



**ALGILANAN SOSYAL DESTEK VE GENEL  
AİDİYET DÜZEYİNİN SOSYAL MEDYA  
BAĞIMLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİNİN  
İNCELENMESİ**

**2023  
YÜKSEK LİSANS TEZİ  
DİSİPLİNLERARASI İLETİŞİM**

**Şevval YILMAZ**

**Tez Danışmanı  
Doç. Dr. Doğan AYDOĞAN**

**ALGILANAN SOSYAL DESTEK VE GENEL AİDİYET DÜZEYİNİN  
SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ**

**Şevval YILMAZ**

**Tez Danışmanı**

**Doç. Dr. Doğan AYDOĞAN**

**T.C.**

**Karabük Üniversitesi**

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**

**Disiplinlerarası İletişim Anabilim Dalında**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Olarak Hazırlanmıştır**

**KARABÜK**

**Aralık 2023**

## İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER .....	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	3
DOĞRULUK BEYANI .....	4
ÖNSÖZ .....	5
ÖZ.....	6
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	10
ARCHIVE RECORD INFORMATION .....	11
KISALTMALAR .....	12
ARAŞTIRMANIN KONUSU .....	13
ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ.....	14
ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ.....	14
GİRİŞ .....	15
1.BİRİNCİ BÖLÜM .....	17
1.1.Bağımlılık .....	17
1.1.1.Sosyal Medya ve Popüler Sosyal Medya Platformları .....	20
1.1.1.1.Sosyal Medya Bağımlılığı.....	23
1.1.1.1.a. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ve Sosyal Medya Kullanımı .....	33
2.İKİNCİ BÖLÜM.....	38
2.1.İhtiyaçlar ve Motivasyonlar .....	38
2.1.1.Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı.....	38
2.1.1.1. Genel Aidiyet Algısı.....	39
2.1.1.1.a. Sosyal Dışlanma ve Kaygı .....	44
2.1.2.Algılanan Sosyal Destek.....	51
3.ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	56
YÖNTEM ve METODOLOJİ .....	56
BULGULAR.....	60

<b>TARTIŞMA ve SONUÇ .....</b>	<b>68</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>71</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>82</b>

## TEZ ONAY SAYFASI

Şevval YILMAZ tarafından hazırlanan “ALGILANAN SOSYAL DESTEK VE GENEL AİDİYET DÜZEYİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Doğan AYDOĞAN .....

Tez Danışmanı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Reklamcılık ve Tanıtım Bölümü

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Disiplinlerarası İletişim Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 17.11.2023

**Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)**

**İmzası**

Başkan : Doç. Dr. Doğan AYDOĞAN ( KBÜ)

.....

Üye : Prof. Dr. Mikail BATU ( NEÜ)

.....

Üye : Prof. Dr. Fatih BAYRAM ( KBÜ)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans derecesini onamıştır.

Doç. Dr. Zeynep ÖZCAN .....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

## **DOĞRULUK BEYANI**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntılarım intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğunu ve bu eslere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

**Adı Soyadı: şevval YILMAZ**

**İmza :**

## ÖNSÖZ

Lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca engin bilgi ve tecrübeleriyle yoluma ışık tutan, zorlu tez sürecimde desteğini her daim hissettiren tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Doğan AYDOĞAN'a saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Hem lisans hem de yüksek lisans eğitimim boyunca tüm bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan değerli hocalarım; Prof. Dr. Fatih BAYRAM, Doç. Dr. Sırma Oya TEKVAR ve Dr. Öğr. Üyesi Hilal UYGURTÜRK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Uzun süredir yanımda olan her konuda desteğini hissettiğim ve birlikte büyük bir heyecanla yüksek lisans eğitimine başladığım arkadaşım İrem AKTUĞ, her sıkıştığım an yanımda olan ailemin bir parçası olarak gördüğüm arkadaşlarım; Melda OZAN ve Ayça KURU varlığınız ve desteğiniz için çok teşekkür ederim. Lise hayatının bana kattığı güzel dostlarım Yaren BAYRAKTAR ve Merve SARI hep yanımda olarak beni desteklediğiniz için size sonsuz teşekkür ederim hepiniz iyi ki hayatımdasınız.

Her an beni yapabileceğime inandırarak başarıyı isteyen annem Güldane YILMAZ'a, kardeşlerim Şimal YILMAZ ve Batuhan YILMAZ'a çok teşekkür ederim. Ve son olarak canım babam Mevlüt YILMAZ, yaşamın boyunca bana gösterdiğin sevgi ve destek için çok teşekkür ederim seni çok seviyor ve özlüyorum.

## ÖZ

Karabük ilinde gerçekleştirilen çalışmada, genel aidiyet düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki, algılanan sosyal destek ile sosyal medya arasında ilişki, sosyal dışlanma ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde sürekli kaygı faktörünün aracılık etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan çalışmada 400 kişiye ulaştırılan e-anket formuna 370 katılımcı geri dönüş sağlamıştır. Hatalı ve eksik doldurulan anket formlarının elenmesi sonucunda kalan 296 anket formuyla analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Bergen sosyal medya bağımlılık ölçeği (BSMBÖ), spielberger sürekli kaygı ölçeği (SSKÖ), genel aidiyet ölçeği (GAÖ) ve çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği (ÇBASDÖ) olmak üzere 4 ölçek kullanılmıştır. Güvenirlilik analizi ile eş zamanlı olarak ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek üzere doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre: Sosyal medya bağımlılığı değişkeni, genel aidiyet ölçeği sosyal kabul alt boyutu ile negatif yönlü bir ilişki göstermiştir (H1a). Aynı zamanda, genel aidiyet ölçeği sosyal dışlanma alt boyutu ile pozitif yönlü bir ilişki göstermiştir (H1b). Algılanan genel sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur (H2). Algılanan aile desteği ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki saptanmış, ancak arkadaş ve özel ilişki desteği ile anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir. Sosyal medya bağımlılığı ile sürekli kaygı arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişki, diğer değişkenler arasında en güçlü ilişki olarak belirtilmiştir. Yapılan yapısal eşitlik modeli, kurulan modelin anlamlı olduğunu göstermiştir. İlişki durumu, sürekli kaygı ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı farklılıklar ortaya koymuştur. Evli olanların sosyal medya bağımlılığı eğilimlerinin daha düşük olduğu belirlenmiştir. Cinsiyet kategorisi, algılanan sosyal destek, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı üzerinde anlamlı farklılıklar oluşturmuştur. Kadın katılımcıların sosyal destek algıları, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı düzeyleri erkeklere göre anlamlı bir şekilde yüksek bulunmuştur. Okul hayatının devam etme durumu, algılanan sosyal destek, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı üzerinde anlamlı farklılıklar oluşturmuştur. Okul hayatına devam edenlerin sosyal destek algıları daha yüksekken, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı düzeyleri daha düşük bulunmuştur.



**Anahtar Kelimeler:** Aidiyet; Bağımlılık; Kullanımlar ve Doyumlar; Sosyal Destek; Sosyal Medya; Sosyal Medya Bağımlılığı

## ABSTRACT

In the study conducted in Karabük province, it was investigated whether the trait anxiety factor has a mediating effect on the relationship between general belonging level and social media addiction, the relationship between perceived social support and social media, and the relationship between social exclusion and social media addiction. In the study, 370 participants responded to the e-survey form that was delivered to 400 people. As a result of eliminating incorrect and incompletely filled survey forms, analyzes were carried out with the remaining 296 survey forms. In the research, four scales were used: the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), the Spielberger State-Trait Anxiety Inventory (STAI), the General Belongingness Scale (GBS), and the Multidimensional Perceived Social Support Scale (MPSS). Concurrently with the reliability analysis, confirmatory factor analysis was conducted to test the construct validity of the scales. According to the research findings: The variable of social media addiction showed a negative relationship with the social acceptance subscale of the General Belongingness Scale (H1a). At the same time, the social exclusion subscale of the General Belongingness Scale exhibited a positive relationship with social media addiction (H1b). A negative relationship was found between perceived overall social support and social media addiction (H2). A negative relationship was also observed between perceived family support and social media addiction, but no significant relationship was found with friend and significant other support. A positive relationship was identified between social media addiction and continuous anxiety. This relationship was indicated as the strongest among the variables. The structural equation model showed that the established model was significant. Married individuals were found to have lower tendencies of social media addiction. Gender category created significant differences in perceived social support, social media addiction, and continuous anxiety. Female participants' perceptions of social support, levels of social media addiction, and continuous anxiety were significantly higher compared to males. The ongoing status of academic life created significant differences in perceived social support, social media addiction, and continuous anxiety. While those continuing their academic life had higher perceptions of social support, their levels of social media addiction and continuous anxiety were lower.

**Keywords:** Belonging; Addiction; Uses and Gratifications; Social Support; Social Media; Social Media Addiction

## ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

<b>Tezin Adı</b>	Algılanan Sosyal Destek ve Genel Aidiyet Düzeyinin Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Etkisinin İncelenmesi
<b>Tezin Yazarı</b>	Şevval YILMAZ
<b>Tezin Danışmanı</b>	Doç. Dr. Doğan AYDOĞAN
<b>Tezin Derecesi</b>	Yüksek Lisans
<b>Tezin Tarihi</b>	17.11.2023
<b>Tezin Alanı</b>	Disiplinlerarası İletişim
<b>Tezin Yeri</b>	KBÜ/LEE
<b>Tezin Sayfa Sayısı</b>	82
<b>Anahtar Kelimeler</b>	Aidiyet, Bağımlılık, Kullanımlar ve Doyumlar, Sosyal Destek, Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı

## ARCHIVE RECORD INFORMATION

<b>Name of the Thesis</b>	Examining the Effect of Perceived Social Support and General Belonging Level on Social Media Addiction
<b>Author of the Thesis</b>	Şevval YILMAZ
<b>Advisor of the Thesis</b>	Assoc. Prof. Dr. Doğan AYDOĞAN
<b>Status of the Thesis</b>	Masters' Degree
<b>Date of the Thesis</b>	17.11.2023
<b>Field of the Thesis</b>	Communication of Interdisciplinary
<b>Place of the Thesis</b>	UNIKA/IGP
<b>Total Page Number</b>	82
<b>Keywords</b>	Belonging, Addiction, Uses and Gratifications, Social Support, Social Media, Social Media Addiction

## **KISALTMALAR**

<b>BSMBÖ</b>	:Bergen sosyal medya bağımlılık ölçeği
<b>ÇBASDÖ</b>	:Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği
<b>GAÖ</b>	:Genel aidiyet ölçeği
<b>SSKÖ</b>	:Spielberger sürekli kaygı ölçeği

## ARAŞTIRMANIN KONUSU

Günümüz sorunları arasında yerini almış olan bağımlılık olgusu, sade ve basit bir tanımla açıklanacak olursa; bireyin bir madde, olay, insan veya nesne üzerinde kontrolünü kaybederek davranışı devamlı tekrarlama arzusu olarak açıklanabilir. Bağımlılık geliştirilen madde veya nesne kişi üzerinde ruhsal ve fiziksel sorunlara sebep olmaktadır. Kişinin bu sebeplere rağmen kullanıma devam etmesi, kullanımın verdiği hazdan dolayı daha fazla kullanma isteğinde bulunması, gereğinden fazla kullanımı sonucunda suçluluk hissederek kullanımı azaltma ya da bırakma isteğini gerçekleştirememesi kişinin bağımlı bir birey haline geldiğinin göstergesidir. Bağımlılık bir kişiye, maddeye (alkol, tütün, esrar), nesneye veya davranışa karşı geliştirilebilmektedir. Bağımlılık dendiğinde akla ilk olarak madde bağımlılığı gelirken, teknoloji bağımlılığı günümüzde sıkça rastlanılır bir durum haline gelmiştir.

Teknolojik aletlerin hayatımızda büyük bir yer kaplayarak yaşamımızın her alanına dahil olması yadsınamaz bir gerçektir. Özellikle internet kullanım alanlarının çeşitliliğinden dolayı yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Gün geçtikçe daha da gelişen akıllı telefonlar sayesinde internete her an ulaşılabilen, bu yüzden her geçen gün daha da rağbet görmekte ve tercih edilmektedir. İnternetin bu denli ulaşılabilir olması sonucunda bireyler, alışveriş, eğitim, sosyalleşme, eğlence ve oyun ihtiyaçlarını karşılamak için interneti kullanmaktadır. İnternet, içerdiği uygulamalar ile bireye, kolay ve zahmetsiz bir şekilde sosyalleşme ve iletişim kurma imkânı sunmaktadır. Bireye, kendine ait bir profil oluşturarak fikir ve düşüncelerini paylaşma, farklı insanlarla tanışma ve iletişim kurma fırsatı veren uygulamaların yanı sıra bireyin fotoğraf ve videolarını paylaşabilecekleri uygulamaların da yer aldığı sosyal medya uygulamaları, insan yaşamında büyük bir yer kaplamaktadır. Günlük yaşamın monotonluğundan bir kaçış olarak görülen sosyal medya uygulamaları, bir süre sonra insanı içine çekmeye başlamaktadır. Sürekli olarak yaratılan profili kontrol etme ihtiyacı hissedilmekte, yapılan paylaşımlardan alınan etkileşimlerin verdiği beğenilme hissiyatından dolayı daha fazla paylaşım yapma ve daha çok zaman geçirme isteği uyandırmaktadır. Bu olay, kişinin sosyal medya uygulamalarına karşı bağımlılık geliştirmesine neden olabilmektedir. Karabük ilinde yürütülen bu çalışmada; sosyal medya bağımlılığı, algılanan sosyal destek, genel aidiyet düzeyi ve sürekli kaygı değişkenlerinin ilişkisi incelenmiştir.

## **ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ**

Sosyal medya bağımlılığı, birçok disiplinin ele aldığı bir konudur. Pedagoji, Psikoloji, Sosyal Psikoloji, İletişim Bilimleri ve Pazarlama alanları, bu noktada karşımıza çıkan başlıca alanlardır. Gündelik hayattaki yeri ve önemi gittikçe artan sosyal medya kullanımı, kişi tarafından kontrol edilemez bir hal aldığı anda psikolojik, sosyolojik ve ekonomik sonuçları olan bir olguya dönüşmektedir. Yapılan çalışmada algılanan sosyal destek ve genel aidiyet düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Karabük ilinde gerçekleştirilen çalışmada 400 kişiye ulaştırılan e-anket formuna 370 katılımcı geri dönüş sağlamıştır. Hatalı ve eksik doldurulan anket formlarının elenmesi sonucunda kalan 296 anket formuyla analizler gerçekleştirilmiştir. Ulaşılan bulguların ileride yapılacak çalışmalara fayda sağlaması amaçlanmaktadır.

## **ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ**

H1- Genel aidiyet düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1a- Sosyal kabul ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

H1b- Sosyal dışlanma ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H2 – Algılanan sosyal destek ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

H3 – Sosyal dışlanma ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde sürekli kaygı faktörünün aracılık etkisi vardır.



## GİRİŞ

Dijital çağ olarak adlandırılan 21.yüzyılda gerçekleşen teknolojik gelişmeler, insan hayatını kolaylaştırmasının yanı sıra, beklenmeyen ya da istenmeyen sonuçlar da doğurmuştur. Her geçen gün daha da değişip gelişen akıllı telefonlarla birlikte internet her an ulaşılabilir durumdadır. İnternetin bu denli yaygınlaşması ile eğitim, alışveriş, iletişim, bilgiye anında erişim gibi ihtiyaçlar daha kolay karşılandığından internet çok fazla tercih edilir konuma gelmiştir. İnternet ve internete bağlı uygulamalar da insanların hayatında hızla yerini almıştır. Twitter, Instagram, Facebook ve benzeri sosyal medya platformları hızlı ve kolay iletişime zemin hazırlarken, aynı zamanda bir dizi problemi de barındırmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı da bunlar arasında yer almaktadır.

Kullanıcı etkileşimi, kullanım kolaylığı ve yaygınlık gibi faktörler nedeni ile kullanıcıların sosyal medya platformlarına yönelik ilgisi artmaktadır. Kullanıcılara kendi profillerini oluşturma imkânı verilen bu uygulamalar sayesinde bireyler aslında olmak istedikleri kimliği yaratabilmektedirler. Sanal dünyada oluşturulan kimliklerin ve kurulan iletişimlerin daha ilgi çekici hale gelmeye başlamasıyla birlikte bireyler gerçek hayattan soyutlanıp sosyal medyada daha fazla zaman geçirmeye başlamaktadır. Kullanım süresinin artması, kontrolsüz ve bilinçsiz şekilde geçirilen zaman, kullanılmadığı zaman huzursuzluk ve sıkıntı halinde olmak bir bağımlılık oluştuğunun göstergesidir.

Bağımlılık kavramı, huzursuzluk ve sıkıntıdan kurtulmak için bilinçsiz ve otokontrolü yitirecek şekilde davranışın tekrarlanması hali olarak tanımlanabilmektedir. Sigara, alkol, madde ve teknoloji bağımlılığı gibi sıkça duyulan bağımlılık türlerine ilaveten sosyal medya bağımlılığını saymak mümkündür.

Sosyal medya bağımlılığı, bireyin sosyal medya platformlarında gereğinden fazla zaman geçirerek bu platformlara bağımlılık geliştirmesidir. Sosyal medya bağımlılığının bireyin günlük yaşamını etkileyecek boyuta ulaşması akademik ve iş hayatında performans düşüklüklerine neden olabilirken sosyal yaşamındaki ilişkilerini olumsuz yönde etkileyerek birçok sorunu da beraberinde getirebilmektedir.

Sosyal medyayı kendine bir kimlik oluşturma ve yeni insanlarla bağ kurma amacıyla kullanan bireyler, sosyal medyada aldıkları etkileşimin verdiği beğenilme arzusu sonucu sosyal medya uygulamalarında daha fazla vakit geçirmeye başlamaktadır

(Kahraman, 2021). Sosyal medyada alınan etkileşim ve geri dönüşler kullanıcı üzerinde ödül etkisi yarattığı için bağımlılık durumu oluşmaktadır.

Kullanıcıların sosyal medya üzerinde yaptıkları paylaşımlar, kimliklerini sergiledikleri kişisel vitrinleridir. Bu vitrinlerde kullanıcılar yedikleri yemekleri, gezdikleri yerleri, giydikleri kıyafetleri, duygu ve düşüncelerini paylaşmaktadır (Tokgöz, 2017). Vitrinlerini en güzel ve en özel şekilde oluşturmak isteyen kullanıcılar mükemmel yaşamlarını, ilişkilerini paylaşırken bu durum kullanıcıların kendilerini diğerleriyle karşılaştırma durumuna sokarak eksiklik hissetmelerine neden olabilmekte ve bu da bağımlılık düzeyini etkilemektedir.

Sosyal medya kullanım düzeyinde ve bağımlılık oluşumunda etkili olan faktörler ile ilgili literatür taraması yapıldığında cinsiyet, yaş, aile, kişilik tipi gibi faktörler karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı üzerinde belirli bir faktör olan cinsiyet ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; kadın kullanıcılar erkek kullanıcılara göre sosyal medyada daha fazla zaman geçirerek çevrimiçi ağlara daha ilgili ve bağımlıdırlar (Deniz & Gürültü , 2018; Çömlekçi & Başol, 2019; Yayman, 2019; Gazi, Çetin, & Çakı, 2017; Bilgili, 2018; Taşçı & Ekiz, 2018; Çat, Koçak, & Toprak, 2021) sonucuna ulaşan çalışmaların yanı sıra erkek kullanıcıların kadın kullanıcılara göre sosyal medyaya daha ilgili olduklarını ve daha fazla bağımlılık geliştirdikleri sonucuna ulaşan araştırmalar da mevcuttur (Borak & Beki, 2021; Çiftçi, 2018). Bir diğer faktör olan yaş faktörünün sosyal medya bağımlılığını etkilediğini tespit eden çalışmaların (Çömlekçi & Başol, 2019; Borak & Beki, 2021; Abbasi, 2019) yanı sıra etkilemediğini savunan çalışmalarda (Doğan, 2021; Yayman, 2019) mevcuttur.

Bireylerin çevrimiçi ağlara bağımlılık geliştirmesinde önemli rol aldığı düşünülen sosyal destek ve genel aidiyet ihtiyacı çalışmanın konuları arasındadır. Çalışmada ilk olarak birinci bölümde bağımlılık kavramı, sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kavramı ve sosyal medya platformları konularına değinilecektir. Çalışmanın ikinci bölümünde ihtiyaçlar ve motivasyonlar başlığının altında Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi, genel aidiyet konusu ve sosyal kabul/sosyal dışlanma alt başlıklarından sonra sosyal dışlanma ve kaygı konusu ve algılanan sosyal destek konusundan bahsedilecektir. Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın hipotezleri, yöntemi, analizleri, bulguları ve sonuç kısmı yer almaktadır.

# 1. BİRİNCİ BÖLÜM

Bireyler yaşamı boyunca birçok farklı olguya bağımlılık geliştirebilmektedir. Bu bağımlılıklar bir maddeye, insana, alete olabileceği gibi internete ve hatta internet üzerinden ulaşılan oyunlara, sosyal medya platformlarına da olabilmektedir.

Çalışmanın bu kısmında geçmişten bugüne dek varlığını farklı yollarla sürdürmüş olan bağımlılık kavramından bahsedilmektedir. İlk olarak yapılan literatür taraması sonucunda ortaya çıkan bağımlılık tanımı yapılarak ardından çağımızın yeni sorunu haline gelen sosyal medya bağımlılığına değinilmekte ve sosyal medya kavramı ve platformları hakkında bilgi verilmektedir.

## 1.1. Bağımlılık

Bireyin herhangi bir maddeye, nesneye ya da davranışa karşı duyduğu ilginin günlük yaşamını etkileyecek düzeye gelmesi ve ilgili olduğu madde, nesne ya da davranışa karşı hakimiyetini kaybederek sürekli olarak ona ihtiyaç duyması hali bağımlılık olarak tanımlanabilmektedir. Duyulan ihtiyacın karşılanmasıyla birlikte birey doyuma ulaşır rahatlar, ihtiyaç karşılanmadığı takdirde ise huzursuz hissetmektedir. Kullanım düzeyi artan bağımlı kişinin kendine duyduğu güven azalmakta; hayalleri, idealleri ve değerleri de yok olmaya başlamaktadır (Yeşilay, 2021).

Bağımlılık; bireye biyolojik, fizyolojik, psikolojik, sosyal ya da davranışsal yönden zarar verdiği halde kullanılan madde veya aktiviteyi bırakamama “alışkanlığa bağlı dürtü” olarak da tanımlanmaktadır (Young, Yue, & Ying, 2010). Alışkanlık yapan madde veya eylem bırakılmaya çalışıldığında ise bireyin kendi dürtülerini kontrol edememesi bağımlılığın göstergesidir (Byun, ve diğerleri, 2009).

Bağımlılık belirtileri için; bireyin maddeye karşı duyduğu gereksinimin normalin üzerine çıkmasıyla birlikte kullanım düzeyini sürekli arttırarak aşırı kullanımdan kaynaklanan yaşam görevlerinde çeşitli işlev bozuklukları, bireyin sürekli ilgili madde ya da davranışı düşünerek öncelik haline getirmesi, bireyin toplumdan koparak kendini soyutlaması ve bağımlı hale geldiği nesne ya da maddeyi bırakmaya çalışsa bile gereksinim duyarak yeniden başlaması sıralanabilmektedir (Griffiths, 2005).

Bağımlılık tipleri; bilişsel, duygusal ve davranışsal olarak sıralanabilir.

