

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI,
FOMO VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Uğur YAMAN

Enstitü Anabilim Dalı: Hemşirelik

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Metin YILDIZ

AĞUSTOS -2024

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI,
FOMO VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Uğur YAMAN

Enstitü Anabilim Dalı: Hemşirelik

“Bu tez 03/09/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oy birliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ	İMZA
Dr. Öğr. Üyesi Metin YILDIZ	Başarılı	
Dr. Öğr. Üyesi Hande CENGİZ AÇIL	Başarılı	
Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Ali AYDIN	Başarılı	

BEYAN

Bu alışma, Sakarya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 21.02.2024 tarih ve 339401 sayılı onayı alınarak hazırlanmıştır. Bu tezin kendi çalışmam olduğunu planlanmasından yazım aşamasına kadar etik dışı hiçbir davranışımın olmadığını, tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tez çalışmasıyla elde edemediğim bütün bilgileri ve yorumları kaynak gösterip kaynaklar listesine aldığımı, tez yazımı ve çalışması süresince patent ve telif haklarını ihlal eden bir davranışımın olmadığını beyan ederim.

Uğur YAMAN

03/09/ 2024

TEŞEKKÜR

Sakarya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Anabilim Dalı Yüksek Lisans eğitimim ve tez çalışmam boyunca kıymetli bilgileri ile yanımda olan eğitimim süresince fikir, bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım ve araştırmamın her bir aşamasında beni destekleyen, cesaretlendiren çok kıymetli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Sayın Metin YILDIZ 'a, desteği ve katkıları için Dr. Öğr. Üyesi Sayın Muhammet Ali AYDIN'a ve Dr. Öğr. Üyesi Hande CENGİZ AÇIL'a, hemşire arkadaşlarıma ve tüm yaşantım boyunca desteklerini bir an olsun benden esirgemeyen canım aileme teşekkürü borç bilirim.

Saygılarımla.

İÇİNDEKİLER

BEYAN.....	i
TEŞEKKÜR	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	v
ŞEKİL LİSTESİ.....	vi
TABLO LİSTESİ	vii
ÖZET.....	viii
SUMMARY	ix
1. GİRİŞ	1
2. GENEL BİLGİLER.....	4
2.1. SOSYAL MEDYA.....	4
2.1.1. Sosyal Medyanın Tanımı	4
2.1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri	4
2.1.3. Sosyal Medya Platformları	5
2.1.4. Sosyal Medya Bağımlılığı	7
2.1.5. Sosyal Medya Bağımlılığının Nedenleri	10
2.1.6. Sosyal Medya Bağımlılığının Tedavisi	11
2.1.7. Yurt İçinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılan Araştırmalar.....	12
2.1.8. Yurtdışında Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılmış Araştırmalar.....	14
2.2. GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU.....	15
2.2.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Nedenleri	15
2.2.2. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Belirtileri	16
2.2.3. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Sonuçları.....	17
2.2.4. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Baş Etme Yolları	18
2.2.5. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile İlgili Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar.....	19
2.2.6. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile İlgili Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar.....	20
2.3. PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ	21

2.3.1. İyi Oluş	21
2.3.1.1. Öznel iyi oluş.....	23
2.3.1.2. Psikolojik iyi oluş	26
2.3.1.3. Öznel iyi oluşla psikolojik iyi oluşun farkı	29
2.3.1.4. Psikolojik iyi oluş kavramına yönelik yaklaşımlar	30
2.3.1.4.1. Aristo'nun eudaimonia kavramı	30
2.3.1.4.2. Bradburn'un psikolojik iyi oluş formülasyonu	31
2.3.1.4.3. Ryff'in psikolojik iyi oluş formülasyonu	31
3. MATERYAL VE METOT	33
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE TİPİ	33
3.2. ARAŞTIRMANIN YAPILDIĞI YER VE ZAMAN	33
3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ.....	33
3.4. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ	34
3.5. VERİLERİN TOPLANMASI.....	34
3.5.1. Veri Toplama Araçları	34
3.6. VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ	35
3.7. ARAŞTIRMANIN ETİK İLKELERİ	36
3.8. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Genellenebilirliği	36
4. BULGULAR	37
5. TARTIŞMA	45
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	47
KAYNAKLAR	48
EKLER.....	61
ÖZGEÇMİŞ.....	67

KISALTMALAR

ANN : Klasik yapay sinir ağı regresyonu

avNNet : Destek vektör makine regresyonu

FOMO : Fear of missing out

KNN : K en yakın komşu regresyonu

RF : Random Forest

MONMLP: Monotone Multi-Layer Perceptron Neural Network regresyonu

QRNN : Quantile Regression Neural Network regresyonu

ŞEKİL LİSTESİ

- Şekil 1:** K en yakın komşu regresyonu (KNN), Destek vektör makine regresyonu (SVM), Model Averaged Neural Network regresyonu (avNNet), Rastgele orman regresyonu (RF), XGBoost regresyonu (XGBoost), Regresyon (REG (Elastic-net, Lasso, Ridge)), Monotone Multi-Layer Perceptron Neural Network regresyonu (MONMLP), Klasik yapay sinir ağı regresyonu (NN) ve Quantile Regression Neural Network regresyonu (QRNN) algoritmaları ile Psikolojik iyi oluş tahmini için kurulan modeller ve logaritması alınmış train verilerine göre en iyi hiperparametrelerin belirlenmesi..... 40
- Şekil 2:** Hiperparametre değerlerine göre en doğru sonucu veren modellerin ters dönüşüm ile elde edilen test verisinin tahminlenmesine karşılık gelen metrik değerler 41
- Şekil 3:** QRNN Yöntemi ile Psikolojik iyi oluş Test Verisi Tahmini 42
- Şekil 4:** Shapley değerleri ile Psikolojik iyi oluş tahmini için değişkenlerin modele katkılarının belirlenmesi (XGBoost yönteminde tahmin edilen en doğru parametre değerlerine göre SHAP grafiği) 43
- Şekil 5:** Psikolojik iyi oluş, FOMO ve Sosyal Medya Bağımlılığı değişkenlerinin Dağılımı, Etkileşimi ve Yoğunluk grafiği 44
- Şekil 6:** Psikolojik iyi oluş, FOMO ve Sosyal Medya Bağımlılığı değişkenlerinin 3D grafiği 44

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Bireylerin Tanıtıcı Özellikleri (n=315).....	37
Tablo 2: Sosyal Medya Bağımlılığı ve FOMO Düzeyinin Psikolojik İyi Oluş Düzeyine Etkisini Belirlemek İçin Yapılan Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları.....	37



ÖZET

Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı, FOMO ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Amaç: Bu çalışma, bireylerde sosyal medya bağımlılığı, FOMO ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

Gereç ve Yöntem: Tanımlayıcı-kesitsel tipte olan bu çalışma Şubat-Ağustos 2024 tarihleri arasında Türkiye’de yaşayan 315 birey ile yürütülmüştür. Çalışmanın analizinde R programlama dili 4.1.3, G*Power 3.1 ve SPSS-22 programı kullanılmıştır.

Bulgular: Çalışmamızda hiyerarşik regresyon analiziyle kurulan modelin anlamlı ve kullanılabilir olduğunu belirlenmiştir ($F(2,312)= 32.713$, $p=0.001$). Sosyal medya bağımlılık düzeyi ve FOMO düzeyleri birlikte "Psikolojik iyi oluş" düzeyindeki toplam varyansın %17.3’ünün ($R^2=0,173$) açıklamaktadır. Regresyon modelinde, regresyon katsayısının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde; katılımcıların Sosyal medya bağımlılık düzeyindeki artışın ($t=-5.829$, $p< 0.001$), FOMO düzeyindeki artışın ($t=-2.528$, $p< 0.001$) "Psikolojik iyi oluş" düzeyinde istatistiksel olarak düşüşe neden olduğu tespit edilmiştir. Makine öğrenimi yaklaşımıyla yapılan tahminde Shapley Değerleri’ne göre, psikolojik iyi oluş değişkeninin tahmininde en önemli değişken sosyal medya bağımlılığı olduğu belirlenmiştir.

Sonuç: Bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve FOMO arttıkça psikolojik iyi oluş düzeyi azalmaktadır. Sosyal medyanın psikolojik iyi oluşa etkilerine yönelik longitudinal çalışmalar yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, FOMO, Makine Öğrenmesi, Psikolojik İyi Oluş, Sosyal Medya Bağımlılığı.

SUMMARY

Investigating the Relationship Between Social Media Addiction, FOMO and Psychological Well-Being in Individuals

Aim: This study was conducted to examine the relationship between social media addiction, FOMO and psychological well-being in individuals.

Materials and Methods: This descriptive cross-sectional study was conducted with 315 individuals living in Turkey between February and August 2024. R programming language 4.1.3, G*Power 3.1 and SPSS-22 program were used in the analysis of the study.

Results: In our study, it was determined that the model established by hierarchical regression analysis was significant and usable ($F(2,312) = 32.713$, $p = 0.001$). Social media addiction level and FOMO levels together explain 17.3% ($R^2 = 0.173$) of the total variance in "Psychological well-being" level. In the regression model, when the t-test results regarding the significance of the regression coefficient were analyzed; it was determined that the increase in the participants' social media addiction level ($t = -5.829$, $p < 0.001$) and the increase in the FOMO level ($t = -2.528$, $p < 0.001$) caused a statistical decrease in the level of "Psychological well-being". According to Shapley Values in the prediction made with the machine learning approach, the most important variable in the prediction of the psychological well-being variable was determined as Social Media Addiction.

Conclusion: As social media addiction and FOMO increase, the level of psychological well-being decreases. Longitudinal studies on the effects of social media on psychological well-being are recommended.

Keywords: Addiction, FOMO, Machine Learning, Psychological Well-Being, Social Media Addiction.

1. GİRİŞ

Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin sosyal medya platformlarında aşırı derecede zaman harcaması ve bu alışkanlığın günlük yaşamlarında çeşitli olumsuz etkiler yaratması şeklinde tanımlanabilir (Şahin & Ballı, 2020). Bu bağımlılık genellikle kişinin diğer önemli yaşam etkinliklerine, sosyal ve akademik sorumluluklarına yeterince odaklanamaması olarak kendini gösterir (Şahin & Ballı, 2020). Araştırmalar, sosyal medya bağımlılığının nedenlerini ve sonuçlarını ele alarak, bu tür bağımlılığın depresyon, sosyal kaygı ve yalnızlık gibi psikolojik sorunlarla ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Arıbaş & Özşahin, 2022; Çağlayan & Arslantaş, 2023). Ayrıca, sosyal medya bağımlılığının bireylerin psikolojik esneklikleri ve problem çözme becerileri ile de ilgili olduğu vurgulanmıştır (Sağar, 2022). Özellikle gençler arasında bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi ve uygun önlemlerin alınması kritik bir önem taşımaktadır (Korkmaz, 2020). Sosyal medya bağımlılığının kişilik özellikleri, sosyal kaygı düzeyleri, yalnızlık ve sosyal medya kullanım amaçları gibi faktörlerle bağlantılı olduğu da belirtilmiştir (Çömlekçi & Başol, 2019). Bu çerçevede, sosyal medya bağımlılığı, bireylerin yaşamlarında çeşitli sorunlara yol açan bir internet bağımlılığı türü olarak değerlendirilmektedir (Şahin & Ballı, 2020).

Sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar, çeşitli ve çelişkili sonuçlar sunmaktadır. Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile bağımlılık arasında belirgin bir ilişki bulunduğunu gösteren bir çalışma mevcuttur (Çömlekçi & Başol, 2019). Ayrıca, psikolojik ihtiyaçların sosyal medya bağımlılığı ile bağlantılı olabileceği ve bu bağlamda üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir başka çalışmada incelendiği görülmüştür (Bozkurt & Bozkurt, 2022). Bu bağlamda, ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ile psikolojik ihtiyaçları arasındaki ilişki ele alınmış ve psikolojik iyi oluş düzeyi yüksek olan bireylerin sosyal medya platformlarına bağımlılık geliştirme eğilimlerinin düşük olduğu belirtilmiştir (Üstündağ, 2022). Öte yandan, sosyal medya bağımlılığının psikolojik esnekliği azalttığı ve genel psikolojik iyi oluşu olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşan bir başka araştırma bulunmaktadır (Sağar, 2022). Benzer şekilde, sosyal medya bağımlılığının psikolojik esneklik ve problem çözme yetenekleri üzerindeki etkilerini belirlediği ve bu durumun psikolojik iyi oluşu bozduğu ifade

edilmiştir (Sağar, 2022). Sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi de incelenmiş ve genel olarak olumlu etkiler sağladığı sonucuna varılmıştır (Ostic et al., 2021). Bununla birlikte, sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluşu olumsuz etkilediği ve ergenlerde psikolojik bozukluklarla ilişkili olduğu vurgulanmıştır (Bilgin & Doğrusever, 2018). Bu bulgular, sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkilerini anlamada karmaşıklıkları ve çeşitli etmenlerin rolünü gözler önüne sermektedir. Sosyal medya bağımlılığı gibi psikolojik iyi oluşu etkileyebilecek bir diğer dijital bağımlılık ise FOMO'dur.

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FOMO), çeşitli olumsuz duygusal durumlar ve sorunlu teknoloji kullanımı ile ilişkilendirilen bir psikolojik fenomen olarak tanımlanmaktadır (Elhai et al., 2020). FOMO'nun gelişimi ve ortaya çıkışı, bireylerin psikolojik refahını önemli ölçüde etkileyebilen depresyon, anksiyete, yalnızlık ve düşük özsaygı gibi psikolojik belirtilerle bağlantılıdır (Durao et al., 2023). FOMO'nun sosyal medya ve akıllı telefonların aşırı kullanımına da bağlı olduğu gözlemlenmiştir ve bu durum, teknoloji kullanımı ile psikolojik iyi oluş arasındaki potansiyel ilişkilere işaret etmektedir (Durao et al., 2023). Ayrıca, FOMO'nun, duygudurum bozukluklarının gelişiminde önemli bir risk faktörü olarak bilinen nevroitiklik kişilik özelliği ile ilişkilendirildiği belirtilmiştir (Elhai et al., 2020). Araştırmalar, FOMO'nun özerklik, yeterlilik ve sosyal ilişki ihtiyaçları gibi temel psikolojik gereksinimlerin karşılanmasındaki kronik eksikliklerden kaynaklandığını göstermiştir (Jin et al., 2023). Bu durum, FOMO yaşayan bireylerin bu temel psikolojik ihtiyaçları dijital platformlar aracılığıyla karşılamaya çalışabileceğini ve bunun da refah üzerinde potansiyel etkiler yaratabileceğini ortaya koymaktadır (Jin et al., 2023). Ayrıca, FOMO'nun sosyal ağ sitesi (SAS) kullanımı ile yalnızlık, depresyon, kaygı, heyecan arayışı ve öznel refah gibi çeşitli psikolojik ve psikososyal faktörler arasındaki ilişkilere aracılık ettiği bulunmuştur (Classen et al., 2020). Refah bağlamında, FOMO'nun akran dışlanması ile duygusal belirtiler arasındaki ilişkide potansiyel bir aracı olarak tanımlanması, özellikle erken ergenlik dönemindeki gençler arasında psikolojik uyum üzerindeki rolünü vurgulamaktadır (Marengo et al., 2021). Ayrıca, FOMO'nun sosyal karşılaştırma ve fırsatları kaçırma korkusu aracılığıyla pasif SAS kullanımı ile refah arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir (Burnell et al., 2019). Bu bulgular, FOMO'nun sosyal medya katılımı bağlamında bireylerin duygusal

ve psikolojik refahını şekillendirmede önemli bir rol oynayabileceğini ortaya koymaktadır. Genel olarak, literatür FOMO'nun duygusal belirtiler, yalnızlık, depresyon, kaygı ve öznel iyi oluş gibi psikolojik refahın çeşitli yönleri ile güçlü bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. FOMO ile teknoloji kullanımı arasındaki bağlantının yanı sıra sosyal ağ davranışlarına aracılık etmesi, bunun bireylerin psikolojik ve duygusal refahı üzerindeki potansiyel etkilerini daha da belirginleştirmektedir.

Bu çalışma, bireylerde sosyal medya bağımlılığı, FOMO ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Literatürde benzer çalışma bulunmamakta olup bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. SOSYAL MEDYA

2.1.1. Sosyal Medyanın Tanımı

Günümüzde sosyal medya, internet üzerinde kullanıcıların içerik oluşturduğu, paylaştığı, etkileşimde bulunduğu ve ağlar kurduğu çeşitli dijital platformları ifade eden önemli bir iletişim aracıdır. Sosyal medya, bireylerin fikirlerini, düşüncelerini, fotoğraflarını, videolarını ve diğer içeriklerini geniş bir kitleyle paylaşmalarını sağlar. Kullanıcılar, sosyal medya platformları aracılığıyla diğer bireylerle etkileşimde bulunabilir, içerikleri beğenebilir, yorum yapabilir, paylaşabilir ve özel mesajlar gönderebilirler. Bu platformlar yalnızca bireysel etkileşimlerle sınırlı kalmaz; markalar, şirketler, ünlüler ve kurumlar da sosyal medyayı müşteri ilişkileri yönetimi, pazarlama ve reklamcılık gibi stratejik amaçlarla kullanmaktadır. Sosyal medya, insanlar arasındaki iletişimi ve etkileşimi hızlandırarak küresel ölçekte bağlantılar kurmayı kolaylaştırır ve bilgiye erişimi artırır. Bireyler ve toplumlar üzerindeki etkisi sürekli olarak genişleyen sosyal medya, günümüz iletişim ortamında önemli bir rol oynamaktadır (Aichner et al., 2021).

2.1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya, kullanıcıların geri bildirim sağlamasını ve paylaşımlara katkıda bulunmasını teşvik eden bir platformdur. Bu platformlarda çoğu hizmet, katılım ve geri bildirim açıktır; bilgi paylaşımı, oylama ve yorum yapma gibi etkileşimler desteklenir. Geleneksel medya, genellikle tek yönlü bir iletişim süreci sunarken, sosyal medya iki yönlü etkileşim ve geri bildirim imkanı sağlar. Sosyal medya üzerinde resim, video, ses ve yazı gibi çeşitli içerik türlerinin paylaşımı son derece basit bir şekilde gerçekleştirilebilir. Kullanıcılar, içerik üretme konusunda geniş imkanlara sahip olup, diğer medya organlarının ürettiği içerikleri kendi ilgi ve tercihlerine göre sosyal medyada özgürce paylaşabilirler. Sosyal medya, kurumlar ve firmalar için tüketiciler, müşteriler, paydaşlar, takipçiler ve çalışanlarla hızlı ve etkili bir şekilde etkileşim kurma fırsatını sunar. Ayrıca, sosyal medya, çevrimiçi konuşmalar ve etkileşimler aracılığıyla medyanın sosyalleşmesini sağlar. Bu platform, insanları

sadece içerik tüketen değil, aynı zamanda içerik üreten bireyler haline getiren bir demokratikleşme sürecini temsil eder (Özkoyuncu, 2010).

2.1.3. Sosyal Medya Platformları

Bloglar: Sosyal medyanın en köklü platformlarından biri olan bloglar, çevrimiçi içerik yayınlama, yorum yapma ve keşfetme gibi özellikler sunar. Hem bireyler hem de kurumlar, bloglar aracılığıyla içerik üretebilir. Ziyaretçiler, bu içerikler üzerinde yorum yapabilir ve içerikleri diğer kullanıcılarla paylaşabilirler. WordPress, Blogger ve Tumblr gibi platformlar, bu tür ağlara örnek teşkil eder (Özkoyuncu, 2010).

Sosyal Ağlar: Sosyal ağlar, Twitter ve Facebook gibi platformlar aracılığıyla bireyler, kuruluşlar, topluluklar ve markalarla çevrimiçi iletişim kurma imkanı sunar. Bu platformlar, kişisel ve kurumsal bilgi ve görüşlerin çevrimiçi etkileşim yoluyla paylaşılmasını sağlar. Acil durumlarda, örneğin deprem, savaş veya sel gibi olaylarda, bu sosyal ağlar bilgi aktarımı açısından kritik bir rol oynar. Mobil ağların yaygınlaşmasıyla, sosyal ağlar tatil paylaşımlarından ticari faaliyetlere, iş bulma fırsatlarından deneyim paylaşımına, eğitim ve öğretime kadar geniş bir yelpazede içeriklerin paylaşıldığı mecralara dönüşmüştür (Özkoyuncu, 2010).

Tartışma Forumları: Tartışma forumları, çeşitli konularda bilgi paylaşımı, haber akışı ve görüş alışverişinin yapıldığı çevrimiçi platformlardır. Reddit, donanimhaber.com ve memurlar.net gibi siteler, belirli ilgi alanlarına yönelik grupların oluşturulmasına ve tartışmaların derinleştirilmesine olanak tanır. Bu forumlar, medya ve haber portallarında bulunamayacak kadar özgün ve nitelikli bilgilerin, çoklu kullanıcı yorumlarıyla erişilmesine imkan verir (Özkoyuncu, 2010).

