin Bağımlılık Seviyelerine Göre Dağılımı



Şekil 28 Sosyal Medya Bağımlılık Seviyeleri ve Sanal İletişim Arasındaki İlişkinin Raincloud Grafiği



5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Tartışma

İnsanların erken çocuklukta bakıcılarıyla olan bağı yetişkinlikteki birçok alanı etkilemektedir. Bu tezin hipotezi de bu alanlardan biri olan sosyal medya bağımlılığı ve kişinin sosyal medya tercihlerini etkileyebileceğidir. Bu araştırmanın amacı insanların bağlanma biçimlerinin sosyal medya bağımlılığına ve tercihlerine etkisini incelemektir. Bunun için insanların üç bağlanma stilini ölçen Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri Kısa Formu (YİYE-II-K) kullanılmıştır. Katılımcıların sosyal medya tercihlerini öğrenmek için Demografik Bilgi Formunda ilk olarak hangi sosyal medya araçlarını tercih ettikleri, daha sonra da en çok hangilerini kullandıkları sorulmuştur. Bu iki soruya beş seçenek sunulmuştur. Bu seçenekler sırasıyla; Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, Discord. Daha sonra katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarını ölçmek için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ) kullanılmıştır. Araştırmaya 234 kadın ve 66 erkek olmak üzere 300 kişi katılmıştır. Katılımcılardan 134 kişi bekar ve 166 kişi evlidir.

Literatürde bireylerin medeni durumları SM bağımlılığına göre incelendiğinde Tiryaki'nin (2015) yaptığı saha çalışmasına göre bekar bireylerin Facebook bağımlılığı evli bireylere oranla daha yüksek çıkmıştır. Andreassen ve ark. (2016) tarafından yapılan çalışmada da benzer sonuca ulaşılmıştır. Sağar (2019) ise özellikle boşanmış bireylerin SM bağımlılıklarının, evli bireylere göre daha fazla olduğunu saptamıştır. Bu araştırmanın bulgularına göre katılımcıların medeni durumları ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($\chi^2(4) = 4.677$, $p = 0.322$). Elde edilen bulgular, literatürdeki çalışmalarla çelişmektedir.

Hem Şimşek, Elciyar ve Kızılhan (2019) hem de Choudhury and Ali (2020) tarafından yapılan çalışmalara göre kadınlarda sosyal medya bağımlılığı erkeklerden daha fazla görülmektedir. Öte yandan Kannan ve ark. (2019) tarafından yapılan çalışmaya göre erkeklerde sosyal medya bağımlılığı daha çok görülmüştür. Bu çalışmada ise katılımcıların cinsiyetleri ile SM bağımlılığı düzeyleri arasındaki farkın anlamlı olmadığı saptanmıştır ($\chi^2(4) = 1.471$, $p = 0.832$).

Lerma ve ark. (2021) yapılan çalışmaya göre yaş arttıkça sosyal medya bağımlılığının düştüğü saptanmıştır. Çalapkulu ve Sarı'nın (2022) Sakarya Üniversitesi iletişim bölümü 18-25 yaş aralığı öğrencilerine yaptığı çalışmaya göre yaş küçüldükçe

sosyal medya bağımlılığı artmıştır ve bu artışı 18 yaşındaki bireylerin sosyal medya akışında güncel kalma ve orada var olma isteklerinin yüksek olmasına bağlanmıştır. Yine aynı çalışmada cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığının değişmediği ama sosyal medyada kalma süresinin değiştiği saptanmıştır. Çalışmada kadınların erkeklere oranla daha fazla çevrimiçi kaldığı görülmüştür. Zhao ve ark. sosyal medya bağımlılığının risk faktörlerini araştırdığı çalışmasında yaş ve sosyal medya bağımlılığının ilişkisi olmadığını belirtmiştir. Araştırmacı çalışmanın örnekleminin 16- 23 yaş aralıklı olduğunu ve yaş aralığının yetersiz olmasına yormuştur. Yine başka bir çalışmada yaşın sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi bulunmazken (Dhir ve ark., 2016),. Abbasi (2019) yaptığı çalışmada gençlerin sosyal medya bağımlısı olma riskinin diğer yaşlardan daha fazla olduğu saptanmıştır. Bu araştırma yapılan korelasyon analizine göre bireylerin yaşları arttıkça sosyal medya bağımlılık azalmıştır ($r = -0.193$, $p < 0.001$). Katılımcıların yaşları ve SMB düzeyleri incelendiğinde SM bağımlılığı olmayan katılımcıların yaşları, yüksek ($p = 0.032$) ve çok yüksek bağımlı ($p = 0.064$) katılımcıların yaşlarından büyük olduğu saptanmıştır. Chopik ve Edelstein (2014) bireylerin yaşlarını ve romantik bağlanma ilişkilerini incelemişlerdir. Çalışmada 81 farklı ülkeden katılımcı vardır. Kaygılı bağlanmanın en fazla genç yetişkinlerde (18-34), en az ise orta yaş (35-54) ve yaşlı yetişkinlerde (55-64) olduğu saptanmıştır. Kaçınan bağlanma ise en az genç yetişkinlerde, en fazla orta ve yaşlı yetişkinlerde görüldüğü tespit edilmiştir. Bu araştırma sonuçlarına göre katılımcıların yaşları arttıkça kaçınan bağlanma seviyeleri artarken kaygılı bağlanma seviyeleri azalmakta olduğu tespit edilmiştir ($r = 0.296$, $p < 0.001$; $r = -0.180$, $p < 0.002$). Bu sonuçlar Chopik ve Edelstein (2014) ile Abbasi'nin (2019) yaptığı çalışmaların bulgularını desteklemektedir.