Bu kategoriler sosyal medya açısından ele alındığında; bilişsel bağımlılık, kişinin hayatını kolaylaştıracak bilgilere ulaşabilmesi ve bilgi eksikliğini giderebilmesi için medyaya sürekli olarak başvurması halidir. Duygusal bağımlılık, sosyalleşme ve sosyalleşmeden kaçış olarak ele alınmaktadır. Sosyalleşme, günlük hayatlarında çevresiyle ilişki kurma ihtiyaçlarını gideremeyip itildiğini düşünen bireylerin bu gereksinimlerini karşılamak için sosyal ağlara başvurmasıdır. Sosyalleşmeden kaçış ise, sosyal hayatlarında tanımadıkları kişilerle karşı karşıya gelseler beğenilmeyeceğini düşünen bireylerin sosyal medya üzerinden olmadıkları fakat olmalarını istedikleri kişiyi yaratmalarıdır. Davranışsal bağımlılık, araçsal ve eylemsel olarak ele alınmaktadır. Araçsal bağımlılık, içerik gözetmeksizin sosyal medya araçlarına olan bağımlılıktır. Araçsal bağımlılığın aksine eylemsel bağımlılık mesaj içeriği ile ilgilidir (Hazar, 2011).

Kimyasal bir maddeye duyulan gereksinim bağımlılık türlerinin en çok bilinen hali olsa da onun dışında herhangi bir nesneye, kişiye, duruma, davranışa ya da araca kısacası kişinin olumsuz sonuç gözetmeden dürtülerini kontrol edemeyip yaptığı işlerin hepsi bağımlılık olarak ele alınmaktadır (Yeşilay, 2021). Madde bağımlılığı, alkol bağımlılığı, tütün bağımlılığı, kumar bağımlılığı ve internet bağımlılığı en yaygın bilinen bağımlılık türleridir.

Madde bağımlılığı; bitkisel kökenli veya sentetik yollarla oluşturulan sakinleştirici ya da uyarıcı etkileri olan madde kullanımı sonucunda kişinin sürekli maddeye ihtiyaç duyar hale gelmesi, maddeyi kullanmadığı zaman yoksunluk belirtileri göstermesi, maddenin oluşturduğu tahribat ve zararları bilmesine rağmen kullanmaya devam etmesi halidir. Madde bağımlılığı kişiyi fiziksel, psikolojik ve davranışsal olarak olumsuz yönde etkileyerek zarar veren patolojik bir durumdur (Uğurlu, Şengül, & Şengül, 2012).

Alkol bağımlılığı; bireyin aşırı miktarda alkol kullanımı sonucunda kontrolünü kaybedip sürekli alkole gereksinim duyar hale gelmesi, gereksinimi karşılamadığında yoksunluk belirtileri göstermesidir (Yeşilay, 2021). Bireyin bedensel, ruhsal ve toplumsal sağlığını olumsuz yönden etkileyen alkol bağımlılığı kişide benlik saygısı kaybı, dikkat eksikliği, sosyal anksiyete, depresyon gibi birçok psikolojik rahatsızlığa da sebep olmaktadır. Başlarda keyif alma, sorunlardan kaçma, özgüven artırma gibi etkilerinden dolayı başlanıp sonrasında kullanılan miktarın yeterli gelmemesi ve kullanım sıklığının arttırılmasıyla bağımlılığa adım atılmaktadır (Yücel, ve diğerleri,

2020). Kişinin alkolün oluşturduğu ekonomik, sosyal, fiziksel zararların farkında olmasına rağmen kullanmaya devam edip bırakamaması artık bağımlı hale gelmesinden kaynaklanmaktadır.

İçerdiği yüksek orandaki nikotinden dolayı tütün ürünlerinin kullanılması veya solunması kişide birçok sağlık sorununa yol açması dışında fiziksel ve psikolojik bağımlılık oluşturmaktadır (Yeşilay, 2021).

Davranışsal bağımlılık türlerinden olan kumar bağımlılığı gizli bağımlılık olarak adlandırılmaktadır (Dinç, 2014). Eğlence aracı olarak görülen, temelini şans ve beceriye dayandığı düşünülen kumar; kişinin riske girerek ortaya koyduğu miktardan fazlasını hiçbir şekilde üretim olmadan elde etmesidir. Kumar bağımlılığı; kişinin kendisine ve çevresine zarar verecek düzeyde kontrolünü kaybederek sürekli kumar oynamayı tekrarlar hale gelmesidir (Ögel, 2010).

İlk kez 1996 yılında psikiyatrist Dr. Ivan Goldberg (1996) tarafından ortaya atılan internet bağımlılığı (Young, 2004); internet kullanım süresinin planlanandan fazla olması, kişinin iradesinin zayıflayarak kontrolünü kaybetmesi sonucunda günlük işlerini ve sosyal çevresini etkileyecek boyutta internette zaman geçirmesidir (Holden, 2001). İnternette çok fazla zaman geçirmek bireyi sosyal, psikolojik, fiziksel ve akademik yönden olumsuz olarak etkilemektedir. İnternet bağımlılığı; kullanıcının internette geçirdiği sürenin fazla olmasını inkâr ederek yalana başvurması, psikolojik yoksunluk belirtileri gibi patolojik durumlar gösterdiği davranış biçimidir (Ayhan & Köselören, 2019). Bireyin internette harcadığı sürenin farkında olmaması, çevresinde gelişen olayları kavrayamaması ve yöneltilen sorulara hemen cevap vermemesi internete karşı oluşan bağımlılığın açıklamaktadır (Öner & Çakır, 2019). We are Social 2022 Türkiye raporuna göre yüzde 50,6'sı kadın, yüzde 49,4'ü erkek olan Türkiye nüfusu toplam 85,30 milyondur ve bu nüfusun 69,95 milyonu internet kullanıcısıdır. 2021-2022 yılları arasında Türkiye internet kullanıcılarının sayısı 3,9 milyon artmıştır (Marketing, 2022). İnternet bağımlılığının beş farklı türünden söz eden Young (1999) bunları; bilgisayar oyunu bağımlılığı, internet bağımlılığı, internet üzerinden yapılan online alışveriş ya da bahis bağımlılığı, çevrimiçi pornografi ve son olarak sosyal medya bağımlılığı olarak sıralamaktadır (Kuss & Griffiths, 2011). Sosyal medya bağımlılığı davranışsal bağımlılık türlerinden biri olan internet bağımlılığının özel bir şekli olarak karşımıza çıkmaktadır (Griffiths, 2005).

### 1.1.1. Sosyal Medya ve Popüler Sosyal Medya Platformları

Sosyal medya, sosyalleşme ihtiyacını karşılamak için şimdiye dek farklı yollar deneyen insanogluna büyük bir katkı sağlamaktadır. Sosyal medya; kişilerin web tabanlı platformlar aracılığıyla içerik oluşturup paylaştıkları, diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunabildikleri sanal ortamlardır (Boyd & Ellison, 2007).

İnternetin ilk zamanları web 1.0 dönemi olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde kullanıcıların yorum yapma, fikir belirtme gibi herhangi bir etkileşimi söz konusu değildir. 2004 sonrası geçilen Web 2.0 döneminde ise Web 1.0'ın tam tersi kullanıcılar içerik üretip fikirlerini ve düşüncelerini paylaşarak birbirleriyle etkileşimde bulunabilmektedir. Yalnızca tek taraflı iletişime olanak sağlayan içerisinde; dergi, radyo ve televizyonu barındıran geleneksel medyadan sonra sosyal medya, internet gibi yeni medya araçlarıyla çok yönlü iletişime geçilmiştir (Yurdigül & Zinderen, 2012). Tüketici konumundan üretici konumuna geçerek daha aktif bir rol alan kullanıcıların, paylaşım yapıp diğer kullanıcılarla etkileşime girmelerine olanak sağlayan yeni medya araçlarıyla birlikte yalnızca tanıdık kişilerle değil dünyanın herhangi bir yerindeki kullanıcılarla etkileşimde bulunmak, iletişimde bulunmak ve bağlantı kurmak mümkün hale gelmiştir.

Kuşay (2013) sosyal medyanın kullanım amaçları için; bilgi paylaşımı yapılması, çevrimiçi sohbetler gerçekleştirip iletişim kurulabilmesi, gündemi ve ünlü isimlerin takip edilebilmesi şeklinde sıralamıştır. Kullanıcıların web siteleri üzerinden bilgilerini, duygularını, düşüncelerini ve deneyimlerini aktarmasına olanak sağlayan sosyal medya (Weinberg, 2009) aynı zamanda kullanıcıların etkileşimde bulunabildikleri ve güncel olayları konuşup tartışarak, birbirlerinin paylaştıkları fotoğraf yazı vb. paylaşımları görebildikleri bir platformdur (Demir & Kumcağız, 2019).

Sosyal medya, tek taraflı bilgi alışverişinden çift yönlü bilgi alışverişine geçerek kelimeleri, resimleri, sesleri ve videoları teknolojiyle bir araya getiren medya türüdür (Keskin & Baş , 2015).

Kaplan ve Haenlein'e (2010) göre web 2.0'ın teknolojik ve ideolojik temelleri üzerine kurulan sosyal medya, kullanıcıların içerik oluşturmasına ve paylaşmasına izin veren bir grup internet tabanlı uygulamadır.

Genel olarak sosyal medya kullanıcıların fikirlerini, düşüncelerini, yorumlarını, fotoğraflarını, videolarını paylaşarak diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunabildikleri, güncel durumları yakın takipte kalabildikleri ve sosyalleşebildikleri bir platformdur.

Teknolojide yaşanan yeniliklerle birlikte sosyal medya kullanıcılarının sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Sosyal ağ siteleri sınırlı bir sistemde halka tam açık veya yarı açık profil yaratma, bağlantı kurulan diğer kullanıcıları ekleme ve sistemdeki bağlantıları görüntüleme imkânı sağlayan web tabanlı uygulamalardır (Boyd & Ellison, 2007). Popüler olarak kullanılan sosyal medya uygulamaları Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp, Instagram, Tiktok ve Snapchat olarak sıralanabilmektedir.

Facebook isimli uygulama 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından üniversite öğrencileri arasında iletişimi sağlamak amacıyla kurulmuştur. Facebook adını Harvard Üniversitesinde öğrencilerin ve personelin doldurduğu “face paper” adlı formdan almıştır (Alper, 2012). Türkiye’de 2007 yılında sıkça kullanılmaya başlayan facebook uygulaması kullanıcılarına; profil oluşturma, fotoğraf/video paylaşabilme, ilgi alanlarıyla ilgili topluluklara katılabilme, durum paylaşabilme, canlı yayın yapabilme, oyun oynama, yorum yapabilme ve mesaj gönderebilme gibi birçok imkân tanımaktadır (Bostancı, 2019).

2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilen ve mikroblog türlerinden biri olarak ele alınan Twitter kullanıcılarına tweet atabilme, fotoğraf/video paylaşabilme, space odaları açabilme, gündemden haberdar olabilmek için trend topics adı verilen en çok konuşulan konuların listelendiği sistemden yararlanabilme, diğer kullanıcılara erişerek takip edebilme, iletilerini beğenebilme, yanıtlayabilme ya da tekrar paylaşabilme imkânı sağlamaktadır (Güçdemir, 2017). İletilerin tekrar paylaşılmasına retweet adı verilir. Cıvıldamak anlamına gelen tweet 2006-2017 yılları arasında 140 karakter ile sınırlıyken 2017 yılından sonra 280 karaktere çıkarılmıştır (Bostancı, 2019).

2005 yılında üç eski PayPal çalışanı tarafından kurulan Youtube, internete erişimi olan tüm cihazlar üzerinden ulaşılabilen bir web sitesidir (Lastufka & Dean, 2008). Uygulama; içerik üreticilerinin video yüklemelerine veya kullanıcıların video izlemelerine, beğenip yorum yapabilmelerine olanak sağlarken, kanala abone olup takip eden kullanıcılar içerik sağlayıcısının paylaştığı videolara daha kolay erişebilmektedirler.

Eski Yahoo çalışanı olan Jan Joum ve Brian Acton tarafından 2010 yılında California’da kurulan Whatsapp; kullanıcılarının sms ücretine tabii tutulmadan mesajlaşabildiği buna ek yine ücretsiz olarak sesli mesaj, video, fotoğraf ve belge gönderebildiği bir uygulamadır. Aynı zamanda sesli arama ve görüntülü aramanın da yapılabildiği WhatsApp uygulamasında gizlilik koşullarıyla birlikte tüm mesajlaşmaların yalnızca gönderici ve alıcı arasında olduğunu belirten uçtan uca şifreleme özelliği ile güvenlik düzeyinin yüksek olduğu bilinmektedir (Jayarajan, Lee, & Mwaikambo, 2017).

Stanford Üniversitesi öğrencilerinden olan Spiegel, Murphy ve Brown tarafından 2011’de geliştirilen Snapchat anlık mesajlaşma uygulamasıdır (BrandingTürkiye, 2018). Snapchat’i diğer uygulamalardan ayıran özelliği kullanıcıların birbirlerine gönderdikleri fotoğraf, video, ses veya yazılı mesajların kalıcı olmayıp gönderilerin kaydedilmeden silinmesidir bundan dolayı uygulamanın logosu hayalet olarak düşünülmüştür. Gönderilen fotoğraf ve videolar “Snaps” adı verilmektedir ve süresi 1 ile 10 saniye arasında sınırlandırılmıştır.

2010 yılında, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından oluşturulan Instagram, ücretsiz şekilde fotoğraf ve video düzenleyip paylaşma olanağı sağlayan bir sosyal medya uygulamasıdır. Filtre özelliği sayesinde kullanıcılar gönderilerine renk, gölge, parlaklık gibi düzenlemeler yapabilmektedir (Landsverk, 2014). Kullanıcılar profil oluşturarak fotoğraf ve videolarını paylaşabilir, diğer kullanıcılarla etkileşime girebilirler. Diğer kullanıcıların paylaşımlarına yorum yapmak, paylaşımlarını beğenmek, takip etmek ve mesaj göndermek gibi özellikleri diğer sosyal medya platformlarıyla benzerlik göstermektedir. Aynı zamanda snapchat uygulamasından esinlenen profile 24 saat kalıp sonrasında silinen ‘story’ isimli anlık fotoğraf ve video paylaşımı da kullanıcıların çoğu tarafından sıkça kullanılan bir özelliktir. Bunların yanı sıra uygulamada reels adı verilen videolar izlenebilmekte ayrı olarak canlı yayın yapılabilmektedir. 2010 Ekim ayında kurulan Instagram’ın 2012 yılında Facebook tarafından satın alınmasıyla birlikte kullanıcı sayısında artış yaşanmıştır. Tüm bu özelliklerinin yanı sıra Instagram’da hedef kitleye ulaşım kolay olduğundan uygulamayı son zamanlarda iş alanı olarak kullanmak oldukça yaygınlaşmıştır. Bu da uygulamayı bir pazarlama kanalına dönüştürmektedir. Dijitalleşen dünyada sosyal medya platformlarının ortaya çıkıp gelişmesi beraberinde birçok olguyu da değiştirmiştir. Bunlardan biri de pazarlama yöntemleridir. Dijital bir hal alan pazarlama yöntemleri



artık hem hız hem de maliyet açısından çok daha kolay hale gelmiştir. Sosyal medya uygulamalarından olan Instagram, yalnızca kişisel amaçlı değil aynı zamanda iş amaçlı da kullanılmakta ve uygulamada son zamanlarda pazarlama faaliyetlerine sıkça rastlanmaktadır. İnsanlar, şirket ve işletmelerin ürünleri için iş birliği yaparak pazarlama ortamı yaratmaktadır. Uygulamada düşük maliyet ile büyük kitlelere ulaşıldığından özellikle küçük işletmelerin tanıtımı için önemli bir satış alanı haline gelmiştir. Yalnızca küçük işletmeler değil çoğu marka bilinirliğini artırmak, ürünlerini daha geniş kitlelere yaymak ve satışlarını arttırmak için farklı reklam stratejileri uygulayarak sosyal ağlarda yer almaktadırlar. Tüketicileri etkileme gücünü elinde bulunduran sosyal medya fenomenleri tarafından, markaların ürünlerinin tanıtılıp pazarlanması uygulanan en önemli stratejilerdendir. Sosyal medyadaki yüksek takipçili kullanıcıların markalar ile yaptığı iş birliği influencer pazarlamadır. Modern bir pazarlama yöntemi olan influencer pazarlama yöntemi, iş birliği içerisinde olduğu markaların müşterilerine doğrudan ulaşması için kullanılan bir yoldur.

#### **1.1.1.1. Sosyal Medya Bağımlılığı**

Sosyal medya uygulamaları; haberlere ve gelişen olaylara anlık erişim, eğlence ve paylaşım yapma fırsatı sunarak günlük hayatın bir parçası haline gelmiştir. Fakat sosyal medyanın bu denli hayatımızın merkezinde olması sosyal medya bağımlılığı denen sorunu ortaya çıkarmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı; bireyin sosyal medya platformlarında çok fazla zaman geçirmesi, kullanma gereksinimine karşı koyamaması, aşırı kullanımın sosyal hayatındaki ilişkilerine zarar vermesi, bireyin kişisel işlerini ve çevresinde gelişen olayları göz ardı etmesi, yaşamsal faaliyetlerini ertelemesi (Demir & Kumcağız, 2019), sosyal medya uygulamalarında zaman geçiremediğinde mutsuz ve gergin olması, sosyal medyada geçirdiği zamanı gerçek hayatında yaşadığı stres ve problemlerden kaçış yolu olarak görmesi ve kullanımı bırakma konusunda başarısız olmasıdır (Savcı & Aysan , 2017).

Kullanıcılar, gerçek hayattan koparak yeni benliklerini oluşturma fırsatı buldukları sosyal medya uygulamalarında aldıkları beğeni ve geri dönüşlerin devamlılığını sağlamak için içerik üretme çabasına girmektedir. Etkileşimlerin devamlılığını isteyen kullanıcıların, sosyal medya uygulamalarında çok daha fazla

zaman geçirerek zamanı kontrol etmekte zorluk çekmeleri bağımlılık belirtileri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının sürekli olarak artmasındaki büyük etkenler; kolay ulaşılması, yaygın kullanımı, eğlence içerikli oluşu, kullanım kolaylığı, kişiye özel ortam oluşturması, yeni ve farklı içerikler barındırması olarak sıralanabilmektedir (Mayfield, 2008).

KontROLSÜZ ve fazla sosyal medya kullanımı bireyler üzerinde fiziksel ve psikolojik sağlık sorunlarına sebep olabilmektedir. Gereğinden fazla telefon ve bilgisayar ekranına maruz kalmak göz bozukluklarına ve uykusuzluk problemlerine sebep olabilirken, sosyal medya kullanıcıları üzerinde oluşan yetersizlik ve eksiklik algısı kullanıcıları sosyal anksiyete ya da depresyon gibi psikolojik sorunlara sürükleyebilmektedir (Söner & Yılmaz, 2018).

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili literatürün taranması sonucunda konuyla alakalı yapılan çalışmalar incelenmiştir.

İlgili literatür incelendiğinde, Deniz ve Gürültü (2018)'nün 2014-2015 eğitim öğretim yılında, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarını inceleme amacıyla İstanbul ilinin Eyüp ilçesinde 6 farklı okulda öğrenim gören 473 öğrenciyle yaptıkları "Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları" isimli çalışma sonucunda, lise öğrencilerinin sosyal medyaya orta seviyede bağlı oldukları ve lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyet, okul türü, sınıf seviyesi, sosyal medya kullanım yılı, günlük ortalama internet kullanım süresi gibi değişkenler açısından farklılaştığı belirlenmiştir. Araştırma bulgularına göre, kız öğrencilerin erkek öğrencilere nazaran sosyal medya kullanımına daha ilgili oldukları ve sosyal medya kullanımından daha fazla zevk aldıkları sonuçlar arasındadır. Kız öğrencilerin sosyal medyada gelişen olayları merak ederek, yapacakları işe başlamadan önce sosyal medyayı kontrol ettikleri, sosyal medyada geçirdikleri süre boyunca zamanın nasıl geçtiğini anlamayacak derecede sosyal medya ile ilgilendikleri ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının, sınıf düzeyine ve çatışma alt boyutu hariç okul türüne göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Çatışma alt boyutunda Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin Anadolu İmam Hatip Lisesi öğrencilerine göre bağımlılık seviyeleri daha yüksek çıkmıştır. Öğrencilerin sosyal medya kullanım yılı arttıkça, sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığı görülmüştür. Sosyal medyayı uzun süredir kullanan öğrencilerin; sosyal medya kullanımını alışkanlık haline getirerek

ailelerini ve arkadaşlarını ihmal etmeleri, kişisel bakımlarına ayırdıkları sürenin azalması, üretkenliklerinin düşmesi ve akademik hedeflerinden uzaklaşıp sosyal medyayı daha çok kullanmaları gibi sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmaya dahil edilen öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin, günlük ortalama internette geçirdikleri sürenin artmasıyla anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmüştür. Öğrencilerin sosyal medyada bulunma sürelerinin artarak bir rutine dönüştüğü, bu ortamlardan duygusal bir destek aldıkları, sosyal medya kullanım sürelerini azaltmak istemelerine rağmen azaltamamalarından dolayı diğerlerinden daha çok çatışma halinde oldukları sonucuna varılmıştır.

Çömlekçi ve Başol (2019), tarafından yapılan “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi” isimli araştırma 763 üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleşip, gençlerin sosyal medyayı ne sıklıkla hangi amaçlarla kullandığını ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi bulmayı amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda gençlerin diğer yaş gruplarına göre sosyal medyayı daha aktif kullandıkları ve kadın katılımcıların sosyal medyada erkek katılımcılardan kırk dakika daha fazla zaman geçirdikleri görülmüştür. Sosyal medya uygulamalarından en çok Instagram kullanan katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçlarının eğlence, iletişim ve gündemi takip etmek için olduğu ortaya çıkmıştır. Buna ek olarak, katılımcıların haber alma/bilgilenme ihtiyaçlarını da esasında bir haber platformu olmayan Instagram’dan giderdikleri görülmektedir. Bunların yanı sıra sosyal medya en az; kişilere ulaşmak, kişisel sunum ve bilgi paylaşma amaçlarında kullanılmaktadır. Katılımcıların sosyal medyada günlük ortalama 4 saat 16 dakika geçirdikleri araştırma sonuçları arasındadır. Sosyal medyada geçirilen sürenin artmasıyla bağımlılık düzeyinin de arttığı ve sosyalleşme ihtiyacına karşılık sosyal medya kullanımının bağımlılığı arttırdığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Borak ve Beki (2021), tarafından 2018-2019 eğitim öğretim yılında İstanbul ili Ümraniye ilçesinde 7 farklı okuldan seçilen 485 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen “Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi” isimli araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırma bulgularına göre lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının akademik performansları üzerinde olumsuz etkisi olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak, öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının akademik başarıya etkisinin; cinsiyet,

yaş, sınıf, başarı notu, okul kodu, anne-baba eğitim düzeyi, anne-baba ayrı olma durumu, kardeş sayısı, evde bilgisayar olup olmaması, sosyal medyayı kullanma sıklığı ve amacı gibi birçok faktöre göre farklılaştığı belirlenmiştir. Katılımcıların sosyal medya kullanımının yaşa ve cinsiyete göre farklılık gösterdiği, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre sosyal medya ile daha ilgili oldukları, bunun da akademik performansı etkilediğini göstermektedir. Sosyal medya ile ilgili olan öğrencilerin sınıf durumlarının akademik başarı üzerinde etkisi olduğu fakat akademik başarıyı olumsuz etkilemediği ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin başarı notlarına göre bakıldığında sosyal medyada geçirdikleri süre arttıkça not ortalamalarının düşerek akademik başarılarını olumsuz etkilediği ortaya çıkmıştır. Sosyal medyada zaman geçiren öğrencilerin okul durumunun akademik başarı üzerinde etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır. Sosyal medyayı kullanım amaçları oyun oynamak, dizi ve film izlemek olan öğrencilerde sosyal medyanın akademik başarıya olumsuz etkisi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Sosyal medyayı sohbet etmek, araştırma ve ödev yapmak için kullanan öğrencilerde ise sosyal medyanın akademik başarıya olumsuz etki etmediği sonucu çıkmıştır.

