



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

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BATI MARMARA BÖLGESİNDE
SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE KİŞİSEL İYİ OLUŞ
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

MERVE BEŞİK

TEZ DANIŞMANI

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÜNÜBOL

İSTANBUL - 2019

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

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BATI MARMARA BÖLGESİNDE
SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE KİŞİSEL İYİ OLUŞ
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

MERVE BEŞİK

174102119

TEZ DANIŞMANI

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÜNÜBOL

İSTANBUL - 2019



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

GENEL BİLGİLER

Öğrenci No	: 174102119
Öğrenci Adı Soyadı	: Merve BEŞİK
Anabilim Dalı	: Klinik Psikoloji
Tez Danışmanı	: Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin Ünübol
Tezin Başlığı	: Batı Marmara Bölgesinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kişisel İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

TEZ SAVUNMA SINAVI TUTANAĞI

Toplantı Tarihi	: 10/07/2019	Saati	: 13:00
Öğrenci Savunmaya	: <input checked="" type="checkbox"/> GELDI		
Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili hükümleri uyarınca tez bilimsel olarak incelenmiş, adayın tez çalışmasını sunmasının ardından, adaya tez çalışması ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonunda adayın tez çalışmasıyla ilgili aşağıdaki kararı,			
<input checked="" type="checkbox"/> OY BİRLİĞİ <input type="checkbox"/> OY ÇOKLUĞU			
<input checked="" type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavında adayın başarılı bulunması sonucunda tez KABUL edilmiştir.			
<input type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavı sonucunda tezin DÜZELTİLMESİ için ay EK SÜRE verilmesinin Enstitü Müdürlüğüne önerilmesi kararı alınmıştır. (en fazla 3 ay)			
<input type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavının sonucunda tezin REDDEDİLMESİ kararı alınmıştır.			
Savunmada Tezin Başlığı	: <input checked="" type="checkbox"/> Değişmedi. <input type="checkbox"/> Değişti.		
Tezin Yeni Başlığı	:		
Öğrenci Savunmaya	: <input type="checkbox"/> GELMEDİ		
Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili hükümleri uyarınca yukarıda belirtilen tarih ve saatte Tez Savunma Jürisi toplanmış ancak ilgili öğrenci savunma sınavına gelmemiştir. Adayın tez çalışmasını Jüri önünde sunmadığı için yapılan değerlendirmeler sonunda adayın tez çalışmasıyla ilgili aşağıdaki kararı,			
<input type="checkbox"/> OY BİRLİĞİ ile REDDEDİLMİŞTİR.			

ile almıştır.

Tez Sınavı Jürisi	Unvanı, Adı Soyadı	İmza
Danışman Üye	Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÜNÜBOL	
Üye	Doç. Dr. Gökben Hızlı SAYAR	
Üye	Doç. Dr. Rabia BİLİCİ	

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum (TURBAHAR) Türkiye Bağımlılık ve Ruh Sağlığı Haritası'nın 9 Demografik Bölge Çalışmasına dahil olan katılımcıların arasından, "Batı Marmara Bölgesinde Sosyal Medya ile Kişisel İyi Oluş Arasındaki İlişkisinin İncelenmesi" adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Merve Beşik

2019

ÖNSÖZ

Yalnızca bir tez çalışmasından öte ulusal çalışmada önderlik eden, yardımlarını eksik etmeyen Doç. Dr. Gökben Hızlı Sayar ve Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Ütüböl'a teşekkürlerimi sunarım.

Tez yazım aşamasında bilgisiyle destek olan meslektaşım, Psikolog Burcu Beyler'e,

Hayatım boyunca desteklerini esirgemeyen anneme, babama ve kardeşime,

Tez çalışmam sırasında desteği, fedakarlıklarıyla yanımda olan Mehmet Emre Dönder'e minnet dolu teşekkürler...

Merve Beşik

2019

ÖZET

Günümüzde sosyal medya pek çok alanda kişilerin hayatlarına dahil olmaktadır. Sosyal medyanın kontrolsüz kullanımı bağımlılığı geliştirmekte ve kişileri psikolojik, sosyolojik, davranışsal açıdan etkilemektedir. Bu çalışmada Türkiye Bağımlılık ve Ruh Sağlığı Haritası'nın (TURBAHAR) 9 Demografik Bölge Çalışmasına dahil olan katılımcıların arasında Batı Marmara Bölgesi içerisinde yaşayan kişiler ile sosyal medya bağımlılığı ve kişisel İyi oluş arasındaki ilişkiyi incelemektedir.

Araştırmanın örneklemini Batı Marmara Bölgesinde yaşayan 2900 kişi oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri Davranış Etkileme Yüğü Formu, Sosyo-demografik Bilgi Formu ve Kişisel İyi Oluş ölçekleri ile elde edilmiştir. Davranış Etkileme Yüğü Formu davranışsal bağımlılıkta görülen ortak belirtilerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Çalışmada elde edilen veriler SPSS 21 programına yüklenmiştir. Sosyal Medya Davranışının Etki Yüğü üç gruba ayrılmış, gruplar arasında ki farkın analizinde Tek Yönlü ANOVA Analizi kullanılmıştır. Sosyal medya bağımlılığını etkileyen cinsiyet, eğitim, medeni durum, çocuk sayısı ve yaş değişkenleri ile çalışmada kullanılan Kişisel İyi Oluş ölçeğinin ilişkisini tahmin edebilmek için Lineer Regresyon yapılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgular sonucunda Batı Marmara Bölgesinde, sosyal medya bağımlılığı ve yaş değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yaş düştükçe sosyal medya bağımlılığı puanı arttığı bulgusuna erişilmiştir. Bu bağlamda eğitimcilerin ve ruh sağlığı çalışanlarının gelecek nesillere ve ailelere sosyal medya bağımlılığı, güvenli ve bilinçli internet kullanımı ile ilgili farkındalık oluşturmak adına toplumsal çalışmalar yürütülmesinde, fayda olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, Kişisel İyi Oluş, Sosyal Medya, TURBAHAR, Batı Marmara,

ABSTRACT

Nowadays, social media is involved in the lives of people in many areas. Problematic social media usage may cause addiction and affect people psychologically, sociologically and behaviorally. In this study, Map for Turkey Addiction and Mental Health (TURBAHAR) which included the demographics and levels of behavioral addictions of participants in 9 areas, aimed to examine the relationship between social media addiction and personal well-being of individuals living in West Marmara Region.

The sample of the study consists of 2900 adult individuals living in the Western Marmara Region. The data of the study was obtained by the Behavior Impact Load Form, Socio-demographic Information Form and Personal Well-being Index. The Behavior Impact Load Form was developed to find out common symptoms seen in behavioral addictions. The data obtained in the study were entered to SPSS 21 for analyses. The impact load of Social Media Usage was divided into three groups for comparison. One-way ANOVA Analysis was used to analyze the differences among the groups. In order to estimate the relationship between gender, education, marital status, number of children and age variables and Personal Well-Being Index used in the study, Linear Regression Analysis was used.

Based on the findings of the study, a significant relationship was found between social media addiction and age variable among individuals in the Western Marmara Region. It was found that social media addiction scores increased with age. In this context, it can be considered that researchers and practitioners will benefit from conducting social studies in order to raise awareness about future generations and families about social media addiction as well as safe and efficient social media usage.

Keywords: Addiction, Personal Well-Being, Social Media, TURBAHAR, Western Marmara Region

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	i
ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
TABLolar LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
KISALTMALAR ve SEMBOLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	1
1.2. Araştırmanın Problem Cümleleri.....	3
1.3.Araştırmanın Hipotezleri.....	3
1.4.Sınırlılıklar.....	3
1.5. Sayıtlar	4
İKİNCİ BÖLÜM	5
LİTERATÜR TARAMASI	5
2.1 Sosyal Medyanın Tanımı.....	5
2.1.2. Sosyal Medya Araçları ve Özellikleri	6
2.2. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Farkı	8
2.3. İhtiyaçlar Hiyerarşisine Göre Sosyal Medya.....	9
2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı ve İlişki Kavramlar	11
2.5. Sosyal Medya Bağımlılığın Etiyolojisi	13
2.6 Sosyal Medya Bağımlılığının Epidemiyolojisi	16
2.7 Sosyal Medya Bağımlılığının Etkileri.....	17

2.8. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Psikiyatrik Hastalıkların İlişkisi	20
2.10.Pozitif Psikoloji ve Kişisel İyi Oluş	24
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	27
YÖNTEM	27
3.1. Evren	27
3.2. Örneklem.....	27
3.3.Prosedür.....	27
3.4. Veri Toplama Araçları.....	28
3.4.1. Sosyodemografik Bilgi Formu:	28
3.4.2.Davranış Etkileme Yüğü Formu:.....	29
3.4.3.Kişisel İyi oluş İndeksi Yetişkin Türkçe Formu	29
3.5. Verilerin İstatistiksel Analizi	29
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	31
BULGULAR.....	31
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	36
TARTIŞMA	36
EKLER	46
1. Sosyodemografik Soru Formu	46
2. Davranış Etkileme Yüğü Formu	49
3. Kişisel iyi oluş indeksi - Yetişkin Türkçe Formu	51
ÖZGEÇMİŞ	52

TABLÖLÄR LİSTESİ

Tablo 1: Demografik Bilgilerden Cinsiyet, Eğitim, Medeni Durum, Çocuk Sayısı, Hanede Yaşayan Kişi Sayısı, ve Sigara Kullanımına Dair Tanımlayıcı Bulgular

Tablo 2: Yaş Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanları

Tablo 3: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığını Tanımlayıcı Bulgular

Tablo 4: Kişisel İyi Oluş Düzeyi ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlgili Tanımlayıcı Bulgular

Tablo 5: Değişkenler ile Sosyal Medya Bağımlılığının Regresyon Analizi

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Davis (2001)' in oluşturduğu patolojik internet kullanımı için oluşturduğu modeli

KISALTMALAR ve SEMBOLLER LİSTESİ

TURBAHAR	:	Türkiye Bağımlılık ve Ruh Sağlığı Haritası
KİO	:	Kişisel İyi Oluş
DSM-V	:	Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı 5
SPSS	:	Statistical Package for the Social Sciences
%	:	Yüzde
α	:	Alfa
f	:	Frekans
r	:	Pearson Korelasyon Katsayısı
\bar{x}	:	Aritmetik Ortalama
F	:	F Değeri
p	:	Anlamlılık değeri
t	:	t değeri
ss	:	Standart Sapma
\pm	:	Artı Eksi

GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İnternet kullanım sıklığının artmasıyla beraber sosyal medyaya erişim sıklığında artmaktadır. Sosyal medya günümüzde yalnızca iletişim sağlamamakta aynı zamanda bilgi elde etme, oyun gibi pek çok yönüyle kişilerin bir çok ihtiyacını giderme amacı içermektedir.(Demir, 2016)

Sosyal medya ve internet teknolojisinin kişilerin hayatlarında merkezi bir konumda olmasının en önemli sebeplerin başında; kişilerin psikolojik ihtiyaçlarına, yalnızlığına, mutluluğuna-mutsuzluğuna, zaman zaman siyasal ve sosyal yaşantısındaki katılımı için önemli bir alanda iken başka bir taraftan ise sosyal medya araçlarına bağımlılığı geliştirmektedir. (Babacan, 2016)

Bağımlılık bir maddeye olan bağımlılık durumu dışında seks, alışveriş, kumar teknolojik gibi davranışsal bağımlılıkları da kapsamaktadır. (Alaçam ark., 2015) Davranışsal bağımlılar ile bir maddeden- alkolden kaynaklı olan bağımlılıklar arasında ki benzerlikler incelendiğinde her iki bağımlılık türünde de benzer özellikler bulunmuştur. Psikolojik bağımlılık ve fiziksel bağımlılığın duygu durumda değişiklik, yoksunluk, zihinde karmaşa, kişiler arasında çatışma ve relaps özellikleri karşımıza çıkmaktadır. (Arısoy, 2009)

Bağımlılık, bir şeye bağlı olma, koşullu olma durumu olarak değerlendirilmektedir. Hem bağımlılığın hem de sosyal medya bağımlılığın tanımı birleştirildiğinde şöyle denilebilir; kişilerin herhangi bir sosyal paylaşım ağında zaman geçirmesi ve uzun süre sürmesi, gün boyunca sosyal ağa girmeden duramaması, her gün sosyal ağa katılım sağlaması, eylemi devam ettiremediğinde ise genellikle fizyolojik ve ruhsal rahatsızlık hissetmesi, sosyal medyaya bağımlılık duyduğu anlamına gelmektedir (Kıvanç, 2019)

Kişilerin sosyal medya kullanma sebebi sosyalleşmek olarak nitelendirilmektedir. Ancak sosyal medya kullanımında kişisel farklılıklar vardır. Sosyal medya, bazı kişiler için sosyalleşmeden kaçan, yalnızlığı tercih eden kişiler tarafından kullanılırken, kimi

kişiler için takdir görebilme ve sosyalleşme sebebiyle kullanılmaktadır. (Demir, Kumcağız, 2019)

Sosyal medya bağımlılığı incelenildiğinde sosyal destek ve benlik saygısı arayışı ön plana çıkmaktadır. Kişilerin benlik saygısı düzeyi incelendiğinde yakın ilişkilerde bulunabilme yeteneğini, psikolojik ve fizyolojik hastalıklara karşı direncin de etkilemektedir. Böylece bireyin kendisini nasıl algıladığı, kendisine verdiği değer ruhsal iyilik halini etkilemekte ve sosyal etkileşimini şekillendirmektedir. (Uzun ark., 2016)

Bunlarla birlikte, internet bağımlılığı konu olan çalışmalarda internet bağımlılığına etki eden etkenlere bakıldığında ise sosyal fobi, anksiyete bozuklukları, majör depresyon, utangaçlık, kişilik bozuklukları, içe dönüklük ile karşılaşmıştır. (Şenormancı ark., 2010)

Bu sebeple sosyal medya bağımlılığının zorlayıcı internet kullanımı ile birlikte kişiler üzerindeki etkilerinden bahsetmek amacıyla kişisel iyi oluş kavramında değerlendirilmesi gerektiği düşünülmüştür.

Öznel iyi oluş, entellektüel yanı ya da gerçekçiliği temsil etmektedir. Duygusal öge olumsuz ve olumlu duygu durum olarak iki alandan oluşmaktadır. Olumlu duygular; ilgi, heyecan, neşe, uyanıklık, gibi duyguları oluşturmaktadır. Olumsuz duygulanım ele alındığında korku, üzüntü, nefret, suçluluk gibi olumsuz duyguları barındırır. Duygulanım ve duygu-durum bireyin o sırada içinde bulunduğu durumu değerlendirmelerinin yansımasıdır. Öznel iyi oluş ile çalışmalar ise anlık duygulardan önce uzun dönemli ‘duygu- durum’ ile ilgilenmektedirler. (Dost, 2016)

Öznel iyi oluş incelendiğinde; amaçlı yaşam etkinlikleri, genetik faktörler ve yaşam koşulları faktörler olarak üç temel alandan oluşmuştur. Böylece cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, yaşanılan yer, ekonomik durum gibi değişkenler yaşam koşulları olarak değerlendirilmektedir. (Dogan, 2013)

Bu bağlamda günümüzde sosyal medyanın kişilerin hayatlarına çok fazla dahil olması ile birlikte kişinin iyilik halinin olumlu ya da olumsuz olarak ne düzeyde etkilediğini araştırmak amacıyla öncelikle sosyal medyanın amaçları, etkileri, avantajları, dezavantajları, bağımlılık kavramını karşılayan durumlar, kişinin iyi olma

durumu için gerekli kriterler üzerinde durulmuştur. Bu amaçla literatür taraması ve anket uygulaması yöntemlerinden faydalanılarak ilerleme kaydedilmiştir. Böylece çalışmada; sosyal medya bağımlılığı, kişisel iyi oluş ile ilgili literatürde yer alan bilgilerin verilmesinin yanı sıra ölçeklerden elde edilen verilerle bu değişkenlerin arasındaki ilişkilerin ortaya konması amaçlanmıştır.

