

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI



**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE PSİKOLOJİK İYİ
OLUŞ İLİŞKİSİNDE SOSYAL DESTEK ALGISININ ARACI
ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AZİMENUR AYAZ

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Asuman Banu HÜLÜR

İKİNCİ TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Hamit COŞKUN

BOLU, TEMMUZ- 2023

KABUL VE ONAY SAYFASI

Azimenur AYAZ tarafından hazırlanan “**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ İLİŞKİSİNDE SOSYAL DESTEK ALGISININ ARACI ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**” adlı tez çalışması jürimiz tarafından İletişim Bilimleri Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliğiyle kabul edilmiştir. **28/07/2023**

Jüri Üyeleri

Danışman

Doç. Dr. Asuman Banu HÜLÜR
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

İmza

.....

Üye

Prof. Dr. Metin KASIM
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

.....

Üye

Prof. Dr. Nahide KONAK
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin 09/08/2023 tarihinde Turnitin adlı intihal tespit programından enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 14 olarak tespit edilmiştir.

Bu çalışma için İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 2023/03 sayısı ile etik izin alınmıştır.

AZİMENUR AYAZ

ÖZET

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ İLİŞKİSİNDE SOSYAL DESTEK ALGISININ ARACI ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA YÜKSEK LİSANS TEZİ

AZİMENUR AYAZ

BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

DOÇ. DR. A. BANU HÜLÜR

PROF. DR. HAMİT ÇOŞKUN

BOLU, HAZİRAN – 2023

xii+116

Teknolojinin gelişmesiyle kullanımı artan sosyal medya, bağımlılığa dönüşmüştür. Sosyal medya bağımlılık düzeyinin artışı iyi oluşun ve sosyal destek algısının düşük hissedilmesiyle sonuçlanmıştır. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluşla ilişkisinin incelenmesi ve bu ilişkide sosyal destek algısının rolünün saptanması önemlidir. Bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı değişkenlerinin demografik özelliklere göre incelenmesi, sosyal medya bağımlılığı ve iyi oluş arasındaki ilişki ve bu ilişkide sosyal destek algısı alt boyutlarının aracı rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem 412'si kadın ve 150'si erkek 562 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmada “*Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği*”, “*Üç Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği*”, “*Psikolojik İyi Oluş Ölçeği*” ölçüm aracı olarak kullanılmıştır. Verilerin analizinde; t test, varyans, korelasyon ve aracılık analizleri kullanılmış, bulguların değerlendirilmesinde .05 anlamlılık düzeyi esas alınmıştır. Araştırmada cinsiyete göre bağımlılık ve arkadaş desteği farklılık gösterirken iyi oluş, aile ve özel kişi desteğinde farklılık gözlenmemiştir. Bağımlılık, sosyal medyaya girilen cihaza göre anlamsız bulunmuştur. Sosyal medya kullanımına göre kullanım yılı ve saati bakımından ise anlamlı bulunmuştur. Eğitim durumuna ve ailenin aylık gelirine göre sosyal medya bağımlılığı ve sosyal destek algısı anlamsız bulunurken, iyi oluş anlamlı sonuç vermiştir. Sosyal destek algısı, yaşamının çoğunu geçirdiği ve eğitim süresince barındığı yere göre anlamsız bulunmuştur. İyi oluşla bağımlılık ve sosyal destek algısı arasındaki ilişki anlamlıyken bağımlılıkla sosyal destek algısı arasındaki ilişki anlamlı değildir. Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı ve iyi oluş arasındaki ilişkiye sadece aile desteğinin aracılık ettiği görülmüştür. Araştırmacılara gelecek çalışmalarda sunulan bu modele etki eden diğer değişkenleri saptamaları önerilmektedir.

ANAHTAR KELİMELEER: Sosyal Medya Bağımlılığı, Psikolojik İyi Oluş, Sosyal Destek Algısı

ABSTRACT

THE MEDIATOR ROLE OF SOCIAL SUPPORT PERCEPTION IN THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION AND PSYCHOLOGICAL WELL-BEING: A STUDY ON UNIVERSITY

STUDENTS

MASTER THESIS

AZİMENUR AYAZ

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY

INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCES

DOÇ. DR. A. BANU HÜLÜR

PROF. DR. HAMİT ÇOŞKUN

BOLU JUNE 2023

xii+116

Social media, the use of which has increased with the development of technology, has turned into addiction. The increase in the level of social media addiction resulted in a low perception of well-being and social support. In this context, it is important to examine the relationship between social media addiction and psychological well-being and to determine the role of social support perception in this relationship. This study aimed to examine the variables of social media addiction, psychological well-being and perception of social support of university students according to demographic characteristics, the relationship between social media addiction and well-being and the mediating role of social support perception sub-dimensions in this relationship. The universe of the research consists of university students. The sample consists of 562 students, 412 of whom are female and 150 are male. In the research, “*Bergen Social Media Addiction Scale*”, “*Three Dimensional Scale of Perceived Social Support*” and “*Psychological Well-Being Scale*” were used as measurement tools. In the analysis of data; t test, variance, correlation and mediation analyzes were used, and .05 significance level was taken as basis in the evaluation of the findings. In the study, while addiction and friend support differed according to gender, no difference was observed in well-being, family and personal support. Addiction was found meaningless according to the device accessed to social media. According to the use of social media, it was found to be significant in terms of the year and time of use. While social media addiction and perception of social support were found to be insignificant according to educational status and monthly income of the family, well-being gave significant results. The perception of social support was found to be meaningless according to the place where most of the life was spent and the place of residence during the education. While the relationship between well-being and addiction and perception of social support was significant, the relationship between addiction and perception of social support was not. In addition, it was seen that only family support mediated the relationship between social media addiction and well-being. Researchers are recommended to identify other variables that affect this model presented in future studies.

KEYWORDS: Social Media Addiction, Psychological Well-Being, Perception of Social Support

İÇİNDEKİLER

Sayfa

KABUL VE ONAY SAYFASI	iii
ETİK BEYAN.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
TABLO LİSTESİ	x
KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ	xi
TEŞEKKÜR	xii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	16
1. SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI 16	
1.1 Sosyal Medya Kavramı ve Gelişimi.....	16
1.1.1 İnternetin Gelişim Süreçleri.....	16
1.1.2 Sosyal Medya Kavramı ve Tanımı	19
1.1.3 . Sosyal Medyanın Tarihi ve Gelişim Süreci.....	22
1.2 . Sosyal Medya Araçları	25
1.2.1 Bloglar	27
1.2.2 Mikrobloglar.....	29
1.2.3 Forumlar	29
1.2.4 Wikiler.....	30
1.2.5 Podcast.....	31
1.2.6 Sosyal Ağ Siteleri	32
1.3 Sosyal Medyanın Özellikleri	32
1.4 Sosyal Medya Kullanma Pratikleri.....	36
1.5 Sosyal Medyanın Etkileri	37
1.5.1 Sosyal Medyanın Sosyolojik Etkisi.....	37
1.5.2 Sosyal Medyanın Psikolojik Etkisi.....	39
1.6 Bağımlılık ve Sosyal Medya Bağımlılığı	41
1.6.1 Bağımlılık	41
1.6.2 Sosyal Medya Bağımlılığı	42
İKİNCİ BÖLÜM	44
2. PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ VE SOSYAL DESTEK ALGISI	44
2.1 İyi Oluş	44
2.1.1 Öznel İyi Oluş.....	45
2.1.2 Psikolojik İyi Oluş	46

2.1.3 Öznel İyi Oluşla Psikolojik İyi Oluşun Farkı	48
2.1.4 Psikolojik İyi Oluş Kavramına Yönelik Yaklaşımlar	49
2.2 Sosyal Destek Kavramı	51
2.2.1 Sosyal Destek Modeli	53
2.2.2 Sosyal Desteğin Etkileri	54
2.2.3 Sosyal Desteğin Çeşitleri	55
2.2.4 Sosyal Destek Kaynakları	56
2.2.5 Sosyal Destek Algısı	58
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	59
3. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ İLİŞKİSİNDE SOSYAL DESTEK ALGISININ ARACI ROLÜ.....	59
3.1 Yöntem	59
3.1.1 Araştırmanın Modeli	59
3.1.2 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	60
3.1.3 Araştırmanın Veri Toplama Araçları ve Tekniği	63
3.1.4 Araştırmanın Ölçekleri	65
3.1.5 Verilerin Analizi	67
3.2 Bulgular	67
3.2.1 Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular	67
3.2.2 Değişkenler Arasındaki Korelasyon İlişkisine Yönelik Bulgular	80
3.2.3 Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik İyi Oluş İlişkisinde Sosyal Destek Algısının Rolü	81
SONUÇ	87
KAYNAKLAR	94
EKLER.....	102
SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ İLİŞKİSİNDE SOSYAL DESTEK ALGISININ ARACI ROLÜ.....	102
ÖZ GEÇMİŞ.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 0.1: Sosyal Medya Bağımlılığıyla Psikolojik İyi Oluş İlişkisinde Sosyal Destek Algısının Aracı Rolü	7
Şekil 1.1: Başlıca Sosyal Medya Sitelerinin Kullanıma Açılma Tarihleri (Boyd ve Ellison, 2007: 212)	23
Şekil 1.2: Mecraların 50 Milyon Kullanıcıya Ulaşma Süreleri (Kara, 2013: 49).37	
Şekil 3.1: Sosyal Medya Bağımlılığıyla İyi Oluş İlişkisinde Sosyal Destek Algısının Aracı Rolü	59
Şekil 3.2: Aile desteğinin aracı rolü	83
Şekil 3.3: Arkadaş desteğinin ve özel kişi desteğinin aracı rolü	84



TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo 3.1: Yaş ve Cinsiyete Dair Bulgular	60
Tablo 3.2: Eğitime Dair Bulgular	61
Tablo 3.3: Aile ve İkametgâha Yönelik Bulgular	62
Tablo 3.4: Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bulgular	63
Tablo 3.5: Cinsiyete göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanlarının testi sonuçları	68
Tablo 3.6: Sosyal medyaya erişilen cihazlar göre sosyal medya bağımlılığı ...	69
Tablo 3.7: Sosyal medya kullanım yılına göre sosyal medya bağımlılığı	69
Tablo 3.8: Sosyal medyada bir günde geçirilen vakte göre sosyal medya bağımlılığı	70
Tablo 3.9: Öğrencilerin eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılığı	71
Tablo 3.10: Öğrencilerin ailesinin aylık gelirine göre sosyal medya bağımlılığı	72
Tablo 3.11: Cinsiyete göre üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanları	72
Tablo 3.12: Öğrencilerin eğitim durumuna göre üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanları	73
Tablo 3.13: Öğrencilerin ailesinin aylık gelirine göre üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanları	74
Tablo 3.14: Cinsiyete göre üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısı puanları	75
Tablo 3.15: Öğrencilerin yaşamının büyük bölümünü geçirdiği yere göre sosyal destek algısı puanları	76
Tablo 3.16: Öğrencilerin eğitim süresince barındığı yere göre sosyal destek algısı puanları	77
Tablo 3.17: Eğitim durumuna göre üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısı puanları	78
Tablo 3.18: Üniversite öğrencilerinin ailesinin aylık gelirine göre sosyal destek algısı puanları	79
Tablo 3.19: Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş	80
Tablo 3.20: Psikolojik iyi oluş ve sosyal destek ilişkisi	80
Tablo 3.21: Sosyal destek algısı ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisi	81
Tablo 3.22: Sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı alt boyutlarının ilişkisi	82
Tablo 3.23: Aile desteğinin aracı rolü	83
Tablo 3.24: Hipotezlerin kabul ve red bilgisine ilişkin sonuçlar	85

KISALTMA VE SEMBOLLER LİSTESİ

Akt. : Aktaran

vd. : Ve Diğerleri

IRC: Internet Relay Chat

WWW: World Wide Web

WHO: Dünya Sağlık Örgütü

FoMO: Gelişmeleri kaçırma korkusu



TEŞEKKÜR

Tez çalışmamla taçlandırdığım yüksek lisans süreci, içimde ısıldayan kıvılcımı harlayan ve okuma aşkını en yoğun hissettiğim bir süreç olarak takvimimde yerini aldı. Bana çok şey kattı, katmayada devam ediyor. Bu bağlamda çalışmam, kendime verdiğim sözlerin bir belgesi niteliğinde ve hiçbir zaman hayal kurmaktan, çalışarak yeni şeyler üretmekten ve öğrenmekten vazgeçmemeyi hatırlatan bir anektot. Öyleki aradan zaman geçtiğinde, dönüp arkama baktığımda gülümsememi ısıldayarak büyüten bir inanç nesnesi. Daha nice eğitim aşkıyla yoğrulan süreçlere basamak olması ve daha nice aydınlıklara kaynak olması duasıyla.

Lisansüstü eğitimim en büyük kazancı; gülen yüzüyle, anlayışıyla, iyi kalbiyle her şeyden öte insanlığıyla bana, hayata ve akademiye dair çok şey katan, desteğini her daim arkamda, varlığını kalbimde hissettiğim canım hocam, sevgili danışmanım Doç. Dr. Asuman Banu HÜLÜR'e kendi bilgi ve deneyimlerini her zaman benimle paylaştığı, bana yol gösterdiği ve bana inandığı için sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Lisans hayatımdaki gelişimimde büyük katkısı olan, akademiye ve hayata dair farklı bakış açıları sunan, özveriyle çalışmasını her zaman örnek aldığım sayın hocam, eş tez danışmanım Prof. Dr. Hamit ÇOŞKUN'a çalışma konusunun belirlenmesinde ve çalışma esnasında gösterdiği desteği, kafama takılan bütün soruları sabırla cevapladığı ve ihtiyacım olduğu her an bana rehberlik ettiği için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca, eğitim sürecinde ve tez sürecinde görünmeyen kahramanım ve danışmanım, akademi hayatımda yol göstericim ve örnek aldığım kişi, ilk hocam, canım babam Prof. Dr. Erol AYAZ'a bana her zaman güvendiği, düştüğümde ayağa kaldırdığı ve bana sabırla ihtiyacım olan her şeyi en başından beri öğrettiği için teşekkürü borç bilirim. İlk öğretmenim, bana hayal kurmayı öğreten kişi, ellerimi hep avucunun içinde hissettiğim, en büyük idolüm, en büyük destekçim canım annem, değerli hocam Zehra Nurcan AYAZ'a bana inandığı, her zaman yanımda olduğu, yazdıklarımı eleştirip bana yol gösterdiği için teşekkürlerin en büyüğünü sunmayı borç bilirim. Ayrıca ilk arkadaşım, ilk sırdaşım, yoldaşım canım kardeşim Mustafa Ayaz'a çelişkide kaldığımda bana yol gösterdiği, bana ve hayallerime inandığı ve beni hep dinlediği için çok teşekkür ederim. Okuma yolculuğumda elimden tutan, varlığını hep yanımda hissettiğim, akademiye el ele

yürüdüğümüz canım ablam, Kardenlen BAYRAKLI'ya tezimin son düzenlemelerini yaptığı, benden bir adım önde olarak bana yol gösterdiği, bana hep destek olduğu için çok teşekkür ederim.



GİRİŞ

Teknolojinin ilerlemesiyle ortaya çıkan internet, çift taraflı etkileşime imkân tanıyan sosyal medya kavramının hayatımızın büyük bir bölümünü kaplamasına neden olmuştur. Öyle ki bireyler sevdikleriyle geçirdikleri vakitten daha çok sosyal medyada vakit geçirmekte, sosyal medyanın eş zamanlılığının etkisiyle işte ve okulda bulunurken bile sosyal medya kullanmaya devam etmektedirler. Sosyal bir varlık olan insan, tarihsel sürece bakıldığında her zaman başkalarıyla iletişim kurmak için çaba harcamıştır. Bu bakımdan sosyal medya insana; sosyalleşme ihtiyacını hiç yorulmadan, çaba sarfetmeden, en kısa sürede giderebilmesi için büyük bir imkân sunmaktadır.

Sosyal medya insanlara; zamandan ve mekândan bağımsız olarak iletişim kurma, bilgilere hızlı bir şekilde ulaşabilme, her kesimden arkadaş edinme, ilgi alanına göre gruplara üye olma imkânı sunan samimi, eğlenceli bir iletişim ortamıdır. Ancak bu güzel özelliklerinin yanında sosyal medya kullanımı konusunda bilinçli olmayan insanların ya da çağın getirdiği ruhi sorunlar sonucu rahatlamayı sosyal medyada arayanların sosyal medya bağımlılığıyla başbaşa kaldığı ortadadır. Bu bağlamda sosyal medyanın insanlara vadettiği sosyalliği ne oranda sağladığı, sanal dünyaya insanları çekerken topluma ve bireye ne gibi zararlar verdiği tartışılmalıdır.

Günümüzde sosyal medya kullanımı artmıştır (Hacıfendioğlu, 2014: 60). Kontrol edilemeyen bu artış sosyal medya kullanımlarının bağımlılığa dönüşmesine sebep olmaktadır (Hou vd., 2019: 10). Sosyal medya bağımlılığının psikolojik ve sosyolojik birden çok etkisi bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılık düzeyinin artışının bireyin iyilik hali ve psikolojik sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratabildiği görülmektedir (Karadağ ve Akçınar, 2019: 163- 164). Bağımlılık sonucunda psikolojik iyi oluşun düşmesi bu olumsuz etkilerden biri olarak sayılabilir (Çağır ve Gürkan, 2010: 75). Ayrıca sosyal medya bağımlılığının artması sosyal destek algısının düşmesine sebep olmaktadır (Yıldız & Koçak, 2020). Bu düşüş sosyal medya bağımlılığının iyi oluşla ilişkisine aracılık edebilir. Ayrıca düşük hissedilen sosyal destek algısı bireyi sosyal medya bağımlılığına iten bir neden olarak görülebilir.

Türkiye'deki üniversitelerin ön lisans, lisans ve lisansüstü aşamalarında öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleriyle psikolojik iyi oluş

düzeyleri arasındaki ilişkide sosyal destek algısını saptamaya yönelik bu çalışmada; kişilerin sosyal medyaya bağımlılık, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı düzeylerini ölçmek ve bu ölçümler arasındaki ilişki düzeylerini ortaya çıkararak sosyal medya bağımlılığının, psikolojik iyi oluşla ilişkisinde, sosyal destek algısının aracı rolünü saptamak ve bir model sunmak amaçlanmıştır. Ayrıca katılımcılardan alınan demografik bilgilerin ana model değişkenlerine göre karşılaştırılmasının yapılması ve analiz bulgularının detaylı bir şekilde sunulması araştırmanın amaçları dahilindedir. Konular bu kapsamda ele alınmış ve çalışma üç bölümden oluşmuştur.