Ergenlerin ve üniversite öğrencisi gençlerin, içine doğdukları döneme bağlı olarak, sosyal medyayla bu kadar içli dışlı olmaları doğal karşılanabilir, çünkü bireyler yeniliklere karşı savunmasızlardır. Bunların yanı sıra, yetişkin bireylerde sosyal medya platformlarında vakit geçirmektedirler. TÜİK verilerine göre, 2021 yılında 16-74 yaş arasındaki bireylerin internet kullanım oranı %82 iken, 2022 yılında %85'e yükselmiştir (TÜİK, 2022). 2019 yılında Türkiye raporunun yapmış olduğu sosyal medya kullanımı ile ilgili çalışma sonucu incelendiğinde, sosyal medya kullanım oranının en fazla olduğu yaş grubu %90,02 ile 25-34 yaş aralığıyken, %85,7 ile 18-24 yaş grubu ikinci sırada yer almaktadır. En düşük kullanım oranına sahip olan %22,1'lik oranla 65 yaş ve üzeri kişiler ise son sırada yer almaktadır (Raporu, 2019).

Sosyal medya bağımlılığının yalnızca gençlere özgü olmadığını, aynı zamanda orta yaş üstü bireylerin önemli bir bölümünün de sosyal medya bağımlılığına yatkın olduğunu belirten Ünlü, (2018) orta yaş üstü olarak adlandırılan 50 yaş üstü bireylerin sosyal medya bağımlılık durumlarını incelemiştir. On altı kişiyle yapmış olduğu çalışmasında sanal etnografi yöntemini kullanmıştır. Katılımcılardan dokuzu günlük ortalama on saat sosyal medyada zaman geçirirken, geriye kalan yedi kişi de anlık bildirimlere göre ve zaman buldukça sosyal medyada zaman geçirdiklerini söylemişlerdir. Katılımcılara sosyal medyayı kullanım amaçları sorulduğunda, uzakta

olan sevdikleri, çocukları, torunları ve arkadaşlarıyla görüşmek için olduklarını söylemişlerdir. Bunlara ek olarak, yaşları 60-65 yaş arası iki bekar erkeğin sosyal medyayı yalnız hissetmemek için kullandıkları çalışma bulguları arasındadır. Evli ve kadın olan katılımcıların ise meşguliyetlerinin olmasından dolayı diğerlerine nazaran sosyal medyayı daha az kullandıkları bulunmuştur.

Yayman (2019), tarafından yapılan “Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı, oyun bağımlılığı ve aile işlevleri arasındaki ilişkinin incelenmesi” isimli araştırma, İstanbul ilinde dört farklı liseden seçilen 762 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı, oyun bağımlılığı ve aile işlevlerinin cinsiyet, yaş ve okul türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenen çalışma bulgularına göre, ergenlerin sosyal medya, oyun ve aile işlevlerinin belirli alt boyutları arasında cinsiyet değişkenine göre önemli bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmada ergenlik dönemindeki kızların erkeklere göre sosyal medyaya olan bağımlılık durumlarının daha yüksek olduğu gözlemlenirken, sebebinin de ergenlik dönemindeki kızların beğenilme arzusunun daha ön planda olması olarak düşünülmüştür. Kızların sosyal medyayı eğlence, sosyalleşme, alışveriş için kullanırken erkeklerin ise bilgi edinmek için kullandıklarını bu yüzden kızların sosyal medyayı kullanırken erkeklere oranla daha fazla zevk aldıkları araştırma sonuçları arasındadır. Sosyal medya bağımlılığının yaşa göre farklılaşmadığı bulunurken, bunun nedeninin de çalışmaya dahil edilen katılımcıların yaşlarının birbirlerine yakın oluşu olarak düşünülmüştür. Çalışmanın incelemeleri arasında yer alan sosyal medya bağımlılığının okul türüne göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için yapılan analizler sonucunda herhangi bir farklılığa rastlanılmamıştır.

Çelik (2017) tarafından yapılan “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Kültür Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma” isimli çalışma, 2016-2017 yılında Kültür Üniversitesi İletişim Sanatları Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin, cinsiyet ve yaş gibi tanımlayıcı özelliklere göre sosyal medya bağımlılık düzeyi incelenmiştir. Araştırma sonucunda sosyal medya bağımlılık düzeyinin öğrencilerin cinsiyetleri ve öğrenim gördükleri sınıflara göre çatışma boyutunda farklılıklar saptanmıştır. Kız öğrencilerin çatışma puanları erkek öğrencilere göre daha düşük bulunmuştur. Araştırmada sosyal medya bağımlılığının en yüksek olduğu yaş grubunun 24-26 yaş arası öğrenciler olduğu bulunurken, araştırmaya katılan öğrencilerin ailelerinin gelir düzeylerinin sosyal medya bağımlılığını etkilemediği de sonuçlar arasındadır.

Sosyal medya bağımlılık düzeyini ölçmek için İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğrenim 350 öğrenciyle gerçekleştirilen çalışma sonucunda cinsiyet ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Kız öğrencilerin, erkek öğrencilere göre daha fazla bağımlı oldukları bulgular arasındadır (Gazi, Çetin, & Çakı, 2017).

Doğan (2021) tarafından gerçekleştirilen “Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı belirtilerinin ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi” isimli çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkiyi incelemek üzere İstanbul ilindeki 129’u kadın, 71’i erkek olan 200 üniversite öğrencisi çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışma sonucunda cinsiyet değişkeninin sosyal medya bağımlılığında farklılık gösterip göstermediğine yönelik bulgularda erkeklerin kadınlara göre daha bağımlı oldukları bulunurken, yaş, sınıf düzeyi, sosyal medya kullanım amacı ve sosyal medyaya erişim araçları değişkenlerine göre anlamlı bir farklılaşma olmamıştır.

Bilgili (2018) tarafından yapılan “Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Ege Üniversitesi Örneği” isimli çalışma, Ege Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde öğrenim gören 436 öğrencinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek üzere yapılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyet ve sosyal medya aktiviteleri ile anlamlı bir ilişkisi olduğu bulunmuştur. Kişinin kontrolünü kaybetmesi boyutunda olan bağımlılığın kız öğrencilerde daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra sosyal medyada geçirilen sürenin artmasıyla birlikte bağımlılık düzeyinin de arttığı görülmüştür.

Literatürde yer alan Taşçı ve Ekiz (2018), tarafından gerçekleştirilen “Serbest Zaman Aktivitesi olarak Sosyal Medya Bağımlılığı” isimli çalışmada İstanbul Ticaret Üniversitesi İşletme Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyini ölçmek için sosyal medya platformlarını da içeren bir ölçme aracı geliştirilmiş ve çalışmaya dahil edilen 228 katılımcının sosyal medya bağımlılığı ölçülmüştür. Katılımcılar 17-25 yaş arası öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %40,4’ünün günlük 5 saatten fazla internette zaman geçirmesi, katılımcıların sosyal medya bağımlılığını destekler niteliktedir; aynı zamanda öğrenciler sosyal medya bağımlılığını serbest zaman aktivitesi olarak görmektedirler. Öğrencilerin

sosyal medya kullanımı gündelik hayatlarında sorunlar oluşturmasına rağmen sosyal medyadan vazgeçememeleri araştırma sonuçları arasındadır. Katılımcıların %30,7'si sosyal medya kullanımının fiziksel sorunlara neden olabildiğini söylemiştir. Araştırmada katılımcıların sosyal medyada olanları merak ettiği, sosyal medyaya uzun süre bakmadığında gereksinim duyarak sürekli sosyal medyaya girmeyi dūřündüėü, sosyal medya kullanımında kontrolü kaybederek planladığından fazla kullanarak zamanın nasıl geçtiğini anlayamama, yapılması gereken işten önce sosyal medyayı kontrol etme ve yaşanılan olumsuz olaylardan kaçmak için sosyal medyaya başvurma sonuçları sıralanmıştır. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre sosyal medya ile daha ilgili oldukları ve kadınların sosyal medyadan duygusal destek alırken erkeklerin çatışma halinde oldukları ortaya çıkmıştır.

Çiftçi (2018)'nin yapmış olduğu “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı” isimli araştırmada 2017-2018 eğitim öğretim yılında Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programında öğrenim gören 114 öğrencinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri incelenmiştir. Araştırmada cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve internet kullanım sıklığının sosyal medya bağımlılığında büyük rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %36'sı günde 3-5 saat internette zaman geçirirken %36'nın ise 5 saat ve üzerinde zaman geçirdiği gözlemlenmiştir. Erkeklerin sosyal medyayı kullanırken kontrollü davranmadıkları ve kızlara göre sosyal medyaya daha bağımlı oldukları sonuçlar arasındadır. Bağımlılık düzeyinin eğitim düzeyine göre arttığı ve günlük beş saat ve üzeri sosyal medya kullanan katılımcıların asosyal eğilimli oldukları tespit edilmiştir. İnternet kullanım süresi artan öğrencilerin, sosyal medyaya bağımlılığı artarak duygusal desteğe a hale geldikleri, aile ve arkadaşlık ilişkilerinin zayıflayarak asosyal bireyler haline gelmeleri araştırma bulguları arasındadır. Öğrencilerin sınıf düzeyleri arttıça sosyal medyaya daha da ilgili oldukları, kendilerini kontrol edemedikleri, sosyal medyayı kullanmaya devam ederek bağımlılık geliştirdikleri de bulgular arasındadır.

İlgili literatür incelendiğinde konuyla ilgili olarak Mercan ve Uysal (2023) , tarafından Türkiye’de bir üniversitenin Sağlık Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören 244 öğrenciyle gerçekleştirilen “The relationship of social media addiction with interpersonal problem-solving and personality traits in university students” isimli çalışma, sosyal medya bağımlılığının kişilik özellikleri ve kişilerarası problem çözme

tarzı ile ilişkisini incelemeyi amaçlamaktadır. 18-22 yaş aralığındaki katılımcıların %75,4'ü kadın %24,6'sı erkektir. Çalışma sonuçlarına göre, sosyal medyaya olan bağımlılık arttıkça yumuşak başlılık, vicdanlılık ve gelişime açıklık gibi kişilik özelliklerinin de arttığı görülmüştür. Ayrıca sorunlara olumsuz bakma, sorumluluk almada isteksizlik ve özgüven eksikliğinin artmasıyla sosyal medya bağımlılığının arttığı belirlenmiştir. Problemlerde yapıcı olma, çözüm odaklılık ve ısrarcı yaklaşım değişkenleri ile sosyal medya bağımlılığı değişkeni ilişkisinin ters yönlü olduğu tespit edilmiştir.

İlgili literatür incelendiğinde Zhang, Pu, He ve diğerleri (2022) tarafından 2020 yılında Çin'in Sichuan kentinde 11-18 yaş aralığındaki öğrenciler üzerinde yapılan ve internet bağımlılığını etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlayan “Demographic characteristics, family environment and psychosocial factors affecting internet addiction in Chinese adolescents” isimli çalışmaya rastlanmaktadır. Çalışmada demografik özelliklerin, aile ortamının, ruh sağlığı durumunun ve kişiler arası ilişki gibi birçok değişkenin sosyal medya bağımlılığını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Anksiyete ve depresyon gibi psikolojik faktörlerin de sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığını olumsuz yönde etkilediği bulgular arasındadır.

Bir diğer çalışma Bhandarkar, Pandey, Nayak ve diğerleri (2021) tarafından bir tıp fakültesinde gerçekleştirilen “Impact of social media on the academic performance of undergraduate medical students” isimli çalışmadır. Çalışma sosyal medya kullanıcısı olan 400 tıp öğrencisiyle 3 aylık sürede gerçekleştirilmiştir. Çalışmada sosyal medya kullanımının akademik performansla olan ilişkisini saptamak amaçlanmıştır. Çalışma verilerine göre kız öğrencilerin akademik başarısı erkek öğrencilere göre daha iyidir. Akademik başarısı düşük olan tıp öğrencilerinin, akademik başarısı yüksek olan öğrencilere göre sosyal medyayı daha çok kullandıkları bulgular arasındadır. Araştırmada sosyal medyanın 21. yüzyıl tıp fakültesi öğrencileri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Konuyla ilgili bir diğer araştırma Kolhar, Kazi ve Alameen (2021) tarafından Prens Sattam Bin Abdulaziz Üniversitesinde 17-29 yaşları arasında olan 300 kadın öğrenci ile gerçekleştirilen “Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students” isimli araştırmadır. Çalışmada sosyal paylaşım sitelerinin kullanım amaçlarını öğrenmek, sosyal etkileşim ve uyku süresine



etkilerini bulmak amaçlanmıştır. Araştırma bulgularına göre katılımcıların %97' si sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır ve bunların %57'si sosyal medya bağımlıdır. Katılımcıların %1'i sosyal medyayı akademik amaçları için kullanırken, %35'i diğer kullanıcılarla sohbet etmek, %74'ü ise boş zamanlarında vakit geçirmek için kullanmaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin sırasıyla en çok kullandıkları sosyal paylaşım siteleri Snapchat, Instagram, Twitter ve Whatsapp olmuştur. Katılımcıların %68'i sosyal medyanın uyku saatlerini etkilediğini ve uyku saatlerini geciktirdiğini belirtmektedir. Çok fazla sosyal medya kullanımının sosyal hayatı azalttığı, akademik performansı düşürdüğü, uykuya gitme sürelerini uzatarak uyuma süresinin kısaldığı tüm bunların da depresyona, kaygıya ve ruh hali değişimine yol açabileceği gibi geç saatlerde sosyal medya kullanımının metabolik sendromla ilişkili rahatsızlıklara sebep olabileceği araştırma sonuçları arasında yer almaktadır.

Literatür incelendiğinde Abbasi (2019) tarafından gerçekleştirilen "Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity?" isimli çalışmaya rastlanmaktadır. 18-73 yaşları arasındaki 365 katılımcıyla gerçekleştirilen çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ile aldatma davranışları arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır. Çalışmada farklı etnik kökenlere sahip olan ve ABD'de yaşayan katılımcıların %35,1'i evli, %14,2'si ciddi ilişkideyken %50,7'si ilişkisinde ciddi olmadığını belirtmiştir. Çalışmada, sosyal medya uygulamalarına olan bağımlılığın sadakatsizlikle ilişkili olduğu ve yaşında bu ilişkiyi etkilediği bulunmuştur. Yaşı genç olan bireylerin yaşlı bireylere kıyasla sosyal medya bağımlılıkları ve sadakatsizliklerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca erkek katılımcıların aldatma konusunda kadınlara göre daha yüksek puanda olduğu bulgular arasındadır.

Literatürün incelenmesiyle Su, Han, Yu ve diğerleri (2020), tarafından yapılan internette oyun oynama bozukluğu ve sosyal medya bağımlılığının cinsiyete bağlı etkilerini araştıran "Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction" isimli çalışmaya rastlanmaktadır. Yapılan çalışma dünya çapında 140.776 katılımcı ve 94 bağımsız örnekleme içermektedir. Bulgulara göre cinsiyet farklılığı küresel olarak internet kullanım bozukluklarında etkin rol oynamaktadır. Erkeklerin internet oyun bağımlılığı kadınlara göre daha fazlayken kadınların sosyal medya bağımlılık düzeyleri erkeklere göre daha yüksek bulunmuştur.

Konuyla alakalı araştırmalar incelendiğinde Martınez, Rubio, Moreno ve diğerleri (2020), tarafından yapılan “Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students” isimli araştırmaya rastlanmaktadır. 17-25 yaş arasındaki kadın ve erkek oğrencilerin katılımıyla geręekleřtirilen çalışmada genç üniversite oğrencilerinin sosyal medyaya olan bağımlılık düzeylerini belirlemeye odaklanılarak sosyal medya bağımlılığı yalnızlık, doğum öncesi testosteron, benlik saygısı ve kişisel memnuniyet ile ilişkilendirilmiştir. Araştırma bulgularına göre sosyal medya bağımlılığı genç kadın ve erkekler arasında yaygınlaşmaktadır. İspanyol kolej kadınları sosyal medyada erkeklere göre daha çok zaman geçirmektedir. Cinsiyet sosyal medya bağımlılık düzeyinde önemli bir rol oynamaktadır ve erkeklerin çoğunlukla iletişim için kullandıkları sosyal ağ Instagram’dır.

İlgili literatür taraması sonucu Shorter, Turner ve Mueller-Coyne (2022) tarafından, San Diego’da bir üniversitede yaşları 19-40 arasında değişen 162 oğrenci ile geręekleřtirilen “Attachment Style’s impact on loneliness and the motivations to use social media” isimli çalışmaya rastlanmaktadır. Çalışmada bağlanma stilleri, yalnızlık ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyerek yalnızlığın bireyi sosyal medya kullanımına itip itmediği konusuyla ilgilenilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre sosyal ağlara olan bağlılık ve yalnızlık arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken, endişeli bağlanma stiline sahip bireylerin yalnızlıklarını azaltmak için sosyal ağ sitelerini kullandıkları gözlemlenmiştir.

Ho (2021), tarafından 2020 Ekim ayında Vietnam’da bir üniversitede 354 oğrenci ve personelin katılımıyla geręekleřtirilen “Facebook addiction and depression: Loneliness as a moderator and poor sleep quality as a mediator” isimli çalışmada Vietnamlı Facebook kullanıcılarının bağımlılık düzeyleri ile depresyon arasındaki ilişkide yalnızlık ve uykusuzluğun rolünü belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma bulgularına göre, Facebook bağımlılığı ve depresyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Depresyon ile Facebook bağımlılığı arasındaki ilişki, dūřük uyku kalitesinin bir sonucu olarak ortaya çıkarken yalnızlık da Facebook bağımlılığı ve depresyon arasındaki ilişkide etkin rol oynamaktadır. Uzun süredir Facebook kullanıcısı olan bireylerin uyku-uyanıklık durumu ve cihazlardan gelen parlak ekran ışığının etkisiyle uykunun kaçması gibi nedenlerin uyku kalitesini dūřürebileceđi sonucuna ulaşılmıştır. Facebook’un kötü kullanımının kullanıcılarda yalnızlık duygularını

geliştirerek uyku kalitesini düşürebileceği, zayıf uyku kalitesinin de kullanıcıların Facebook bağımlılığında ve depresyon seviyelerinde önemli rol oynayabileceği sonuçlar arasında yer almaktadır.

İlgili konu üzerinde yapılan araştırmalar sonucunda Marttila, Koivula ve Räsänen (2021), tarafından Finlandiya’da gerçekleştirilen “Does excessive social media use decrease subjective well-being? A longitudinal analysis of the relationship between problematic use, loneliness and life satisfaction” isimli çalışma karşımıza çıkmaktadır. Yalnızlığın problemli sosyal medya kullanımı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi etkileyip etkilemediğini araştıran çalışmada, problemli sosyal medya kullanımının olumsuz bir şekilde yaşam doyumu ile ilişkili olduğu, ancak bu etkinin çoğunlukla yalnızlıkla karıştırıldığı sonuçlar arasındadır. Boylamsal analizler, problemli sosyal medya kullanımındaki artışın kişisel yaşam doyumundaki azalmayı yordamadığını, fakat sosyal medya kullanımındaki artışın yalnızlığı, yalnızlıktaki artışın yaşam doyumundaki azalmayı yordadığını ortaya koymuştur. Problemli sosyal medya kullanımının yaşam doyumunu azalttığı ve bu etkinin de dolaylı yoldan yalnızlık yoluyla gerçekleştiği bulgular arasında yer almaktadır. Problemli sosyal medya kullanımının zamanla yalnızlığı arttırabileceği ve sosyal ilişkileri azaltabileceği de sonuçlar arasında yer almaktadır.

#### **1.1.1.1.a. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı ve Sosyal Medya Kullanımı**

Pasif konumda olup kitle iletişim araçları tarafından çıkarılan her içeriği koşulsuz şekilde aldıkları düşünülen izleyicilerin, 1940’lardan sonra yapılan çalışmalarda kitle iletişim araçlarını ve çıkardıkları içerikleri kendi ihtiyaçlarına ve beğenilerine göre seçmeye başlamalarıyla birlikte kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temeli atılmıştır (Yeniçikti, 2016).

Kullanımlar ve Doyumlar (Uses and Gratifications) yaklaşımı Elihu Katz, Jay Blumber ve Michael Gurevitch tarafından geliştirilerek bireylerin belirli ihtiyaçlarını gidermek ve doyuma ulaşmak için kitle iletişim araçlarına başvurmaları sonucunda kişinin hangi aracı ne yönde kullandığı sonucuyla ilgilenmektedir. Kişilerin psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarının belirlenerek, bu ihtiyaçlarını gidermede kitle iletişim araçlarını ne yönde kullanacakları konusunu açıklamak amaçlanmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında aktif izleyici konumunda olan bireyler, belirli ihtiyaçlarını

doyuma ulaştırmak için (Işık M. , 2012, s. 63-64) seçtiği içerikte ve kitle iletişim aracında özgürdür (Fiske, 2003). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre medya kullanım davranışı kullanıcıların ihtiyaçları doğrultusunda farklı kitle iletişim araçlarına yönelerek doyum elde etmeleridir. Her bireyin farklı ihtiyaçları ve bu ihtiyaçları giderdikleri farklı programlar vardır. Yaklaşım, bireylerin hangi ihtiyacı hangi araçla giderdikleriyle ilgilenmektedir.

McQuail, Blumler ve Brown tarafından belirli türde televizyon programı izleme nedenlerini araştırmak üzere televizyon izleyicilerine uygulanan çalışmada dört temel doyuma rastlanmıştır. Bunlar; kendini takdir etme, toplumsal etkileşim, heyecan ve eğitimidir. Işçi sınıfından olup toplumsal yaşamdan elde edemedikleri kişisel statüyü oluşturmak amacıyla medya kullanan bireyler yarışma programlarını kendini taktir etme amacıyla kullanmaktadırlar. Programları toplumsal etkileşim için kullananlar ise medyayı sohbet etme amacıyla kullanan girişken bireylerdir. Tüm bunların yanı sıra çok da girişken olmayan işçi sınıfı bireyler heyecan ihtiyaçlarını karşılamak için programları izlerken, okulu erken bırakanların eğitim işlevini karşılamak için izledikleri sonuçlar arasındadır (Fiske, 2003, s. 194-197). Bu bağlamda izleyiciler eksikliğini hissettikleri duygularını gidermek ve tatmin etmek amacıyla televizyondan yararlanmaktadırlar. İnsanların cinayet dizilerini kullanımlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıyla incelendiği bir araştırmada dört doyuma ulaşılmıştır. Bunlar; heyecan/kaçış, bilgi ve güvendir (Akçay, 2011). Kullanımlar ve doyumlar konusuyla alakalı yapılan birden fazla çalışma sonucunda medya içeriklerinin bireylere sağladığı doyumunu dört temel kategoride sınıflandıran McQuail'in sınıflandırması yaygın olarak kabul görmektedir. Bunlar (Fiske, 2003, s. 198-199): Oyalanma (günlük hayatın kısıtlamalarından ve sorunların yarattığı sıkıntılardan kaçış), kişisel ilişkiler (arkadaşlık kurma başkalarıyla iletişimde bulunmak, toplumsal yarar), kişisel kimlik (kişinin kendini anlaması, değer pekiştirme), gözetim işlevi (dünyada olup biten olaylar hakkında bilgi alma gereksinimi) şeklindedir.

Katz, Hass ve Gurevitch (1973) ise, kitle iletişim araçlarından yararlanılarak giderilen ve doyuma ulaşılan ihtiyaçları beş kategoride toplamaktadır. Bunlar;

- Bilişsel İhtiyaçlar (Bilgiye ulaşma gereksinimi)
- Duygusal İhtiyaçlar (Duygusal deneyimler ve estetik ile ilgili gereksinimler)

- Bilişsel-Duygusal İhtiyaçlar (Statüyü, istikrarı ve güvenilirliği kapsayan bu ihtiyaçlar aynı zamanda bilişsel ve duygusal ihtiyaçların birleşimiyle bütünleştirici ihtiyaçlar olarak nitelendirilebilir.)
- Bütünleştirici İhtiyaçlar (Bireyin ailesiyle arkadaş çevresiyle ve yaşadığı toplumla olan iletişimiyle ilgili gereksinimleridir. Bu gereksinimlerinde bütünleştirici görevi olabilir.)
- Kaçış İhtiyacı (Bireyin sıkıntılardan uzaklaşmak için başvurduğu yoldur.)