1.2. Araştırmanın Problem Cümleleri

Katılımcıların kişisel iyi oluş düzeyleri ile ve sosyal medya bağımlılığı arasında ilişki var mıdır ?

Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık seviyesi nedir ?

Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık seviyesinin kişisel özelliklerine göre farklılık gösterir mi ?

1.3Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada aşağıdaki hipotezler denenmiştir.

H1: Sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş arasında ilişki vardır.

H2: Sosyal medya bağımlılığı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H3: Sosyal medya bağımlılığı yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.

H4: Sosyal medya bağımlılığı eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H5: Sosyal medya bağımlılığı medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H6: Sosyal medya bağımlılığı çocuk sayısına göre farklılık göstermektedir.

H7: Sosyal medya bağımlılığı hanede yaşayan kişi sayısına göre farklılık göstermektedir.

H8: Sosyal medya bağımlılığı sigara kullanım oranına göre farklılık göstermektedir?

1.4.Sınırlılıklar

Uygulanan analizlerde $p = 0,05$ baz alınmıştır.

Bu çalışma Batı Marmara Bölgesinde yaşayan 18-65 yaş aralığından, 2900 kişiden toplanan verilerle sınırlıdır.

Araştırmada bireylere ait bilgiler, hazırlanan sosyo-demografik bilgi formunda bulunan sorular ile sınırlıdır.

Katılımcıların kişisel iyi oluş düzeyini değerlendirmek için veriler Kişisel İyi Oluş İndeksi (KİO)'nin kapsamında sınırlıdır.

Katılımcıların bağımlılık ölçütlerini değerlendirmek amacıyla Davranış Etkileme Yükü Formu kapsamında sınırlıdır.

1.5. Sayıtlar

Araştırma kapsamında katılımcılar gönüllük esasına göre çalışmaya katıldıklarını beyan ettikleri bir onam formu imzalamıştır.

Katılımcıların içtenlikle ve nesnellikle ölçek ve anketleri yanıtladığı varsayılmıştır.

Araştırmada örnekleminin evreni olması gereken sınırlar içerisinde temsil ettiği varsayılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM LİTERATÜR TARAMASI

Bu kısımda araştırmadaki kuramsal ve kavramsal çerçeveyi içeren değişkenlerden bahsedilmiştir.

2.1 Sosyal Medyanın Tanımı

Sosyal medya kullananların ortak beğenileri, düşünce ve fikirlerini ortaya sunmak için oluşturulan ortak alandır. Bilgiyi elde edilen ortam, paylaşımaya dayalı internet hizmetleri gibi birden fazla tanım var iken bir standart tanımı mevcut değildir. Genellikle web teknolojisi temelleri üzerine kurulmuş, kullananların oluşturduğu içerikleri paylaşmaya ve bu içeriklerin kişinin istediği gibi değiştirebilmesine olanak tanıyan, web tabanlı uygulamalar olarak tanımlanabilir. (Daştan, 2012)

İnternet kullanımının yaygınlaşması ve yeni iletişim teknolojilerinin oluşumuyla farklı platformlar oluşmaya başlamıştır. Geleneksel olarak nitelendirilen medya, şuan yerini yeni medyaya devretmiştir. Web 2.0 ile sanal topluluklara zemin oluşturulmuş, bloglar, wikiler, fotoğraf, yer paylaşımı ve online sosyal ağlar ile yeni medyanın temeli atılmıştır. İnternet kullanımı Web 2.0 ile kolaylaşmıştır. Bununla birlikte web materyalleri ağlara rahatça eklenebilmiş, içerikler daha çok zenginleşmiştir. Bilgisayar tabanlı uygulamalara ulaşan herkes Web 2.0 teknolojisini kullanabilmektedir. (Kırık, Domaç, 2014) Web 2.0 uygulamaları sosyal medyanın gelişiminde etkindir. Web 2.0 oluşumundan öncesinde çoğunlukla HTML formatında gün yüzüne çıkan web ağları günümüzde Web 1.0 olarak tanımlanmaktadır. Web 2.0 kriterlerini oluşturan etkenler sıralanacak olunursa; (Köksal, 2012)

Son 10 senede internetin gelişimi ve olgunlaşması

Web 2.0 gelişiminin öncesinde yaklaşık 1 milyar bireyin internet kullanıyor olması ve masaüstü bilgisayara kıyasen taşınabilir cihazların çok daha fazla olması

Yazılım, software alanının yeni pozitif bir alan oluşturması olarak değerlendirilebilir.

Teknolojinin özgürleşerek bağımsızlaşmasıyla beraber beş on sene öncesinden sosyal, küresel ve kültürel olarak sosyal medya büyük bir etkileşim ağı oluşturmuştur. Sosyal paylaşım siteleri, bloglar ve forumlar ile beraber birbirinden ayrı kültürdeki bireyler arasında iletişim ağı oluşturur. Kişiler sosyal medya da paylaştıklarıyla interneti bireyselleştirmiş olurken paylaşımları ile beraber interneti kamusal bir ortam hale getirir. (Özen, 2012)

İnternet ortamının yeni bir alanı sürekli bir biçimde etkileşimde olunan, organizasyonlar ve kullanan kişiler için bir çok imkan sunan sosyal medya beş temel üzerine kurulmuştur. (Daştan 2012) Bu beş öge aşağıdaki öğeleri kapsamaktadır. (Ağırbaş, 2012)

Katılımcılar: Katılımcılar sosyal medyadan cesaret alır.

Açıklık: Sosyal medyada nadiren paylaşımlara engel koyulurken genellikle sunulan servis kullanıcıların geri dönütlerine açık olmakla beraber yorum, bilginin paylaşılması, oy kullanma gibi durumlara açıktır.

Konuşma: Bir durumun içeriğini aktarma ya da bireylere bilgi ulaştırma geleneksel medyanın özelliklerinden iken, sosyal medya da iki tarafın iletişimine imkan sağlar.

Toplum: Etkili ve hızlı bir şekilde topluluklara bir oluşum için imkan sunar. Topluluklar bununla beraber istedikleri fotoğrafları, Tv programlar, politika gibi ilgilerini paylaşabilirler. Böylece takipçilerini arttırabilirler.

Bağlantılılık: Sosyal ağların birçok birbiri ile bağlantılıdır. Başka ağlar, bireylerin çalışmaları ve ilgileri ile alakalı pek çok alanda link paylaşım imkanı sunmaktadır.

2.1.2. Sosyal Medya Araçları ve Özellikleri

Sosyal medya araçlarının tarihsel dönüşümü şu şekildedir;

Six Degrees ile öncelikle 1997 yılında ortaya çıkmıştır. Bu web sitesi, kişilerin profil oluşturabilme ve arkadaşlarını listelerine ekleyebilme imkanı sunmaktadır.

Arkadaş listelerinde sörf yapmak 1998 yılında oluşmuştur. Çeşitli kültürdeki kişilerin profesyonel ve flört edebilecekleri profilleri paylaşımı 1997-2001 yıllarında meydana gelmiştir. Live Journal, Black Planet, AsianAvenue, LunarStrom 1999 yılında,

MiGente 2000 yılında, Cyworld ve Ryze 2001 yılında olmuştur. Skyblog, Fotolog ve Friendster 2002 yılında,

LinkedIn, Couchsurfing, Tribe.ner, Open BC Xinf, Myspace, Last.FM, Orkut, Hi5, Dpogter 2003 yılında oluşurken,

Piczo, Mixi, Flickr, Facebook (yalnızca Harvard Üniveristesi'nde), aSmallWorld, Multiply, Dodgeball, Care2 (sosyal ağ sitesi eklendi), Hyves, Catster 2004 yılında

Youtube, Cyworld, Bebo, Xanga, Yahoo!360, AsianAvenue, BlackPlanet, Facebook(lise networkleri) 2005 yılında

QQ, Windows Live Spaces, Twitter, Cyworld, Facebook(kurumsal ağlara açık), MyChurch, Facebook(herkese açık) 2006 yılında oluşumu gerçekleşmiştir. Görüldüğü gibi dünyada 2003- 2006 senelerinde kullanıcılarının fazla olduğu ağların oluşumu gerçeklemiştir. (Onat, Alikılıç, 2008)

Sosyal ağlar, kullanıcıların kendilerine ait bir profil oluşturma, tanıdığı kişilerle grup oluşturabilme, oyun oynayabilme, kullanıcıların birbirlerine e-posta ya da mesaj göndermelerine olanak sağlayan ağ uygulamalarıdır. Böylece fotoğraf, video, ses dosyası, başka bir ağın linki veya metin içerebilir ve genellikle kişiler bu uygulamaları katılırken herhangi bir ücret ödemezler. Ancak bazı sosyal platformalarda bedel karşılığında kullanıcılar erişim sağlayabilir. Çağımızın en popüler olan sosyal ağ siteleri ise Myspace, Facebook, Google ve LinkedIn'dir. (Kara, 2013)

Medya paylaşım siteleri, katılımcıların fotoğraflarını, videolarını ve haberlerini sınırsız olarak sanal ağlarda paylaşabilme olacağı sunar. Kullanıcılar paylaşımında bulunan içerikleri oylayıp, yorumlar yapabilmektedirler. Böylece internette oluşan milyonlarca içerik içinde kişilerin ilgisine hitap edebilecek resimler, yazılar ve videolar göz önüne çıkmaktadır. Youtube en çok kullanılan video paylaşım ağıdır. Flick, en çok bilinen fotoğraf paylaşım ağıdır. (Türkal, 2015)

Bloglar, paylaşım içeriği kolay oluşturulabilen ve güncelleştirilebilen internet bağlantısı ile birlikte anlık paylaşımında bulunabilen platformdur. Birçok çeşiti vardır. Eğitim, kişisel günlük, haber, politik, şirket, endüstri ve teknoloji blogları en yaygın bloglardır. (Çalışkan, Mencik, 2015)

Mikrobloglar, blog şeklinde yayın araçlarıdır. Blogdan farkı, kısa ölçeklerle sınırlandırılmış olmasıdır. Kısa cümleleri, video linkleri ve bireysel fotoğrafları paylaşım imkanı kullanıcılarına sunmaktadır. Twitter gibi oluşumu olan mikrobloglar, kişilerin düşünce, duygu ve bilgiyi paylaşabilme imkanı ile güçlü araçlardır. Bu araçlar ile birlikte kullanıcılar ne yaptıklarını, nerede olduklarını, hangi bilgi ve içeriklere ulaştıklarını yayımlayabilmektedirler. Tumblr, FriendFeed, Twitter, Plurk, Twitter en çok kullanılan mikrobloglardır. (Türkal, 2015)

Forumlar, ilgi alanları ve kişisel konu başlıkları ile birlikte tartışma platformudur. İnternet aracılığıyla ilgi alanları ve özel konularla ilgili konuşmalar ve online tartışmalar yapılabilmektedir. Özel konular ile ilgili bilgi edinmek, diğer kişilerin düşüncelerini, tecrübe ve önerilerini öğrenebilmek, yeni haberlerden haberdar olabilmek için oluşturulan ortamdır. Kişilerin soru sorması ve cevap alabilmesi bakımından kişilere olanak sağlamaktadır. Esas olarak diyalog olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeple düşünce ya da fikirlerini tartıştıkları en uygun ortam olarak nitelendirilmektedir. (Çalışkan, Mencik, 2015)

Wikiler, katkı sağlayabilmek için kullanıcıların gönüllü katılımları ile oluşturulan ansiklopedi türü bilgi platformlarıdır. Tüm kullanıcılar tarafından erişim sağlanabileceği gibi, yalnızca üye olanlara açık olabilen siteler şeklinde de oluşumları vardır. Yapısı gereği wikiler işbirlikçi çerçevede kurulmuşlardır. (Türkal,2015)

2.2. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya Farkı

Teknolojinin gelişimi ile birlikte geleneksel medyanın özellikleri daha belirginleşmeye başladı. Tek yönlü ve merkezîyetçi olması içerik bakımından gönderici tarafından kontrollü ve sınırlılıkların olması geleneksel medyanın temel özellikleridir. (Delal, 2018)

Geleneksel medya, yazılı ve görsel (gazete, dergi, televizyon) basın durumlarının bu kanallarla birlikte kişilere haberleri iletilmesi ve bu kanallarla birlikte iletişimi kuran ortamdır. Bu yayın organları çoğunluklu tek taraflı iletişim sağlayan, duyuru ve reklamların hangi kitleye, nasıl ulaştığını ve bu çalışmalarının sonuçlarını tam anlamıyla ölçemediklerinden dolayı, sonuçları analiz edememektedir. (Coşar, 2018)

Günümüzde geleneksel medyanın interaktif olmayan yanı değişmiştir. Artık radyo, televizyon veya gazete ile iletilen haberlere hemen değerlendirme ve yorum yapılabilmektedir. Bununla beraber söz konusu haber başka ağlarda yayınlanarak daha fazla erişim sağlayabilmektedir. Kişilerin oldukları yerden tüm dünyada olanları izledikleri, anında her şeyden haber aldıkları sosyal medya hesaplarının ana sayfalarındaki akış hızına bakıldığından, kişilerin yoğun bir şekilde tüketim ağı ile birlikte oldukları görülebilir. (Güliz, 2017)

Bunların haricinde geleneksel medyanın yayınlanması önceden belirlenir. Gazeteler günde bir kere sabaha doğru basılır ve yayılır. Yeni medya da ise herhangi bir zaman kısıtlaması yoktur. Gelişmelere göre yayın zamanında farklılıklar oluşabilir veya genişletilebilir. Geleneksel medyaya erişim salabilmek lokal seviyededir. Televizyondan bilgi erişimi sağlanması için televizyonun olduğu bir alanda olunması gerekir. Ancak yeni medya ile birlikte tablet veya cep telefonu ile birlikte istenilen zamanda ve istenilen alanda rahatça bilgiye erişim sağlamak kolay olmaktadır. (Kara,2013)

Geleneksel medya ile; içerik ortaya koyabilmede uzmanlık istememesi, paylaşımın istenilen zamanda değiştirilebiliyor olması, mekan ve zaman konusunda kısıtlamanın olmaması, güven sorunu olabilmesi, kullanım açısından teknik beceri gerekliliği, içerik ve reklam sebeplerinin belirgin olması, profesyonelliğe ihtiyaç duyulmaması, geri bildirim anında olabilmesi, merkezi bir kontrole gerek olmaması ve bunlarla birlikte daha kalıcı oluşuyla farklılaşmaktadır. (Canöz,2016)

2.3. İhtiyaçlar Hiyerarşisine Göre Sosyal Medya

Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisine göre, kişiler yaşantılarında ulaşabilmek adına hedefler belirleyerek hayatlarına şekillendirirler. Kişinin kendini gerçekleştirme için

hıyerarşik bir düzende hayatta yönelik belirlenen amaçlara ulaşmak ve karşılanması gereken ihtiyaçların giderilmesi gerekmektedir. (Kula, Çakar, 2015)

John Suler'in sosyal medya ve internet ortamının karşıladığı ihtiyaçlarının Maslow'un teorisine göre oluşturduğu kuramı şu şekildedir; (John, 1996)

1) Fizyolojik ihtiyaçlar: En alt kademede bulunmakta hayatta kalmak için temel gereksinimleri kapsamaktadır. Beslenme, barınma, cinsellikten oluşmaktadır. Online olarak flörtleşmek oldukça yaygındır. Kişiler online ortamda flörtle birlikte cinsellik ihtiyaçlarını karşılayabilmektedirler. İnternet ortamı ile online flörtleşmek, gizlilik koruyabilme (kimlik gizleme) özelliği sağlaması ile birlikte gerçek hayatta olmayan bir alternatif sunmaktadır.

