



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÇİFTLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ DEPRESYON
VE İLİŞKİ DOYUMUYLA İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ**

Sena BOZKURT

**Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Merve Setenay İRİS KOÇ**

İSTANBUL-2021

T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÇİFTLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ DEPRESYON
VE İLİŞKİ DOYUMUYLA İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ**

Sena BOZKURT

**Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Merve Setenay İRİS KOÇ**

İSTANBUL-2021

YEMİN METNİ

Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkisi adlı bu çalışmanın kendi tez çalışmam olduğunu, planlanmasından yazımına kadar hiçbir aşamasında etik dışı davranışımın olmadığını, tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi beyan ederim.

Tarih

Adı Soyadı

İmza

ÖNSÖZ

Uzmanlık eğitimim süresince üzerimde emeği bulunan, hem mesleğe hem de hayata dair pek çok şey öğrendiğim Üsküdar Üniversitesi Klinik psikoloji bölümü hocalarına ve bu tezin hazırlanma döneminin başlangıcından sonuna kadar birikiminden yararlandığım, Danışman hocam Uzman Dr. Merve Setenay İris Koç’a teşekkür ederim.

Bu uzmanlığa karar verirken ailecek geçirdiğimiz o zor süreçte eğitimimi hayallerimi destekleyen, kendi hayatlarını görmezden gelen, hayatımın her döneminde fedakârlıklarını ve sevgilerini benden esirgemeyen, bugünlere gelmemde sonsuz pay sahibi olan anneme, babama ve kardeşime teşekkürlerin en büyüğünü borç bilirim.

Çalışmamda yanımda olan desteklerini esirgemeyen en yakın yol arkadaşşıma ve lisansımda benim için çok değerli olan dostlarıma çok teşekkür ederim.

ÖZET

Araştırmada çiftlerin sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkisi incelendi. Araştırma 2020-2021 öğretim yılı güz döneminde mail üzerinden elektronik ortamda 201 çift tarafından cevaplandı. Araştırmada ‘Sosyal Medya Bağımlılığı’, ‘Beck Depresyon’ ve ‘İlişki Doyumu’ ölçekleri kullanıldı. Değişkenler arasındaki ilişkileri incelemede korelasyon analizi, bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanıldı.

Araştırma sonuçlarına baktığımızda çiftlerin sosyal medya bağımlılığı ile ilişki doyumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmadı. Sosyal medya bağımlılığı puanları yükseldikçe depresyon puanlarının yüksek olduğu ve depresyon puanları düştükçe ilişki doyumu puanlarının yüksek olduğuna yönelik anlamlı bir sonuç bulundu.

Cinsiyete göre incelediğimizde çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumu arasında anlamlı bir fark bulunmadı. Yaşa göre incelediğimizde çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ve ilişki doyumu arasında anlamlı bir fark bulunurken depresyon ile anlamlı bir fark bulunmadı. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığına göre çocuk sahibi olma, sosyal medya kullanımı, sosyal medyada geçirilen süre, partneriyle birlikte yaptıkları aktiviteleri sosyal medyada paylaşım yapma ve partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirme arasında anlamlı bir fark bulunmadı. Depresyona göre çiftlerin yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğuna ilişkin anlamlı bir fark bulunmadı. İlişki doyumuna göre çiftlerin ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğuna ilişkin anlamlı bir fark bulundu ve partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirmesine ilişkin anlamlı bir fark bulunmadı.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Bağımlılığı, Depresyon, İlişki Doyumu, Partner, Bağımlılık.

ABSTRACT

EXAMINING THE RELATIONSHIP OF COUPLES SOCIAL MEDIA ADDICTION TO DEPRESSION AND RELATIONSHIP SATISFACTION

The study examined the relationship of couples social media addiction to depression and relationship satisfaction. The research was answered electronically by 201 couples via mail in the fall semester of the 2020-2021 academic year. The study used 'social media addiction', Beck Depression Inventory and 'relationship satisfaction' scales. Correlation analysis, independent sample t test and one-way variance analysis were used to examine the relationships between variables.

Looking at the results of the study, there was no significant relationship between couples ' social media addiction and relationship satisfaction. A significant result was found that depression scores were high as social media addiction scores rose and relationship satisfaction scores were high as depression scores fell.

When we examined it by gender, there was no significant difference between social media addiction, depression and relationship satisfaction in couples. When we examined it by age, there was a significant difference between social media addiction and relationship satisfaction in couples, while there was no significant difference between depression. According to the social media addiction scale, there was no significant difference between having children, using social media, spending time on social media, sharing their activities with their partner on social media, spending time on social media while the partner was together. According to depression, there was no significant difference in how often couples resort to social media to avoid periods of distress. With respect to relationship satisfaction, there was a significant difference in how often couples used social media to avoid relationship difficulties, and there was no significant difference between spending time on social media while they were with their partners.

Keywords: Social Media Addiction, Depression, Relationship Satisfaction, Partner, Addiction.

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	i
ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ	viii
KISALTMALAR LİSTESİ	x
1. GİRİŞ	1
1. 1. Sosyal Medya	1
1.1.2. Sosyal Medyanın Temel Özellikleri	2
1.2 Sosyal Medya Bağımlılığı	2
1.2.1.Sosyal Medya Bağımlılığı Tanı Kriterleri	4
1.3. İlişki Doyumu ve Sosyal Medya Bağımlılığı	6
1.4. Depresyon ve Sosyal Medya Bağımlılığı	7
1.5. Araştırmanın Amacı	9
1.5.1. Problem Cümlesi	9
1.5.2. Alt Problemler	10
1.5.3 Araştırmanın Önemi	10
1.5.4.Varsayımlar	11
1.5.5. Sınırlılıklar	11
1.5.6. Tanımlar	12
1.5.6.1. Sosyal Medya Bağımlılığı	12
1.5.6.2. Depresyon	12
1.5.6.3. İlişki Doyumu	13
2. GENEL BİLGİLER	14
2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Kuramsal Çerçeve.....	14
2.1.1.Doyumlar ve Kullanımlar Kuramı	14
2.1.2. Bilişsel Davranışçı Model	14
2.1.3. Sosyal Beceri Modeli	14

2.1.4. Sosyal Bilişsel Model	15
2.2. Depresyon ile ilgili Kuramsal Çerçeve	15
2.2.1. Davranışçı Kuram	15
2.2.2. Psikanalitik Kuram	15
2.2.3. Bilişsel Kuram	16
2.3. İlişki Doyumuyla İlgili Kuramsal Çerçeve	16
2.3.1. Birey Merkezli Yaklaşım	16
2.3.2. Seçim Kuramı	16
2.3.3. Sosyal Öğrenme Kuramı	17
2.3.4. Bağlamsal Model	17
2.4. Yapılan Çalışmalar	17
3. GEREÇ ve YÖNTEM	24
3.1. Araştırmanın Modeli	24
3.2. Araştırma Grubu	24
3.3. Veri Toplama Araçları	27
3.3.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu (SMBÖ- YF)	27
3.3.2. Beck Depresyon Ölçeği (BDÖ)	27
3.3.3. İlişki Doyumu Ölçeği	28
3.4. Kişisel Bilgilendirme Formu	28
3.5. Veri Toplama Süreci	28
3.6. Verilerin Analizi	29
4. BULGULAR	30
5. TARTIŞMA	35
5.1. Cinsiyete göre çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumu arasındaki ilişki	35
5.2. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla arasındaki ilişki	36
5.3. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumunun yaş ile ilişkisi	37
5.4. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının çocuğu olup olmamasıyla ilişkisi	38
5.5. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının sosyal medya kullanımıyla ilişkisi	38
5.6. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının sosyal medyada geçirilen süreyle ilişkisi ...	38

5.7. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının partnerinizle birlikte yaptıkları aktiviteleri sosyal medyada paylaşmasıyla ilişkisi	39
5.8. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının partnerinizle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirmesi arasındaki ilişki	39
5. 9. Çiftlerde depresyon ile ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu arasındaki ilişki	39
5.10. Çiftlerde ilişki doyumunun ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu arasındaki ilişki	40
5.11. Çiftlerde ilişki doyumu ölçeğinin puanlanmasına göre partnerinizle birlikteyken sosyal medyada ne kadar zaman geçirmesiyle arasındaki ilişki	40
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	41
6.1. Sonuç	41
6.2. Öneriler	42
7. KAYNAKLAR	43
EKLER	47
EK-1. Demografik Bilgi Formu	47
EK-2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)	48
EK-3. Beck Depresyon Ölçeği	49
EK-4. İlişki Doyumu Ölçeği (İDÖ)	52
EK-5. Özgeçmiş	54

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Yaş dağılımı.....	24
Tablo 2: Medeni durum.....	25
Tablo 3: Çocuğunuz var mı dağılımı.....	25
Tablo 4: Öğrenim düzeyi.....	25
Tablo 5: Sosyal medya kullanımı dağılımı.....	26
Tablo 6: Sosyal medyada ne kadar zaman geçiriyor dağılımı	26
Tablo 7: Partneriyle birlikte yaptığı aktiviteleri sosyal medyada paylaşır dağılımı	26
Tablo 8: Partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirmesi dağılımı	26
Tablo 9: İlişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu dağılımı	27
Tablo 10: Araştırma değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	30
Tablo 11: Cinsiyete göre çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumu- muna ilişkin T-testi Sonuçları.....	30
Tablo 12: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkisi Pearson Momentler çarpımı sonuçları	31
Tablo 13: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı depresyon ve ilişki doyumunun yaşa iliş- kin T-testi sonuçları	31
Tablo 14: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile çocuğu olup olmamasına ilişkin T-testi sonuçları	32
Tablo 15: : Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanımına ilişkin T- testi sonuçları	32
Tablo 16: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyada geçirilen süreye ilişkin Anova sonuçları	32

Tablo 17: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının partneriyle birlikte yaptıkları aktiviteleri sosyal medyada paylaşımına ilişkin T-testi sonuçları	33
Tablo 18: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirmesine ilişkin T-testi sonuçları	33
Tablo 19: Çiftlerde depresyon ile ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğuna ilişkin Anova sonuçları	33
Tablo 20: Çiftlerde ilişki doyumunun ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğuna ilişkin Anova sonuçları	34
Tablo 21: Çiftlerde ilişki doyumu ölçeğine göre partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirmesinin Anova sonuçları	34

KISALTMALAR

İDÖ	: İlişki Doyumu Ölçeği
ort	: Ortalama
KT	: Karaler Toplamı
KO	: Karaler Ortalaması
yy	: Yüzyıl
vb.	: Ve benzeri
DSM-5	: Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Kitabı
SMBÖ-YF	: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu
BDÖ	: Beck Depresyon Ölçeği
SPSS	: Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı
Ss	: Standart sapma
SMB	: Sosyal medya bağımlılığı
D	: Depresyon
İD	: İlişki doyumu
Sa	:Saat

1. GİRİŞ

1.1. Sosyal Medya

Yeni medyayla birlikte sosyal medyanın ilerleyişi, sahip olduğu yeniçağın özellikleriyle birlikte geçmişte kültürel olarak herkes tarafından kullanılan medyaya göre daha çabuk gelişim göstermiştir. Sosyal medyanın tanımı araştırıldığında literatürde birçok tanımı bulunmaktadır. Farklı araştırma yapan kişiler sosyal medyayı, kişiler arasındaki karşılıklı iletişimi sağlayan, ortak yaşam paylaşan kişilerin yaptıkları paylaşımları çoğaltan ve kişilerin kendisine ait profilini ve iletişim kurmak istediği arkadaşlarını sıralama imkanı veren internet ağı adı verilen sistemler olarak adlandırılır. Bir başka tanım ise sosyal medya belirli bir ortam ve zaman engeli olmaksızın, insanların karşılıklı iletişim kurabildiği, paylaşımlar yapabildiği, tartışmalarla fikirlerini rahatlıkla ifade edebildiği internet oluşumlu sosyal platformdur (Vural ve Bat, 2010).

İnternetin sıklıkla kullanılmasında artış yaşanırken, bu artışla birlikte sosyal medyada bulunma oranı artmıştır. İlerleyen yıllarda karşımıza çıkacak önemli durum internet kullanımının büyük bir parçası sosyal medya aracılığıyla kullanılacağı görüşü ileri sürülmüştür. Sosyal medya uygulamaları iletişim kurmak dışında, oyun oynama, bilgi edinme, literatür tarama gibi birçok seçenek sunarak, insanların birçok isteğini karşılayabilme ihtiyacı içerisine girmiştir. İlerde ulaşmak istediğini aklın alıp alamayacağı sayısız birçok şeyi sosyal medyada bulan kişilerin ihtiyaçlarını karşılayacak farklı bir uygulama kullanma isteğinde bulunmayacakları söylenmektedir (Tektaş, 2014).

İnternet, sağladığı birçok olanaklar sayesinde insanların hayatını kolaylık sağlamakta, seçenekler sunmakta ve yaşayış tarzını geliştirmektedir. Bunlardan en önemlisi ise pratik ve hızlı iletişimdir. Günümüzde geçmişte ortaya çıkan iletişim araçlarının sırasını alan sosyal medya ile bireyler karşılıklı daha rahat iletişim sağlayabilmekte ve iletişim grupları aracılığıyla paylaşımlarıyla birlikte kendilerini ifade edebilmektedir. İnternette yer alan iletişim araçlarının en dikkat çeken ve baş faktörü ise sosyal medyadır (Demir, 2016). İnsanlar sosyal medyadan vazgeçemez bir duruma girmişler ki, gündelik yaşamlarında tıpkı insanların yaşamları için gerekli olan organlarımız gibi görevler yerine getirmektedir. Çünkü sosyal siteler, aynı kalp ve beyin gibi standart görevleri vardır ve insanların yaşamında bu görevleri yerine getirmeye çalışır. Nasıl ki insanlar organları olmadan hayatta kalamazlar aynı işlev için de sosyal

medya olmadan da nefes alamayacaklarını düşünmektedirler. Ayrıca insanın bedeninde kalp hislerimizi beyin ise, vücudun diğer görevlerini yerine getiriyor ise, sosyal medyanın da insanlar için benzer durumları yerine getirdiği söylenir. Sosyal medyanın kişilere verdiği bu cesaret hissinden anlaşılan, hayatının bütününde ve sosyal kimlik oluşturma da bu cesaretin oluşmasıyla harekete geçtikleridir(Ünlü, 2018). Bunu dışında Maslow'un ihtiyaçlardan oluşan basamaklarında yer alan saygı görme ihtiyacı düşünüldüğünde, insanların sosyal medya kullanımıyla kendisine bir konum elde ettiği, kendisini bir grup veya topluluğun üyesi olduğu ve bu şekilde oluşturduğu iletişim ortamıyla saygı gördüğünü dile getirebiliriz. Birey kendisini bir yere aitmiş hissi uyandırıyorsa, ait olduğu yerde saygı görüyorsa, kendisini üstün görmeye başlar ve dolayısıyla mükemmelliğe doğru bir kayma olabileceği söylenmektedir (Ertürk ve Kıyak, 2011, aktaran Ünür, 2016).

1.1.2. Sosyal Medyanın Temel Özellikleri

Sosyal medyanın özelliklerine baktığımızda şu şekilde tanımlanmaktadır:

Süre ve mekânın sınırsız olmasıyla, paylaşımın ve tartışmanın yapılabildiği bir internet uygulamaları serüvenidir.

Bireyler, kendi tasarladıkları içerikleri çok kolay bir şekilde internet ortamında ve mobil ortamda herkesle paylaşabilmektedir.

Bireyler, başka sosyal medya kullanan kişilerin paylaşımlarını, takip ettiği ya da etmediği kişilerin yaptığı yorumları görebilmektedir.

Birey, hem takip edebilen hem de takip edilen bir konumdadır.

Sosyal medya bağımlılığının temeli, kuralları oluşturulmuş bir iletişim ağı değil samimi bir sohbet tarzına dayanır.

Sosyal medyaya ayrıntılı bakıldığında resmi olmadıkları ve zamanla kullanan kişiler arasında bir kirli bilgi akışı olduğu görülmektedir (Mavnacıoğlu, 2009, aktaran Öztürk, 2015).