Araştırmada Facebook platformunu seçen katılımcılar yaş olarak diğer platformları seçen katılımcılardan anlamlı derecede daha ileri yaşlardadır ($p < 0.001$). Twitter ve Instagram'ı seçen katılımcılar arasında yaş olarak anlamlı bir farklılık yokken ($p = 0.505$), Twitter'ı ve Instagram'ı seçen katılımcıların yaş ortalaması Tiktok platformunu seçen katılımcılardan anlamlı derecede daha yüksektir. ($p = 0.005$; $p = 0.014$). Literatürde farklı yaş gruplarının sosyal medya tercihlerine baktığımızda yıllar içinde bir değişim olduğunu görürüz. 2010 yılında Lenhart ve ark. ve 2017 yılında Akın genç yetişkinler üzerinde yaptığı bir araştırmaya göre genç yetişkinlerin ilk tercihlerinin Facebook olduğu belirlenmiştir. Uslu tarafından 2021 yılında Türkiye'nin sosyal medya bağımlılığını ve kullanımını incelediği makalesinde artık genç yetişkinlerin ilk tercihinin Instagram olduğunu göstermiştir. Bu farklılıkların bir nedeni sosyal medya

platformlarının tercih ve kullanım oranının yıllar içinde değişmesi, başka bir nedeni ise 2010 ve 2017 yıllarındaki genç yetişkinin 2021 ve 2024 yıllarına geldiğimizde artık orta yaş yetişkin grubunda değerlendirilmiş olabileceğidir.

5.1.1. Sosyal Medya Platformlarıyla Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkiye Ait Bulguların Tartışılması

Araştırmada 130 kişinin Facebook, 254 kişinin Instagram, 38 kişinin Tiktok, 11 kişinin Discord platformunu kullandığı belirlenmiştir. Katılımcılara en çok kullandıkları SM platformu sorulduğunda is 212 kişi Instagram, 50 kişi Twitter, 33 kişi Facebook, 5 kişi Tiktok cevabını vermiştir. En çok kullanılan SM sorusunda Discord seçeneğini seçen katılımcı yoktur. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların Facebook, Discord, Twitter kullanıp kullanmaması ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki görülmezken Instagram, Tiktok kullanan ve kullanmayan katılımcıların SM bağımlılığı düzeyleri arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır. ($\chi^2(4) = 8.085$, $p = 0.089$; $\chi^2(4) = 4.073$, $p = 0.396$; $\chi^2(4) = 9.515$, $p = 0.049$; $\chi^2(4) = 19.986$, $p = 0.001$). Bulgular, sosyal medya platformlarının bağımlılık yapma potansiyelinin platformdan platforma değiştiğini göstermektedir. Özellikle Instagram ve Tiktok gibi platformların daha yüksek bağımlılık yarattığı, bunun ise içerik formatları ve kullanıcı etkileşim modelleriyle ilgili olduğu tahmin edilmektedir. Tiktok'un kısa ve hızlı video formatı, Instagram'ın ise sürekli görsel etkileşim sağlaması, bağımlılığı etkileyen nedenlerden olabilir. Ayrıca araştırmanın bulgularına göre Tiktok platformunu kullanan katılımcıların yaş ortalamasının diğer platformları kullanan katılımcılardan daha küçük olduğunu ve genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlısı olma riskinin daha yüksek olduğunu da belirtmekte fayda vardır. Mevcut literatürde sosyal medya platformlarının bağımlılık düzeyleri üzerindeki etkilerini karşılaştıran çalışmalar sınırlıdır ve alandaki boşluk, bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Tiktok kullanıcılarının kaygılı bağlanma seviyeleri Facebook ve Twitter kullanıcılarının kaygılı bağlanma seviyelerinden anlamlı derecede daha yüksektir. ($p = 0.043$; $p=0.042$). Buna karşın Instagram kullanıcılarının kaygılı bağlanma seviyeleri ile diğer sosyal platformlarındaki karşılaştırıldığında anlamlı bir fark tespit edilmedi ($p > 0.05$). Kaygılı bağlanmaya sahip bireyler Facebook ve Twitter platformundansa Tiktok platformunu seçtikleri gözlemlenmiştir. Kaygılı bağlanmaya sahip bireylerin başkalarından onay ihtiyacı ile duygusal boşluklarını doldurmak için sosyal medya

bağımlılığı geliştirebileceği literatürde yer almaktadır (Worsley ve ark., 2018). Tiktok'un kısa ve hızlı video formatı kaygılı bağlanmaya sahip bireyleri cezbedici gelebilir. Bu araştırmanın bir başka bulgusu kaçınan bağlanması olan bireyler Instagram'a kıyasla Facebook platformunu seçmiştir. Literatür incelendiğinde Oldmeadow ve ark. (2013) çalışmasında kaçınan bağlanma ile Facebook kullanımını ilişkili bulmamış tam tersi kaygılı bağlanmayı ilişkili bulmuştur. Mevcut literatürde sosyal medya platformları ile bağlanma stilleri ilişkisini araştıran çalışmaların sınırlı olduğu gözlemlenmiştir.