2) Güvenlik ihtiyacı: Sosyal ağlarda kişiler bilgilerini paylaşma ya da paylaşmama noktasında kendileri tercihte bulabilirler. Bireyler tanımadıkları kişiler tarafından arkadaşlık- takip isteklerini onaylamayabilir, kendi kabul ettiği kişiler ile paylaşımında olabilmektedirler.

3) Ait olma ve sevgi ihtiyacı: Üçüncü kademe olan bu alt başlıkta sosyal bir ortamda olabilmek, başka kişiler ile etkileşimde olabilmek, başkaları tarafından kabul edilmek ve sevgi gibi gereksinimleri içermektedir. Kişilerin bu tarz gereksinimlerini online ortamlara, forumlara, ilgi alanına göre grup ağlarına üye olmakla birlikte grubun bir ferdi olarak hissedebilir, hatta grupta bulunan kişilerle etkileşimde olarak sosyalleşme gereksinimlerini giderebilmektedirler.

4) Saygı ihtiyacı: Sosyal medya ile birlikte bireyler kimin ile etkileşimde olmak isterlerse o kişilerle etkileşimde kalabilmektedirler. Böylece birçok birey, bir kişiyi takipçi ağına katıyorsa, bu bireyler değer görüldüğünü hissedebilmektedirler. Bireyler çok sayıda kişi ile etkileşimde olarak, beğeni toplayarak ve kendilerini başka kişiler ile kayıfta bulundurarak saygı gereksinimlerini sosyal ağlardan giderebilmektedirler.

5) Kendini gerçekleştirme ihtiyacı: Maslow' un hiyerarşisine göre bu ihtiyaç, temel gereksinimlerin en üst düzeyindedir. Bireyler sosyal ağlar ile kendinde var olmasını istediği özellikleri ön plana çıkartabilmektedirler. Bir araştırmada

Facebook profillerinin ‘kişisel vitrin’ olarak değerlendirilebilir olduğu yönündedir. Bireyler oluşturdukları sayfalarında beğenileri, zevklerini gösterebilir, sayfalarında yaptıkları paylaşım ve yorumlarla kimlik oluşturma sürecini belirleyebilmektedirler.

Bu modele göre saygı gereksinimi ikiye ayrılmıştır. Saygı duyulma ve beğenilme ihtiyacı birincisi iken, ikincisinde kendini başarılı ve yeterli hissetmez. Bireyler aşağılık duygusuna ve cesaret kırılma durumuna öz saygı ihtiyacını gidermez ise karşılaşabilmektedirler. (Karaokçu, 2018)

2.4. Sosyal Medya Bağımlılığı ve İlişki Kavramlar

Bağımlılık, bireyin genel olarak biyolojik veya kalıtsal yatkınlığı, psikolojik bünyesi, sosyal çevresi gibi birden fazla sebep arasındaki durumdan ve bu durumların kaynaşması sebep olarak gösterilmektedir. Günümüzde bağımlılık kelimesi yalnızca madde kullanma anlamında kullanılmamaktadır. Kumar oynama, internet, oyunlar ve akıllı telefonlara olan düşkünlükte bağımlılık kelimesinin kullanım alanlarına girmektedir. Bu durumlar davranışsal bağımlılık kategorizesinde yer almaktadır. (Aktaş, 2015)

Sosyal Medya bağımlılığı, diğer bağımlılık çeşitleri gibi (alışveriş, oyun, alkol, internet, madde) psikolojik bir sorun olarak kabul edilmiştir. Sosyal medyanın ise internet üzerinden erişim sağladığı ve internete uygulaması olarak düşünüldüğünde, sosyal medya bağımlılığı araştırılırken internetin aşırı kullanımı, bağımlılığın tanımlanması, internet bağımlılığı konularını da ele alınması gerekmektedir. (Tutgun Ünal, 2015)

Young (1996) internet bağımlılığı için oluşturduğu tanı kriterleri şu şekildedir;

1. Kişinin internete oturmadan önce planladığından daha uzun süre kalması,
2. İnternet kullanımı için istenilen doyuma ulaşabilmek için daha çok kullanım ihtiyacı hissetme,
3. İnternet kullanımını azaltma, bırakma, kontrollü kullanım için çabalarının başarısız olması,

4.Kullanımın kesilmesi ya da azalması durumunda kızgınlık, çökkünlük, huzursuzluk tariflenmesi,

5.Yoğun internet kullanımından kaynaklı eğitim, kariyer gibi fırsatları kaybetme veya teklie atma ya da iş, okul, arkadaş ortamıyla oluşan problemler

6.Internette geçirilen süre ile ilgili terapist veya çevresine doğruyu söylememe

7.Olumsuz duygulardan ya da problemlerden uzaklaşmak için internet kullanımı

8.İnternet ile ilgili yoğun sızhinsel uğraş, internetteki etkinliklerle ilgili hayal kurma, bir sonraki internette geçireceği faaliyet ile ilgili hayal kurma.

Davis, Yung'ın kriterleri ele alınarak patolojik internet kullanımı iki grupta incelemektedir. Bunlardan biri; özgül patolojik internet kullanımı (ÖPİK), pornografi, borsa, alışveriş veya online kumar gibi mevcut nesneye erişimi amacıyla kullanan bireyler için sınırlıdır. Diğer olan, genel patolojik internet kullanımı (GPİK) ise aşırı e-posta kullanımı, chatlere katılma gibi belirli bir amaç doğrultusunda olmadan, zaman geçirmeye yönelik kullanımdır. (Davis,1999)

Bağımlılıkta önemli etkenlerden biride kişinin huzursuzluktan kaçınma davranışı göstermesidir. Bağımlılık unsuru kişilerin huzursuz bir durumdan kaçınmalarını destekliyorsa daha fazla kullanılmaktadır. Fakat süre olarak kullanım miktarının uzaması ile birlikte, kullanılan araçların kişileri huzursuzluk içerisinde alıkoyarken, bir yandan da aynı kullanım miktarı eski doyum kapasitesinin vermemektedir. Bu durumun üstesinden gelmek için daha fazla aracı kullanım ölçütü belirlemektedir. (Tutgun Ünal, 2015)

Bireylerin okul ve mesleki başarılarında düşüş olması, iştahta ve uykuda bozukluklar medyana gelmesi, internetin aşırıya kaçan kullanımın ötürü bireylerde var olan kas-iskelet yapılarının bozulması, internetsizliği bireyin sıkıcı olarak tariflemesi internet bağımlılığının semptomlar arasındandır. Kişide internete olan bağımlılığın varlığı halinde, vakitin çoğunu internet ya da sosyal medya da geçirilmesi sebebiyle aile, iş, sosyal ortamlarında da aksaklıklar ve işlevsellerinde bozulmalara neden olabilmektedir.(Karaçor, 2018)

İnternet bağımlılığı diğer bağımlılıklar gibi yoksunluk belirtileri ile karşımıza çıkabilmektedir. Bunlar; daha fazla zaman geçirme arzusu, daha iyi bir yazılım ve bilgisayara sahip olma isteğiyle birlikte tolerans ve bağımlılığın sonucunda; tükenmişlik, özel ve sosyal hayatta başarısızlık, sosyal olarak izole olma durumları gözlemlenebilmektedir. İnternete erişim gerçekleşmediğinde sinirlilik, öfkeli olma durumu, gerginlik, kendini kontrol edememe durumu görülebilmektedir. Uyku ve yemek gibi temel gereksinimleri dahil erteleme, zaman kaybı olarak görme durumlarının varlığından söz edilebilmektedir. (Aslan,2018)

İnternet bağımlılığının bireylerde ki olan etkileri araştırıldığında maddeye olan bağımlılıktaki görülen duygu durum bozukluğu, algı bozukluğu ve uyum bozukluğunun varlığı görülmektedir. Maddeye olan bağımlılıkta oluşan tolerans ve maddeye ulaşımında engel olduğu zamanlarda var olan yoksunluk durumu internet bağımlılığında da görülmektedir. Kişi internete erişim sağlayamadığı durumlarda yoksunluk belirtileri gösterir (Karaçor, 2018)

Teknolojik bağımlılıklar, maddeyi kötüye kullanımında ki gibi gözlenebilir belirtiler ya da psikolojik yoksunluk belirtileri benzerinde unsurlar her zaman gözlemlenmeyebilir. Böyle durumlarda bağımlı kişi, toplum tarafından kabul görülebilir davranışlar ve normal tavırlar dahilinde gözlemlenebilir (Yılmaz ark., 2015)

2.5. Sosyal Medya Bağımlılığın Etiyolojisi

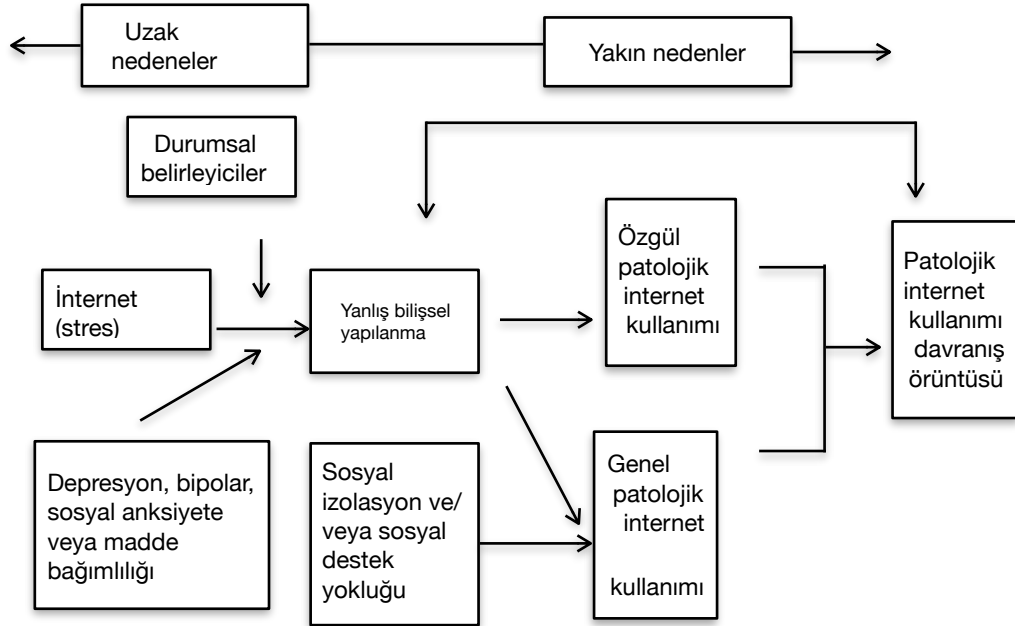
Kimisine göre sosyal medya sosyalleşmede kaçındığı, kendisiyle baş başa kaldığı, genellikle izleyici olarak var olduğu bir alan iken kimisi için toplum tarafından takdir edilmek, sosyalleşmek isteğiyle ortaya çıkabilmektedir. Sosyal medya bazı bireyler için sosyal bir ortamdan kaçınma, kendileriyle yalnız kalma daha çok izleyici olmak amacıyla kullanılırken kimisi için topluluk tarafından takdir görmek, sosyalleşme ihtiyacı olarak karşımıza çıkabilmektedir.(T. Akkaya,2013)

İnternet bağımlılığının nedenleri incelendiğinde psikolojik etkisi önemli rol alırken alışkanlıklar, demografik zemin, sosyoekonomik durumlar, ailesel çevre gibi durumlarda internet bağımlılığını oluşturan sebepler arasındadır. (Turan, 2015)

Bir hipoteze göre internet kullanımı, alkol ve kimyasal maddelerin uyarılarına benzer uyaranlarla kısa bir zamanda ödül kaynağı oluşturmaktadır. Ödülü arama davranışı ve davranışsal olarak kişiye motivasyon sağlamaktadır Böylece dürtüsel risk etkeni olarak karşması çıkmaktadır. Bunun nedeni bir hipoteze (ödül eksikliği hipotezine) göre şöyle açıklanmaktadır; su, yiyecek cinsellik gibi doğal ödüller ile yeterli kadar doyum elde etmeyen bireyler ödül yolağını uyaracak davranışlara ve ödüller arayışına girerler. Dopomin reseptöründe oluşan yetersizliklerle birlikte kompulsif ve dürtüsel davranışlar, alkol-madde bağımlılığı, kumar bağımlılığı ve davranışsal bağımlılıklara yönelmeler oluşur. (Bozkurt vd., 2016)

Sosyal ödünleme kuramına göre içe dönük kişiler internet ortamını daha fazla kullandığı yönündedir. İnternette kişinin kimliğini saklıyor olabilmesi, içedönük kişilerin alay edilme ve reddedilme düşüncesini azalttığı ve böylece kişiler sosyal ağlarda davranışlarını daha fazla açma yönünde olduğu görüşü çerçevesine kurulmuştu (Başer, 2014)

Şekil 1. Davis (2001)' in oluşturduğu patolojik internet kullanımı için oluşturduğu modeli



İnternet bağımlılığı incelendiğinde, işlevsel olmayan ara inançların, otomatik düşüncelerin ve temel inançların internet bağımlılığı oluşumunda etkisi vardır. Zihinsel süreci bünyesinde barındıran ve genellikle duygusal olarak sıkıntılı zamanlara eşlik eden, duruma ve ortama özgü bileşene otomatik düşünce denir. Kendiliğinden meydana gelir, güdülenmiş ya da yönlendirilmiş düşünceler değildir. Genellikler fark edilmezler, yalnızca hissedilen duygu fark edilir. (Erden, Hatun, 2015) Davis'in modeline göre ise uyumsuz düşünceler, davranıştan önce meydana gelerek problemlili internet kullanımı meydana gelir. Bu durum depresyonun oluşumuna benzer. (Davis, 2001)

İnterneti problemlili kullanan kişiler bu ortam ile birlikte yeni bilişsel yapılandırma sürecine dahil olurlar. En sık gözlemlenen düşünceler ise internet olmadan başarısızım, tek internet ortamında saygınlım, sanal ortam benim tek çevrem, internet ortamında iyiyim gibi düşüncelerdir. Bu düşünce yapısı kişide özgül ve genel patolojik internet kullanımını tetikler. Problemlili internet kullanımı kısa bir zamanda bahsedilen bilişsel yapının güçlenmesiyle pozitif pekiştirme ile bağımlılığa ilişkin bilişsel yapıyı güçlendirir. (Gönül, 2002)

Kendi köşesine çekilme, sosyal izole olma gibi davranışlar depresyonda olan kişilerde görülmektedir. Böylece kişiler hem yalnızlaşır hem de depresyonun sonuçlarını ortadan kaldırmaya yönelik tutumlara başvurabilirler. Araştırmalara bakıldığında son zamanlarda internet bağımlılığı oranı artmakta, bağımlılık oluşturan psikolojik sebepler incelenmektedir. İnternet bağımlılığının oluşmasının sebeplerinden birinin ise depresyonun varlığı ile ilişkilendirilmiştir. Depresif kişilerin sosyal destek amacıyla sosyal ağlara olan yatkınlığı daha fazla olduğu düşünülmektedir. Depresyonun internet bağımlılığı ile olan ilişkisine bakıldığında hem bir sebep hem de bir sonuç olarak değerlendirilebilmektedir. Biyolojik, psikolojik ve sosyolojik sebeplerden oluşan depresyondaki kişilerin internet bağımlılığı olabileceği gibi hiçbir patolojinin olmadığı internet bağımlılığından sonra da kişide bağımlılıktan ötürü depresyon semptomları görülebilir. Araştırmalarda depresyon ve internet arasında ilişkinin güçlü olduğu yönündedir. (Karaçor, 2018)

2.6 Sosyal Medya Bağımlılığının Epidemiyolojisi

Ergenlik çağında bireylerin mail kullanımı, alışveriş gibi sebeplerle birlikte teknoloji kullanımının alkol ve artmış sigara kullanım riski ile bağlantılı olabileceği, alkol bağımlısı olan ebeveyne sahip çocukların bu riski daha fazla taşıdığı bulgusuna saptanmıştır.