1.2. Sosyal Medya Bağımlılığı

Facebook'un bütün dünyada kullanılmaya başlaması ile birlikte adı gündemden düşmeyen sosyal medya uygulamaları, zaman ilerledikçe var olan uygulamalara

güncellemeler gelerek yenileri eklenmiş ve kullanıcı talebini arttırarak sosyal medya uygulamaları kullanılmaya devam etmektedir. Zaman geçtikçe sayısı artan bu uygulamalar, “bağımlılık” seviyesinde olan kişileri zaman geçtikçe artmasıyla birlikte sosyal medya bağımlılığının tanımlanması bir gereksinim olduğu ortaya çıkmıştır(Ünlü, 2018).

Sosyal medyada dikkat çeken tanımlardan birisi bağımlılık da bireyin huzursuzluktan kendisini uzaklaştırma eğilimi içerisinde bulunmasıdır. Bağımlılık yaratan durumlardan biri de bireylerin kendilerini rahatsız edecek durumlardan uzaklaşmasına yardımcı oluyorsa daha çok tercih edilmektedir. Fakat kullanım süresinin artmasıyla; kullanılan sosyal medya uygulamaları bireyleri sıkıntıdan uzaklaştırırken, aynı zamanda tekrar rahatsızlık durumu yaşadığında (en azından aynı kullanımların eski hazzı ya da isteği artık vermemeye başlaması), bu durumdan kurtulmak için ise daha fazla araca yönelme isteğinde bulunduğu görülmektedir. Bu devam eden süreç özellikle madde bağımlılığın anlaşılmasında temel işaretlerden birisi olabilmekle birlikte sosyal medya bağımlılığı içinde geçerli olduğu söylenebilir(Hazar, 2011).

Teknoloji dünyasında öne çıkan ve herkes tarafından tercih edilen internetin topluma sağladığı en göze çarpan avantajlardan bazıları da süre ve ortam sınırlamasını ortadan kaldırması olmuştur. Süre ve mekânsal sınırlamaların yok olmasıyla günümüzde toplumun yaygın olarak kullandığı iletişim biçimlerinden biri olan karşılıklı iletişim farklı bir platformda gerçekleşen yüz yüze olmayan bir iletişime geçmişlerdir. Bu sanal ortamda ortaya çıkan bu yeni iletişim tarzı insanlara farklı bir bakış açısıyla bakıldığında kolay bir şekilde ilişkiler kurabilmesine olanak sağlarken başka bir taraftan da farklı bağımlılıklara sebep olabilecek, onları bireyselliğe sürüklemeyebilir veya yalnızlaştırabilmektedir. Buda sosyal medyanın insanlar üzerinde kötü sonuçlara sebebiyet verebilecek durumlardan biridir. İnsanların bu bağımlılıktan hangi boyuttan ve ne kadar seviyede etki edeceği kişinin sanal iletişimi nasıl kullandığı ve kendisini sanal olmayan iletişimden kopartıp kopartmayacağına bağlı olarak ancak anlaşılabilir (Güleç, 2018).

İnsanların günümüz şartlarında yorucu iş temposu ve iş hayatı dışında bazı etkinliklerde aileyle birlikte geçirilecek zamanları değerlendirememesinin sebebi olurken bireyler yalnızca bu vakitler dışında akşam toplanabilmektedirler. Fakat akşam bir araya gelince, aile bireylerinin birlikte vakit geçirmeyen ve aynı mekânı paylaşan fakat iletişim kurmadan yaşam süren ailelerin olduğunu görmekteyiz. Geleneksel dönemden modern çağa doğru giderken bu durumdaki farklılığa baktığımızda bu durumun sebebi olarak ilk

başta iletişimin sağlandığı teknolojik araçlara bağımlılık, günümüzde de internet bağımlılığı olduğunu söyleyebiliriz. Bu bağımlılığın ise kullanım olarak en çok tercih edilen sosyal paylaşım uygulamaları Instagram, Facebook, Twitter gibi sosyal medya uygulamaları olduğudur. Daha farklı uygulamalar geliştirilen Snapchat, Myspace, Swarm, , Bip, Twitter, Netlog vb. gibi sosyal medya iletişim ve paylaşım araçları 20. yy da oldukça ün yaptığı görülmektedir. Bakıldığında 20 yy'den sonra ortaya çıkan sosyal medya iletişim ağlarına en ünlü olanı Facebook olmuştur. Şuan ülkemizde genç yetişkinlerin daha fazla kullandığı sosyal medya uygulamaları Whatsapp, Facebook, Twitter ve Instagram'dır(Güleç, 2018).

Sosyal medya uygulamalarının özelliklerine baktığımızda, bu ortamları oldukça daha göze çarpacak hale getirerek özelliklerin kişileri etkisi altında bıraktığı ve yaşamlarının bir parçası haline getirdiği sürekli oradan çıkamama isteğinde bulunma durumu ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum, sosyal medyayı iyi tarafından faydalanması yanında bazı sorunların ortaya çıkmasına ve bu sorunları ortadan kaldırmak için birtakım çözüm yollarının araştırılmasına sebep olmuştur. Devamlı sosyal medyada vaktini geçiren bireylerin aileye ayırdıkları vaktin giderek azalması özellikle sorun olarak araştırılması istenen durumlardan sadece bir tanesidir. Günümüzde çoğu kişinin iletişimi sosyal medya aracılığıyla kurduğu gözlemlenmektedir. Toplumsal paylaşım sitelerinde ortaya çıkan çoğu zaman medyayla oluşturulmuş yaşam alanı ile yaşadıkları gerçek yaşam arasındaki ince çizgiyi farkında olunmadığı için dost bulma, siyasi ve sosyal fikirler üzerine tartışma, fikir alışverişi yapma, sosyal medya aracılığıyla görüşme ve yeni kişiyle tanışmaların ilişkiyi pekiştirerek evlenmek gibi ciddi kararların alınması ve hayatıyla ilgili adımların atıldığı da görmekteyiz. Yani sosyal medya kullanıcıları gerçek yaşamda yaptıkları birçok etkinliği artık sanal ortamda da gerçekleştirebilme koşullarına sahip olmuşlardır. Bu durum beraberinde birçok problemlerin ortaya çıkması kaçınılmaz olmuştur (Güleç, 2018).

1.2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Tanı Kriterleri

Sosyal medya bağımlılığı DSM-V kitabında bir bozukluk olarak tanımlanmamaktadır. Fakat literatür de sosyal medya bağımlılığı bir davranışsal bozukluk ifadesiyle tanımlanabilir(Griffiths, 2005: 191).

Sosyal medya bağımlılığının belirtilerine baktığımızda, bireyin sosyal medya bağımlısı olup olmadığını gösteren kesin bir belirti olmasa da bazı belirtiler olabilir. Sosyal medya bağımlılığının on yaygın belirti diyebileceğimiz bilgiler: Sabah uyanır uyanmaz sosyal medyaya bakıp sosyal medya uygulamalarında durumunuzu sürekli güncel tutuyorsanız, zamanınızı önemsiz şeylerle geçirerek ve yapmanız gereken şeyleri sosyal medya yüzünden erteliyorsanız, telefonunuza gelen bildirimleri her zaman ve her yerde bakma ihtiyacında oluyorsanız, gittiğiniz her yerin konumunu paylaşma ihtiyacı duyuyorsanız, gördüğünüz her şeyin fotoğrafını çekip paylaşıyorsanız, eğer sosyal medya hayatınızdan çıkaramadığınız bir parçanız olmuş ise, boş zamanlarınızda yaptığınız ilk aktivite sosyal medyanıza girmek oluyorsa, arkadaşlarınızla iletişim kurarken sadece sosyal medyayı uygulamalarını tercih ediyorsanız, aldığınız beğeni ve yorumları sürekli olarak kontrol etme ihtiyacı hissediyorsanız, internet bağlantısı olmadığı zamanlarda kendinizi kötü hissediyorsanız ve internete girmeyi arzuluyorsanız sosyal medya bağımlısı olabilirsiniz(“Ekibi Wisdom Post ve Sophia in Sosyal Medya Bağımlılığı,” 2020).

Griffiths, (2005), aktaran Çömlekçi ve Başol, (2019), sürekli kullanımın bağımlılık sayılabilmesi için altı ögenin birlikte olması gerektiğini zorunlu olduğunu ileri sürmüştür. Bunlar aşağıdaki gibidir:

Belirleyicilik: Kişinin hayatındaki tek önemli etkinlik olan sosyal medyanın sürekli kullanımı ile düşünce, duygu ve davranışları ele geçirmiş olması. Sosyal ağlarda zaman geçirilmediği anlarda bile sürekli çevrim içi olunacak anı düşünmek.

Ruh Hali Değişikliği: Kişilerin aşırı sosyal medyada vakit geçirmeleri sonucunda sübjektif deneyimler ve üstesinden gelebilecek tarz geliştirmesi. Örneğin kişi olması gerekenden daha fazla iyi hissetmesi, ya da tam tersine hiç bir şey hissetmemesi.

Tolerans: Sosyal medya kullanımıyla birlikte istediği ruhsal hale yeniden dönebilmek için kullanımı (sosyal medyada geçirilen zamanı) git gide fazlalaştırmak.

Yoksunluk Semptomları: Kişilerin kendilerini iyi hissetmemeleri, tatilde, işte olmaları vb. nedeniyle sosyal medyaya girememeleri nedeniyle ortaya çıkan rahatsız edici duygu durumları ve/veya karamsarlık, sinirlilik gibi fiziksel belirtilerin olması.

Çatışma: Kişinin sosyal medyada çok fazla vaktini harcaması durumunda çevresindeki insanlarla, diğer etkinlikler bağlamında (hobiler, diğer ilgi alanları) ve kendi içerisinde yaşadığı çatışmalar.

Döngü: Yoğun sosyal medya kullanımı sonrasında önceki durumlarda oluşan tüm belirtilerin nüksetmesi, kısa süreli kontrol edildikten sonra belirtilerin artarak ileri boyuta gelmesi.

1.3. İlişki Doyumu ve Sosyal Medya Bağımlılığı

İlişki doyumunu kişilerin birlikteliklerine yönelik mutluluk, hoşnutluk ve doyum duygularının kişisel bir yorum olarak tanımlar. Hendrick'e göre ilişki doyumunu, bireyin ilişki içerisinde karşısındakine yönelik hissi, düşünce ya da davranışlarını tanımlar ve bağlılık, kendini ifade etme ve ilişkiye yönelik emek ile ilişkili bir durumdur (Hendrick, 1988; Hendrick ve diğerleri, 1988).Çiftler arasında ilişki doyumundaki temel nokta cinsel doyum seviyesidir. İlişkinin cinsel yönü ile doyum evli çiftlerde ilişkinin genel doyumunda gerçekten önemli bir noktaya işaret etmektedir. Özellikle evlilikteki mutluluk oluşumu ve işlevselliğin en önemli durumlarından biri cinsel doyum olarak görülmektedir. Evlilikte cinselliğin temel görevi, zevk paylaşımı, yakınlığın artırılması ve derinleşmesi, yaşamın ve evliliğin güçlüklerine karşı direnmedeki sıkıntıyı azaltmasıdır(Öztürk ve Arkar, 2014). Romantik ilişki doyumunu yaşayan kişiler daha uzun süre ilişkilerini sürdürebilmekte, olumlu etkileşimlerde bulunabilmektedirler (Amato, Booth, Johnson ve Rogers, 2007, aktaran Satıcı ve Deniz, 2018).Bağımlılık ise bir ilişkiyi sürdürmeye yönelik davranışsal niyeti içermektedir. Bağımlılık kavramının bu tanımına göre öznel normların ilişki bağlanımı üzerindeki etkileri aracılığıyla, sosyal ağ üyelerinin ilişki niteliklerini ve ilişki bağlanımı etkileyebileceği düşünülebilir. Çiftlerdeki bu ilişkiler öznel normların, ilişki doyumunun, sunduğu alternatiflerin niteliğini yorumlama eğiliminin, ilişkiye yönelik yatırım ve ilişki bağlanımının önemli bir açıklayıcısı olacağı beklenmektedir(Can ve Hovardooğlu, 2015). Çiftler romantik ilişkilerini yaşarken ise birbirleriyle daha çok vakit geçirerek kendi kişisel sosyal ağlarıyla daha az vakit geçirmeye başlamaktadırlar. Bireyin kendi sosyal ağından uzaklaşması, bireysel sosyal ağın paylaşılan bir sosyal ağa dönüşerek çiftlerin ortak bir sosyal medyayı paylaşmalarına olanak sağlamaktadır. Çiftlerin ortak yaşam alanlarının artmasıyla birlikte, ortak kullanacakları sosyal ağları da artış göstermektedir ve her birinin arkadaşlık kurduğu sosyal medyadaki kişilerin benzerlik sayısı da artmaktadır (Milardo, 1982). Sosyal medyada kurulan iletişim yüz yüze kurulan iletişime göre daha konforlu ve rahat bir biçimde yapılmaktadır. Ancak dikkat edilmesi gereken kısım sanal ortamda sosyalliğe doğru ilerlerken fiziksel anlamda bireyselleşmenin olması kaçınılmazdır. Sanal ortamda

yalnız değilim hissi bireyi her ne kadar tatmin ediyor gibi görünse de hem fizyolojik hem psikolojik ciddi sıkıntılara yol açtığı gözden kaçmamalıdır. Çünkü bireylerin her türlü ilişkilerini sadece ekran aracılığıyla sürdürmesi yeterli değildir. Bu durum bir müddet sonra çölde görülen serap gibi anlamını yitirmeye başlayacaktır. Sanal ortamda yeni dostluklar kurmak için tanımadığı kişilerle etkileşim içerisinde olmak evlilikleri olumsuz yönde etkilemektedir. Günümüzde evli çiftlerin ayrılık kararları almasında artma başlamıştır. Duygusal anlamdaki birlikteliklerin de sosyal medya ile birlikte çöküntü yaşamadı kaçınılmaz olmuştur (Güleç, 2018). Sosyal medya ağlarının etkisi gençler üzerinde sosyal ilişkilerin bozulmaya başlamasıyla yetişkinlerde durum ise evli çiftlerin birlikteliklerini bitirme durumu gün geçtikçe arttırıcı yönde etkilemektedir. Bazen evli bireyler eşlerinden çok eşlerinin eskiden konuştuğu kişileri takipte bulunduklarını söylemektedirler. Özellikle genç kadınlar arasında sosyal medya bağımlılığı gitgide arttığı yapılan çalışmalarda göze çarpmaktadır. Bu durum da kadınların sosyal medya kullanırken takipleştiği kişiler çiftler arasındaki güven problemini ortaya çıkararak ilişkilerde kopmaya sebep olabilmektedir. Ayrıca sürekli sosyal medyada sosyalleşmeye çalışan bireyler eşlerini ve çocuklarını da ihmal ettikleri görülmektedir(Harzadın, 2012: 4, aktaran Güleç, 2018). Öyle ki evli bireylerin boşanmaları normal koşullar altında, bireyselleşmenin olmasıyla, evlilik dışı ilişkileri insanlara normal gösterilmesi, cinsel hayattaki sıkıntılar, aile içi şiddetin her türlüsünü yaşamaları, aldatma, içinde bulunan hayattan, içten, evden, eş ve çocuklardan tatmin olunamama, geçim sıkıntısı, tartışma gibi nedenlerden de yaşanabilmektedir. Ancak baktığımızda 21. yüzyılda evli çiftlerin sorun yaşamalarına ve ayrılmalarına sebep olan ya da aracı olan diğer önemli unsur da diğer unsurların yanında sosyal medya olmuştur. Sosyal medyada gerçekleştirilen bu etkinliklerin hem kültür yapısına hem aileye hem de kişilere belki de ilerde dzeltmeyeceğimiz zararlar verecektir. Maddi şeyler nasıl git gide daha fazla gerçeklikten uzaklaşıp sanallaşıyorsa bu durum manevi istekler ve kültürel durumlar da gitgide değişecek ve sanal ortama uyum sağlamaya başlayacaktır (Kalan ve elik, 2019).