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temellerinin beş temel ögeye dayandığını öne süren Katz'a göre;

- İzleyici, medya tarafından sunulan her içeriğin alıcısı durumunda değildir. İçeriği gereksinimlerine göre seçerek kullanmakta özgürdür.
- Her izleyici aynı içerikten aynı doyumunu sağlamaz.
- Medya doyum sağlamak için kullanıldığı gibi bunun yerine tatil, spor vb. aktivitelerde doyum sağlamak üzere kullanılabilir.
- Belirli koşullar söz konusu olduğunda, insanlar kendi istek ve arzularının farkında olabilirler.
- Medyanın kültürel önemi konusundaki değer yargıları göz ardı edilmek zorundadır. Herhangi bir içerik birine hitap etmediyse bu içeriğin gereksiz olduğu anlamına gelmez çünkü içeriğin hitap ettiği bir kitle mevcuttur. (Fiske, 2003, s. 199-200)

Değişen ve gelişen teknolojiyle birlikte kullanıcıların farklı iletişim araçlarından sağladıkları doyumlarda değişmektedir. Sundar ve Limperos (2013) birlikte gerçekleştirdikleri çalışmada sosyal medyanın günümüzde ortaya koyduğu doyumları gerçeklik, yenilik, orada olmak, ajans geliştirmek, topluluk oluşturmak, çoğunluk, filtrelemek, sahiplik, etkileşim, aktivite, cevaplanabilirlik, dinamik kontrol, çeşitlilik, kolaylık ve eğlence olarak sıralamaktadır. İçeriğin sağladığı deneyim kullanıcıda gerçeklik hissi uyandırırken, benzersiz ve farklı hissettirmesinin yanı sıra alışılmadık yeni deneyimler sunmaktadır. Bir diğer doyum kullanıcıya farklı yerlerde olma/bulunma hissi vermesidir. Ajans geliştirme doyumunu kişiye kendi kimliğini yaratma ve ortaya koyma fırsatı vererek söz sahibi hissetmesini sağlamaktadır. Topluluk oluşturma doyumunu, kullanıcıya başkalarıyla iletişim kurarak çevre edinmesine fırsat vermektedir. Çoğunluğa katılma doyumunu, kişinin karar vermeden önce başkalarının fikirlerini öğrenerek ona göre şekillenmesi durumudur. Filtreleme doyumunu, kullanıcının görmek

istemediği ve uygun bulmadığı içeriklerden kaçma yoludur. Bir diğer doyum olan sahiplik doyumunu, kendi içeriklerinden dolayı benimseme halidir. Etkileşim doyumunu, kişinin sistemle ve diğer kullanıcılarla etkileşim halinde olmasıdır. Aktivite doyumunu kişinin aktif hissetmesini sağlarken, isteklerine karşı aldığı cevap cevaplanabilirlik doyumunu sağlar. Bir diğer doyum, kişinin içerik üzerinde kontrol sağlayarak sorumlu hissetmesini sağlayan dinamik kontrol doyumudur. Çeşitlilik doyumunu, farklı bilgi ve bağlantı çeşitliliğine ulaşım sağlar. Bir diğer doyum olan kolaylık doyumunu sayesinde birey istediği içeriğe kolayca ulaşabilir. Eğlence doyumunu, kişinin keşfettiği yeni içeriklerden faydalanırken keyifli zaman geçirip gerçek dünyadan uzaklaşmasını sağlamaktadır.

Göncü (2018), tarafından yapılan “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının WhatsApp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme” isimli çalışmada Y kuşağının WhatsApp kullanım ve doyumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak yapılan çalışma 5 kadın 5 erkek toplam 10 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırmada, derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak açık uçlu sorular sorulmuş ve elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırma bulgularında; Sosyalleşme, ücretsiz olması, pratiklik, multimedya, profesyonel ihtiyaçlar ve eğlence sonuçlarına ulaşılmıştır.

Yıldırım, Özdemir, Alparıslan (2018) tarafından 23 katılımcı ile gerçekleştirilen “Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Bir Sosyal Paylaşım Ağı İncelemesi: Facebook Örneği” isimli çalışma üç konu ile ilgilenmektedir. Çalışmada, katılımcıların Facebook’u neden ve hangi amaçlarla kullandıkları ve ne gibi bir doyum elde ettikleri konusyla ilgilenilmiştir. Buna ek olarak Facebook’un katılımcılara ne gibi bir anlam ifade ettiği ve Facebook olmazsa nasıl hissedecekleri sorgulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, akıllı telefon kullanımının artması sosyal medya platformlarına da kolay erişim ve ulaşım sağlamaktadır. Facebook’a istenilen her an her yerde ulaşım kolaylığı kullanım pratiğine dönüşmektedir. Facebook’un kullanılma nedenleri çevreyle iletişimde olmak, bilgi ve haber takibi, etkinlik takibi ve sayfa/grup üyeliği olarak sıralanmıştır. Katılımcılar Facebook’u kendileri ve çevrelerindeki insanlara hakkındaki bilgileri saklamak amacıyla kullandıkları arşiv olarak görmektedirler. Facebook olmazsa ne hissedecekleri sorulan katılımcılar, uygulamaya kaydettikleri ve depoladıkları bilgilerin yok olmasından dolayı üzüntü ve endişe duyacağını belirten katılımcıların yanı sıra Facebook’un olmamasından etkilenmeyeceğini söyleyen

kullanıcılar Facebook yerine başka bir uygulamanın geleceğini düşündüklerinden etkilenmeyeceklerini belirtmişlerdir.

Saatçioğlu ve İnanç (2020), tarafından yapılmış olan “Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Ekseninde Instagram Kullanım GÜdÜleri, Cinsiyet ve Yaş İlişkisi Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışma 388 Instagram kullanıcısı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada katılımcıların instagram kullanım güdülerinin seviyelerinin cinsiyet ve yaş gibi faktörlere karşı değişip değişmediği incelenmiştir. İstagram kullanım güdülerinin seviyesinde cinsiyet faktörüne karşı anlamlı farklılık bulunmazken, yaş ile arşivleme ve kaçış ve gözetleme güdüsünün düzeyi arasında anlamlı düzeyde ilişkiye rastlanmıştır. Yaşın artmasıyla arşivleme, kaçış ve gözetleme güdüsünün seviyesi azalmaktadır.

Bu çalışma sosyal medya bağımlılığını kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına bağlı olarak; bağımsız bir değişken olarak değil, ihtiyaçlar ve motivasyonlar tarafından üretilen, şekillendirilen bağımlı bir değişken olarak ele almaktadır. Bu nedenle davranışı oluşturan ihtiyaçlar ve motivasyonlar bu noktada belirleyici olmaktadır.

## 2. İKİNCİ BÖLÜM

### 2.1. İhtiyaçlar ve Motivasyonlar

Birbirinden karşılıklı olarak etkilenen ihtiyaç ve motivasyon kavramları, insan davranışlarını anlamak ve açıklamak için birlikte incelenmektedir. İhtiyaçlar, bireyin yaşamını sürdürebilmesi için temel gereksinimlerini ifade ederken motivasyon ise bireyi belirli bir hedefe yönelten içsel bir güçtür. İnsanın hayatta kalmasını garantileyen en temel motivasyon, ihtiyaçlarını karşılama motivasyonudur (Abukan, 2014). İnsan ihtiyaçları genelde fizyolojik ve psikolojik olarak ele alınmaktadır. Temel fizyolojik ihtiyaçlar, yeme, içme, barınma gibi yaşamsal ihtiyaçları içermektedir. Bunun yanı sıra psikolojik ihtiyaçlar sevgi, saygı, başarı ve sosyal ihtiyaçlar gibi daha soyut öğeleri kapsamaktadır. İhtiyaçlar Abraham Maslow (1943) tarafından geliştirilen ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinde ele alınmaktadır. Bu teoriye göre ihtiyaçlar basamaklara ayrılmakta ve en alt basamakta yer alan fiziksel ihtiyaçların doyuma ulaştırılmasıyla birlikte üst basamaktaki ihtiyaçlara yönelme şeklinde ilerlemektedir. Motivasyon, bireyin bir hedef veya amaca ulaşma doğrultusunda ardındaki itici güçtür. İhtiyaçlar motivasyonun temel itici gücünü oluşturmaktadır. Belirli bir ihtiyaç karşılanmadığında ortaya çıkan duygusal durum, bireyi bu ihtiyacı karşılamak için harekete geçmeye teşvik ederek motivasyonunu tetikleyebilmektedir. Motivasyon kuramları temelde ihtiyaç ve süreç kuramları olmak üzere iki ana kategoride ele alınmaktadır. İhtiyaç teorileri, bireyin motive olabilmesi için tatmin etmesi gereken ihtiyaçlara odaklanırken, süreç teorileri bireyin motivasyonunu diğer kişilerin neler yapabileceği perspektifinden ele almaktadır (Antalyalı & Bolat, 2017).

#### 2.1.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı

1943 yılında Maslow'un literatüre kazandırdığı Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kavramı (Maslow, 1943), insan ihtiyaçlarının sıralanarak basamaklara ayrılmasını ifade etmektedir. Sıralanan ihtiyaçların doyuma ulaştırılması ve bir üst basamaktaki ihtiyacın giderilmeye çalışılması şeklinde ilerlemektedir.

Maslow yaptığı ihtiyaç kategorizasyonu ile birlikte 5 basamaktan oluşan bir piramit oluşturmuştur. Bunlar; fiziksel ihtiyaçlar, güven ihtiyacı, sevgi ve ait olma ihtiyacı, değer-saygı ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı olarak sıralanmaktadır.



Piramitin en alt basamağında yeme, içme, barınma, uyku ve cinsellik gibi kişinin varlığını idame ettirmeye yarayan en temel ihtiyaçların bulunduğu fiziksel ihtiyaçlar yer almaktadır. İkinci basamakta bireyin güvenli bir ortamda çatışmalardan, kaygı ve kaostan uzak olarak yaşama ihtiyacı olan güvenlik ihtiyacı yer almaktadır (Kula & Çakar, 2015, s. 195). Bir sonraki basamak olan sevgi ve ait olma ihtiyacı; sevme, sevilme, ikili ilişkiler kurma ve bir yere ait olma gibi ihtiyaçları içermektedir. Değersaygı ihtiyacının bulunduğu dördüncü basamakta, kişinin özsaygı ihtiyacının yanı sıra başkaları tarafından takdir edilme ve saygı duyulma ihtiyacı yer almaktadır (Rojas, Méndez, & Watkins-Fassler, 2023). Piramit'in beşinci ve son basamağında yer alan kendini gerçekleştirme ihtiyacın, bireyin kendi potansiyelini kullanması ve yeteneklerini keşfederek ideal yaşamına ulaşmasıdır.

Çalışmanın bir sonraki bölümünde Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan genel aidiyet algısı sonrasında da algılanan sosyal destek daha detaylı şekilde incelenecektir.

#### **2.1.1.1. Genel Aidiyet Algısı**

Aidiyet duygusu, bir grup tarafından kabul edilen bireyin kendine önem verilerek ihtiyaç duyulduğunu hissetmesi durumudur. Herhangi bir sisteme veya çevreye katılmak ve bu sistemin ya da çevrenin bir parçası olmak, ait olma duygusunu oluşturmaktadır (Hagerty, Lynch-Sauer, Patuskı, Bouwsema, , & Collier, 1992).

Kozan, Kavaklı, Ak, ve Kesici (2019)'ye göre kişinin benliği ve etrafındaki insanlarla olan ilişkilerinin temel bir bileşeni olan aidiyet, kişinin içinde bulunduğu toplumun değerli ve önemli bir parçası olarak hissetmesi durumudur. İnsanların bir grup arama davranışlarının altında üç temel ihtiyaç yatar bunlar; tanıdık bir çevreye dahil olma ya da başkalarını bu çevreye dahil etme ihtiyacı, başkaları tarafından sevgi ve şefkat görme ihtiyacı, başkaları üzerinde kontrol sağlama ihtiyacı yer almaktadır (Schutz, 1966).

Baumeister ve Leary (1995)' ye göre bireylerin duygu ve davranışlarını etkileyerek psikolojik işlevleri için temel bir gereksinim olan ait olma ihtiyacı, kişinin sosyal çevresiyle olumlu ilişkiler içinde olması ve bu durumunu sürdürme dürtüsünü ifade etmektedir. Diğer insanlarla olumlu ilişkiler kuramayan birey kendini yalnız,

sinirli, depresif ve kaygılı hissetmektedir (Hackenbracht & Gasper, 2013). Bu gibi durumlarda bireyler, kaçış yolu olarak kendilerini yenilgiye uğratan davranışları sergilemektedirler. Kullanıcıların sosyal onay alabildikleri, düşüncelerini rahatça belirtebildikleri ve sohbet edebildikleri sosyal paylaşım siteleri de bunlar arasında yer almaktadır. Ait olma ihtiyacının seviyesi kişiler arasında değişiklik gösterebilmektedir ve ait olma ihtiyacı yüksek olan bireylerin sosyal medya kullanma olasılıkları daha yüksektir (Gangadharbatla, 2008).

Tellhed, Bäckström ve Björklund (2017) sosyal aidiyet kavramını bireyin sosyal bir grup, topluluk ya da çevreye uyum sağlayarak ilişki kurması ve o topluluğa geliştirdiği bağlılıkla grubun parçası gibi hissetmesidir şeklinde tanımlamaktadır.

Bir topluluğa, gruba veya çevreye uyum sağlayamadığı için sosyal kopukluk yaşayan ve kendini yalnız hisseden bireyler sosyal aidiyet ihtiyaçlarını çevrimiçi ortamlardan faydalanarak gidermeye çalışabilmektedir (Üngüren & Tekin, 2023). Bireyin gerçek hayatta doyuma ulaştıramadığı aidiyet ihtiyacını sosyal medya uygulamaları yoluyla gidermeye çalışması olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Günlük yaşamlarında dışlanan veya reddedilen bireyler psikolojik ihtiyaçlarını çevrimiçi kaynaklar yoluyla doyuma ulaştırmaya çalışabilirler bu durum neticesinde de sosyal medya bağımlılığı ortaya çıkabilmektedir (Kozan, Kavaklı, Ak, & Kesici, 2019). Aidiyet ihtiyacını çevrimiçi ortamlarda gidermeye çalışan kişinin bu ortamlarda kurduğu ilişkiler güçlenirken, gerçek hayattaki ilişkileri zayıflamaktadır. Bireyler aidiyet ihtiyaçlarını doyuma ulaştıramadıkları zaman kendilerini yalnız hissederler (Cüceloğlu, 2018). Gerçek hayatlarında sosyal ilişkileri kuvvetli olmayan bireyler yeni insanlarla tanışarak yeni ilişkiler kurmak ve esiri oldukları yalnızlık hislerini gidermek için sosyal medyaya başvurmaktadır. Sorunlu internet kullanımı bireyleri gerçek dünyadan izole ederek, ait olma duygusu ve gerçek dünyayla ilişki kurmaktan mahrum bırakmaktadır (Morahan-Martin & Schumacher, 2003). Sosyal medyada alınan beğeniler ve etkileşimler ait olma ihtiyacını doyuma ulaştırmaya çalışan bireyler için bir hazine niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda sosyal medya kullanımı aidiyet ihtiyacını karşılamada bir fırsat niteliğinde gözükmektedir (Kırcaburun, ve diğerleri, 2019).

Kavaklı ve Ünal (2021) tarafından yapılan “The effects of social comparison on the relationships among social media addiction, self-esteem, and general belongingness levels” isimli çalışma 2018-2019 yılında Türkiye’deki bir devlet üniversitesinde

öğrenim gören 311 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada birbiriyle ilişkili olduğu düşünülen sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve genel aidiyete sosyal karşılaştırmanın aracı etkisini araştırmak amaçlanmıştır. Araştırma bulgularına göre sosyal karşılaştırmanın, sosyal medya ve genel aidiyet üzerinde dolaylı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada çıkan sonuçlardan bir diğeri de katılımcıların kendilerini daha düşük seviyedeki bireylerle karşılaştırdıkları aşağı doğru sosyal karşılaştırma eğilimlerinin olduğudur. Sosyal medyada yapılan aşağı doğru karşılaştırmanın kullanıcının özgüven seviyesini değiştirdiği ve bağımlı bireylerin özgüven seviyelerinin daha düşük olduğu bir diğer araştırma sonucudur.

Miranda, Trigo, Rodrigues ve diğerleri (2023), tarafından Portekiz uyruklu katılımcılarla gerçekleştirilen “Addiction to social networking sites: Motivations, flow, and sense of belonging at the root of addiction” isimli çalışmada, sosyal ağlarda bağımlılık davranışlarına; gerçeklikten kaçma arzusu, sosyal etkileşim motivasyonu, sürükleyici akış deneyimi ve dahil olma hissini etkisi araştırılmıştır. Ek olarak çalışmada, sosyal ağ sitesi bağımlılık olgusunu keşfederek, bir sosyal ağ sitesinin sorunlu kullanımının nasıl ortaya çıktığı ve geliştiği konusu araştırılmıştır. Araştırma sonucunda, sosyal ağ bağımlılığının, kullanıcının sosyal ağ tarafından yerine getirilen motivasyonlarına bağlı olarak iki farklı mekanizma aracılığıyla gerçekleştiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bağımlılığın genellikle gerçeklikten kaçma arzusundan kaynaklanabileceği çünkü bireylerin belirli faaliyetlerin sağladığı sürükleyici deneyim ve aidiyet duygusunda teselli aradıkları araştırma bulgularından bir diğeridir. Kullanıcıların sosyal etkileşim arzuları sonucunda TikTok topluluğuna aidiyet duygusu beslemelerinin potansiyel bağımlılığa yol açabileceği de araştırma sonuçlarında yer almaktadır.

Nadkarni ve Hofmann’ın (2012) birlikte gerçekleştirdikleri “Why do people use Facebook?” isimli çalışmalarında Facebook’un iki temel sosyal ihtiyaç olan ait olma ve kendini sunma ihtiyaçlarından dolayı kullanıldığını öne sürmektedirler.

Genel aidiyet alt boyutlarından sosyal kabul ve sosyal dışlanma konularından bahsedilecek olursa;

Sosyal kabul terimi, bireyin içinde bulunduğu toplum tarafından olumlu kabul edilme ve sosyal çevresi ile olumlu ilişkiler kurabilme kapasitesini ifade etmektedir. Kimlik, inanç, davranış ve diğer niteliklerine bakılmaksızın toplum tarafından bir üye olarak kabul edilmeyi kapsamaktadır. Bu olumlu karşılama kişilerin duygusal refahını

beslemekte, sosyal bağlantılarını güçlendirmekte ve sosyal bağlamlarında bir güvenlik duygusu sağlamaktadır.

Sosyal dışlanma, bireyin toplumdan genel olarak ayrı tutulduğu ve dışlandığı durumlarla ilgilidir. Bunun nedeni genellikle belirli bir topluluk içindeki olumsuz değerlendirmeler veya bireyin belirli sosyal normlara uyma konusundaki başarısızlığıdır. Sosyal dışlanma, bireyin hem duygusal hem de psikolojik refahını etkileyerek toplumdaki potansiyel fırsatlarını sınırlamaktadır.

Sosyal bağlantılar kurma ve gruplara dahil olma, Baumeister ve Leary'nin (1995) belirttiği gibi, tüm kültürlerde temel bir motivasyon ve ihtiyaçtır. “Sosyal dışlanma” görmezden gelinme, yok sayılma, reddedilme gibi kavramları içererek bireyler üzerinde çeşitli davranışsal, duygusal, bilişsel ve fizyolojik etkilere neden olmaktadır. Dışlama durumu, bazen açık bir şekilde ifade edilebileceği gibi, sözlü veya davranışsal bir reddetme şeklinde de gerçekleşebilir (Solak & Teközel, 2019).

Adaman ve Keyder (2006)'e göre sosyal dışlanma, bireylerin, yoksulluk, temel eğitim ve beceri eksikliği veya ayrımcılık nedeniyle toplumdan dışlanmaları ve istedikleri şekilde toplumsal hayata katılımlarının engellenmesi sürecini ifade etmektedir. Dışlanma durumu dışlanan bireylerin emek piyasalarına, gelir getiren faaliyetlere, eğitim ve öğrenim olanaklarına erişimde zorluklar yaşamasına neden olurken, aynı zamanda toplumsal ve çevresel ağlar ile etkinlikler kurmalarını da engellemektedir. Dışlanan bireylerin sahip olduğu güç oldukça sınırlıdır ve karar alma süreçlerine katılımı kısıtlıdır; bu nedenle, bu kesim genellikle kendini güçsüz hissetmekte ve günlük yaşamını etkileyecek kararlarda kontrol eksikliği yaşamaktadır.

Sosyal dışlanma, ekonomik sıkıntıların bir sonucu olarak tüketimde kısıtlılık yaşanmasını; psikolojik olarak bireyin kendi değerini, yeteneklerini sorgulamasını ve hatta suçlu hissetmesini; siyasal açıdan ise siyasal katılımdan dışlanma sürecini içeren, bireysel yaşamın çeşitli yönlerini etkileyen bir olgudur (Yıldırım alp, 2014) Sosyal dışlanmanın oluş şekline vurgu yaparak, bu olguyu "aktif" veya "pasif" şekillerde sınıflandırmak mümkündür (Doğan İ. , 2014).

Sosyal kabul ve sosyal dışlanma konuları ile ilgili yapılan literatür taraması sonucunda rastlanan çalışmalardan ilki Seidman (2013) tarafından 184 lisans öğrencisi ile gerçekleştirilen “Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations” isimli çalışmadır. Çalışmada sosyal medya

uygulamalarından olan Facebook'un, bireylerin sosyal hayatında gideremediği aidiyet ve başkaları tarafından kabul görme ihtiyaçlarını karşılamalarının bir yolu olduğu sonucuna varılmıştır.

Yapılan literatür taraması sonucunda Kozan, Kavaklı, Ak ve diğerleri (2019) tarafından gerçekleştirilmiş olan "Akıllı telefon bağımlılığı, genel aidiyet ve mutluluk arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmesi" isimli çalışma karşımıza çıkmaktadır. Amacı akıllı telefon bağımlılığı, genel aidiyet ve mutluluk arasındaki yordayıcı ilişkileri ortaya çıkarmak olan araştırmaya farklı bölümlerde öğrenim gören 312 üniversite öğrencisi katılım göstermiştir. Çalışma bulgularına göre akıllı telefon bağımlılığı ve mutluluk arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Akıllı telefon bağımlılığı ve genel aidiyetin reddedilme boyutu arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunurken kabul edilme boyutu ile anlamlı bir ilişkiye rastlanamamıştır. Mutluluk ve genel aidiyetin kabul edilme boyutu ile pozitif, reddedilme boyutu ile ise negatif yönde bir ilişki bulunmuştur. Yol analizi sonuçlarına göre genel aidiyetin kabul edilme ve reddedilme sonuçları akıllı telefon bağımlılığını pozitif yönde etkilemektedir. Akıllı telefon bağımlılığının mutluluğu negatif yönde yordadığı da araştırma sonuçları arasındadır.