Facebook: Dünyanın en büyük sosyal medya ağlarından biri olan Facebook, kullanıcıların metin, fotoğraf ve video paylaşabilmelerine, beğeni ve yorum alabilmelerine olanak tanır. Kullanıcılar arkadaşlarıyla bağlantı kurabilir, gruplar oluşturabilir ve hem özel hem de genel paylaşımlar yapabilirler (Özkoyuncu, 2010).

Twitter: Anlık güncellemeler ve kısa metin paylaşımları (tweet) için kullanılan Twitter, hashtagler aracılığıyla konuları kategorize eder. Haberleri takip etmek, kişisel düşünceleri paylaşmak ve etkileşimde bulunmak için tercih edilir. Paylaşımlar, gizlenmedikleri sürece herkes tarafından görülebilir (Özkoyuncu, 2010).

Instagram: Görsel odaklı bir platform olan Instagram, fotoğraf ve video paylaşımlarına imkan tanır. Kullanıcılar görsel içerikleri düzenleyebilir ve filtreler ekleyebilir. Kişisel veya marka kimliğini oluşturmak isteyenler için elverişli bir platformdur. Instagram üzerindeki içerikler diğer sosyal medya uygulamalarıyla da paylaşılabilir (Özkoyuncu, 2010).

LinkedIn: Profesyonel iş hayatında yaygın olarak kullanılan LinkedIn, iş ağları oluşturma, iş ilanları ve bağlantılar bulma gibi olanaklar sunar. Kullanıcılar kariyer odaklı içerikler paylaşabilir, profesyonel gelişim fırsatlarına erişebilir ve profesyonel topluluklar oluşturup katılabilirler (Özkoyuncu, 2010).

YouTube: Video içeriklerinin paylaşıldığı YouTube, eğitim, eğlence, vloglar, ticari faaliyetler, gezi, reklam ve daha birçok türde video oluşturulmasına olanak tanır. Videolara yorum yapılabilir, kanallar oluşturulabilir, kanallara abone olunabilir ve beğeni sistemi kullanılabilir (Özkoyuncu, 2010).

Foursquare: Lokasyon bazlı çalışan bir mikro blog ve mobil uygulama olan Foursquare, kullanıcıların bulundukları mekanları işaretlemelerine ve bu mekanlar hakkında yorum yapmalarına olanak sağlar. Hizmet sektörü için etkili sonuçlar sağlayabilecek bir sosyal medya platformudur (Özkoyuncu, 2010).

TikTok: Kısa süreli video içeriklerinin paylaşıldığı bir sosyal medya platformudur. Bu platformda, genellikle yaratıcı, eğlenceli ve müzik temalı videolar ön plandadır. TikTok, özellikle genç kullanıcılar arasında büyük bir popüleriteye sahiptir ve bu yaş grubunun sosyal medya tüketiminde önemli bir rol oynamaktadır (Montag et al., 2021).

Snapchat: Kullanıcıların geçici süreliğine fotoğraf ve video paylaşımlarına olanak tanıyan bir sosyal medya platformudur. Bu platform, kullanıcıların fotoğraflarına ve videolarına çeşitli filtreler ve efektler ekleyerek kişiselleştirilmiş içerikler oluşturmaya imkan tanır. Ayrıca, kullanıcılar "Hikayeler" oluşturarak, 24 saat boyunca görünür olan ve ardından kaybolan içerikler paylaşabilirler. Snapchat, özellikle genç kullanıcılar arasında yüksek popüleriteye sahiptir ve anlık, geçici paylaşımlar yoluyla hızlı ve dinamik bir etkileşim ortamı sunar (Vaterlaus et al., 2016).

Pinterest: Kullanıcıların görsel koleksiyonlar oluşturmaya olanak tanıyan bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar, ilgi alanlarına göre çeşitli resim ve videolar

paylaşarak sanatsal, tasarımsal ve kişisel projeler için ilham kaynağı olabilecek içerikler toplar. Bu platform, özellikle tasarım, moda, yemek tarifleri ve diğer görsel odaklı konular üzerinde yoğunlaşır. Pinterest, kullanıcıların ilgi duydukları temalara yönelik görselleri "panolar" adı verilen dijital koleksiyonlarda toplamasına ve bu içerikleri paylaşarak başkalarıyla fikir alışverişinde bulunmasına imkan tanır (Özkoyuncu, 2010).

WhatsApp: WhatsApp, anlık mesajlaşma, sesli ve görüntülü arama yapabilme imkanı sunan popüler bir iletişim uygulamasıdır. Kullanıcılar, kişisel ve grup sohbetleri gerçekleştirebilir, ayrıca durum özelliği aracılığıyla kısa süreli fotoğraf ve video paylaşımları yapabilirler. Platform, özellikle güvenli mesajlaşma özellikleri ile dikkat çeker ve dünya genelinde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. WhatsApp, kullanıcıların hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını sağlarken, veri güvenliği ve gizlilik konularına da önem verir (Özkoyuncu, 2010).

2.1.4. Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya ağları, kullanım kolaylığı, internet erişiminin yaygınlaşması ve sınırsız iletişim olanakları gibi nedenlerle toplumda hızla yaygınlaşmaktadır. Araştırmalar, sosyal medyanın gündelik yaşamı olumsuz etkilemeden dengeli bir şekilde kullanılmasının bireylerin iyilik hali üzerinde olumlu etkiler sağlayabileceğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, sosyal medyanın sorun oluşturmeyen kullanımı, daha yüksek bir kontrol duygusu, gelişmiş çevrimiçi sosyal etkileşim becerileri ve artırılmış yaşam doyumu ile ilişkilidir (Nadkarni & Hofmann, 2012; Qiang-Ai et al., 2016)

Bağımlılık, bireyin kullandığı maddeyi veya davranışı bırakamaması, kullanım oranını giderek artırması, azaltma veya bırakma çabalarına rağmen yoksunluk belirtileri yaşaması, zararlarına rağmen kullanımını sürdürmesi ve zamanının büyük kısmını bu arayışla geçirmesi şeklinde tanımlanabilir. Sosyal medya bağımlılığı ise, sosyal medyayı aşırı ve kompulsif bir şekilde kullanma ile karakterizedir. Bu durum, bireylerin sorumluluklarını ihmal etmesine, sosyal ilişkilerinin zarar görmesine, sosyal medyayı olumsuz duygulardan ve yaşamın streslerinden kaçış olarak kullanmalarına yol açar. Ayrıca, kullanım süresi ve miktarı hakkında yalan söyleme, sosyal medya erişimi kısıtlandığında sinirli ve gergin olma gibi belirtiler de görülebilir (Balcı & Baloglu, 2018).

Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin sosyal medya platformlarını kompulsif ve aşırı derecede kullanma eğilimleri gösterdiği, internet bağımlılığının bir alt türü olarak değerlendirilmektedir (Griffiths, 2000).

Sosyal medya bağımlılığı, temel olarak davranışsal bir bağımlılık biçimidir. Bu tür bağımlılıkla mücadele eden bireyler, sosyal medyada uzun süreler geçirme eğilimindedir ve genellikle bu durumun farkında olmazlar. Sosyal medya kullanımının aşırı derecede artması, bireylerin karşılaştığı olumsuz duyguları kaygı, bunalım, stres ve suçluluk gibi geçici olarak hafifletme amacı güderek sosyal medyayı daha fazla kullanmalarına neden olabilir. Bağımlı bireyler, sosyal medya kullanımını azaltma çabalarındaki genellikle başarısızlıkla sonuçlanır ve sosyal medya erişimlerinin kısıtlanması veya yasaklanması durumunda büyük bir rahatsızlık yaşarlar. Sosyal medya üzerinde fazla vakit geçirme, bireylerin ilgi duydukları diğer aktiviteler, hobiler ve sportif faaliyetlerde azalmalara yol açar (Balcı & Baloğlu, 2018).

Yapılan derlemeler, sosyal medyanın aşırı kullanımının bir dizi olumsuz sağlık etkisiyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu etkiler arasında iş performansında azalma, sağlıklı sosyal ilişkilerin zayıflaması, uyku sorunları, yaşam tatmininde düşüş, artan endişe ve depresyon yer almaktadır. Sosyal medya kullanımının bu olumsuz sonuçlar doğurabileceği, bireylerin genel psikolojik ve sosyal iyilik halleri üzerinde önemli etkiler yarattığı ifade edilmiştir (Sun & Zhang, 2021).

Sosyal medya bağımlılığı, günümüzde özellikle gençler arasında hızla artan bir problem olarak dikkat çekmektedir. Bu bağımlılığın yaygınlaşması, genç nüfus üzerinde önemli psikolojik ve sosyal etkiler yaratmaktadır. Sosyal medya kullanımının aşırıya kaçması, bireylerin günlük yaşamları ve genel sağlıkları üzerinde olumsuz sonuçlara yol açabilir (Hou et al., 2019).

Sosyal medya kullanımının ruh sağlığı üzerindeki etkilerini inceleyen çeşitli araştırmalar, Facebook gibi sosyal medya platformlarının uzun süreli kullanımının stres, kaygı ve depresyon gibi ruhsal sağlık sorunları ile ilişkilendirildiğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, bu platformların sürekli ve uzun vadeli kullanımı, genellikle bireylerin genel iyilik halleri üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir (Eraslan-Capan, 2015; Hong et al., 2014).

Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin kognitif, emosyonel ve davranışsal süreçlerini etkileyen, kişisel, akademik/iş ve sosyal yaşamda çeşitli bozulmalara yol açan bir psikolojik bozukluk olarak tanımlanmaktadır (Güler et al., 2019). Sosyal medyanın aşırı kullanımı, madde bağımlılığı, kumar bağımlılığı, oyun bağımlılığı ve aşırı gıda tüketimi gibi diğer bağımlılık türlerinde olduğu gibi, bireylerde zararlı alışkanlıklara neden olabilmekte ve bu alışkanlıklar bireylerin yaşam fonksiyonlarını engelleyebilmektedir. Kişinin sürekli olarak durum güncellemelerini kontrol etmesi, e-postaları düzenli olarak gözden geçirmesi ya da diğer kullanıcıların sosyal medya hesaplarını uzun süre takip etmesi, akademik, iş ve günlük yaşamda çeşitli sorunlar yaşanmasına neden olabilmektedir (Durar, 2018).

Savcı ve Avsan (2017), sosyal medya bağımlılığını kişinin sosyal medyayı aşırı ve kontrolsüz bir şekilde kullanma isteği, bu isteği tatmin edememe ve aşırı kullanımın sosyal ilişkileri olumsuz etkilemesine rağmen sosyal medyadan vazgeçememe şeklinde açıklamaktadır. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı, olumsuz duygulardan kaçış olarak sosyal medyayı görme, kullanımını kontrol etme ve azaltmada zorluk yaşama, sosyal medya kullanılmadığında huzursuzluk ve sinirlilik hissetme ve kullanım süresi hakkında yalan söyleme gibi belirtilerle karakterizedir (Savcı & Aysan, 2017).

Yeşilay tarafından 2017 yılında yayımlanan Türkiye Bağımlılıkla Mücadele Eğitim Programı'nda sosyal medya bağımlılığı için belirlenen kriterler aşağıdaki gibidir (Güney & Taştepe, 2020):

Kişinin sıkıldığı zaman ilk olarak sosyal medyayı düşünmesi.

Sanal dünyanın gerçek yaşamın önüne geçmesi.

Günlük yaşamında ve sorumluluklarını yerine getirmede zorluk yaşaması.

Gününün büyük bir kısmını sosyal medyada geçirip, sosyal medyaya erişim sağlayamadığında huzursuzluk yaşaması.

Sosyal medyada takip ettiği kişilerin kendisinden ziyade paylaşımlarının daha önemli hale gelmesi.

Sanal arkadaşlıkların gerçek arkadaşlıkların yerini alması.

Sürekli olarak paylaşım yapma isteğinin ortaya çıkmasıdır.

2.1.5. Sosyal Medya Bağımlılığının Nedenleri

İnternet teknolojilerinin hızla yaygınlaşması, sosyal medya bağımlılığının önemli bir artış sebebidir. Bireyler, kullandıkları teknolojik cihazlar aracılığıyla sürekli olarak güncel gelişmelerden haberdar olma amacıyla diğer kullanıcılarla çevrimiçi bir rekabet içine girmektedirler. Sosyal medya kullanım sürelerindeki artış, bu bağımlılığın da yaygınlaşmasına neden olmaktadır (Çiftçi, 2018).

Sosyal medya araçlarının aşırı kullanımı, bağımlılığın gelişimine yol açmaktadır. Bağımlılığın ortaya çıkmasına katkıda bulunan faktörler şu şekilde sıralanmaktadır (Tarhan & Nurmedov, 2019).

Sosyal medya uygulamalarının sürekli olarak erişilebilir olması.

Kullanıcıların bulundukları yerden ayrılmadan sosyal medya platformlarına erişebilmeleri.

Sosyal medya uygulamalarının düşük maliyetli veya ücretsiz olarak sunulmasıdır.

Çeşitli ilgi alanlarına hitap eden ve sürekli olarak ilgi çekici içerikler sunan sosyal medya ortamlarının varlığı. Bireylerin kendilerini güvende hissederek sosyal medya uygulamalarını özgürce kullanabilmeleri. Yayımlanan içeriklerin ve oluşturulan platformların çekiciliği, kullanıcıları sosyal medya ortamlarına çekmektedir. Turel ve Serenko (2012) sosyal medya bağımlılığının gelişimini açıklamak için üç farklı model önermişlerdir (Turel & Serenko, 2012):

Bilişsel Davranışçı Model: Bu model, yoğun sosyal medya kullanımının kullanıcıların uyumsuz bilişleriyle ilişkili olduğunu öne sürmektedir. Bu uyumsuz bilişler, çevresel faktörler tarafından da desteklenebilir. Örneğin, sosyal olarak izole olan ve yalnızlık hissi yaşayan bireyler, sosyal medyayı obsesif bir şekilde kullanabilirler.

Sosyal Beceri Modeli: Bu modele göre, öz sunum becerileri zayıf olan ve yüz yüze iletişimde güçlük çeken bireyler, sosyal medyayı daha sık kullanma eğilimindedir. Bu durum, bağımlılığın gelişmesine zemin hazırlamaktadır.

Sosyo-Bilişsel Model: Yoğun sosyal medya kullanımında bulunan bireyler, uygulamalardan beklentileri ve aldıkları hazlarla ödül sistemlerini aktive ederler. Bu durum, sosyal medya bağımlılığının gelişiminde etkili olabilir.

Ayrıca, sosyal medya bağımlılığının nedenlerinden biri, bireylerin gerçeklikten kaçış yoluyla sanal ortamda kurguladıkları idealize edilmiş benlik sayesinde kendilerini daha özgür ve tatmin edici bir şekilde ifade edebilmeleridir. Gerçek yaşamda özgüveni düşük, mutsuz ve depresif hisseden bireyler, sosyal medya aracılığıyla bu olumsuz özelliklerin tam tersi olan ideal bir karakter yaratarak gerçek benliklerinden uzaklaşmaktadırlar (Akmeşe & Deniz, 2017).

Sosyal medyanın insanların sosyal, psikolojik ve biyolojik ihtiyaçlarını karşılaması, kullanımının ve erişiminin kolay olması ve toplumdaki bireylerin dijital dünyayla daha fazla etkileşimde bulunabilmesi, sosyal medyada geçirilen sürenin artmasına ve dolayısıyla bağımlılığın kaçınılmaz bir şekilde gelişmesine neden olmaktadır (Çağlar, 2021).

2.1.6. Sosyal Medya Bağımlılığının Tedavisi

Günümüzde internet, iş, akademik faaliyetler ve kişisel yaşamlarımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya bağımlılığına yönelik müdahale stratejileri genellikle, sosyal medya kullanımını tamamen kesmek yerine, daha kontrollü ve dengeli bir şekilde sürdürmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda, davranışsal bağımlılıkların tedavisinde etkili olduğu kanıtlanmış yöntemler sosyal medya bağımlılığı tedavisinde de etkili olmaktadır (Andreassen, 2015).

Kendi Kendine Yardım Stratejileri: Sosyal medya kullanımını azaltma amacıyla bireyler çeşitli dijital araçlardan yararlanabilirler. Örneğin, Cold Turkey, Self-Control ve Freedom gibi uygulamalar, kişilerin belirli sosyal medya sitelerine erişimini kısıtlayarak bu platformlarda geçirilen zamanı azaltmaya yardımcı olabilir. Ayrıca, sosyal medya uygulamalarının ayarlarında belirli zaman dilimlerinde güncellemeler ekleyerek bu platformlarda geçirilen süreyi kısıtlamak da bir diğer stratejidir. Diğer kendi kendine yardım yöntemleri şunlardır: okulda sosyal medya uygulamalarına erişim sağlanmaması, telefonun evde bırakılması, sosyal medya kullanımında belirli sürelerin konulması, sosyal medyada geçirilen zaman esnasında düşünce kalıplarının değiştirilmesi, kişisel hedeflerin belirlenmesi, online etkinliklerden kaçınılması ve duygusal rahatsızlıkların yönetiminde gevşeme tekniklerinin kullanılması (Andreassen, 2015).

Terapötik Uygulamalar ve Önlemler: Bilişsel davranışçı terapi, internet bağımlılığı tedavisinde etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Bu terapi yöntemi, bireylerin kendi düşünce süreçlerini ve bağımlılığı tetikleyen unsurları fark etmelerini sağlar. İşlevsel olmayan düşünce kalıpları etkisiz hale getirilerek, yerine işlevsel ve sağlıklı düşünceler geliştirilmesine yardımcı olunur. Bu süreçte, bireylerin sağlıklı başa çıkma stratejileri öğrenmesi sağlanarak, olumsuz durumlarla karşılaştıklarında internet kullanmadan başa çıkabilmeleri desteklenir (Aslan, 2020). Motivasyonel görüşme ise, davranışsal bağımlılıklarda içsel motivasyonu artırarak ve danışanın bağımlılıkla ilişkili olumsuz davranışları fark etmesini sağlayarak değişim için gerekli motivasyonu desteklemeyi amaçlar (Andreassen, 2015).

İlaç Tedavisi: Yapılan araştırmalar, Bupropion, Escitalopram ve Metilfenidat gibi ilaçların, oyun ve internet bağımlılığı tedavisinde etkili olabileceğini göstermektedir (Andreassen, 2015). Bu ilaçlar, bağımlılık davranışlarını azaltmaya yönelik biyokimyasal değişiklikler sağlayabilir.

2.1.7. Yurt İçinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Özkapı (2021), sosyal medya kullanımının yetişkin bireylerde depresyon ve sosyal anksiyete ile ilişkisini ele almıştır. Araştırma bulguları, sosyal medya bağımlılığı ile depresyon ve sosyal anksiyete arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Ancak, cinsiyet ve çalışma durumuyla bağımlılık arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Evli bireylerin sosyal medya bağımlılığı ve depresyon seviyeleri, boşanmış veya bekar bireylere kıyasla daha düşük bulunmuştur. Sosyal medyada geçirilen sürenin artışı ile bağımlılık düzeylerinde bir artış gözlemlenmiştir (Özkapı, 2021).

Çil (2020), sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkiyi incelediğinde, bu iki değişken arasında pozitif bir korelasyon tespit edilmiştir. Yani, sosyal medya bağımlılığı arttıkça depresyon seviyelerinde de artış görülmektedir (Çil, 2020). Oran (2020), sosyal medya kullanımının sosyal anksiyete ve kişilerarası ilişkiler üzerindeki etkilerini araştırmış ve bireylerin gerçek hayatta yüz yüze görüşme yerine sanal ortamda görüşmeyi tercih ettiklerini, çünkü sanal görüşmelerin daha az kaygı yarattığını belirlemiştir (Oran, 2020).

Demir ve Kumcağız (2019), sosyal medya bağımlılığının çeşitli değişkenler açısından incelenmesinde, bağımlılık seviyesinin cinsiyetler arasında değişmediğini, akademik başarı ile bağımlılık arasında ters bir ilişki bulunduğunu ve yüksek bağımlılık seviyesine sahip bireylerin sosyal medyayı özellikle video ve müzik uygulamalarında kullandığını ortaya koymuştur (Demir & Kumcağız, 2019).