1.4. Depresyon ve Sosyal Medya Bağımlılığı

Depresyon kelime anlamı kknlktr. Kişinin ruhsal olarak üzüntülü çökkün keder mutsuzluk karamsarlık ilgi ve istek kaybı durgunluk gibi belirtileri göstermesine depresyon denir. En önemli belirtisi de umutsuzluk ve istek kaybıdır. Depresyon

normalde de ortaya çıkabilen durumken ruhsal rahatsızlık olarak adlandırılmaktadır (Türkçapar, 2019:67).

Bazı durumlarda sosyal medya stres, yalnızlık, depresyon ve kaygı gibi psikolojik rahatsızlıkların hafifletilmesi için kullanılan bir araç olarak görülse de aşırı kullanım durumlarında kullanıcılarda bağımlı olma ve buna bağılı olarak psikolojik ve davranışsal sorunlar da görülebilir. Bireylerin sosyal medyayı kullanamadıklarında sinirlilik, kaygı vb. duyguların daha kötüye gider bir hal aldığını dile getirmek yanlış olmayacaktır(Diker ve Taşdelen, 2017).

Young (1996), insanların yaşamlarında kurdukları birlikteliklerinde geri çekilmenin ve içe dönüklüğün sorunlu internet kullanımının bir nedeni olduğunu ifade etmiştir. Sosyal izolasyon artışının bilgisayar üzerinde uzun zaman geçiriyor olmanın bir sonucu olduğunu ve buna bağılı olarak duygu durum bozukluğunun görülme riskini arttığı görülmektedir. Bilgisayar aracılığı ile iletişim, konuşurken ki gibi sözel olmayan jest ve mimiklerin kullanımını, sosyal etkiyi, yüksek sesle konuşma, fiziksel teması ve sosyal mesafeyi azaltmaktadır. Bu nedenle ses, göz teması ve yüz ifadesinin olmaması toplantı ve konuşmalardaki sorunları aşmak için yardımcı elektronik cihazların kullanımı depresif kişilerde daha az tehdit edici olmaktadır. Çünkü fikir paylaşımı daha kolay yapmakta ve karşılıklı konuşma depresif kişilerde iletişim kurmayı rahat gerçekleştirme hissi vermediğinden bu durum onların kendilerini ifade etmelerine yardımcı olur (Kiesler, Siegal ve McGuire, 1984).

Günümüzde sosyal medya kullanımının artmasıyla kişiler yaşamlarının başka yönlerini aksatmaya başlamıştır. Bireyler yakın çevresi ile iletişim aracı olmadan doğrudan iletişim kurmak yerine sosyal medyayı tercih etmektedir. Sosyal medyanın yoğun şekilde kullanımı insanların beden hareketlerinde de azalmalara sebep olmuş, sosyal medyada geçirilen uzun süreler sonucunda bireylerin uyku düzenleri de etkilenmeye başlamış ve bireylerde uyku problemleri ortaya çıkmıştır. Görülen tüm bu belirtiler bireylerde depresyona belirtileri olmakla birlikte depresyona geçişe hazırlamaktadır. Bu durum bireyi sosyal olarak yalnızlaşmaya ve depresyon zeminine hazırlamaktadır(Choi, 2009). Depresif etkilerinin yanında, internet, sosyal medya ağlarının kullanımının kişinin kendisini mutlu ve güzel his yaratması üzerinde birtakım etkilere bıraktığı görülmüştür. Sadece sosyal medya kullanmanın mutluluk üzerinde etkisi olduğunu söylemek tek başına yetersizdir. Sosyal medya kullanımı, kişilerin mutluluğu, öznel iyi oluşu ve ruhsal olarak iyi oluşu bakımından değışkenlik göstermektedir. Bunda

da kişinin yaşadığı çevre, yaş, mesleği vb. gibi değişkenler etkili olmaktadır (Balcı ve Demir, 2018). Başka bir deyişle çökkün bireyler sosyal olarak kendilerini daha iyi hissetmek için interneti kullanmakta, bu durum da gerçek yaşamlarındaki kişilerarası ilişkilerinin daha kötüye gitmesine neden olarak internet bağımlılığı öte yandan sosyal medya bağımlılığının da tehlikeli bir durum haline getirmektedir (Batıgün ve Kılıç, 2011: 2-3, aktaran Demir, 2016). Bu etkilerin yanında gerçek hayatta yaşadıklarını her fırsatta sosyal medyada gösterme ihtiyacı hissetmekte ve paylaşımlarıyla dikkatleri üzerine çekmeye çalışarak kendilerinin ilgi odağı olmalarını istemektedir. Bu durum da bu kişilerin narsist bir eğilime doğru yöneltmekte ve zamanla gerçek yaşamındaki iletişim kurma beceresini yitirmektedir. Birey sosyal medya hesaplarında yaptığı paylaşımlara beğeni ya da yorumların yapılması onu mutlu etmekte ve duygu durumunu etkilemektedir. Bu şekilde başkaları tarafından dikkatleri kendi üzerine çekeceğini düşünmektedir (Güleç, 2018).

1.5. Araştırmanın Amacı

Araştırmada problemin amacı, problem cümlesi ve alt problemleri araştırmada araştırılacak hipotezleri, araştırmanın önemine, varsayımlarına, sınırlılıklarına ve araştırmanın temel kavramlarına dönük tanımlarına bu bölümde yer verilmiştir.

Bu araştırmanın amacı nişanlı, sevgili ve evli çiftlerin sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkisi olup olmadığını, depresyon ile ilişki doyumu arasında ilişki bulmaktır. Daha çok internet bağımlılığı ilgili yapılmış birçok araştırma bulunmaktadır fakat çiftlerdeki sosyal medya bağımlılığına, ilişki doyumu ve depresyon ile ilgili alanda çeşitli boşluklar mevcuttur. Özellikle depresyona yönelik yapılan çalışmalarda çiftlere yönelik az ve içerik açısından fazla bilgiye ulaşılamamıştır.

Sosyal medya bağımlılığını genellikle üniversite öğrencileri üzerinde yapılan çalışmalar mevcuttur. Bu araştırmanın hedefi, ilişki yaşayan yetişkinlerin depresyon düzeyleri ve ilişki doyumunun sosyal medya bağımlılığıyla ilişkisini göstermektedir. Bu amaca dönük, problem cümlesi ve alt problemler belirtilmiştir.

1.5.1. Problem Cümlesi

18-39 yaş aralığındaki çiftlerin, sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkisi var mıdır?

1.5.2. Alt Problemler

- 1.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumu ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- 2.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkisi var mıdır?
- 3.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumu ile yaş arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- 4.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile çocuk sahibi olup olmaması arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- 5.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanıp kullanmaması arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- 6.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyada geçirilen süre arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- 7.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile partneriyle birlikte yaptıkları aktiviteleri sosyal medyada paylaşımı arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- 8.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile partneriyle birlikteyken sosyal medyada ne kadar zaman geçirmesi arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- 9.Çiftlerde depresyon ile ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- 10.Çiftlerde ilişki doyumu ile ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- 11.Çiftlerde ilişki doyumu ile partneriyle birlikteyken sosyal medyada ne kadar zaman geçirmesi arasında bir fark var mıdır?

1.5.3. Araştırmanın Önemi

Yeni bir yaşama atım atacak ya da atmış çiftler günümüz koşullarında ilişkilerini yaşayış stilleri değişmiştir. Son zamanlarda adını duyduğumuz birçok sosyal medya hesabı günümüz bütün insanlığı her konuda etki altına almış bulunmaktadır. Gün geçtikçe sosyal medya içerisinden bir yaşantı yaşamaya başlayıp bir bağımlılık gerçekleştirebilmektedir. Çiftler bu sosyal medyayı her açıdan kullanmakta olup sosyal

medya kullanımı esnasında depresif belirtiler eşlik edebildiği gibi ilişkilerde yaşanan doyumunda etkileyebilmektedir.

Çiftlerde zamanın değişen koşullarında sosyal medya yaşantısı ile birlikte depresyon eşlik edince ilişki doyumuyla bir ilişkisi olabileceği konusunda yapılan çalışmalar yetersizdir. İlişki doyumundan kastım kişinin yaşadığı ilişki memnuniyetiyle birlikte sosyal medyaya yansımaları ya da sosyal medya bağımlılığının ilişkileri etkilemesiyle çiftler arasındaki ilişki doyumuyla ilişkisi açısından farkındalık sağlayarak depresyon açısından incelenmesi ve çalışmamda sosyal medya bağımlılığının çiftlerde nasıl etkileri olabileceği açısından bakılmasının önemli olduğu gösterilecektir. Çünkü sosyal medya bağımlılığını daha çok lise ve üniversite öğrencileri üzerinde incelenmesi ve çiftlere yönelik araştırmaların yetersiz olduğu görülmüştür. Bu yüzden literatüre katkı sağlayabilmek adına çalışmalar yapılacaktır.

1.5.4. Varsayımlar

1. Bu araştırmada çiftlerin ölçekleri doldururken tarafsız ve içinden geldiği gibi cevaplara yanıt verdiği varsayılmaktadır.
2. Ölçeklerde yer alan soruların istenilen şekilde açık ve anlaşılır olduğuna dair katılımcılardan tarafından yanıtlandığı varsayılmaktadır.
3. Araştırmaya katılan çiftlerin verilen ölçek sorularına cevap verirken kendi istekleri doğrultusunda doldurdukları varsayılmaktadır.
4. Ölçek soruları araştırmanın amacına hizmet eder niteliğe sahiptir.

1.5.5. Sınırlılıklar

1. Bu araştırmaya katılan çiftlerin romantik ilişki sürelerinin ne kadar olacağına dair herhangi bir sınırlama yapılmamıştır.
2. Bu araştırmaya katılan katılımcıların yaş sınırı 18-39 olarak sınırlandırılmıştır.
3. Bu araştırmaya katılan katılımcıların sözlü, nişanlı, evli ve sevgili olmasıyla sınırlandırılmıştır.
4. Araştırmada incelenen Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğinin nitelikleriyle sınırlıdır.

5. Araştırmada incelenen ilişki doyumunu ölçmek için İlişki Doyumu ölçeği ile sınırlıdır.
6. Araştırmada incelenen depresyon düzeyi Beck Depresyon Ölçeğinin ölçtüğü özelliklerle sınırlıdır.
7. Katılımcıların kendilerine verilen ölçekleri yanıtlarken ortamdaki, çevreden, gürültüden ve diğer oluşabilecek sorunlardan izole bir yerle sınırlandırılmıştır.
8. Ölçekler iletişim ağı üzerinden uygulanmasıyla sınırlandırılmıştır.

1.5.6. Tanımlar

1.5.6.1. Sosyal Medya Bağımlılığı

İnterneti çok fazla olarak kullanan kişiler vakitlerinin büyük bir çoğunluğunu sosyal medya araçlarında geçirmektedir. Bu sosyal içerikli hesapların kullanıma sunduğu farklı kanalların çokluğu, çocuklardan yetişkinlere kadar her yaşı kendisine bağlayan bir cazibe odağı oluşturmakta, bu yoğun ilgi süresince, özellikle çocuklar ve gençlere, sunulan seçenekleri seçme şansı olmadan, farkında olmadan doğrudan almakta ve etkisi altında bırakmaktadır. Bu etkiler doğrultusunda içeriğin kendisinden kaynaklanan sıkıntılar olabileceği gibi aşırı kullanımdan kaynaklı ortaya tehlike oluşturabilecek problemler de çıkmaktadır. Bu tür ortamların çok sık kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan tehditlerden biri de (değişik tanımlarla adlandırılan internet, sosyal medya bağımlılığı gibi) bağımlılık olarak tanımlanmaktadır. İnternet bağımlılığının bir alt başlığıdır (Deniz ve Gürültü, 2018).

1.5.6.2. Depresyon

DSM-5'te depresyonun tanımı, farklı bölüm başlıklar altında bir araya getirilmiştir ve bu tanı süreye, durumlara ve depresyon türüne göre farklılıklar vardır. Tümüyle baktığımızda bireyin en az iki haftalık zaman içerisinde günlük hayatındaki işlevleri bozacak düzeyde fiziksel ve zihinsel değişimler, yoğun mutsuzluk, çökkünlük, kızgınlık ve önemsiz hissetme duyguları eşlik ederek ve belirtilerden en az beşini gösterme halidir (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2014:92).

1.5.6.3. İlişki Doyumu

Hawkings (1968) ilişki doyumunu kişilerin birlikteliklerine yönelik mutluluk, hoşnutluk ve tatmin duygularının kişisel bir yorum olarak tanımlar.

Hendrick'e göre ilişki doyumu, bireyin ilişki içerisinde karşısındakine yönelik hissi, düşünce ya da davranışlarını tanımlar ve bağlılık, kendini ifade etme ve ilişkiye yönelik emek ile ilişkili bir durumdur (Hendrick, 1988; Hendrick ve diğerleri, 1988).



2.GENEL BİLGİLER

2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı İle İlgili Kuramsal Çerçeve

2.1.1. Doyumlar ve Kullanımlar Kuramı

Aktif izleyici tezi içinde açıklanan en önemli kuramlardan biri Kullanımlar ve Doyumlar Kuramıdır (Katz, 1959, aktaran Yıldırım, Özdemir ve Alparslan, 2018). “Medya insanlara ne yapar?” sorusu yerine “İnsanlar medyayla neler yapar?” sorusunu sormuş ve kuramın temellerini oluşumunu sağlamıştır. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, kitle iletişim sürecini izleyici bakış açısından açıklamak için oluşturulmuş bir kuramdır (Fiske, 2015: 268, aktaran Yıldırım ve diğerleri, 2018). Yapısal işlevselci olgudan filizlenen bu kurama göre bireyler, belli sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sosyal medyaya yönelirler ve ihtiyaçları neticesinde medya türleri ve içerikleri arasında bilinçli seçimler yaparlar. Kullanıcılar, kendisine çekici gelen medyayı kendisi için harcayarak belli doyumlar elde ettiğini ifade eder (Güngör, 2013: 122, aktaran Yıldırım ve diğerleri, 2018).

2.1.2. Bilişsel Davranışçı Model

Bilişsel davranışçı modele göre; bazı sosyal medya kullanıcıları olumsuz düşünceler geliştirebilmektedirler. Bu türden düşünceler, sosyal izolasyon ya da ilişkilerin eksikliği gibi çeşitli çevresel faktörlerin etkisiyle oluşmakta ve bu durum, bireylerin uyumsuz kompulsif davranışlarının gelişmesine neden olmaktadır. Sürekli sosyal medyada bulunma davranışı bağımlılığa dönüşebilmektedir(Turel ve Serenko, 2012, aktaran Balcı, Bekiroğlu ve Karaman, 2019).

2.1.3. Sosyal Beceri Modeli

Sosyal beceri modeli de öz düzenleme ve kendini ifade etme becerileri olmayan veya zayıf olan kişilerin, yüz yüze iletişimde bulunmak yerine sosyal medyada iletişimde bulunma gayret gösterme ihtimali daha fazla olduğunu söylemektedir. Bu davranış örüntüsü, ilk etapta ödülleriyle pekiştirilmiş olan takıntılı düşünce biçimine teşvik etmekte ve neticede bireyi negatif yönde etkileyerek sosyal medyaya daha çok yönlendirmektedir (Turel ve Serenko, 2012, aktaran Balcı ve diğerleri, 2019).

2.1.4. Sosyal Bilişsel Model

Düzensiz sosyal medya kullanımının sosyal-bilişsel modeli ise yalnızlığı giderme ihtiyacı amacıyla hesaplar kullanması gibi bireylerin kendilerine yönelik olumlu bir sonuç elde etme düşüncesiyle yöneldiğini varsaymaktadır. Sosyal medya kullanımında yüksek kendine yetebilme becerisi ve kullanım üzerindeki düşük denetlenme durumunda olumlu ödül beklentisiyle birlikte davranış kalıpları ve düşünceler gelişmesine neden olduğu görülür (Turel ve Serenko, 2012: 514-515, aktaran Balcı ve diğerleri, 2019).

2.2. Depresyon ile ilgili Kuramsal Çerçeve

2.2.1. Davranışçı Kuram

Depresyonun meydana gelişine dair en önemli açıklamalardan bir tanesi de davranışçı kuramdır. Depresyonun olumsuz durumlar ve kayıplar sonucu ortaya çıkan acıyla baş etme durumunun kaçınma olduğunu ve bu kaçınmanın kişinin hayatını eksilterek zorlaştırdığını açıklar. Kişinin yaşadığı olaya ilişkin kaçınmadan eyleme geçerek yaşayacağı duygular kişinin bu durumla daha rahat baş etmesini sağlar. Yoksa kaçışla birlikte depresyon kaçınılmaz olur(Türkçapar, 2019:69).