Babayiğit, Karaaziz, Babayiğit ve diğerleri (2022) tarafından 294 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen "The predictive role of addiction to smartphones in the relationship of metacognitive problems and social media addiction with general belongingness and perceived stress in higher education students" isimli çalışmanın amacı, öğrencilerde akıllı telefon ve sosyal medya bağımlılığı için potansiyel tehlike faktörlerini belirlemek ve öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile genel aidiyet, üstbiliş sorunları ve algılanan stres arasındaki ilişkide akıllı telefon bağımlılığının oynadığı yordayıcı rolü belirlemektir. Araştırmanın bulgularına göre katılımcının aylık gelir düzeyi, iş durumu ve kiminle yaşadığı gibi faktörlerin akıllı telefon bağımlılığında risk teşkil ettiği belirlenmiştir. Çalışmanın diğer bulguları şu şekildedir; dışlanma (genel aidiyet alt boyutu), akıllı telefon bağımlılığını olumsuz yönde yordamaktadır. Düşünceleri kontrol etme ihtiyacı (üstbiliş sorunları alt boyutu), akıllı telefon bağımlılığını olumlu ve anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Son olarak stres/rahatsızlık algısı da (algılanan stres alt boyutu), akıllı telefon bağımlılığını anlamlı düzeyde yordarken, günlük hayatında strese kapılan bireyler, sosyal medya ve telefon kullanımını stresten kaçış yolu ve tedavi aracı olarak görmektedirler.

### 2.1.1.1.a. Sosyal Dışlanma ve Kaygı

Bireylerin toplum içinde kabul görmemesi, reddedilmesi veya dışarda bırakılarak dışlanma deneyimine maruz kalması sonucunda sosyal etkileşimleri zarar görebilmektedir. Bunun yanı sıra toplumda olumsuz yargılanma ve reddedilme korkusu yaşayan bireyler de kendilerini sosyal ortamdan uzaklaştırarak sosyal etkileşimlerini sınırlayabilmektedir. Bu durum alanyazında karşımıza sosyal kaygı olarak çıkmaktadır. Çalışmanın bu kısmında ilk olarak kaygı kavramı açıklanacak, sonrasında sosyal kaygıdan bahsedilecektir.

Genel olarak belirsizlik durumuyla ilişkilendirilen kaygı kavramı, bireyin başına gelebileceğini düşündüğü belki de hiç başına gelmeyecek olumsuz olaylara karşı duyulan endişe ve stres duygusundan dolayı kuruntulu ve rahatsız bir ruh halinde olma durumu olarak tanımlanabilmektedir. İlk olarak Freud tarafından egonun bir işlevi olarak tanımlanan kaygı, olumlu bir duygu biçimi olarak nitelendirilebilirken olumsuz olarak da nitelendirilebilmektedir. Kişinin korktuğu olaylara karşı kendini hazırlayarak tedbirli olması olumlu yönüken, kişiyi düşündürerek endişelendirmesi olumsuz yönü olarak görülmektedir (Ersevim, 2005).

Hayatın zorluklarına karşı bir tür kalkan görevi görebilen kaygının seviyesinin artması ve uzun süreli kaygıya dönüşmesi günlük yaşamı olumsuz etkilemektedir. Bu durum kaygı bozukluğu olarak adlandırılmaktadır. Bu rahatsızlığı yaşayan kişiler, kaygı yaşadığı durumlardan dolayı sürekli panik halinde olarak yaşadıkları olayın daha da kötüye gideceği ve geçmeyeceği endişesine kapılarak kendilerine bu hissi yaşatan olaylardan kaçmaktadırlar. Kaygı bozuklukları fiziksel, duygusal ve davranışsal olarak kendini gösterebilmektedir. Fiziksel belirtiler kişinin terlemesi, göğüs ağrısı, titreme, nefes alıp vermenin hızlanması, baş dönmesi ve mide sorunları olarak sıralanabilirken duygusal belirtiler ise kişinin sürekli korku, panik, endişe, stres ve huzursuzluk halinde olması şeklinde sıralanabilmektedir. Davranışsal semptomlarda ise kişinin sürekli aynı davranışı tekrarlaması, kaygıya sebep olan konuya odaklanamaması ve kaygıya sebebiyet veren konudan kaçması olarak sıralanabilmektedir.

Kişinin yaşamını önemli ölçüde etkileyen kaygı bozukluğu türleri; Genel Kaygı Bozukluğu, Obsesif Kompulsif Bozukluklar, Travmatik Stres Bozuklukları, Fobiler, Panik Bozukluk, Seçici Konuşmazlık (Mutizm), Ayrılık Kaygısı Bozukluğu, Sağlık

Sorunlarına Bağlı Kaygı Bozukluğu, Sosyal Kaygı Bozukluğu (Sosyal Fobi), olarak sıralanabilmektedir.

**Genel Kaygı Bozukluğu:** Kişinin sürekli olarak belirsiz bir gelecek hakkında kaygı ve endişe duymasıdır. Bireyin gerçekçi olmayan kaygılarla başa çıkamaması sonucunda bu kaygılar kişinin günlük yaşamını olumsuz etkilemektedir.

**Obsesif Kompulsif Bozukluklar:** Obsesif Kompulsif Bozukluk (OKB) tanısı alan bireyler, kaygı duygularını tetikleyen durumlardan kaçınmak için sıklıkla tekrarlayan eylemlerde bulunmakta ve kendileri için benzersiz davranış kalıpları tasarlayarak bu davranışları sergilemektedirler.

**Travmatik Stres Bozuklukları:** Kişinin yaşadığı travmatik bir olay sonrası kişinin olayın tekrarlanmasına karşı duyduğu korku ve dehşet durumudur. Travmatik anların tekrarlaması ile yaşanan korku ve kaygı halidir.

**Fobiler:** Kişinin tehlikeli olarak algıladığı bir nesneye, duruma, canlıya veya aktiviteye karşı duyduğu korkudur.

**Panik Bozukluk:** Kişilerin aniden sebepsizce yaşadığı şiddetli korku durumudur.

**Seçici Konuşmazlık (Mutizm):** Çocukların çevresindekilerle veya yaşitlarıyla konuşmayarak yalnızca ailesi ile iletişim kurmasıdır.

**Ayrılık Kaygısı Bozukluğu:** Genel olarak çocuklarda görülen bu kaygı türünde, çocukların anne ve babalarından ayrılacaklarına yönelik yoğun kaygı duymalarıdır.

**Sağlık Sorunlarına Bağlı Kaygı Bozukluğu:** Kişinin sürekli olarak bir sağlık sorununun olduğuna inandığı veya ciddi bir hastalığa yakalanacağını düşündüğü bir kaygı türüdür.

**Sosyal Kaygı Bozukluğu (Sosyal Fobi):** Kişinin sosyal etkileşim sırasında kendini ifade edemeyeceğini, konuşamayacağını, bu durum sonucunda karşıdaki kişilerin kendi ile alay edeceklerini ve onu küçük düşüreceklerini düşünmesi ile oluşan kaygı türüdür. Bu kaygı türüne sahip kişiler kalabalık ortamlara girmekten kaçınmalarının yanı sıra yeni kişilerle tanışmakta ve toplum içinde konuşmakta zorlanmaktadırlar. (Kaya, 2023)

Bir sonraki aşamada kaygı bozuklukları arasında yer alan ve günümüzde çokça rastlanan sosyal kaygı bozukluğu ve sosyal dışlanmaya değinilecektir.

Sosyal kaygı bozukluğu olan bireyler günlük hayatta iletişim esnasında zorlanacağını düşünerek iletişimden kaçınmaktadırlar. Konuşmalarından dolayı eleştirileceğini ve alay konusu olacağını düşünen bireyler sosyal ilişki kurmakta zorlanmaktadır. Sosyal platformlarda kurulan ilişkilerde eleştirilme ve reddedilme ihtimali yüz yüze ilişkilere nazaran daha aza inen bireyler (Eldeliklioğlu & Vural-Batık, 2013) için sosyal medya kullanımı ön plana çıkmaktadır. Sosyal medyada çok fazla zaman geçirme sonucu oluşan problemler internet kullanımı ve sosyal kaygı arasında bir ilişki söz konusudur (Aktan, 2018).

Sosyal kaygısı olan bireyler sosyal medya üzerinde kendilerini daha yeterli gördüklerinden bu platformlarda çok daha fazla zaman geçirmektedirler. Bunun yanı sıra sosyal medyada tanınmamış olmanın verdiği özgürlük, iletişim kurulan kişilerle karşılaşmama ihtimalinden kaynaklanan rahatlık da kaygılı bireyleri sosyal medyaya itmektedir. Sosyal kaygısı olan kişiler, sosyal ağların sağladığı kontrol ve sosyal özgürleşme amacıyla yüz yüze iletişim yerine sosyal ağlar aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimi tercih etmektedirler (Zsido, ve diğerleri, 2021). Gerçek hayatta karşılayamadıkları duyguları sosyal medya aracılığıyla doyuma ulaştırmaya çalışan bireylerin sosyal medya kullanımına yönelmeleri sonucunda problemler sosyal medya kullanımı ortaya çıkmaktadır. Kaygılı bireyler, etkileşim alarak öz değerlerini doğrulamak ya da endişe duygularını bastırmak için sosyal medya platformlarında daha fazla bulunup daha sık paylaşım yapmaktadırlar (Clerkin, Smith, & Hames, 2013). Sosyal medya kullanım oranının artmasıyla sosyal kaygı da artmaktadır (Jia, ve diğerleri, 2022). Konuyla ilgili alanyazın incelenmesi sonucunda ulaşılan çalışmalardan birkaçına aşağıda yer verilmiştir.

Işık ve Çelik (2020) tarafından gerçekleştirilen “Ergenlerde Psikolojik Sağlamlığın Sosyal Dışlanma, Sosyal Kaygı, Cinsiyet ve Sınıf Düzeyi Açısından İncelenmesi” isimli çalışma İstanbul’un farklı ilçelerinde devlet okullarında 7.-11. sınıflarda öğrenim gören 521 gönüllü öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Ergenlerde psikolojik sağlamlık düzeyi, sosyal dışlanma, sosyal kaygı, cinsiyet ve sınıf düzeyi açısından incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, sosyal dışlanmanın alt boyutları olan görmezden gelinme ve dışlanma ile sosyal kaygı arasında negatif anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Ayrıca, görmezden gelinme, dışlanma ve sosyal kaygının psikolojik sağlamlığı anlamlı bir şekilde yordadığı belirlenmiştir. Cinsiyet değişkeni açısından psikolojik sağlamlık düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmazken, sınıf düzeyi açısından



9. sınıftaki öğrencilerin psikolojik sağlamlığının 7. sınıftakilere kıyasla düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ali, Ali, Iqbal ve diğerleri (2021) tarafından gerçekleştirilen “How socially anxious people become compulsive social media users: The role of fear of negative evaluation and rejection” isimli çalışmada sosyal etkileşim kaygısının kompulsif sosyal medya kullanımına etkisi araştırılmıştır. 402 Çinli üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirilen bu çalışmada sosyal kaygının kişide olumsuz eleştirilme ve reddedilme korkularını arttırdığı, sosyal korkuların, sosyal kaygı ile takıntılı sosyal medya kullanımı arasında bağlantı oluşturduğu sonuçlar arasında yer almaktadır. Araştırmanın bulgularından bir diğeri ulaşılama korkusunun, reddedilme korkusu ve kompulsif sosyal medya kullanımı arasındaki bağı güçlendirmesidir. Kadınların erkeklere göre daha çok sosyal etkileşim kaygısı ve olumsuz değerlendirilme korkusu sergilemeleri sonucu takıntılı sosyal medya kullanıcısı haline geldikleri, erkeklerin ise daha çok reddedilme korkusu yaşamaları araştırma sonuçları arasında yer almaktadır.

Lin, Li ve Qu (2017) tarafından gerçekleştirilen “Social network sites influence recovery from social exclusion: Individual differences in social anxiety” isimli çalışmada sosyal ağ sitelerinin sosyal olarak dışlanmaya verilen tepkilerle sosyal kaygı arasındaki ilişki incelenmiştir. Cyberball oyunu kullanılarak sosyal dışlanma oluşturulmuş ve ardından katılımcıların sosyal medya kullanım tercihleri gözlemlenmiştir. Daha sonra, katılımcıların dışlanmaya karşı olumsuz reaksiyonlarındaki iyileşme ölçülmüştür. Araştırmanın sonuçlarına göre, sosyal medya kullanımının sosyal kaygısı yüksek bireyler için olumlu etkiler sağladığı belirlenmiştir. Bu grup, bağlantısızlıktan kurtulma ve anlamlı bir varoluş duygusu hissetme açısından sosyal medya kullanmayanlara göre daha fazla fayda sağlamıştır. Ancak, sosyal kaygısı düşük bireyler arasında sosyal medya kullanımının bağlantı kopmasından kurtulma konusunda daha düşük bir etki yarattığı gözlemlenmiştir.

Çalışmanın bu kısmında sosyal kaygı ve sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Sosyal medya ve sosyal kaygı ile ilgili literatür incelendiğinde konuyla alakalı Alkış, Kadirhan ve Sat (2017) tarafından gerçekleştirilen “Development and Validation of Social Anxiety Scale for Social Media Users” isimli çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya platformlarından kaynaklanan sosyal kaygılarını ölçmek

için bir ölçek geliştirmek amaçlanmıştır. İki aşamada gerçekteştirilen çalışmanın ilk aşamasında 174 öğrenciden toplanan veriler sonucunda paylaşılan içerik kaygısı, mahremiyet kaygısı, etkileşim kaygısı ve kendini değerlendirme kaygısı olmak üzere dört boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Çalışmanın ikinci aşamasında Sosyal Medya Kullanıcılarına Yönelik Sosyal Kaygı Ölçeğinin dört faktörlü yapısını doğrulamak için 510 üniversite öğrencisinden toplanan veriler sonucunda ölçeğin geçerliliği kanıtlanmıştır. Araştırmada birinci grup öğrencilerinin (bilgi ve iletişim teknolojilerini yaygın olarak kullanan bölüm öğrencileri), ikinci grup öğrencilerine (yabancı dil eğitimi, eğitim bilimleri ve temel bilimler eğitimi alan öğrenciler) göre daha yüksek düzeyde kaygıya sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın bir diğer bulgusu ise kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla kaygı yaşamalarıdır. Aynı zamanda kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla mahremiyet endişesi yaşamaları araştırmanın bir diğer sonucudur.

Biglbauer ve Korajlija (2023) tarafından 1174 kadın katılımcı ile gerçekteştirilen “Do socially anxious and non-anxious individuals differ in their social media use?” isimli çalışmada sosyal kaygılı ve kaygısız bireylerin sosyal medya kullanım süreleri, sosyal medya kullanım türü ve dışardan alınan sosyal desteğin rolü gibi farklılıkların incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma bulgularından ilki sosyal kaygılı bireylerin ve kaygılı olmayan bireylerin sosyal medya kullanım sürelerinin farklılaşmadığı yönündedir. İkinci bulgu kaygılı bireylerin kaygısız bireylere göre sosyal medyayı daha az aktif bir şekilde kullandıkları olmuştur. Çalışmanın son bulgusu da dışardan alınan sosyal desteğin, sosyal medya kullanımı ve sosyal kaygı ilişkisini etkilemediği yönündedir.

Onyeaka, Firth, Ajayi ve diğerleri (2023) tarafından yapılan “Association between social media use and health promotion among individuals with depression and anxiety: Insights from the 2017–2020 Health Information National Trends Survey” isimli çalışmada genel nüfusun aksine kaygı veya depresyon yaşayan kişiler arasında sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi değerlendirmek, bu kişiler arasındaki sosyal medya kullanım eğilimlerini gözlemlemek ve sağlıklı yaşam tarzı davranışlarının benimsenmesi üzerindeki etkisini analiz etmek amaçlamaktadır. Bu çalışmada sağlık bilgileri, sağlık davranışları, kanser risk faktörleri ve iletişim teknolojisi ile ilgili veriler toplamak için 2003’ten beri her 1-3 yılda bir ABD yetişkin nüfusuna yönelik yapılan Ulusa Kanser Enstitüsü Sağlık bilgileri Ulusal Eğilimler Araştırmasının beşinci

yinelemesinden kesitsel veriler elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre depresyon veya kaygı yaşayan 4 bireyden 3'ü sosyal medya kullanmaktadır. Bir diğer araştırma bulgusu da depresyon ya da kaygı yaşayan bireylerin genel nüfusa kıyasla sağlıklı alakalı sosyal medya kullanımına katılma olasılıklarının daha yüksek olmasıdır.

Brailovskaia ve Margra (2023), tarafından gerçekleştirilen “Less sense of control, more anxiety, and addictive social media use: Cohort trends in German university freshmen between 2019 and 2021” isimli çalışmada 2019 ve 2021 arasında Ruhr bölgesindeki bir üniversiteye kayıt yaptıran ve sosyal medya kullanıcısı olan toplam 1378 birinci sınıf öğrencisiyle gerçekleştirilen çalışmada katılımcıların kontrol duygusu, kaygı belirtileri ve bağımlılık derecesine ulaşan sosyal medya kullanımı kohort eğilimleri araştırılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre katılımcıların kontrol hissi yıl geçtikçe azalmıştır. 2019-2021 yılları arasında birinci sınıf öğrencileri arasında kaygı belirtilerinde artış olduğu ortaya konmuştur. Günlük sosyal medya kullanımında ve bağımlılık yaratan sosyal medya kullanımında artış görülmüştür. Kaygı belirtilerinin, kontrol duygusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki negatif bağlantıya aracılık ettiği gözlemlenmiştir. Araştırmacılar, gerçek hayatta kontrol kaybı yaşayan ve bu kaybı sosyal medyada giderme eğiliminde olan kişilerin bağımlılık açısından yüksek risk altında olduğu varsayımını ortaya koymuştur.

İlgili literatür taraması sonucunda Arıkan, Acar ve Budak (2022) tarafından yapılan “A two-generation study: The transmission of attachment and young adults’ depression, anxiety, and social media addiction” isimli çalışmaya rastlanmaktadır. İstanbul’da iki üniversitede gerçekleştirilen çalışmaya öğrenciler ve aileleri katılım sağlamışlardır. Hem genç yetişkinlerden hem de ebeveynlerinden veri toplanarak ebeveyn bağımlılığının genç yetişkinlerin bağlanmasında, kaygı ve depresyonun sosyal medya bağımlılığına etkisini ölçmek amaçlanmıştır. Araştırma bulgularına göre ebeveynlerin bağlanma kaygısı, genç yetişkinlerin bağlanma kaygısını öngörürken, babanın bağlanmaktan kaçınması genç yetişkinlerin bağlanma kaçınması ile depresyon ve kaygı belirtileri arasındaki ilişkiyi dolaylı olarak öngörmüştür. Genç yetişkinlerin bağımlılık kaygısı ve kaçınmaları sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve kaygılarını yordamaktadır. Genç yetişkinlerin bağlanma kaygısı ile depresyon arasındaki ilişki dolaylı olarak ebeveynlerin bağlanma kaygısının bir sonucudur. Babanın bağlanma kaçınması, depresyon ve kaygı belirtileri ile genç yetişkinlerin bağlanma kaçınması

arasındaki ilişkiyi dolaylı olarak yordamaktadır. Annelerin bağlanma kaygısı, genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı üzerinde dolaylı bir etkiye sahiptir.

Marino, Manari, Vieno ve diğerleri (2023) tarafından gerçekleştirilen “Problematic social networking sites use and online social anxiety: The role of attachment, emotion dysregulation and motives” isimli çalışmada bütünleşmiş teori odaklı bir modelde problemlili sosyal medya kullanımı ve çevrimiçi sosyal kaygıya bağlanma, duygu düzensizliği ve güdülerin aracılık rolünün tespit edilmesi amaçlanmıştır. Amaç doğrultusunda yapılan çalışmada sosyal medya kullanımı ve çevrimiçi kaygının birbiriyle ilişkili olduğunu aynı zamanda bağlanma kaygısının da sorunlu sosyal medya kullanımı ve sosyal kaygı ile ilişkili olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Duygu düzensizliğinin, sorunlu davranışı azaltmak için bir tedavi hedefi olabileceği sonuçlar arasında yerini alırken başa çıkma ve uyum güdülerinin problemlili sosyal medya kullanımının ve çevrimiçi sosyal kaygının önemli öncülleri olduğu da araştırma sonuçlarındandır.

Woods ve Scott (2016) tarafından 467 İskoç ergenle gerçekleştirilen “#Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem” isimli çalışmada katılımcıların sosyal medya kullanımlarının uyku kalitesi, özsaygı, kaygı ve depresyon ile ilişkisi incelenirken genel ve geceye özel sosyal medya kullanımı ve sosyal medyaya duygusal yatırım düzeylerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Sosyal medyayı daha fazla kullanan katılımcılar ve sosyal medyayı duygusal olarak kullanan katılımcıların uyku kalitelerinin ve özgüvenlerinin daha düşük düzeydeyken kaygı ve depresyonlarının daha yüksek düzeyde olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Geceleri sosyal medya kullanan katılımcıların uyku kalitesindeki düşüklük bulgular arasındadır.

Vannucci, Flannery ve Ohannessian (2017) tarafından gerçekleştirilen “Social media use and anxiety in emerging adults” adlı çalışmada sosyal medya kullanımının yetişkinlerde kaygı belirtileri ve şiddeti üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. ABD’de 563 yetişkin bireyle gerçekleştirilen çalışmada sosyal medya kullanımının artmasıyla kaygı belirtilerinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

İlgili literatürün incelenmesi sonucunda Azhari, Toms, Pavlopoulou, Esposito, Dimitriou (2022), tarafından gerçekleştirilen “Social media use in female adolescents: Associations with anxiety, loneliness, and sleep disturbances” isimli çalışmaya

rastlanmaktadır. Doğu Anglia'daki Further Education College'de 16-19 yaşları arasındaki 41 kız öğrenciyle yapılan çalışmada sosyal medya kullanımının ergen kız öğrencilerde kaygı, uyku ve yalnızlık ile ilişkisini incelemek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, sosyal medya bağımlılığı olan kullanıcıların bağımlı olmayan kullanıcılara göre daha fazla yalnızlık ve daha fazla uykusuzluk çektikleri bulunmuştur. Tüm katılımcıların en az iki sosyal medya uygulamasını kullandıkları ve en çok tercih ettikleri uygulamanın Snapchat olduğu bulgular arasındadır. Ayrıca katılımcıların %68,3'ü sosyal medyada geçirdikleri zamanı kısıtlamaya çalıştıklarını fakat başarılı olamadıklarını bildirmişlerdir.

O'Day ve Heimberg (2021), tarafından gerçekleştirilen "Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review" isimli çalışmada sosyal medya kullanımı üzerinden sosyal kaygı ve yalnızlık incelenmektedir. Araştırma bulgularına göre; Sosyal kaygı ve yalnızlık duyguları yaşayan bireylerin, kişilerarası bağlantı ve ilişkilerin yokluğunu telafi etmek için sıklıkla sosyal medya platformlarına yönelmeleri, çevrimiçi platformların, sosyal kaygı ve yalnızlık yaşayan bireyler için her zaman istenilen desteği veremeyeceği, sosyal medyanın problemlili kullanımının genellikle hem sosyal kaygı yaşayan hem de yalnız hisseden kişilerle bağlantılı olduğu, özellikle de kendini yalnız hisseden bireylerin, sorunlu sosyal medya kullanımı açısından daha yüksek risk altında oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır.

### **2.1.2. Algılanan Sosyal Destek**

Duru (2008) sosyal desteği bireyin duygusal, sosyal, bilgisayar ve araçsal ihtiyaçlarını çevresinin yardımlarıyla karşılaması durumu olarak tanımlamaktadır. Sosyal destek, bireyin yaşamındaki stresle başa çıkmasına, güçlükleri aşmasına ve duygusal ihtiyaçlarını karşılamasına yardımcı olmaktadır. Bu destek genellikle aile üyeleri, arkadaşlar, iş arkadaşları, özel insan, komşular veya diğer sosyal bağlantılar aracılığıyla sağlanabilir. Norris ve Kaniasty (1996)'ye göre sosyal destek, insanların ihtiyaç duydukları sosyal bağlantıları, kendilerini tanımladıkları gruplar ve sürdürdükleri ilişkiler aracılığıyla elde ettikleri bir çerçeve olarak nitelendirilebilir.