Ortalama yaşın 16.26 olduğu 15-23 yaş grubunda değişkenlik göstermektedir. Ayrıca 910 kız 1204 erkek öğrenciden oluşan bir çalışmada ise kızlarda depresyon ve DEHB internet bağımlılığına daha fazla eşlik etmekle birlikte erkeklerde hiperaktif bozukluğu (DEHB), sosyal fobi, depresyon, hostalitede duyguların internet bağımlılığı ile daha fazla birlikte gözlemlenmektedir (Şenormancı ark. 2010)

Günümüzde sosyal medyayı kullanan kitle yaşlılara oranla gençlere daha fazla risk altında tutmaktadır Risklerin çoğu eşler arasında uyumsuzluk olması, uygunsuz içerik paylaşımı, gizlilik konularının anlaşılmaması ve son olarakta reklam veren kitlenin etkileri yer almaktadır. (O' Keeffe,2011)

Kronik bir rahatsızlığı olan kişiler ya da sağlık durumu hassas olan kişilerde bilgi edinme ve araştırmak için sosyal medya ve internete yönelme durumu diğer sağlıklı kişilere kıyasen iki kat daha fazla olduğu görülmektedir. Şaşırtıcı olarak değerlendirilen içerik yaratmaya yönelik katılımın az olmasının ise iki sebebi olabileceği düşünülmektedir. Bunlardan ilki kişilerin, hekimler ve doğrudan sağlık konusunda yetkin kişilerle ile etkileşimlerinin az olmasından ötürü paylaşım konusunda motivelerinin düşük olmalarından kaynaklı olabilir. Diğer bir neden ise, kişilerin sağlık ile ilgili konuların konuşmasını, yorumunu profesyonellere bırakarak kafalarını karıştırmayı istememelerinden sebep olabilir. Araştırma bulgularında sağlık ile ilgili bilgi elde etmek için sosyal medyayı kullanan kişilerin yarısından çoğunun genç yaşta kadın kullanıcılarından medyana geldiğini belirtmektedir. Maddi durumu iyi olan kişilerde eğitim durumuna bağlı olmakla birlikte bilgiyi arama ve bilgi sahibi olmak için sosyal medya kullanımı daha etkin olarak gerçekleşmektedir (Karagöz, 2016)

2.7 Sosyal Medya Bağımlılığının Etkileri

Günümüzde son zamanlarda internet kullanımı ile sosyal medya kullanımı bireylere pek çok alandan kullanıcılara sosyal çevre isteklerine olanak tanırken bir yandan ise bu mecraayı eleştiren kullanıcılar mevcuttur. Sosyal medyanın genişlemesi, bilgi sistemlerine olan ilginin artması, sosyal medyanın diğer alanlar göre gücünü arttırmıştır. Bununla beraber sosyalleşme yeni bir nitelik kazanmıştır. (Avcı, 2015)

Yapılan bir çalışmada sosyal medyanın kişiler üzerine olumlu ve olumsuz özellikleri değerlendirilmiştir. Farkındalık, uyku, beden algısı, gerçek hayattaki ilişkiler, yalnız hissetme, kaygı, depresyon, duygusal destek, kişinin kimliği, toplumun bir parçası olabilmek, sağlık başlıklarıyla kişilerin sosyal medyadan ne durumda etkilendikleri değerlendirilmiştir. Kişilerin yalnızlık duygusunda artış olması ve daha azalmış olması kullanılan sosyal medya aracının ne olduğuna ve bireyin kullanımıyla ilişkili olduğu saptanmıştır. (Bulunmaz, 2018)

Sosyal medya ve iletişim araçları kullanan kişilere pek çok kolaylık ve kazanım sağlamasına rağmen bir yandan da karşılıklı duygu paylaşımı hisler bulunmamakta böylece tek yönlü iletişimle beraber kişiler yalnızlaşmakta, parçalanmakta ve iletişim becerileri bozulabilmektedir. (Karaokçu,2018)

Kimisine göre sosyal medya sosyalleşmede kaçındığı, kendisiyle baş başa kaldığı, genellikle izleyici olarak var olduğu bir alan iken kimisi için toplum tarafından takdir edilmek, sosyalleşmek isteğiyle ortaya çıkabilmektedir. (T. Akkaya, 2013)

Günlük hayatta sosyalleşme durumuyla ilgili problemlili kişiler, sosyalleşmeyi sağlamak için sosyal ağları kullanabilmektedirler. Ancak bu durumu iki yönlü değerlendirmek gerekmektedir. Bir taraftan sosyal medyanın sosyal izole olan yalnız kişileri oluştururken, bir yandan da günlük hayatta sosyal izole olan kişilerin sosyal ağlar sayesinde sosyalleşebilmektedirler. Diğer bir pencereden bakıldığında, kişilerin kurdukları ilişkiler illüzyondur. Sosyalleşme bu tarz oluşumda oluşmuşsa sosyalleşmenin ve ilişkinin gerçekliği tartışmalara açıktır. Kişiler belki de sosyal ağlar ile sosyalleşmek değil de anti-sosyal bir kişiliğe bürünmektedirler. Bu nedenle

duygusal bağımlılığı olan kişiler, sosyal bir birey olabilmek için sosyal ağları kullanıyor gibi görünüp, aksine sosyal izole olabilirler. Bunun nedeni duygusal bağımlılığı olan kişilerin çoğu kendi kimlikleriyle sosyal medya da var olmuyor. Olmak istedikleri kimliklerle ortaya çıkıyor olmalarıdır(Ünlü, 2018)

Kişilerin ben merkezci olmasıyla birlikte teknolojik yalnızlaşma oluşmaktadır. Günlük yaşamda iletişim yüz yüze olmaktan çıkarak sosyal ağ ortamına taşınmaktadır. Bununla beraber topluluk içinde olmayı ortadan kaldıran teknolojik gelişmeler, kişileri yalnızlık çemberine almaktadır ve bu çember genişlemektedir. Böylece çağımızda kişiler daha az gülen, daha az konuşan, az düşünen yanlarıyla mekanik soru ve cevapları çerçevesinde teknolojik yalnızlık sürecine zemin oluşturmaktadır. (Avcı, 2015)

Kişilerde sosyal medya, kimlik belirsizliğine neden olabilmekte. Başkaları ile sosyal ağda kurulan etkileşim, kişilerin dış görüntüsünü önemsizleştirmektedir. Böylece iletişimde yüz yüze dikkat edilmesi durumlar göz ardı edilmektedir. İletişimde sözel olamayan ipuçları yüze yüze iletişimde kullanılıp, sosyal medya ortamında kullanılmamasından dolayı, sosyal medya sosyal kaygılı olan kişilerin sosyalleşebilen birey olmasına yardımcı olmaktadır (Uğur, 2018)

Dış görünüşleriyle ilgili kişilerin kendilerini yeterli hissetmedikleri durumlarda sosyal görüntü açısından kaygılı kişiler kendileri ile alakalı olumsuz düşünceleri bulunmaktadır. Sosyal kaygılı kişilerde çoğunlukla depresif bir tutumla benlik algılarına yönelik olumsuz düşüncelere sahip olabilmektedir. (Çakmak, 2018) .

Yüzümüze bakarak kişiler hissettiklerimize ve o an ki duygularımıza yönelik yorumlar sosyal bir ortam içerisindeyken yapılabilir. Şuanki günümüz çağında ise sosyal medya ile birlikte yüz ifadeler dışında yazılanlar ile birlikte kişinin durumu hakkında farklı fikir beyanda bulunabilmektedir. Şöyle ki, arkadaşının yüklediği fotoğrafa olumsuz yorumda bulunulması öfkeli bir durumu gösterdiği veya gülücük konmadan düz bir şekilde yazılması sonucu ciddi bir durum düşünülürken, yapılan yorumda olumlu içeriklerde bulunulması ve gülücük kullanılması mutlu olduğu düşünülmektedir. Böylece kişinin etkileşimde olduğu arkadaşları ve bununla birlikte

arkadaşlarının arkadaşları etkilenebilmektedir. Bununla birlikte duyguların bulaşması açığa çıkmaktadır. (Aslan,2018)

Sosyal medya kişilerin başkaları tarafından fark edilme isteğini karşılamaktadır. Çok fazla istenen elbiseyi alınıp giyildiğinde, dışarıda yürürken kimsenin dikkatini çekmezken sosyal medya ile giyilen elbise dikkat çekmekte, nereden alındığı ve fiyatı hakkında bilgileri elde etmektedir. Bu hissiyatlar kişi için o kadar değerlidir ki, örnek kişi olma yolunda yapılacaklar sosyal paylaşım ile beraber kuralları yerinden oynatan, isyan eden bir profil ile karşımıza çıkabilmektedirler. Bununla beraber, sosyal ağlar ortaya çıkardığı sorunlara bakıldığında bir taraftan gelenekselci, ilişkiler bütünü devam ettirmek isterken öte taraftan ise yerleşmiş düzenleri kişilerin kendi ayrılığı ve diğerlerinden olan farklılığını bu oluşan düzene göstermeye çalışan bir kişi meydana çıkmıştır. (Kızıllar, 2012)

Kişilerin sosyal mecrada kendilerini istedikleri gibi gösterebilmesi sebebiyle ileri düzeyde narsisizm özellikli kişiler sosyal medya ortamında yerlerini alabilmektedirler. (Tutgun Ünal, 2015)

Sosyal ağ kuramına göre göre kişilik özelliklerinin öncelikle davranış ve motivasyonu sosyal etkileşimde etkilediğini belirtir. Nevrotik kişiler aşırı duygusal, anksiyeteli ve sosyal uyaranlara karşı aşırı duyarlı kişiler olmak ile birlikte dengeli olan kişilere kıyasen sosyal etkileşim konusunda daha başarısızdırlar. Dışa dönük kişilerde ise sosyal etkileşime girmekten hoşlanırlar ayrıca bu durumda içe dönük kişilerle kıyaslanıldığında daha başarılıdırlar. Bu kurama göre dışa dönük bireylerde internet ortamı yarar sağladığı yönündedir. İçe dönük ve dışa dönük bireyler kıyaslanıldığında dışa dönük kişiler interneti daha fazla kullanırlar bunun nedeni içe dönük bireylere göre interneti genellikle etkileşim içinde kullandıkları yönündedir (Başer, 2014)

Bunlara ek olarak, insanın yaşamında ki olan dönemler ve durumlar doğal olmanın ötesinde tıbbın konusu durumuna gelmiştir. Sosyal bilimciler tarafından bu durum tıbbileştirme sıfatıyla tanımlanmaktadır. Kadın ve erkeklerin dönemsel yaşadıkları biyolojik değişiklikleri tıbbileştirmenin en çok el attığı konulardandır. Bu konuda medyanın kitle iletişim araçlarının önemli bir rol payı elde etmektedir. Özellikle

1980 li yıllarında liberal ekonomilerin geliştiği dönemlerde tıbbileşmenin çoğaldığı zaman olmuştur. Kadınlar kozmetik ile erkekler ise cinsel ilaçlar ile birlikte kontrol altında tutulan bir zaman dilimidir bu dönem. Medical ilaçların hedefinde artık kadınlar ve erkekler yer almaktadır.(Karagöz, 2016)

2.8. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Psikiyatrik Hastalıkların İlişkisi

İnternet kullanımının depresyon ve sosyal kaygı arasındaki ilişki araştırıldığında interneti kullanan kişilerin depresyon ve sosyal kaygı düzeyi, arkadaş ilişkileri güçlü olmayan ve internet kullanımını iletişim kurmak için kullanmayan kişilerde yüksek olduğu saptanmıştır. (Uğur, 2018)

Bazı çalışmalarda sosyal medya ile psikopatoloji arasında bağlantılı olduğu görülmüştür. Yayınlanan bir klinik biz yazıda ‘Facebook Depresyonu’ riskleri ile ilgili uyarılar bulunmaktadır. Yapılan çalışmada depresyon ve Facebook kullanımı arasında bağlantılı pozitif yönlü bir sonuç bulunmuştur. Bununla beraber, depresif semptomların dışında sosyal medyanın zihinsel hastalıklar ve duygu durum bozuklukları ile ilgili ilişkisi olduğu düşünölmüştür. Başka bir yapılan çalışmada ise kısa mesajların kontrol altında tutulamaması hakkında duyulan kaygı ve Facebook kullanımıyla birlikte; distimi, depresyon ve iki uçlu bozukluk semptomları ile bağlantılı bulunmuştur. Bununla birlikte, mesajları kontrol edememe kaygısı ise, paranoid ve anti-sosyal kişilik bozulununun belirtileri ile ilişkilendirilmiştir (Altınay Bor,2018)

Aynı zamanda araştırmalar gösteriyor ki internet bağımlılığı olan kişilerin %50’ sinde bir başka psikiyatrik bozuklukta eş zamanlı gözlemlenmektedir. En fazla eşlik eden bozukluklar ise; madde kullanımı, duygudurum bozukluğu, psikotik bozukluk, anksiyete, diskimi ve depresyondur. Bu bireylerin en az % 38’ inde ise bir başka bağımlılıkla eş seyir göstermektedir. Bunlar kompulsif seks bağımlılığı, piromaninin kumar oynama, en sık ise kompulsif alışveriş bağımlılığı. Bununla birlikte bireylerin bazılarında narsistik, borderline ve anti sosyal kişilik bozukluğu tanı kriterlerinin varlığı ve hatta daha öncesinde madde bağımlılığı veya dürtü kontrol bozukluğu interneti daha patolojik ve zorlayıcı kullanma eğiliminde olunduğu görülmüştür. (Modiri, 2012)

Benzer bir internet bağımlıları incelendiği çalışmada %50 aynı zamanda başka bir psikiyatrik bozukluk eşlik ettiği gözlemlenmiştir. En çok karşılaşılan bozukluklar ise, ilk sırada madde kullanımı %38 olarak yer almaktadır. Duydurum bozukluğu %33, depresyon %25, psikolojik bozukluk %14, anksiyete bozukluğu %10 olmakla birlikte bu bireylerin %38'inin en az başka bir bağımlılığının da eşlik ettiği bulgusuna erişilmiştir.(Balcı, Baloğlu, 2018)