2.2.2. Psikanalitik Kuram

Freud yas tutan kişilerin çökkünlük belirtisi veren kişilere benzer olduğunu söyler. Çökkünlükte yani depresyonda kişi gerçek sevgi nesnesini kaybetmiş olabilir de olmayabilir de. Bu nedenle gerçek sevgi nesnesini bilinçdışı imgesel bir kayıp olarak olması gerektiğini söyler. Yani hasta sevdiği insan tarafından yok sayılmıştır. Bu yitim duygusu tümüyle bilinçdışı olarak açıklanmaktadır. Kişi artık sevilmiyordur, ben artık kötüyüm yapayalnızım gibi düşüncelere sahip olur. Ama yastaki kişi kendisine yönelik bu tarz düşüncelerde bulunmaz. Temel sevginin yanı sıra nefret ve saldırganlık gibi dürtülerde çökkünlük için gereklidir. Dürtülerini dışarı vuramayan ego katı süper egosuyla saldırgan dürtülerini kendisine yöneltir. İdle başa çıkamaz ve kişi çatışma içerisine girer. Bunları gerçekleştiremediği için benliği güçsüz ve çaresiz kalır. Bu durum çökkünlük halini alır(Öztürk ve Uluşahin, 2018:284-285).

2.2.3. Bilişsel Kuram

Bilişsel görüşe göre depresyon duygu durum bozukluğu değil bir düşünce bozukluğu olarak açıklar. Kişiler hayatındaki yaşadıkları durumlara karşı olumsuz ve karamsar düşünceler içerisine girer. Bu olumsuz düşünceler bilişsel çarpıtmaları beraberinde getirir. Bu bilişsel çarpıtmalar keyfi çıkarsama, seçici soyutlama, aşırı genelleme, olumluyu azımsama, kişiselleştirme, hep ya da hiç düşünceleri kişiyi olumsuz düşündürerek duygu durum bozukluğunun ortaya çıkmasına sebep olur(Öztürk ve Uluşahin, 2018:287).

2.3. İlişki Doyumuyla İlgili Kuramsal Çerçeve

2.3.1. Birey Merkezli Yaklaşım

Birey merkezli yaklaşımın kurucusu Rogers, insan doğasına iyimser bakar ve insanın kendi düşünce ve davranışlarını olumlu yönde değiştirebileceğini söyler. Bunu ‘kendini gerçekleştirme kapasitesi’ olarak adlandıran Rogers, bunu gerçekleştiren kişinin ruhsal yönden daha iyi olabileceğini belirtir. Rogers’ın birey merkezli yaklaşımında, ilişki doyumunu ve kişisel mutluluğu arttırabilmenin koşulunu psikolojik olarak iyi oluşun olmasıyla oluştuğunu söyler. Psikolojik iyi oluşu elde etmek için ise üç temel durum vardır. Bunlar koşulsuz kabul, anlayış ve açıklıktır ve çiftlerde bu özelliklerin bulunması, ilişki doyumunu yükseltmede önemli bir paya sahip olacağını söyler (Rogers, 1995:84-85).

2.3.2. Seçim Kuramı

Seçim kuramı çevremizdeki kuvvetin bizi etkileyen ve motive olmamamızı sağlayan boş bir kutu olarak dünyaya gelmediğimizi söyler. Daha çok genimize kodlanmış kodlarla yani hayatta kalma sevgi ve ait olma, güç, özgürlük ve eğlence ile dünyaya geldiğimizi söyler. Hepimiz sevgi ve ait olma gereksinimiyle dünyaya geliriz. Fakat bazılarımız bu gereksinime daha fazla ihtiyaç duyar. Seçim kuramı insanları sosyal bir varlık olarak gördüğü için hem sevgi gösterme hem de alma gerekliliği üzerinde durmuştur. Eğer bu gereksinimi karşılayabilirsek bireyler, ilişkilerinde doyum ve mutluluğa ulaşabilmeleri daha kolay olur (Corey, 2015:397-398).

2.3.3. Sosyal Öğrenme Kuramı

Sosyal öğrenme kuramı, yeni bir davranış örüntüsünü aynen yaparak veya o davranışı başkalarından gözlemleyerek ortaya çıktığını söyler. Böylece ebeveynlerde görülen yakın sıcak ilişkinin, çocuklarına ilerde deneyimleyecekleri romantik ilişkilere nasıl yön vereceği konusunda açıklamaktadır. Çocuk sosyal öğrenme yolu ile ebeveynlerinin romantik ilişkisine bakarak kendisine yönelik bir bakış açısı geliştirir ve kendi yaşayacağı çift ilişkisinde de öğrendiklerini uygular. Çocuklar ebeveynlerini bu kıstasta da rol model olarak görürler. Sonuç olarak ebeveynlerin ilişkilerinde romantik ilişkiye doyum verici durumlar kendi romantik ilişkilerinde de doyum verici olarak yansıyacaktır (Bandura, 1971).

2.3.4. Bağlamsal Model

Bağlamsal model, eş ve çiftler davranışlarının ortaya çıktığı eklettik bir ilişkiden bahsetmektedir. Bağlamsal modele göre romantik ilişki süresince birey belirlenen davranışı sergilediğinde partnerinden hızlı bir şekilde bazı duyuşsal ve zihinsel tepkiler ortaya çıkar ve bu tepkiler bağlam ile ilgilidir. Bağlam iki farklı çeşidi vardır; bunlar yakın bağlam ve uzak bağlamdır. Yakın bağlam, kişi eşinin bir davranışını gördüğü zaman partnerden gelen tepki anlamlandırmadan önce yaşadığı duygu ve düşüncelerdir; uzak bağlam, daha uzun süreli değişmeyen kişilik özellikleri ile bağlantılıdır. Bağlamsal modele göre, yakın bağlamın aracılığı ile uzak bağlam ve doyum arasında benzer bir ilişki oluşmaktadır (Bradbury ve Fincham, 1988).

2.4. Yapılan Çalışmalar

Çömlekçi ve Başol (2019), yaptıkları çalışmada gençlerin sosyal medyayı daha çok hangi amaç için kullandığına baktıklarında; eğlence, iletişim, son dakika gelişmeler, mesajlaşma ve boş vaktinizi doldurma vb. faaliyetlerin olduğu daha çok göze çarptığını görürler. Bilgiyi edinme ve bilginin sunulmasıyla herkesin ulaşabileceği bir mecra olmasıyla sosyal medyanın kişisel gelişimine olumlu yönde katkı sağlaması diğer amaçlarına göre istenilen seviyeye ulaşmada yetersiz olduğu görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığına baktığımızda ise bu uygulamalarda geçirilen vaktin fazla olmasıyla bağımlılığında da arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Deniz ve Gürültü (2018), yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile ilgili kullandıkları ölçekten elde edilen toplam puanla birlikte tekrarlar, çatışma alt boyutlarında günlük ortalama internette geçirilen süre 30 dakikanın üzerine olduğunda lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının git gide arttığı, sosyal medya kullanımlarını ne kadar engellemeye çalışsalar da tekrara düştüklerini ve diğerlerine göre sosyal medyada daha fazla çatışma halinde olduklarını dile getirirler. Ayrıca meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt boyutlarında ortalama günlük sosyal medyada geçirilen süre 1 saatten fazla olan lise öğrencilerinin, sosyal medyayı duygu durumunu uzun süreli duygu değişiminin seviyesini düzenlemek için daha fazla kullandığı ve diğerlerine göre daha fazla vakit geçirildiği görülmektedir.

Diker ve Taşdelen (2012), yaptıkları çalışmada internet bağımlılığı ya da sosyal medya bağımlılığı kişilerde bir takım sorunlar ortaya çıkabileceğini söylemektedir. Yaptıkları çalışmada araştırmaya katılan sosyal medya bağımlısı gençlerde, internet, akıllı telefon ve sosyal medya araçlarından uzak kaldıklarında kaygı, gerginlik, stres, depresyon, izole hissi ve sosyal ortamlardan kaçınma gibi duygusal ve davranışsal belirtilerin oluşabileceği tespit edilmiştir.

Güleç (2018), yaptığı çalışmada sosyal medya kullanımının etkilerini çocuklar ve gençlerdeki ilişkilerin değişmesi ve yaşantıya olumsuz yansıma örneklerinin yetişkinlerde bu durumu daha farklı şekillerde görünmektedir. Çiftler arasında özellikle evli bireylerde sosyal medya kullanımının etkisi boşanmanın nedenleri arasında fazla bir yüzdelik dilime sahip olduğu görülmüştür. Eşlerin sosyal medyadan dolayı birbirlerine ayırdıkları vakitlerde azalma, sosyal medyada yapılan gönderiler, beğeni, etkileşim, takip vb. faaliyetler bazen tartışma ve çatışmalara neden olabileceği hatta bu tartışmalar evliliğin sonlandırılmasına kadar gidebilmektedir. Günümüz yaşantımızda insanların aldatabilecekleri ortam sosyal medya uygulamalarını kullanımı kadar pratik olmadığı için önceki yıllara göre sanal âlemde sosyal medya başlayan ilişkilerin gerçek hayata etkileri aldatmanın kaçınılmaz olduğunu göstermiştir. Burada belirtilen en önemli bir sorun ise çiftlerin birbirini aldatmasında tek sebep sosyal medya değildir. Bu konularla daha çok kullanılan medya hesabı Facebook, normal şartlarda eşiyse mutsuz olan bireylerin kendisinde bulunan aldatma isteğini tetikleyerek aldatabileceği ortama geçebileceği bir ortam oluşturduğu ve aralarında güvensizlik sorunu yaşayan çiftlerin bu şüphelerini daha fazla irdelemesine yol açarak tehlikeye sokacak bir durum ortaya çıkabileceği görülmektedir.

Balcı, Bekiroğlu ve Karaman (2019), yaptıkları çalışmada öz saygının sosyal medya bağımlılığını negatif yönde olduğu araştırmada ulaştıkları en önemli bulgular arasında yer almaktadır. Araştırılan problemlere verilen cevaplarda öz saygı puanları yükseldikçe sosyal medya bağımlılığında kendini gösteren bir azalma mevcuttur. Diğer bir söylemle, insanlar kendini kabul ediyor ve olumlu tutuma sahip olduğunu düşünüyorsa, insanların yaptıklarının benzerini kendisinin de yapabileceğine dair kendinden emin ise en azından başkaları ile eşit değere sahip olduğunun farkındaysa; bu durum, sosyal medya bağımlılığını aza indirme yönünde bir etkiyi ortaya çıkarabileceklerini farkındadırlar. Sunduğu çeşitli özelliklerle insanları bir şekilde kendisine çekebilen sosyal medya ortamlarına her geçen gün yenilerinin ilave olmasıyla ve mevcut ağ sitelerinin ya da araçların özelliklerini güncellemesine ise bu bağımlılığı sahada arttıracak bir etkiye sahip olduğunu işaret etmektedir.

Satıcı (2019), yaptığı çalışmada kişilerin her an beğenilme ihtiyaçlarını karşılamak için bu kişilerin yaşadıkları hayatı ve romantik birlikteliklerinde de fazladan isteklerinin olması ile eşlere yönelik de mükemmeliyetçi tavırlar gösterdikleri söylenebilir. Bir bakımdan sosyal medya bağımlılığı olan bireylerin bu yerlerde kendilerini kusursuz güzellik, harika bir annelik, harika bir eşmiş gibi gösterdikleri kalıplara girerek kendilerini kaptırırlar ve eşlerinin de kendilerinden bu şekilde gerçek olmayan beklentiler içerisinde olduklarını düşünerek kendilerini çok daha iyi ve üstün bir tavır içerisinde oldukları düşünülebilir. Sosyal medya bağımlılığı ile ortaya çıkan bu mantık dışı düşüncelerin romantik ilişkilerde de mükemmeliyetçi tarzı geliştirebileceği alan yazılarındaki literatür sonuçları ile benzer olduğu görülmektedir.

Demirci (2019), yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığının anksiyete belirtileriyle ilişkisi depresyon belirtilerine göre ilişkisi daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Bireylerin anksiyete ve depresyonu daha az yaşamaları için sosyal medya bağımlılığın ortadan kaldırmaya ve azaltmaya yönelik çalışmaların yapılması gerekir. Ölçüt bağıntılı geçerlilik çalışmasında üniversite örnekleminde Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin İBÖ internet bağımlılığı ölçeği ile pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahip olduğu yapılan çalışmada ortaya çıkmıştır. İnternetin en çok tercih edilen kullanım amaçlarının başında gelen sosyal medya kullanımı olması araştırmadan yapılmadan da beklenen bir durumu göstermiştir.

Satıcı ve Deniz (2018), yaptıkları bir çalışmada cinsiyet ile romantik ilişki doyumu arasındaki ilişkiyi netleştirmek amacıyla yaptığı bu meta-analizde; cinsiyete göre

romantik ilişki doyumunun anlamlı değişmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifadeyle, ne kadınlar erkeklerden ne de erkekler kadınlardan daha yüksek ya da düşük bir seviyede romantik ilişki doyumu yaşamadıkları söylenebilmektedir. Yapılan çalışmada romantik ilişki doyumunun bireyci ya da gelenek ve kültürde büyüme yerine göre cinsiyete göre anlamlı farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Kültürün herhangi bir değişkene etki etmediğine işaret eden sonuçlara göre de cinsiyet ve ilişki doyumu arasındaki durumun bireyci ve kolektif kültürde yaşamaya göre herhangi bir değişiklik ortaya çıkmamıştır. Çalışmasında kadınların romantik ilişki doyumlarını yükseltebilmeleri için ise duygusal olarak bağlı olmanın, sadakatin ve eşinden destekleyici bir ifade görmenin önemli bir etki olduğunu söylemektedir.

Aktan (2018), yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığının özellikle gelecek yıllar içerisinde üzerinde durulması gereken bir durumdur. Buradan da anlıyoruz ki sosyal medyanın kişiyi alıkoyduğu ve insanlar üzerinde aşırı bir etki yarattığı için mühim bir rolünün olduğu görülmektedir. Web 2.0 döneminin gösterdiği çalışmanın alt yapısının sunduğu olanakla farklı iletişim ve hayat tarzlarını gündeme taşıyan sanal alem; hızla ilerlerken, kendini değiştiren bir alt yapı ile oluşan sosyal medya Web 3.0, Web 4.0 dönemlerinin gündeme gelmesiyle yeni bağımlılık türlerinin konuşulmasına ortam sağlayacaktır. Yapılan araştırma, yükseköğretim öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık sonuçlarına ve bu kişilerin sosyal medya bağımlılık seviyelerinin alt faktörleriyle incelendiğinde; sosyal medyadaki meşguliyet, duygu durum düzenleme, yineleyen davranışlarına bakıldığında orta düzeyde bağımlı olduklarını; buna karşı çatışma alt boyutu incelendiğinde ise alt seviyede bağımlılığı olduğuna dair sonuca ulaşılmıştır. Ortaya çıkan bu sonuçlara göre araştırılan kişilerin sosyal medya kullanımlarında çatışma duygusu yaşamadıklarını, bu yüzden sosyal medya kullanırken ve sonrasında çatışmadan kaynaklı olan gerginlik yaşamamaları pozitif bir durumdur.

Porter, Mitchell, Grace, Shinosky, ve Gordon (2012), Çalışmalarında sosyal medya kullanımını kişiler arası ilişki doyumuna etkileri konusunda belli bir örneklem grubuyla çalışılmıştır. Sosyal medya araç olarak kullanımı dışında daha çok iletişim kurmak için kullanıldığını söylemektedirler. Araştırma sosyal medya kullanıcılarının kendilerini daha iyi hissetmek için sosyal medya kullandıklarını ve ilişkilerindeki doyumu arttırmak için daha sık iletişim kurduklarını söylemektedirler. Sosyal medyanın çekici yön-

lerinden biri medya, içeriğin kullanıcı tarafından oluşturulmuş ve her zaman değişmesidir. Sonuçlarında ayrıca sosyal medya kullanımının önemli bir ilişki sürecini etkileyen bir etmen olduğu görülmüştür.