Çakır (2018), sosyal medya bağımlılığı ile narsisizm ve empati arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir. Araştırma, narsisizm seviyesinin arttıkça sosyal medya bağımlılığının da arttığını, buna karşın empati seviyeleri ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif bir ilişki olduğunu, yani bağımlılık seviyeleri yüksek olan bireylerin empati seviyelerinin daha düşük olduğunu göstermiştir (Çakır, 2018). Şahin (2021), üniversite öğrencileri arasında sosyal medya bağımlılığı ve sosyal onay gereksinimi arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bu iki değişken arasında pozitif bir ilişki bulmuştur. Yani, sosyal medya bağımlılığı olan bireylerin sosyal onay gereksinimlerinin de yüksek olduğu görülmüştür (Şahin, 2021). Macit (2019), sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik semptomlar arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Sonuçlar, bağımlılık seviyesinin eğitim düzeyi, cinsiyet ve medeni durum gibi demografik değişkenlere bağlı olarak farklılık göstermediğini, ancak yaş ve çocuk sayısı ile bağımlılık seviyeleri arasında farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, kaygı ve hostilite seviyeleri ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur (Macit, 2019).

Ünal (2019), çevrim içi sosyal destek ve gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal anksiyete bozukluğu üzerindeki etkilerini incelemiştir. Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya yorgunluğunun bu ilişkide aracı rol oynadığını belirlemiştir. Gelişmeleri kaçırma korkusunun anksiyete bozukluğu ile anlamlı bir ilişki içinde olduğunu, sosyal destek artışıyla sosyal medya bağımlılığının da arttığını ve bunun sonucunda sosyal medya yorgunluğunun yükseldiğini gözlemlemiştir (Ünal, 2019).

Özmen (2019), sosyal medya bağımlılığı ile güvenli bağlanma tarzı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma, sosyal medya kullanımı ile güvenli bağlanma arasında anlamlı bir ilişki bulmuş, cinsiyet ve kullanım süreleri arasında belirgin bir fark saptanmamıştır. Bekar katılımcıların sosyal medya bağımlılığı puanlarının evli bireylerden yüksek olduğunu ve sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma stilleri

arasında eğitim ve yaşanan bölgeye göre anlamlı bir farklılık bulunmadığını göstermiştir (Özmen, 2019).

2.1.8. Yurtdışında Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Yapılmış Araştırmalar

Liu ve Ma (2018), sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin geliştirilmesi ve geçerliliğinin test edilmesi amacıyla 619 üniversite öğrencisi ile yürüttükleri araştırmada, sosyal medya bağımlılığının akıllı telefon kullanımı, patolojik internet kullanımı ve narsisizm ile ilişkisini incelemişlerdir. Araştırma bulguları, sosyal medya bağımlılığı ile akıllı telefon kullanımı, patolojik internet kullanımı ve narsisizm arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuç, sosyal medya bağımlılığının bu değişkenlerle güçlü bir bağa sahip olduğunu göstermektedir (Liu & Ma, 2018).

Hawi ve Samaha (2017), üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkileri araştırmışlardır. Araştırmanın bulguları, sosyal medya bağımlılığı ile benlik saygısı arasında negatif bir ilişki olduğunu, yani sosyal medya bağımlılığı arttıkça benlik saygısının azaldığını ortaya koymuştur. Öte yandan, sosyal medya bağımlılığı ile yaşam doyumu arasında pozitif bir ilişki bulunmuş; bu da sosyal medya bağımlılığının yaşam doyumu üzerinde olumlu bir etkisi olabileceğini göstermektedir (Hawi & Samaha, 2017). Liu ve Ma (2020), Çin'de 519 üniversite öğrencisi üzerinde sosyal medya bağımlılığının sosyal medya tükenmişliği, kıskançlık ve sosyal medya kullanım kaygısı ile ilişkisini incelemişlerdir. Araştırmanın sonuçları, sosyal medya bağımlılığının kıskançlık, sosyal medya kullanım kaygısı ve tükenmişlik üzerinde önemli bir yordayıcı olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, sosyal medya bağımlılığının çeşitli psikolojik etkileri tetikleyebileceğini göstermektedir (Liu & Ma, 2020). Sultan (2021), Kuveyt'te yaşayan genç yetişkinler üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada, gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal medya bağımlılığı ve kendini ifşa etme arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırmanın sonuçları, gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya bağımlılığına yol açtığını ve kendini ifşa etme üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Özellikle, gerçek hayatta zayıf arkadaşlık bağları kuran bireylerin, güçlü arkadaşlık bağlarına sahip olanlara göre sosyal medyada kendilerini daha fazla ifşa ettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Sultan, 2021). Medrano ve ark. (2018), sosyal medya bağımlılığının mobil cihaz kullanımı, depresyon ve intihar düşünceleri arasındaki

ilişisini araştırmak üzere 374 üniversite öğrencisiyle bir çalışma yapmıştır. Araştırmının bulguları, sosyal medya bağımlılığı ile depresyon ve intihar düşünceleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuç, sosyal medya bağımlılığının psikopatolojik sorunların ortaya çıkmasına zemin hazırlayabileceğini göstermektedir (Jasso-Medrano & López-Rosales, 2018).

2.2. GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU

Sosyal medya kullanımındaki artış, kullanıcıların sürekli olarak internete bağlı kalma arzusunu artırmıştır. Bu durum, "Fear of Missing Out" (FOMO) olarak bilinen, yani "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu" (GKK) adı verilen yeni bir kavramın ortaya çıkmasına yol açmıştır (Gökler et al., 2016). GKK, bireylerin bulunmadıkları ortamlarda diğer insanların daha iyi, daha eğlenceli ve daha tatmin edici deneyimler yaşadığı düşüncesiyle yaşadıkları kaygı ve korku olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram, bireylerin diğerlerinin faaliyetleri ve deneyimleri hakkında sürekli bir merak duygusu içinde olmalarını ifade etmektedir (Przybylski et al., 2013). Cambridge sözlüğü, GKK'yi, özellikle sosyal medyada karşılaşılan heyecan verici deneyimlerin kendisine nasip olmayacağı düşüncesiyle oluşan endişe olarak tanımlamaktadır (Cambridge). GKK kavramı ilk olarak 2010 yılında Voboril tarafından ortaya konmuştur. Davranışlar üzerindeki etkileri ise James Walter Thompson tarafından 2012'de raporlanmıştır. Raporda, 18-34 yaş aralığındaki bireylerin %70'inin GKK yaşadığı belirtilmiştir (Aydın, 2018). Bu oran, GKK'nın sosyal medya kullanımının bir sonucu olarak geniş bir yaş grubunda yaygın bir sorun haline geldiğini göstermektedir.

2.2.1. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Nedenleri

Bireylerin maddi ve manevi birikimleri, benlik oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır. İnsanlar, benlik algılarını korumak ve güçlendirmek amacıyla ürün ve hizmetlere yönelmektedir. Bu birikimlerin bir kısmından mahrum kalmak, kişilik yapısına ters düşebilir ve kişide dışlanma, geride kalma gibi duygulara neden olabilir. Bu durum, "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu" (FOMO) olarak bilinen psikolojik bir rahatsızlığa yol açabilir. Yüksek aidiyet gereksinimi taşıyan bireyler genellikle daha yüksek FOMO seviyelerine sahipken, kendini yalnız hisseden ve özgüveni düşük bireylerde de FOMO düzeyleri yüksektir. Gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal izolasyon ve negatif kendilik algısı ile ilişkilidir ve bu korku, psikolojik bir rahatsızlık

olarak tanımlanabilir. Bir olaydan veya grubun dışında kalmaktan kaynaklanan anksiyete, bireyleri diğerlerinden bilgi almak için daha fazla takip etmeye yönlendirebilir (Güven, 2021).

Gelişmeleri kaçırma korkusu, bireylerin ait olma ihtiyacı ile yakından ilişkilidir. Bu durum, topluluklara dahil olma ve bu topluluklardan kopmama arzusundan kaynaklanmaktadır. Bireyler, çevreleriyle psikolojik ya da fiziksel olarak mesafe koymaktansa, gruba ait olma hissini sürdürmek için bilgi almayı tercih ederler. Bir kişi grubundan dışlandığında, bu durum emosyonel, bilişsel ve davranışsal değişikliklere yol açabilir. Grubun dışında kalma düşüncesi, bireyde aidiyet duygusunun zedelenmesine ve grup dışı kalma hassasiyetine neden olabilir (Lai et al., 2016).

İnsanlar, ünlü ya da tanınmış kişilerin yaşamlarına kıyasla, sosyal çevrelerindeki yakın kişilerden gelen gelişmeleri kaçırma korkusu daha fazla hissederler. Bunun nedeni, kişinin kendisiyle benzer standartlara sahip olan birinin yaşadığı bir deneyimi kaçırmasıdır. Kişi, kendine benzer ve eşit sosyal standartlara sahip bireylerle etkileşimde bulunduğu anda, gelişmeleri kaçırma korkusu artış göstermektedir (Karaboğa, 2021).

2.2.2. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Belirtileri

Belirttiği üzere, "Gelişmeleri Kaçırma Korkusu" (FOMO) yaşayan bireylerde aşağıdaki belirtiler gözlemlenebilir (Tanhan et al., 2022).

- Bireyin sosyal medyada karşılaştığı çekici aktiviteleri yapma ve bu aktivitelerin gerçekleştirildiği yerlere gitme konusunda güçlü bir arzu duyması.
- Sosyal medya hesaplarını sürekli olarak kontrol etme ihtiyacı hissetmesi.
- Sosyal medya aracılığıyla takip ettiği kişilerin düzenlediği etkinlikler veya katıldıkları aktiviteler hakkında bilgi almadığında huzursuzluk yaşaması.
- Sanal ortamda paylaşılan içeriklere bakarak kendisini diğer insanlardan geri kalmış ve yetersiz görmesi.
- Sosyal medyada paylaşılan içeriklerin etkisi altında kalma ve bu içeriklerin kişisel duygular ve davranışlar üzerinde belirgin bir etkisi olmasıdır.

2.2.3. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Sonuçları

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FOMO) yaşayan bireyler, sosyal medyada zaman geçirdikten sonra kendilerini daha kaygılı, yetersiz ve özgüvensiz hissettiklerini belirtmektedirler (Altınay Bor, 2018). Sosyal medyanın çekiciliği, bireylerin yalnızlık duygusundan kurtulma amacıyla bu platformlara aşırı ilgi göstermelerine yol açmaktadır. Bu durum, kişilerin gerçek dünyadan kopmasına ve yalnızlık hissini derinleştirmesine neden olarak, kısır bir döngüye sürüklenmelerine sebep olmaktadır. FOMO, bireylerin sosyal medyaya bağımlı hale gelmesine yol açarak, depresyon ve disfori gibi psikolojik sorunların gelişmesine zemin hazırlayabilir (Yapraklı & Mutlu, 2023)

Gelişmeleri kaçırma korkusunun olumsuz sonuçlarından biri de bireylerin zamanlarını israf etmesidir. Kişiler, sosyal medyada ve telefonlarını kontrol ederek aşırı zaman harcamakta, bu durum kişisel sorumluluklarını yerine getirme ve önemli işlerle ilgilenme konusunda geri kalmalarına neden olmaktadır. Bu da, bireylerde suçluluk duygusu ve yaşamdan geri çekilme hissine yol açabilmektedir (Tayiz, 2018).

Gottberg'in değerlendirmelerine göre, gelişmeleri kaçırma korkusu bireyin yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Kişi, sahip olduğu şeylerin değerini takdir edememekte ve yaşamdan zevk alamaz hale gelmektedir. Ayrıca, dışlanmışlık ve yalnızlık duyguları, aşağılık ve güvensizlik hislerine yol açabilmektedir. Birey, aldığı kararlar ve seçimlerle ilgili sürekli şüphede duyar hale gelmekte ve sürekli telefonunu kontrol etme çabasını içinde yaşamaktadır, bu da yaşam kalitesinin düşmesine neden olmaktadır. Paylaşılan içeriklerle başkalarıyla kendini kıyaslama eğilimi, kıskanılığa yol açabilmektedir (Tayiz, 2018). Ayrıca, araç kullanırken veya yürürken akıllı telefonları kontrol etme isteği de FOMO'nun bir sonucu olarak değerlendirilmektedir (Dossey, 2014).

2.2.4. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile Baş Etme Yolları

Sokol (2016), gelişmeleri kaçırma korkusuyla başa çıkmak için aşağıdaki sekiz önemli stratejiyi önermektedir (Tayız, 2018):

Anı Defteri Tutmak: Bireylerin sahip oldukları şeyleri gözlemlemeleri için günlük olarak üç olumlu şey yazmaları önerilmektedir. Bu yöntem, kişinin duygu ve düşüncelerini olumlu yönde etkilemekte ve sahip olduğu değerleri fark etmesine yardımcı olmaktadır.

Kendini Karşılaştırmayı Bırakmak: Bireylerin kendilerini başkalarıyla kıyaslamaktan vazgeçmeleri gerekmektedir. Maddi durum veya ünlülük gibi dışsal faktörlerin, kişinin mutluluğunu garanti etmediği göz önünde bulundurulmalıdır. Kişi, kendi yaşamını ve başarılarını değerlemeli ve başkalarının farklı yaşam öykülerine odaklanmak yerine kendi hedeflerine yönelmelidir.

Maddiyata Odaklanmamak: Sosyal medyada başkalarının sahip olduğu şeylere odaklanmak, kıskançlık ve olumsuz duygulara yol açabilir. Bunun yerine, kişi kendi yaşam hedeflerine odaklanmalı ve bu hedefler doğrultusunda motive olmalıdır.

Ana Odaklanmak: Sosyal medyada başkalarının paylaşımlarına yoğunlaşmak yerine, kişi mevcut anı ve çevresindeki insanları, hobileriyle ilgilenmeye odaklanmalıdır. Sürekli takip etme gereksinimi, yaşam kalitesini olumsuz etkileyebilir. Kişi, mevcut anı değerlendirerek yaşamalıdır.

Yüz Yüze İletişim: Sosyal medya iletişimi pratik olsa da, yüz yüze iletişimin sağladığı bağların ve etkileşimlerin faydaları göz ardı edilmemelidir. Bireylerin sevdikleri kişilerle zaman geçirmeleri, gelişmeleri kaçırma korkusuyla başa çıkmada etkili olabilir.

Fiziksel Aktivite: Teknolojik aletlere bağlı kalmak yerine, bireylerin dışarı çıkıp yürüyüş yapmaları veya egzersiz yapmaları, gelişmeleri kaçırma korkusunun etkilerini azaltabilir. Bu tür fiziksel aktiviteler, kişinin genel ruh halini iyileştirebilir ve sosyal medya bağımlılığını dengelemeye yardımcı olabilir.

Bu stratejiler, bireylerin gelişmeleri kaçırma korkusunu yönetmelerine ve sosyal medya ile olan ilişkilerini daha sağlıklı bir şekilde sürdürmelerine yardımcı olabilir.

2.2.5. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile İlgili Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar

Kartol ve Peker (2020) 'nin 14-18 yaş arası öğrencilerle gerçekleştirdikleri çalışmada, gelişmeleri kaçırma korkusu (GKK) ile depresyon ve kaygı seviyeleri arasında orta derecede pozitif bir ilişki bulunmuştur. Kaygı bozukluğunun GKK davranışlarının %22'sini açıkladığı gözlemlenmiş, ancak depresyonun GKK davranışları üzerinde belirgin bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, GKK ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamış ve kız öğrencilerin GKK seviyelerinin erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Kartol & Peker, 2020).

Erdoğan ve Şanlı (2019)'un üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada, sosyal medya tutumları ile GKK arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu bulgu, sosyal medyaya yönelik tutumların GKK üzerindeki etkisini göstermektedir (Erdoğan & Şanlı, 2019).

Çınar ve Mutlu (2019)'un 2016-2017 dönemindeki üniversite öğrencileriyle yürüttükleri çalışmada, GKK ile internet bağımlılığı arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Araştırma, internet bağımlılığının artmasıyla birlikte GKK seviyelerinin de yükseldiğini ortaya koymuştur (Çınar & Mutlu, 2019).

Eşer ve Alkaya (2019)'ın sosyal medya bağımlılığı ve GKK arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada, günde 5 saatten fazla sosyal medyada zaman geçiren bireylerin telefonlarını kontrol etme sıklığının daha az olanlara göre hem sosyal medya bağımlılığı hem de GKK ölçeği puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla sosyal medya bağımlılığı gösterdiği ve sosyal medya bağımlılığı arttıkça GKK'nın da yükseldiği sonucuna varılmıştır (Eşer & Alkaya, 2019).

Çakır (2020)'nin araştırması, güvenli bağlanma stili ile GKK arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiş, güvenli bağlanma stiline sahip bireylerin GKK seviyelerinin daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Güvensiz bağlanma stiline ise GKK ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki taşıdığı tespit edilmiştir (Çakır, 2020).

JWT (2011) tarafından yapılan bir çalışmada, 11-55 yaş arası sosyal medya kullanıcıları arasında en yüksek GKK düzeylerinin 15-24 ve 25-34 yaş gruplarında görüldüğü belirlenmiştir. 12-17 yaş grubundaki bireylerin %48'i herhangi bir eğlenceyi kaçırdıklarını düşünmekte ve %47'si bu konuda endişe duymaktadır. 34-48

ve 48-67 yaş aralığındaki bireylerin %26'sı dışlandıklarını hissetmektedir. 18-34 yaş grubundaki bireyler ise en yüksek güvensizlik oranına (%42) sahipken, erkeklerin FOMO düzeyinin kadınlara göre daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir (Worldwide, 2011).

Çetinkaya ve arkadaşları (2021)'in üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada, FOMO ölçeği iki boyut olarak değerlendirilmiştir: deneyim kaçırma korkusu ve aktivite kaçırma korkusu. Aktivite kaçırma korkusunun sosyal medya kullanım isteğini artırdığı, ancak deneyim kaçırma korkusunun benzer bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, sosyal medya kullanım isteğinin, kişilerin GKK seviyelerinde artışa neden olduğu bulunmuştur (Çetinkaya et al., 2021).

2.2.6. Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ile İlgili Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar

Elhai ve arkadaşları (2016)'nın gerçekleştirdiği araştırma, gelişmeleri kaçırma korkusu (GKK) ile akıllı telefon kullanımı ve dokunma arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma, dokunma gereksinimi ile akıllı telefon kullanım sıklığı arasında pozitif bir etkileşim olduğunu ortaya koymuştur. GKK'nın dokunma gereksinimi ile, depresyon ve anksiyete arasındaki ilişkileri açıkladığı, ayrıca kişilerin sosyal ve dokunsal gereksinimlerini karşılama etkenlerinin önemini vurguladığı belirlenmiştir (Elhai et al., 2016).

Riordan ve arkadaşları (2015), 18-25 yaş arası lisans öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, GKK, alkol tüketimi ve olumsuz alkol tüketim davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Sonuçlar, GKK ölçeğinden yüksek puan alan öğrencilerin, düşük puan alanlara göre daha fazla alkol tükettiklerini ve alkol kullanımında kötü davranışlar sergilediklerini, bu davranışların sonradan pişmanlık yarattığını ortaya koymuştur (Riordan et al., 2015).

Buglass ve arkadaşları (2016)'nın çalışması, sosyal medya kullanımının GKK düzeyi yüksek bireylerde psikolojik iyi oluş ile negatif bir ilişki oluşturduğunu göstermiştir. Katılımcılar, çevrimiçi ortamda bulunmalarına rağmen GKK'nın etkisiyle psikolojik kırılganlık yaşamakta ve genel psikolojik iyi oluşları olumsuz etkilenmektedir (Buglass et al., 2017).

Abel ve arkadaşları (2016)'nın araştırmasında, yüksek düzeyde GKK yaşayan bireylerin sosyal medya hesaplarını sürekli olarak kontrol ettikleri ve GKK'nın

problemlı internet kullanımına yol açtığı sonucuna varılmıştır. GKK'nın sosyal medya kullanımını problemlı hale getirdiği gözlemlenmiştir (Abel et al., 2016).

Błachnio ve Przepiórka (2018), Polonya'da 360 Facebook kullanıcısı ile gerçekleştirdikleri araştırmada, GKK düzeyleri ile Facebook kullanımı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. GKK düzeyi arttıkça, katılımcıların Facebook'ta geerindikleri zamanın da artığı sonucuna ulaşılmıştır (Błachnio & Przepiórka, 2018).

Balta ve arkadaşları (2020), 423 katılımcı ile nevroitiklik, GKK ve problemlı Instagram kullanımı üzerine yaptıkları araştırmada, GKK ve problemlı Instagram kullanımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. GKK düzeyinin yükselmesiyle problemlı Instagram kullanımının da arttığı belirlenmiştir (Balta et al., 2020).

Oberst ve arkadaşları (2017), psikiyatrik rahatsızlıklar ile akıllı telefon aracılığıyla sosyal medya kullanımının olumsuz etkilerini açıklamak amacıyla GKK ve sosyal medya bağımlılığı ile ilgili bir araştırma yapmışlardır. 1468 ergen ile yapılan bu çalışmada, GKK ve sosyal medya bağımlılığının psikiyatrik rahatsızlıklara etkisi olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca, kadın katılımcıların kendilerini depresif hissetmeleri nedeniyle sosyal medyayı daha fazla kullandıkları ve bu durumun bağımlılık geliştirmelerine yol açtığı belirtilmiştir (Oberst et al., 2017).