5.1.2. Bağlanma Stilleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkiye Ait Bulguların Tartışılması

Literatürde sosyal medya bağımlılığı ve bağlanma stillerinin ilişkisini açıklayan çalışmalarda bazı çelişkiler vardır. Oldmeadow ve ark. (2013) daha önce belirtildiği gibi Facebook bağımlılığını bireylerin kaygılı bağlanması ile ilişkili olduğunu, kaçınan bağlanma ile ise ilişkili olmadığını saptamıştır. Benzer şekilde Liu ve ark. (2013) çalışmalarında kaygılı bağlanma ile uzun süre sosyal medya kullanımı arasında pozitif bir korelasyon tespit etmişlerdir. Buna karşın hem Monacis ve ark. (2017a) hem de Savcı and Aysan (2016) bireyin kaçınan bağlanmasının sosyal medya bağımlılığını öngördüğünü belirtti. Bu çalışmada sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve bağlanma stilleri ilişkisi incelenmiştir. Yapılan korelasyon analizine göre katılımcıların kaygılı bağlanma seviyeleri ile bağımlılık düzeyleri, sosyal medya bağımlılığı toplam puanları arasında pozitif korelasyon saptanmıştır ($r = 0.283$, $p < 0.001$; $r = 0.276$, $p < 0.001$). Katılımcıların kaygılı bağlanma seviyeleri arttıkça bağımlılık düzeyleri, sosyal medya toplam puanları da artmıştır. Katılımcıların kaçınan bağlanma seviyeleri ile kaygılı bağlanma seviyeleri, SM bağımlılık düzeyleri arasında negatif korelasyon saptanmıştır ($r = -0.157$, $p = 0.006$; $r = -0.125$, $p = 0.031$). Katılımcıların kaçınan bağlanma seviyeleri artarken kaygılı bağlanma seviyeleri ve SM bağımlılık düzeyleri azalmaktadır. İlişki detaylı incelendiğinde ise düşük düzeyde SM bağımlılığı olan katılımcıların kaçınan bağlanma seviyeleri orta ve yüksek düzeyde SM bağımlı katılımcıların kaçınan bağlanma seviyelerinden daha yüksek olduğu saptandı. SM bağımlılığı olmayan katılımcıların kaygılı bağlanma seviyeleri ise orta ve yüksek düzeyde bağımlılığı olanlarınkinden çok daha az olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre bireylerin kaçınan bağlanma seviyelerini incelediğimizde ortalama olarak en yüksek kaçınan bağlanma seviyesi SM bağımlılığı düşük düzeyde olanlarda, en az kaçınan bağlanma seviyesi ise SM bağımlılığı yüksek olan bireylerde saptanmıştır. Bireylerin kaygılı bağlanma seviyelerini incelediğimizde

ortalama olarak en yüksek kaygılı bağlanma seviyesi SM bağımlılığı yüksek düzeyde olanlarda, en az kaygılı bağlanma seviyesi ise SM bağımlılığı olmayanlarda tespit edilmiştir.

Katılımcıların kaçınan bağlanma seviyeleri ile sanal tolerans düzeyleri arasında negatif korelasyon saptanmıştır ($r = -0.157$, $p = 0.006$). Bulgulara göre bireylerin kaçınan bağlanma seviyeleri arttıkça sanal ortama toleransları azalmaktadır. Katılımcıların kaygılı bağlanma seviyeleri ile sanal tolerans düzeyleri ve sanal iletişim düzeyleri arasında pozitif korelasyon saptanmıştır. ($r = 0.291$, $p < 0.001$; $r = 0.203$, $p < 0.001$) Bulgulara göre bireylerin kaygılı bağlanma seviyeleri arttıkça sanal toleransları ve sanal iletişimleri artmaktadır. Mevcut literatürde farklı sosyal medya platformları ve katılımcıların SM bağımlılık düzeylerini karşılaştıran çalışmaların sınırlı olduğu gözlemlenmiştir.

Sosyal medya platformları ve sanal tolerans ilişkisi incelendiğinde Instagram kullanıcılarının sanal tolerans düzeyleri Twitter kullanıcılarının sanal tolerans düzeylerinden anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür ($p = 0.004$). SM platformlarının Sanal İletişim ile anlamlı bir ilişkisi saptanmamıştır ($p = 0.399$). Mevcut literatürde farklı sosyal medya platformları ile bağlanma stillerini araştıran çalışmaların sınırlı olduğu gözlemlenmiştir. SM bağımlılık düzeyleri arttıkça katılımcıların sanal tolerans ve sanal iletişim düzeylerinin de arttığı saptanmıştır ($r = 0.862$, $p < 0.001$; $r = 0.837$, $p < 0.001$).

5.2. Sonuç ve Öneriler

Yapılan araştırma sonuçlarına göre,

- Araştırmanın bulgularına göre katılımcıların medeniyet durumları ya da cinsiyetleri ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında bir ilişki saptanmamıştır.
- Bu araştırma yapılan korelasyon analizine göre bireylerin yaşları arttıkça sosyal medya bağımlılığı azalmıştır. Katılımcıların yaşları ve SM bağımlılığı düzeyleri incelendiğinde SM bağımlılığı olmayan katılımcıların yaşları, yüksek ve çok yüksek bağımlı katılımcıların yaşlarından büyük olduğu saptanmıştır.
- Sonuçlara göre katılımcıların yaşları arttıkça kaçınan bağlanma seviyelerinin artarken, kaygılı bağlanma seviyelerinin azalmakta olduğu tespit edilmiştir.