Sosyal medya, bireylerin kendisini gösterdikleri, tanıttıkları ve iş dünyasında firmaların markalarını ve ürünlerini tanıtıma sunduğu kanaldır. Bireyler sosyal medya aracı ile birlikte bakın buradayım demektedir. Böylece bireyler sosyal medya ile birlikte yaşanan düzenin kişileri toplumla uyumlu duruma getirme çabasıyla birlikte 'ben herkesten iyiyim, kendimi seviyorum, mükemmelim' gibi söylemleriyle ilişkilendirilmeye çalışılan kişi, sosyal medya aracına katılmakla birlikte sosyal medya araçlarıyla beraber narsistik tarafını ortaya sunmaktadır. Yani sosyal medya, ortam ve araç yönüyle narsisizmi içerisinde bulunduran bir yapıdadır. (Alanka, Cezik, 2016) Narsizmde bireyler kendisini çok değerli, eşsiz biri olduğunu, amaçları içime başka kişilerin zayıf yönlerini kullanması gerektiğini, genellikle başkalarını kıskanarak başkalarının kendilerini kıskandığını düşünürler. (Karaboğa, 2018)

Şizofreni olan hastalarda yapılan araştırmalarda ise hastaların teknoloji kullanım genellikle sosyalleşmelerine destek olduğu görülmüştür. Kullanım alışkanlıklarına bakıldığında ise ; şizofreni tanılı hastaların % 66 cep telefona sahip, %56 kısa mesaj kullanmakta, %48 e-posta kullandığı, %27 gün içerisinde sosyal medya kullandığı ortaya çıkmaktadır. Daha önceleri yapılan çalışmalarda ise psikoz belirtileri olan hastaların internet kullanımında gerçek hayatta sosyal çevresi az kişiden oluşmuş olsa da internetteki geçirdiği zamanın genellikle sosyal ağ siteleri üzerinde olduğu görülmektedir. Şizotipal kişilik bozukluğunda ise hayatlarında var olan sosyal çevre ile sosyal medya ortamında iletişimde oldukları görülmüştür. Araştırmalarda psikoz hastalarının sosyal ağ kullanım sebeplerinin, ilişkilerinin çevrim dışı olan hayatlarına aktarılmış olsa ya da olmasa da sosyal olarak gelişmek, daha öncesinde tanımış oldukları görüşemedikleri kişiler ile iletişim içinde olmak ve diğer hasta olan kişiler ile

görüşmek onlardan destek almak ve destekten fayda sağlamak olarak değerlendirilmektedir. (Keleş, 2018)

Bir başka çalışmada ise internet bağımlılığı ergenlerin bağımlılık yapan maddelere karşı maruziyetinin daha fazla olduğu bulunmuştur. İnternet bağımlılığı ile madde bağımlılığına neden olan benzer nörobiyolojik yapının varlığı ileri sürülmüştür. (Turan, 2015)

2.9. Sosyal Medya Bağımlılığı İle İlgili Çalışmalar

Benlik saygısı ve narsizim ile ilgili Facebook üzerine yapılan bir araştırmada 100 üniversite öğretim gren bireyler ile (50 erkek, 50 kadın) çalışmıştır. Sonuçlar incelendiğinde, Facebook kullanımı ve narsizim arasında ilişkili sonuç saptanmıştır. Narsizimi ölçmek için kullanılan ölçekte yüksek puan alan kişilerin her gün Facebook'ta zaman geçirmek ve kontrol etme arasında pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bununla birlikte benlik saygısını ölçek için kullanılan ölçekte düşük puan alan kişilerin Facebook ortamında daha sık bulunduğu, daha uzun süre kullandığı ve profillerinden kendileri ile daha çok abartılı içeriklerde paylaşımlarda olduğu saptanmıştır. Profil fotoğrafı, fotoğraf paylaşımı, durumu güncellenmesi gibi durumların narsizm arasında bağlantılı pozitif yönde bir sonuç seyrettiği bulunmuştur. (Kaya,2017)

Kişilerin çocukluk çağlarından başlayarak rol model aldıkları kişiler genellikle ailelerinden çok medyada göz önünde olan kişilerdir. Bu seçimler kadın ve erkeğe göre farklılık gösterirler. Kadınlar fiziksel görünüşe ele alırken, erkekler çok güçlü bireyleri kendilerine rol model olarak alırlar. Yapılan bir araştırmada 548 öğrencide, 5. Ve 12. Sınıfta okuyan öğrencilerin %59 kız öğrencinin bedensel görünüşünden memnun olmadığından, %69 moda dergilerinde olan modellerin görünüşlerinden etkilendikleri saptanmıştır. Televizyon programındaki ve müzik kanallarındaki göz önünde olan kişilerin vücut indeksi ortalama bir kadın vücuduna göre oldukça zayıftır. Medya önünde olan kadınların dış görünüşleri kadınlar tarafından ideal görüntünün nasıl olması gerektiği ile ilgili fikir oluşturmaktadır. Özellikle ergenlikte olan kızların sosyal medya da gördükleri bireylerle kendilerini kıyaslamakta ve bedensel görünüşünden memnun olmama ve görüntüleriyle ilgili kaygı oluşmasına neden olmaktadır. (Ercan, 2018)

Cihacago Booth School of Business University' nin sosyal medya bağımlılığının alkol ve sigara bağımlılığına kıyasen daha fazla zarar ile karşımıza çıktığına yönelik çalışma yürütmüştür. Bu çalışmada 18-35 arasındaki katılımcılar esas alınmıştır. Bu çalışmaya göre Twitter ve Facebook kullanan bireylerin alkol ve sigara bağımlılığından daha önde geldiği sonucuna varılmıştır. Sosyal medya araçlarının kullanım isteğinin, dinlenme ve uyuma isteğinden fazla olduğu ve bunu durumu bir sosyal felaket olarak ele almışlardır. (Aslan,2018)

Avrupa ülkeleri arasından internet kullanımına bakıldığında en genç nüfus olarak değerlendirilen ülke Türkiye'dir. Türkiye' de 8.6 saat aylık geçirilen kişi başı süre olarak tespit edilmiştir. Türkiye'de 12 milyon Twitter, 35 milyon civarında ise Facebook kullanan kişi mevcuttur. Böylece Türkiide kullanımın oranının yoğun olmakla birlikte siyasilerin sosyal medya ortamını aktif kullanmaları kaçınılmazdır. En fazla 16-34 yaş aralığındaki kişilerin daha fazla online olduğu toplumsal bir yapıda, siyasi fertlerin etkileşimde olması, sosyal medyanın siyasi yapısından sürekliliğini korumasıyla belirleyici konuma erişimi sağlamaktadır. Sosyal ağlara erişim fırsatı olan haneye bakıldığında kentsel yerler %57.4, kırsal alanda ise %29.1 olduğu görülmüştür. (Gürbüz, 2014)

Türkiye' de üniversite öğrencileri arasında yapılan bir çalışmada katılımcıların sosyal aktiviteler yerine sosyal ağlarda daha fazla bulundularına vurgulamaktadır. Katılımcıların yaklaşık yarısı boş vakitlerinde sosyal medyada zaman geçirmeyi tercihinde bulduklarını bununla birlikte sosyal medyanın sosyalleşmede önemli bir araç olduğu düşüncesinde bulunmuşlardır (Balcı, Baloğlu, 2018)

Sosyal paylaşım ağları ile ilgili 524 öğrenci kapsamında yapılan çalışmada, sosyal paylaşım sitelerinde harcanılan vakitin, hayatlarının ne alandan olumsuz etkilediği araştırılmıştır. Katılımcıların yüzde 45'i ders, yüzde 18'i arkadaş, yüzde 16'sı aile, yüzde 13'ü yaşa ile uygun olmayan paylaşımları ve yüzde 8'i sosyalleşmenin körelmesi olarak ifade etmişlerdir.(Yurdakoş, Biçer, 2019)

2.10.Pozitif Psikoloji ve Kişisel İyi Oluş

Psikoloji alanının genellikle konu aldığı konu patolojiler üzerine olmuştur. Anksiyete. Depresyon gibi hastalıklar ile araştırmalar yürütülmüştür. Nedenlerine bakıldığında ise psikiyatri ile ilişkili olması, kuramcılarının patoloji üzerine yoğunlaşmış olması ve daha fazla dikkat çekici olarak değerlendirilmesinden kaynaklanmaktadır. Böylece pozitif psikoloji üzerine yoğunlaşılmanın ve ruhsal problemleri bulunmaya kişiler üzerine araştırmalar kısıtlı kalmıştır. (Doğan, Çötök 2016)

Pozitif psikoloji ile birlikte hastalıklıktan bahsedilen, tedavi gerektiği düşünülen, patogeneze anlayıştan kişinin sağlıklı yanını ve pozitif özelliklerinin gelişmesi gerekliliğini ele alan salutogenez anlayışa geçiş hakim olmuştur. Pozitif psikoloji araştırmacıları bu patogeneze anlayıştan salutogenez anlayışa geçişi açıklayabilmek adına pek çok kavram öne sürmüşlerdir. Bu kavramlar arasında iyilik hali, psikolojik sağlamlık, mutluluk (öznel iyi olma) gelmektedir. (Eroğlu ark., 2015) Özellikle 1980'li yıllardan sonra mutluluk, iyimserlik, iş doyumu, yaşam doyumu, evlilik, işe bağlılık, gibi konular pozitif psikolojiye olan yönelimle birlikte araştırmalar çoğalmıştır. (Doğan, Çötök, 2016)

Pozitif psikoloji, kişilerin doğumdan başlayıp ölüme kadar hayatlarını daha olumlu bir seviyeye getirmeye destek olan, hayatta nelerin olumlu bir noktaya götürdüğünü ve nelerin olumlu olduğunu göstermeye yönelik bulgular ve bilgiler sunan bilimsel bir yöntemdir. (Eryılmaz, 2013). Bununla beraber pozitif bireysel özellikler (ilgiler, yetenekler, yaratıcılık, bilgelik, anlam, cesaret, değerler, cesaret, karakterin güçlü yanları), pozitif bireysel tecrübe (memnuniyet, mutluluk, umut, pozitif duygular, iyimserlik ve iyilik hali) ve pozitif toplulukların (pozitif aileler, işletmeler, okullar, toplumlar ve topluluklar) incelenmesidir. (Oruç, 2014)

Pozitif psikolojinin diğer bir ele aldığı konu ise iyimserlik ve olumlu düşüncelerdir. İyimser olan kişilerin zor anlarında dahi olumlu sonuçlarla karşılaşacağını ön görmekte ve güven duygusu ile birlikte olumlu pek çok duygunun var olmasına sebep olmaktadır. Kötümser olan kişiler ise olumsuz sonuçlarla karşılaşacağını ön görmekte ve bu güvensizlikle birlikte suçluluk, anksiyete, üzüntü,

kızgınlık ve ümitsizlik gibi pek çok olumsuz duygunun var olmasına sebep olmaktadır. (Öztürk, 2015)

Pozitif psikolojiye yönelik çalışmalarda sosyal ilginin varlığında öznel iyi oluş ve mutluluk önemli etkidir. Örnek verilecek olunursa, para mutluluğu getirir mi ile ilgili çalışmalarda maddi durumun değil kişinin harcama durumunun mutluluğu etkilediğine ulaşılmıştır. Böylece kendileri dışında başkalarına harcamada bulunan, başka kişiler ile zaman geçirmek adına deneyimleri satın alan kişilerin daha mutlu olduğu bulgularına ulaşılmıştır. (Ergüner Tekinalp, 2016)

Kişilerin içinde bulunduğu toplumsal kitle kendilerini mutsuz ya da mutlu hissetme noktasında etkileyebilmektedir. İş ya da diğer sosyal çevre bireylerin kurdukları iletişimin mutlu olma seviyesini, boyunu değiştirmektedir. Sosyal olarak etkin kişiler günleri daha hareketli, eğlenceli aktiviteler ile kendilerini motive edebilmekte ve izole kişilere kıyasen daha mutludurlar. İnsan ilişkileri iyi olan kişiler kendilerine olan güveni ile birlikte daha mutlu hissetmektedirler. Pasif bireyler sıradan bir hayat devam ettirdikleri için monoton, tekdüze iletişim kurarlar bununla birlikte yeteri mutluluğa erişemezler. (Kırık, Sönmez, 2017)

Kişinin potansiyellerini gerçekleştirebilmesi mutlu hayat devam ettirebilmesi psikolojik iyi oluş için önemli etkidir. Literatür çalışmalarına bakıldığında iyi oluş iki temel yaklaşımla belirginleşmiştir. Bu yaklaşımlar insan potansiyeli ve mutluluktur. Fakat yalnızca mutluluk ve yaşam doyumu olarak tanımlanmayacak geniş kapsama sahiptir. Bu yönden öznel iyi oluş mutluluk ve yaşam doyumu gibi bileşenlerinden farklılaşmaktadır. (Fidan, Usta, 2013) Kısa zamanlı, anlık süren mutluluklar olarak değil uzun zaman var olan ve daha kapsamlı iyi olma durumunu açıklayan öznel iyi oluş, bireyin hayatındaki durumlara vermiş olduğu davranış, içsel duygu durumu ve evlilik, iş, okul, arkadaşlık gibi sosyal çevresine oluşturduğu hoş olma durumunu içermektedir. (Yakut, 2018) Birey hayatında iyi düzeyde doyum sağlıyorsa, olumsuz duygularla az yaşıyor, lumlu duyguları genellikle yaşıyorsa öznel iyi oluş seviyesi yüksek olarak değerlendirilmektedir. (Eryılmaz,2010)

Yapılan araştırmalar gösteriyor ki mental iyi oluş düzeyi yüksek olan kişilerin fiziksel, psikolojik sağlıklarının ve yaşam kalitelerinin yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bunlara ek olarak mental iyi oluşun varlığı durumunda bağışıklık seviyesi, yaratıcılıklarının daha yüksek olduğu ve diğer kişiler ile ilişkilerinin güçlü olduğu iş yerinde daha fazla verim elde ettikleri ve daha uzun süreli yaşadıkları belirlenmiştir. (Keldal, 2015)

Öznel iyi oluş ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki beş faktör modeli sıklıkla kullanılarak araştırılmıştır. Sonuçlara bakıldığında beş faktör kişilik modelinin alt boyutlarının farklı Őekillerde znel ili alış ile ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Dışa dönüklük ve nevroklik öznel iyi oluşu anlamlı yönde yordamaktadır. Beş faktör kişilik modeline bakıldığı da alt başlıklar olan sorumluluk yumuşak başlılık ve deneyime açıklık durumu öznel iyi oluş ile pozitif yönde anca düşük düzeyde bağlantılı bulunmuştur. Dışa dönüklük durumunun olumlu duygulanım ile nevroklikliğin olumsuz duygulanım ile anlamlı ve yüksek bir oranda ilişkili olduğuna erişilmiştir. (Doğan, 2012) Diğer bir çalışmada ise psikolojik iyi oluşun, kaygı, öfke, depresyon gibi durumlarla olumsuz açıdan bağlantılı olduğu bulunulmuştur.(Sarı,2016)

Öznel iyi oluşu arttırmaya yönelik evrim psikologlarından Buss' a göre, altı farklı öznel iyi oluşu geliştirme yöntemi vardır. Bunlardan ilki isteklerin doyumunu elde edebilmektir. İkincisi ise rekabetçi yapıların işbirlikçi olmaya teşvik etmektir. Üçüncüsü, znel stres faktörleri indirgemektir. Dördüncü ise köklü arkadaşlıklar geliştirmektir. Beşinci dostlar ve akrabalar ile ilişkileri güçlendirmektir. En sonuncu ve en önemlisi ise ilkel ve modern ağ arasındaki köprüyü kurabilmektir.(Buss, 2000)

Ryff ve Singer'in yapmış olduklar iyi oluşu sosyo-ekonomik açıdan ele aldıkları çalışmada özellikle eğitim seviyesi yüksek olarak değerlendirilen kadınlarda psikolojik iyi oluşun anlamlı yönde yüksek olduğu grlmştir. Bununla birlikte eğitim seviyesi düşük olan kadınların ise yaşam amaçlarıyla ilgili boyutunda düşük olduğu grlmştir. (Ryff, Singer, 1998)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle çalışmanın yöntemi ve çalışma grubundan söz edilerek veri toplama araçları ile ilgili bilgiler verilmiştir. Daha sonra veri analizinde kullanılan istatistiksel yöntemler açıklanmıştır.