2.3. PSİKOLOJİK İYİ OLUş

2.3.1. İyi Oluş

Pozitif psikoloji, iyi oluş kavramını kapsamlı bir şekilde ele alarak, bireylerin olumlu davranışlar sergilemesi, mutluluk, pozitif ruh halleri, yaşam doyumu, sorumluluk, maneviyat, çalışma etiği, psikolojik ve öznel iyi olma halleri, kapasite geliştirme, akış deneyimi, özgecilik, affetme ve umut gibi olumlu unsurlara odaklanan bir alandır (Erdal, 2022; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; şerbetioğlu, 2019).

Pozitif psikoloji, mutluluğu psikolojik iyi oluş ve hazcılığın bir sentezi olarak kavramsallaştırmakta olup, son yıllarda bireylerin hem mutluluk düzeylerini arttırmaya hem de kendini gerçekleştirme süreçlerine odaklanmıştır (şerbetioğlu, 2019).

Pozitif psikoloji, mutluluğu psikolojik iyi oluş ve hazcılığın bir bileşimi olarak kavramsallaştırmakta olup, son yıllarda bireylerin hem mutluluk seviyelerini

yükseltmeye hem de kendini gerçekleştirme süreçlerine yönelik yoğun bir şekilde odaklanmaktadır (Şerbetçioğlu, 2019) Bu bağlamda, iyi oluş ve mutluluk, pozitif psikoloji literatüründe birbirinin yerine kullanılan terimler olarak kabul edilmekte olup, her ikisi de pozitif etkinlikler ve pozitif duyguları kapsamaktadır (Atan, 2020).

Yunan filozoflarının perspektifine göre, mutluluk, zevk elde etme ve acıdan kaçınma olarak tanımlanmaktadır (Deniz, 2023). Hedonik yaklaşım, mutluluğu iyi oluş ile aynı anlamda değerlendirir ve her iki kavramı da hazların bolluğu ile eşitler (Ryan & Deci, 2001).

Sonuç olarak, bu iki yaklaşım çerçevesinde, bireyin mutlu olabilmesi için zevk aldığı durumların sayısının ve sürekliliğinin artırılması gerektiği vurgulanmaktadır. İyi olma durumu, bireyin acı ve sıkıntıdan uzak kalmasıyla ortaya çıkar ve kişinin davranışları, işlevselliği, verimliliği ve genel yaşam kalitesi üzerinde olumlu etkiler sağlar. Halbert Dunn (1961)'ün tanımladığı iyi olma durumu, bireylerin zihinsel, bedensel ve ruhsal açıdan daha işlevsel hale gelmelerinde önemli bir rol oynamaktadır (Köylü & Gündüz, 2019). Bu bağlamda, iyi oluş, bireyleri yaşam boyu mutluluğa taşıyan bir sürecin başlangıç aşaması olarak değerlendirilmektedir. Tarihsel bir perspektiften bakıldığında, mutluluk ve iyi oluş kavramlarını açıklayan iki temel yaklaşım olduğu görülmektedir: bunlar öznel (hedonik) iyi oluş ve psikolojik (eudaimonik) iyi oluş olarak adlandırılmaktadır (Telef et al., 2013).

Literatür incelendiğinde, iyi oluş kavramı bağlamında iki temel yaklaşımın mevcut olduğu açıktır: bunlar eudaimonik (psikolojik iyi oluş) ve hedonik (öznel iyi oluş) yaklaşımlarıdır (Erdal, 2022).

Öznel iyi oluş kavramı, 1950 yılında yaşam kalitesinin ön planda tutulduğu ve öznenin arttığı bir eğilim olarak ortaya çıkmıştır. Bu kavram, bireylerin kişisel algılarına ve yaşam memnuniyetlerine odaklanmaktadır. Öte yandan, psikolojik iyi oluş kavramı ise, bireylerin hayatlarını anlamlı bir şekilde yaşamak için kendini gerçekleştirme süreçlerine odaklanmaktadır. 1980'lerde deneysel çalışmalarla temellendirilen ve gelişim psikolojisi teorilerine dayanan bu kavram, bireylerin potansiyellerini maksimize etmeyi amaçlayan bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Telef, 2013).

İyi oluş kavramı üzerine yapılan araştırmalar, genel olarak iki ana bakış açısına odaklanmaktadır. Öznel iyi oluş, bireylerin mutluluğa ulaşmak için sıkıntıdan ve ağrıdan kaçınma stratejilerine yönelirken, psikolojik iyi oluş ise kendini gerçekleştirme ve hayatın anlamını keşfetme süreçlerine odaklanmaktadır (Ryan & Deci, 2001).

Her iki kavram, bireylerin yaşam kalitesini iyileştirme amacı güderken, aynı zamanda insanın bireysel yeteneklerini ve içsel gücünü destekleyip geliştiren bir hümanistik yaklaşımı benimser. Bu yaklaşım, insan merkezli bir perspektiften yola çıkarak, bireyin özgürlük, yaratıcılık ve kendi potansiyelini tam anlamıyla kullanabilme kapasitesini öne çıkarır. Bu şekilde, hem bireysel hem de toplumsal anlamda daha sağlıklı ve üretken bir ortamın temelleri atılır (Keyes et al., 2002). Bu bağlamda, iyi oluş kavramını tam olarak anlayabilmek için, psikolojik iyi oluş ve öznel iyi oluş kavramlarının her birinin detaylı bir şekilde incelenmesi zorunludur. Psikolojik iyi oluş, bireylerin kendi iç deneyimlerini ve duygusal dengelerini nasıl değerlendirdiklerini ele alırken, öznel iyi oluş ise bireylerin yaşamlarından aldıkları memnuniyeti ve günlük yaşantılarındaki pozitif duyguları kapsar. Her iki kavramın bir arada değerlendirilmesi, bireylerin genel yaşam kalitesi ve mutluluğu hakkında daha kapsamlı bir anlayış sağlar.

2.3.1.1. Öznel iyi oluş

Öznel iyi oluş, günlük dilde "mutluluk" olarak adlandırılan bir kavram olup, bireylerin yaşamlarının öznel değerlendirmesi olarak tanımlanabilir (Telef, 2013). Öznel iyi oluş kavramı, ilk olarak 1969 yılında Bradburn tarafından tanımlanmış ve bilimsel literatürde genellikle mutluluk ile eşanlamlı olarak ele alınmaktadır. Bu kavram, bireylerin nesnel yaşam koşullarına ilişkin değerlendirmelerinin ötesine geçerek, bu koşullar hakkındaki düşünceleri ve duyguları üzerinde yoğunlaşır. Öznel iyi oluş, bireylerin yaşam deneyimlerini nasıl algıladıkları ve bu deneyimlerden ne derece memnuniyet duyduklarıyla ilgilenir, böylece yaşam kalitesi ve mutluluk düzeyleri hakkında daha derinlemesine bir anlayış sunar (Atan, 2020; Erdal, 2022). Öznel iyi oluş, yüzeysel basit bir yaşam değerlendirmesi gibi görünse de, aslında çok yönlü, karmaşık ve çeşitli bileşenler barındıran bir kavramdır. Bu bileşenler arasında yaşamdan genel memnuniyet, günlük duygusal deneyimler ve bireyin kendi yaşam

standartlarına göre kendini nasıl hissettiği yer alır. Bu çerçevede, öznel iyi oluş, sadece pozitif duyguları değil, aynı zamanda yaşamın zorluklarıyla başa çıkma ve olumsuz duyguları yönetme yeteneğini de içerir. Böylece, bireylerin yaşam kalitesini anlamak için daha geniş bir perspektif sunar (Diener, 2009).

Günlük dilde sıklıkla "mutluluk" olarak adlandırılan öznel iyi oluş, bireylerin yaşamlarından aldıkları tatmin ve pozitif ile negatif duygular arasındaki dengenin bir yansımasıdır. Bu kavram, kişilerin günlük deneyimlerindeki mutluluk seviyeleri ile birlikte, zorluklar ve stresle başa çıkma süreçlerindeki duygusal tepkilerini de içerir. Öznel iyi oluşun bu kapsamlı tanımı, bireylerin sadece anlık duygularını değil, genel yaşam memnuniyetini ve duygusal sağlığını da kapsayacak şekilde geniş bir spektrumda değerlendirilmesini sağlar (Kiremitçi & Coşkun, 2017). Bireyler, yaşadıkları hayatı hem bilişsel hem de duygusal açıdan değerlendirirler ve bu değerlendirmeleri, kendi öznel iyi oluş durumlarını belirlemede temel alırlar. Bilişsel değerlendirme, kişinin yaşam standartlarına, hedeflerine ve beklentilerine göre yaşamını ne derece tatmin edici bulduğunu içerir. Duygusal değerlendirme ise, günlük yaşantıları sırasında yaşadıkları pozitif ve negatif duyguların sıklığı ve yoğunluğu üzerine odaklanır. Bu çift yönlü değerlendirme süreci, bireylerin kendi iç huzurlarını, mutluluklarını ve genel yaşam memnuniyetlerini kapsamlı bir şekilde anlamalarını sağlar (Diener & Diener, 1996). Öznel iyi oluş, bireylerin yaşamlarındaki mutluluk durumlarını, kendi bilişsel ve duygusal değerlendirmelerine verdikleri yanıtlarla tanımlar. Bilişsel değerlendirme, kişilerin yaşam kaliteleri, ulaştıkları hedefler ve yaşamdan ne kadar memnun oldukları gibi konuları kapsar. Duygusal değerlendirme ise, kişinin günlük yaşantısında yaşadığı pozitif ve negatif duyguların sıklığı ve şiddeti ile ilgilidir. Bu iki değerlendirme boyutu, bir bireyin öznel iyi oluş seviyesini anlamada kritik rol oynar ve onların genel mutluluk durumunu etkileyen temel faktörlerdir (Deniz, 2023). Bilişsel değerlendirme, bir bireyin yaşam doyumuna ilişkin yargılarını içerir; bu, kişinin genel yaşam kalitesine ve ulaştığı hedeflere yönelik değerlendirmeleri anlamına gelir. Öte yandan, duygusal değerlendirme, kişinin yaşadığı günlük olaylara karşı gösterdiği memnun edici ve memnuniyetsiz duygusal tepkiler arasındaki dengeyi ifade eder. Bu iki boyut, öznel iyi oluşun anlaşılmasında ve değerlendirilmesinde merkezi unsurlar olarak işlev görür ve bireylerin genel

mutluluk seviyeleri üzerinde etkili olur (Myers & Diener, 1995; Schimmack et al., 2002; Telef et al., 2013).

Her ne kadar öznel iyi oluşun duygusal ve bilişsel bileşenleri ayrı ayrı ele alınabilse de, bu iki bileşen bir araya geldiğinde bir bütün oluşturur ve bireyin tek bir öznel iyi oluş profili ortaya çıkar. Duygusal bileşen, bireyin yaşamında karşılaştığı olaylara karşı duygusal tepkilerini ifade ederken, bilişsel bileşen ise bu deneyimlerin bireyin genel yaşam doyumuna nasıl yansıdığını değerlendirir. Bu iki boyutun entegrasyonu, bireyin yaşam kalitesi ve genel mutluluk seviyesi hakkında daha derin ve kapsamlı bir anlayış sağlar, böylece öznel iyi oluşun tam ve bütünsel bir resmini sunar (Pavot & Diener, 1993). Öznel iyi oluş, genellikle acıdan kaçınma, olumlu duyguların olumsuz duygulardan daha yoğun hissedilmesi, yaşamdan zevk alma, memnuniyetlere odaklanma ve daha az acı hissetme gibi durumlarla tanımlanabilir. Bu tanım, bireylerin günlük yaşamlarında karşılaştıkları deneyimlerden aldıkları duygusal tatmin düzeyini vurgular. Öznel iyi oluşun bu yönleri, bireyin yaşamını değerlendirme biçimini ve genel mutluluk hissini önemli ölçüde etkiler. Böylece, bireylerin daha mutlu ve tatmin edici bir yaşam sürmelerine yardımcı olan bir dizi duygusal ve bilişsel süreci içerir (Hamurcu, 2011). Öznel olan bu kavram, bireylerin yaşamlarının her yönünü bütünsel bir şekilde değerlendirmelerini gerektirir. Genellikle, olumlu duyguların varlığı ve olumsuz duyguların yokluğu olarak ele alınan öznel iyi oluş, kişinin yaşamından aldığı genel memnuniyeti ve duygusal dengeyi yansıtır. Bu değerlendirme, bireyin günlük deneyimlerindeki pozitif duyguların sıklığı ve yoğunluğu ile negatif duyguların azlığına odaklanır, böylece kişisel mutluluk ve yaşam kalitesi üzerine detaylı bir bakış sunar. Bu süreç, bireyin yaşamını kendi perspektifleri ve deneyimleri üzerinden anlamlandırmasına olanak tanır (Erdal, 2022). Öznel iyi oluşun ölçümünde, olumlu duyguların yalnızca varlığından ziyade, bu duyguların ne sıklıkla deneyimlendiği daha belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu yaklaşım, bireylerin mutluluk seviyelerini daha doğru bir şekilde anlamamıza olanak tanır çünkü sadece olumlu duyguların mevcudiyeti değil, bu duyguların günlük yaşam içinde ne kadar sık ve düzenli olarak tecrübe edildiği esas alınır. Bu nedenle, öznel iyi oluş değerlendirmeleri, bireylerin pozitif duygusal deneyimlerinin yoğunluğu ve frekansına özellikle dikkat edilerek yapılır. Bu, kişinin genel yaşam doyumunu ve mutluluk hissini daha kapsamlı bir resmini çizmemize yardımcı olur (Deniz, 2023). Duyguların bütünü ele alındığında,

araştırmalar göstermektedir ki olumsuz duygular yaşamak, öznel iyi oluşu mutlaka engellemez. Aslında, zaman zaman olumsuz duygular yaşayan fakat genel olarak mutlu olan bireyler, daha yüksek düzeyde öznel iyi oluş bildirebilmektedirler. Bu durum, insanların duygusal deneyimlerinin zenginliğini ve karmaşıklığını yansıtır. Olumsuz duyguların, bireyin yaşamını anlamlandırma sürecinde önemli bir rol oynadığı ve bireylerin bu tür duyguları yönetme becerilerinin, onların genel mutluluk ve yaşam tatmini üzerinde olumlu etkiler yaratabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla, sağlıklı bir duygusal yaşam için, hem pozitif hem de negatif duyguların deneyimlenmesi önemli olabilir (Deniz, 2023). Bireylerin  znel iyi oluş durumunda oldukları, olumlu duyguları olumsuz duygulara kıyasla daha fazla hissettiklerinde, haz veren aktiviteler yaptıklarında, yaşamlarından genel bir memnuniyet duyduklarında ve yaşadıkları sevinçlerin acılara göre daha ağır bastığında söylenebilir. Bu durum, bireylerin yaşamdan aldıkları keyfin ve mutluluğun, günlük zorluklar ve sıkıntılar karşısında baskın çıktığını gösterir. Öznel iyi oluş, bu tür deneyimlerin bireyin yaşam kalitesine ve genel memnuniyetine pozitif katkılar sağladığı bir durumu ifade eder ve bu, bireyin hem anlık hem de uzun vadeli mutluluk hissini etkileyebilir. Bu kavram, bireylerin yaşamlarını daha tatmin edici ve anlamlı bulmalarını sağlayacak şekilde kendi duygusal deneyimlerini dengeli bir biçimde yönetebilmelerini içerir (Tuzgöl Dost, 2004). Bu nedenle, öznel iyi oluş kavramı, olumlu duyguların bolluğu, az sayıda olumsuz duygusal tepkiler ve genel yaşam doyumu gibi unsurlarla özetlenebilir. Bu unsurlar, bireyin günlük yaşamında karşılaştığı olumlu deneyimlerin yoğunluğunu ve sıklığını, yaşadığı olumsuz duygusal tepkilerin nadirliğini ve genel olarak hayatından duyduğu memnuniyeti kapsar. Öznel iyi oluş, bu üç ana bileşenin bir araya gelmesiyle, bireylerin mutlu, tatmin olmuş ve dengeli bir duygusal yaşam sürdürmelerini ifade eden bir durumu tanımlar. Bu kavram, bireylerin yaşamlarını daha pozitif ve anlam dolu bir şekilde deneyimlemeleri için kritik öneme sahiptir.

2.3.1.2. Psikolojik iyi oluş

1960'lı yıllarda Bradburn tarafından ilk kez kullanılan "psikolojik iyi oluş" kavramı, başlangıçta öznel iyi oluş ile yakın bir ilişki içerisinde ele alınmıştı. Ancak zamanla bu iki kavram arasındaki ayrım daha netleşti. Günümüzde "psikolojik iyi oluş" kavramının modern anlamda tanımlanması, Carol Ryff tarafından yapılmıştır. Ryff, psikolojik iyi oluşu; bireyin kendini gerçekleştirme, kişisel büyüme, amaçlı yaşam,

pozitif ilişkiler, özerklik ve çevresel hakimiyet gibi altı temel boyut üzerinden değerlendirilmesi gereken daha geniş ve kapsamlı bir yapı olarak önermiştir. Bu tanımlama, öznel iyi oluşun ötesine geçerek bireyin yaşamındaki derinlemesine ve bütüncül iyilik hallerine odaklanır (Ocak, 2023).

Psikolojik iyi oluş, bireylerin kendilerini olumlu bir şekilde algılamalarını, bağımsız bir kişilik geliştirmelerini, yeteneklerini sürekli olarak geliştirmeye açık olmalarını, istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için diğer bireylerle etkili bir şekilde iletişim kurabilmelerini ve geçmişle barışık bir biçimde geleceği planlayabilmelerini ifade eder. Bu kavram, bireyin hayatındaki çeşitli boyutlarda kendini gerçekleştirmesini ve potansiyelini maksimize etmesini hedefler. Psikolojik iyi oluşun bu boyutları, bireyin hem kendisiyle hem de çevresiyle olan ilişkilerinde sağlıklı ve dengeli bir yapı kurmasına olanak tanır, böylece daha tatmin edici ve anlamlı bir yaşam sürdürmelerine yardımcı olur (Ryff & Keyes, 1995).