Baz (2018), yaptığı çalışmada sosyal medyada iken fizyolojik ihtiyaçlarının bilincinde dahi olmadığı önerisinin öğrenciler tarafından bu durumun kabul edilmediğini görmekteyiz. Öğrencilerin sosyal medyayı kullanırken fiziki açıdan herhangi bir zarar verebilecek bir durumda kullanmadıklarını söylenmiştir. Fakat öğrenciler alt seviyede benimseme önerisi sosyal medyayı sürekli kullanılması aile bireyleriyle sorunlar yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Üniversite öğrencileri tehlikeli kullanıcılar olmadıklarını, bu hipotezi de düşük seviyede hem fikir olduklarını dile getirdikleri söylenebilir. Başka bir hipotezde ise öğrenciler sosyal medyadaki dostlukları kendi yaşamlarındaki dostluklara yönelik seçim yapmadıklarını söylediler. Öğrencilerin sosyal çevreye sahip olmak isterken tercihlerinin halen aynı kaldığı, yani dost bulmada sosyal medya araçları yerine gerçek yaşam alanlarını tercih ettikleri söylenebilir. Araştırmanın sonucuna göre, kız öğrencilerin ve erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı hususundaki düşüncelerine bakılmıştır. Bu verilerden yola çıkarak cinsiyetin sosyal medya bağımlılığı için bir kıstas olmadığı görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığına yönelik üniversite öğrencilerinin fikirleri araştırıldığında öğrencilerin vakitlerini harcamaları ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır. Çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığına yönelik fikirleri araştırılmıştır. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığına konusundaki fikirleri cinsiyet, yaş, bölüm ve aylık harcama dozuna bakıldığında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmamıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı hususundaki fikirleri; sosyal medyayı sürekli olarak vakit harcadıklarını ancak kendilerini bağımlılık düzeyinde olduklarını düşünmediklerine dair fikirler beyan etmişlerdir.

Ünlü (2018), yaptığı çalışmada otuz beş yaş üstü bireylerin sosyal medya bağımlılığı üzerinde yapılan araştırmanın makalesi için önemli olduğunu belirtmiştir. Çünkü sosyal medya bağımlılığını sadece gençlere yönelik bir durum olduğuna dair bir çerçeve çizildiği için çoğu yetişkinlerin orta yaş üstü bireylerin bu bağımlı olabileceklerine dair durumun farkındalığa sahip değildir. Çoğunlukla emekli olan, sıkıntılı yaşama sahip olan ve sevdiklerinden uzakta olan bireyler sosyal medyayı tabiri caiz ise kendisine sığınacak bir kuytu köşe gibi görmektedir. Buna karşılık, az sayıda birey çevresinden aldığı dönütlerle sosyal medyayı gereğinden fazla kullandığının farkındalığına sahip ve

kendisini sorgulamaktadır. Özellikle yalnız olan bireylerin sosyal medya bağımlılığı aday olması söylenebilir. Ayrıca evli olan ve eşleri yaşayan kişilerin sosyal medyada zaman geçirseler bile kendilerini oyalayacak çeşitli meşgaleleri olması bağımlılık düzeyine gelmemektedirler. Fakat birlikte olan çiftler ve çocukları, torunları, dostları uzakta olan bireylerin eşleri yanlarında olsa da sosyal medya ortamında daha fazla zaman geçirdiğini, geçen zamanın çoğunlukla farkında değildirler. Çünkü çocuklarının evlilikleri ve torunlarının gelişimlerini görebilecek durumları yoktur. Oldukça vakitlerinin çoğunluğunu sosyal medya ortamında oldukları halde, sevdikleriyle birlikte vakit geçirdiği için halinden memnundur. Bir diğer önemli konu ise, sosyal medyadan kaynaklı bazı sağlık problemleriyle karşı karşıya geldiklerini söylemektedirler. Uzun saatler ekrana baktıkları için gözde bozulmalar, artan stresten kaynaklı şeker ve kalp hastalıkları, uykusuzluk, bilgisayar başında atıştırmaların artması vb. gibi çeşitli sorunlarını söyleyen kişilerin olduğu görülmüştür. Bu durumun sebebi de sosyal medya kullanımındaki artışın olduğu söylenmektedir. Fakat bu çeşit sorunlara rağmen, bireyler sosyal medya kullanımından vazgeçmemekte ve daha fazla kullanmaya başladıkları görülmüştür. Bu da tıp sigara, alkol, kumar vb. alışkanlıklarda olduğu gibi, sosyal medyanın daha fazla kullanımından kaynaklanan zararları anlaşmalarda yine de vazgeçemezler. Bu da bağımlılığın kaçınılmaz olduğunu göstermektedir.

Hazar (2011), yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinde sıklıkla tercih edilen sosyal iletişim aracının internet olduğunu söylemektedir. Sonuçlara göre, interneti kullanan bu bireylerin yüzde ellisi günde 2-4 saatini faydalandıkları kitle iletişim aracında geçirmektedir. İnternet kullanımında en çok tercih edilen uygulamalardan birisi olan sosyal medyayı ise öğrencilerin % 50.4'ünününde 2-4 saat arasında bulunduğu görülmüştür. Ortaya çıkan tabloya baktığımızda öğrencilerin yarısı interneti sosyal medya için kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. İnterneti kullanmayan öğrenci kitlesi % 4.4 değere sahipken, sosyal medyayı kullanmayanlar %8.1 dilimi oluşturmaktadır. İnternet kullanımıyla sosyal medya kullanımı arasındaki benzer sonuçlar, sosyal medya kullanımının internet uygulamaları arasında önemli bir konum elde ettiği gözükmemektedir. Sonuçlara göre sosyal medya önemli oranda bir sosyal izolasyondan kurtulmak için oluşturulan bir platformdur. % 63.3'lük sosyalleşmek için katılan bireylerin oranı bağımlılık çeşitleri içinde ortaya çıkan en büyük sayılardan birini oluşturmaktadır. Dolayısıyla en çok rastlanan bağımlılık tablosudur. Davranışsal-araçsal bağımlılık verisi olarak bireylerin gün içinde bir araya

geldiği kişilerle tekrar sosyal medyada iletişim kurması (% 74.2) önemli bir yüzdelik olarak kendini göstermektedir. Yüz yüze yapılan görüşmelerle sosyal medyanın kendi mecrası içinde yapılan görüşmeler araç olarak farklılık göstermekte ve öğrenciler her iki tarzı da dikkate almaktadır. Bu durum sosyal medyaya araçsal bağımlılığın bir başlangıcını oluşturmaktadır. Araçsal bağımlılığın önemli faktörlerinden birisi de aracın fazla kullanılmasından pişmanlık duymak buna rağmen sürdürmektedir. Sosyal medyada çok zaman harcadığını düşünüp bunun için mutsuz olanlar (% 47.2) neredeyse anketi cevaplayanların yarısını oluşturmaktadır. Kullanımın aşırılığa kaçtığını farkına varmak ve bundan da sıkıntı duymak, ortalama oranlara (% 60.7) bakıldığında ise bağımlılık kategorilerinde araçsal bağımlılık için önemli bir farkındalık oluşmuştur.

Kalaman ve Çelik (2019), yaptığı çalışmada farklı değişken özelliklerine ve farklı sosyal medya ağı kullanım türlerine sahip kişilerle yapılan araştırmaya göre katılımcıların evlilikleri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişki tespit edilmiştir. Bununla birlikte katılımcıların, evlilikte yaşanan sıkıntıların sosyal medyanın etkisinin ne olduğu, sosyal medyanın evli kaldıkları zamanda yararlanabilecekleri güvenilir bir ortam olup olmadığı ve boşanmalarda sosyal medyanın etkisinin bulunup bulunmadığı gibi konularda görüşleri de çalışma kapsamında elde edilmiştir. En çok da kadınlar, aynı hayatı paylaşmadan önce kocalarının sosyal medya hesaplarında paylaşımlarını, neleri beğendiğini, kimlerle arkadaşlık kurduğunu ve kimleri takip ettiğini merak ettikleri için bakma ihtiyacı hissetmektedirler. Merakın yanı sıra eşler ile ilgili birtakım hakkında bilgi elde etmek için de sosyal medya profilleri eşler tarafından incelenmektedir. Evli çiftlerin birbirlerine sosyal medya uygulamalarının şifrelerini vermelerindeki en temel sebep, çiftlerin aralarında saklı bir şeyin olmaması gerektiği sonucuna ulaşılır. Çalışmaya katılan kişilerin çevrelerinden aldıkları duyumlara göre boşanma sebeplerinden bir tanesi sosyal medya olduğu görülmüştür. Özellikle ayrılan çiftlerin sosyal medya yüzünden boşandıklarını direk söylemektedir. Bu tür boşanmaların sebebi de aldatma olduğu söylemektedirler. Sosyal medya içerisinde sevginin yoksunluğu ve yaşadığı hislerin ihtiyaç olarak karşılanmadığında karşılanma isteği içerisine giren bireyler, sosyal medyayı fazla ve kullanımı dışında yönelik davranışlarda bulunmaktadır ve aldatma bu davranışlardan biridir.

3. GEREÇ ve YÖNTEM

Bu bölümde sırasıyla araştırmanın modeli, araştırma grubu, araştırmada kullanılan veri toplama araçları, veri toplama süreci, işlem yolu ve verilerin analizine ilişkin bilgi verilmiştir.

3. 1. Araştırmanın Modeli

Yapılan araştırmada, çiftlerde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkisinin incelenmesi ve bazı demografik değişkenler ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. Genel tarama modeli çok sayıda olan bir durumu var olduğu gibi betimlemeyi amaçlar. Tarama modeli çok sayıda elemanı sahip evren hakkında genelleme yapmak amacıyla evrenin tümünü ya da evreni temsil eden bir örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir(Karasar, 2012:77-79).

3. 2. Araştırma Grubu

Çalışma grubu 2020-2021 öğretim yılında evli, sözlü (nişanlı) ve flört ilişkisi içerisinde olan 18 ve 39 yaş arası kişilerden oluşan örneklem grubunu kapsamaktadır. Çalışmaya 209 kişi katılmıştır.8 kişi verilerin normal dağılımını sağlamadığı için uç değer olarak verilerden çıkarılmıştır. Örneklem grubu tabakalı örnekleme yöntemi seçilmiştir. Araştırmaya ölçekleri eksiksiz dolduran 201 kişinin 115'in %57,2 kız, 86'nın %42,8 erkek olmak üzere toplam 201 çiftten toplanan veriler dâhil edilmiştir. Katılımcılardan Kişisel Bilgi Formu ile toplanan veriler tablolar halinde açıklanmıştır.

Tablo 1: Yaş dağılımı

Yaş	Frekans	Yüzde
18-30	136	67,7
31-39	65	32,3
Toplam	201	100,0

Tablo 1 de yaş dağılımında 18-30 yaşındaki çiftlerin sayısı 136 (%67,7), 31-39 yaşındaki çiftlerin sayısı 65 (%32,3) oluşmaktadır.

Tablo 2: Medeni durum

Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Evli	124	61,7
Nişanlı (Sözlü)	19	9,5
Sevgili	58	28,9
Toplam	201	100,0

Tablo 2 medeni durum dağılımında, evli çiftlerin sayısı 124 (%61,7), nişanlı (Sözlü) çiftlerin sayısı 19 (%9,5), flört (sevgili) çiftlerin sayısı 58 (%28,9) oluşmaktadır.

Tablo 3: Çocuk var mı dağılımı

Çocuk	Frekans	Yüzde
Var	82	40,8
Yok	119	59,2
Toplam	201	100,0

Tablo 3 çocuk var mı dağılımında, çocuğu olan çiftlerin sayısı 82 (%40,8), çocuğu olmayan çiftlerin sayısı 119 (%59,2) oluşmaktadır.

Tablo 4: Öğrenim düzeyi

Öğrenim Durumu	Frekans	Yüzde
Lisans	123	61,2
Lise	27	13,4
Ön Lisans	24	11,9
Yüksek Lisans	27	13,4
Toplam	201	100,0

Tablo 4 öğrenim durumu dağılımında, lisans mezunu olan çiftlerin sayısı 123 (%61,2), lise mezunu çiftlerin sayısı 27 (%13,4), ön lisans mezunu olan çiftlerin sayısı 24 (%11,9), yüksek lisans mezunu çiftlerin sayısı 27 (%13,4) oluşmaktadır.

Tablo 5: Sosyal medya kullanımı dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet	196	97,5
Hayır	5	2,5
Toplam	201	100,0

Tablo 5 sosyal medya kullanım dağılımında, sosyal medya kullanan çiftlerin sayısı 196 (%97,5), kullanmayan çiftlerin sayısı 5 (%2,5) oluşmaktadır.

Tablo 6: Sosyal medyada ne kadar zaman geçiriyor dağılımı

	Frekans	Yüzde
1 Saat İle 3 Saat	91	45,3
1 Saatten Az Ve 1 Saat	54	26,9
3 Saatten Fazla	56	27,9
Toplam	201	100,0

Tablo 6 sosyal medyada ne kadar zaman geçiriyor dağılımında, 1 saat ile 3 saat zaman geçiren çiftlerin sayısı 91 (%45,3), 1 saatten az ve 1 saat zaman geçiren çiftlerin sayısı 54 (%26,9), 3 saatten fazla zaman geçiren çiftlerin sayısı 56 (%27,9) oluşmaktadır.

Tablo 7: Partneriyle birlikte yaptığı aktiviteleri sosyal medyada paylaşır mı dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet	98	48,8
Hayır	103	51,2
Toplam	201	100,0

Tablo 7 Partneriyle birlikte yaptıkları aktiviteleri sosyal medyada paylaşır mı dağılımında, paylaşan çiftlerin sayısı 98 (%48,8), paylaşmayan çiftlerin sayısı 103 (%51,2) oluşmaktadır.

Tablo 8: Partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirir mi dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet	118	58,7
Hayır	83	41,3
Toplam	201	100,0

Tablo 8 Partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirir mi dağılımında, zaman geçiren çiftlerin sayısı 118 (%58,7), zaman geçirmeyen çiftlerin sayısı 83 (%41,3) oluşmaktadır.

Tablo 9: İlişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu dağılımı

	Frekans	Yüzde
Çoğunlukla	47	23,4
Hiçbir Zaman	57	28,4
Nadiren	97	48,3
Toplam	201	100,0

Tablo 9 İlişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu dağılımında, çoğunlukla diyen çiftlerin sayısı 47 (%23,4), nadiren diyen çiftlerin sayısı 97 (%48,3), hiçbir zaman diyen çiftlerin sayısı 57 (%28,4) oluşmaktadır.

3.3. Veri Toplama Araçları

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

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Şahin ve Yağcı (2017) tarafından 18-60 yaş grubundaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Ölçekte beşli likert tipinde (1= Bana hiç uygun değil, 2= Bana uygun değil”, 3= Kararsızım, 4= Bana uygun ve 5= Bana çok uygun) hazırlanmış 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçekteki 5. ve 11. maddeler ters puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek değer 100, en düşük değer ise 20’dir. Aldığı toplam puanı fazla ise bağımlılık da fazladır (Şahin ve Yağcı, 2017: 526).

3.3.2. Beck Depresyon Ölçeği (BDÖ)

Beck ve diğerleri (1961) de bir grup tarafından ölçek oluşturulmuştur. Ölçek, çalışmaya katılan kişilerin bireysel olarak değerlendirdikleri ve depresyon düzeylerinin hesaplandığı 21 sorudan oluşan bir envanterdir. Ölçekte “Gelecek hakkında umutsuz ve karamsar değilim” ve ‘Gelecek hakkında karamsarıyım’ gibi birçok cümlelerden oluşmaktadır ve her soruda 0-3 arasında cümleleri puanlaştırması katılımcıdan istenir. Envanterden ortaya çıkan sonuçlarda en az alabileceği toplam puan ‘0’, en yüksek puan ise ‘63’tür. Ölçekten alınabilecek 0-9 puan Normal Düzey, 10-18 puan Hafif Düzey, 19-29 puan Orta Düzey ve 30-63 puan Şiddetli Depresyonu göstermektedir. Ölçeğin Hisli (1989) tarafından Türkçe ’ye çevrilmesi gerçekleştirilmiştir. Hisli’nin yaptığı çalışmada,

ölçeğin güvenirlik katsayı olan Cronbach's Alpha değeri, 80 olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenirlik katsayısı yaptığı araştırmada, Cronbach's Alpha sayısı ,87 olarak bulunmuştur. (Hisli, 1988).