- Araştırmada Facebook platformunu seçen katılımcılar yaş olarak diğer platformları seçen katılımcılardan anlamlı derecede daha ileri yaşlardadır. Twitter ve Instagram'ı seçen katılımcılar arasında yaş olarak anlamlı bir farklılık yokken Twitter ve Instagram'ı seçen katılımcıların yaş ortalaması Tiktok platformunu seçen katılımcılardan anlamlı derecede daha yüksektir.
- Katılımcıların Facebook, Discord kullanıp kullanmaması ve sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki görülmezken Instagram, Twitter kullanan ve kullanmayan katılımcıların SM bağımlılığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. Mevcut literatürde farklı sosyal medya platformları katılımcılarının SM bağımlılık düzeylerini karşılaştıran çalışmaların sınırlı olduğu gözlemlenmiştir. Bu alanda daha kapsamlı çalışmalar yapılması önerilmektedir.
- Tiktok kullanıcılarının kaygılı bağlanma seviyeleri Facebook ve Twitter kullanıcılarının kaygılı bağlanma seviyelerinden anlamlı derecede daha yüksektir.
- Instagram kullanıcılarının kaygılı bağlanma seviyeleri ile diğer sosyal platformlarınki karşılaştırıldığında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Mevcut literatürde farklı sosyal medya platformları ile bağlanma stillerini araştıran çalışmaların sınırlı olduğu gözlemlenmiştir. Bu alanda daha kapsamlı çalışmalar yapılması önerilmektedir.
- Kaygılı bağlanmaya sahip bireyler Facebook ve Twitter platformundansa Tiktok platformunu seçtikleri gözlemlenmiştir.
- Kaçınan bağlanması olan bireyler Instagram'a kıyasla Facebook platformunu seçtiği tespit edilmiştir.
- Yapılan korelasyon analizine göre katılımcıların kaygılı bağlanma seviyeleri ile bağımlılık düzeyleri, sosyal medya bağımlılığı toplam puanları arasında pozitif korelasyona saptanmıştır.
- Katılımcıların kaçınan bağlanma seviyeleri ile kaygılı bağlanma seviyeleri, SM bağımlılık düzeyleri arasında negatif korelasyon saptanmıştır.
- Bireylerin kaçınan bağlanma seviyelerini incelediğimizde ortalama olarak en yüksek kaçınan bağlanma seviyesi SM bağımlılığı düşük düzeyde olanlarda, en az kaçınan bağlanma seviyesi ise SM bağımlılığı yüksek olan bireylerde saptanmıştır.

- Bireylerin kaygılı bağlanma seviyelerini incelediğimizde ortalama olarak en yüksek kaygılı bağlanma seviyesi SM bağımlılığı yüksek düzeyde olanlarda, en az kaygılı bağlanma seviyesi ise SM bağımlılığı olmayanlarda tespit edilmiştir.
- Katılımcıların kaçınan bağlanma seviyeleri ile sanal tolerans düzeyleri arasında negatif korelasyon saptanmıştır.
- Katılımcıların kaygılı bağlanma seviyeleri ile sanal tolerans düzeyleri ve sanal iletişim düzeyleri arasında pozitif korelasyon saptanmıştır
- Sosyal medya platformları ve sanal tolerans ilişkisi incelendiğinde Instagram kullanıcılarının sanal tolerans düzeyleri, Twitter kullanıcılarının sanal tolerans düzeylerinden anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür. SM platformlarının Sanal İletişim ile anlamlı bir ilişkisi saptanmamıştır. Mevcut literatürde farklı sosyal medya platformları ile sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutlarının ilişkisini araştıran çalışmaların sınırlı olduğu gözlemlenmiştir. Bu alanda daha kapsamlı çalışmalar yapılması önerilmektedir.
- SM bağımlılık düzeyleri arttıkça katılımcıların sanal tolerans ve sanal iletişim düzeylerinin de arttığı saptanmıştır.

KAYNAKÇA

- 2023 Mobil İletişim Sektörü Raporu: Yılda 4,8 kilometrelik içerik üretiliyor. Fragtist. (n.d.).
<https://fragtist.com/mobil/2023-mobil-iletisim-sektoru-raporu-yilda-48-kilometrelik-icerik-uretiliyor/>
Addictions, in press. DOI: 10.1556/2006.7.2018.15
- Abbasi, I. S. (2019). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity? Personal. Individ. Diff. 139, 277–280. doi: 10.1016/j.paid.2018.10.038
- Ainsworth, M. D. S., Blehar, M. C., Waters, E., ve Wall, S. (1978). Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation. Lawrence Erlbaum Associates.
- Ainsworth, M. D., Blehar, M., Waters, E., ve Wall, S. (1978). Patterns of attachment: A Psychological study
- Akın, M. (2017). A Research on the Impacts of the Young People's Internet Addiction Levels and their Social Media Preferences. International Review of Management and Marketing, 7(2), 256-262.
- Allen M, Poggiali D, Whitaker K, Marshall TR, van Langen J, Kievit RA. Raincloud plots: a multi-platform tool for robust data visualization. Wellcome Open Res. 2021 Jan 21;4:63.
- Allen M, Poggiali D, Whitaker K, ve ark.: RainCloudPlots tutorials and codebase (Version v1.0). Zenodo. 2018. 10.5281/zenodo.1402959
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. Current Addiction Reports, 2(2), 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Antalyalı, Ö. L., ve Özkul, A. S. (2016). Örgüt Ve Yönetim Araştırmaları İçin Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanterinin Kısa Formunun (YİYE-II-K) Psikometrik Açıdan Değerlendirilmesi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi* 640-655.
- Antalyalı, Ö. L., ve Özkul, A. S. (2016). Örgüt ve yönetim araştırmaları için yakın ilişkilerde yaşantılar envanterinin kısa formunun (YİYE-II-K) psikometrik açıdan değerlendirilmesi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı, ss. 640-655.
- Arifianto, M., ve Izzudin, I. (2021). Students' acceptance of Discord as an alternative online learning media. International Journal of Emerging Technologies in Learning, 16. <https://doi.org/10.3991/ijet.v16i20.22917>
- Aydın, G., ve Koçak, M. (2020). Güvenli bağlanma stili ve sosyal medya kullanımı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(53), 45-61.
- Ball-Rokeach, SJ. (1998). A theory of media power and a theory of media use: Different stories, questions, and ways of thinking. *Mass Communication ve Society*, 1 (2), p5- 36.
- Bartholomew, K., ve Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of a four-category model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 226-244. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.61.2.226>