Psikolojik iyi oluş, kişisel gelişim, yaşam amacını sürdürme, nitelikli sosyal ilişkiler kurma ve karşılaşılan zorluklarla başa çıkabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Keyes et al., 2002; Ryff & Singer, 2008). Bu çerçevede, psikolojik iyi oluşun ideal yaşam koşullarında deneyimlerin farkında olmayı teşvik ettiği ve bu farkındalığın bireyin genel iyilik halini ve mutluluğunu önemli ölçüde etkilediği belirtilmektedir. Psikolojik iyi oluş, bireyin yaşamındaki olayları bilinçli bir şekilde değerlendirme ve anlamlandırma yeteneği ile ilişkilendirilir. Bu süreç, bireyin mevcut deneyimlerinden öğrenmesine, bu deneyimleri kişisel büyüme ve gelişim için bir fırsat olarak görmesine ve dolayısıyla daha tatmin edici bir yaşam sürdürebilmesine olanak tanır. İdeal koşullar altında, psikolojik iyi oluş bu tür farkındalıkları destekleyerek, bireyin hem kendisiyle hem de çevresiyle olan ilişkilerinde daha sağlıklı ve dengeli bir yapı kurmasına yardımcı olur (Brown & Ryan, 2003). Bireylerin psikolojik iyi oluşunu tanımlamada, sahip oldukları amaçların rolü son derece önemlidir. Amaçların öncelik sırası, yapısı ve ulaşılan ile ulaşılamayan amaçlar arasındaki denge, bireyin genel psikolojik iyi oluşu üzerinde belirleyici etkiler yaratmaktadır. Amaçlar, bireyin hayatına yön verir ve motivasyon kaynağı olarak işlev görür. Ulaşılabilir ve gerçekçi hedefler belirlemek, kişisel büyümeyi destekler ve yaşamdan alınan memnuniyeti artırır. Bunun yanı sıra, bireylerin amaçlarını ne kadar tutarlı ve anlamlı buldukları, bu amaçlara ulaşmada karşılaştıkları zorluklar ve başarılar, psikolojik iyi oluşlarını

doğrudan etkiler. Dolayısıyla, amaçlar ve bu amaçlara ulaşma sürecindeki deneyimler, bireylerin kendilerini nasıl hissettikleri ve yaşamlarını ne derece tatmin edici buldukları üzerinde önemli bir rol oynar (Özbek, 2022). Özellikle belirli bir amaç doğrultusunda hayatını planlayan kişilerin, ölüm, kaza, sakatlık gibi zorlayıcı ve olumsuz durumlarla başa çıkma yeteneklerinin daha gelişmiş olduğu gözlemlenmiştir. Bu bireyler, amaçlarını ve hayat hedeflerini bir kılavuz olarak kullanarak, karşılaştıkları zorluklarla daha etkin bir şekilde mücadele edebiliyorlar. Amaç odaklı yaşamak, bireylere zor zamanlarda bile yön verir ve onlara dayanıklılık kazandırır. Bu, bireyin psikolojik dayanıklılığını ve stresle başa çıkma kapasitesini artırır, böylece olumsuz yaşam olaylarına karşı daha dirençli hale gelmelerini sağlar (Özbek, 2022). Ancak, belirlenen amaçların mevcut yaşam koşullarıyla uyumlu olmaması, psikolojik iyi oluş üzerinde olumsuz etkilere sahip olabilir. Eğer bir bireyin hedefleri ve hayalleri, gerçekçi olmayan beklentilere dayanıyorsa veya mevcut imkanlar ve durumlarla çelişiyorsa, bu durum stres, hayal kırıklığı ve tatminsizlik hissine yol açabilir. Ulaşılması güç veya elde edilmesi neredeyse imkansız hedefler, bireyin kendine olan güvenini ve yaşamdan aldığı memnuniyeti azaltabilir. Bu nedenle, amaçların kişinin yetenekleri, kaynakları ve gerçekçi yaşam şartlarıyla uyumlu olması, psikolojik iyi oluşun sürdürülebilirliği için kritik öneme sahiptir. Amaçların gerçekçi ve ulaşılabilir olması, bireyin karşılaştığı zorluklarla başa çıkma yeteneğini artırarak, genel anlamda daha sağlıklı bir psikolojik durumun korunmasına yardımcı olur (Şerbetçioğlu, 2019)

Psikolojik iyi oluş, bireylerin yaşamındaki zorluklarla başa çıkabilme ve amaçlarına ulaşma kapasitesi olarak özetlenebilir (Deci & Ryan, 2008). Psikolojik iyi oluşun olumlu etkileri arasında daha işlevsel ve nitelikli sosyal ilişkiler, sağlıklı ve uzun bir yaşam, işte yüksek başarı ve gelir artışı gibi faktörler yer almaktadır (Kermen et al., 2016; Özen & Sarıcı, 2010). Psikolojik iyi oluş, kendini gerçekleştirme ve yaşamın anlamını arama üzerine odaklanarak, bireyin akıl, ruh ve beden bütünlüğüyle sağlıklı bir yaşam sürdürmesini sağlar (Deci & Ryan, 2008; Ryan & Deci, 2001; TİMUR & AYDEMİR SEVİM, 2008). Psikolojik iyi oluşun sağlıklı yaşam üzerindeki katkıları, çeşitli deneysel, yarı deneysel ve ilişkisel çalışmalarda detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu çalışmalar, psikolojik iyi oluş seviyesi yüksek olan bireylerin daha sağlıklı yaşam sürme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Yüksek psikolojik iyi oluşa sahip bireyler genellikle daha iyi beslenme alışkanlıklarına sahiptir, düzenli egzersiz

yapma olasılıkları daha yüksektir ve stres yönetimi konusunda daha etkilidirler. Ayrıca, bu bireylerin sağlıkla ilgili önleyici davranışlarda bulunma olasılıkları daha yüksek olup, genel olarak daha az kronik hastalığa sahip oldukları ve daha uzun yaşadıkları bulgulanmıştır. Bu bulgular, psikolojik iyi oluşun sadece zihinsel ve duygusal sağlıkla sınırlı kalmayıp, genel fiziksel sağlık üzerinde de olumlu etkiler yarattığını ortaya koymaktadır (Diener & Chan, 2011; Waters, 2020)

Psikolojik iyi oluş, sosyal ilişkilerde nicelik ve nitelikte artış sağlamakta ve bireylerin kendilerine yönelik şefkatin artması, olumsuz durumların kabulü ve yaşamın anlamlandırılması gibi olumlu sonuçlar doğurmaktadır (Abbasi & Zubair, 2015; Alaloğlu & Bahtiyar, 2020; Lyubomirsky et al., 2005). Bireylerin psikolojik iyi oluşlarıyla ihtiyaçları arasında doğru bir orantı bulunmaktadır; ihtiyaçların zamanında ve uygun şekilde karşılanması, psikolojik iyi oluşu olumlu etkilerken, aksi durumda psikolojik iyi oluş düşebilir (Özbek, 2022). Birçok teori, psikolojik iyi oluş kavramı şekillenmesinde önemli rol oynamıştır (Atan, 2020; Cenkseven & Akbaş, 2007; Erdal, 2022; Ewen et al., 1988). Sonuç olarak, psikolojik iyi oluş, ruhsal sağlığın temel bir bileşeni olarak, bireylerin ve toplumların çeşitli bireysel ve toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunan önemli bir kavramdır (Atan, 2020; Erdal, 2022).

2.3.1.3. Öznel iyi oluşla psikolojik iyi oluşun farkı

İyi oluş kavramı, literatürde öznel iyi oluş ve psikolojik iyi oluş olmak üzere iki temel perspektif üzerinden ele alınmaktadır (Telef et al., 2013). Öznel iyi oluş, hedonist bir bakış açısıyla mutluluk arayışına odaklanırken; psikolojik iyi oluş, eudemonik bir yaklaşımı benimseyerek hayatın anlamı ve doyumuna vurgu yapar (Deci & Ryan, 2008; Erdal, 2022) Bu bağlamda, iyi oluş kavramının iki önemli boyutu vardır: hazcı boyut ve erdemsel boyut. Hazcı boyut, öznel iyi oluş tarafından temsil edilir ve bireyin yaşamından aldığı zevk, memnuniyet ve mutluluk duygularını içerir. Bu boyut, bireyin yaşadığı anlık ve kısa süreli duygusal deneyimlere odaklanır. Erdemsel boyut ise psikolojik iyi oluş tarafından ifade edilir ve bireyin kendini gerçekleştirme, kişisel büyüme ve gelişim, anlamlı yaşam hedeflerine ulaşma gibi daha derin ve uzun vadeli süreçleri kapsar. Bu boyut, bireyin yaşamının anlamını, amaçlarını ve kişisel değerlerini yansıtır, aynı zamanda toplum içindeki rollerini ve ilişkilerini de içerebilir. Her iki boyut da bireyin genel iyi oluşunu etkiler ve birbirini tamamlayıcı özelliklere

sahiptir. Hazcı boyut, günlük yaşamın keyifli yönlerini vurgularken, erdemsel boyut bireyin daha uzun vadeli, derinlemesine mutluluk ve tatmin hissini destekler. Bu iki boyutun dengeli bir şekilde gelişimi, bireyin hem anlık mutluluklar yaşamasını hem de yaşamının geneline yayılan bir memnuniyet duygusu geliştirmesini sağlar (Ocak, 2023).

Her iki kavram da iyi yaşamın niteliğini incelemeye yönelik katkılarda bulunmuş ve çeşitli açılardan değerlendirilmiştir (Keyes et al., 2002). Öznel iyi oluş, kişisel haz ve mutluluğun artırılmasına odaklanarak, sıkıntıdan kaçınma üzerine yapılandırılmışken; psikolojik iyi oluş, kendini gerçekleştirme ve yaşamın anlamını arama üzerine odaklanarak daha kapsamlı bir iyi yaşam anlayışını savunur (Ryan & Deci, 2001). Bu iki kavram arasında duygusal ve işlevsel boyutlarda belirgin farklılıklar bulunmaktadır (Erdal, 2022). Öznel iyi oluş, yaşamdan yüksek doyum ve haz elde etmeye odaklanırken, psikolojik iyi oluş, yaşamda amaç ve anlam oluşturma süreçlerine ağırlık verir (Keyes & Annas, 2009). Öznel iyi oluş, genellikle sorunların yokluğu, mutluluk, rahatlama ve doyum ile ilişkilendirilirken; psikolojik iyi oluş ise kişisel gelişim, çaba ve anlam arayışı gibi kavramlarla ifade edilir (Hamurcu, 2011; Huta & Waterman, 2014) Öznel iyi oluş, bilişsel olarak yaşam doyumunu ve duyuşsal olarak olumlu ve olumsuz duygular arasındaki dengeyi kapsar (Diener, 2009).

Öznel iyi oluş, bireylerin hem duygusal hem de bilişsel olarak yaşamlarını nasıl değerlendirdikleriyle ilgilenirken (Diener, 2000), psikolojik iyi oluş, bireylerin nesnel olarak dışsal değerlendirmelere odaklanır ve diğerlerinin bireyi nasıl değerlendirdiği üzerinde durur (Ryff & Keyes, 1995). Bu çerçevede, iyi oluşa ilişkin bu iki kavram, iyilik halinin farklı yönlerini ortaya koyar. Bireyin kendisini bu iki kavram çerçevesinde nerede konumlandığı ve toplumsal bağlamda kendini ne derecede iyi oluşa yakın hissettiği, ölçülmek istenen iyi oluş halinin niteliği açısından büyük önem taşır.

2.3.1.4. Psikolojik iyi oluş kavramına yönelik yaklaşımlar

2.3.1.4.1. Aristo'nun eudaimonia kavramı

Eudaimonia, Aristoteles'in düşüncesine göre, kalıcı ve değişmeyen bir durum olarak tanımlanır; bu kavram nesneldir, evrenseldir ve tanrısal bir nitelik taşır (Capuccino, 2013). Eudaimonia, hem pozitif psikoloji hem de felsefe disiplinlerinde önemli bir yer

tutar ve kişilik teorilerinde kendine yer bulur (Huta & Waterman, 2014). Aristoteles'in eudaimonia anlayışı, insan yaşamının amacına ulaşma ve bireysel potansiyelin gerçekleştirilmesi üzerine odaklanır, bu da onu insan gelişimi teorilerinin temel bir bileşeni yapar ve bireyleri belirli bir amaca doğru ilerlemeye teşvik eder (Proctor & Tweed, 2016).

Ryan ve Deci'nin (2001) eudaimonia'yı hedonik iyi oluşla karşılaştırarak tanımlamaları, eudaimonia kavramının iyi oluşla ilgili önemli bir anlayış olarak değerlendirilmesini sağlamıştır (Ryan & Deci, 2001). Bu bağlamda, eudaimonia, yalnızca haz ve zevk arayışından öte, bireyin derin anlam arayışı ve kendini gerçekleştirme süreçleri ile bağlantılı olarak incelenir. Bu yaklaşım, eudaimonia'yı bireysel anlam ve amacın peşinde koşmanın bir ifadesi olarak konumlandırır, böylece bu kavram, bireysel ve toplumsal iyi oluşun anlaşılmasında kritik bir rol oynar.

2.3.1.4.2. Bradburn'un psikolojik iyi oluş formülasyonu

Bradburn, psikolojik iyi oluş ve mutluluk arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla önemli çalışmalar yapmıştır. Özellikle, 1969 yılında yayımladığı çalışmasında, psikolojik iyi oluşun tek boyutlu mu yoksa çok boyutlu mu olduğu sorusunu ele almıştır. Bradburn, psikolojik iyi oluşu iki temel boyutta değerlendirmiştir: olumlu duygulanım ve olumsuz duygulanım. Bu modelde, yüksek psikolojik iyi oluşun olumlu duygulanımın olumsuz duygulanımdan belirgin şekilde üstün olduğu durumlarda gerçekleşeceği vurgulanmıştır (Bradburn, 1969).

Bradburn'un tanımına göre, olumsuz duygulanım, ruhsal rahatsızlıklarla ilişkilendirilen bir boyut olarak kabul edilirken, olumlu duygulanım, bireyin sosyal etkileşimleri, çevresiyle olan ilişkileri ve dünya ile aktif katılımı ile ilgili bir süreç olarak değerlendirilir. Bradburn'un geliştirdiği mutluluk indeksi, bu bağlamda iyi oluş araştırmaları için bir temel oluşturmuş ve sonrasında birçok çalışma, Bradburn'un önerilerini destekleyen veya eleştiren yaklaşımlar geliştirmiştir (Atan, 2020). Bu indeks, hem olumlu hem de olumsuz duygulanım boyutlarını dikkate alarak, psikolojik iyi oluşun daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunmuştur.

2.3.1.4.3. Ryff'in psikolojik iyi oluş formülasyonu

Ryff (1989), Bradburn'un (1969) çalışmalarının etkisiyle, psikolojik iyi oluşun daha geniş bir çerçevede anlaşılması gerektiğini vurgulamış ve bu bağlamda temel

değişkenlerin yalnızca olumlu ve olumsuz duygulanım ile yaşam doyumuyla sınırlı olmadığını gözlemlemiştir. Ryff, bu sınırlamaları aşmak adına altı boyuttan oluşan bir psikolojik iyi oluş modeli geliştirmiştir (Atan, 2020). Bu model, psikoloji tarihindeki önemli teorisyenlerin psikolojik işlevsellikle ilgili görüşlerinden yararlanılarak şekillendirilmiştir (Erdal, 2022).

Ryff'ın (1989) geliştirdiği modelde, psikolojik iyi oluşun altı temel boyutu bulunmaktadır: çevresel uyum, olumlu ilişkiler, öz kabul, özerklik, yaşamın anlamı ve kişisel gelişimdir (Ryff & Keyes, 1995). Bu alt boyutlar, psikolojik iyi oluşun kapsamını şu şekilde tanımlar (Topuz et al., 2013).

Kendini kabul etme: Bireyin kendisini ve geçmişini, psikolojik sağlığını ve olgunluğunu olumlu bir şekilde değerlendirmesi olarak tanımlanır.

Olumlu ilişki: Diğer bireylerle sağlıklı, destekleyici ve kaliteli ilişkiler kurma kapasitesidir.

Özerklik: Psikolojik olarak sağlıklı bireylerin, kendi değerlerini ve inançlarını belirleme yeteneği ile özgür iradeyi kullanabilme becerisidir.

Çevresel uyum: Bireylerin, psikolojik ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde çevrelerini oluşturma ve yönetme yeteneğidir.

Hayatın amacı: Bireylerin yaşamlarını bir amaç doğrultusunda sürdürmeleri ve bu amaca hizmet etme isteğidir.

Kişisel gelişim: Bireylerin kendilerini sürekli olarak geliştirme ve değişime açık olma durumudur.

Özetle, Ryff'ın psikolojik iyi oluş modeli, bireylerin hem kendileriyle hem de çevreleriyle sağlıklı etkileşimde bulunabilmelerini, kişisel gelişim ve anlam arayışlarını içeren geniş bir perspektifi kapsamaktadır. Bu boyutlar, kaliteli sosyal ilişkiler kurma, sürekli kişisel gelişim, olumlu öz değerlendirme, anlamlı yaşam ve çevresel etkileşim gibi önemli unsurları içermektedir (Deci & Ryan, 2008; Ryff & Keyes, 1995).

3. MATERYAL VE METOT

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE TİPİ

Bu çalışma, bireylerde sosyal medya bağımlılığı, FOMO ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla tanımlayıcı ve kesitsel türde yapılmıştır.

Araştırmaya Alınma Kriterleri:

- Okur-yazar olmak
- 18 yaşından büyük olmak
- Çalışmaya katılmaya gönüllü olmak

Dışlanma Kriterleri:

- Araştırmaya alınma kriterlerini sağlamayanlar ve çalışmayı yarıda bırakanlar dahil edilmemiştir.
- Herhangi bir psikiyatri problemi olanlar dahil edilmemiştir.

3.2. ARAŞTIRMANIN YAPILDIĞI YER VE ZAMAN

Tanımlayıcı-kesitsel tipte olan bu çalışma Şubat-Ağustos 2024 tarihleri arasında Türkiye’de yaşayan 315 birey ile yürütülmüştür.

3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Çalışmanın evrenini Türkiye’de yaşayan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmuştur. Çalışmada örnekleme yöntemine gidilmeden çalışmaya katılmayı kabul eden tüm bireyler dahil edilmiştir. Çalışma kapsamında Şubat-Ağustos 2024 tarihleri arasında araştırmaya dahil edilme kriterlerini karşılayan 315 bireye ulaşılmıştır. Çalışmanın ardından, 315 katılımcıdan elde edilen sonuçlara dayanarak bir post hoc güç analizi yapılmış ve orta etki büyüklüğü ve %95 güven düzeyinde çalışmanın gücünün %99 olduğu ortaya çıkmıştır (Cohen, 2013). Bu çalışmanın raporlanmasında STROBE kılavuzu kullanılmıştır (Mulrow et al., 2007).

3.4. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ

Bağımlı Değişkenler: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği toplam puan ortalaması.

Bağımsız Değişkenler: Psikolojik İyi Oluş Ölçeği ve FOMO Ölçeği ve sosyo-demografik formda yer alan cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, en fazla kullandığınız sosyal medya aracı ve yaş soruları çalışmanın bağımsız değişkenleridir.

3.5. VERİLERİN TOPLANMASI

Etik izni alındıktan sonra katılımcılara verilerin gizliliğinin korunacağı, kişisel bilgilerin istenmeyeceği, çalışmanın gönüllük esasına dayandığı açıklandı ve çalışmayı istedikleri zaman sonlandırabilecekleri bildirilmiştir. Çalışmaya katılmayı kabul eden bireylerden online olarak Google form ile veriler toplanmıştır.

3.5.1. Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri; Sosyo-demografik form (EK 1), Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (EK 2), Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (EK 3) ve FOMO Ölçeği (EK 4) kullanılmıştır.

Sosyo-demografik form (EK 1): cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, en fazla kullandığınız sosyal medya aracı ve yaş sorularının yer aldığı formdur.

Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (EK 2): Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Andreassen ve arkadaşları (Andreassen et al., 2017) tarafından geliştirilmiştir. Türkçe dilindeki uyarlaması ise Demirci tarafından 2019 yılında yapılmıştır (Demirci, 2019). Ölçek tek boyut ve altı maddeden oluşmaktadır. Ölçekten alınabilecek puan 6 ile 30 arasında değişmektedir. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçekte puanın artması sosyal medya bağımlılığının arttığını göstermektedir. Ölçeğin iç tutarlılığı 0.83 olarak bulunmuştur (Demirci, 2019). Çalışmamızda ölçeğin Cronbach alfa kat sayısı 0.80 bulunmuştur.

Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (EK 3): Bu ölçek, Diener ve ark. tarafından psikolojik iyi oluşu ölçmek amacıyla geliştirilmiştir (Diener et al., 2009). Telef, orijinal formun Türkçe'ye uyarlanmasını sağlamıştır (Telef, 2013). Ölçeğin yanıtlanması 7'li likert (1: Kesinlikle katılmıyorum – 7: Kesinlikle katılıyorum) formundadır. Ölçekte ters madde

bulunmamakta olup ölçekten alınabilecek en düşük puan 8, en yüksek puan ise 56'dır. Ölçekten alınan puandaki artış, genel anlamda psikolojik iyi oluşun da yükseldiği manasına gelmektedir. Çalışmamızda ölçeğin Cronbach alfa kat sayısı 0.92 bulunmuştur.

FOMO Ölçeği (EK 4):

Przybylski ve arkadaşları (2013) tarafından bireylerin sosyal ağlardaki gelişmeleri kaçırma korkusunu değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir (Przybylski ve ark., 2013). Ölçeğin Türkçe versiyonunun geçerlik ve güvenirlik çalışması Gökler, Aydın, Ünal ve Metintaş (2016) tarafından yapılmıştır (Gökler ve ark., 2016). 10 maddeden oluşan ölçek, tek faktörlü yapıdadır. Ölçeğin maddeleri Hiç doğru değildir (1) ile Aşırı şekilde doğrudur (5) arasında değişen 5'li likert tipi ölçek ile puanlanmaktadır. Orijinal ölçeğin Cronbach's alpha kullanılarak hesaplanan güvenirlik katsayısı .95, Türkçe'ye uyarlanan ölçeğin güvenirlik katsayısı ise .81 olarak hesaplanmıştır. Çalışmamızda ölçeğin Cronbach alfa kat sayısı 0.78 bulunmuştur.