Psikolojik iyi oluş ve sosyal destek kavramlarını detaylandırmadan önce konu, birinci bölümde sosyal medyanın tarihinden kullanımına ve sosyal medya bağımlılığına giden süreç ele alınarak detaylandırılmıştır. Öncelikle sosyal medya kavramı ve gelişimi başlığı altında; sosyal medya kavramı ve tanımı, sosyal medyanın tarihi ve gelişim sürecine yönelik bilgilere yer verilmiştir. Sonraki başlıklarda konu; sosyal medya araçları, sosyal medyanın özellikleri, sosyal medya kullanma pratikleri ele alınarak detaylandırılmıştır. Son olarak bağımlılık ve sosyal medya bağımlılığı kavramları ayrı ayrı başlıklar altında kavram tanımları, gelişim süreçleri ve sınıflandırmaları dikkate alınarak incelenmiştir.

İkinci bölümde psikolojik iyi oluş kavramı açıklanmış, öznel iyi oluş ve psikolojik iyi oluş alt başlıklarında iyi oluş kavramı detaylandırılmıştır. İyi oluşun iki alt başlığı olan psikolojik iyi oluş ve öznel iyi oluşun ayrımını daha iyi sunabilmek için öznel iyi oluş ve psikolojik iyi oluşun farkı olmak üzere bir alt başlık oluşturulmuştur. Bir diğer alt başlıkta ise psikolojik iyi oluş kavramına dair kuramsal yaklaşımlar incelenmiştir. Sosyal destek ise sosyal desteğin modelleri, etkileri ve çeşitleri alt başlıklarında detaylandırılmış sosyal desteğin kaynakları ve özellikleri incelenmiştir. Son olarak sosyal destek algısının tanımı yapılmış ve etkileri listelenmiştir.

Tezin üçüncü bölümünde ise araştırmanın yöntemine, evren ve örneklemine, veri toplama aracı ve tekniğine, araştırmanın ölçeklerine, verilerin analizine, bulgularına ve sonuçlarına yönelik bilgiler yer almaktadır. Çalışmanın teorik kısmının ortaya çıkarılma sürecinde daha önce gerçekleştirilen benzer konudaki çalışmalardan ve literatürde yer alan konuya ilişkin kaynaklardan faydalanılmıştır. Araştırmanın sonuçlarında daha spesifik bulgular elde etmek amacıyla nicel bir araştırma olan anket tekniği kullanılmıştır. Genç kitlenin sosyal

medyaya olan ilgisi ve bu konuya ilişkin donanımı göz önünde bulundurularak araştırma evreni Türkiye’deki Üniversite öğrencileri olarak belirlenmiştir. Araştırma örnekleme ise Cohen (2000)’in araştırmada örneklem belirlenirken %5 hata ve %95 güven göz önüne alındığında, birim ve daha fazla örneklem sayısından oluştuğu durumda minimum 384 adet verinin örneklemden seçilmesi yeterlidir görüşü dikkate alınarak ön lisans, lisans ve lisansüstü kademelerinde öğrenci olan toplam 563 öğrenciden oluşmaktadır (Cohen, Manion, Morrison, 2000: 95).

Araştırmanın anketlerinin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini saptamaya yönelik on üç adet soru yöneltmiştir. Anketlerin ikinci bölümünde katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerini ölçebilmek için “*Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği*” yöneltmiştir. Anketin devamında katılımcıların sosyal destek algısını ölçmeye yönelik “*Sosyal Destek Algısı Ölçeği*” sunulmuştur. Anketin son bölümünde ise katılımcıların psikolojik iyi oluş düzeylerini ölçmek için “*Psikolojik İyi Oluş Ölçeği*” yöneltmiştir. Katılımcıların anketi gerçekleştirmesiyle elde edilen veriler IBM SPSS 26 programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Elde edilen bulguların yorumlanmasıyla son bölüm tamamlanmıştır.

Sosyal medya alanına yönelik gençlerin ilgisi günümüzde artmakta ve buna bağlı olarak sosyal medya bağımlılık oranları yükselmektedir. Bu durum, araştırma konusunun güncel içeriklere odaklanmasının önemini vurgulamaktadır. Bu çalışma, geleceğin şekillenmesine katkı sağlayacak genç kitlenin sosyal medya alanına olan ilgisini anlaşılmasını sağlayacaktır. Sosyal medyaya yönelik çalışmaların önemini gösteren konular, çalışmada incelenmekte olup çalışmanın konusu, sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ve büyük kitleler tarafından aktif bir şekilde kullanılması olarak belirlenmiştir.

Psikolojik iyi oluş, kişilerin hayata bakışlarını ve yaşam kalitelerini etkilediğinden pozitif psikolojinin üzerinde durduğu bir konudur. Birçok bağımlılık türünün psikolojik olarak iyi olmayla ilişkisi olduğu düşünülmektedir. Bu bakımdan da araştırma bağımlılıklardan sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisinin saptanmasında önem arz etmektedir. Ayrıca sosyal medyaya bağımlı olan kişilerde algılanan sosyal destek algısı seviyelerinin ve bağımlılık düzeyleriyle aralarındaki ilişkinin ölçülmesinin hem algılanan sosyal destek düzeylerinin bağımlılık düzeylerini arttırıp arttırmadığının saptanmasında hem de sosyal destek algısı düşük olduğundan destek kabulü de düşük olan kişilerin

bağımlı olma ihtimalini gözler önüne sermesi açısından önemlidir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluşla ilişkisine sosyal desteğin aracılık etkisinin saptanması, iki değişken arasındaki ilişkinin sosyal destek algısı değişkeni üzerinden daha iyi kavranmasına yardımcı olması, çalışmaya konu olmasının bir başka sebebi olarak düşünülmüştür.

Bu çalışma üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarıyla psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkide sosyal destek algılarının rolü tespit edilip sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı değişkenleri arasındaki ilişkileri saptamayı amaçlamaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığıyla iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiyi inceleyen ve bu ilişkide sosyal desteğin rolünü ortaya koyan az sayıda çalışma vardır. Araştırma literatürdeki bu açığı kapatıp gelecek araştırmalara kaynak oluşturabilir. Sosyal medya bağımlılığına uygun destek ve tedavi yöntemleri geliştirme konusuna iyi oluşun ve sosyal desteğin rolünü ortaya koyarak katkı sağlayabilir.

Problem Durumu

Zamanla gelişen teknoloji sayesinde hayatımızı kolaylaştıran birçok gelişme ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler zaman zaman insanların yaşamını kolaylaştırırken zaman zaman da psikolojik ve fiziksel sağlık sorunlarını beraberinde getirmiştir. İnternet teknolojik gelişmeler içerisinde önemli bir yere sahiptir. İnternet ortaya çıktıktan sonra insanlar arasındaki etkileşim artmış iletişim hızlanmıştır. İnternetin istenilen zaman ve mekânda iletişim kurma imkânı sunma, istenilen bilgilere ulaşabilme, alışveriş yapma gibi avantajlarının yanında uzun süre kullanımı ve bu hızlı gelişim yüzünden kullanım bilincinin gelişmemesi problemleri internet kullanma davranışlarını ortaya çıkarmıştır. İnternet ve sosyal medya bağımlılığı da problemleri internet kullanma davranışlarından sayılmaktadır. Günümüzde internet kullanımlarının daha çok sosyal medya mecraları üzerinden yapıldığı ortadadır. Bunun yanında sosyal medya bağımlılığı birçok psikolojik ve sosyolojik etmen sonucunda ortaya çıkabildiği gibi birçok psikolojik ve sosyolojik problemi de tetiklemektedir. Hissedilen psikolojik iyi oluş ile algılanan sosyal destek bu etmenlerden birkaçı olabilir. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili psikolojik iyi oluş düzeyi ve sosyal destek algısı faktörlerinin daha detaylı bir şekilde araştırılması önem arz etmektedir.

Araştırmanın Amacı

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarıyla psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkide sosyal destek algılarının rolünün incelendiği bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı değişkenleri arasındaki ilişkiler saptanmaya çalışılacaktır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığıyla iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiyi inceleyen ve bu ilişkide sosyal desteğin rolünü ortaya koyan sınırlı sayıda çalışma vardır. Araştırmanın literatürdeki bu eksiği kapatıp diğer araştırmalara kaynak oluşturması amaçlanmıştır. Bu çerçevede araştırma sosyal medya bağımlılığına uygun destek ve tedavi yöntemleri geliştirme konusuna psikolojik iyi oluşun ve sosyal desteğin rolünü ortaya koyarak katkı sağlayabilir.

Araştırmanın Önemi

İnsan sosyal bir varlıktır ve iletişim kurup sosyalleşmeye ihtiyaç duyar. Teknolojinin gelişmesi sonucu ortaya çıkan sosyal medya araçları kişiler arasındaki iletişimi daha kolay hale getirmiştir ve insanların sosyalleşme ihtiyaçlarını daha kolay yoldan gidermelerini sağlamıştır. Böylelikle insanlar birbirleriyle iletişim kurarken aynı anda birçok kişiye hızlı ve kolay bir şekilde ulaşabilmektedirler. Zaman ve mekân tanımadan birçok kişiye ulaşabilmek günlük hayattaki iletişimi kolaylaştırmıştır.