- Bayraktar, M., ve Çelik, S. (2023). Relationship between Attachment Styles, Social Media Addiction, and Contingencies of Self-Worth. *Bağımlılık Dergisi*. <https://doi.org/10.51982/bagimli.1163299>.
- Becker, A., Ecker, L., Külpmann, I., Schwien, K., ve Stobbe, P. (2023). Cooperative solidarity among crowdworkers? Social learning practices on a crowdtesting social media platform. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*.
<https://doi.org/10.1177/13548565231183298>
- Belin, M. N. ve Yıldız, H. (2011). Lise öğrencilerinin Facebook adlı sosyal paylaşım sitesini kullanma amaçları üzerine sosyolojik bir inceleme: Eskişehir Örneği. *Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu*
- Bennett, S., ve Deal, K. (2011). Implications of Attachment Theory for Social Work Education. , 253-265.
https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6241-6_13.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., ve Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Bowlby, J. (1969). Attachment and loss: Vol. 1. Attachment. Basic Books.
- Bretherton, I. (1992). The origins of attachment theory: John Bowlby and Mary Ainsworth. *Developmental Psychology*, 28(5), 759-775. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.28.5.759>
- Burger, J. M. (1995). Individual differences in preference for solitude. *Journal of Research in Personality*, 29(1), 85-108.
- Cassidy, J., ve Shaver, P. R. (Eds.). (2016). Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications (3rd ed.). Guilford Press.
- Chopik, W. J., ve Edelstein, R. S. (2014). Age Differences in Romantic Attachment Around the World. *Social Psychological and Personality Science*, 5(8), 892-900. <https://doi.org/10.1177/1948550614538460>
- Chopik, W. J., ve Edelstein, R. S. (2014). Age Differences in Romantic Attachment Around the World. *Social Psychological and Personality Science*, 5(8), 892-900. <https://doi.org/10.1177/1948550614538460>
- Choudhury, M., ve Ali, A. (2020). Social media addiction among youth: a gender comparison.
- Chuang, T., ve Ratan, R. (2022). Discord use and intent. *Journal of Student Research*.
<https://doi.org/10.47611/jsrhs.v11i3.3795>
- Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., ve Durán-Álamo, P. (2022). Why do people return to video platforms? Millennials and centennials on TikTok. *Media and Communication*, 10(1).
<https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4737>
- Čuić Tanković, A., ve Vidović, T. (2023). The influence of Instagram in destination choice for generation Z: Mediating roles of social escapism motivation and pleasure. *Tourism in Southern and Eastern Europe*.
<https://doi.org/10.20867/tosee.07.5>

- Çalapku, Ç., ve Sarı, A. (2022). BİREYLERİN BAĞIMLI ALIŞKANLIKLARINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 10(2), 892-914.
<https://doi.org/10.19145/e-gifder.1109284>
- Çam, E., ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 11(3), 14-19.
- Çelikbaş, Behmen ve Tatar, Arkun. (2021). YALNIZLIK ÖLÇEĞİ, YALNIZLIK TERCİHİ ÖLÇEĞİ VE SOSYAL İZOLASYON ÖLÇEĞİ: GELİŞTİRME VE İLK GEÇERLİK ÇALIŞMALARI (Loneliness Scale, Solitude Scale And Social Isolation Scale: Development And Initial Validation Studies)
- ÇİFTÇİ, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(4).
- D'Arienzo, M., Boursier, V., ve Griffiths, M. (2019). Addiction to Social Media and Attachment Styles: A Systematic Literature Review. International Journal of Mental Health and Addiction, 17, 1094-1118.
<https://doi.org/10.1007/s11469-019-00082-5>.
- Demirci, K., Akgönül, M., ve Akpınar, A. (2015). Relationship of smartphone use severity with sleep quality, depression, and anxiety in university students. Journal of Behavioral Addictions, 4(2), 85-92.
<https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.010>
- Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T., and Andreassen, C. S. (2016). Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours? Comput. Hum. Behav. 63, 549–555. doi: 10.1016/j.chb.2016.05.053
- Doğan, U., ve Tosun, N. (2016). Sosyal medya bağımlılığı ile yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi. Eğitim ve Bilim, 41(183), 219-231.
- Erozkan, A. (2011). The attachment styles bases of loneliness and depression. International Journal of Psychology and Counseling, 3, 186 – 193. doi: 10.5897/IJPC11.032.
- Erözkan, A. (2009). Üniversite öğrencilerinin bağlanma stilleri ile stresle başa çıkma davranışları arasındaki ilişki. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 9(1), 139-169.
- Gilbert, S. (2017). Portraits of participation: Exploring the relationship between social motivators and facets of participation in a Twitter-based community. Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences, 1-10. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2017.277>
- Gillath, O., Bunge, S., Shaver, P., Wendelken, C., ve Mikulincer, M. (2005). Attachment-style differences in the ability to suppress negative thoughts: Exploring the neural correlates. NeuroImage, 28, 835-847.
<https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2005.06.048>.
- Gillath, O., Bunge, S., Shaver, P., Wendelken, C., ve Mikulincer, M. (2005). Attachment-style differences in the ability to suppress negative thoughts: Exploring the neural correlates. NeuroImage, 28, 835-847.
<https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2005.06.048>.