3.3.3 İlişki Doyumu Ölçeği

Katılımcıların ilişki doyumlarına ilişkin veri elde etmek amacıyla, Hendrick (1988) tarafından geliştirilen İlişki Doyumu Ölçeği kullanılmıştır (Hendrick, 1988). Ölçek 7 maddeden oluşmaktadır. Yedi basamaklı Likert tipi bir ölçektir. Ölçekteki 4. ve 7. maddeler ters puanlanmaktadır. Ölçekten alınan yüksek puanlar, katılımcının ilişki doyumunun yüksek olduğuna, düşük puanlar ilişkiden alınan doyumun düşük olduğuna işaret etmektedir. İlişki Doyumu Ölçeği Curun (2001), tarafından Türkçe' ye uyarlanmıştır. Ölçeğin orijinaline uygun olarak, Türkçe formunun tek faktörlü bir yapısı bulunmaktadır ve iç tutarlık katsayısı .86 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada iç tutarlılık katsayısı hesaplandığında da aynı şekilde .86 sonucu elde edilmiştir.

3.4. Kişisel Bilgilendirme Formu

Kişisel bilgilendirme formunda çiftlerin cinsiyet, yaş, medeni durum, çocuğu olup olmaması, eğitim durumu, sosyal medya kullanımı, sosyal medyada geçirilen süre, sosyal medyada çiftlerin paylaşım yapıp yapmaması, birlikteyken sosyal medyada zaman geçirip geçirmemesi ve yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya başvurup başvurmaması gibi sorulardan oluşmaktadır.

3. 5. Veri Toplama Süreci

Öncelikle ölçeklerim düzenlenmiştir. Gerekli izinler alınıp danışman hocamın onayına daha sonra etik kurula sunulmuştur. Uygulama iletişim ağı üzerinden yapılarak çiftlerle paylaşılmıştır. Uygulama öncesinde bir açıklama eklenerek kişisel bilgilerin saklı kalacağına dair bilgi verilmiştir. Ölçekler gönüllü olan çiftler tarafından doldurulmuştur. Veri toplama araçları doldururken cevapların içten ve samimi verilmesinin araştırmanın verileri için çok önemli olduğu araştırmacı tarafından ölçeğin en başında açıklama kısmında yazılmıştır. Ölçeklerin uygulanması 7 dakika sürmüştür. Verilerden sekiz tanesi çıkarılmıştır. Çünkü verilerin normal dağılımı için uç değerler saptanmış ve bu uç

değerler çıkarılmıştır. Bu verilere çalışmada yer verilmemiştir. Veri toplama işlemi 2020-2021 Öğretim Yılı Güz Döneminde uygulanmış ve çalışma 2020 yılı Aralık ayı içinde tamamlanmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Verilerin analiz edilmesinde; uygun olan istatistik programı tercih edilmiştir. Değişkenler arasında karşılaştırma yapmadan önce normal dağılım analizine bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık -1.96 ile +1.96 arasında değer aldığı için değişkenler normal dağılım göstermiştir. Çıkan bu veri analizine göre, verilerin analizinde parametrik testlerin kullanılması uygun görülmüştür. Kişisel bilgi formundaki veriler frekans ve yüzdelik tabloları ile en başta araştırma grubu başlığı altında kullanılmıştır. Katılımcılardan toplanan veriler önce Excel programına geçildi ve daha sonra SPSS-25 (Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı) programına aktararak bilgisayar üzerinden hesaplanmıştır. Yetişkinler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği bağımlı değişken, Beck depresyon envanteri, ilişki doyumu ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu ile elde edilen bilgiler bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Alt problemlere bağlı olarak araştırmada iki bağımsız gruplar için t testi, iki ya da daha fazla grup olduğu zaman ANOVA ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi incelendiği için korelasyon analizi (Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Kat Sayısı) kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmada incelenen alt problemlere ilişkin verilerin istatistiksel analizi sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Çiftlerin sosyal medya bağımlılığına yönelik sonuçlar bağımsız değişkenler açısından sunulmuştur. Parametrik testlerin yapılabilmesi için veri setinin normal dağılımı olması gerekir. Bu sebeple analiz öncesinde veri setinin normallik durumu basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Değerler -1.96 ile 1.96 arasında olduğundan verilerin normal dağıldığı ve parametrik testlere uygun olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 10: Araştırma değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

	Minimum	Maximum	Ort.	Ss.	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı	20,00	92,00	46,63	12,95	0,23	-0,14
Depresyon	,00	32,00	8.58	6,32	0,93	0,78
İlişki Doyumu	10,00	49,00	40.30	7,58	-1,27	1,95

Araştırmaya katılan çiftlerin sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumuna ilişkin ortalama, standart sapma, minimum, maksimum, çarpıklık ve basıklık değerleri tablo 10'daki sunulmuştur. Değerlerde Sosyal medya bağımlılığı ortalama 46,63 ve standart sapması 12,95 olup çarpıklık ve basıklık değerlerine bakıldığında normal dağıldığı görülmektedir. Depresyon ortalaması 8.58 standart sapması 6.32 olup çarpıklık ve basıklık kat sayılarına bakıldığında normal dağıldığı görülmektedir. İlişki doyumuna ortalaması 40,30 standart sapması 7,58 olup çarpıklık ve basıklık kat sayılarına bakıldığında normal dağıldığı görülmektedir.

Tablo 11: Cinsiyete göre çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumuna ilişkin t-Testi Sonuçları

	F	Sig.	t.	df	p
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	1,46	,23	,55	199	,58
Depresyon Toplam	6,59	,01	,89	199	,38
İlişki Doyumu Toplam	1,21	,27	-1,22	199	,21

Cinsiyete göre tablo 11'de t testi sonuçlarında sosyal medya bağımlılığına bakıldığında $p=0,23>.05$ varyansları eşit sayıldığı için 1. satırdaki değere göre $t(199)=0,55$ olup $P=0,58>.05$ kız ve erkek arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Depresyona bakıldığında $p=0,01<.05$ varyansları eşit sayılmadığı için 2. satıra

bakıldığında $t(199)=-0,89$ olup $p=0,38>.05$ kız ve erkek arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. İlişki doyumu bakıldığında $p=0,27>.05$ varyansları eşit sayıldığı için 1. satırdaki değere göre $t(199)=-1,22$ olup $p=0,22>.05$ 'den kız ve erkek arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 12: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkisi Pearson Momentler çarpımı sonuçları

	S.M.B	D.	İ.D.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	1		
Depresyon Toplam	,221**	1	
İlişki Doyumu Toplam	-,133	-,300**	1

* $p<.05$

** $p<.01$

Tablo 12’de sosyal medya bağımlılığı ile ilişki doyumu arasında bir ilişki bulunamamıştır. Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=.21$, $p<.01$). Depresyon ile ilişki doyumu arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=-.30$, $p<.01$).

Tablo 13: Yaşa göre çiftlerde sosyal medya bağımlılığı depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkin T-testi sonuçları

	Yaş	N	Ort.	Ss	t	Sd	p
Sosyal Medya bağımlılığı Toplam	18-30	136	47.91	13.35	2.06	199	.04
	31-39	65	43.92	11.71			
Depresyon Toplam	18-30	136	8.69	6.57	.39	199	.69
	31-39	65	8.32	5.77			
İlişki Doyumu Toplam	18-30	136	41.19	7.42	2.43	199	.03
	31-39	65	38.44	7.62			

Çiftlerde yaş ile anlamlı bir fark var mıdır’a göre tablo 13’te t testi sonuçlarında sosyal medya bağımlılığına bakıldığında $p=0,23>.05$ varyansları eşit sayıldığı için 1. satırdaki değere göre $t(199)=2.06$ olup $P=0,04<.05$ yaşlar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Farkın kaynağına bakıldığında 18-30 yaş arası (Ort=47.92, Ss=13.35) 31-39 yaş arası puanlarından (Ort=43.92, Ss=11.71) anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir. Depresyona bakıldığında $p=0,34>.05$ varyanslar eşit sayıldığı için 1.

Satırdaki değere göre $t(199)=0,39$ olup $p=0,69>.05$ yaşlar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. İlişki doyumuna bakıldığında $p=0,56>.05$ varyanslar eşit sayıldığı için 1. Satırdaki değere göre $t(199)=2,43$ $p=0,01<.05$ yaşlar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Farkın kaynağına bakıldığında 18-30 yaş arası (Ort=41.19, Ss=7,42) 31-39 yaş arası puanlarından (Ort=38.44, Ss=7.62) anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir.

Tablo 14: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile çocuk sahibi olup olmamasına ilişkin T-testi sonuçları

	F	Sig.	t	df	Sig.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	,04	,85	-,77	199	,44

Çiftlerde çocuk sahibi olup olmamasına göre tablo 14'te t testi sonuçlarında sosyal medya bağımlılığına bakıldığında $p=0,85>.05$ varyansları eşit sayıldığı için 1. satırdaki değere göre $t(199)= -0,77$ olup $P=0,44>.05$ arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 15: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanımına ilişkin T-testi sonuçları

	F	Sig.	t	df	Sig.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	9,447	,002	,46	199	,67

Çiftlerde sosyal medya kullanımına göre tablo 14'te t testi sonuçlarında sosyal medya bağımlılığına bakıldığında $p=,00<.05$ varyansları eşit sayılmadığı için 2. satırdaki değere göre $t(199)= 0,46$ olup $P=0,67>.05$ arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır

Tablo 16 Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyada geçirilen süreye ilişkin Anova sonuçları

	Süre	Ort	KT	Sd	KO	F	p	
Sosyal Medya	1 sa ve 1 sa az	6.64	Gruplar	5379.43	2	2689.72	18.92	.00
Bağımlılığı	1 sa ile 3 sa	7.33	Arası					
Toplam	3 sa fazla	13.98	Gruplar İçi	28151.58	198	142.18		
			Toplam	33531.02	200			

Çiftlerde sosyal medyada geçirilen süre Tablo 16 'da sosyal medya bağımlılığının değişkeninin ($f(2,19)=18,92$ ve $p< .05$) geçirilen süreye ilişkin dayalı anlamlı bir fark vardır. Farkın kaynağını araştırmak için yapılan Bonferroni sonuçlarına göre 3 saatten fazla seçenlerin puanlarının (Ort=13.98), 1 saat ile 3 saat seçenlerin puanlarının

(Ort=7.33), 1 saat ile 1 saatten az seçenlere göre (Ort=6,64) anlamlı derecede yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 17: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile partneriyle birlikte yaptıkları aktiviteleri sosyal medyada paylaşımına ilişkin T-testi sonuçları

	F	Sig.	t.	df	Sig.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	2,53	,11	1,54	199	,13

Çiftlerde sosyal medyada partneriyle birlikte yaptıkları aktiviteleri paylaşıp paylaşmamaları göre tablo 17’te t testi sonuçlarında sosyal medya bağımlılığına bakıldığında $p=,11>.05$ varyansları eşit sayıldığı için 1. satırdaki değere göre $t(199)= 1,54$ olup $P=0,13>.05$ arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır

Tablo 18: Çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirmesine ilişkin T-testi sonuçları

	F	Sig.	t.	df	Sig.
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam	,024	,88	1,88	199	,06

Çiftlerde partneriyle birlikte sosyal medyada zaman geçirip geçirmediklerinin tablo 18’de t testi sonuçlarında sosyal medya bağımlılığına bakıldığında $p=,88>.05$ varyansları eşit sayıldığı için 1. satırdaki değere göre $t(199)= 1,88$ olup $P=0,06>.05$ arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 19: Çiftlerde depresyon ile ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğuna ilişkin Anova sonuçları

	KT	Df	KO	F	Sig
Gruplar arası	201,12	2	100,55	2,56	,08
Gruplar içi	7779,95	198	39,29		
Toplam	7981,05	200			

Tablo 19 ’da Çiftlerde ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu değişkeninin ($f(2,19)=2,56$ ve $p=0,08>.05$) depresyona dayalı anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 20: Çiftlerde ilişki doyumu ile ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğuna ilişkin Anova sonuçları

	Sıklık	Ort	KT	Sd	KO	F	p	
İlişki	Çoğunlukla	6.30	Gruplar	1156.44	2	578.22	11.08	.00
Doyumu	Nadiren	5.08	Arası					
Toplam	Hiçbir zaman	1.22	Gruplar İçi	10330.05	198	52.17		
			Toplam	11486.48	200			

Tablo 20 'da Çiftlerde ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu değişkeninin ($f(2,19)=11,08$ ve $p=0,00<.05$) ilişki doyumuna dayalı anlamlı bir fark vardır. Bonferroni sonuçlarına göre çoğunlukla seçenlerin puanlarının (Ort=6.30), hiçbir zaman (Ort=1.22) ve nadiren puanını seçene göre (Ort=5.08) anlamlı derecede yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 21: Çiftlerde ilişki doyumu ile partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirmesinin Anova sonuçları

	KT	Sd	KO	F	Sig.
Gruplar Arası	83,39	2	41,70	,72	,49
Gruplar İçi	11403,09	198	57,59		
Toplam	11486,47	200			

Tablo 21'de çiftlerde partneriyle birlikteyken sosyal medyada ne kadar zaman geçirmesiyle değişkeninin ($f(2,19)=0,72$ ve $p=0,49>.05$) ilişki doyumuna dayalı anlamlı bir fark yoktur.

5. TARTIŞMA

Araştırmanın genel amacı sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla anlamlı bir ilişki olup olmadığının incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda oluşturulan araştırma sorularına uygun istatistiksel analizlerle cevap aranmış, elde edilen bulgular çeşitli açılardan bu bölümde ele alınmıştır.

5.1. Cinsiyete göre çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumu arasındaki ilişki

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde sosyal medya bağımlılığı puanlarının ile cinsiyete arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Kadınlarda ve erkeklerde sosyal medya bağımlılığı puanları birbirine benzerdir. Bu bulguyu destekleyen Türkiye’de yapılan çalışmalardan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını çeşitli değişkenler açısından inceleyen Balcı ve Baloğlu (2018) cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığının farklılık göstermediğini ortaya koymuştur. Başka bir çalışmada Çiftçi (2018) cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı bir farklılaşma görülmemektedir. Başka bir çalışmada ise Aktan (2018) araştırmasındaki kişilerin sosyal medya bağımlılık puanlarını cinsiyete göre incelenmiştir. Farklılaşma olup olmadığı sosyal medya bağımlılığı açısından kadın katılımcılar ile erkek katılımcılar arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilmediği bulunmuştur.