İlk zamanlarda sosyalleşme ve iletişim kurma ihtiyaçlarını gidermek için kullanılan sosyal medyanın istenilen her an ve her mekânda ulaşılabilirliği beğenilme arzusunun doyurulması, yalnızlık hissinin, destek ve kabul edilme arzusunun giderilmeye çalışılması ve daha birçok psikolojik etmen nedeniyle bağımlılığa dönüşebilmektedir. Ayrıca sosyal medya sitelerinde yer alan beğenme ve paylaşma butonları insanların ilgisini çekmekte ve bir takım psikolojik etkilere maruz kalmalarına sebep olmaktadır. Bunlardan bazıları; beğenildiği zaman daha fazla beğeni isteği, beğenilmediği zaman da eksiklik ve psikolojik çöküntü hissetmektir (Karslı, 2022: 3). Artan sosyal medya kullanıcılarının bu tür beğeni kompleksleriyle harekete geçmesi devamında birçok psikolojik probleme zemin hazırlamakta olup sosyal medya bağımlılığı bu problemler arasında sayılabilir (Daşlı, 2020: 1233).

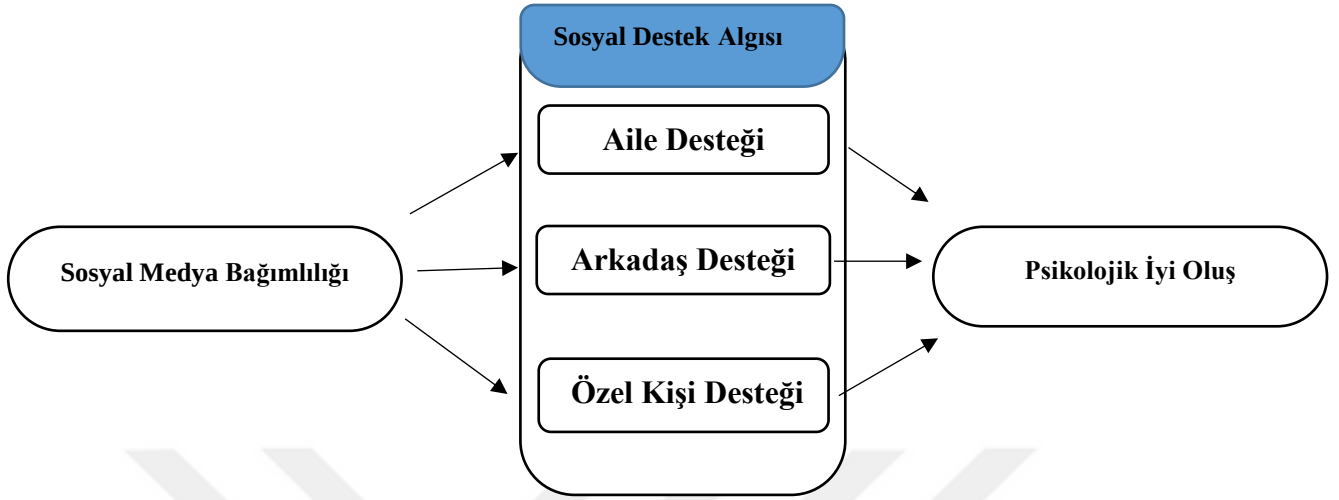
Günümüzde sosyal medya kullanımının kontrol edilemeyen artışı sosyal medyaya bağımlı olma durumunu arttırmıştır. Bağımlılık sonucunda psikolojik iyi oluşun düşmesi bağımlılığın getirdiği olumsuz etkilerden biri olarak görülebilir.

Ayrıca sosyal medya bağımlılığının artması sosyal destek algısının da düşmesine sebep olabilmektedir. Bu bağlamda çalışma üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarıyla psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiyi ve sosyal destek algılarının rolünü tespit edip sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı değişkenleri arasındaki ilişkileri saptamaya çalışmaktadır. Bu konuda yapılmış çalışmaların sınırlılığı nedeniyle araştırma ve bulguları önem arz etmektedir.

Araştırma Soruları

Bu çalışmada araştırmanın problem cümlesine bağlı olarak aşağıdaki araştırma sorularına yanıtlar aranmıştır.

1. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılık düzeyi ile psikolojik iyi oluş düzeyi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
2. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılık düzeyi ile sosyal destek algısı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Üniversite öğrencilerinde sosyal destek algısı ile psikolojik iyi oluş düzeyi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
4. Üniversite öğrencilerinde sosyal destek algısı, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş düzeyi arasındaki ilişkide aracı role sahip midir?
5. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanları demografik özelliklere bağlı olarak değişmekte midir?
6. Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanları demografik özelliklere bağlı olarak değişmekte midir?
7. Üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısı alt puanları demografik özelliklere bağlı olarak değişmekte midir?



Şekil 0.1:Sosyal Medya Bağımlılığıyla Psikolojik İyi Oluş İlişkisinde Sosyal Destek Algısının Aracı Rolü

Araştırmanın Hipotezleri

Sosyal medya kullanım davranışı her yaş ve statü grubundaki kişilerde gözlenmektedir. Bunun yanı sıra gençler özellikle üniversite öğrencilerinin sosyal medyanın en aktif kullanıcıları olduğu varsayılmaktadır. Bu çalışma üniversite öğrencileri perspektifli bir bakış açısıyla sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve psikolojik iyi oluş ilişkisinde sosyal destek algısının aracı rolü üzerine şekillenmiştir. Tanımlanan modele göre birtakım hipotezler kurulmuştur.

H1: Sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

H2: Sosyal medya bağımlılığıyla sosyal destek algısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

H3: Sosyal destek algısıyla psikolojik iyi oluş arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H4: Sosyal destek algısı, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş ilişkisinde aracı role sahiptir.

H5: Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanlarının demografik özelliklere bağlı olarak değişmesi beklenmektedir

H6: Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanlarının demografik özelliklere bağlı olarak değişmesi beklenmektedir.

H7: Üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısı alt puanlarının demografik özelliklere bağlı olarak değişmesi beklenmektedir.

Bu çalışmanın dayandığı temel hipotezlerin detayları aşağıda listelenmiştir.

1. Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyi olarak:

a. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki beklenmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi yönelik literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, sosyal medyayı aktif kullanan genç kuşağı kapsayan üniversite öğrencileri üzerinde yapılan herhangi bir çalışma bulunamamıştır. Ancak ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeylerini karşılaştıran araştırmalar literatürde yer almaktadır.

Ergenlerin psikolojik iyi oluş düzeyi ve sosyal medya bağımlılık düzeyi arasındaki ilişkiyi inceleyen Kılınç (2021), iki değişken arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit etmiştir. Söner ve Yılmaz (2018) ise Kılınç (2021)'ın yaptığı çalışmadan farklı olarak iki değişken arasındaki ilişkinin negatif yönlü olduğunu saptamıştır. Bu iki çalışmanın sonucunda gözlemlenen farklılık, sosyal medya bağımlılık düzeyi ve psikolojik iyi oluş değişkenleri arasındaki ilişkinin tekrar ölçülmesine kapı aralamaktadır.

Öznel iyi oluşa odaklanan bir diğer çalışma üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığıyla iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemekte olup iki değişken arasında negatif yönlü bir ilişki tespit etmiştir (Koç, 2021: 53). Psikolojik iyi oluşa odaklanan başka bir çalışmada ise sosyal medya bağımlılığının kapsayıcısı olan internet bağımlılığıyla arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Böylelikle internet bağımlılık düzeyi arttıkça psikolojik iyi oluş düzeyinin azaldığını sonucuna varılır (Çardak, 2013: 138). Üzerinde durulan bu araştırmalardan yola çıkarak sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olacağı düşünülmektedir. Böylelikle bu çalışmada daha önce benzer kavramlar arasındaki ilişkilerin farklı örneklemeler üzerinde incelendiği bilgisine dayanarak sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin tespit edilip literatürdeki açığın kapatılması amaçlanmıştır.

2. Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal destek algısı düzeyi olarak:

a) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve aile desteği algısı arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki beklenmektedir.

- b) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve arkadaş desteği algısı arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki beklenmektedir.
- c) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve özel kişi desteği algısı arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki beklenmektedir.

Sosyal medya bağımlılığıyla sosyal destek algısını bir arada ele alan az sayıda çalışma literatürde bulunmaktadır. Ayrıca, internet ve sosyal destek algısını ele alan çeşitli çalışmalara da rastlanmıştır. Öğrencilerin interneti, sosyal medya platformlarına erişim sağlamak ve mesajlaşma amacıyla daha çok kullandıkları, internet bağımlılığı ve sosyal destek ilişkisini inceleyen çalışmalarda vurgulanmıştır (Yıldız ve Koçak, 2020: 1107). Batıgün ve Kılıç (2011) çalışmasında, yüksek internet bağımlılığı puanlarına sahip olan grubun sosyal destek algısının daha düşük olduğu ifade edilmektedir. Kraut ve diğer araştırmacılar (1998) tarafından yapılan bir çalışmada, aşırı internet kullanımının aile ve yakın sosyal çevreyle iletişimde düşüşe neden olduğu ve internet bağımlılığı ile sosyal destek arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu ifade edilmektedir. Yıldız ve Koçak (2020)'ın yaptığı bir çalışmada, sosyal destek algısının toplam puanının ve alt boyutlarının sosyal medya bağımlılığını olumsuz şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumda, sosyal destek algısı düşük olan bireylerin sosyal medya bağımlılığı riskinin, sosyal destek algısı yüksek olanlara göre daha düşük olduğu şeklinde açıklanmıştır.

Görüldüğü gibi sosyal destek algısının daha çok internet bağımlılığıyla ilişkisine odaklanılmıştır. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve sosyal destek algısı arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğunu varsayan bu çalışma önem arz etmektedir.

3. Psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı düzeyi olarak:

- a) Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş ve aile desteği algısı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki beklenmektedir.
- b) Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş ve arkadaş desteği algısı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki beklenmektedir.
- c) Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş ve özel kişi desteği algısı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki beklenmektedir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı arasındaki ilişki yukarıdaki hipotezlerin belirttiği şekilde birçok araştırma bulgusu ile desteklendiği görülmektedir. Bu çalışma sonuçları

incelendiğinde, sosyal destek algısıyla ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiye odaklanan çalışmalara erişilmiş, bu iki değişken arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu çalışmalardan birkaçı aşağıda sıralanmaktadır.

Fiziksel etkinliklere katılımı ortaokul öğrencilerinin gördüğü sosyal destekle psikolojik iyi oluş seviyeleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur (Akgül, 2022: 173). Üniversite öğrencileri üzerinde Adyani vd. (2019)'nin yaptığı bir diğer çalışmada sosyal destekle psikolojik iyi oluş arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Rani (2016)'nin ve Emadpoor vd. (2016)'nin çalışmalarında da algılanan sosyal destek ve psikolojik iyi oluş arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunmuştur.

4. Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyi arasındaki ilişkide sosyal destek algısının aracı rolü olarak:

- a) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkide aile desteği aracı değişken olarak beklenmektedir.
- b) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkide arkadaş desteği aracı değişken olarak beklenmektedir.
- c) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkide özel kişi desteği aracı değişken olarak beklenmektedir.

Literatürdeki araştırmalar incelendiğinde, üniversite öğrencileri üzerinde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyi arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalara rastlanmıştır. Ancak bu ilişkide aracı rol oynayan değişkenlerin belirlendiği bir çalışmaya henüz ulaşılammıştır. Bu nedenle, sosyal destek algısının bu iki değişken arasındaki ilişkiye aracı rolünün incelendiği bir çalışma bulgusu da şu an için mevcut değildir.

5. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanları demografik özelliklere göre:

- a) Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.
- b) Sosyal medya uygulamalarına erişilen cihaza göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.
- c) Yıl bazında sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.

- d) Sosyal medyada bir günde geçirilen vakte göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.
- e) Eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.
- f) Ailesinin aylık gelirin e göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanlarının demografik özelliklere göre değişmesi beklenmektedir.

Çiftçi (2018)'nin yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyete göre farklılaştığı ve erkek öğrencilerin ortalama puanlarının kız öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Aynı araştırmada sosyal medya bağımlılığı, bir günde internette geçirilen vakte göre anlamlı bulunmuştur. Doğan (2021)'in üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada sosyal medya bağımlılığıyla cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yine aynı araştırmada sosyal medya bağımlılığı sosyal medya kullanım süresine göre anlamlı bulunmuştur. Tutkun Ünal (2015)'in üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı, sosyal medyayı ne kadar süredir kullandıklarına göre farklılaştığını saptamış ve sosyal medya kullanım yılı arttıkça bağımlı olma durumunda arttığı bulunmuştur. Yine aynı çalışmada sosyal medya bağımlılığının, medyaya erişilen cihaza göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılığının demografik özelliklere göre etkisini analiz eden literatürdeki çalışmalara bakıldığında; cinsiyet değişkeni anlamlılık düzeyinin değiştiği, ailesinin aylık gelir düzeyi ile eğitim durumu değişkenlerinin sosyal medya bağımlılık düzeyine göre incelenmediği görülmüştür. Bu yüzden yukarıda sayılan demografik değişkenler sosyal medya bağımlılık düzeyine göre analiz edilmesi amaçlanmış hipotezler ona göre belirlenmiştir.

6. Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanları demografik özelliklere göre:

- a) Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanlarının demografik özelliklere göre değişmesi beklenmektedir.
- b) Cinsiyete göre psikolojik iyi oluş puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.

- c) Eğitim durumuna göre psikolojik iyi oluş puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.
- d) Ailesinin aylık gelirin'e göre psikolojik iyi oluş puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.

Hamurcu (2011)'nın yaptığı çalışmada kız ve erkek lise öğrencilerin psikolojik iyi oluş puanları arasında anlamlı bir farkın olduğu ve kız ergenlerin puan ortalamasının erkek ergenlerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Topuz (2013)'un üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada algılanan ekonomik seviyeyle öznel iyi oluşun farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Taplı (2021)'nin çalışmasında üniversite mezunu olanların lise mezunu olanlara göre psikolojik iyi oluş puanları daha yüksek bulunmuştur. Literatürde iyi oluş üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde araştırma hipotezlerine yakın bulgu sonuçlarına ulaşıldığı görülmektedir.

7. Üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısı puanları demografik özelliklere göre:

- a) Cinsiyete göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.
- b) Yaşamının büyük bir bölümünü geçirdiği yere göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.
- c) Eğitim süresince barındığı yere göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.
- d) Eğitim durumuna göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.
- e) Ailesinin aylık gelirin'e göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.

Kozaklı (2006)'nın üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada sosyal desteğin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla sosyal destek algıladıkları sonucuna varılmıştır. Taplı (2017)'nin çocuklar üzerinde yaptığı çalışmada da benzer bir sonuç bulunmuş ayrıca ailesinin gelir düzeyiyle sosyal destek algısı puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Dölger (2009)'in ergenler üzerinde yaptığı araştırmada anne ve babasının eğitim düzeyinin çocuğun algıladı

sosyal destek üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak öğrencinin kendisinin eğitim durumunun sosyal destek algısı üzerinde bir etkisi olduğuna dair bir analize ulaşılamamıştır. Literatürdeki araştırmalarda sosyal destek algısının demografik özelliklere göre etkisine bakıldığında yaşamının büyük çoğunluğu geçirdiği ve eğitim süresince barındığı yerin sosyal destek algısına göre etkisine dair bir analize rastlanmamıştır.

Kuramsal Çerçeve

Bu çalışma “Sosyal Medya Bağımlılığı”, “Psikolojik İyi Oluş” ve “Sosyal Destek Algısı” olmak üzere üç kavram üzerine inşa edilmektedir. Sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığından sonra sosyal medyanın ortaya çıkması ve kullanımının yaygınlaşması ile ortaya atılmış bir bağımlılık alt türü olarak nitelendirilmektedir. Sosyal medya bağımlılığında kullanıcılar, tıpkı internet bağımlılığında olduğu gibi ilgili alana karşı vazgeçilmez ve kontrol edilemez bir davranışsal bozukluk göstermektedir. Söz konusu bu davranışsal bozuklukların derecesi arttıkça günlük hayatın özellikle fiziksel diğer alanlarında aksamalar, gerilemeler ve bozulmalar meydana gelmektedir.

Bir diğer kavram ise psikolojik iyi oluştur. Pozitif psikolojinin incelediği bir konu olan psikolojik iyi oluş ilk kez Ryff tarafından kullanılmıştır. Psikolojik iyi oluş kavramı kişinin deneyimlerinin farkında olup, kendini geliştirmeye açık olmasıdır. Kişinin kendisiyle barışık olması ve içsel iletişimde kuvvetli olması, diğer bireylerle temas kurabilmesi, iletişime geçip fikirlerini beyan etmesi iyi oluş için önem arz eder. Ayrıca bireyin geçmişiyle barışık olması ve geleceğini planlamaya istekli olması iyi olma hali üzerinde etkilidir. Bu tanımlar çerçevesinde psikolojik iyi oluşun; uygun ve tavsiye edilen yaşam şartlarında davranışların farkında olmayı, iyilik halini ve mutlu olma durumunu etkilediği söylenebilir.

Son kavram olan sosyal destek, kişinin çevresinde destek alacağı kişiler olduğuna dair inancıdır ve kişinin yaşamında olumlu bir etki bırakır. Her birey sosyal desteği farklı şekilde algılamaktadır. Çünkü her bireyin ihtiyacı olan destek ve desteği nasıl nitelendirdiği farklılık göstermektedir. Bu yüzden aynı destek şekline ve miktarına karşın her bireyin algıladığı sosyal destek farklılık gösterebilmektedir.

Kapsam ve Sınırlılıklar

Araştırma kapsamında, Türkiye genelinde bulunan üniversite öğrencilerine ulaşmak amaçlanmıştır. Bu nedenle herhangi bir üniversite ayırımına gidilmemiş,

araştırmaya katılan öğrencilerin üniversitede önlisans, lisans ya da lisansüstü düzeyde herhangi bir eğitim programına kayıtlı olmasına dikkat edilmiştir. Araştırma kapsamında rassal örnekleme tekniğiyle 42 farklı üniversiteden 75 farklı bölümden katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlar, sadece üniversite öğrencileri üzerinde genellenebilir. Katılımcıların cinsiyetinin, özel üniversite devlet üniversitesi ayrımının ve gelir düzeyinin dengeli dağılmaması araştırmanın sınırlılığıdır. Modelin daha geniş bir örneklem grubunda geçerli ve kapsayıcı olabilmesi için çalışmanın örneklem grubu genişletilerek dengeli bir demografik yapıyla tekrarlanması önerilmektedir

Araştırma sosyal medya bağımlılığının birey üzerinde oluşturduğu olumsuz durumlar genelinde sadece psikolojik iyi oluş ile sınırlandırılmış olup sosyal medya bağımlılığının sadece iyi oluşla ilişkisi incelenmiştir. Bu bağlamda araştırmanın sosyal medya bağımlılığıyla ilişkili olan diğer kavramlarla tekrarlanması önerilmektedir. Öznel iyi oluş bu kavramlardan biri olarak sayılabilir.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide sosyal destek algısının aracı rolü incelenmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş değişkenleri arasındaki ilişkiye aracılık eden başka değişkenler tespit edilip araştırmanın tekrarlanması önerilmektedir. Ayrıca bu modele sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş ilişkisinde düzenleyici etkiye sahip değişkenler tespit edilip eklenebilir.