- Griffiths, M. D. (2000). Internet addiction - Time to be taken seriously? *Addiction Research*, 8(5), 413-418.
<https://doi.org/10.3109/16066350009005587>
- Griffiths, M. D. (2013). Social networking addiction: Emerging themes and issues. *Journal of Addiction Research ve Therapy*, 4(5), 1-2. <https://doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118>
- Gu, L., Gao, X., ve Li, Y. (2022). What drives me to use TikTok: A latent profile analysis of users' motives. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.992824>
- Herna. (2022). TikTok social media usage motives: Uses and gratification theory analysis. *Moestopo International Review on Social, Humanities, and Sciences*, 2(2), 160-168. <https://doi.org/10.32509/mirshus.v2i2.38>
- Hollenhorst, S. J., ve Jones, C. D. (2001). Wilderness solitude: beyond the social-spatial perspective. *Rockym Mountain Research Station*, 20, 56-61.
- Holmes, J. (1997). Attachment, autonomy, intimacy: some clinical implications of attachment theory.. *The British journal of medical psychology*, 70 (Pt 3), 231-48 . <https://doi.org/10.1111/J.2044-8341.1997.TB01902.X>.
- Jost, J., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J., Sterling, J., ve Tucker, J. (2018). How social media facilitates political protest: Information, motivation, and social networks. *Political Psychology*, 39, 85-118. <https://doi.org/10.1111/POPS.12478>
- Kannan, B., Karthik, S., Pal, G. K., ve Menon, V. (2019). Gender variation in the prevalence of internet addiction and impact of internet addiction on reaction time and heart rate variability in medical college students. *JOURNAL OF CLINICAL AND DIAGNOSTIC RESEARCH*.
<https://doi.org/10.7860/jcdr/2019/40839.12753>
- Karaoğlu, N., ve Özdemir, A. (2020). Kaçınan bağlanma stiline sosyal medya kullanımı üzerine etkisi: Bir üniversite öğrencisi örnekleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 87-103.
- Kırcaburun, K. ve Griffiths, M.D. (2018). Instagram addiction and the big five of
- Kristian, W., Dyah, R., Sukmaningsih, W., ve Ohhyver, M. (2023). Analysis of student's interest using Discord application as an alternative media learning. *2023 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 813-818. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech59029.2023.10277963>
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552.
<https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Lee, E., Lee, J., Moon, J., ve Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 18(9), 552-556.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- Lee, E., Lee, J.-A., Moon, J. H., ve Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552–556.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>

- Lee, S., ve Scott, D. (2017). Natural environment influencing people's affinity for solitude. *Urban Forestry ve Urban Greening*, 21, 235-238.
- Lenhart, Amanda ve Ling, Rich ve Campbell, Scott ve Purcell, Kristin. (2010). *Teens and Mobile Phones*.
- Lerma M, Marquez C, Sandoval K, Cooper TV. Psychosocial Correlates of Excessive Social Media Use in a Hispanic College Sample. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. 2021 Nov;24(11):722-728. doi: 10.1089/cyber.2020.0498. Epub 2021 May 5. PMID: 33956536; PMCID: PMC9836676.
- Li, B., Dittmore, S., Scott, O., Lo, W., ve Stokowski, S. (2019). Why we follow: Examining motivational differences in following sport organizations on Twitter and Weibo. *Sport Management Review*. <https://doi.org/10.1016/J.SMR.2018.04.006>
- Liu, H., Shi, J., Liu, Y., ve Sheng, Z. (2013). The moderating role of attachment anxiety on social network site use intensity and social capital. *Psychological Reports*, 112(1), 252–265.
- Madigan, S., Browne, D., Racine, N., Mori, C., ve Tough, S. (2018). Association between screen time and children's performance on a developmental screening test. *JAMA Pediatrics*, 172(3), 243-250. <https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2017.5058>
- Mark, J., Rice, L., Punyanunt-Carter, N., ve Snidman, H. (2023). Motivations for Instagram use: Personal validation and enhancing close relationships. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. <https://doi.org/10.30935/ojcm/13014>
- Mikulincer, M. (1998). Attachment working models and the sense of trust : An exploration of interaction goals and affect regulation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1209-1224. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.5.1209>.
- Mikulincer, M., ve Shaver, P. R. (2007). *Attachment in adulthood: Structure, dynamics, and change*. Guilford Press.
- Mikulincer, M., Shaver, P., Gillath, O., ve Nitzberg, R. (2005). Attachment, caregiving, and altruism: boosting attachment security increases compassion and helping.. *Journal of personality and social psychology*, 89 5, 817-39 . <https://doi.org/10.1037/0022-3514.89.5.817>.
- Monacis, L., de Palo, V., Griffiths, M., ve Sinatra, M. (2017a). Exploring individual differences in online addictions: The role of identity and attachment. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15(4), 853–868.
- Nadkarni, A., ve Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Nguyen, N., Pham, T., Le, T., Than, T., Bui, T., ve Nguyen, L. (2023). Exploring factors influencing Gen Z's continuation intention on TikTok social network: A case study in Can Tho City, Vietnam. *15th Global Conference on Business and Social Sciences*. [https://doi.org/10.35609/gcbssproceeding.2023.1\(64\)](https://doi.org/10.35609/gcbssproceeding.2023.1(64))

- Oldmeadow, J. A., Quinn, S., ve Kowert, R. (2013). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1142-1149. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.006>
- Oldmeadow, J., Quinn, S., ve Kowert, R. (2013). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1142–1149.
- Park, C. (2013). Does Twitter motivate involvement in politics? Tweeting, opinion leadership, and political engagement. *Computers in Human Behavior*, 29, 1641-1648. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.044>
- Park, N., ve Lee, S. (2014). College students' motivations for Facebook use and psychological outcomes. *Journal of Broadcasting veamp; Electronic Media*, 58(4), 601–620. <https://doi.org/10.1080/08838151.2014.966355>
- Pelletier, M., Krallman, A., Adams, F., ve Hancock, T. (2020). One size doesn't fit all: A uses and gratifications analysis of social media platforms. *Journal of Research in Interactive Marketing*. <https://doi.org/10.1108/jrim-10-2019-0159> personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral*
- Preeti, M. (2009). Use of social networking in a linguistically and culturally rich India. *The International Information ve Library Review*, 41(3), 129-136.
- Reynolds, S., Searight, H., ve Ratwik, S. (2014). Adult Attachment Styles and Rumination in the Context of Intimate Relationships. *North American Journal of Psychology*, 16, 495.
- Sagone E, Commodari E, Indiana ML, La Rosa VL. Exploring the association between attachment style, psychological well-being, and relationship status in young adults and adults—A cross-sectional study. *Eur J Investig Health Psychol Educ*. 2023;13(3):525-539. doi:10.3390/ejihpe13030040.
- Sağar, M. E. (2019). Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının İrdelenmesi. *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi*, 2(1), 29-42.
- Savcı, M., ve Aysan, F. (2016). The role of attachment styles, peer relations, and affections in predicting Internet addiction. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(3), 401–432.
- Schimmenti, A., ve Bifulco, A. (2015). Linking lack of care in childhood to anxiety disorders in emerging adulthood: the role of attachment styles.. *Child and adolescent mental health*, 20 1, 41-48 . <https://doi.org/10.1111/CAMH.12051>.
- Schou Andreassen C, Billieux J, Griffiths MD, Kuss DJ, Demetrovics Z, Mazzoni E, Pallesen S. The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychol Addict Behav*. 2016 Mar;30(2):252-62. doi: 10.1037/adb0000160. PMID: 26999354.
- Selçuk E, Gunaydin G, Sümer N, Uysal A (2005). Yetişkin Bağlanma Boyutları İçin Yeni Bir Ölçüm: Yakın İlişkilerde Yaşantılar Envanteri II'nin Türk Örnekleminde Psikometrik Açıdan Değerlendirilmesi. *Türk Psikoloji Yazıları*, 8(16), 1 - 11.