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde cinsiyete göre depresyon puanları arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Kadınlarda ve erkeklerde depresyon puanları birbirine benzerdir. Bu bulguyu destekleyen Türkiye’de yapılan çalışmalardan üniversite öğrencilerinin depresyonu çeşitli değişkenler açısından inceleyen Balcı ve Baloğlu (2018) depresyonun cinsiyete göre farklılık göstermediğini ortaya koymuştur. Bulgumu desteklemeyen bir araştırma ise Elhai ve diğerleri (2018) cinsiyete göre sosyal medya yoksunluğu ile depresyon, kaygı ve stres arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde cinsiyete göre ilişki doyumu puanları arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Kadınlarda ve erkeklerde ilişki doyumu puanları birbirine benzerdir. Bu bulguyu destekleyen Satıcı ve Deniz (2018),

çalışmasında ait meta-analiz sonucunda cinsiyetin romantik ilişki doyumu üzerinde anlamlı düzeyde bir etkiye sahip olmadığı dolayısıyla kadınların ve erkeklerin romantik ilişki doyumlarının birbirlerine benzer oldukları ifade edilmiştir. Başka bir araştırmada ise Saraç, Hamamcı ve Güçray (2015) cinsiyet ile ilişki doyumu arasında yapılan korelasyon analizinde olumsuz yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Destekleyen bir diğer çalışma ise Sümer ve Arıçak (2018) bağımsız gruplar t testi sonuçlarına göre, ilişki doyumu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermedikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Bazı çalışmalarda ise kadınların erkeklere göre daha fazla romantik ilişki doyumuna sahip oldukları belirtilmektedir (Kaura ve Lohman, 2007; Rosen, Bailey ve Muise, 2017, aktaran, Saticı ve Deniz, 2018). Saraç, Hamamcı ve Güçray (2015) cinsiyete göre ilişki doyumu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

5.2. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla arasındaki ilişki

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ve depresyon arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Depresyon arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır. Bu bulguyu destekleyen Türkiye’de yapılan çalışmalardan üniversite öğrencilerinin depresyonu çeşitli değişkenler açısından inceleyen Balcı ve Baloğlu (2018) araştırmasında sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkiyi ifade eden analiz olarak korelasyon da ki sonuca göre, iki değişken arasında zayıf seviyede, pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur. Açıklamak gerekirse, depresyon puanı arttıkça, aynı şekilde sosyal medya bağımlılık puanı da zayıf da olsa anlamlı bir artış olmaktadır. Başka bir çalışma ise Elhai ve diğerleri (2018) bireylerde akıllı telefon ve sosyal medya yoksunluğunun depresyon, kaygı ve stres ile ilişkisini ölçtükleri çalışmada sosyal medya yoksunluğunun yine duygu bozukluğuna yol açtığını da tespit etmişlerdir. Karadağ ve Akçınar (2019) yaptığı araştırmada sosyal medyanın kullanımı sürekli olan kişilerin depresyon ve obsesif kompulsif bozuklukları diğer kullanım düzeyinde olan kişilere göre daha yüksek çıkmıştır. Bununla birlikte sosyal medyayı kendilerine destekleyici bir his yaratan bir işlevi olarak gören bireylerin majör bozukluk, bedensel belirti ve obsesif kompulsif bozukluk düzeylerini destekleyici olarak sosyal medyayı bu işlevde bulmayanlara göre yüksek bulunmuştur. Bulguları destekleyen başka bir yabancı araştırmada ise Alman öğrencilerin sosyal medya

kullanımında kişilik özellikleri, akıl sağlığındaki üzerindeki etkilerinin araştırıldığı bir çalışmada; kişilerin sosyal hayatta mutluluğunu etkileyecek bazı ruhsal bozukluklara rastlanmıştır. Sosyal medya kullanımının depresyon üzerinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur(Brailovskaia ve Margraf, 2018: 1).

Araştırmada elde edilen sonuçlara bakıldığında çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ile ilişki doyumu arasında bir ilişki bulunmamıştır. Bu bulgumu desteklemeyen bir araştırmada ise sosyal medyanın manipüle edici yönüne vurgu yaparak medya bağımlılığının ilişki kalitesini etkilediğini belirtmişlerdir. Ona göre sosyal medyanın aşırı kullanımı daha az tatmin edici ilişkilerin yaşanmasına sebep olmaktadır. Aşırı sosyal medya kullanımının ilişki kalitesinden ziyade ilişkide güveni etkilendiğini söyleyen çalışma bulgumu desteklemeyen niteliktedir (Norton ve Baptist, 2014).

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde depresyon ile ilişki doyumu arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Depresyon artarken ilişki doyumu azalmaktadır. Yapılan çalışmada ilişki doyumunun depresyona etkisi olduğunu söyleyen Cramer (2014) araştırmasında bulgumu destekleyen niteliktedir.

5.3. Yaşa göre çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumu ile ilişkisi

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde sosyal medya bağımlılığı puanları ile yaş arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Çiftlerde yaş artıkça sosyal medya bağımlılığı anlamlı derecede azaldığı ve yaş azaldıkça sosyal medya bağımlılığı anlamlı derecede arttığı bulunmuştur. Demografik formda 18-30 yaş aralığının sosyal medya bağımlılığı 31-39 yaş aralığına göre fazladır. Bu bulguyu desteklemeyen Çiftçi (2018) araştırmasında sosyal medya bağımlılığının yaş gruplarına göre karşılaştırılması ile bakıldığında; sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarının yaş grupları arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemektedir.

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde yaşa göre depresyon puanlarının arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Yaş gruplarının depresyon puanları birbirine benzer olduğunu göstermektedir. Bulguyu desteklemeyen Elhai ve diğerleri (2018) yaptığı araştırmada yaşa göre sosyal medya yoksunluğu ile depresyon, kaygı ve stres arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde ilişki doyumu puanlarının toplamında yaşa ilişkin anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu farklılaşma 18-30 yaş kişilerin 31-39 yaş kişilere göre ilişki doyumları daha fazladır. Bu bulguyu desteklemeyen Saraç, Hamamcı ve Güçray (2015) yaptığı analizler sonucunda yaşa göre ilişki doyumunu arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Yaş gruplarının ilişki doyumu puanlarıyla benzer olduğunu göstermektedir.

5.4. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının çocuğu olup olmamasıyla ilişkisi

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının çocuğu olup olmaması arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Çocuğu olan veya olmayan çiftlerin sosyal medya bağımlılığı puanları birbirine benzerdir. Bu çalışmadaki soruyu kendim oluşturduğum için başka bir çalışmayla karşılaştırma yapılmamıştır.

5.5.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının sosyal medya kullanımıyla ilişkisi

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının sosyal medya kullanıp kullanmaması arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Sosyal medya kullanan ve kullanmayan çiftlerin sosyal medya bağımlılığı puanları birbirine benzerdir. Bu çalışmadaki soruyu kendim oluşturduğum için başka bir çalışmayla karşılaştırma yapılmamıştır.

5.6.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının sosyal medyada geçirilen süreyle ilişkisi

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde sosyal medya bağımlılığının sosyal medyada geçirilen süre arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu farklılık 3 saatten fazla süre geçiren çiftlerin sosyal medya puanlarının yüksek olduğunu göstermektedir.3 saatten az süre geçiren çiftlerin sosyal medya bağımlılığı puanlarının düşük olduğunu göstermektedir. Bu bulguyu destekleyen Türkiye’de yapılan çalışmalardan üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını çeşitli değişkenler açısından inceleyen Balcı ve Baloğlu (2018) sosyal medya bağımlılık düzeyini etkileyen bir diğer faktörler içerisinde sosyal medyada geçirilen süreye baktığımızda araştırmada anlamlı bir sonuç elde edilmiştir. Araştırma hipotezine cevap veren yükseköğretimdeki öğrencilerinin sosyal medyada geçirilen zamanın fazla olmasıyla, sosyal medya

bağımlılık düzeyi de fazladır. Bu sonuca baktığımızda sosyal medya kullanım süresi arttıkça, sosyal medya bağımlılık seviyesinin de arttığı görülmektedir. Bulguyu destekleyen başka bir çalışmada Aktan (2018) katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu bulguyu destekleyen Keçe'nin (2016) araştırmasında sosyal medya kullanımının süre açısından fazla olmasıyla; sosyal medya bağımlılığının olabileceği yorumu yapılmıştır.

5.7.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının partneriyle birlikte yaptıkları aktiviteleri sosyal medyada paylaşmasıyla ilişkisi

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının partneriyle birlikte yaptıkları aktiviteleri sosyal medyada paylaşıp paylaşmaması arasında anlamlı bir farklılaşma bulunmamıştır. Paylaşım yapan veya yapmayan çiftlerin sosyal medya bağımlılığı puanları birbirine benzerdir. Bu çalışmadaki soruyu kendim oluşturduğum için başka bir çalışmayla karşılaştırma yapılmamıştır.

5.8.Çiftlerde sosyal medya bağımlılığının partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirmesi arasındaki ilişki

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirip geçirmemesi arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Partneriyle birlikte sosyal medyada vakit geçiren veya geçirmeyen çiftlerin sosyal medya bağımlılığı puanları birbirine benzerdir. Bu çalışmadaki soruyu kendim oluşturduğum için başka bir çalışmayla karşılaştırma yapılmamıştır.

5. 9. Çiftlerde depresyonun ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu arasındaki ilişki

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde depresyonun ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Sıkıntılı dönemlerde sosyal medyaya başvuran veya başvurmeyen çiftlerin depresyon puanları birbirine benzerdir. Bu çalışmadaki soruyu kendim oluşturduğum için başka bir çalışmayla karşılaştırma yapılmamıştır.

5.10. Çiftlerde ilişki doyumunun ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu arasındaki ilişki

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde çiftlerde ilişki doyumunun ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğu arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu farklılık çoğunlukla diye cevap veren çiftlerin hiçbir zaman, nadiren diye cevap veren çiftlere göre ilişki doyumu puanları düşüktür. Bu çalışmadaki soruyu kendim oluşturduğum için başka bir çalışmayla karşılaştırma yapılmamıştır. Fakat kuramsal olarak bakıldığında Bilişsel Davranışçı yaklaşıma göre kişinin biliş ve davranışları, kişinin probleminin açığa çıkmasına neden olur. Yani olayların kendisi değil olayların yorumlanma ve algılanma biçimi önemlidir. Kişiler yaşadıkları sıkıntılı dönemden kaçınma davranışı olarak sosyal medyayı tercih etmeleri olaylara yüklendiği anlam sonucunda kaçınma davranışı gerçekleşir. Bu sebeple terapide amaçlanan hedef bireyin bu düşüncesine yol açan ilişkideki doyuma dönük bilişleri incelenmeli ve davranışlarına müdahale etmektir(Köroğlu ve Türkçapar 2013:123).

5.11. Çiftlerde ilişki doyumunun partneriyle birlikteyken sosyal medyada ne kadar zaman geçirmesiyle arasındaki ilişki

Araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde ilişki doyumunun partneriyle birlikteyken sosyal medyada ne kadar zaman geçirmesi arasında anlamlı bir farklılaşma yoktur. Partneriyle birlikte iken sosyal medyada zaman geçiren veya geçirmeyen çiftlerin ilişki doyumu puanları birbirine benzerdir. Bu çalışmadaki soruyu kendim oluşturduğum için başka bir çalışmayla karşılaştırma yapılmamıştır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuç

Çalışmamda çiftlerin sosyal medya bağımlılığının depresyon ve ilişki doyumuyla ilişkisi incelenmiştir. Sosyal medya bağımlılığı, özellikle gelecekte birkaç yıllar içerisinde üzerinde durulacak bir konudan ziyade sorun olarak görülmektedir. Bu hususta sosyal medyanın bağlayıcı ve bireylerin davranışlarını etkileyici, ciddi bir işlevi olması en önemli etken gibi görünmektedir. Özellikle sosyal medyanın günümüz çift ilişkilerine yansımaları göze çarpmaktadır. Gelişen teknoloji ve sosyal medya uygulamalarının çoğalmasıyla tüm yaşamı sosyal medya üzerinden olacağına dair fikirler ortaya atılmıştır. Yaptığım çalışmada literatüre katkıda bulunmak adına birçok bulguya ulaşılmıştır.

Araştırma 2020- 2021 öğretim yılı güz döneminde mail üzerinden elektronik ortamda 18-39 yaşında 201 çift tarafından cevaplandı. Araştırmada ‘Sosyal Medya Bağımlılığı’, ‘Beck Depresyon’ ve ‘İlişki Doyumu’ ölçekleri kullanıldı. Değişkenler arasındaki ilişkileri incelemede korelasyon analizi, bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans (Anova) analizi kullanıldı.

Araştırma sonuçlarına baktığımızda çiftlerin sosyal medya bağımlılığı ile ilişki doyumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmadı. Sosyal medya bağımlılığı puanları yükseldikçe depresyon puanlarının yüksek olduğu ve depresyon puanları düştükçe ilişki doyumu puanlarının yüksek olduğuna yönelik anlamlı bir sonuç bulundu.

Cinsiyete göre incelediğimizde çiftlerde sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve ilişki doyumu arasında anlamlı bir fark bulunmadı. Yaşa göre incelediğimizde çiftlerde sosyal medya bağımlılığı ve ilişki doyumu arasında anlamlı bir fark bulunurken depresyon ile anlamlı bir fark bulunmadı. Çiftlerde sosyal medya bağımlılığına göre çocuk sahibi olma, sosyal medya kullanımı, sosyal medyada geçirilen süre, partneriyle birlikte yaptıkları aktiviteleri sosyal medyada paylaşım yapma ve partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirme arasında anlamlı bir fark bulunmadı. Depresyona göre çiftlerin yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğuna ilişkin anlamlı bir fark bulunmadı. İlişki doyumuna göre çiftlerin ilişkide yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurduğuna ilişkin anlamlı bir fark bulundu ve partneriyle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirmesine ilişkin anlamlı bir fark bulunmadı.

6.2 Öneriler

Sosyal medya bağımlılığının sadece gençler üzerinde değilde orta yetişkin yaş grubu üzerinde incelenebilmelidir. Çiftlerin ilişkilerini yaşayış tarzlarının sosyal medya üzerinden yansıttıkları ilişkilerin gerçekliği tartışılır bir konudur. Çiftlere yönelik daha iyi araştırmalar yapılabilir.

Sosyal medya bağımlılığı ve depresyon ilişkisine yönelik Türkiye’de yapılan çalışmaya fazla rastlanılmamıştır. Bu konuda çalışmalar yapılabilir. İlişki doyumu ölçeğine yönelik çok sınırlı sayıda Türkiye’de araştırma yapıldığı görülmüştür. Daha çok yabancı araştırmalara rastlanmaktadır. Sosyal medya kullanımının iyileştirmesine yönelik çiftlerde farkındalık çalışmaları yapılabilir.

Araştırmanın daha geniş bir örneklem grubunda tekrarlanması önerilir. Çünkü araştırmaya katılımda erkek veri sayısına ulaşmakta zorlanıldı. Çalışmaya katılımda erkeklerin daha isteksiz olduğu gözlenmiştir, erkeklerin ilişkileri ile ilgili paylaşımlarını güçleştiren etkilere yönelik bu alanda çalışmalar yapılması önerilir Elektronik ortam dışında yüz yüze ölçeklerin verilmesi daha güvenilir veriye ulaşmayı sağlayabilir. Özellikle evli bireylerin ilişkilerine yönelik farkındalıklarının arttığı ile ilgili yorumlar alınmıştır. Pandemi döneminde çiftlere yönelik çalışmalar yapılabilir. Çiftlerin ilişkilerinde doyumlarına yönelik farkındalık çalışmaları yapılabilir. İlişki doyumuna yönelik çalışma çok az olduğu için çalışmamda literatürümü destekleyecek bulguya ulaşmakta zorlandığımdan ilişki doyumu üzerine çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Amerikan Psikiyatri Birliği. Ruhsal bozuklukların tanısı ve sayımsal el kitabı, Beşinci Baskı (DSM-5) Tanı Ölçütleri Başvuru El Kitabı. (Çev. : E Köroğlu) Hekimler Yayın Birliği, Ankara, 2014.
- Balcı, Ş. ve Demir, Y. (2018). Sosyal medya kullanımı ile mutluluk düzeyi arasındaki ilişki: Üniversite gençliği üzerine bir inceleme. *International Journal Of Social Science*, (71),339-354.
- Balcı, Ş. , Bekiroğlu, O. ve Karaman, S. Y. (2019). Sosyal medya bağımlılığının bir belirleyicisi olarak öz saygı: Konya örneğinde bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (48),35-64.
- Bandura, A. (1971). Social learning theory. General learning press.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine çalışma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 276-295.
- Beck, A. T., Ward, C., Mendelson, M., Mock, J. ve Erbaugh, J. (1961). Beck depression inventory (BDI). *Arch Gen Psychiatry*, 4(6), 561-571.
- Brailovskaia J. ve Margraf, J. (2018). “What does media use reveal about personality and mental health? An Ex-ploratory Investigation among German Students.” *Plos One*, V/I, 13 (1), 1-17.
- Bradbury, T.N. ve Fincham, F.D. (1988), Individual difference variables in close relationships: A contextual model in marriage as an integrative framework. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 713-721.
- Can, F. ve Hovardaoğlu, S. (2015). Romantik ilişkilerde sosyal ağ etkileri. *Nesne Psikoloji Dergisi*, 3(5), 43-65.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.
- Choi K, Son, H.,Park, M., Hun, J., Kim, K., Lee, B. Ve Gwak, H.(2009), *Internet overuse and excessive daytime sleepiness in adolescents. Psychiatry and Clinical Neurosciences*,63(4),455-462.
- Cramer, D. (2004). Satisfaction with a romantic relationship, depression, support and confl ict. *Psychology and Psychotherapy*, 77, 449-461.
- Corey. G. (2015). Psikolojik danışma kuram ve uygulamaları. (Çev. Ergene, T.). Ankara: Metis Yayıncılık
- Curun, F. (2001). The effects of sexism and sex role orientation on romantic relationship satisfaction [Cinsiyetçilik, cinsiyet rolü yöneliminin ilişki doyumu üzerine etkileri] (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O.(2019) Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,7(4), 173-188.

- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*,9 (2), 27-50.
- Demirci, İ. (2019). Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20,15-22.
- Deniz, L. ve Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367.
- Diker, E. ve Taşdelen, B. (2017). Sosyal medya olmasaydı ne olurdu? Sosyal medya bağımlısı gençlerin görüşlerine ilişkin nitel bir araştırma. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*,17, 189-206.
- Elhai, J. D., Hall, B., Erwin, M. (2018). Emotion regulation’s relationships with depression, anxiety and stress due to imagined smartphone and social media loss. *Psychiatry Research* (261), 28-34.
- Griffiths, M. D. A. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10 (4), 191-197.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), 105-120.
- Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32), 151-175.
- Hawkins, J. L. (1968). Associations between companionship, hostility, and marital satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*. *Journal of Marriage and the Family*, 30, 647-650.
- Hendrick, S. S. (1988). A generic measure of relationship satisfaction, *National Council on Family Relations*,50 (1), 93-98.
- Hendrick, S. S., Hendrick, C. ve Adler, N. L. (1988). Romantic relationships: Love, satisfaction, and staying together, *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (6), 980-988.
- Hisli, N. (1988). Beck Depresyon Envanterinin geçerliliği üzerine bir çalışma (A study on the validity of Beck Depression Inventory.). *Psikoloji Dergisi*, 6, 118-122.
- Kalaman, S. ve Çelik, F. (2019). Türkiye’deki evli bireylerin sosyal medya kullanımlarının evlilikleri üzerine etkisi: Nitel bir araştırma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 424-453.
- Karadağ, A. , ve Akçınar, B. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik semptomlar arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 154-166.
- Karasar, N. (2012).Bilimsel araştırma yöntemi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Keçe, M. (2016).Facebook Addiction among Turkish Students. *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME)*, 6 (2), 123-132.
- Kiesler, S., Siegal, I., ve McGuire, T. W. (1984). Social psychological aspects of computermediated communication. *American Psychologist*, 39(10), 1123-1134.

- Köroğlu, E. ve Türkçapar, H.(2013) Psikoterapi Yöntemleri. Ankara: HYB Yayıncılık.
- Lin, S. J. ve Tsai, C. C. (2002). Sensation Seeking and Internet Dependence of Taiwanese High School Adolescents. *Computers in Human Behavior*, 18(4), 411-426.
- Milardo, R. M. (1982). Friendship networks in developing relationships: Converging and diverging social environments. *Social Psychology Quarterly*, 45, 162-172.
- Norton, A. M. ve Baptist, J. (2014). Couple boundaries for social networking in middle adulthood: Associations of trust and satisfaction. *Cyberpsychology*, 8(4), 23- 36.
- Öztürk, C. Ş. ve Arkar, H. (2014). Evli çiftlerde evlilik uyumu ve cinsel doyum arasındaki ilişkiler. *Literatür ve Sempozyum*, 1(3), 16-24.
- Öztürk, M. O. ve Uluşahin, N. A. (2018). Ruh Sağlığı ve Bozuklukları. (15. Baskı).Ankara: Bayt Yayınevi.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk İletişim*,9 (1), 287-311.
- Porter, K., Mitchell, J., Grace, M., Shinosky, S. ve Gordon, V. (2012). A study of the effects of social media use and addiction on relationship satisfaction. *Meta-communicate*, 2(1), 1-27.
- Rogers, C. R. (1995). The Way of Being.Boston Newyork: Houghton Mifflin company. Erişim adresi: Booksgoogle.
- Saraç, A. , Hamamcı, Z. , ve Güçray, S. (2015). Üniversite öğrencilerinin romantik ilişki doyumunu yordaması. *Turkish Psychological Counseling ve Guidance Journal*, 5(43),69-79.
- Satıcı, B. (2019). Sosyal medya bağımlılığı ve iyilik hali: Romantik ilişkilerde mükemmeliyetçiliğin aracılık rolü. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14(20), 699-727.
- Satıcı, B. ve Deniz, M. E. (2018). Cinsiyetin romantik ilişki doyumunu üzerindeki etkisi: Bir meta-analiz çalışması. *İlköğretim Online*, 17(2), 1077.
- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523-538.
- Sümer, S. ve Arıcak, T. (2018). Romantik ilişkilerde bağlanma stilleri, romantik kıskançlık ve ilişki doyumunu arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Psikoloji Araştırmaları*, 3(6), 6-13.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 7(17), 851-870.
- Turel, O. ve Serenko, A. (2012).The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5),512-528.
- Tuzcuoğlu, N. (1995). Psikanaliz kuramı ve özellikleri. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*,7(7), 275-285.

- Türkçapar, M. H. (2019). Farket Düşün Hisset Yaşa-Kendi Kendine Psikoterapi Rehberi. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161-172
- Ünür, E. (2016). Geleneksel medyanın sosyal medyayı nasıl kullandığına ilişkin bir inceleme: Dizilerin twitter kullanımı. *Turkish Journal of Social Research/Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(1), 153-170.
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20), 3348-3382.
- Yıldırım, Ş. , Özdemir, M. ve Alparslan, E. (2018). Kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde bir sosyal paylaşım ağı incelemesi: Facebook örneği. *Intermedia International e-Journal*, 5(8), 42-65.
- Young, K.S. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. Paper Presented at the 104th Annual Meeting of the American Psychological Association, Toronto. *Cyberpsychol Behavior*, 3, 237-244.
- Sosyal Medya Bağımlılığı: Anlamı, Belirtileri, Nedenleri, Etkileri ve Tedavisi (2020,12,16) Erişim adresi <http://www.thewisdompost.com/essay/addiction/social-media-addiction/social-media-addiction-meaning-symptoms-causes-effects-treatment/1293>

EKLER

EK-1. Demografik Bilgi Formu

1)Cinsiyetiniz: Kadın () Erkek ()

2)Yaşınız:18-30 () 31-39 ()

3)Medeni Durumunuz: Evli () Nişanlı () Sevgili(Flört) ()

4)Çocuğunuz var mı? Var () Yok()

5)Öğrenim Durumunuz: Lise () Ön lisans () Lisans () Yüksek Lisans()

6)Sosyal Medya Kullanıyor Musunuz? Evet () Hayır ()

7)Sosyal medyada ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

1 saat ve 1 saatten az ()

1 saat ile 3 saat arası ()

3 saatten fazla ()

8)Partnerinizle birlikte yaptığınız aktiviteleri sosyal medyada paylaşır mısınız? Evet () Hayır ()

9)Partnerinizle birlikteyken sosyal medyada zaman geçirir misiniz? Evet () Hayır ()

10)İlişkinizde yaşanan sıkıntılı dönemlerden kaçınmak için sosyal medyaya ne sıklıkla başvurursunuz?

Çoğunlukla () Nadiren () Hiçbir zaman ()

EK-2.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

EK-3. Beck Depresyon Ölçeği

Aşağıda gruplar halinde bazı cümleler ve önünde sayılar yazılıdır. Her gruptaki cümleleri dikkatle okuyunuz. BUGÜN DAİL, GEÇEN HAFTA İÇİNDE kendinizi nasıl hissettiğinizi en iyi anlatan cümleyi seçin ve yanındaki KUTUCUĞU işaretleyin. Seçiminizi yapmadan önce gruptaki cümlelerin hepsini dikkatle okuyunuz ve yalnızca bir maddeyi işaretleyin.

- (0) Kendimi üzüntülü ve sıkıntılı hissetmiyorum.
 - (1) Kendimi üzüntülü ve sıkıntılı hissediyorum.
 - (2) Hep üzüntülü ve sıkıntılıyım. Bundan kurtulamıyorum.
 - (3) O kadar üzüntülü ve sıkıntılıyım ki artık dayanamıyorum.
-
- (0) Gelecek hakkında umutsuz ve karamsar değilim.
 - (1) Gelecek hakkında karamsarım.
 - (2) Gelecekte beklediğim hiçbir şey yok.
 - (3) Geleceğim hakkında umutsuzum ve sanki hiçbir şey düzelmeyecekmiş gibi geliyor.
-
- (0) Kendimi başarısız bir insan olarak görmüyorum.
 - (1) Çevremdeki birçok kişiden daha çok başarısızlıklarım olmuş gibi hissediyorum.
 - (2) Geçmişime baktığımda başarısızlıklarla dolu olduğunu görüyorum.
 - (3) Kendimi tümüyle başarısız bir kişi olarak görüyorum.
-
- (0) Birçok şeyden eskisi kadar zevk alıyorum.
 - (1) Eskiden olduğu gibi her şeyden hoşlanmıyorum.
 - (2) Artık hiçbir şey bana tam anlamıyla zevk vermiyor.
 - (3) Her şeyden sıkılıyorum.
-
- (0) Kendimi herhangi bir şekilde suçlu hissetmiyorum.
 - (1) Kendimi zaman zaman suçlu hissediyorum.
 - (2) Çoğu zaman kendimi suçlu hissediyorum.
 - (3) Kendimi her zaman suçlu hissediyorum.
-
- (0) Kendimden memnunum.
 - (1) Kendi kendimden pek memnun değilim.
 - (2) Kendime çok kızıyorum.
 - (3) Kendimden nefret ediyorum.
-
- (0) Başkalarından daha kötü olduğumu sanmıyorum.
 - (1) Zayıf yanlarım veya hatalarım için kendi kendimi eleştiririm.
 - (2) Hatalarımdan dolayı her zaman kendimi kabahatli bulurum.
 - (3) Her aksilik karşısında kendimi kabahatli bulurum.
-
- (0) Kendimi öldürmek gibi düşüncelerim yok.
 - (1) Zaman zaman kendimi öldürmeyi düşündüğüm oluyor, fakat yapmıyorum.
 - (2) Kendimi öldürmek isterdim.
 - (3) Fırsatını bulsam kendimi öldürürüm.

- (0) Her zamankinden fazla içimden ağlamak gelmiyor.
- (1) Zaman zaman içimden ağlamak geliyor.
- (2) Çoğu zaman ağlıyorum.
- (3) Eskiden ağlayabilirdim şimdi istesem de ağlayamıyorum.

- (0) Şimdi her zaman olduğumdan sinirli değilim.
- (1) Eskisine kıyasla daha kolay kızıyorum.
- (2) Şimdi hep sinirliyim.
- (3) Bir zamanlar beni sinirlendiren şeyler şimdi hiç sinirlendirmiyor.

- (0) Şimdi her zaman olduğumdan sinirli değilim.
- (1) Eskisine kıyasla daha kolay kızıyorum.
- (2) Şimdi hep sinirliyim.
- (3) Bir zamanlar beni sinirlendiren şeyler şimdi hiç sinirlendirmiyor.

- (0) Başkaları ile görüşmek, konuşmak isteğimi kaybetmedim.
- (1) Başkaları ile eskisinden daha az konuşmak, görüşmek istiyorum.
- (2) Başkaları ile konuşma ve görüşme isteğimi kaybettim.
- (3) Hiç kimseyle görüşüp, konuşmak istemiyorum.

- (0) Eskiden olduğu kadar kolay karar verebiliyorum.
- (1) Eskiden olduğu kadar kolay karar veremiyorum.
- (2) Karar verirken eskisine kıyasla çok güçlük çekiyorum.
- (3) Artık hiç karar veremiyorum.

- (0) Aynada kendime baktığımda bir değişiklik görmüyorum.
- (1) Daha yaşlanmışım ve çirkinleşmişim gibi geliyor.
- (2) Görünüşümün çok değiştiğini ve daha çirkinleştiğimi hissediyorum.
- (3) Kendimi çok çirkin buluyorum.

- (0) Eskisi kadar iyi çalışabiliyorum.
- (1) Bir şeyler yapmak için gayret göstermek gerekiyor.
- (2) Herhangi bir şeyi yapabilmek için kendimi çok zorlamama gerekiyor.
- (3) Hiçbir şey yapamıyorum.

- (0) Her zamanki gibi iyi uyuyabiliyorum.
- (1) Eskiden olduğu gibi iyi uyuyamıyorum.
- (2) Her zamankinden bir-iki saat daha erken uyanıyorum ve tekrar uyuyamıyorum.
- (3) Her zamankinden çok daha erken uyanıyorum ve tekrar uyuyamıyorum.

- (0) Her zamankinden daha çabuk yorulmuyorum.
- (1) Her zamankinden daha çabuk yoruluyorum.
- (2) Yaptığım hemen her şey beni yoruyor.
- (3) Kendimi hiçbir şey yapamayacak kadar yorgun hissediyorum.

- (0) İştahım her zamanki gibi
- (1) İştahım eskisi kadar iyi değil

- (2) İştahım çok azaldı.
- (3) Artık hiç iştahım yok.

- (0) Son zamanlarda kilo vermedim.
- (1) İki kilodan fazla kilo verdim.
- (2) Dört kilodan fazla kilo verdim.
- (3) Altı kilodan fazla kilo verdim.

- (0) Sağlığım beni fazla endişelendirmiyor.
- (1) Ağrı, sancı, mide bozukluğu veya kabızlık gibi rahatsızlıklar beni endişelendiriyor.
- (2) Sağlığım beni endişelendirdiği için başka şeyler düşünmek zorlaşıyor.
- (3) Sağlığım hakkında o kadar endişeliyim ki, başka hiçbir şey düşünemiyorum.

- (0) Son zamanlarda cinsel konulara olan ilgimde bir değişme farketmedim.
- (1) Cinsel konularda eskisinden daha az ilgiliyim.
- (2) Cinsel konularda şimdi çok daha az ilgiliyim.
- (3) Cinsel konulara olan ilgimi tamamen kaybettim.

- (0) Bana cezalandırılmışım gibi gelmiyor.
- (1) Cezalandırılabilceğimi seziyorum.
- (2) Cezalandırılmayı bekliyorum.
- (3) Cezalandırıldığımı hissediyorum.

EK- 4.İlişki Doyumu Ölçeği (İDÖ)

Aşağıda ilişkiniz ile ilgili yedi madde bulunmaktadır. Sunulan ölçeği kullanarak her bir maddenin sizin için ne derece uygun olduğunuzu belirtiniz.

1. Partneriniz ihtiyaçlarınızı ne kadar iyi karşılıyor?						
1	2	3	4	5	6	7
Hiç karşılıyor						Tamamen karşılıyor

2. Genel olarak ilişkinizden ne kadar memnunsunuz?						
1	2	3	4	5	6	7
Hiç memnun değilim.						Tamamen Memnunum.

3. Diğerleri ile karşılaştırıldığında ilişkiniz ne kadar iyi?						
1	2	3	4	5	6	7
Çok daha kötü.						Çok daha iyi.

4. Ne sıklıkla hiç ilişki yaşamamış olmayı istiyorsunuz?						
1	2	3	4	5	6	7
Hiçbir zaman						Her zaman

5. İlişkiniz ne dereceye kadar sizin başlangıçtaki beklentilerinizi karşılıyor?						
1	2	3	4	5	6	7
Hiç karşılıyor						Tamamen karşılıyor.

6. Partnerinizi ne kadar seviyorsunuz?						
1	2	3	4	5	6	7
Hiç sevmiyorum						Çok seviyorum

7. İlişkinizde ne kadar problem var?						
1	2	3	4	5	6	7
Hiç problem yok						Çok fazla problem var

Lütfen herhangi bir öneri veya yorumunuz varsa belirtiniz.