Tanımlar

a) Sosyal Medya Bağımlılığı: Sosyal medyayı negatif duygusal durumlardan ve yaşam stresinden kaçınma amacıyla sürekli olarak kullanan bireylerin, kullanma isteğini bir türlü doyuramama, kullanımı azaltamama ve durduramama, kullanımın mümkün olmadığı durumlarda sinirlilik, kullanım süresi ve miktarıyla ilgili yalan söyleme ve aşırı kullanımın sosyal ilişkilere zarar vermesi olarak tanımlanmaktadır (Savcı ve Aysan, 2017: 204).

b) Psikolojik İyi Oluş: Kişinin varlığını olumlu şekilde algılayıp bağımsız bir kişiliğe sahip olması, yeteneklerini ve kapasitesini geliştirmeye açık olması, istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde diğer bireylerle temas kurabilmesi, geçmişiyle barışık olup geleceğine dair planlar yapmakta istekli olması durumudur (Ryff, Lee, Keyes, 1995: 719-720).

c)Sosyal Destek Algısı: Empati ve sevginin birleşiminden oluşan bireylerin hayatında önemli bir yeri olan aile, arkadaş ve özel kişilerden aldığı yardım ve destekler bütünüdür (Uygun, 2022: 21).



BİRİNCİ BÖLÜM

1.SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

1.1 Sosyal Medya Kavramı ve Gelişimi

1.1.1 İnternetin Gelişim Süreçleri

Teknolojinin ilerlemesi sonucu internetin şirketlere ve sonrasında bireylere açılmasıyla temeli atılmış olan sosyal medya, kısa sürede beklenenin üstünde bir küresel etki yaratmış ulusal sınırları aşarak dünyada tümünden bir değişime kapı aralayan tarihte benzeri olmayan bir araç olmuştur (Kaya, 2021: 65). Sosyal medyanın internetin zamanla gelişmesi sonucu bugünkü durumuna gelmesinde Web 2.0 teknolojilerinin rolü oldukça büyüktür (Kara, 2013: 29). Web 2.0 terimi, O'Reilly ve MediaLive International tarafından düzenlenen bir teknoloji konferansında gerçekleşen "Beyin Fırtınası" adlı bir oturumda ortaya atılmış ve ardından etkileşimli bir internet ortamı olarak kullanılmıştır (Levy, 2009: 121). Web 2.0, içeriği sağlayıcı tarafından oluşturulan Web 1.0'ın zıt özelliğine sahip içeriğin kullanıcılar tarafından ortaklaşa üretildiği bir ortam olarak tanımlanır (Ritzer ve Jurgenson, 2010: 19). Web 1.0 ile Web 2.0 arasındaki önemli farklardan biri, sadece bilgi okunan bir ortamdan, bilgi okunabilen ve aynı zamanda yazılabilen bir ortama geçişin gözlemlenmesidir (Kara, 2013: 32).

İnternetin gelişiminin hızlanması, dünya üzerinde bir milyar insanın internet kullanmaya başlaması ve yazılım şirketlerinin gelişmesinin bir sonucu olan Web 2.0 kavramı (Levy, 2009: 121), ikinci nesil web tabanlı araçların ve toplu kullanılan çevrimiçi platformların kapsayıcısıdır (Vural ve Bat, 2010: 3372). Günümüzde aktif olarak kullanılan ve birçok kullanıcıya sahip olan internet sitelerinin hepsi Web 2.0'ın ürünüdür (Kara, 2013). Ayrıca Web 2.0 teknolojisi üzerine kurulu sosyal medya, içeriği kullanıcı tarafından oluşturulmasına ve oluşturulan içeriğin değiştirilmesine imkân veren bir uygulamadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 232). Web 2.0 ve sosyal medya kavramları eş anlamlı kelimeler olarak görülmesine karşın (Mutlu, 2021: 2) sosyal medya, Web 2.0'ın temelini oluşturan ideolojik ve teknolojik yapı üzerine kurulmuş olan internet tabanlı bir platformdur (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60). Web 2.0, sosyal medyanın teknolojik yönünü temsil ederken, sosyal medya da bu teknolojideki sosyal etkileşimi ifade eder (Constantinides ve

Fountain, 2008: 232). Bu çerçevede sosyal medya için Web 2.0 teknolojisi üzerine kurulmuştur diyebiliriz ve farklı kavramlar olduğunu, farklı tanımlara sahip olduğundan ve biri diğerinin öncesi olduğu gerçekliğine dayanarak kanıtlayabiliriz. Bunun yanında Web 2.0'ın bir ürünü olan sosyal medya gelişen iletişim teknolojilerinin, kullanıcıların, toplumun yansımasıdır ve toplumdan, teknolojik gelişmelerden, kullanıcılardan etkilenmektedir (Kara, 2013: 6-7). Sosyal medyayı teknolojiye ayrı düşünemediğimiz gibi toplumdan ve bireyden ayrıştırarak da ele alamayız. Devam eden kısımlarda sosyal medyanın etkilerini daha iyi kavrayabilmek için internetin gelişim basamakları olarak kabul edilen Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 ve Web 4.0 detaylı bir şekilde açıklanacaktır.

1.1.1.1 Web 1.0

Temelleri 1950'li yıllara dayanan internetin ilk kullanıcı kesimine hitap eden uygulaması Web 1.0, yalnızca tek taraflı iletişime imkân sağlamaktaydı. World Wide Web (WWW) olarak adlandırılan Web 1.0 dünyayı saran bir ağ olarak kullanıcıların istedikleri ses ve görüntülere ulaşabildikleri bir yapıydı (Kırcova, 2002: 125). Bu yapı sayesinde çeşitli sayfalar hazırlayan kullanıcı ya da şirketler kendileriyle ilgili bilgileri diğerlerine sunmaktaydı. Uzmanlar tarafından içeriği oluşturulan ve programcılar tarafından yapılan bu web teknolojisinde katılımcılar sadece web sitelerindeki bilgileri okumaktaydı. Çünkü paylaşımlar etkileşime açık değildi. Web 1.0 teknolojisi web siteleri durağandı. Bu yüzden sitelerin sık sık güncellenmesi gerekmektedir.

Web 1.0 döneminde oluşturulan web siteleri, sadece var olmak amacıyla kurulmuş olup, kullanıcılar ve içerik oluşturucular arasında ortak bir payda bulunmuyordu. Bağımsız kullanıcılar, sadece içerik oluşturucular tarafından oluşturulan içerikleri okuyabiliyorlardı. İnsanlar arasındaki etkileşimi düşük düzeyde tutan Web 1.0 teknolojisi insanlara web sayfası ve internet kullanımı az olan bir dönem sunmuştur (Choudhury, 2014: 8096).

Sosyal medyanın temelini oluşturan Web 1.0 uygulamalarının kullanıcılara yönelik geliştirilen ilk uygulamalar arasında yer aldığı söylenebilir. Ancak teknolojinin gelişmesi ve kullanıcıların internette uzun vakit geçirmesi sonucu Web 1.0 yetersiz kalmış içerik paylaşımında aktifliği ve karşılıklı etkileşimi önceleyen bir gelişim zorunlu hale gelmiştir. Zamanla paylaşımı önceleyen bir içerik sunmaya

alışan Web 2.0 kavramı ortaya ıkımıştır. Bylelikle kullanıcı ve içeriği oluşturan kişi aynı konuma gelmiş, üreten ve tkuten aynı kişi olmuştur.

1.1.1.2Web 2.0

Son on yılda internetin altyapısının ilerlemesi, dünya genelinde bir milyardan fazla kullanıcıya erişmesi, 2001 yılında (.com) alanının değer kaybetmesiyle birlikte yazılım sektörünün yeni fırsatlar araması, daha az kontrol ve daha yoğun etkileşim sunan Web 2.0'un ortaya çıkmasına neden olmuştur (Levy, 2009: 121). 2004 yılında ortaya çıkan bu teknoloji, iki yönlü bilgi aktarımını mümkün kılarak kullanıcıların her birine kendi medya ortamını oluşturma imkânı sunmuştur (şardağ Karabulut ve Bulut, 2017: 1). Temel olarak iş birliğine dayalı bir yaklaşımı benimseyen ve internet hizmetlerinde ikinci nesil olarak adlandırılan Web 2.0, kullanıcılara içerik oluşturma ve paylaşma konusunda teknik sorunlar olmaksızın fırsatlar sunmaktadır (Maden, 2010: 94).

İnsan Merkezli Web, Bilgelik Web'i, Katılımcı Web, OkunulanYazılan Web ve Sosyal Web olarak tanımlanmaya başlayan (Sarıçam, 2015: 7), Web 2.0, tabanında oluşturulan uygulamalar ve teknolojiler günümüzde yaygın olarak kullanılmaktadır. MySpace, Facebook, Linked-in, Flickr, SecondLife ve YouTube gibi web sitelerinin Web 2.0 tabanında oluşturulması, Web 2.0'ın güvenilir ve yaygın olarak kullanılan bir teknoloji olduğunun kanıtıdır. Web 2.0 teknolojisinde kullanıcılar tketerken üretebilme, dinlerken konuşabilme, okurken yazabilme ve paylaşım yaparken yorum yapabilme imkânı bulmuştur. Bu sayede insanlar arasındaki iletişim ve etkileşim küresel seviyelere ulaşmıştır (Choudhury, 2014: 8096).