3.6. VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çalışma verilerinin analizi SPSS 22.0 ve G*Power 3.1 istatistik paket programları kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerler SPSS 22.0 kullanılarak hesaplanmıştır. Verilerin analizi sürecinde gerekli normallik testleri yapılmış ve verilerin normal dağılım (basıklık ve çarpıklık -1.5 ile +1.5) gösterdiği anlaşılmıştır (Tabachnick et al., 2013). P değerinin <0,05 olması istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Bu çalışmada kullanılan veri seti, Psikolojik iyi oluş üzerine odaklanmıştır. Analizde bağımsız değişkenler olarak, Yaş, Cinsiyet, Medeni durum, Eğitim durumu, Gelir durumu, En fazla kullandığı sosyal medya aracı, Sosyal Medya Bağımlılığı ve FOMO değişkenleri kullanılmıştır. Veri seti, modelin eğitilmesi ve test edilmesi için %70 eğitim ve %30 test verisi olacak şekilde ayrılmıştır; böylece eğitim setinde 222, test setinde ise 93 gözlem bulunmaktadır. R programlama dili 4.3.1 versiyonu kullanılarak, caret paketi aracılığıyla çeşitli makine öğrenmesi ve derin öğrenme algoritmaları (KNN, SVM

(svmRadialSigma), yapay sinir ağıları (avNNet, monmlp, neuralnet, pcaNNet), RF (rf), XGBoost (xgbLinear) ve alternatif regresyon yöntemleri (Ridge, Lasso, Elastic Net)) uygulanmıştır. Her algoritma için, modelin genel performansını en üst düzeye çıkarmak amacıyla hiperparametre optimizasyonu gerçekleştirilmiştir. Bu süreç, veri setinin 0 ile 1 arasında ölçeklendirilmesini ve 10 katlı çapraz doğrulama yöntemini içermektedir. Veri ölçeklendirme veya normalizasyon işlemi, farklı ölçeklere sahip değişkenler arasındaki tutarlılığı sağlamak ve algoritmaların daha hızlı ve daha etkili bir şekilde yakınsamasına olanak tanımak için yapılmıştır. Çapraz doğrulama ise, modelin görmediği veriler üzerindeki performansını test ederek, aşırı uyumu minimize eder. Bu yöntem, veri setini rastgele 10 eşit parçaya böler. Her bir iterasyonda farklı bir parça test seti olarak kullanılırken kalan 9 parça modelin eğitilmesi için kullanılır. Bu süreç, her bir parçanın bir kez test seti olarak kullanılana dek tekrarlanır. Sonuçlar, tüm iterasyonlar boyunca elde edilen performans metriklerinin ortalaması alınarak hesaplanır. Bu yöntem sayesinde, modelin farklı veri kümeleri üzerindeki tutarlılığı ve güvenilirliği sağlanır, böylece modelin sadece eğitim setine özgü özelliklere aşırı uyum sağlamasının önüne geçilmiş olur.

3.7. ARAŞTIRMANIN ETİK İLKELERİ

Araştırma için Sakarya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 21.02.2024 tarih ve 339401 sayılı onay alınmıştır (Ek 5). Araştırmada İnsan Hakları Helsinki Deklerasyonu'na sadık kalınmıştır.

3.8. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Genellenebilirliği

Çalışmanın kesitsel tipte olması nedeniyle katılımcıların verdikleri cevaplar belli bir dönem ile sınırlıdır.

4. BULGULAR

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ait bulgular Tablo 4.1’de sunulmuştur.

Tablo 4.1: Bireylerin Tanıtıcı Özellikleri (n=315)

Demografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Kadın	223	70.8
	Erkek	92	29.2
Medeni Durum	Bekar	211	67.0
	Evli	104	33.0
Gelir Düzeyi	Gelir Giderden Az	31	9.8
	Gelir Gidere Denk	266	84.4
	Gelir Giderden Fazla	18	5.7
Eğitim Düzeyi	Ortaöğretim	21	6.7
	Yükseköğretim	210	66.7
	Lisansüstü	84	26.7
En fazla kullandığınız sosyal medya aracı	Instagram	257	81.6
	Facebook	10	3.2
	Tik tok	9	2.9
	X	39	12.4
$\bar{X} \pm SS$ (Min-Max)			
Yaş (Yıl)	28.34±7.89 (18-58)		

Bireylerin %70.8’inin kadın, %67.0’nın bekar, %84.4’ünün gelirinin giderine denk, %66.7’sinin yükseköğretim mezunu, %81.6’sının en fazla instagram kullandığı ve yaş ortalamalarının 28.34±7.89 olduğu saptanmıştır (Tablo 4.1).

Hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 4.2’de sunulmuştur.

Tablo 4.2: Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Psikolojik İyi Oluş (Bağımlı Değişken)						% 95 Güven Aralığı	
	B	SD	β	t	p*		Lower Bound	Upper Bound
Model 1								
(Sabit)	49.653	1.745		28.448	0.001		46.219	53.088
Sosyal Medya Bağımlılığı	-0.811	0.106	-0.395	-7.618	0.001		-1.021	-0.602
Model 2								
(Sabit)	52.821	2.136		24.723	0.001		48.617	57.024
Sosyal Medya Bağımlılığı	-0.683	0.117	-0.333	-5.829	0.001		-0.913	-0.452
FOMO	-0.233	0.092	-0.144	-2.528	0.012		-0.414	-0.052
R	Model 1: 0.395			Model 2: 0.416				
R ² /Adjusted R ²	Model 1: 0.156 / 0.154			Model 2: 0.173 / 0.168				
R ² Change	Model 1: 0.156			Model 2: 0.017				
F	Model 1: 58.036			Model 2: 32.713				

Hiyerarşik Regresyon Analizi

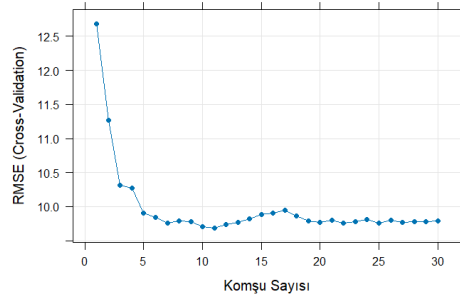
Sosyal medya bağımlılık düzeyi ve FOMO düzeyinin psikolojik iyi oluş düzeyi üzerindeki etkileri ortaya koymak amacıyla yapılan hiyerarşik regresyon modellerinin analiz sonuçları % 95 güven aralığında incelendiğinde,

Model 1 için istatistiksel tahminler modelin anlamlı ve kullanılabilir olduğunu göstermektedir ($F(1,313)= 58.036$, $p=0.001$). Sosyal medya bağımlılık düzeyi ve FOMO düzeyinin toplam varyansının %15.6'sını açıklamaktadır ($R^2=0,156$). Regresyon modelinde, regresyon katsayısının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde; katılımcıların Sosyal medya bağımlılık düzeyindeki artışın ($t=-7.618$, $p<0.001$) "Psikolojik iyi oluş" düzeyinde istatistiksel olarak bir düşüşe neden olduğu tespit edilmiştir (Tablo 2).

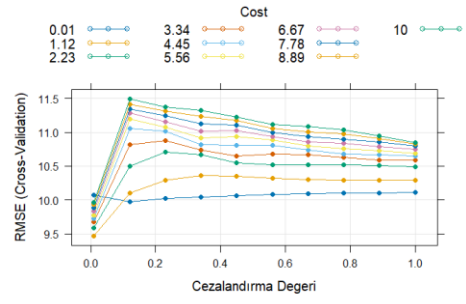
Model 2 için istatistiksel tahminler modelin anlamlı ve kullanılabilir olduğunu göstermektedir ($F(2,312)= 32.713$, $p=0.001$). Sosyal medya bağımlılık düzeyi ve FOMO düzeyleri birlikte "Psikolojik iyi oluş" düzeyindeki toplam varyansın %17.3'ünün ($R^2=0,173$) açıklamaktadır. Regresyon modelinde, regresyon katsayısının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde; katılımcıların Sosyal medya bağımlılık düzeyindeki artışın ($t=-5.829$, $p< 0.001$), FOMO düzeyindeki artışın ($t=-2.528$, $p< 0.001$) "Psikolojik iyi oluş" düzeyinde istatistiksel olarak düşüşe neden olduğu tespit edilmiştir (Tablo 2).

Tahmin için kullanılan modeller, şekil 1'de verilmiştir. Şekil 1 ile elde edilen en başarılı hiperparametre değerleri belirlenir ve test verilerinin tahmini yapılmıştır.

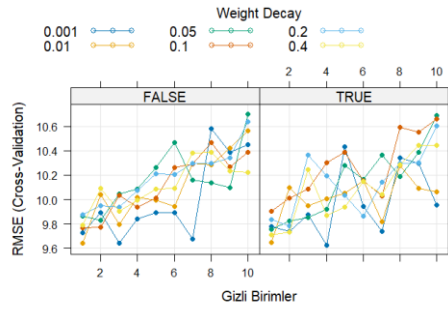
KNN için En İyi Parametre Degeri



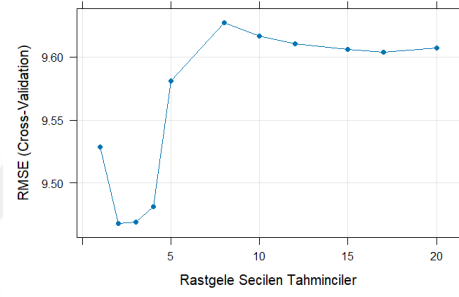
SVM için En İyi Parametre Degeri



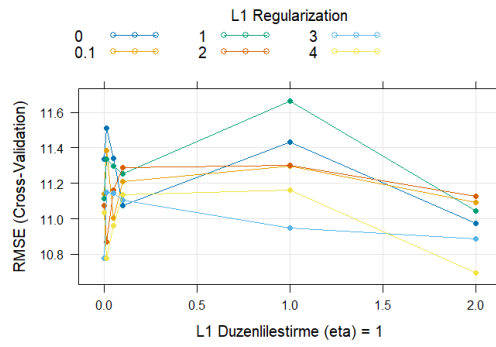
avNNet için En İyi Parametre Degeri



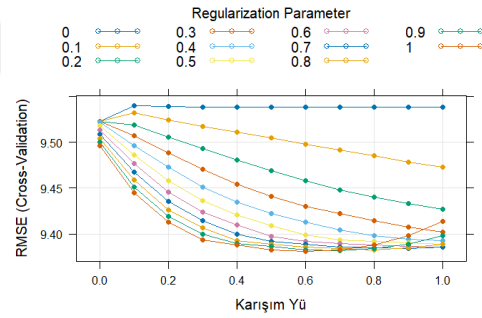
RF için En İyi Parametre Degeri

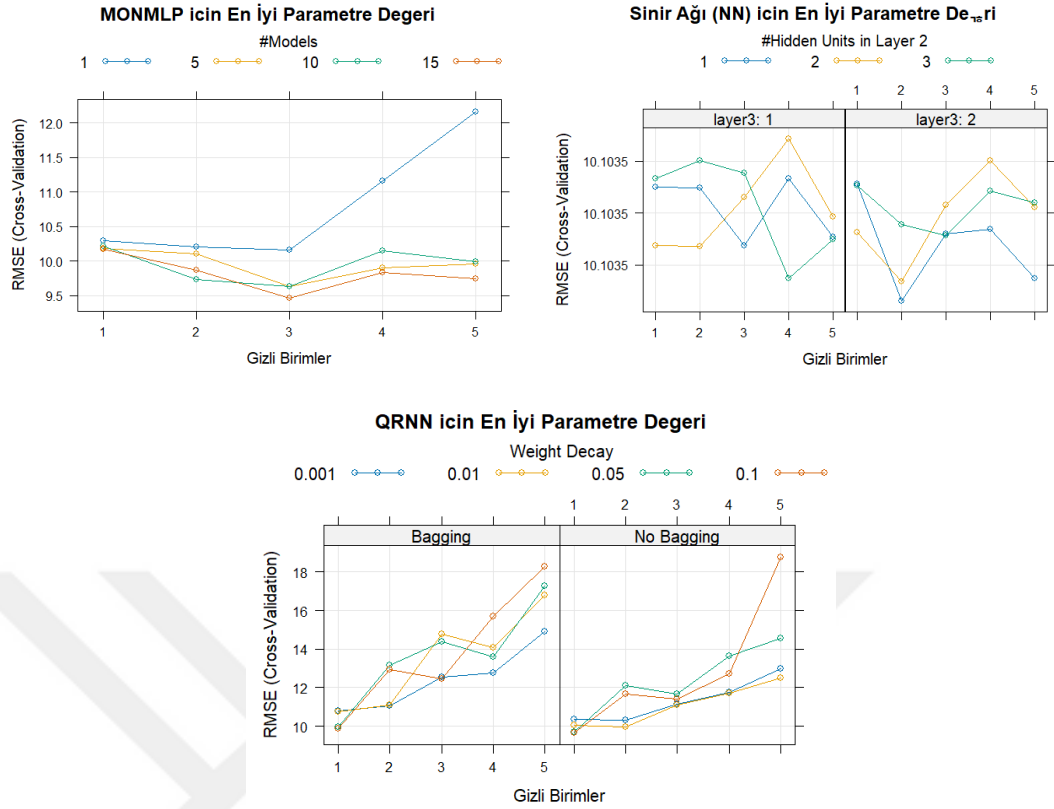


XGBoost için En İyi Parametre Degeri



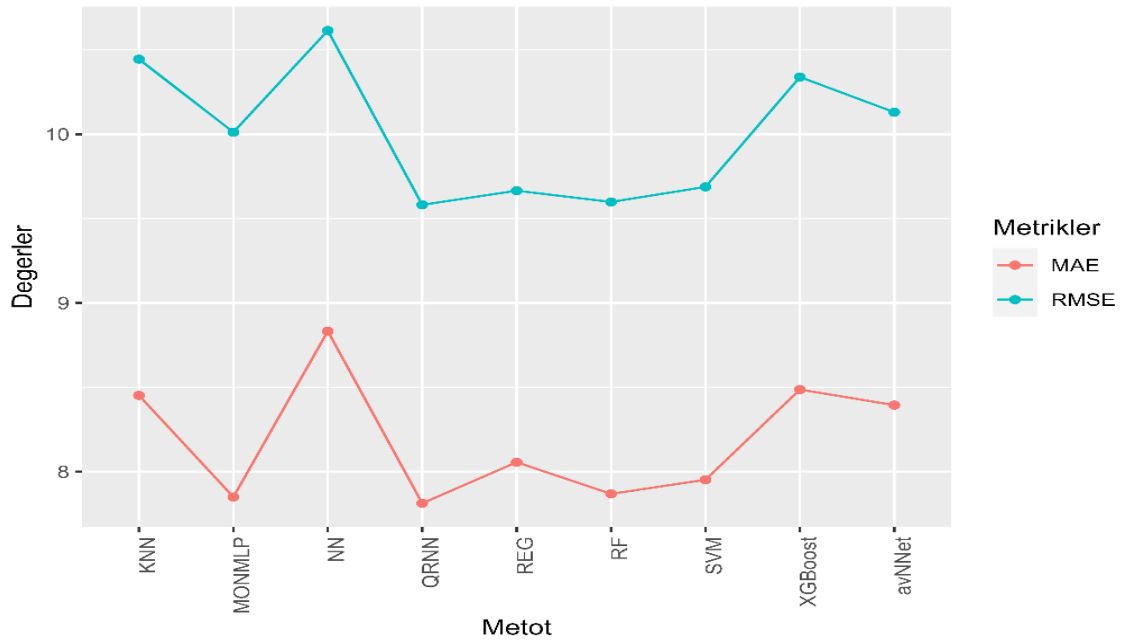
Regresyon için En İyi Parametre Degeri



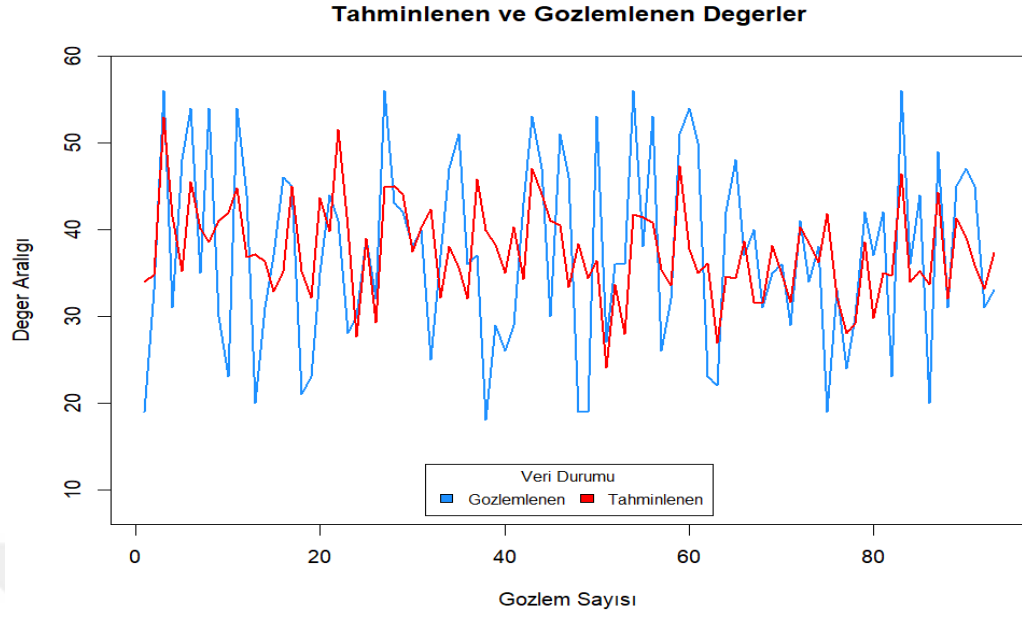


Şekil 1: K en yakın komşu regresyonu (KNN), Destek vektör makine regresyonu (SVM), Model Averaged Neural Network regresyonu (avNNet), Rastgele orman regresyonu (RF), XGBoost regresyonu (XGBoost), Regresyon (REG (Elastic-net, Lasso, Ridge)), Monotone Multi-Layer Perceptron Neural Network regresyonu (MONMLP), Klasik yapay sinir ağı regresyonu (NN) ve Quantile Regression Neural Network regresyonu (QRNN) algoritmaları ile Psikolojik iyi oluş tahmini için kurulan modeller ve logaritması alınmış train verilerine göre en iyi hiperparametrelerin belirlenmesi

Şekil 2'deki RMSE ve MAE değerleri incelendiğinde, bu en başarılı hiperparametrelerin test tahmini sonuçları elde edilir. Bu şekil, eğitim veri setinde belirlenen en uygun metrik değerlerin hiperparametreleri ile, test verisi üzerinde yapılan tahminler sonucunda elde edilen RMSE ve MAE değerlerini göstermektedir. Yapılan analizde, MONMLP, QRNN ve RF modelleri dışındaki tüm modeller birbirine yakın ve başarılı sonuçlar üretmiş olsalar da, en doğru sonucu QRNN yönteminin verdiği görülmektedir.



Şekil 2: Hiperparametre değerlerine göre en doğru sonucu veren modellerin ters dönüşüm ile elde edilen test verisinin tahminlenmesine karşılık gelen metrik değerler. QRNN modeli için en uygun hiperparametre değerlerinin kullanılması durumunda, test verisi üzerinde yapılan tahminler Figür 3'te gösterildiği gibi sonuçlanmaktadır. Bu figür, modelin test verisi üzerindeki tahminlerini ve bu tahminlerin gerçek değerlere ne kadar yakın olduğunu görsel olarak sunmaktadır. QRNN yönteminin eğitim verisindeki açıklayıcılığı, yani R^2 değeri, 0.1896052 olarak hesaplanmıştır. Bu, bağımsız değişkenlerimizin Psikolojik iyi oluş değişkeninin yalnızca yaklaşık %19'unu açıkladığını göstermektedir. Bu oran, modelin veri setindeki varyansın belirli bir kısmını yakalayabildiğini işaret eder. Modelin test verisi üzerindeki tahmin performansı Figür 3'te gösterilmiştir. Bu figürde, modelin tahminleri kırmızı çizgilerle ifade edilmiş, gerçek test verileri ise mavi çizgilerle temsil edilmiştir. Görsel inceleme sonucunda, kırmızı çizgilerin mavi çizgilere ne kadar yakın olduğu, modelin başarısını gösteren bir gösterge olarak değerlendirilebilir. Yani, kırmızı çizgiler mavi çizgilere ne kadar yakınsa, modelin tahminleri o kadar başarılı olarak kabul edilebilir. Bu görsel karşılaştırma, modelin test verisindeki performansının bir göstergesi olarak kullanılır ve modelin gerçek verilere ne kadar yakın tahminler ürettiğini gösterir.