Sosyal destek kavramı stres altında ya da güç durumda olan bireyin çevresindeki insanlardan ilgi, sevgi, saygı, takdir ve güven görmesinin yanında bilgi edinme ve maddi yardım (Malecki & Demary, 2002) gibi sosyal, psikolojik ve ekonomik destekleri de

içermektedir (Yardımcı & Başbakkal, 2007). Bireyin bir topluluk içinde önemsendiği, sevildiği, değer verildiği, saygı duyulduğu ve aynı zamanda ortak sorumluluklar ağının bir üyesi olduğu hissini aktaran bilgi eylemi olarak kabul edilmektedir (Cobb, 1976). Her türlü yaşam halinde bireyin ihtiyacının karşılanmasında olduğu gibi, biyo-psiko-sosyal iyi oluş halinin güçlenmesi, korunması ve sürdürülmesi bakımından da son derece önemlidir (Özbeşler, 2001). Aile ve arkadaş gibi bireyi destekleyen gruplar, kriz anlarında bireyin zorlukların üstesinden gelmesinde önemli derecede yararlı olmaktadır. Bu desteği alan bireyler, güçlerini toparlayıp onları başarıya ulaştıracak yetenek ve becerilerini geliştirerek, yeterliliklerini arttırıp özel amaçlarını geliştirmektedirler (Özkalp & Kırel, 2010). Sosyal destek, yakın bir tanıdıktan maddi yardım veya bir aile üyesinden duygusal yardım gibi çeşitli şekillerde gelebilmektedir.

Sosyal destek kavramı alınan ve algılanan olmak üzere iki ayrı kategoriye ayrılmaktadır (Tolan, Tümer, & Yıldırım, 2022). Birincisi, bireyin başkalarından aldığı somut yardım türleriyle ilgiliyken, ikincisi, bireyin başkalarından aldığını hissettiği desteğin miktarıyla ilgilidir. Bireyler sosyal desteği hem dijital hem de fiziksel kaynaklardan algılayabilmektedir. Daha basit bir ifadeyle, insanların gerçek hayatta yakın arkadaşları ve ailelerinin sağladığı desteğe güvenmenin yanı sıra, internet aracılığıyla da sosyal destek aramaları ve almaları mümkündür (Kavaklı & Yalçın, 2019).

Kavaklı ve Yalçın (2019) tarafından gerçekleştirilen “İnternet Bağımlılığı ve Algılanan Stres İlişkisinin Algılanan Sosyal Destek Açısından İncelenmesi” adlı çalışma Necmettin Erbakan Üniversitesi’nde öğrenim gören 346 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Genç bireylerin internet bağımlılığı ve algılanan stres düzeyleri arasındaki ilişkinin algılanan sosyal destek açısından incelenmesini amaçlayan çalışmanın bulgularına göre, internet bağımlılığı, algılanan stresi pozitif yönde yordamaktadır. Yani, internet bağımlılığı arttıkça bireylerin algıladığı stres düzeyi de artmaktadır. Ayrıca, internet bağımlılığı ile algılanan sosyal destek arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu da demek oluyor ki, internet bağımlılığı arttıkça algılanan sosyal destek düzeyi azalmaktadır. Benzer şekilde, algılanan stres ile algılanan sosyal destek arasında da negatif bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, stresin arttıkça bireylerin algıladığı sosyal destek düzeyinin azaldığını göstermektedir. Algılanan sosyal desteğin, internet bağımlılığı ve algılanan stres arasındaki ilişkide aracı değişken olarak rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani, algılanan sosyal destek, internet bağımlılığı ile

algılanan stres arasında bir bağlantı kurarak bu iki değişken arasındaki ilişkiyi etkilemektedir.

Duru (2008) tarafından Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesinin farklı bölümlerinde öğrenim gören 198 öğrenciyle gerçekleştirilen “Üniversiteye Uyum Sürecinde Yalnızlığı Yordamada Sosyal Destek ve Sosyal Bağlılığın Doğrudan ve Dolaylı Rollerini” isimli çalışmanın amacı, sosyal bağlılık ve sosyal desteğin yalnızlık üzerine doğrudan ve dolaylı rollerinin üniversiteye uyum süreci çerçevesinde incelenmesidir. Çalışmanın bulguları, sosyal destek ve sosyal bağlılığın yalnızlıkla negatif, uyum zorluklarının ise yalnızlıkla pozitif yönde anlamlı ilişkiler içinde olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, güçlü sosyal destek ve bağlılık düzeylerinin genellikle yalnızlık duygusunu azaltıcı bir etkisi olduğunu, ancak artan uyum zorluklarının yalnızlık duygusunu artırıcı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, bulgular sosyal destek, sosyal bağlılık ve uyum zorluklarının, yalnızlığın önemli yordayıcıları olduğunu göstermektedir. Yani, bireyin sosyal destek düzeyi, sosyal bağlılık düzeyi ve uyum zorlukları, yalnızlık düzeyini anlamının önemli belirleyicileridir. Analiz sonuçlarına göre, sosyal destek ve sosyal bağlılık, uyum zorlukları-yalnızlık ilişkisinde dolaylı roller üstlenmektedir. Başka bir deyişle, sosyal destek ve sosyal bağlılık, yalnızlığı doğrudan etkileme yeteneğinin yanı sıra, aynı zamanda uyum zorlukları ile yalnızlık arasındaki ilişkide etkili ara değişkenler olarak işlev görmektedirler. Bu, sosyal destek ve bağlılığın sadece bireyin sosyal durumuyla değil, aynı zamanda bireyin uyum zorluklarıyla da ilişkili olarak yalnızlık düzeyini etkileyebilecekleri anlamına gelmektedir.

Tras, Öztemel ve Baltacı (2019) tarafından, Konya’da farklı üniversitelerde öğrenim görmekte olan 484 öğrenciyle gerçekleştirilen “Role of Problematic Internet Use, Sense of Belonging and Social Appearance Anxiety in Facebook Use Intensity of University Students” isimli çalışmada üniversitede öğrencilerinin Facebook kullanım düzeylerinde problemler, internet kullanımı, aidiyet duygusu ve sosyal görünüş kaygısının rolünü incelemek amaçlanmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, katılımcıların Facebook Yoğunluk Ölçeği puan ortalamaları ile Sorunlu İnternet Kullanımı Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puan ortalamaları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlar, Facebook kullanımının yoğunluğunun arttıkça, katılımcıların sorunlu internet kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca, yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre, sosyal

görünüm kaygısı ve problemleri internet kullanımı ile genel aidiyet duygusu ortalama ölçek puanlarının, Facebook Yoğunluk Ölçeği puanlarını anlamlı düzeyde yordadığını göstermektedir. Yani, katılımcıların Facebook kullanımı ile ilişkilendirilen bu faktörler, genel aidiyet duygusu, sosyal görünüm kaygısı ve problemleri internet kullanımı üzerinde etkili olmaktadır.

Algılanan sosyal destek ile ilgili literatür taraması sonucunda Duru'nun (2008) Pamukkale Üniversitesinde 404 öğrenci ile üniversite öğrencilerinin yalnızlık düzeylerini belirlemede sosyal destek ve sosyal bağlılık değişkenlerinin rollerini araştıran “Yalnızlığı Yordamada Sosyal Destek ve Sosyal Bağlılığın Rolü” isimli çalışmaya rastlanmaktadır. Araştırma sonuçları; sosyal bağlılık, arkadaş, aile ve özel insan desteğinin yalnızlıkla negatif ilişkili olduğu yönündedir. Bulgulara göre; öğrencilerin arkadaşlarından, ailesinden ve özel bir insandan aldığı desteğin artmasıyla yalnızlık düzeyi azalmaktadır. Aile desteği yalnızlığı belirlemezken, arkadaş desteği, özel insan desteği ve sosyal bağlılığın yalnızlığı önemli derecede yordadığı sonuçlar arasındadır. Sosyal bağlılık-arkadaş desteği birlikte yalnızlığı yordamazken, sosyal bağlılık-aile desteği ve sosyal bağlılık-özel insan desteği birleşik etkilerinin yalnızlığı yordadığı belirlenmiştir. Araştırmanın son bulgusu ise aile desteği, özel insan desteği ve yalnızlık arasındaki olumsuz ilişki sosyal bağlılığı düşük olan öğrencilerde daha güçlü olduğudur.

Sosyal medya kullanımı, algılanan sosyal destek ve mutluluk arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Çolak ve Doğan (2016) tarafından Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesinde 717 öğrenci ile gerçekleştirilen “Does the Use of Social Media Ensure Social Support and Happiness?” isimli araştırmada sosyal medya kullanımının sosyal destek ve mutluluğu yordadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Shaw ve Gant (2002) tarafından gerçekleştirilen “In defense of the internet: the relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support” isimli çalışmada internet kullanımının, kullanıcıları olumlu bir şekilde etkileyebileceğini savunmuşlardır. Anonim bir kişiyle beş sohbet oturumu gerçekleştiren katılımcılara farklı aralılarla depresyon, yalnızlık, özsaygı ve sosyal desteği belirlemek için ölçekler uygulanmıştır. Araştırma sonucunda internet kullanımının yalnızlık ve depresyonun azaltırken, algılanan sosyal destek ve özsaygıyı büyük ölçüde arttırdığı görülmüştür.



Luchtefeld ve Jordan (2022) tarafından ABD’de 1360 katılımcı ile gerçekleştirilen “Individual differences influencing the relationship between online social support and addictive use of social media” isimli çalışmanın amacı sosyal medya kullanımını ve özellikle sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımına neyin katkıda bulunduğunu incelemektir. Çalışmada çevrimiçi sosyal destek ile sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımı arasındaki ilişkinin yanı sıra, sosyal kaygı ve çevrimdışı sosyal desteğin potansiyel düzenleyici rolleri araştırılmıştır. Çalışma bulgularında, çevrimiçi sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı eğilimleri arasında bir ilişki tespit edilmiştir. Yani, bireylerin çevrimiçi sosyal destek düzeyi arttıkça, sosyal medya bağımlılığı eğilimleri de artış göstermektedir. Aynı şekilde, sosyal kaygı ile sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımı arasında bir ilişki belirlenmiştir. Bu da bireylerin sosyal kaygı düzeylerinin yükseldikçe, sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımına daha fazla eğilim gösterdikleri anlamına gelmektedir. Düşük çevrimdışı sosyal destek ile sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımı arasında negatif bir ilişki saptanmıştır. Yani, bireylerin çevrimdışı sosyal destek düzeyi azaldıkça, sosyal medya bağımlılığı eğilimleri artış göstermektedir. Son olarak, çevrimiçi sosyal desteği yüksek, çevrimdışı sosyal desteği düşük ve sosyal kaygısı yüksek olan bireylerin sosyal medya bağımlısı olma olasılıklarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Yani, çevrimiçi sosyal destek düzeyi yüksek olmasına rağmen çevrimdışı sosyal destek düzeyi düşük ve sosyal kaygı düzeyi yüksek olan bireyler, sosyal medya bağımlılığına daha fazla eğilim gösterme olasılığı taşımaktadır.

### 3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### YÖNTEM ve METODOLOJİ

Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma yöntemi, sayısal verilerin toplanarak, analiz edildiği ve yorumlandığı bir araştırma sürecini ifade etmektedir. Bu metodoloji, araştırmacının sosyal olguları sayısal verilerle inceleyerek, aralarındaki nedensellik ilişkilerini ortaya koymaktadır. Bu tür araştırmalarda, nicel veriler, laboratuvar deneyleri ya da gözlemlerle elde edilebileceği gibi, aynı zamanda alan araştırmalarında yapılan gözlemler, anketler veya yapılandırılmış görüşmeler yoluyla da toplanabilmektedir (Demir T. T., 2021). İlişkisel araştırma desenine göre tasarlanan çalışma sosyal medya bağımlılığı, genel aidiyet düzeyi, algılanan sosyal destek ve kaygı değişkenleri arasındaki ilişkiyi analiz etmektedir. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasındaki birlikte değişimi belirlemeyi hedefleyen bir tarama yaklaşımını temsil etmektedir. Bu modelde, değişkenlerin bir arada değişip değişmediği incelenmekte; eğer bir değişim varsa, bu değişimin nasıl meydana geldiği anlaşılmaya çalışılmaktadır (Bahtiyar & Can, 2016). Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Çalışma verisi toplanırken kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örneklem yöntemi araştırmacının belirlediği kriterlere göre tesadüfi olmayan bir şekilde seçilen örnek kesiminin ana kütleden çıkarılmasıdır (Haşiloğlu, Baran, & Aydın , 2015). Hazırlanan e-anket formu Karabük ilinde yaşayan 400 kişiye ulaştırılmış ve 370 katılımcıdan geri dönüş alınmıştır. Hatalı ve eksik doldurulan anket formlarının elenmesinin ardından, ters kodlanmış kontrol sorusuna aynı cevabı veren katılımcı formlarının elenmesi sonucu 296 anket formu kalmış ve analizler sağlıklı olduğu kabul edilen bu veri seti üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya dahil olan katılımcıların demografik bilgileri tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Çalışma katılımcılarının demografik bilgileri

		Frekans	Yüzde
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	219	74
	Erkek	77	26
<b>Eğitim Hayatı Devam Etme Durumu</b>	Evet	162	55
	Hayır	134	45
<b>Çalışma Durumu</b>	Tam zamanlı	94	32
	Yarı zamanlı	25	8
	Çalışmıyor/Emekli	177	60
<b>İlişki Durumu</b>	Evli	76	25
	Uzun süreli ilişki	52	18
	Kısa süreli ilişki	20	7
	Yalnız	148	50
<b>Hanede yaşayan kişi sayısı</b>	Yalnız	12	4
	2	68	23
	3	59	20
	4	91	31
	5+	66	22
<b>Toplam</b>		296	100

Çalışmada Bergen sosyal medya bağımlılık ölçeği (BSMBÖ), spielberger sürekli kaygı ölçeği (SSKÖ), genel aidiyet ölçeği (GAÖ) ve çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği (ÇBASDÖ) olmak üzere 4 ölçek kullanılmıştır. Bergen sosyal medya bağımlılık ölçeği Andreassen (2016) ve diğerleri tarafından geliştirilmiş 6 ifadeli ve tek boyutlu bir ölçektir. Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenirlik çalışması Demirci (2019) tarafından yapılmıştır. Charles Spielberger (1972) tarafından geliştirilen kaygı envanteri durumluk ve sürekli kaygı boyutları olmak üzere iki boyutludur. Bu alt boyutlar birbirinden ayrı olarak kullanılabilir. Bu çalışmada kaygı ölçeğinin sürekli kaygı alt ölçeği kullanılmıştır. Kaygı ölçeğinin Türkçe geçerlilik ve güvenirlik çalışması Öner ve LeCompte (1983) tarafından yapılmıştır. Genel aidiyet ölçeği Malone, Pillow ve Osman (2012) tarafından geliştirilmiştir. Genel aidiyet ölçeği iki alt boyuttan oluşmaktadır. Ters

çevrilmiş ifadeler aracılığı ile oluşturulan bu boyutlar olumlu ve olumsuz ifadelerden oluşmaktadır. Olumlu ifadelerden oluşan boyutu sosyal kabul, ters çevrilmiş ifadelerden oluşan boyutu sosyal dışlanma algısını ölçtüğü kabul edilmektedir. Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenirlik çalışması Duru (2015) tarafından yapılmıştır. Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği Zimet vd. (1988) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar aile üyelerinden gelen sosyal destek algısı, arkadaşlardan gelen sosyal destek algısı ve özel bir ilişkiden kaynaklanan sosyal destek algısı şeklindedir. Çok boyutlu sosyal destek ölçeğinin Türkçe geçerlilik ve güvenirlik çalışması Eker ve Arkar (1995) tarafından yapılmıştır. Hipotez testlerini yapmadan önce çalışmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliği ve güvenirlik katsayıları incelenmiştir. Ölçek yapı geçerliliği için doğrulayıcı faktör analizi, güvenirlik katsayısı olarak Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır. Ölçek uyum iyiliği değerleri ve güvenirlik katsayıları tablo 2’de gösterilmiştir.

**Tablo 2:** Ölçek geçerlilik ve güvenirlik test sonuçları

		X2/df	GFI	NFI	CFI	TLI	RMSEA	Cronbach Alfa
<b>BSMBÖ</b>		1,71	,997	,973	,988	,975	,049	,766
<b>SSKÖ</b>		1,73	,987	,907	,957	,947	,050	,878
<b>GAÖ</b>								
	Algılanan Sosyal Kabul/Destek	0,571	1,000	,985	1,000	1,020	,000	,743
	Algılanan Sosyal Red/Dışlanma	0,084	1,000	1,000	1,000	1,015	,000	,839
<b>ÇBASDÖ</b>		2,16	,993	,958	,977	,968	,063	,929

Ölçek güvenirliği için Cronbach alfa katsayısının 0,70’in üzerinde olması ölçeğin kabul edilebilir güvenirlik katsayısını sağladığını göstermektedir (Nunnally, 1994). Ölçeklerin güvenirlik katsayıları incelendiğinde tüm ölçeklerin ve alt boyutların güvenirlik katsayısını sağladığı görülmektedir. Güvenirlik analizi ile eş zamanlı olarak ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek üzere doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Doğrulayıcı faktör analizinde yer alan ifadelerin en az 0,40 (Brown, 2015) ya da 0,30 (Hair & Anderson, 2010) olması gerekmektedir. Bu çalışmada 0,40 değeri eşik kabul edilmiş ve bu değer altında faktör yükü gösteren ifadeler ölçeklerden çıkarılmıştır. Bu bağlamda Genel aidiyet ölçeğinde yer alan 7'nci ifade ile Spielberger sürekli kaygı ölçeğinde yer alan 3,4,7,14 ve 19'uncu ifadeler kapsam dışı bırakılmış ve ölçeklere yönelik hipotez testleri geri kalan ifadelerle yapılmıştır. Ölçek uyum iyiliği değerleri için Ki-Kare Uyum Testi ( $\chi^2/sd$ ), Uyum iyiliği indeksi (GFI), Normlandırılmış uyum indeksi (NFI), Tucker-Lewis İndeksi (TLI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI) ve Yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA) değerlerine bakılmıştır (Uedufy, 2023). Tablo incelendiğinde ölçek değerlerinin kabul edilebilir aralıkta olduğu görülmüş ve ölçeklerin yapı geçerliliği kabul edilmiştir. Ölçeklerin normallik dağılımı için çarpıklık ve basıklık değerleri kontrol edilmiştir. Normallik dağılımı için farklı yaklaşımlar olsa da bu çalışmada Tabachnick ve Fidell'in (2012) önerdiği çarpıklık ve basıklık değerlerinin - ve + 1 değerleri arasında olması normal dağılım için kriter kabul edilmiştir. Ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerleri tablo-3'te gösterilmiştir. Veriler incelendiğinde ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım kriterlerini sağladığı görülmüştür. Bu aşamadan sonra hipotez testlerine geçilmiş ve analizlerde parametrik testler kullanılmıştır.

**Tablo 3:** Ölçek çarpıklık ve basıklık değerleri

		<b>Çarpıklık</b>	<b>Basıklık</b>
<b>BSMBÖ</b>		0,036	-0,786
<b>SSKÖ</b>		0,091	-0,220
<b>GAÖ</b>			
	Algılanan Sosyal Kabul/Destek	-0,606	-0,301
	Algılanan Sosyal Red/Dışlanma	0,999	0,282
<b>ÇBASDÖ</b>		-0,833	-0,103

## BULGULAR

Öncelikle değişkenler arası korelasyon incelenmiş ve sonuçlar tablo-4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4:** Çalışma değişkenleri arası korelasyon tablosu

	GAÖ Sosyal Kabul	GAÖ Sosyal Dışlanma	ÇBASDÖ Algılanan Genel Destek	ÇBASDÖ Algılanan Aile Desteği	ÇBASDÖ Algılanan Arkadaş Desteği	ÇBASDÖ Algılanan Özel İlişki Desteği	SSKÖ
<b>BSMBÖ</b>	-0,177**	0,270***	-0,156**	-0,213***	-0,039ns	-0,103ns	0,435***
<b>SSKÖ</b>	-0,365***	0,464***	-0,379***	-0,399***	-0,246***	-0,228***	-

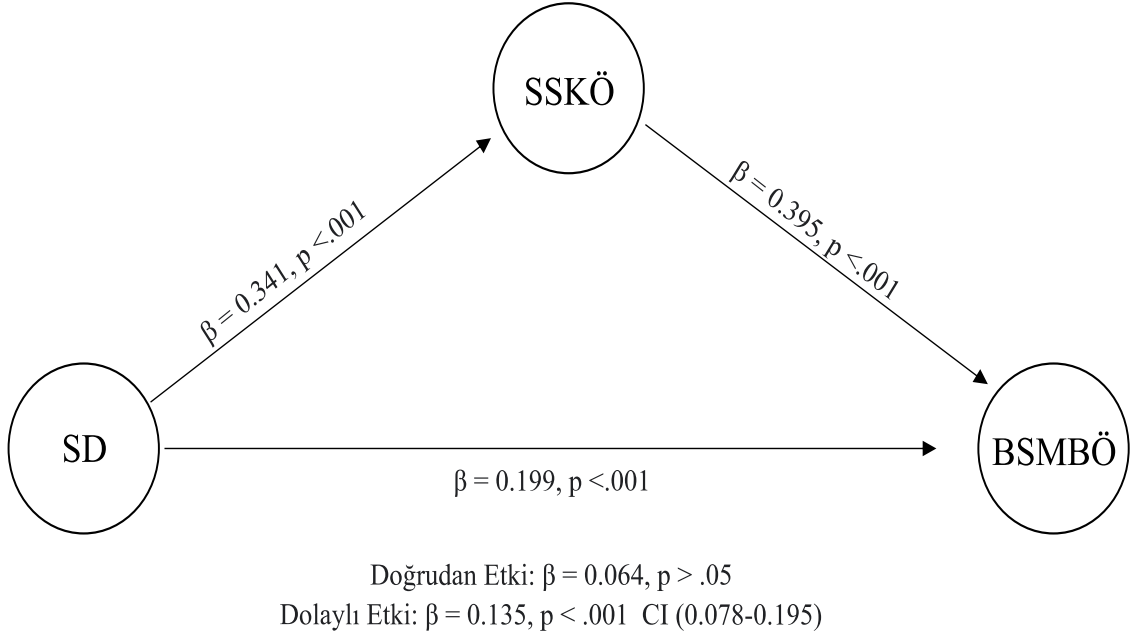
\* =  $p \leq 0.5$  , \*\* =  $p \leq 0.01$  , \*\*\* =  $p \leq 0.001$  , ns =  $p \geq 0.5$

Veriler incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı değişkeninin, genel aidiyet ölçeği sosyal kabul alt boyutu ile anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki kurduğu; genel aidiyet ölçeğinin sosyal dışlanma alt boyutu ile ise anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki kurduğu görülmektedir. Bu kapsamda *H1a* ve *H1b* hipotezleri kabul edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı değişkeninin, Algılanan genel sosyal destek ile anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki kurduğu görülmektedir, bu bağlamda *H2* hipotezi kabul edilmiştir. Ancak Algılanan sosyal destek ölçeğinin alt boyutlarının sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi incelendiğinde algılanan arkadaş desteği ve algılanan özel ilişki desteği ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken, algılanan aile desteği ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki görülmektedir. Bu durumda algılanan genel destek değişkeni ile sosyal medya bağımlılığı değişkeni arasındaki anlamlı ve negatif yönlü ilişkinin algılanan aile desteğinden kaynaklandığı; arkadaş ve özel ilişki desteğinin bu konuda anlamlı bir rol oynamadığı görülmektedir. Diğer taraftan sosyal medya bağımlılığı ile Spielberger sürekli kaygı ölçeği arasında da anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki kurduğu görülmektedir. Değişkenler arasında sosyal medya bağımlılığı ile en güçlü ilişkinin sürekli kaygı ve sosyal dışlanma değişkenleri tarafından kurulduğu görülmektedir.