3.1. Evren

Türkiye Bağımlılık ve Ruh Sağlığı Haritası'nın (TURBAHAR) örneklem tasarımı ve büyüklüğü, Türkiye Geneli, ve 9 Demografik Bölge (Akdeniz, Ege, Batı Karadeniz, Doğu Karadeniz, Doğu Anadolu, İç Anadolu, Batı Marmara, Doğu Marmara, İstanbul) kapsamındadır. Bu çalışma TURBAHAR'ın bir parçası olup Batı Marmara bölgesindeki verileri kapsamakta, analiz yapmaya imkan vermektedir. TURBAHAR'ın örneklem seçiminde ağırlıklı olarak tabakalı küme örnekleme yaklaşımı kullanılmıştır. Örneklem, Batı Marmarama bölgesinde yaşayan 2900 kişinin katılımı ile oluşmuştur. Dahil edilen kriterler, gönüllü olmak, 18 yaşının üstünde olmak, anketlerin doldurulmasına engel herhangi bir probleminin olmamasıdır. Genellikle nüfus yoğunluğunun fazla olduğu bölgelerden örneklem seçilmiştir.

3.2. Örneklem

TURBAHAR Çalışmasına dahil olan katılımcılardan 9 bölge arasında olan Batı Marmara Bölgesi içerisinde yaşayan 2900 Kişi çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Toplam örneklemin 1503'ü erkek (%51,8), 1397'si kadın (%48,2) olarak dağılmıştır. Eğitim değişkenine göre 3'ü okur yazar olmayan (%1), 38'i okur yazar (%1,3), 235'i ortaokul (%8,1), 785'i lise, 1442'si üniversite (%49,7), 166' sı yüksek lisans (%5,7) olarak dağılmaktadır

3.3. Prosedür

TURBAHAR'ın alan çalışmasında katılımcılar okullar, belediye binaları, özel şirketler gibi çeşitli çalışma alanları ve muhtarlık, ortak kamu alanları, kurslar, yardım dernekleri gibi kamu alanlarında ki bireylerden seçilmiştir. Potansiyel katılımcılara araştırmanın tanıtılmasının akabinde araştırma amacının açıklanması ile katılım

bulunmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. 18 yaş ve üzerinde olan bireyler çalışmaya dahil edilmiştir. Bilgilendirilmiş gönüllü formunun imzalanmasının ardından katılımcılara içerisinde veri toplama araçlarının bulunduğu kitapçık haline getirilmiş anketler teslim edilmiştir. Gönüllüler anketleri bireysel olarak doldurup araştırmacıya geri teslim etmişlerdir. Ölçeklerle ilgili yönergeler hem sözel olarak hem de yazılı olarak verilmiştir. Uygulama esnasında yardım isteyen gönüllülerin soruları yanıtlanmıştır. Anketlerin doldurulması ortalama 45 dakika almıştır. Uygulamanın uzun sürmesi ve katılımcıların yoğun çalışma ortamlarında cevaplandırmaya zaman ayırmalarından yola çıkarak katılımcılara ölçeklerin doldurulması için herhangi bir zaman sınırlaması getirilmemiştir. Katılımcılar uygulamanın ardından bilgilendirilmişlerdir ve ileride araştırmaya dair akıllarında oluşabilecek sorular için ulaşabilmeleri amacıyla araştırmacının ad soyad, e- mail adresi gibi bilgileri paylaşılmıştır. Çalışmanın Etik Kurulu Onayı Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Etik Kuruldan alınmıştır.

Verilerden tek bir veri havuzu oluşturulmuş ve SPSS 21 Programına yüklenmiştir. Eksik ve hatalı verilerin çıkartılmasıyla, 2900 kişinin verileri analize tabii tutulmuştur.

3.4. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada, istenilen verilerin toplanmasında demografik bilgilere ilişkin soruların olduğu araştırmacı tarafından hazırlanmış Sosyo Demografik Bilgi Formu, Davranış Etkileme Yüğü Formu ve Kişisel İyi Oluş ölçekleri kullanılmıştır. Bütün katılımcılar, kendilerine verilen kitapçığın ilk sayfasında yer alan, gönüllülük esasına göre çalışmaya katıldıklarını beyan ettikleri bir onam formu imzalamışlardır. Katılımcıların imzaladıkları onam formunda çalışmanın kısaca açıklanmış amacına yer verilmiş, ve katılımcıların ölçek ve anketleri cevaplamaları istenmiştir.

3.4.1. Sosyodemografik Bilgi Formu:

Katılımcıların yaş, eğitim, medeni durum, cinsiyet, çocuk sayısı, çalışan sayısı, sigara, alkol, madde kullanım özellikleri, psikiyatri tedavisi başvuru öyküleri, silah bulundurma sorularını içermektedir. Bu kısımları daha da genişletebilirsiniz.

Medeni: Evli Bekar Ayrılmış

Eğitim: Okur yazar olmama, okur yazar olma, ilkokul, ortaokul, lise, üniversite, lisansüstü

Çocuk Sayısı: 0-8 ve üstü

Çalışan Sayısı : 0-8 ve üstü

Psikiyatri Tedavisi : Alıyor Almamış, daha önce almış. Vb

3.4.2.Davranış Etkileme Yüğü Formu:

Bu form, davranışsal bağımlılıkta görülen ortak belirtilerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Birçok çalışmada, bir davranışsal bağımlılığın, kişinin yaşamının merkezinde olduğu, duygusal değişimlerde tetiklendiği, yapılan davranışın giderek artan derecede yaşamının içerisinde olduğu, yapamadığında duygusal bir gerginliğe neden olduğu, kendisine sosyal ve iş hayatında negatif olarak etki ettiği, bu davranışı azalttığına tekrar geri dönebildiği gösterilmiştir. Bu özellikler baz alınarak, Sosyal Medya Bağımlılığına yönelimli olan davranışların etki gücünü 11 likert'li (0-10) bir değerlendirmeye tabii tutularak ölçülebilmesine imkan tanıyacak bir anket hazırlanmıştır. Bu anket, bu davranışların kişinin hayatına bağımlılık ölçütleri kapsamında ne kadar etki ettiğini ölçmeyi amaçlamaktadır. Her bir soru, doğrudan davranışın olumsuz bağımlılık ölçütlerini sormakta, bu ölçütlerden herhangi bir puan alan kişide, kişiye ekstra bir yük getirdiği şeklinde değerlendirilmektedir.

3.4.3.Kişisel İyi oluş İndeksi Yetişkin Türkçe Formu

Kişinin yaşamında ki mutluluğu ve iyi olma halinin ölçen bir ölçektir. Ölçek, Cummins, McPherson ve Lau (2005) tarafından Kişisel İyi Oluş İndeksinin kültürlerarası değerlendirilmesine ilişkin Avusturyalı ve Hong Kong'da yerleşik kişilere uygulanan çalışmada, KİOI'nin geçerlik, güvenilirlik ve duyarlık yönünden her iki özellikte iyi bir psikometrik performans gösterdiği gözlemlenmiştir

3.5. Verilerin İstatistiksel Analizi

Çalışmanın verileri SPSS - 21 kullanılarak analize tabii tutulmuştur.

Davranış Etkileme Yüğü Formundan alınan verilere göre değerlendirilmiştir. Öncelikle Davranış Etkileme Yüğü Formundan hiç puan almayan katılımcılar ve

herhangi bir puan alanlar olarak ikiye ayrılmıştır. Herhangi bir puan alanların puanlarının median değerleri hesaplandıktan sonra düşük ve yüksek olarak ikiye ayrılmıştır. Sosyal Medya Davranışının Etki yükü üç gruba ayrılmış ve gruplar arasında ki farkın analizinde Tek Yönlü ANOVA Analizi kullanılmıştı.

Sosyal medya bağımlılığı özelliğine etki edebileceği düşünülen eğitim, cinsiyet, medeni durum, çocuk sayısı ve yaş değişkenleri ve Çalışmada kullanılan Kişisel İyi Oluş ölçeğinin ilişki büyüklüklerini tahmin edebilmek için Lineer Regresyon yapılmıştır. Bağımsız değişkenler ve ölçeklerden alınan toplam ve alt ölçek puanları modele dahil edilmiştir. P değeri 0,05 'in altında olan değerler, bağımsız risk faktörü olarak kabul edilmiştir

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR

Bu bölümde araştırma probleminin çözümü için, araştırmaya katılan bireylerin ölçekler yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak yorumlar ve açıklamalar yapılmıştır.

Tablo 1: Demografik Bilgilerden Cinsiyet, Eğitim, Medeni Durum, Çocuk Sayısı, Hanede Yaşayan Kişi Sayısı, ve Sigara Kullanımına Dair Tanımlayıcı Bulgular

Değişken	Grup	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	1503	51,8
	Kadın	1397	48,2
Eğitim	Okur Yazar Değil	3	,1
	Okur Yazar	38	1,3
	İlkokul	235	8,1
	Ortaokul	230	7,9
	Lise	785	27,1
	Üniversite	1442	49,7
	Yüksek Lisans	166	5,7
Medeni Durum	Evli	1372	47,3
	Bekar	1359	46,9
	Ayrılmış	165	5,7
Çocuk Sayısı	0	1573	54,2
	1	540	18,6
	2	601	20,7
	3	138	4,8
	4	34	1,2
	5	12	,4
	6	2	0,1

Hanede Yaşayan Kişi Sayısı	0	35	1,2
	1	232	8,0
	2	558	19,2
	3	810	27,9
	4	843	29,1
	5	287	9,9
	6	96	3,3
	7	20	0,7
	8	19	,7
Hanede Çalışan kişi Sayısı	0	170	5,9
	1	1039	35,8
	2	1301	44,9
	3	297	10,2
	4	72	2,5
	5	9	,3
	6	5	,2
	8	6	,2
	Sigara kullanımı	Evet	1365
Hayır		1347	46,1
Bıraktım		186	6,4

Çalışmaya katılanların cinsiyet, eğitim, medeni durum, çocuk sayısı, haneden yaşan kişi sayısı, hanede yaşayan kişi sayısı, sigara kullanımına ait verilerin dağılımı Tablo X'de yer almaktadır. Araştırma genelinde kişiler cinsiyet değişkenine göre 1503'ü erkek (%51,8), 1397'si kadın (%48,2) olarak dağılmaktadır.

Araştırma genelinde kişiler eğitim değişkenine göre 3'ü okur yazar olmayan (%1), 38'i okur yazar (%1,3), 235'i ortaokul (%8,1), 785'i lise, 1442'si üniversite (%49,7), 166'sı yüksek lisans (%5,7) olarak dağılmaktadır.

Araştırma genelinde kişiler medeni durum değişkenine göre 1372'yi evli (%47,3), 1359'u bekar (%46,9), 166'i ayrılmış (%5,7) olarak dağılmaktadır.

Araştırma genelinde kişiler çocuk sayısı değişkenine göre; 1573'i hiç çocuğu olmayan (%54,2), 540'i çocuk (%18,6), 601'i 2 çocuk (%20,7), 138'i 3çocuk (%4,8), 34'ü 4 çocuk (%1,2), 12'si 5 çocuk (%4), 2 6 çocuk (%1) olarak dağılmıştır.

Araştırma genelinde kişiler hanede yaşayan kişi sayısına göre 35'i sıfır (%1,2), 232'si 1 kişi (%8,0), 558'i 2 kişi (%19,2), 810'u 3 kişi (%27,9), 843'i 4 kişi (%29,1), 287'si 5 kişi (%9,9), 96'si 6 kişi (%3,3), 20'si 7 kişi (%7), 19'u 8 kişi (%8) olarak dağılmıştır.

Araştırma genelinde kişiler hanede çalışan kişi sayısı değişkenine göre 170'i hiç çalışmayan (%5,9), 1039'i 1 kişi (%35,8), 1301'i 2 kişi (%44,9), 297'si 3 kişi (%10,2), 72'si 4 kişi (%2,5), 9'u (%3) 5 kişi, 5'i 6 kişi (%2), 6'sı 8 kişi (%2) olarak dağılmıştır.

Araştırma genelinde kişiler sigara kullanımı değişkenine göre 1365'si evet (%47,1), 1347'ü hayır (%46,4), 186'sı bırakmış (%6,4) olarak dağılmaktadır.

Tablo 2: Yaş Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanları

Değişken	Grup	N	Ort	Ss	F	P
Yaş	18-23	616	26,152	17,519	106,977	,000
	24-29	683	20,197	15,922		
	30-38	618	16,835	13,718		
	39'dan fazla	980	12,807	12,991		
	Total		2897	18,246	15,705	

Araştırmaya katılan kişilerin sosyal medya düzeylerinin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur. ($F=106,977$; $p=0,000<0,05$). Bu farklılığın belirlemek amacı ile Tukey post-hoc analizi yapılmıştır. 18-23 yaş arası kişilerin sosyal medya bağımlılığı puanları ($26,152 \pm 17,519$), 24-39 yaş arası kişilerin sosyal medya bağımlılığı puanları ($20,197 \pm 15,922$), 30-38 yaş arası kişilerin sosyal medya bağımlılığı puanları ($16,835 \pm 13,718$), 39 yaşından büyük kişilerin sosyal medya bağımlılığı puanları ($12,807 \pm 12,991$) olarak bulgulanmıştır. Tukey analizi sonuçlarına göre

sosyal medya bağımlılıkları puanları sırasıyla 18-23 yaş, 24-29 yaş, 30-38 yaş ve 39'dan büyük yaş grubu bulgusuna erişilmiştir.

Tablo 3: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığını Tanımlayıcı Bulgular

Değişken	Grup	N	Ort	Ss	F	P
Cinsiyet	Kadın	1503	18,0319	15,231	5,991	0,426
	Erkek	1395	18,498	15,200		

Araştırmaya katılan kişilerin sosyal medya düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla uygulanan T- testi sonuçlarına bakıldığında varyanslar homojen bulunmamaktadır ($p= 0,426>0,050$). Batı Marmara bölgesinde sosyal medya bağımlılığı olan kadın ve erkek bireylerinin arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 4: Kişisel İyi Oluş Düzeyi ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlgili Tanımlayıcı Bulgular

Değişken	Grup	N	Ortalama	SS	F	P
Kişisel iyi oluş KİO	Yok	366	51,882	17,635	1,225	0,294
	Düşük	1496	50,528	15,664		
	Yüksek	1035	50,443	15,649		
	Total	2897	50,669	15,922		

Araştırmaya katılan kişilerin kişisel iyi oluş ve sosyal medya bağımlılığı seviyelerine göre farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans(anova) uygulanmıştır.