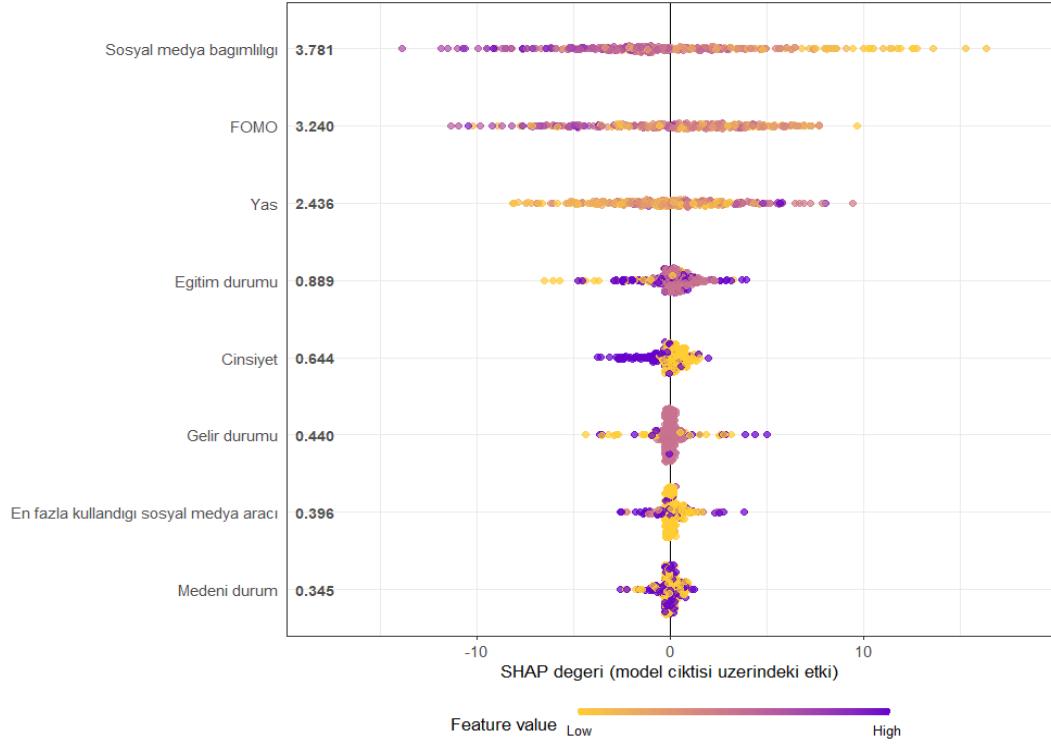
Şekil 3: QRNN Yöntemi ile Psikolojik iyi oluş Test Verisi Tahmini

Tüm değişkenlerin tahmin modelindeki performanslarının karşılaştırılması, makine öğrenmesi algoritmaları kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Modelin her bir değişkene atfettiği önemi ve katkısı anlamak için Shapley Değerleri (Shapley Additive Explanations) kullanılmıştır. Performans karşılaştırması sırasında herhangi bir yanlılık oluşmaması adına, en iyi performans gösteren modeldeki değişkenlerin SHAP değerleri incelenmiştir. SHAP değerleri, modelin tahminlerinde her bir değişkenin ne ölçüde etkili olduğunu ve bu etkinin büyüklüğünü gösterir.

Grafiğe göre, Psikolojik iyi oluş değişkeninin tahmininde en önemli değişken Sosyal Medya Bağımlılığı olarak belirlenmiştir. SHAP grafiğinin x ekseninde gösterilen değerler, log-odds'taki değişimin miktarını yansıtır ve bu değerlerden başarı olasılığı türetilir. Bir değişkenin SHAP değeri sıfırdan büyükse, bu çoğu gözlem için pozitif bir etki yarattığını gösterir. Eğer bu değer sıfırdan küçükse, çoğu gözlemin negatif bir etki yarattığı söylenir.

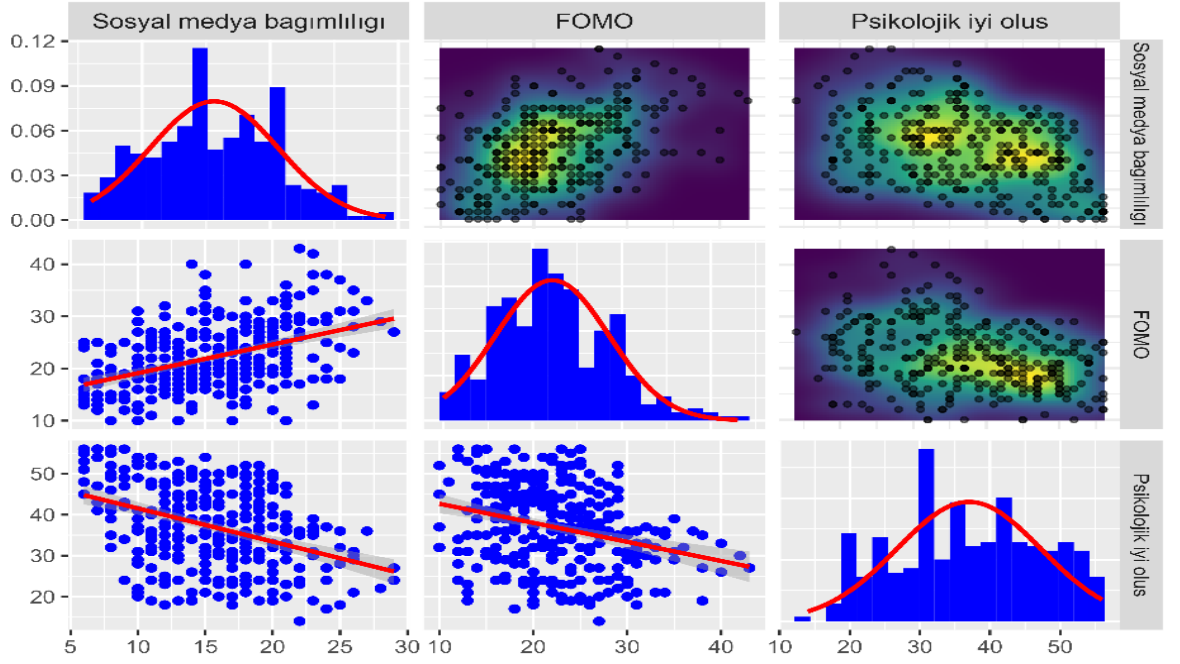
SHAP grafiğinde y ekseninde değişkenlerin önem sırasına göre adları ve yanlarında bu değişkenlerin ortalama SHAP değerleri yer alır. X ekseninde ise log-odds'daki değişimin miktarı görülür. Değişkenlerin orijinal değerleri renklerle ifade edilir ve bu, Boolean değişkenler için iki farklı renk alabilirken sayısal değişkenler için geniş bir renk spektrumunu kapsayabilir. Sosyal Medya Bağımlılığı değişkeninin diğer

değişkenlere kıyasla 3.781 birimlik daha yüksek bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu değişkenin en yüksek etkiye sahip gözlemleri, grafiğin mor renkli noktaları ile gösterilir. Bu mor noktalar hem pozitif hem de negatif etkiler yaratmaktadır, ancak genellikle negatif yönde daha fazla etkiye sahip oldukları görülür. Bu, Sosyal Medya Bağımlılığı arttıkça Psikolojik iyi oluş değişkeninin azaldığı anlamına gelir. (Şekil 4).



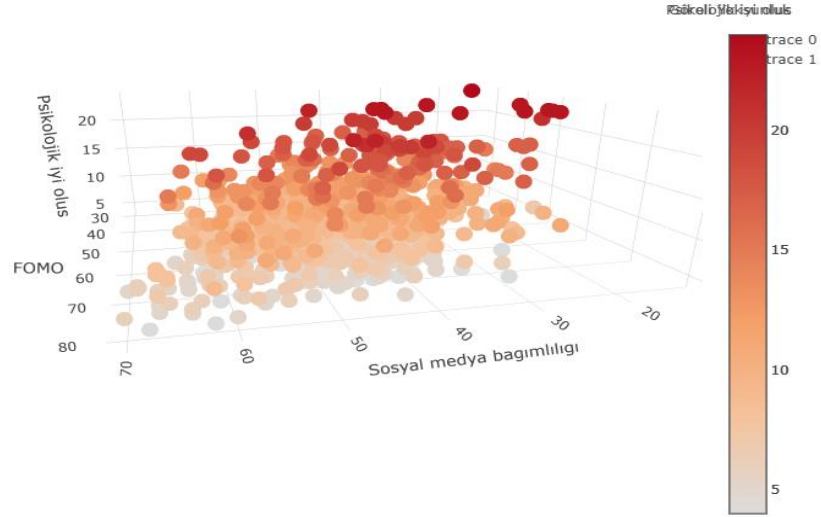
Şekil 4: Shapley değerleri ile Psikolojik iyi oluş tahmini için değişkenlerin modele katkılarının belirlenmesi (XGBoost yönteminde tahmin edilen en doğru parametre değerlerine göre SHAP grafiği)

Şekil 5 incelendiğinde Psikolojik iyi oluşun, FOMO ve Sosyal Medya Bağımlılığı arasındaki negatif ve ortalama güçte bir etkileşimi olduğu görülmektedir. Bu etkileşimde yer alan eğrilerde en güçlü etkileşim Sosyal Medya Bağımlılığı ile FOMO arasındadır. Her üç değişkenin dağılımı Gauss dağılımına yakınsamaktadır.



Şekil 5: Psikolojik iyi oluş, FOMO ve Sosyal Medya Bağımlılığı değişkenlerinin Dağılımı, Etkileşimi ve Yoğunluk grafiği

Şekil 6’da psikolojik iyi oluş, FOMO ve sosyal medya bağımlılığı değişkenlerinin 3D grafiği verilmiştir.



Şekil 6: Psikolojik iyi oluş, FOMO ve Sosyal Medya Bağımlılığı değişkenlerinin 3D grafiği

5. TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde bulgular literatür eşliğinde tartışılmıştır.

Bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyindeki artışın ($t=-5.829$, $p< 0.001$), "Psikolojik iyi oluş" düzeyinde istatistiksel olarak düşüşe neden olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı sürekli olarak psikolojik iyi oluş üzerinde olumsuz etkilerle ilişkilendirilmiştir. Çalışmalar, sosyal medya kullanımının artmasının daha kötü ruh sağlığı sonuçları ile ilişkili olduğunu göstermiştir (Zhao & Zhou, 2020). Bu ilişki, sosyal medya bağımlılığı arttıkça ruh sağlığının azaldığını gösteren araştırmalarla da desteklenmektedir (Rustamov et al., 2023). Ek olarak, sosyal medya bağımlılığının, potansiyel olarak psikolojik iyi oluş ve yakın ilişki kalitesi üzerindeki olumsuz etkilerinden dolayı cinsel tatminsizlikle ilişkili olduğu bulunmuştur (Costa et al.). Aşırı veya bağımlılık yaratan sosyal medya kullanımı, bireylerin sosyal medya platformlarıyla aşırı meşgul hale geldiği, ruh sağlıklarını ve aile işlevlerini etkilediği davranışsal bağımlılığa yol açabilir (Alwuqaysi et al., 2024). Bu, özellikle sosyal medya bağımlılığı olan kullanıcıların düşük öz saygıya ve özgüvene sahip olma eğiliminde olması ve ruh sağlığı sorunlarını daha da kötüleştirilmesi nedeniyle endişe vericidir (Zafar & Mobin, 2024). Ayrıca, Facebook gibi sosyal medya platformlarının aşırı kullanımı depresif semptomlar ve daha zayıf ruh sağlığı sonuçları ile ilişkilendirilmiştir (Soğukpınar, 2019). Sosyal medya bağımlılığının ruh sağlığı üzerindeki olumsuz etkisi farklı yaş grupları ve kültürlerde açıkça görülmektedir. Çalışmalar, özellikle genç yetişkinler arasında ruh sağlığı üzerindeki olası olumsuz etkileri azaltmak için aşırı sosyal medya tüketimi konusunda farkındalığın artırılmasının gerekliliğini vurgulamıştır (Chaha, 2024). Dahası, sosyal medya platformlarında başkalarıyla sürekli karşılaştırma yapmak yetersizlik ve tatminsizlik duygularına yol açarak ruhsal iyilik halinin azalmasına katkıda bulunabilir (Bhattacharjee, 2023). Çalışmalardan elde edilen kanıtlar, sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyilik hali üzerindeki zararlı etkilerinin altını çizmektedir. Aşırı sosyal medya kullanımı, sürekli olarak zayıf ruh sağlığı sonuçları ile ilişkilendirilmiş olup, daha sağlıklı çevrimiçi alışkanlıkları teşvik etmenin ve sosyal medya bağımlılığının potansiyel riskleri hakkında farkındalık yaratmanın önemini vurgulamaktadır.

Çalışmamızda bireylerin FOMO düzeyindeki artışın ($t=-2.528$, $p< 0.001$) "Psikolojik iyi oluş" düzeyinde istatistiksel olarak düşüşe neden olduğu tespit edilmiştir. FOMO, psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisiyle ilgili olarak kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Araştırmalar, FOMO'nun bireylerin ruh sağlığını ve genel iyi oluşunu etkileyen çeşitli olumsuz sonuçlara yol açabileceğini göstermektedir. Çalışmalar, yüksek düzeyde FOMO yaşayan bireylerin uyku yoksunluğu, odak kaybı, azalan üretkenlik ve başkalarının da mevcut çok miktardaki dijital içerikle başa çıkmakta zorlandığı bilgisinde teselli arama gibi psikolojik ve sağlık sorunları riski altında olduğunu göstermiştir (Hayran & Anik, 2021). FOMO, azalan duygusal iyi oluşla ilişkilendirilmiştir ve bireylerin FOMO ile ilişkili olumsuz psikolojik etkilerle başa çıkmasına yardımcı olacak koruyucu faktörlerin belirlenmesi ihtiyacı vardır (Hartanto et al., 2024). Daha düşük psikolojik iyi oluşa sahip bireylerin daha yüksek düzeyde medya FOMO'su yaşama eğiliminde olduğunu ve bunun da sosyal medya kullanımının artmasına yol açtığını gösteren kanıtlar vardır (Bissell & Chou, 2023). Yüksek düzeyde FOMO, bağımlılık yapan internet davranışları ve daha düşük psikolojik iyi oluş ile ilişkilendirilmiştir (Bacaksız et al., 2023). FOMO ile psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi arasındaki ilişkiyi incelemiş ve FOMO ile psikolojik iyi oluş arasında negatif bir ilişki olduğunu vurgulamıştır (Srivastava et al., 2024). Araştırmalar temel psikolojik ihtiyaçları karşılamadaki eksikliklerin ve pozitif ruh hali ve yaşam doyumu seviyelerinin düşmesinin daha yüksek FOMO seviyeleri ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu göstermiştir (Reer et al., 2019). FOMO algısının psikolojik iyi oluşu olumsuz yönde etkilediği bulunmuştur (Tutar et al., 2022). Ek olarak, FOMO yalnızlık, depresyon, kaygı ve ait olma ihtiyacı duygularıyla ilişkilendirilmiştir ve bu da ruh sağlığı üzerindeki zararlı etkilerini göstermektedir (Szawłoga et al., 2024). Sonuç olarak, FOMO'nun psikolojik iyi oluşu azaltabileceği fikrini destekleyen önemli kanıtlar sunmaktadır. Bir şeyleri kaçırma korkusunun çeşitli olumsuz psikolojik sonuçlarla ilişkili olduğu ve FOMO'nun ele alınmasının ve yönetilmesinin, bireylerin ruh sağlığını ve genel refahını korumak için ne kadar önemli olduğu görülmektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve FOMO arttıkça psikolojik iyi oluş düzeyi azalmaktadır. Sosyal medya kullanımının artması, bireylerin günlük hayatlarını ve psikolojik durumlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Sosyal medya, kullanıcıların sürekli olarak başkalarının hayatlarıyla kıyas yapmasına ve sürekli bir bilgi akışı içinde olmasına neden olur. Bireyler arasında artan anksiyete, depresyon ve yalnızlık hissi gibi sorunlar, sosyal medyanın psikolojik iyi oluş üzerindeki potansiyel zararları arasında görülmesi kaynaklı olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, sosyal medyanın uzun vadeli psikolojik etkilerini anlamak için longitudinal çalışmalar yapılması önerilmektedir. Bu tür çalışmalar, sosyal medya kullanımı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi zaman içinde izleyerek, nedensel bağlantıları ve etki mekanizmalarını daha iyi anlamayı amaçlamaktadır. Longitudinal çalışmalar, sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkilerini net bir şekilde belirlemek ve bu etkileri azaltmak için müdahale stratejileri geliştirmek adına kritik öneme sahiptir.

KAYNAKLAR

- Abbasi, A., & Zubair, A. (2015). Body image, self-compassion, and psychological well-being among university students. *Pakistan Journal of Social and Clinical Psychology*, 13(1), 41.
- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1).
- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 24(4), 215-222.
- Akmeşe, Z., & Deniz, K. (2017). Stalk, benliğin izini sürmek. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*(8), 23-32.
- Alaloğlu, G., & Bahtiyar, B. (2020). The examination of the associations among perfectionism, self-handicapping, self-compassion and psychological symptoms. *Psychological Applications and Trends*, 21-25.
- Altınay Bor, H. (2018). Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul*.
- Alwuqaysi, B., Abdul-Rahman, A., & Borgo, R. (2024). The impact of social media use on mental health and family functioning within web-based communities in Saudi Arabia: Ethnographic correlational study. *JMIR Formative Research*, 8(1), e44923.
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current addiction reports*, 2(2), 175-184.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 64, 287-293.
- Arıbaş, A. N., & Özşahin, F. (2022). İş Yaşamında Yalnızlığın Çalışanların Sosyal Medya Bağımlılığına Etkisinin İncelenmesi. *Journal of Aksaray University Faculty of Economics & Administrative Sciences/Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1).
- Aslan, T. (2020). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kaygılarının sosyal medya bağımlılıklarını yordayıcı rolünün incelenmesi. *Çağ Üniversitesi*.

- Atan, A. (2020). 5-6 yaş çocuklarda psikolojik iyi oluş: Bir model önerisi ve ebeveynler ile öğretmenlerin kişilik tipleri, ego durumları ve psikolojik iyi oluş düzeylerinin yordayıcı rolü.
- Aydın, H. (2018). Sosyal medya trendi olan fomo'nun pazarlama alanında kullanımı üzerine literatür taraması. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-9.
- Bacaksız, S., Özsoy, İ., Teğin, T., Bıçaksız, P., & Tekeş, B. (2023). Anonymity as a Moderator of the Relationship Between FoMO (Fear of Missing Out) and Psychological Well-Being. *Psychological Reports*, 126(5), 2303-2321.
- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: "üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(29), 209-234.
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18, 628-639.
- Bhattacharjee, R. (2023). Role of Social Media in Shaping Mental Health: A Discussion on New Media-Evolution as A Depression Controller and Revenue-Earner. Proceedings of the World Conference on Media and Mass Communication,
- Bilgin, M., & Doğrusever, C. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ve bilişsel hatalar ilişkisi. *ERPA 2018*, 645.
- Bissell, K., & Chou, S. (2023). Living for the likes: Social media use, fear of missing out, and body and life satisfaction in women. *Psychology of Popular Media*.
- Błachnio, A., & Przepiórka, A. (2018). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study. *Psychiatry research*, 259, 514-519.
- Bozkurt, İ., & Bozkurt, Ö. (2022). COVID-19 kısıtlamaları sürecinde üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(2), 181-190.
- Bradburn, N. M. (1969). The structure of psychological well-being.
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 84(4), 822.

- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248-255.
- Burnell, K., George, M. J., Vollet, J. W., Ehrenreich, S. E., & Underwood, M. K. (2019). Passive social networking site use and well-being: The mediating roles of social comparison and the fear of missing out.
- Çağlar, F. (2021). Sosyal medya bağımlılığı ile narsisistik kişilik özellikleri ve beğenilme arzusu arasındaki ilişkinin incelenmesi [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. *İstanbul Üniversitesi*.
- Çağlayan, M. T., & Arslantaş, H. (2023). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığını etkileyen faktörler ve sosyal medya bağımlılığının depresyon ve gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 24(3), 334-348.
- Çakır, B. (2018). Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, narsisizm ve empati düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul*.
- Çakır, Z. (2020). *Gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyotropik ve otonomik kişilik boyutlarının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi* İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Cambridge, D. <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/fomo>
- Capuccino, C. (2013). "Happiness and Aristotle's Definition of" Eudaimonia. *Philosophical Topics*, 1-26.
- Cenkseven, F., & Akbaş, T. (2007). Üniversite öğrencilerinde öznel ve psikolojik iyi olmanın yordayıcılarının incelenmesi. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 3(27), 43-65.
- Çetinkaya, A., Kırık, A. M., & Gündüz, U. (2021). Fear of missing out and problematic social media use: a research among university students in Turkey. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 12(47), 12-31.
- Chaha, B. (2024). Impact of Social Media on Mental Health and Well-Being across Different Cultures and Age Groups in Nepal. *International Journal of Psychology*, 9(1), 22-33.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).

- Çil, S. N. (2020). *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığının depresyonla ilişkisi* İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü].
- Çınar, Ç. Y., & Mutlu, E. (2019). İnternet bağımlılığının benlik saygısı, dikkat, gelişmeleri kaçırma korkusu, yaşam doyumu ve kişilik özellikleri ile ilişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 133-142.
- Classen, B., Wood, J. K., & Davies, P. (2020). Social network sites, fear of missing out, and psychosocial correlates. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 14(3).
- Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. routledge.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Costa, R., Pimenta, F., Valente, M. A. F., & Patrão, I. Social media addiction is associated with sexual dissatisfaction: a cross-sectional study with quota sampling in Portugal.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Hedonia, eudaimonia, and well-being: An introduction. *Journal of happiness studies*, 9, 1-11.
- Demir, Y., & Kumcağız, H. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 9(52), 23-42.
- Demirci, İ. (2019). Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20, 15-22.
- Deniz, S. (2023). *Okul psikolojik danışmanlarında sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişkinin incelenmesi* Üsküdar Üniversitesi]. İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American psychologist*, 55(1), 34.
- Diener, E. (2009). *Assessing well-being: The collected works of Ed Diener* (Vol. 39). Springer Science & Business Media.