Bu noktada bu çalışma açısından önemli olan bir diğer değişken olan Spielberger sürekli kaygı ölçeğinin, diğer değişkenlerle ilişkisi incelenmiş ve sonuçlar tablo-4'te

gösterilmiştir. Sürekli kaygı değişkeni en güçlü ilişkileri sosyal dışlama, algılanan aile desteği ve sosyal kabul değişkenleri ile kurmaktadır. Bu bağlamda sürekli kaygı ile sosyal medya bağımlılığı arasında nedensel bir ilişki olduğu düşünülebilir. Sosyal medya bağımlılığının; sosyal dışlanma algısı ya da sosyal kabul ve algılanan sosyal destekteki düşüşe karşı üretilmiş bağımlı bir değişken olduğu düşünülebilir. Bu bağlamda sosyal dışlanma, sürekli kaygı algısı ve sosyal medya bağımlılığı değişkenleri arasında yapısal eşitlik modellemesi kurulmuş ve model test edilmiştir. Verilerin normal dağılım göstermesi nedeni ile maximum likelihood hesaplama yöntemi kullanılarak kovaryans matrisi oluşturulmuştur. Analiz sonucunda modelin uyum iyiliği değerleri incelenmiş ve model kabul edilmiştir ( $p < .001$ ;  $\chi^2/sd = 1,170$ ;  $GFI=0,883$ ;  $NFI = 0,835$ ,  $TLI = 0,915$ ;  $CFI = 0,923$  and  $RMSEA = 0,049$ ). Ölçme modelinin doğrulanmasından sonra örtük değişkenli yapısal model test edilmiş ve sonuçlar şekil-1 ile gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre sürekli kaygı değişkeni sosyal medya bağımlılığını anlamlı bir şekilde yordarken ( $\beta=0.51$ ,  $p < .001$ ), sosyal dışlanma değişkeninin doğrudan etkisi anlamlı değildir ( $p > .05$ ).

Yapısal eşitlik modelinin doğrulanmasının ardından H3 hipotezini test etmek üzere aracılık analizi yapılmıştır. Aracılık etkisi bootstrap yöntemi ile test edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre sürekli kaygı değişkeninin, sosyal dışlanma ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde tam aracılık etkisi gösterdiği ve aracılık etkisinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ( $\beta= 0.395$ ,  $CI [0.254 - 0522]$ ). Bu sonuca göre H3 hipotezi kabul edilmiştir. Aracılık testi sonuçları şekil-1'de gösterilmiştir.



**Şekil 1:** Sosyal Dışlanma (SD), Spielberger Sürekli Kaygı Ölçeği (SSKÖ), Bergen Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (BSMBÖ) Aracılık Analizi

Hipotez testlerinin gerçekleştirilmesinin ardından, katılımcıların algılanan sosyal destek, genel aidiyet düzeyi, sürekli kaygı algısı ve sosyal medya bağımlılığını etkileyebileceği düşünülen demografik sorular ile ilgili değişkenler arasında T-testi ve Anova testleri gerçekleştirilmiştir.

Hanede yaşayan kişi sayısı ile sürekli değişkenler arası ilişkiyi test etmek üzere yapılan Anova test sonucuna göre hanede yaşayan kişi sayısı ile algılanan sosyal destek, genel aidiyet düzeyi, sürekli kaygı algısı ve sosyal medya bağımlılığı konusunda anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ( $p > .05$ ).

İlişki durumu ve sürekli değişkenler arası yapılan analiz sonucunda ilişki durumunun sosyal medya bağımlılığı, sürekli kaygı algısı ve sosyal kabul değişkenleri konusunda anlamlı farklılıklar ürettiği görülmüştür. İlişki durumu ve sosyal medya bağımlılığına yönelik ANOVA test sonuçlarını tablo – 5’te gösterilmiştir.



**Tablo 5:** İlişki durumu ve Sosyal Medya Bağımlılığı ilişkisine yönelik ANOVA test sonuçları

	<b>Kareler Toplamı</b>	<b>Sd</b>	<b>Kareler Ortalaması</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	
<b>Gruplar Arası</b>	24,770	3	8,257	9,222	,000	
<b>Gruplar İçi</b>	261,447	292	,895			
<b>Toplam</b>	286,218	295				
<b>Gruplar</b>	<b>N</b>	$\bar{x}$	<b>Ss</b>	<b>Evli</b>	<b>Uzun Süreli İlişki</b>	<b>Kısa Süreli İlişki</b>
<b>Evli</b>	76	2.41	0,969		<.05	<.05
<b>Uzun Süreli İlişki</b>	52	3,08	0,801	<.05		>.05
<b>Kısa Süreli İlişki</b>	20	3,40	1,04	<.05	>.05	
<b>İlişkim Yok</b>	148	2,95	0,98	<.05	>.05	>.05

İlişki durumu ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisine yönelik analiz sonuçlarına göre, ilişki durumu sosyal medya bağımlılığı konusunda anlamlı bir fark oluşturmaktadır [ $F(3,293)=9,222$ ,  $p = .000$ ]. Post-hoc analiz sonuçlarına bakıldığında evli olanların, diğer kategorilere göre anlamlı bir şekilde daha az sosyal medya bağımlılık eğilimi gösterdiği görülmektedir. Ancak uzun süreli ilişki, kısa süreli ilişki ve ilişkim yok kategorileri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Sürekli kaygı değişkeni ve ilişki durumuna yönelik farklılıkları tespit etmek üzere yapılan ANOVA test sonucuna göre ilişki durumuna göre sürekli kaygı değişkeni anlamlı bir farklılık göstermektedir [ $F(3,293)= 5,723$ ,  $p = .001$ ]. Test sonuçları tablo-6'da gösterilmiştir. Post hoc analiz sonuçlarına göre evli kategorisi en az sürekli kaygı ortalaması gösterirken, sırasıyla uzun süreli ilişki, kısa süreli ilişki ve ilişkim yok kategorilerine doğru sürekli kaygı ortalaması artmaktadır. Anlamlı farklılık evli kategorisi ile ilişkim yok kategorisi arasında bulunmaktadır.

**Tablo 6:** İlişki durumu ve Sürekli Kaygı ilişkisine yönelik ANOVA test sonuçları

	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	
Gruplar Arası	5,330	3	1,777	5,723	,001	
Gruplar İçi	90,638	292	,310			
Toplam	95,968	295				
Gruplar	N	$\bar{x}$	Ss	Evli	Uzun Süreli İlişki	Kısa Süreli İlişki
Evli	76	2,46	,571			
Uzun Süreli İlişki	52	2,64	,479	>.05		
Kısa Süreli İlişki	20	2,73	,606	>.05	>.05	
İlişkim Yok	148	2,79	,567	<.05	>.05	>.05

İlişki durumu ve sosyal dışlanma algısına yönelik Anova test sonuçlarına göre ilişki durumu kategorileri sosyal dışlanma algısı konusunda anlamlı bir farklılık yaratmamaktadır ( $p>.05$ ).

İlişki durumu ve sosyal kabul algısı ilişkisine bakıldığında, ilişki durumunun sosyal kabul değişkeni üzerinde anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir [ $F(3,293)=3,412, p = .018$ ]. İlişki durumu ve sosyal kabul arası ilişkiye yönelik Anova test sonuçları tablo 7’de gösterilmiştir. Post hoc analiz sonuçlarına göre sosyal kabul konusunda anlamlı farklılık evli kategorisi ile ilişkim yok ve kısa süreli ilişkim var kategorileri arasında oluşmaktadır. Evli kategorisi en yüksek sosyal kabul algısını üretirken, ilişkim yok ve kısa süreli ilişkim var kategorisi en düşük ortalamayı üretmektedir.

**Tablo 7:** İlişki durumu ve Sosyal Kabul ilişkisine yönelik ANOVA test sonuçları

	<b>Kareler Toplamı</b>	<b>Sd</b>	<b>Kareler Ortalaması</b>	<b>F</b>	<b>p</b>	
<b>Gruplar Arası</b>	9,693	3	3,231	3,412	.018	
<b>Gruplar İçi</b>	276,543	292	,947			
<b>Toplam</b>	286,236	295				
<b>ANOVA Testi Sonuçları</b>						
<b>Gruplar</b>	<b>N</b>	$\bar{x}$	<b>Ss</b>	<b>Evli</b>	<b>Uzun Süreli İlişki</b>	<b>Kısa Süreli İlişki</b>
<b>Evli</b>	76	5,87	,891			
<b>Uzun Süreli İlişki</b>	52	5,62	1,02	>.05		
<b>Kısa Süreli İlişki</b>	20	5,27	,903	<.05	>.05	
<b>İlişkim Yok</b>	148	5,48	1,00	<.05	>.05	>.05

Ölçek değişkenleri ile çalışma durumu arasında yapılan ANOVA test sonuçlarına göre çalışma durumu, ölçek değişkenleri konusunda anlamlı bir farklılık üretmemektedir ( $p>.05$ ). Çalışma katılımcılarının eğitim seviyeleri ile ölçek değişkenleri arasında yapılan ANOVA test sonucuna göre öğrenim seviyesi ölçek değişkenleri konusunda anlamlı bir fark üretmemektedir ( $p>.05$ ).

Cinsiyet kategorisi ile çalışma değişkenleri arasında yapılan bağımsız gruplar T-testi sonucuna göre cinsiyet kategorisi algılanan genel destek, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı değişkenleri konusunda anlamlı bir farklılık üretmektedir. Test sonuçları tablo- 8 de gösterilmiştir. Bu sonuçlara göre cinsiyet kategorisinde kadınların algıladıkları sosyal destek ( $t=2,86$ ,  $p<.05$ ) sürekli kaygı seviyeleri ( $t=3,37$ ,  $p<.05$ ) ve sosyal medya bağımlılık seviyeleri erkeklerden anlamlı bir şekilde yüksektir ( $t=2,42$ ,  $p<.05$ ). Çalışmanın katılımcıları cinsiyet konusunda eşit bir dağılım sergilememektedir. Bu nedenle cinsiyet konusunda yapılan çıkarımlar genelleme yapılabilir olmaktan uzaktır.

**Tablo 8:** Cinsiyet kategorisi ve ölçek değişkenleri arası bağımsız gruplar T-testi sonuçları

Gruplar	Sürekli Değişken	N	$\bar{x}$	Ss	sd	t	p
Kadın	Algılanan Sosyal Destek	219	5,87	1,05	294	2,86	,005
Erkek		77	5,45	1,22			
Kadın	Sosyal Medya Bağımlılığı	219	2,95	,99	294	2,42	,016
Erkek		77	2,63	,93			
Kadın	Sürekli Kaygı	219	2,74	,54	294	3,37	,001
Erkek		77	2,49	,59			

Okul hayatının devam etme durumu algılanan genel destek, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı değişkenleri konusunda anlamlı bir farklılık oluşturmaktadır. Okul hayatına yönelik ifade ile çalışma değişkenleri arasında yapılan bağımsız gruplar t-testi sonuçları tablo-9'da gösterilmiştir. Yapılan bağımsız gruplar t-testi sonucuna göre okul hayatı devam edenlerin algıladıkları sosyal destek, okul hayatı bitenlere oranla anlamlı bir biçimde daha düşüktür ( $t=-2,36$ ,  $p<.05$ ). Okul hayatın devam edenlerin sürekli kaygı seviyeleri ( $t=3,24$ ,  $p<.05$ ) ve sosyal medya bağımlılık seviyeleri de ( $t=2,11$ ,  $p <.05$ ) okul hayatı bitmiş olanlara göre daha yüksektir. Bu sonuçlara göre bireylerin sosyal hayata karışmak için kullandıkları önemli kurumlardan biri olan okulun algılanan sosyal desteği arttırmadığı, bireylerin deneyimlediği sürekli kaygı seviyesini arttırdığı ve sosyal medya bağımlılık seviyesini arttırdığı görülmektedir. Daha farklı bir ifade ile bireyler okul hayatından çıkıp, sosyal hayata karıştıklarında algıladıkları sosyal destek artmakta, sürekli kaygı seviyeleri düşmekte ve sosyal medya bağımlılık seviyeleri de düşmektedir.

**Tablo 9:** Eğitim hayatı devam etme kategorisi ve ölçek değişkenleri arası bağımsız gruplar T-testi sonuçları

<b>Gruplar</b>	<b>Sürekli Değişken</b>	<b>N</b>	<b><math>\bar{x}</math></b>	<b>Ss</b>	<b>sd</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
<b>Okuyor</b>	<b>Algılanan Sosyal Destek</b>	162	5,62	1,20	294	-2,36	,021
<b>Okumuyor/Bitti</b>		134	5,92	,98			
<b>Okuyor</b>	<b>Sosyal Medya Bağımlılığı</b>	162	2,98	,99	294	2,11	,035
<b>Okumuyor/Bitti</b>		134	2,73	,96			
<b>Okuyor</b>	<b>Sürekli Kaygı</b>	162	2,77	,55	294	3,24	,001
<b>Okumuyor/Bitti</b>		134	2,56	,57			

## TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışmanın bulgularına göre, sosyal medya bağımlılığı değişkeni ile genel aidiyet ölçeği sosyal kabul alt boyutu arasında negatif bir ilişki bulunmuştur, bu da genel aidiyet duygusunun arttıkça sosyal medya bağımlılığının azaldığını göstermektedir. Aynı şekilde, sosyal medya bağımlılığı değişkeni genel aidiyet ölçeği sosyal dışlanma alt boyutu ile pozitif bir ilişki göstermiştir, yani genel aidiyet duygusundaki azalma sosyal dışlanma ile artmıştır. Bu bulgular, sosyal medya kullanımının bireyler arasındaki sosyal kabul ve dışlanma hissiyle ilişkili olduğunu düşündürmektedir. Kozan, Kavaklı, Ak ve diğerleri (2019) tarafından 312 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilmiş olan çalışma bulgularına göre akıllı telefon bağımlılığı ve genel aidiyetin reddedilme boyutu arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Yol analizi sonuçlarına göre genel aidiyetin kabul edilme ve reddedilme sonuçları akıllı telefon bağımlılığını pozitif yönde etkilemektedir. Babayiğit, Karaaziz, Babayiğit ve diğerleri (2022) tarafından 294 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışma da dışlanma (genel aidiyet alt boyutu), akıllı telefon bağımlılığını olumsuz yönde yordamaktadır. Düşünceleri kontrol etme ihtiyacı (üstbilis sorunları alt boyutu), akıllı telefon bağımlılığını olumlu ve anlamlı bir şekilde yordamaktadır. Stres/rahatsızlık algısı da (algılanan stres alt boyutu), akıllı telefon bağımlılığını anlamlı düzeyde yordarken, günlük hayatında strese kapılan bireyler, sosyal medya ve telefon kullanımını stresten kaçış yolu ve tedavi aracı olarak görmektedirler. Miranda, Trigo, Rodrigues ve diğerleri (2023), tarafından Portekiz uyruklu katılımcılarla gerçekleştirilen çalışmada, bağımlılığın genellikle gerçeklikten kaçma arzusundan kaynaklanabileceği çünkü bireylerin belirli faaliyetlerin sağladığı sürükleyici deneyim ve aidiyet duygusunda teselli aradıkları bulgularına ulaşılmaktadır (Kozan, Kavaklı, Ak, & Kesici, 2019; Babayiğit, Karaaziz, Babayiğit, & Sağsan, 2022; Miranda, Trigo, Rodrigues, & Duarte, 2023). Dolayısıyla bu sonuçlara ulaşan çalışmaların araştırmanın bulgusunu destekledikleri görülmektedir. Çevresi tarafından kabul görmeyen bireyler, ait olma ihtiyaçlarını bir yerlerden karşılama gereksinimi hissetmekte ve sosyal medyayı bu amaçla kullanmaktadırlar. Dışlanan veya reddedilen bireylerin kendini kabul ettirme ve ait olma gereksinimlerini karşılamak için çevrimiçi yollara başvurmaları sonucunda sosyal medya bağımlılıkları artmaktadır. Ali, Ali, Iqbal, & Zafar (2021) tarafından yapılan çalışma bu bulgu ile benzerlik gösterirken, tersi bir durum olarak Babayiğit (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmada genel aidiyet ölçeği

dışlanma alt boyutu azaldıkça sosyal medya bağımlılığı artmaktadır sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca, algılanan genel sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif bir ilişki saptanmıştır. Bu da bireylerin algıladıkları sosyal destek arttıkça sosyal medya bağımlılığının azaldığını göstermektedir. Ancak, sosyal destek ölçeğinin alt boyutları incelendiğinde, algılanan aile desteği ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif bir ilişki bulunmuş, ancak arkadaş ve özel ilişki desteği ile anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Bunun nedeni olarak bireylerin arkadaş ve özel ilişkisinin sosyal medya üzerinde olduğu ve çevrimiçi sosyal destek aldıkları düşünülebilir ya da aileden alınan sosyal desteğin diğer sosyal destek süreçleri ve algıları konusunda belirleyici olduğu düşünülebilir. Bu durumda, algılanan genel destek ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki negatif ilişkinin özellikle aile desteği tarafından etkilendiği düşünülmektedir. Luchtefeld & Jordan (2022) tarafından yapılan çalışma bu bulguyla benzerlik göstermektedir. ABD’de 1360 katılımcı ile gerçekleştirilen çalışmada çevrimiçi sosyal destek ile sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımı arasındaki ilişkinin yanı sıra, sosyal kaygı ve çevrimdışı sosyal desteğin potansiyel düzenleyici rolleri araştırılmıştır. Çalışmada, çevrimiçi sosyal destek ile sosyal medya bağımlılığı eğilimleri arasında bir ilişki tespit edilmiştir. Yani, bireylerin çevrimiçi sosyal destek düzeyi arttıkça, sosyal medya bağımlılığı eğilimleri de artış göstermektedir. Aynı şekilde, sosyal kaygı ile sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımı arasında bir ilişki belirlenmiştir. Bu da bireylerin sosyal kaygı düzeylerinin yükseldikçe, sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımına daha fazla eğilim gösterdikleri anlamına gelmektedir. Sonucuna ulaşan çalışmanın yanı sıra bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile sürekli kaygı ölçeği arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu, sosyal medya bağımlılığının sürekli kaygıyı artırabileceğini göstermektedir. Ayrıca, yapılan yapısal eşitlik modellemesi ve aracılık analizi sonuçları, sürekli kaygının sosyal dışlanma ile ve algılanan aile desteği ile arasında tam aracılık etkisi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Yani, sürekli kaygı, sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olarak özellikle sosyal dışlanma ve algılanan aile desteği üzerinden etki göstermektedir. Benzer olarak literatürde sosyal medya kullanımı arttıkça kaygının arttığını söyleyen çalışmalar (Jia, ve diğerleri, 2022; Woods & Holly, 2016; Vannucci, Flannery, & Ohannessian, 2017) mevcuttur.

İlişki durumu, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı değişkenleri arasında anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Evli olan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı

eğilimlerinin diğer kategorilere göre daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, ilişki durumu ve sürekli kaygı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş, evli olan katılımcıların sürekli kaygı düzeylerinin diğer kategorilere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmanın demografik değişkenlere dayalı analizleri, ilişki durumu, cinsiyet ve okul hayatının devam etme durumu gibi faktörlerin sosyal medya bağımlılığı, algılanan sosyal destek ve sürekli kaygı üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Örneğin, evlilik durumu sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahipken, cinsiyet ve okul hayatının devam etme durumu algılanan sosyal destek, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı üzerinde önemli farklılıklara yol açmıştır. Cinsiyet kategorisi, algılanan sosyal destek, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı üzerinde anlamlı farklılıklar oluşturmuştur. Kadın katılımcıların sosyal destek algıları, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı düzeyleri erkeklere göre anlamlı bir şekilde yüksek bulunmuştur. Çalışmanın katılımcıları cinsiyet konusunda eşit bir dağılım sergilememektedir. Bu nedenle cinsiyet konusunda yapılan çıkarımlar genelleme yapılabilir olmaktan uzaktır. Okul hayatının devam etme durumu ise, algılanan sosyal destek, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı üzerinde anlamlı farklılıklar oluşturmuştur. Okul hayatına devam edenlerin sosyal destek algıları daha yüksekken, sosyal medya bağımlılığı ve sürekli kaygı düzeyleri daha düşük bulunmuştur.

Bu bulgular sosyal medya bağımlılığının ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan aidiyet, sosyal ilişkiler ve sosyal destek gibi kavramlardan etkilendiğini göstermektedir. Aidiyet ve sosyal destek değişkenleri ile sosyal medya bağımlılığı arasında kaygı değişkeninin aracılık rolü üstlendiği de görülmektedir. Değişkenler ve demografik faktörler arası ilişki incelendiğinde en istikrarlı farklılığın ilişki durumundan kaynaklandığı ve evli olan katılımcılar ile diğer katılımcılar arasında birçok değişken boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan çalışmada cinsiyet dağılımının eşit olmamasından kaynaklı sonuçların etkilenmiş olabileceği düşünülmektedir bundan dolayı çalışma farklı demografik özellikteki katılımcılarla tekrar ele alınmalıdır.

Kadın katılımcıların algılanan sosyal destek düzeyleri yüksek olmasına rağmen sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve sürekli kaygı düzeylerinin de erkek katılımcılara göre daha yüksek olması bundan sonra yapılacak çalışmalarda incelenebilecek bir diğer konudur.



## KAYNAKÇA

- Abbasi, I. S. (2019, 3 1). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity? *Personality and Individual Differences*, 139, s. 277-280. doi:https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.038
- Abukan, B. (2014). *Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramına göre kendini gerçekleştirme ve bilgelik ilişkisi: Yaşlılar üzerinde bir araştırma*. Ankara Üniversitesi . Ankara: Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Adaman, F., & Keyder , Ç. (2006). *Türkiye 'de büyük kentlerin gecekondulu ve çöküntü mahallelerinde yaşanan yoksulluk ve sosyal dışlanma*. Poverty and social exclusion with the.
- Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, s. 137-161.
- Aktan, E. (2018). Sosyal Medya ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 11(2), s. 35-53. doi:10.18094/josc.397272
- Ali, F., Ali, A., Iqbal, A., & Zafar, A. U. (2021). How socially anxious people become compulsive social media users: The role of fear of negative evaluation and rejection. *Telematics and Informatics*, 63. doi:10.1016/j.tele.2021.101658
- Alkış, Y., Kadirhan, Z., & Sat, M. (2017). Development and Validation of Social Anxiety Scale for Social Media Users. *Computers in Human Behavior*, 72, s. 296-303. doi:10.1016/j.chb.2017.03.011
- Alper, A. (2012). *Sosyal Ağlar*. Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- Andreassen, C. S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2). doi:10.1037/adb0000160
- Antalyalı, Ö. L., & Bolat, Ö. (2017). Öğrenilmiş İhtiyaçlar Bağlamında Temel Motivasyon Kaynakları (TMK) Ölçeğinin Geliştirilmesi, Güvenilirlik ve Geçerlik Analizi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), s. 83-114.
- Arıkan, G., Acar, İ. H., & Ustundag-Budak, A. (2022). A two-generation study: The transmission of attachment and young adults' depression, anxiety, and social media addiction. *Addictive Behaviors*, 124. doi:10.1016/j.addbeh.2021.107109
- Ayhan, B., & Köseliören, M. (2019). İnternet, Online Oyun ve Bağımlılık. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 6(1), s. 1-30.