Çift yönlü iletişim sağlayarak günümüzde yaygın olarak kullanılan sosyal medyanın temelini Web 1.0'ın gelişmiş hali olan Web 2.0 oluşturmaktadır (Vatandaş, 2017: 13). Web 2.0 teknolojisiyle birlikte kullanıcı; katılımcı, aktif, paylaşımcı ve en önemlisi de karşılıklı etkileşimde kalarak bilgi ve içerik üreticisi konumuna gelmiştir (Işık ve Topbaş, 2015). Web 2.0 internet ortamına sunduğu yeni özelliklerle birlikte bir çığır açmıştır.

1.1.1.3Web 3.0

Web 2.0 ile birlikte internette veri aktarımı kolaylaşmış, bilgi üretimi ve paylaşımı hız kazanmıştır. Web 2.0'dan sonra internet kullanıcılarının her birinin bir içerik üreticisine dönüştüğü sosyal ağlar sanal bilgi çöplüğüne dönüşmüştür (Sarıçam, 2015: 11). Bu sorunun ortadan kalkması ancak bilgilerin kendi aralarında ilişkilendirilmesiyle, web ortamının bu doğrultuda gelişmesiyle çözülebilir. Bu bağlamda internet kullanıcılarının birbirleriyle iletişiminin ve etkileşiminin gelişmesi yeni teknolojilerin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Web 3.0 bu yeni teknolojilerden biri olarak görülebilir. 2000'li yıllarda geliştirilmeye başlanan Web 3.0; veri yönetiminin sorunsuz ve hızlı bir şekilde yapılmasını, sosyal medyanın daha yaygın bir şekilde kullanılmasını (Choudhury, 2014: 8097), arama motorlarının daha verimli bir şekilde geliştirilerek kullanıcıların ulaşmak istedikleri veriye rahat ve hızlı bir şekilde erişebilmesini amaçlamıştır (İnce, 2017: 62). Bu bağlamda Web 3.0 hem veri yönetiminin hem de ticari anlamda sosyal medyanın daha yaygın kullanılmasına katkı sağlamaktadır. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte son yıllarda internet üzerindeki bilgiler arasında anlamsal bağlantıların kurulması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu gereklilik, Web 3.0 kavramının ortaya çıkmasına yol açmıştır. İnternete yeni bir boyut kazandıran Web 3.0 veriler arasında anlamsal ilişkiler kurularak bilgiye erişimi hızlandırmış, sosyal medyanın daha verimli kullanılmasını sağlamıştır.

1.1.1.4Web 4.0

Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 kavramlarından sonra Web 4.0 kavramı üzerinde yeni durulmaya başlanmıştır. Bu yüzden Web 4.0 kavramı hakkında yapılan tanımlar oldukça azdır. Yeni nesil internet teknolojisi olarak adlandırılan Web 4.0 (Ersöz, 2020: 58) ile birlikte büyük veri, yapay zekâ, bulut sistemi, makineler arası iletişim, artırılan gerçeklik ve insana benzeyen robotlar gibi gelişmiş teknolojik ürünler üretilebilecektir (Karşlı, 2022: 25).

1.1.2Sosyal Medya Kavramı ve Tanımı

Sosyal medya kavramını, sosyal ve medya kelimeleri üzerinden açıklamaya çalışan Safko (2010: 3- 4); sosyali insanların birbirleriyle iletişim kurma içgüdüğü olarak belirtmekte, kullanıcıların fikir ve deneyimlerini paylaşabileceği bir ortamı

kastetmektedir. Medyayı ise insanların iletişime geçme teknikleri, araçları olarak ifade etmektedir. Bu tanımlara göre, sosyal medya hem sosyal etkileşimi hem de bu etkileşimin gerçekleşeceği platformu içeren bir iletişim aracıdır. Kişiyi sınırsız bir şekilde paylaşım, tartışma ve diyalogların gerçekleştiği zaman ve mekândan bağımsız bir ortam sunar.

Sosyal medya, iletişim ve bilgi paylaşımının temelini oluşturur (Çalışkan ve Mencik, 2015: 257). Sosyal medya, kullanıcıların iletişim ihtiyaçlarını karşılarken birlikte sosyalleşmelerini sağlayarak toplumsallaşmanın sınırlarını aşan önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Aslan, 2008: 220, Akt. Mutlu, 2021:21). Kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurmalarına izin verirken; hissedilenlerin, düşünülenlerin ve bilgilerin başkalarıyla paylaşıldığı sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna, iş birliği projelerine ve (Akar, 2010: 110; Kirtiş ve Karahan, 2011: 260-261) kelimelerin, görüntülerin, seslerin yapımına ve yayılmasına imkân sağlar (Dabner, 2012: 69). Ayrıca sosyal medya kullanıcı tabanlı olmasına karşın kitleleri ve insanları biraraya getirerek fikirlerini, görüşlerini, deneyimlerini; yazı, haber, fotoğraf gibi içerikler aracılığıyla birebir ve iki yönlü iletişimine olanak tanıyan etkileşimin temel olduğu bir iletişim ortamı sunar (Bayram, 2012: 6; Onat, 2009: 105; Kaya, 2021: 65; Vural ve Bat, 2010: 3358).

Kullanıcılarına iletişimden eğlenceye kadar çeşitli fırsatlar sunan bir platform olarak sosyal medya; internet üzerinden bilgi akışını sağlaması, ilgi alanlarını paylaşması, düşüncelerini ifade etmesi ve insanlar arasında çevrim içi etkileşimlerin gerçekleşmesi gibi aktiviteleri içermektedir (Boyd, 2008: 92; Mutlu, 2021: 1; Onat, 2009: 105). Sosyal medya, bizim zamansal ve mekânsal farklılıktan dolayı kuramayacağımız iletişimi kurmamıza ve metin, ses, fotoğraf paylaşımına olanak tanır (Anık, Kırık ve Soncu, 2017: 46; Vural ve Bat, 2010: 3351). Kelimeleri, sesleri, resimleri ve videoları teknolojiyle buluşturan sosyal medya, Web 2.0'ın alt yapısının kullanıcılara sunulması ile birlikte tek kanalda gerçekleşen geleneksel medyadaki iletişimin çift yönlü bir akışta gerçekleşmesini sağlamıştır (Keskin ve Baş, 2015: 52; Yalınız, 2020: 17). Bu çift yönlü bilgi akışına ek olarak eş zamanlı bilgi paylaşımı imkânı da veren sosyal medya platformlarında (Keskin ve Baş, 2015: 52), bireyler etkin olarak kendi içeriklerini oluşturarak diğer kullanıcılar ile paylaşmaya başlamışlardır (Mutlu, 2021: 2).

Sosyal medya diğerleriyle güçlü ilişkiler kurmayı ve bu ilişkileri sürekli kılmayı kolaylaştırmıştır (Balcı ve Koçak, 2017: 44, akt. (Himmetoğlu ve Ayhan,

2021: 1147). Gerçek hayatta buluşup yüz yüze iletişim kuran insanların sosyal ağlar üzerindeki ilişkilerinin gerçek hayattaki kadar gelişmesi sosyal medyanın önemini ve etkisini gözler önüne sermektedir (Kartal, 2013: 161). Sosyal medya, kullanıcılarına açık bir profil oluşturarak, ilişki içinde oldukları kişilerin listesini oluşturdukları, paylaştıkları, sergiledikleri ve diğer kullanıcıların profil ve ilişkilerini izleyebildikleri sanal platformlardır (Boyd ve Ellison, 2007: 211). Tam da bu noktada günümüzde birçok kullanıcı için yeme içme gibi bir alışkanlık haline alan sosyal medya gündelik hayatın ta kendisi olmuş durumdadır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 255). Özgür, esnek ve ulaşılabilir olması sayesinde teknolojinin iyi yönde gelişimine işaret ederek hayatımızın en önemli yerinde duran sosyal medya toplumu oluşturan bireyselliklerin silikleşmesi yönüyle sosyalliğin içinde bir asosyalliğe işaret etmektedir (Önkol ve Gündüzlü, 2015: 51, Akt. Kaya, 2021: 72).

Michael Frunchter'in sosyal medya üzerine yaptığı çalışmalara göre, sosyal medyayı açıklayan 5C kavramı bulunmaktadır. Frunchter (2009) tarafından ifade edilen bu 5C, sohbet (conversation), yorumlama (commenting), katkı (contribution), topluluk (community) ve iş birliği (collaboration) şeklindedir (Çalışkan ve Mencik 2015: 257- 258). Conversation (sohbet), sosyal medyanın oluşumunda iletişimin önemini vurgulamaktadır. Commenting (yorumlamak), sosyal medya da yapılan paylaşımların olumlu olumsuz eleştiri ve yoruma açık olduğunu belirtmektedir. Contribution (katkı sağlamak), yorumların ve içeriklerin yeni fikirlerle, içeriklere ve ürünlere katkı sağladığını vurgulamaktadır. Community (topluluk), normal hayatta bir grup içinde yaşamaya ihtiyaç duyduğumuz gibi sosyal medyanında toplulukları ve sosyalliği içerdiğini belirtmektedir. Collaboration (iş birliği) ise sosyal medyanın sürdürülebilmesi için gereklilik arz eden iş birliğine vurgu yapmaktadır.