Anova sonucunda sosyal medya seviyeleri ve kişisel iyi oluş arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmamıştır. ($F=1,225$; $p=0,294> 0,05$)

Yani sosyal medya bağımlılığı yüksek olan kişilerde, kişisel iyi oluş seviyesi ile anlamlı bir bulgu bulunmamıştır

Tablo 5: Değişkenler ile Sosyal Medya Bağımlılığının Regresyon Analizi

Model	B	Standart Hata	β (r)	T	Sig. (p)	R ²
(Sabit)	28,071	2,469		11,367	,000	0,99
Cinsiyet	,087	,588	0,003	0,156	,876	
Eğitim	0,331	,281	0,023	1,180	0,238	
Medeni	0,527	,530	0,20	0,995	0,320	
Çocuk sayısı	-0,880	,380	-,059	-2,316	0,021	
Yaş	-,336	,031	-,257	-10,948	,000	
KİOTotal	-,006	,018	-,006	-0,320	,749	

Standardize edilmiş regresyon katsayısı (betaya) göre, yordayıcı değişkenlerin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki önem sırası; Yaş, çocuk sayısı, eğitim, medeni durum, kişisel iyi oluş, en son ise cinsiyet gelmektedir.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise sadece yaş ve çocuk sayısı ile anlamlı bir yordayıcı olduğu gözlemlenmiştir. Diğer değişkenlerin ise önemli bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA

Yapılan çalışmada Batı Marmara Bölgesinde yaşayan 18 ve 65 yaş arası bireylerin sosyal medya kullanım oranı ile kişisel iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesini amaçlamaktadır. Literatürde bu değişkenlerin bir arada bulunduğu başka bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş arasındaki ilişkiyi etkileyen değişkenler (yaş, çocuk sayısı, medeni durum, eğitim durumu, cinsiyet ve kişisel iyi oluş envanteri) incelendi

Araştırmanın genelinde katılımcılar cinsiyet değişkenine göre 1503'ü erkek (%51,8), 1397'si kadın (%48,2) olarak dağılım göstermektedir. Literatür araştırmasının sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet ile olan ilişkisine yönelik pek çok farklı bulgu vardır.

Yapılan bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu çalışmaya paralel Durak Batıgün ve Hasta (2010) yapmış olduğu çalışmada internet kullanımının cinsiyet faktörü ile anlamlı bir ilişki olmadığını çalışmasında göstermiştir. Bununla birlikte Tarı Cömert ve Ögel (2009) bilgisayar ve internet bağımlılığının erkeklerde daha fazla olduğunu çalışmasında belirtmiştir. Mayda AS ve ark. (2015) internet bağımlılığının erkeklerde daha fazla olduğunu çalışmasıyla ortaya koymuştur. Tutgun Ünal (2015) yapmış olduğu çalışmada sosyal medya kullanımının duygu- durum düzenleme boyutunda cinsiyet faktörünü değerlendirmiş ve bununla birlikte kadınların erkeklere göre daha çok sosyal medyayı destek aracı olarak gördüğünü, sosyal medya kullanım süreci içerisinde olumsuz düşüncelerden kurtulduğu yönünde değerlendirmiş araştırmasıyla desteklemiştir.

Bu verilere göre sosyal medya bağımlılığının cinsiyet üzerindeki etkisi araştırılması için sosyal medya kullanımının sebeplerinede inmek gerektiği düşünülmüştür. Bununla birlikte cinsiyet faktörüne göre sosyal medyaya olan eğilimin sebeplerini araştırmak daha doğru verilere ulaşım sağlayacağını düşündürmüştür.

Çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile, medeni durum ve eğitim düzeyinde anlamlı bir bulguya saptanmamıştır. Yapılan araştırma sonucunda ise Karaçor (2018) yapmış olduğu çalışmada kontrol güçlüğü, yoksunluk ve internet bağımlılığı puanının bekarlarda daha yüksek olduğuna tespit etmiştir. Şeker (2018) yapmış olduğu çalışmada medeni durum ile sosyal medya bağımlılığını karşılaştırdığında, evli kişilerde katılımından bekarlara göre daha yüksek olduğunu gözlemlemiştir.

Sosyal medya bağımlılığının medeni durum değişkenine göre farklı sonuçlar çıkmasının sebeplerine bakıldığında kişilerin evliliklerinden aldıkları doyumdaki farklılıklardan sebep olabileceği düşünülmüştür.

Derin ve Bilge (2016) yapmış oldukları çalışmada akademik başarı düzeyinin azaldıkça internet bağımlılığı riskinin arttığı bulgusuna ulaşmıştı. Şafak ve Kahraman (2019) yapmış olduğu çalışmada medeni durum ve eğitim düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulmamıştır.

Işık ve Kaptangil(2018) yapmış oldukları çalışmada eğitim durumu arttıkça sosyal ilişkiler zorunluluk ve ihtiyaç haline gelebilmektedir. Bununla birlikte bireylerin eğitim seviyelerinin artmasıyla beraber sosyal medya kullanım sebepleri çeşitlenebilmekte, değişebilmekte ve artabilmekte olduğu bulgusuna erişilmiştir.

Yapılan çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile çocuk sayısı arasındaki ilişkiye bakıldığında çocuk sayısı düştükçe sosyal medya bağımlılığının arttı görülmüştür. Literatür çalışmalarına bakıldığında, çocuk sayısına ilişkin yeterli bulgu bulunamamakla birlikte Ulusoy ve Bostancı (2014) yapmış olduğu çalışmada ebeveynlerin %91'i sosyal medya kullandığı yönünde bulguya erişilmiştir.

Çalışmada katılımcıların sosyal medya bağımlılığındaki yaş ortalamalarına bakıldığında, 18-23 yaş arası kişilerin sosyal medya bağımlılığı puanları (26,1526±17,519), 24-39 yaş arası kişilerin sosyal medya bağımlılığı puanları (20,1977±15,922), 30-38 yaş arası kişilerin sosyal medya bağımlılığı puanları (16,8350±13,718), 39 yaşından büyük kişilerin sosyal medya bağımlılığı puanları (12,807±12,991) olarak bulgusuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte yaş ve sosyal medya

bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve yaş küçüldükçe sosyal medya bağımlılığının oranının arttığı görülmüştür.

Çalışmaya paralel olarak, Şeker(2018) yapmış olduğu çalışmada yaş ile sosyal medya bağımlılığının anlamlı bir farklılık gösterdiğini belirtmiştir. 21 yaş altı kişilerin, 32 yaş üstü kişilere göre daha fazla sosyal medya bağımlılığı gösterdiği bulgusunu paylaşmıştır.

Batı Marmara Bölgesi'nde istatistiksel olarak sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Güler ve Gündoğdu (2018) internet bağımlılığı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada internet bağımlılığı ile yaşam doyumu düzeyleri arasında pozitif yönde bir zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki bulgusuna sahip olmuşlardır. Bununla birlikte internet bağımlılığı düzeyinin arttıkça, yaşam doyumunda da artışın olduğu bulgusuna erişim sağlamışlardır. Bununla birlikte Balcı (2018) sosyal medya bağımlılığı ve depresyon arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmasında depresyon düzeyinin arttıkça, sosyal medya bağımlılığı düzeyinde artış yaşandığı yönünde bulguyu paylaşmıştır.

Dal ve Dal (2015) Yapmış oldukları çalışmada ise aktif sosyal ağ kullanıcılarının genellikle deneyimlere açık, dışa dönük kişiler olduklarını, Twitter üyeliği olan kişilerin deneyimlere açıklık faktör ortalama puanlarının, Youtube üyeliği olan kişilerin Duygusal Denge, Google Plus kullanan kişilerin ise dışa-dönüklük puanlarının, bahsedilen ağlara üye olmayan kişilere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğunu bildirmişlerdir.

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma kent merkezlerinde yürütülmüştür. Bu nedenle toplum ortalamasından daha yüksek bir eğitim düzeyine sahip örneklem ile çalışılmıştır. Araştırmanın yaş ortalaması da genç bir nüfusu temsil ettiğini göstermektedir. Kırsal kesime de ulaşılması, daha dengeli yaş dağılımı sağlayan örneklem ile çalışılması sonuçlarda farklılık yaratabilir. Ayrıca çalışmada öz bildirim dayalı ölçekler kullanılmıştır. Klinik gözlem ve görüşme ile yapılacak değerlendirmeler daha sağlıklı olabileceği düşünülmüştür.

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Batı Marmara Bölgesinde yapılan çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile kişisel iyi oluş arasındaki ilişki incelenmiştir. Değişkenler arasında bakıldığında çocuk sayısının ve yaş değişkeninin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu gözlemlenmiştir.

Çalışmada çocuk sayısının azalmasıyla sosyal medya bağımlılığı arttığı bulgusuna erişilmiştir. Bununla birlikte yaş aralığının küçülmesiyle sosyal medya bağımlılığının arttığına erişilmiştir.

Yaş oranının azaldıkça sosyal medya bağımlılığının artmasının sebepleri düşünüldüğünde gelişen teknoloji ile birlikte internet erişiminde hedef kitlenin yaş aralığı da düştüğü düşünülmüştür. Yani şöyle ki, 1990 doğumlu bir bireyin sosyal medya ile karşılaşma durumu 2000' li yıllara denk gelirken, günümüzde iki yaşından önce çocuklar teknolojiye maruz kalmaktadır. Öncesinde çocukların araştırma ödevleri kitaplar ile sağlanır iken günümüzde web tabanlı öğretici uygulamalarla bir yandan çocuklara teknolojinin olmazsa olmaz bir gereksinim olduğunu aşıyoruz. Bununla birlikte bağımlılığa yatkın nesiller yetiştirildiği düşünülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığının çözümünde yeni sosyal ortamlara katılmanın, hobilere yönelmenin faydalı olacağı düşünülmektedir. Bağımlılığa iten faktörleri ortadan kaldırabilmek adına yerine konulacaklar durumlar üzerine çalışılmalıdır. Ailelerin çocuklarıyla doyumlu vakit geçirmesi konusunda gelecek nesillerde oluşabilecek sosyal medya bağımlılığı durumunun önüne geçebileceği bununla birlikte okullarda sosyal etkinliklerin artırılmasında da fayda olacağı düşünülmektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığı patolojik bir kavram olarak toplum tarafından değerlendirilmemesinden ötürü bu konuda destek almak amacıyla merkezlere gidilmediği düşünülmektedir. İşlevselliği etkilediği durumda destek alınması gerektiği konusunda ruh sağlığı çalışanlarının toplumu bilinçlendirmesi, güvenli ve bilinçli internet kullanımı hakkında çalışmalar yürütülmesinde fayda olacağı düşünülmüştür.

KAYNAKÇA

- Ağbaş, V. (2012) Sosyal medya araç ve ortamları ile zihin kontrolü, Yüksek Lisans Tezi. Ufuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi
- Aktaş, H., & Yılmaz, N. (2015). Üniversite gençlerinin yalnızlık ve utangaçlık unsurları açısından akıllı telefon bağımlılığı. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(1), 2017, 86-100
- Alaçam, H., Ateşçi, F. Ç., Şengül, A. C., & Tümkeya, S. (2015). Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığının sigara ve alkol kullanımı ile ilişkisi. *Anadolu Psikiyatri Derg*, 16, 383-388.
- Altınay Bor, H. (2018) Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Arısoy Ö. (2009). İnternet bağımlılığı, Dürtü Kontrol Bozuklukları. Ankara: Hekimler Yayın Birliği.
- Aslan, Ü. (2018) Dikkat eksikliği ve dürtüsellikğin sosyal medya kullanımı ve gelişmeleri kaçırma korkusu ile olan ilişkisinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Avcı, Y. (2015) Sosyal medyada Facebook üzerinden sahte sınıf oluşumu ve sınıf atlama, Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Babacan, M.E. (2016).Sosyal medya kullanım alanları ve bağımlılık ilişkisi. *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 3(1),7-28.
- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki:“Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (29), 209-234
- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki:“Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (29), 209-234.
- Başer, A. (2014) Sosyal medya kullanıcılarının kişilik özellikleri, kullanım ve motivasyonlarının sosyal medya reklamlarına yönelik genel tutumları üzerindeki rolü: Facebook üzerine bir uygulama, Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Batıgün, A. D., & Hasta, D. (2010). İnternet bağımlılığı: Yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11(3), 213-219.
- Bozkurt, H., Şahin, S., & Zoroğlu, S.(2016). İnternet bağımlılığı: Güncel bir gözden geçirme. *Journal Of Contemporary Medicine*, 6(3), 235-247

- Bulunmaz, S. (2018) Duygusal zeka ve duygusal şemaların sosyal medya kullanımı, gelişmeleri kaçırma korkusu ve sigara bağımlılığı ile ilişkisinin incelenmesi. Üsküdar Üniversitesi, İstanbul
- Buss DM (2000) The evolution of happiness. *Am Psychol*, 55:15-23.
- Canöz, N. (2016). İletişim fakültesi öğrencilerinin kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çevresinde sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(39), 423-441.
- Cezik A., & Alanka, Ö. (2016) Dijital Kibir. Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme. *TRT Akademi*, 1(2), 548-569.
- Coşar, H. (2018) Geleneksel medyadan dijital medyaya geçiş sürecinde Türkiye'de medya ve reklam yatırımlarının değişen yapısı. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Çakmak, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Çalışkan, M., & Mencik, Y(2015) Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Dal, N. E., & Dal, V. (2015). Kişilik özellikleri ve sosyal ağ sitesi kullanım alışkanlıkları: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma-personality traits and social network sites usage habits: a research on university students. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 144-162.
- Daştan, İ. (2012) Sosyal medya odaklı bilgi ve iletişim teknolojilerinin kobi performansına etkileri, Türkiye'deki iletişim ve reklam ajansları üzerine ampirik bir çalışma Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Davis RA. A (2001). Cognitive-behavioral model of pathological In-ternet use (PIU). *Computers in Human Behavior*, 17: 187-195
- Davis S, Smith, B, Rodrigue K, Pulvers K. An examination of İnternet usage on two college campuses. *College Stu-dent Journal* 1999; 33: 257,260
- Delal, Ö. (2018). Sosyal medyanın geleneksel medyada temsil pratikleri: Arap Baharı ve Gezi Parkı olayları örneği, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi, Çanakkale'de lise öğrencileri üzerine bir araştırma, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 27-50.
- Demir, Y., & Kumcağız, H. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(52), 23-42
- Derin, S., & Bilge, F. (2016). Ergenlerde internet bağımlılığı ve öznel iyi oluş düzeyi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 6(46).