- Azhari, A., Toms, Z., Pavlopoulou, G., Esposito, G., & Dimitriou, D. (2022). Social media use in female adolescents: Associations with anxiety, loneliness, and sleep disturbances. *Acta Psychologica*, 229, s. 1-9. doi:10.1016/j.actpsy.2022.103706
- Babayiğit, A., Karaaziz, M., Babayiğit, H. A., & Sağsan, M. (2022). The predictive role of addiction to smartphones in the relationship of metacognitive problems and social media addiction with general belongingness and perceived stress in higher education students. *Current Psychology*. doi:10.1007/s12144-022-04113-8
- Bahtiyar, A., & Can, B. (2016). FEN ÖĞRETMEN ADAYLARININ BİLİMSEL SÜREÇ BECERİLERİ İLE BİLİMSEL ARAŞTIRMAYA YÖNELİK TUTUMLARININ İNCELENMESİ. *BUCA EĞİTİM FAKÜLTESİ DERGİSİ*, 42, s. 47-58.
- Baumeister, R., & Leary, M. (1995, 5). The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), s. 497-529. doi:10.1037/0033-2909.117.3.497
- Bhandarkar, A. M., Pandey, A. K., Nayak, R., Pujary, K., & Kumar, A. (2021, 02). Impact of social media on the academic performance of undergraduate medical students. *Medical Journal Armed Forces India*, 77(1), s. 37-41. doi:https://doi.org/10.1016/j.mjafi.2020.10.021
- Biglbauer, S., & Korajlija, A. L. (2023). Do socially anxious and non-anxious individuals differ in their social media use? *Computers in Human Behavior*, 149. doi:10.1016/j.chb.2023.107970
- Bilgili, H. A. (2018, 07 30). Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Ege Üniversitesi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), s. 351-369. doi:10.17680/erciyesiletisim.420632
- Borak, N., & Beki, A. (2021, 06 25). Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi. *Toplumsal Politika Dergisi*, 2(1), s. 61-76. https://dergipark.org.tr/tr/pub/tpd/issue/63038/963920 adresinden alındı
- Bostancı, M. (2019). *Sosyal Medya: Dün-Bugün-Yarın*. Palet Yayınları.
- Boyd, d., & Ellison, n. (2007, 11 01). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), s. 210-230. 09 23, 2022 tarihinde alındı
- Brailovskaia, J., & Margraf, J. (2023). Less sense of control, more anxiety, and addictive social media use: Cohort trends in German university freshmen between 2019 and 2021. *Current Research in Behavioral Sciences*, 4. doi:10.1016/j.crbeha.2022.100088
- BrandingTürkiye. (2018, 8). *Snapchat Nedir Nasıl Kullanılır Neden Önemlidir*. 9 23, 2022 tarihinde Branding Türkiye: https://www.brandingturkiye.com/snapchat-nedir-nasil-kullanilir-neden-onemlidir/ adresinden alındı
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research* (2nd ed.). Guilford Publications.

- Byun, S., Ruffini, C., Mills, J., Douglas, A. C., Niang, M., Stepchenkova, S., . . . Blanton, M. (2009, 4 10). Internet Addiction: Metasynthesis of 1996–2006 Quantitative Research. *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), s. 203-207.
- Clerkin, E. M., Smith, A. R., & Hames, J. L. (2013, 11). The interpersonal effects of Facebook reassurance seeking. *Journal of Affective Disorders*, 151(2), s. 525-530. doi:10.1016/j.jad.2013.06.038
- Cobb, S. (1976). Social Support as a Moderator of Life Stress. *Psychosomatic Medicine*, 38, s. 300-314.
- Cüceloğlu, D. (2018). *İnsan ve Davranışı* . İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çat, A. K., Koçak, M. C., & Toprak, Ö. (2021). Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyinin Yaşam Memnuniyetine Etkisi Üzerine Saha Araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(56), s. 185-202. doi:10.47998/ikad.999223
- Çelik, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Kültür Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*.
- Çiftçi, H. (2018, 10 1). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), s. 417-434. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mjss/issue/43010/520789> adresinden alındı
- Çolak, T. S., & Doğan, U. (2016). Does the Use of Social Media Ensure Social Support and Happiness? *International Online Journal of Educational Sciences*, 8(4), s. 229-240.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019, 12 27). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), s. 173-188. doi:<https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>
- Demir, T. T. (2021). Türkçe Eğitimi Alanında Nicel Araştırma Yöntemleri Kullanılarak Yapılan Doktora Tezlerindeki Eğilimler. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 9(2), s. 543-560.
- Demir, Y., & Kumcağız, H. (2019, mart 1). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(52), s. 23-42.
- Demirci, İ. (2019). Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(1).
- Deniz, L., & Gürültü , E. (2018, 03 15). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), s. 355-367. doi:<https://doi.org/10.24106/kefdergi.389780>
- Dinç, M. (2014). Eylemsel bir bağımlılık: Kumar. *Yesilay Dergisi*, 967(7), s. 20-24.

- Doğan, İ. (2014). Sosyal Dışlanmanın Anlaşılması: Muğlâklık ve Çok Boyutluluk. *Journal of Social Policy Conferences*, 66(67), s. 127-157.
- Doğan, M. V. (2021). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı belirtilerinin ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Duru , E. (2008). Yalnızlığı Yordamada Sosyal Destek ve Sosyal Bağlılığın Rolü (The Role of Social Support and Social Connectedness in Predicting Loneliness). *Türk Psikoloji Dergisi*, 23(61), s. 15-24.
- Duru, E. (2008). Üniversiteye Uyum Sürecinde Yalnızlığı Yordamada Sosyal Destek ve Sosyal Bağlılığın Doğrudan ve Dolaylı Rollerini. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(29), s. 13-24.
- Duru, E. (2015). Genel Aidiyet Ölçeğinin Psikometrik Özellikleri: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 5(44), s. 37-47.
- Eker, D. v. (1995). Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği'nin faktör yapısı, geçerlik ve güvenirliği. *Türk Psikoloji Dergisi*, 10(34), s. 17-25.
- Eldeliklioğlu, J., & Vural-Batık, M. (2013). PREDICTIVE EFFECTS OF ACADEMIC ACHIEVEMENT, INTERNET USEDURATION, LONELINESS AND SHYNESS ON INTERNET ADDICTION. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(1), s. 141-152.
- Ersevimi, İ. (2005). *Freud ve Psikanaliz'in Temel İlkeleri*. İstanbul: Assos Yayınları.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (Ajans Türk b.). (S. İrvan, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gangadharbatla, H. (2008, 3). FACEBOOK ME: COLLECTIVE SELF-ESTEEM, NEED TO BELONG, AND INTERNET SELF-EFFICACY AS PREDICTORS OF THE IGENERATION'S ATTITUDES TOWARD SOCIAL NETWORKING SITES. *Journal of Interactiv eAdvertising*, 8(2), s. 5-15. doi:10.1080/15252019.2008.10722138
- Gazi, M. A., Çetin, M., & Çakı, C. (2017, 02 02). The research of the level of social media addiction of university students. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), s. 549-559. doi:https://doi.org/10.24289/ijsser.279705
- Goldberg, I. (1996). Goldberg's message.
- Göncü, S. (2018, 7). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının WhatsApp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *TRTakademi*, 3(6), s. 590-612.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), s. 191-197.
- Güçdemir, Y. (2017). *Sosyal Medya*. İstanbul: Derin Yayınları.

- Hackenbracht, J., & Gasper, K. (2013). I'm all ears: The need to belong motivates listening to emotional disclosure. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(5), s. 915-921. doi:10.1016/j.jesp.2013.03.014
- Hagerty, B. M., Lynch-Sauer, J., Patusky, K. L., Bouwsema, , M., & Collier, P. (1992). Sense of Belonging: A Vital Mental Health Concept. *Archives of psychiatric nursing*, 6(3), s. 172-177.
- Hair, J. B., & Anderson, R. (2010). Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, 7.
- Haşiloğlu, S. B., Baran, T., & Aydın , O. (2015). Pazarlama Araştırmalarındaki Potansiyel Problemlere Yönelik Bir Araştırma: Kolayda Örneklem ve Sıklık İfadeli Ölçek Maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 2(1), s. 19-28. doi:10.5505/piby.2015.47966
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, s. 151-176.
- Ho, T. T. (2021). Facebook addiction and depression: Loneliness as a moderator and poor sleep quality as a mediator. *Telematics and Informatics*, 61, s. 1-8. doi:10.1016/j.tele.2021.101617
- Holden, C. (2001, 11 02). 'Behavioral' addictions: do they exist? *Science*, 294(5544), s. 980-982. doi:10.1126/science.294.5544.980
- Işık, M. (2012). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Işık, Y., & Çelik, E. (2020). Ergenlerde psikolojik sağlamlığın sosyal dışlanma, sosyal kaygı, cinsiyet ve sınıf düzeyi açısından incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(27), s. 174-209.
- Jayarajan, N., Lee, A., & Mwaikambo, L. (2017). *WhatsApp as a Platform for Continued Professional Development*. 09 23, 2022 tarihinde MD: Johns Hopkins Center for Communication Programs: [https://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PA00T724.pdf](https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00T724.pdf) adresinden alındı
- Jia, G., Dai, H., Chu, Y., Wang, X., Hao, Y., & Wang, S. (2022). Psychometric evaluation of the Chinese version of social anxiety scale for social media users and cross-sectional investigation into this disordercross-sectional investigation into this disorder among college students. *Comprehensive Psychiatry*, 116. doi:10.1016/j.comppsy.2022.152328
- Kahraman, N. (2021). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Beğenilme Arzusu ile İlişkisinin İncelenmesi*. İstanbul: YÖK Ulusal Tez Merkezi - İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), s. 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*, 38(2), s. 164-181. doi:https://doi.org/10.2307/2094393
- Kavaklı, M., & Ünal, G. (2021). The effects of social comparison on the relationships among social media addiction, self-esteem, and general belongingness levels. *current issues in personality psychology*, 9(2), s. 114-124.
- Kavaklı, M., & Yalçın, S. B. (2019). İnternet Bağımlılığı ve Algılanan Stres İlişkisinin Algılanan Sosyal Destek Açısından İncelenmesi. *Bağımlılık Dergisi*, 20(4), s. 175-184.
- Kaya, C. (2023). *Kaygı Bozukluğu*. Cem Kaya: https://cemkaya.net/sorunlar/kaygi-bozuklugu-69 adresinden alındı
- Keskin, S., & Baş , M. (2015). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerine etkisinin belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), s. 51-69.
- Kırcaburun, K., Kokkinos, C. M., Demetrovics, Z., Király, O., Griffiths, M. D., & Çolak, T. S. (2019). Problematic Online Behaviors among Adolescents and Emerging Adults: Associations between Cyberbullying Perpetration, Problematic Social Media Use, and Psychosocial Factors. *Int J Ment Health Addiction*, 17, s. 891-908. doi:10.1007/s11469-018-9894-8
- Kolhar, M., Kazi, R. N., & Alameen, A. (2021). Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 28(4), s. 2216-2222. doi:https://doi.org/10.1016/j.sjbs.2021.01.010
- Kozan, H. İ., Kavaklı, M., Ak, M., & Kesici, Ş. (2019). Akıllı telefon bağımlılığı, genel aidiyet ve mutluluk arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmesi. *Journal of Clinical Psychiatry*, 22, s. 436-444. doi:10.5505/kpd.2019.87587
- Kula, S., & Çakar, B. (2015). Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi Bağlamında Toplumda Bireylerin Güvenlik Algısı ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12), s. 191-210.
- Kuss, D., & Griffiths, M. (2011). Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature. *Int J Environ Res Public Health*, 8(9), s. 3528-3552. doi:https://doi.org/10.3390/ijerph8093528
- Kuşay, Y. (2013). *Sosyal medya ortamında çekicilik ve bağımlılık* (1 b.). İstanbul: Beta Yayınları.
- Landsverk, K. H. (2014). *The instagram handbook: 2014 edition*. PrimeHead Limited.
- Lastufka, A., & Dean, M. W. (2008). *YouTube: An Insider's Guide to Climbing the Charts*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.

- Lin, X., Li, S., & Qu, C. (2017). Social network sites influence recovery from social exclusion: Individual differences in social anxiety. *Computers in Human Behavior*, 75, s. 538-546. doi:10.1016/j.chb.2017.05.044
- Luchtefeld, C., & Jordan, K. D. (2022). Individual differences influencing the relationship between online social support and addictive use of social media. *Telematics and Informatics Reports*, 8. doi:10.1016/j.teler.2022.100025
- Malecki, C. K., & Demary, M. K. (2002). Measuring perceived social support: Development of the child and adolescent social support scale. *Psychology in the Schools*, 39(1), s. 3-18.
- Malone, G. P., & Osman, A. (2012). The general belongingness scale (gbs): Assessing achieved belongingness. *Personality and Individual Differences*, 52(3). doi:10.1016/j.paid.2011.10.027
- Marino, C., Manari, T., Vieno, A., Imperato, C., Spada, M. M., Franceschini, C., & Musetti, A. (2023). Problematic social networking sites use and online social anxiety: The role of attachment, emotion dysregulation and motives. *Addictive Behaviors*, 138. doi:10.1016/j.addbeh.2022.107572
- Marketing, R. D. (2022, 04 19). *We Are Social 2022 Türkiye Sosyal Medya Kullanımı Verileri*. recro digital marketing: <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/> adresinden alındı
- Martínez, P. A., Rubio, M. R., Moreno, A.-J. P., Jiménez, M. M., Pagliari, C., Macías, M. R., & Abellán, M. V. (2020, 03). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46, s. 1-12. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101304>
- Marttila, E., Koivula, A., & Räsänen, P. (2021). Does excessive social media use decrease subjective well-being? A longitudinal analysis of the relationship between problematic use, loneliness and life satisfaction. *Telematics and Informatics*, 59, s. 1-11. doi:10.1016/j.tele.2020.101556
- Maslow, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation*. Psychological Review.
- Mayfield, A. (2008). What is social media? . 17. 10 20, 2022 tarihinde [http://crmexchange.com/uploadedFiles/White\\_Papers/PDF/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://crmexchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf) adresinden alındı
- Mercan, N., & Uysal, B. (2023, 4). The relationship of social media addiction with interpersonal problem-solving and personality traits in university students. *Archives of Psychiatric Nursing*, 43(3), s. 50-56. doi:10.1016/j.apnu.2022.12.025
- Miranda, S., Trigo, I., Rodrigues, R., & Duarte, M. (2023). Addiction to social networking sites: Motivations, flow, and sense of belonging at the root of addiction. *Technological Forecasting and Social Change*, 188. doi:10.1016/j.techfore.2022.122280

- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003, 11). Loneliness and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 19(6), s. 659-671. doi:10.1016/S0747-5632(03)00040-2
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012, 02). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), s. 243-249. doi:10.1016/j.paid.2011.11.007
- Norris, F. H., & Kaniasty, K. (1996). Received and perceived social support in times of stress: A test of the social support deterioration deterrence model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(3), s. 498-511. doi:10.1037/0022-3514.71.3.498
- Nunnally, J. C. (1994). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill, 3.
- O'Day, E. B., & Heimberg, R. G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, s. 1-13. doi:10.1016/j.chbr.2021.100070
- Onyeaka, H., Firth, J., Ajayi, K. V., Muoghalu, C., Holmes, K., Nkemjika, S., . . . Torous, J. (2023). Association between social media use and health promotion among individuals with depression and anxiety: Insights from the 2017–2020 Health Information National Trends Survey. *Journal of Mood and Anxiety Disorders*, 1. doi:10.1016/j.xjmad.2023.100006
- Ögel, K. (2010). *Sigara, Alkol ve Madde Kullanım bozuklukları: Tanı, Tedavi ve Önleme*. İstanbul: Yeniden Yayınları.
- Öner, İ. E., & Çakır, R. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Medya Kullanma Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), s. 28. 10 19, 2022 tarihinde alındı
- Öner, N. &, & LeCompte, A. (1983). *Durumluk-sürekli kaygı envanteri el kitabı*. Boğaziçi Üniversitesi.
- Özbeşler, C. (2001). *Çocukluk çağı lösemilerinin ve sosyal destek sistemlerinin aile işlevlerine etkisi*. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Özkalp, E., & Kirel, Ç. (2010). *Örgütsel Davranış*. Bursa: EKİN KİTABEVİ YAYINLARI.
- Raporu, T. (2019, 12 18). *Sosyal Medya Kullanımı*. Türkiye Raporu: <https://turkiyeraporu.com/arastirma/sosyalmedyakullanimi-1766/> adresinden alındı
- Rojas, M., Méndez, A., & Watkins-Fassler, K. (2023, 05). The hierarchy of needs empirical examination of Maslow's theory and lessons for development. *World Development*, 165. doi:10.1016/j.worlddev.2023.106185
- Saatçioğlu, E., & İnanç, A. S. (2020). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Ekseninde Instagram Kullanım Güdülleri, Cinsiyet ve Yaş İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Global Media Journal TR Edition*, 10(20).



- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Teknolojik Bağımlılıklar ve Sosyal Bağlılık: İnternet Bağımlılığı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Dijital Oyun Bağımlılığı ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Bağlılığı Yordayıcı Etkisi. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30(3), s. 202-216.
- Schutz, W. (1966). *The interpersonal underworld*. California: Science and Behavior Books.
- Seidman, G. (2013, 02). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), s. 402-407. doi:10.1016/j.paid.2012.10.009
- Shaw, L. H., & Gant, L. M. (2002). In defense of the internet: the relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR*, 5(2), s. 157-171. doi:10.1089/109493102753770552
- Shorter, P., Turner, K., & Mueller-Coyne, J. (2022). Attachment Style's impact on loneliness and the motivations to use social media. *Computers in Human Behavior Reports*, 7, s. 1-6. doi:10.1016/j.chbr.2022.100212
- Solak, Ç., & Teközel, M. (2019). Sosyal Dışlanma Olgusu Üzerine Genel Bir İnceleme. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), s. 293-315.
- Söner, O., & Yılmaz, O. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(17).
- Spielberger, C. D. (1972). Current Trends in Theory and Research on Anxiety. *Anxiety*. doi:10.1016/b978-0-12-657401-2.50008-3
- Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y., & Potenza, M. N. (2020, 12). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113, s. 1-11. doi:https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), s. 504-525. doi:10.1080/08838151.2013.845827
- Tabachnick, B. G. (2012). Using multivariate statistics (6th ed.). *New York: Harper and Row*.
- Taşçı, B., & Ekiz, S. (2018). Serbest Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı. 2. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme*, (s. 224-235). İstanbul.
- Tellhed, U., Bäckström, M., & Björklund, F. (2017). Will I fit in and do well? The importance of social belongingness and self-efficacy for explaining gender differences in interest in STEM and HEED majors. *Sex Roles*, 77, s. 86-96. doi:10.1007/s11199-016-0694-y

- Tokgöz, C. (2017). Kimlik Ve Bellek Ekseninde Sosyal Medya Anlatıları. *Intermedia International e-Journal*, 4(7), 255-268. doi:10.21645/intermedia.2017.35
- Tolan, Ö. Ç., Tümer, S. B., & Yıldırım, E. D. (2022). Algılanan Sosyal Destek ve Bilişsel Duygu Düzenleme ile Duygusal Tepkisellik Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Humanistic Perspective*, 4(1), s. 82-106. doi:10.47793/hp.1055988
- Tras, Z., Öztemel, K., & Baltacı, U. B. (2019). Role of Problematic Internet Use, Sense of Belonging and Social Appearance Anxiety in Facebook Use Intensity of University Students. *International Education Studies*, 12(8). doi:10.5539/ies.v12n8p1
- TÜİK. (2022, 08 26). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*. TÜİK: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587) adresinden alındı
- Uedufy. (2023, Temmuz 9). *How To Interpret Model Fit Results In AMOS*.
- Uğurlu, T. T., Şengül, C. B., & Şengül, C. (2012, 03 01). Bağımlılık Psikofarmakolojisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(1), s. 37-50. doi:https://doi.org/10.5455/cap.20120403
- Üngüren, E., & Tekin, Ö. A. (2023). The effects of social disconnectedness, social media addiction, and social appearance anxiety on tourism students' career intentions: The moderating role of self-efficacy and physical activity. *JOURNAL OF HOSPITALITY, LEISURE, SPORTS AND TOURISM EDUCATION*, 33, s. 1-16. doi:10.1016/j.jhlste.2023.100463
- Ünlü, F. (2018, 03 31). Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), s. 161-172.
- Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2017, 1 1). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*, 207, s. 163-166. doi:10.1016/j.jad.2016.08.040
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing On The Social Rules*. California: O'Reilly Media.
- Woods, H. C., & Holly, S. (2016, 08). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, s. 41-49. doi:10.1016/j.adolescence.2016.05.008
- Yardımcı, F. K., & Başbakkal, Z. (2007). *İlköğretim öğrencilerinde algılanan sosyal destek ile öz-yeterlik ilişkisi ve etkileyen değişkenlerin incelenmesi*. Doktora Tezi, EGE ÜNİVERSİTESİ.
- Yayman, E. (2019). *Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı, oyun bağımlılığı ve aile işlevleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yeniçikti, N. T. (2016). *Sosyal medya kullanım motivasyonları: Facebook ve twitter kullanıcıları üzerine kullanımlar ve doyumlar araştırması*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi.

- Yeşilay. (2021). *Bağımlılık nedir*. 10 16, 2022 tarihinde Yeşilay: <https://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/bagimlilik-nedir> adresinden alındı
- Yeşilay. (2021, 02 04). *Bağımlılık Nedir*. 10 17, 2022 tarihinde Yeşilay: <https://www.yesilaymarket.com/bagimlilik-nedir> adresinden alındı
- Yeşilay. (2021, 02 04). *Bağımlılık Nedir? Bağımlılık Türleri Nelerdir?* 10 19, 2022 tarihinde Yeşilay: <https://www.yesilaymarket.com/bagimlilik-nedir> adresinden alındı
- Yıldırım, Ş., Özdemir, M., & Alparslan, E. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Bir sosyal Paylaşım Ağı İncelemesi: Facebook Örneği. *Intermedia International e-Journal*, 5(8), s. 42-65. doi:10.21645/intermedia.2018.44
- Yıldırım, S. (2014, 04). Sosyal Dışlanma ve Avrupa Birliği Yaklaşımı. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), s. 91-108.
- Young, K. S. (1999). Internet addiction: Symptoms, evaluation and treatment. *Innovations in Clinical Practice*, 17, s. 19-31.
- Young, K. S. (2004, 12). Internet Addiction: A New Clinical Phenomenon and Its Consequences. *American Behavioral Scientist*, 48(4), s. 402-415.
- Young, K. S., Yue, X. D., & Ying, L. (2010). Prevalence Estimates and Etiologic Models of Internet Addiction. K. S. Young, & C. N. Abreu (Dü) içinde, *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment* (s. 3-17). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Yurdigül, Y., & Zinderen, E. İ. (2012, eylül 1). Yeni Medyada Haber Dili (Ayşe Paşalı Olayı Üzerinden Geleneksel Medya ve İnternet Haberciliği Karşılaştırması). *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2(3), s. 81-91. 09 23, 2022 tarihinde alındı
- Yücel, F. n., Doğan, K., Pamir, R. n., Erkuş, S., Keşir, Ü., & Zengin, O. (2020, 06). Alkol Bağımlısı Bireylerde Benlik Saygısı, Algılanan Sosyal Destek Ve Başatme Stratejileri: Adsız Alkolikler Örneği . *Tıbbi Sosyal Hizmet Dergisi*(15).
- Zhang, W., Pu, J., He, R., Yu, M., Xu, L., He, X., . . . Xiang, B. (2022). Demographic characteristics, family environment and psychosocial factors affecting internet addiction in Chinese adolescents. *Journal of Affective Disorders*, 315, s. 130-138. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jad.2022.07.053>
- Zimet, G. D., & Farley, G. K. (1988). The Multidimensional Scale of Perceived Social Support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1). doi:10.1207/s15327752jpa5201\_2
- Zsido, A. N., Arato, N., Lang, A., Labadi, B., Stecina, D., & Bandi, S. A. (2021, 04). The role of maladaptive cognitive emotion regulation strategies and social anxiety in problematic smartphone and social media use. *Personality and Individual Differences*, 173. doi:10.1016/j.paid.2021.110647

## ÖZGEÇMİŞ

Şevval YILMAZ 2016 yılında Safranbolu Atatürk Anadolu Lisesinden mezun olmasının ardından Karabük Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde okumuştur. 2020 yılında lisans eğitimini tamamladıktan hemen sonra Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Disiplinlerarası İletişim Yüksek Lisans programına başlamıştır. Orta seviye İngilizce ve başlangıç seviyesinde Fransızca dillerini bilmektedir.