- Sheldon, P., ve Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Shorey, H., ve Snyder, C. (2006). The Role of Adult Attachment Styles in Psychopathology and Psychotherapy Outcomes. *Review of General Psychology*, 10, 1 - 20. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.10.1.1>.
- Simpson, J. (1990). Influence of Attachment Styles on Romantic Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 971-980. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.5.971>.
- Simsek, A., Elciyar, K., ve Kizilhan, T. (2019). A Comparative Study on Social Media Addiction of High School and University Students. *Contemporary Educational Technology*, 10(2), 106-119. <https://doi.org/10.30935/cet.554452>
- Sümer, N., ve Güngör, D. (1999). Yetişkin bağlanma stilleri ölçeğinin Türk örnekleme üzerinde psikometrik değerlendirmesi ve kültürlerarası bir karşılaştırma. *Türk Psikoloji Dergisi*, 14(43), 71-106.
- Sümer, N., Aktürk, Ü., ve Yalçın, Z. (2009). Bağlanma stilleri ve sosyal medya kullanımı: Türkiye örneği. *Türk Psikoloji Dergisi*, 24(63), 45-67.
- Şahin, C., ve Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 14(1), 523-538.
- Şahin, C., ve YAĞCI, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538.
- Tiryaki, S. (2015). Toplumsal yaşamda facebook bağımlılığı: Konya örneğinde bir saha araştırması.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygöl, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). Toplumsal paylaşım ağı Facebook: “Görülüyorum öyleyse varım”. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Toubia, O., ve Stephen, A. (2013). Intrinsic vs. image-related utility in social media: Why do people contribute content to Twitter? *Marketing Science*, 32, 368-392. <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0773>
- Tufte ER: The Visual Display of Quantitative Information.(Reprinted Ed edition). Cheshire, Conn: Graphics Press USA.1983.
- Uslu, M. (2021). Türkiye’de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması. *Turkish Academic Research Review*, 6(2), 370-396. <https://doi.org/10.30622/tarr.933479>
- Weissgerber TL, Milic NM, Winham SJ, ve ark.: Beyond bar and line graphs: time for a new data presentation paradigm. *PLoS Biol.* 2015;13(4):e1002128.
- Worsley, J. D., Mansfield, R., Corcoran, R., ve Croft, J. (2018). Attachment anxiety and problematic social media use: The mediating role of need to belong. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(9), 564-568. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0701>

- Worsley, J., Mansfield, R., ve Corcoran, R. (2018). Attachment Anxiety and Problematic Social Media Use: The Mediating Role of Well-Being. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 21 9, 563-568 . <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0555>.
- Yılmaz, H., ve Çelik, İ. (2019). Kaygılı bağlanma stili ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 42(2), 92-110.
- Young, L., Kolubinski, D., ve Frings, D. (2020). Attachment style moderates the relationship between social media use and user mental health and wellbeing. *Heliyon*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04056>.
- Zhao, J., Jia, T., Wang, X., Xiao, Y., ve Wu, X. (2022). Risk factors associated with social media addiction: An exploratory study. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.837766>



EKLER

Demografik Bilgi Formu

Değerli katılımcı;

Bu çalışmada bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığına ve tercihlerine etkisi araştırılmaktadır. Çalışma Üsküdar üniversitesi klinik psikoloji yüksek lisans öğrencisi Bahar Çelik tarafından, Prof. Dr. Sultan tarlacı danışmanlığında yürütülen bir tez çalışmasıdır. Bu çalışma gönüllülük esasına dayalıdır. Çalışmaya katılmayı seçtiğiniz takdirde, çalışmanın herhangi bir aşamasında herhangi bir neden belirtmeksizin istediğiniz an formları cevaplandırmayı sonlandırma hakkına sahipsiniz. Aşağıda kendinize ait birtakım bilgiler istenmektedir. Cevaplarınız gizli tutulacak ve sadece araştırma kapsamında kullanılacaktır. Boş bırakmamanızı ve samimiyetle cevap vermenizi dilerim. Çalışma bittikten sonra sonuçlar hakkında bilgilendirme isterseniz e-posta yoluyla bize ulaşabilirsiniz.

Psikolog Bahar ÇELİK

baharcelik_95@outlook.com

Katılımınızdan dolayı teşekkür ederim.