- Diener, E., & Chan, M. Y. (2011). Happy people live longer: Subjective well-being contributes to health and longevity. *Applied Psychology: Health and Well-being*, 3(1), 1-43.
- Diener, E., & Diener, C. (1996). Most people are happy. *Psychological science*, 7(3), 181-185.
- Diener, E., Wirtz, D., Biswas-Diener, R., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D.-w., & Oishi, S. (2009). New measures of well-being. *Assessing well-being: The collected works of Ed Diener*, 247-266.
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 10(2), 69-73.
- Durao, M., Etchezahar, E., Albalá Genol, M. Á., & Muller, M. (2023). Fear of missing out, emotional intelligence and attachment in older adults in Argentina. *Journal of Intelligence*, 11(2), 22.
- Durar, E. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve sosyal fobi ile ilişkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. KÜ Sağlık Bilimleri Enstitüsü*.
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509-516.
- Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2020). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203-209.
- Eraslan-Capan, B. (2015). Interpersonal sensitivity and problematic Facebook use in Turkish university students. *The Anthropologist*, 21(3), 395-403.
- Erdal, G. (2022). *Yaşamı sürdürme nedenleri ile psikolojik iyi oluş arasında öz-şefkat ve bilinçli farkındalığın aracı rolü* [Işık Üniversitesi].
- Erdoğan, P., & Şanlı, Y. (2019). Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumları üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 615-627.
- Eşer, A. K., & Alkaya, S. A. (2019). HEMŞİRELİK ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DURUMU VE GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSUNUN İNCELENMESİ. *Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hemşirelik Dergisi*, 1(1), 27-36.

- Ewen, J. A., Jones, R. L., Razavi, A., & Ferrara, J. D. (1988). Syndiospecific propylene polymerizations with Group IVB metallocenes. *Journal of the American Chemical Society*, 110(18), 6255-6256.
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E., & Metintaş, S. (2016). Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 52-59.
- Griffiths, M. (2000). Internet addiction-time to be taken seriously? *Addiction research*, 8(5), 413-418.
- Güler, E. Ö., Veysikarani, D., & Keskin, D. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerine bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 1-13.
- Güney, M., & Taştepe, T. (2020). Ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(2), 183-190.
- Güven, A. (2021). MULTİDİSİPLİNER BİR KAVRAM OLARAK “FEAR OF MİSSİNG OUT”(FOMO): LİTERATÜR TARAMASI. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(48), 99-124.
- Hamurcu, H. (2011). Ergenlerin yetkinlik inançları ve psikolojik iyi oluşlarını yordamada psikolojik ihtiyaçlar.
- Hartanto, A., Wong, J., Lua, V. Y., Tng, G. Y., Kasturiratna, K. S., & Majeed, N. M. (2024). A daily diary investigation of the fear of missing out and diminishing daily emotional well-being: The moderating role of cognitive reappraisal. *Psychological Reports*, 127(3), 1117-1155.
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586.
- Hayran, C., & Anik, L. (2021). Well-being and fear of missing out (FOMO) on digital content in the time of COVID-19: A correlational analysis among university students. *International journal of environmental research and public health*, 18(4), 1974.
- Hong, F.-Y., Huang, D.-H., Lin, H.-Y., & Chiu, S.-L. (2014). Analysis of the psychological traits, Facebook usage, and Facebook addiction model of Taiwanese university students. *Telematics and Informatics*, 31(4), 597-606.

- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of psychosocial research on cyberspace*, 13(1).
- Huta, V., & Waterman, A. S. (2014). Eudaimonia and its distinction from hedonia: Developing a classification and terminology for understanding conceptual and operational definitions. *Journal of happiness studies*, 15, 1425-1456.
- Jasso-Medrano, J. L., & López-Rosales, F. (2018). Measuring the relationship between social media use and addictive behavior and depression and suicide ideation among university students. *Computers in Human Behavior*, 87, 183-191.
- Jin, Y., Xiong, W., Liu, X., & An, J. (2023). Trait mindfulness and problematic smartphone use in chinese early adolescent: the multiple mediating roles of negative affectivity and fear of missing out. *Behavioral Sciences*, 13(3), 222.
- Karaboğa, H. Ö. (2021). *Yeni Doğum Yapmış Evli Kadınlarda Benlik Ayrışması Çerçevesinde Sosyal Destek, Maternal Bağlanma ve Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Depresyon Üzerindeki Etkisi* [Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü].
- Kartol, A., & Peker, A. (2020). Ergenlerde sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu (fomo) yordayıcılarının incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(21), 454-474.
- Kermen, U., Tosun, N. İ., & Doğan, U. (2016). Yaşam doyumu ve psikolojik iyi oluşun yordayıcısı olarak sosyal kaygı. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 20-29.
- Keyes, C. L., & Annas, J. (2009). Feeling good and functioning well: Distinctive concepts in ancient philosophy and contemporary science. *The journal of positive psychology*, 4(3), 197-201.
- Keyes, C. L., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of personality and social psychology*, 82(6), 1007.
- Kiremitçi, E., & Coşkun, H. (2017). MEVSİMSELLİK VE ÖZNEL İYİ OLUŞ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 239-248.

- Korkmaz, Ö. (2020). Sosyal medya bağımlılığı: Bayburt Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler öğrencileri üzerine bir inceleme. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 237-250.
- Köylü, D., & Gündüz, Y. (2019). Öğretmenlerin karar alma sürecine katılım düzeylerinin örgütsel bağlılık ve psikolojik iyi oluş ile ilişkisi. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 279-299.
- Lai, C., Altavilla, D., Ronconi, A., & Aceto, P. (2016). Fear of missing out (FOMO) is associated with activation of the right middle temporal gyrus during inclusion social cue. *Computers in Human Behavior*, 61, 516-521.
- Liu, C., & Ma, J. (2018). Development and validation of the Chinese social media addiction scale. *Personality and Individual Differences*, 134, 55-59.
- Liu, C., & Ma, J. (2020). Social media addiction and burnout: The mediating roles of envy and social media use anxiety. *Current Psychology*, 39(6), 1883-1891.
- Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological bulletin*, 131(6), 803.
- Macit, H. (2019). Marmara Bölgesi'nde sosyal medya bağımlılığı bulunan bireylerin psikolojik semptomlarının incelenmesi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Marengo, D., Settanni, M., Fabris, M. A., & Longobardi, C. (2021). Alone, together: Fear of missing out mediates the link between peer exclusion in WhatsApp classmate groups and psychological adjustment in early-adolescent teens. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(4), 1371-1379.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in public health*, 9, 641673.
- Mulrow, C. D., Pocock, S. J., Poole, C., Schlesselman, J. J., & Egger, M. (2007). Strengthening the Reporting of Observational Studies in Epidemiology (STROBE): explanation and elaboration. *PLoS Med. Oct*, 16(4), 10.
- Myers, D. G., & Diener, E. (1995). Who is happy? *Psychological science*, 6(1), 10-19.
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and individual differences*, 52(3), 243-249.

- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of adolescence*, 55, 51-60.
- Ocak, A. (2023). *Üniversite öğrencilerinin bağlanma stilleri ve olumsuz değerlendirilme korkuları arasındaki ilişkide psikolojik iyi oluşlarının ve öz-anlayışın aracılık etkisinin incelenmesi* İstanbul Aydın Üniversitesi]. İstanbul.
- Oran, N. (2020). *Yetişkinlerde sosyal medya kullanımının sosyal kaygı belirtileri ve kişiler arası ilişki kurma ile ilişkisinin değerlendirilmesi* İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü].
- Ostic, D., Qalati, S. A., Barbosa, B., Shah, S. M. M., Galvan Vela, E., Herzallah, A. M., & Liu, F. (2021). Effects of social media use on psychological well-being: a mediated model. *Frontiers in psychology*, 12, 678766.
- Özbek, T. (2022). *Bireylerin algılanan helikopter ebeveyn tutumları ile psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi].
- Özen, Ü., & Sarıcı, M. B. K. (2010). YALNIZLIK OLGUSU VE SANAL SOHBETİN YALNIZLIĞIN PAYLAŞIMINA ETKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(1), 149-159.
- Özkapı, M. (2021). *Yetişkinlerde sosyal medya kullanımının depresyon ve sosyal kaygı düzeyleri ile ilişkisi* İstanbul Kent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü].
- Özkoyuncu, F. (2010). Sosyal medya. *Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Lisans Programı, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayını.*
- Özmen, B. (2019). Genç Erişkinlerde Bağlanma Biçimi İle Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). *Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.*
- Pavot, W., & Diener, E. (1993). Review of the satisfaction with life scale. *Psychological assessment*, 5(2), 164.
- Proctor, C., & Tweed, R. (2016). Measuring eudaimonic well-being. *Handbook of eudaimonic well-being*, 277-294.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*, 29(4), 1841-1848.

- Qiang-Ai, L., Zong-Kui, Z., Geng-Feng, N., Pan-Chang, K., & Shuai-Lei, L. (2016). The effect of honest self-presentation in online social network sites on life satisfaction: the chain mediating role of online positive feedback and general self-concept. *Journal of Psychological Science*, 39(2), 406.
- Reer, F., Tang, W. Y., & Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media & Society*, 21(7), 1486-1505.
- Riordan, B. C., Flett, J. A., Hunter, J. A., Scarf, D., & Conner, T. S. (2015). Fear of missing out (FoMO): The relationship between FoMO, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students. *Annals of Neuroscience and Psychology*, 2(7), 1-7.
- Rustamov, E., Aliyeva, M., Rustamova, N., Nuriyeva, U. Z., & Nahmatova, U. (2023). Aggression Mediates Relationships between Social Media Addiction and Adolescents' Wellbeing. *The Open Psychology Journal*, 16(1).
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual review of psychology*, 52(1), 141-166.
- Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of personality and social psychology*, 69(4), 719.
- Ryff, C. D., & Singer, B. H. (2008). Know thyself and become what you are: A eudaimonic approach to psychological well-being. *Journal of happiness studies*, 9, 13-39.
- Sağar, M. E. (2022). YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ YORDAYICISI OLARAK PSİKOLOJİK ESNEKLİK VE PROBLEM ÇÖZME BECERİLERİ. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(35), 179-192.
- Şahin, G. (2021). *Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişki Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi*].
- Şahin, T., & Ballı, E. (2020). ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIKLARI. *Erzincan Binalı Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 59-74.

- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağıllık: İnternet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığı yordayıcı etkisi. *Dusunen Adam*, 30(3), 202-216.
- Schimmack, U., Radhakrishnan, P., Oishi, S., Dzokoto, V., & Ahadi, S. (2002). Culture, personality, and subjective well-being: integrating process models of life satisfaction. *Journal of personality and social psychology*, 82(4), 582.
- Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). *Positive psychology: An introduction* (Vol. 55). American Psychological Association.
- Şerbetçioğlu, B. (2019). Psikolojik danışmanların ve öğretmenlerin psikolojik iyi oluş düzeylerinin iş-aile yaşam dengesine, iş yeri arkadaşlığına ve iş yerindeki duygusal tacize göre yordanması. *Yıldız Technical University*.
- Soğukpınar, T. İ. (2019). *Representation of identity simulations through consumption posts on Instagram* [Yeditepe Üniversitesi]. İstanbul.
- Srivastava, S., Rishi, B., & Belwal, R. (2024). Linking fear of missing out and psychological well-being: a multi-country study. *Journal of Consumer Marketing*, 41(4), 391-405.
- Sultan, A. J. (2021). Fear of missing out and self-disclosure on social media: the paradox of tie strength and social media addiction among young users. *Young Consumers*, 22(4), 555-577.
- Sun, Y., & Zhang, Y. (2021). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive behaviors*, 114, 106699.
- Szawłoga, T., Soroka, K., & Śliwińska, M. (2024). Relationship between fear of missing-out and adolescents mental health. *Environmental Medicine/Medycyna Srodowiskowa*, 27(1).
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics* (Vol. 6). pearson Boston, MA.
- Tanhan, F., Özok, H. İ., & Tayiz, V. (2022). Fear of missing out (FoMO): A current review. *Psikiyatri Guncel Yaklasimlar*, 14(1), 74-85.
- Tarhan, N., & Nurmedov, S. (2019). Bağımlılık, Sanal veya Gerçek Bağımlılıkla Başa Çıkma, Timaş Yayınları, 7. Baskı, İstanbul.
- Tayiz, V. (2018). *Üniversite öğrencilerinin gelişmeleri kaçırma korkusu ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Eğitim Bilimleri Enstitüsü].

- Telef, B. B. (2013). Psikolojik iyi oluş ölçeği: Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hacettepe üniversitesi eğitim fakültesi dergisi*, 28(28-3), 374-384.
- Telef, B. B., Uzman, E., & Ergün, E. (2013). ÖĞRETMEN ADAYLARINDA PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ VE DEĞERLER ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ. *Electronic Turkish Studies*, 8(12).
- TİMUR, M. S. Y., & AYDEMİR SEVİM, S. T. D. (2008). Boşanma sürecinde olan ve olmayan evli bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerini etkileyen faktörlerin incelenmesi.
- Topuz, M., Celik, A., Aslantas, T., Demir, A. K., Aydın, S., & Aydın, S. (2013). Plasma adropin levels predict endothelial dysfunction like flow-mediated dilatation in patients with type 2 diabetes mellitus. *Journal of investigative medicine*, 61(8), 1161-1164.
- Turel, O., & Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512-528.
- Tutar, H., Çoban, D. T., & Awalluddin, M. A. (2022). Intercultural Study of the Fear of Missing Out, Spiritual Well-Being and Individual Differences among University Students in Malaysia and Turkey. *ASR: Chiang Mai University Journal of Social Sciences and Humanities*, 8(1).
- Tuzgöl Dost, M. (2004). Üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara*.
- Ünal, Ç. (2019). Çevrimiçi sosyal destek, gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal anksiyete bozukluğu belirti düzeyi arasındaki ilişkinin açıklanmasında sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medya yorgunluğunun aracı rolü. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. *Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara*.
- Üstündağ, A. (2022). Ergenlerin instagram bağımlılık düzeyleri ile psikolojik ihtiyaçları arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 23(1), 8-21.
- Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C., & Young, J. A. (2016). "Snapchat is more personal": An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. *Computers in Human Behavior*, 62, 594-601.
- Waters, G. J. M. (2020). *The Impact of Mental Health Literacy Training on Mental Health Knowledge and Attitudes, Relationships, and Workplace Meaning and Purpose among Secondary Teachers* Neumann University].
- Worldwide, J. W. T. (2011). Fomo: JWT explores fear of missing out phenomenon. In.

Yapraklı, Ş., & Mutlu, M. (2023). Sosyal Medyadaki Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun ve Sosyal Zekânın Rasyonel Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 167-186.

Zafar, H., & Mobin, M. B. (2024). Excessive usage of social media: A potential threat to mental health in Pakistan. *Journal of Pakistan Medical Association*, 74(1), 201-201.

Zhao, N., & Zhou, G. (2020). Social media use and mental health during the COVID-19 pandemic: Moderator role of disaster stressor and mediator role of negative affect. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 12(4), 1019-1038.



EKLER

EK 1

Tanıttıcı Bilgi Formu

1- Yaşınız:

2- Cinsiyetiniz: 1-) Kadın 2-)Erkek

3-Medeni Durumunuz: 1- Bekar 2-Evli

4-Eğitim Durumunuz: 1-İlköğretim 2-Ortaöğretim 3-Yükseköğretim 4- Lisansüstü

5- Gelir durumunuzu nasıl algılıyorsunuz? 1-) Gelir giderden az 2-) Gelir gidere denk
3-) Gelir giderden az

EK 2

Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

YÖNERGE: *Son bir yılınızı düşünerek sosyal medya (Facebook, Instagram, Twitter, vb.) kullanımınız hakkındaki aşağıdaki durumları ne sıklıkla yaşadığınızı belirtiniz.*

(1) Çok nadir, (2) Nadir, (3) Bazen, (4) Sıkça, (5) Oldukça sık

1	Sosyal medyayı düşünerek ya da sosyal medya kullanmayı planlayarak çok fazla zaman harcadınız mı?	1	2	3	4	5
2	Sosyal medyayı giderek daha fazla kullanma arzusu hissettiniz mi?	1	2	3	4	5
3	Sosyal medyayı kişisel sorunlarınızı unutmak için kullandınız mı?	1	2	3	4	5
4	Sosyal medya kullanmayı bırakma denemeleriniz başarısızlıkla sonuçlandı mı?	1	2	3	4	5
5	Sosyal medya kullanmanız yasaklansaydı rahatsız ve sıkıntılı olur muydunuz?	1	2	3	4	5
6	Sosyal medyayı çok fazla kullanmanız işlerinizi/çalışmalarınızı olumsuz etkiledi mi?	1	2	3	4	5

EK 3

Psikolojik İyi Oluş Ölçeği

Psikolojik İyi Oluş Ölçeği	1 Kesinlikle katılmıyorum	2	3	4	5	6	7 Kesinlikle katılıyorum
1. Amaçlı ve anlamlı bir yaşam sürdürüyorum							
2. Sosyal ilişkilerim destekleyici ve tatmin edicidir							
3. Günlük aktivitelerime bağlı ve ilgiliyim							
4. Başkalarının mutlu ve iyi olmasına aktif olarak katkıda bulunurum							
5. Benim için önemli olan etkinliklerde yetenekli ve yeterliyim							
6. Ben iyi bir insanım ve iyi bir hayat yaşıyorum							
7. Geleceğim hakkında iyimserim							
8. İnsanlar bana saygı duyar							

EK 4
FOMO Ölçeği

	Hiç doğru değildir	Bir parça doğrudur	Orta derecede doğrudur	Oldukça doğrudur	Aşırı şekilde doğrudur
Başkalarının benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım.					
Arkadaşlarımla benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım.					
Arkadaşlarımla ben yokken eğlendiklerini öğrendiğimde endişelenirim.					
Arkadaşlarımla neler yaptığını bilmediğimde kaygı hissederim.					
Arkadaşlarımla "aralarındaki şakaları, muhabbetleri" anlamak benim için önemlidir.					
Bazen neler olup bittiğini takip etmek için fazla zaman harcıyıp harcamadığımı merak ederim.					
Arkadaşlarımla buluşmak için bir fırsatı kaçırmış olmak canımı sıkar.					
İyi bir zaman geçirdiğimde bunun detaylarını online olarak paylaşmak benim için önemlidir.					
Planlanmış bir toplanmayı kaçırmak canımı sıkar.					
Tatile çıktığımda arkadaşlarımla neler yaptığını takip etmeye devam ederim.					

EK 5
Etik Kurul İzni

Evrak Tarih ve Sayısı: 22.02.2024-E.339401



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu



Sayı : E-61923333-050.99-339401
Konu : 66/13 Uğur YAMAN

22.02.2024

Sayın Uğur YAMAN

İlgi : 08.02.2024 tarihli ve E--050.99-0 sayılı yazınız.

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 21.02.2024 tarihli ve 66 sayılı toplantısında alınan "13" nolu karar ile Uğur YAMAN'ın başvurusu **uygun** görülmüş ve karar örneği ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Selim İNANÇLI
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
Başkanı

Ek: Karar Yazısı (1 Sayfa)

KARAR

13. Uğur YAMAN'ın “ Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı, FOMO ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ” başlıklı çalışması görüşmeye açıldı.

Yapılan görüşmeler sonunda Uğur YAMAN'ın “ Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı, FOMO ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ” başlıklı çalışmasının Etik açıdan **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verildi.



ÖZGEÇMİŞ

1. Bireysel Bilgiler

Adı-Soyadı : Uğur YAMAN

Doğum Yeri ve Tarihi : ***** / 29 *** *****

Uyruğu : Türkiye

Medeni Durumu : Bekar

İletişim Adresi ve Telefonu : *****@hotmail.com - 053*****

Yabancı Dil : İngilizce-YDS:80.00

2. Eğitimi

Yüksek lisans Hemşirelik Sakarya Üniversitesi 2022-2024 Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Lisans Hemşirelik Kafkas Üniversitesi 2010-2014 Sağlık Bilimleri Fakültesi

3. Mesleki Deneyimi

Acil Hemşiresi Kars 2017-2018 Harakani Devlet Hastanesi

Yoğun Bakım Hemşiresi Elazığ Fethi Sekin Şehir Hastanesi 2018-2022

Girişimsel Radyoloji Hemşiresi Sakarya Eğitim ve Araştırma Hastanesi 2022- Halen

4. Bilimsel İlgi Alanları

Sağlıkta Yapay Zeka