- Doğan, T. (2012). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 56-64.
- Doğan, T., & Çötök, N. A. (2016). Oxford mutluluk ölçeği kısa formunun Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(36).
- Dost, M. T. (2016). Öznel İyi Oluş Ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(23).
- Duman, S. (2019). Türkiye'de Sosyal Ağların Kullanımına Yönelik Yazılmış Tezlerin ve Akademik Makalelerin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü
- Ercan, D. M. (2018) Geç ergenlik döneminde sosyal medya maruziyetinin beden algısı ile ilişkisi, Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Erden, S., & Hatun, O. (2015). İnternet bağımlılığı ile başa çıkmada bilişsel davranışçı yaklaşımın kullanılması: Bir olgu sunumu. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 2(1), 53-83.
- Ergüner Tekinalp, B. (2016). Adleryan kuramın pozitif psikoloji bağlamında değerlendirilmesi. *The Journal of Happiness and Well-Being*, 4(1), 34-49.
- Eroğlu, Y., Arıcı-Özcan, N., & Peker, A. (2015). Özel Gereksinimli Çocuğa Sahip Anneler ile Tipik Gelişim Gösteren Çocuğa Sahip Annelerin Psikolojik Sağlık, İyilik Hali ve Mutluluk Düzeylerinin İncelenmesi. *Sakarya Üniversitesi Journal of Education*, 5(3), 142-150.
- Eryılmaz, A. (2010). Ergenlerde öznel iyi oluşu artırma stratejilerini kullanma ile akademik motivasyon arasındaki ilişki. *Klinik Psikiyatri*, 13, 77-84.
- Eryılmaz, A. (2013). Pozitif psikolojinin psikolojik danışmanlık ve rehberlik alanında gelişimsel ve önleyici hizmetler bağlamında kullanılması. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 3(1), 1-22.
- Fidan, M., & Usta, F. (2013). İyilik hali ölçeğinin Türkçe formunun güvenilirlik ve geçerliğinin incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 265-269.,
- Gönül, A. S. (2002).Patalojik internet kullanımı. *Yeni Symposium*. 40(3),105-110
- Güler, B., & Gündoğdu, E. (2018). İnternet bağımlılığı, yaşam doyumu ve bazı demografik değişkenler arasındaki ilişkiler. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 166-179
- Güliz, U. L. U. Ç., & YARCI, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102.
- Gürbüz, G. (2014) Sosyal medya ve demokrasi ilişkisi. Türkiye' de sosyal medyanın katılımcı demokrasiye etkisi üzerine bir alan araştırması, Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

- Işık, M., & Kaptangil, İ. (2018). Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Medya Kullanımı ve Beş Faktör Kişilik Özelliği İle İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinden Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 695-717.
- Kara, T. (2013). Sosyal medya endüstrisi. *İstanbul: Beta Yayıncılık*, 11.
- Karaboğa, M. T. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri. *Mersin University Journal of the Faculty of Education*, 14(3). 913-936
- Karaçor, Feyzanur (2018) Üniversite öğrencilerinde internet ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Karagöz, K. (2016) Sağlık iletişimde sosyal medyanın rolü: Türkiye'deki sağlık kurumlarının sosyal medya kullanımının incelenmesi, Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Karaokçu, T. (2018) Sosyal medya kullanan ve kullanmayan üniversite öğrencilerinde öz saygı düzeylerinin belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kaya, L. (2017) Üniversite öğrencilerinde narsisistik eğilimler, bağlanma stilleri ve sosyal medya kullanımı, Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Keldal, G. (2015). Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği'nin Türkçe Formu: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *J Happiness Well-Being*, 3, 103-115.
- Keleş, S. (2018) Şizofreni hastalarında sosyal medya kullanımı ve klinik özellikler, Tıpta uzmanlık Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Tıp Fakültesi
- Kırık, A. M., & Domaç, A. (2014). Sosyal medya üzerinden televizyon reyting ölçümlerinin analizi: Twitter örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (5), 414-430.
- Kırık, A. M., & Sönmez, M. (2017) İletişim ve mutluluk ilişkisinin incelenmesi *İnif-e Dergi*, 2(1), 15-26.
- Kıvanç, T. (2019). Sosyal medya bağımlılığının sonuçları. *International Journal Of Social Science*, 2(1), 90-100
- Kızılarıslan, A. (2012) Sosyal medyanın toplum üzerindeki etkilerine eleştirel bir yaklaşım, Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Köksal, Y. (2012). Bir tutundurma aracı olarak sosyal medyanın marka bağlılığına etkileri, Doktora Tezi, Afyon Karatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kula, S., & Çakar, B. (2015). Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi bağlamında toplumda bireylerin güvenlik algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişki. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(12), 191-210.
- Mayda, A. S., Yılmaz, M., Bolu, F., Dağlı, S. Ç., Gerçek, G. Ç., Teker, N., ... & Usturalı, E. (2015). Bir Öğrenci Yurdunda Kalan Üniversite Öğrencilerindeki İnternet

- Bağımlılığı İle Beck Depresyon Ölçeği Arasındaki İlişki. *Konuralp Medical Journal/Konuralp Tıp Dergisi*, 7(1), 6-14
- Modiri, I. G. (2012). Resim-iş ve müzik öğretmeni adaylarının internet bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi. *Electronic Journal of Education Sciences*, 1(1).
- O’Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). Clinical report—the impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*,
- Onat, F. & Alikılıç Ö. A. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 3(9), 1111-1143.
- Oruç, R. Ö. K. E., & Kutanis, R. Ö. (2014). Pozitif örgütsel davranış ve pozitif psikolojik sermaye üzerine kavramsal bir inceleme. *The Journal of Happiness and Well-Being*, 2(2), 145-159.
- Özen, İ.N.(2012) İletişim bilimleri bağlamında sosyal medya ve sosyo-kültürel değişim, Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Öztürk, A., & Siviş Çetinkaya, R. (2015). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri ile tinsellik, iyimserlik, kaygı ve olumsuz duygu düzeyleri arasındaki ilişki.
- Ryff, C.D. & Singer, B. (1998). The Contours of Positive Human Health . *Psychological Inquiry*, 9., 1-28
- Sarı, T., & Çakır, F. (2016). Mutluluk Korkusu İle Öznel Ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Eğitim Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(25), 222-229.
- Suler, J. (1996). Why is this thing eating my life? Computer and cyberspace addiction at the "palace". <http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/eatlife.html>
- Şafak, U. K. P. B., & Kahraman, S. (2019) Sosyal medya kullanımının yalnızlık ve narsistik kişilik özelliği belirtileri ile ilgili incelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 54-69.
- Şeker, V.T.(2018) Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon ve anksiyete arasındaki ilişki Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Şenormancı, Ö., Konkan, R. ve Sungur, M. Z. (2010). İnternet bağımlılığı ve bilişsel davranışçı terapisi. *Psychiatry*, 11, 261-268.
- Tarı Cömert, I. ve Ögel, K. (2009). İstanbul örneğinde internet ve bilgisayar bağımlılığının yaygınlığı ve farklı etkenlerle ilişkisi. *Türkiye Klinikleri Adli Tıp Dergisi*, 6(1), 9-16.
- Turan, R. T. (2015). Başkent Üniversitesi öğrencilerinde internet bağımlılığı sıklığı ve ilişkili faktörler. Uzmanlık Tezi. Başkent Üniversitesi, Tıp Fakültesi
- Tutgun Ünal, A. (2015) Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma, Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

- Türkal, İ. (2015). Sosyal Medya Kullanımının Küreselleşmeye İlişkin Yaklaşımlar Üzerindeki Rolü: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği. *Mavi Atlas*, (5), 78-102.
- Uğur, A. (2018) Üniversite öğrencilerindeki sosyal kaygı düzeyinin, alkol, yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanım sıklığı ile ilişkisinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Ulusoy, A., & Bostancı, M. (2014). Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science Doi*, (28), 559-572
- Uzun, Ö., Yıldırım, V., & Uzun, E. (2016). Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu olan ergenlerde sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve algılanan sosyal destek ilişkisi. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(3), 143-147
- Ünlü, F. (2018) Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon. (Elektronik Versiyon). *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 4 (1). 161-172
- Yakut, S., (2018). Öğretmenlerde psikolojik iyi oluş ve iş yerinde dışlanma ilişkisi. *Electronic Turkish Studies*, 13(18).
- Yılmaz, G., Ali, Ş. A. R., & Civan, S. (2015). Ergenlerde mobil telefon bağımlılığı ile sosyal kaygı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Online Journal Of Technology Addiction & Cyberbullying*, 2015, 2(2), 20-37.
- Young, K. (1996). Internet addiction; the emergence of new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1; 237-244.
- Yurdakoş, K., & Biçer, E. B. (2019). İnternet Bağımlılık Düzeyinin Akademik Ertelemeye Etkisi: Sağlık Yönetimi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1),243-2

EKLER

1. Sosyodemografik Soru Formu

1. Cinsiyetiniz? Kadın () Erkek ()

2. Doğum yılınız:

3. Kaç kilosunuz?Kg

4. Boy uzunluğunuz nedir?cm

5. Eğitim durumunuz nedir?

Okur Yazar değil () İlkokul Mezunu () Lise Mezunu ()

Okur Yazar ()

Ortaokul Mezunu ()

Üniversite () Yüksek Lisans ()

5. Medeni Durumunuz Nedir?

Evli () Bekar () Ayrılmış (Boşanma yada Vefat ile) ()

6. Çocuğunuz var mı? Varsa kaç çocuğunuz var?

0() 1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8ve daha fazla()

7. Yılın büyük bölümünü geçirdiğiniz hanede kaç kişi yaşıyorsunuz?

0() 1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8 ve daha fazla()

8. Yılın büyük bölümünü geçirdiğiniz hanede kaç kişi ücretli bir işte çalışıyor?

0() 1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8 ve daha fazla ()

9. Sigara kullanıyor musunuz? Evet () Hayır() Bıraktım ()

10. Günde kaç adet sigara tüketiyorsunuz? Eğer Kullanmıyorsanız cevaplamayınız.

0-10Tek() 11-20Tek() 21-40 Tek() 41'dan Fazla ()

11. Kaç Yıldır Sigara Kullanıyorsunuz? (Yıl) Eğer Kullanmıyorsanız cevaplamayınız.

0-5Yıl() 6-10() 11-15() 16-20() 21 yıldan fazla()

12. Alkol Kullanıyor musunuz?

Evet () Hayır() Bıraktım ()

13. Ne Sıklıkla Alkol Alıyorsunuz? Eğer Kullanmıyorsanız cevaplamayınız.

Ayda 1-2 defa () Haftada 1-2 defa () Hemen hemen Her gün ()

14. Aşağıdaki Maddelerden Doktor Önerisi dışında düzenli olarak aldığınız/ denediğiniz maddeleri işaretleyiniz.

1. Esrar () 2. Bali () 3. Tiner ()

4. Morgin ()

5. Kokain ()

6. Meta-amfetamin ()

7. Bozai () 8. Eroin () 9. Ekstazi ()

15. Hiç psikiyatriste gittiniz mi?

Daha önce gitmiştim () Halen Tedavi Görüyorum () Hayır gitmedim ()

15. Ruhsatlı yada Ruhsatsız Silahınız var mı? ()

Silahım yok () Ruhsatlı Silahım Var () Ruhsatsız Silahım Var ()

16. Günlük Yaşamda Kendinizi Güvende Hissetmek için antanızda/ Cebinizde/ Aracınızda bulundurduğunuz Aletler varsa işaretleyiniz. Birden Fazla Seçim Yapabilirsiniz. Eğer taşımıyorsanız. Hiçbirini işaretleyiniz.

Ateşli Silah () akı/Bıçak () Biber Gazı () Elektrikli/Pilli bir cihaz() Kesici/Delici
Başka bir alet() Hiçbiri()

17. Vücudunuzda Herhangi bir engel var mıdır? Varsa aşağıda işaretleyiniz.

Görme Engelli () İşitme Engelli () Zihinsel Engelli () Ortopedik Engelli () Kronik
Hastalık ()

Herhangi bir Engelim Yok ()

2. Davranış Etkileme Yüğü Formu

Lütfen her bir davranış için aşağıdaki şekilde işaretleyin.

0-Hiç yaşamıyorum

5-Orta düzeyde yaşıyorum

10-Tam olarak bu şekilde yaşıyorum.

Sosyal Medya (İnstagram, Facebook, Snapchat, Twitter, Youtube) kullanırken;

1. Hayatımın Merkezinde olmaya başladı, sık sık aklıma geliyor ve sık sıkta yapıyorum/kullanıyorum. Eğer yapamayacak ve kullanamayacak durumda olursam, ne zaman yapacağımı düşünüyorum. Ne zaman yapacağımı planlarsam biraz olsun rahatlıyorum. Ama bazen o kadar şiddetli bir istek oluyor ki, bir yol bulup yapıyorum/kullanıyorum, engelleyemiyorum.

(0- 1- 2-3-4-5-6- 7-8-9-10)

2. Bazen canım sıkıldığında, bazen boşlukta, bazen mutluysen bile aklıma geliyor ve yapıyorum. Birçok kez sorunlarım arttığında isteğimin de arttığını görüyorum ve yapmazsam zihinim rahatlamıyor. Çoğu zaman yaptıktan sonra rahatlayıp, yapmam gereken işe odaklanabiliyorum. Sanki canlanıyorum.

(0- 1- 2-3-4-5-6- 7-8-9-10)

3. Aynı oranda yapsam bile bazen o oran bana yetmeyebiliyor, daha fazla yapmam gerekiyor. Süre ve miktarı giderek arttırmak zorunda kalıyorum, yoksa rahatlamıyorum.

(0- 1- 2-3-4-5-6- 7-8-9-10)

4. Yapmamın mümkün olmadığı bir yerde olduğumda, ya da kendimi engellemeye çalıştığımda, ya da biri benim bu sorunumu görüp engellediğinde, çok sıkıntı çekiyorum ve vücudumda da gerginliğimin belirtileri oluyor.

(0- 1- 2-3-4-5-6- 7-8-9-10)

5. Yapıyor olmam benim çevremle ilgili sorunlar yaşamama neden oluyor, sosyal yaşamım zarar görebiliyor, işimi aksatabiliyorum. Bu konuda sık sık eleştiri alıyorum.

(0- 1- 2-3-4-5-6- 7-8-9-10)

6. Bu davranışı bıraksam da yeniden tetiklenebiliyor ve hiç bırakmamışım gibi yapmaya devam edebiliyorum.

(0- 1- 2-3-4-5-6- 7-8-9-10)

3. Kişisel iyi oluş indeksi - Yetişkin Türkçe Formu

Lütfen aşağıdaki soruları memnuniyet derecenize göre, 0'dan 10'a kadar seçeneklerden birini seçerek cevaplayınız.

0: Hiç memnun değilim,

5: Kararsızım

10: Tamamen Memnunu

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Yaşam koşullarınızdan ne kadar memnunsunuz? (ekonomik, refah düzeyi vs.)											
2. Sağlık durumunuzdan ne kadar memnunsunuz?											
3. Yaşamınızdaki başarılarınızdan ne kadar memnunsunuz?											
4. Diğer insanlarla ilişkilerinizden ne kadar memnunsunuz?											
5. Kendinizi ne kadar güvende hissediyorsunuz?											
6. Toplumla olan ilişkilerinizden, toplumun bir parçası olmaktan ne kadar memnunsunuz?											
7. Geleceğinizle ilgili kendinizi ne kadar güvende hissediyorsunuz?											
8. Manevi yaşamınızdan (dini, ruhsal yaşantı vs.) ne kadar memnunsunuz?											

ÖZGEÇMİŞ

Merve BEŞİK

Lisans:

Beykent Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü- 2017

Yüksek Lisans:

Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji -2019

İş Deneyimi:

Np İstanbul Nöropsikiyatri Hastanesi, 2019 (Stajyer Psikolog)

Doğa Koleji Anaokulu- 2018- devam (Psikolog)

Şişli Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi-2017 (Stajyer)

Reem Nöropsikiyatri Kliniği -2016 (Stajyer)

Bakırköy Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesi-2016 (Stajyer)

Ekipnormarazon Danışmanlık ve Eğitim Merkezi- 2016 (Stajyer)