1. Kaç yaşındasınız?
 - ☐ 18- 24
 - ☐ 25-34
 - ☐ 35-44
 - ☐ 45-54
 - ☐ 55-64
 - ☐ 65 yaş ve üstü
2. Cinsiyetiniz nedir?
 - ☐ Kadın
 - ☐ Erkek
3. Eğitim durumunuz nedir?
 - ☐ Ortaokul mezunu
 - ☐ Lise mezunu
 - ☐ Üniversite mezunu
 - ☐ Lisansüstü
4. Medeni haliniz nedir?
 - ☐ Bekar
 - ☐ Evli
5. Hangi sosyal medya araçlarını kullanırsınız? (Birden fazla şıkkı seçebilirsiniz)
 - ☐ Facebook
 - ☐ Twitter
 - ☐ Instagram
 - ☐ Tiktok
 - ☐ Discord
6. En çok hangi sosyal medyayı kullanırsınız? (Lütfen tek şık seçin)
 - ☐ Facebook
 - ☐ Twitter
 - ☐ Instagram
 - ☐ Tiktok
 - ☐ Discord

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

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine **X** işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım ④ Bana Uygun ⑤ Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤

Ölçeğin Puanlaması

Gerçekleştirilen açımlayıcı ve doğrulayıcı analizler sonucunda SMBÖ-YF'nun beşli Likert tipi, 2 alt boyut (sanal tolerans ve sanal iletişim) ve 20 betimlemeden oluşan bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Sanal tolerans alt boyutu 1-11'inci maddeler, sanal iletişim ise 12-20'inci maddelerden oluşmaktadır. 5. ve 11. maddeler ters puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 100, en düşük puan ise 20'dir. Puanın yüksek olması bireyin kendisini "sosyal medya bağımlısı" olarak algıladığı biçiminde değerlendirilmektedir.

YAKIN İLİŞKİLERDE YAŞANTILAR ENVANTERİNİN KISA FORMU (YİYE-II-K)

Yakın zamanda tanıştığınız, karşılıklı sevgi hissedip yakınlaşmaya başladığınız (daha ilk evrelerinde olan) arkadaşlık ilişkilerinizi düşünün. Eğer şu sıralar bu evrede olan herhangi bir ilişkiniz yoksa geçmişte yaşadığınız böyle dönemleri hatırlayın. Aşağıdaki soruları lütfen bu evredeki ilişkilerinizi düşünerek yanıtlayınız. (Yaşadığınız hisleri ortalama olarak düşünün.)

1) Özel duygu ve düşüncelerimi yakınlaştığım arkadaşlarımla paylaşmak konusunda kendimi rahat hissedirim.	Bu ifade sizi ne kadar tanımlıyor? ☐ HİÇ ☐ ÇOK AZ ☐ AZ ☐ ORTA ☐ FAZLA ☐ ÇOK FAZLA ☐ TAM
2) Yakınlaştığım arkadaşlarıma kolay kolay açılmam.	Bu ifade sizi ne kadar tanımlıyor? ☐ HİÇ ☐ ÇOK AZ ☐ AZ ☐ ORTA ☐ FAZLA ☐ ÇOK FAZLA ☐ TAM
3) Genellikle, yakınlaştığım arkadaşlarımla sorunlarımı ve kaygılarımı tartışırım.	Bu ifade sizi ne kadar tanımlıyor? ☐ HİÇ ☐ ÇOK AZ ☐ AZ ☐ ORTA ☐ FAZLA ☐ ÇOK FAZLA ☐ TAM
4) Zor zamanlarımda, yakınlaştığım arkadaşlarımdan yardım istemek bana iyi gelir.	Bu ifade sizi ne kadar tanımlıyor? ☐ HİÇ ☐ ÇOK AZ ☐ AZ ☐ ORTA ☐ FAZLA ☐ ÇOK FAZLA ☐ TAM
5) Başımdan geçenleri yakınlaştığım arkadaşlarımla konuşurum.	Bu ifade sizi ne kadar tanımlıyor? ☐ HİÇ ☐ ÇOK AZ ☐ AZ ☐ ORTA ☐ FAZLA ☐ ÇOK FAZLA ☐ TAM
6) Yakınlaştığım arkadaşlarıma rahatlıkla güvenip inanırım.	Bu ifade sizi ne kadar tanımlıyor? ☐ HİÇ ☐ ÇOK AZ ☐ AZ ☐ ORTA ☐ FAZLA ☐ ÇOK FAZLA ☐ TAM
7) Sıklıkla, yakınlaştığım arkadaşlarımdan beni gerçekten sevmediği kaygısına kapılırım.	Bu ifade sizi ne kadar tanımlıyor? ☐ HİÇ ☐ ÇOK AZ ☐ AZ ☐ ORTA ☐ FAZLA ☐ ÇOK FAZLA ☐ TAM
8) Yakınlaştığım arkadaşlarımdan beni, benim onları önemseyemediğim kadar önemsemeyeceklerinden endişe duyarım.	Bu ifade sizi ne kadar tanımlıyor? ☐ HİÇ ☐ ÇOK AZ ☐ AZ ☐ ORTA ☐ FAZLA ☐ ÇOK FAZLA ☐ TAM
9) Yakınlaştığım arkadaşlarımdan zamanla benden uzaklaşacakları endişesine kapılırım.	Bu ifade sizi ne kadar tanımlıyor? ☐ HİÇ ☐ ÇOK AZ ☐ AZ ☐ ORTA ☐ FAZLA ☐ ÇOK FAZLA ☐ TAM

Ölçeğin Puanlaması

Ölçek toplam 9 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin ilk 6 maddesi kaçınmacı bağlanma, geriye kalan 3 maddesi ise kaygılı bağlanma boyutunu ölçmektedir. Kodlama işleminden sonra ilk 6 maddenin ortalaması alınarak bireyin kaçınma düzeyi hesaplanır. Son 3 maddenin ortalaması alınarak da bireyin kaygı düzeyi hesaplanır.

Ters kodlanan maddeler: 1,3,4,5,6.

7'li derecelendirme yöntemine göre:

1 = Beni hiç tanımlamıyorum

4 = Beni orta düzeyde tanımlıyorum

7 = Beni tam olarak tanımlıyorum