Günlük hayatın içinde kısa bir sürede yerini alan ve kullanımı hızla artan internetin, web portallarının ve sitelerinin artması ile kullanıcı sayısında ve miktarında ciddi bir artış yaşanmıştır. 2000'li yıllarda internet kullanımının artmasıyla foksiyonel hale gelen sosyal medya her kesimden insanın dikkatini çekmeye başlamıştır (Vural ve Bat, 2010: 3349). Sosyal medyanın gelişim süreci Web 1.0'a kadar dayanmakta olup bunu sırasıyla Web 2.0, Web 3.0 ve günümüzde yeni ortaya çıkmış olan Web 4.0 takip etmektedir. Sosyal medyanın tarihsel gelişimine ilişkin ayrıntılı bilgiler ise aşağıda başlıklar halinde verilmiş ve detaylı bir biçimde açıklanmıştır.

1.1.3. Sosyal Medyanın Tarihi ve Gelişim Süreci

Sosyal medya; genç, yaşlı, fakir, zengin, eğitilmiş, eğitimsiz farklı toplumsal kesimlerde bulunan insanların etkileşimde bulunduğu bir ortamdır (Kaya, 2021: 78). Sosyal medyanın sunduğu iletişim biçimleri geri döndürülemez bir şekilde günlük rutinelere dahil olmuş durumdadır (Kaya, 2021: 66). Hayatımızın içinde bu kadar var olan ve toplumun her kesimini etkisi altına alan sosyal medya üzerine ne kadar çalışma yapılırsa yapılsın hep bir yönü eksik kalacaktır. Hayatımızda büyük bir yeri olan bu kavramı kavrayabilmek için hızlı gelişen ve büyük etkiler yaratan bir medya türü olarak dünya tarihinde yerini alan sosyal medyanın (Akyol ve Kuruca, 2015: 67), tarih sahnesine nasıl ve ne zaman çıktığı ne gibi etkilerinin olduğu detaylı incelenmelidir.

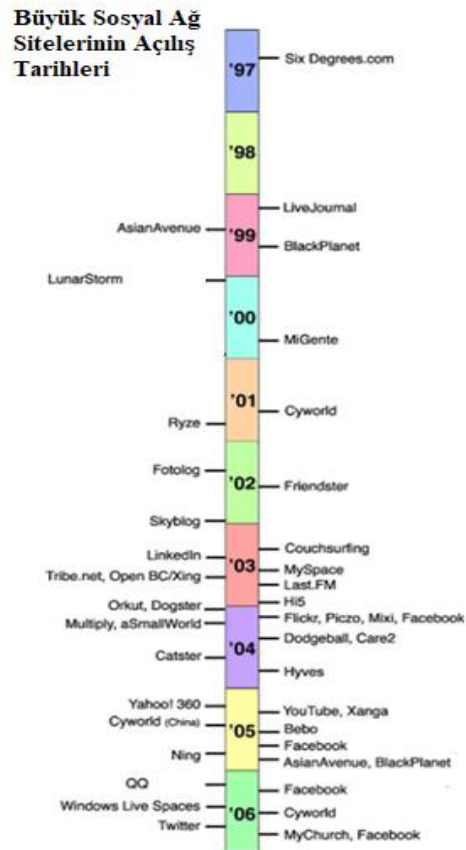
İnternet, yeni iletişim ortamlarının en popülerleri olup milyonlarca kullanıcıya hizmet etmektedir (Kara, 2013: 28). İnternet kullanımının yaygınlaşması, kullanıma olanak tanıyan cihazların icat edilmesi ve internetin sürekli kendini yenilemesi sayesinde gerçekleşmiştir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012: 7). 1970'li yıllarda başlayan ve 1990' lı yıllarda artarak devam eden internet kullanımı, web sitesi ve uygulamaların yaygınlaşması ile artmış 2000'lerde sosyal medyanın hayatımıza girmesi ile her kesimden birey internet kullanmaya başlamış, internet hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Kaya, 2021: 66; Vural ve Bat, 2010: 3349).

Sosyal medya, günümüzdeki anlamıyla yaklaşık 36 yıl önce kurulan bir çevrimiçi günlük platformu olan "Open Diary" ile başlamış ve bu platform, yazarları bir araya getiren ve paylaşımlarını online olarak gerçekleştiren bir sosyal paylaşım sitesi olarak faaliyet göstermiştir (Aktaş ve Ulutaş, 2010: 136). Kullanıcıların, duygu ve düşüncelerini yazdıkları "Weblog" teriminin kısaltılmış hali olan günümüzdeki "Blog" tabiri aslında ilk olarak "Open Diary" ziyaretçileri tarafından kullanılmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60-61).

1978'de Randy Suess ve Ward Christensen, iletişim ve bilgi paylaşımını sağlamak ve insanlarla bağlantıda kalmak amacıyla BBS adlı bir yazılımı hayata geçirerek ilk sosyal ağ örneğini ortaya çıkarmışlardır (Crosby, 1995, Akt. Kara, 2013: 62; Elbaşı Yılmaz, 2015: 26). Bunun yanında kullanıcı temelli sosyal medyanın tarihçesi Tom Truscott ve Jim Ellis 1979 yılında kurdukları Usenet isimli internet tabanlı sisteme dayanır. Usenet kullanıcıların mesajlarının haber gruplarına iletilmesini sağlandığı bu sistem günümüzdeki formların temeli olarak

düşünülebilir (Elbaşı Yılmaz, 2015: 26- 27; Peker, 2017: 10). Usenet, zamanla kullanıcılarının genel mesajlar göndermesine olanak tanıyan dünya çapında bir tartışma sitesi olmuştur (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60-61).

1988'de dosya ve bağlantı paylaşımını geliştiren Internet Relay Chat (IRC), kullanılmaya başlanmıştır. 1991 yılında “World Wide Web (www)” in kullanıcılara sunulmasıyla sosyal medya platformlarının temelleri daha da güçlenmiştir (İli, 2013: 5). 1997 yılında kullanıcıların arkadaşlıklar kurma ve profil oluşturma amacıyla deneyimlediği; daha etkin olarak profil yaratabildiği, arkadaş listeleme ve arkadaşlarının listelerini inceleme imkânı veren SixDegrees sitesi modern anlamdaki sosyal medyanın ilk örneği olarak görülmektedir (Boyd ve Ellison, 2007: 214; İli, 2013: 5). 1997'de hizmete sunulan uygulama hızla popüler hale gelmiş, 2000 yılında 125 milyon dolara satılmış olmasına rağmen benzer sitelerin çoğalmasıyla rekabete dayanamayarak 2001 yılında kapanmıştır (Hazar, 2011: 155- 156).



Şekil 1.1: Başlıca Sosyal Medya Sitelerinin Kullanıma Açılma Tarihleri
(Boyd ve Ellison, 2007: 212)

1998 yılında MoveOn kurulmuştur (Kantemir Toros, 2012: 70). 1999 yılında Napster, Third Voice, AsianAvenue, Blogger, Epinions, Black Planet, LiveJournal; 2000 yılında LunarStorm; 2001 yılında Wikipedia, Cyworld, Ryze; 2002 yılında Fotolog uygulamaları kurulmuş olup yukarıda sayılan uygulamalardan bazıları günümüzde hala aktif olarak kullanılmaktadır (Hazar, 2011: 155-156; Kantemir Toros, 2012: 70). Friendster, hala önemli bir etkiye sahip bir platformdur, 2002 yılında kurulmuş olup gerçek anlamda sosyal medyanın ilk örneği olarak değerlendirilir (Kantemir Toros, 2012: 70). Friendster, profil güncellemelerini algılayıp aynı yerde oturanları, okuyanları ve arkadaş olarak seçilenleri ağı katılmaları için uyarmaktadır (Hazar, 2011: 155-156). 2003 yılından sonra sosyal medyaya karşı artan ilgi sonucu LinkedIn gibi iş odaklı siteler; Flickr, Picassa gibi fotoğraf odaklı siteler; Photobucket, HI5, Second Life, DeLicio.us, LastFm, Plaxo, Myspace, Couchsurfing, Tribe.net gibi birçok farklı alanda sosyal ağlar ortaya çıkmıştır (Toros, 2012: 70). 2004'te Ning, Catster, Digg, Piczo, Care2, Flickr, Hyves, Mixi, Dodgeball, Orkut, Dogster, Multiply, BiggerPockets, ASmallWorld gibi uygulamalar gündemde yerini almıştır (Sarıçam, 2015: 19). 2005 yılında ise Youtube, Cyworld, Xang, Bebo, Yahoo!360, Reddit, 2006 yılında Twitter, Stylehive, Mychurch, Fabulously40 ön plana çıkmaktadır (Hazar, 2011: 155-156).

Facebook, 2005 yılında daha çok akademik camia içinde kalmış olmasına rağmen, 2006 yılıyla birlikte şimdiki niteliklerine kavuşarak çoğunluğa ulaşmıştır (Hazar, 2011: 155-156). Facebook, Mark Zuckerberg kontrolünde 2004 yılında kullanılmaya başlamıştır (Sarıçam, 2015: 19). Facebook Harvardlı bir üniversite öğrencisi olan Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulan sanal bir okul yıllığı gibi kurgulanan gerçek kimliklerin sanal dünyaya temas ettiği bir proje olarak dünyanın en çok kullanılan sitelerinin başında gelmektedir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012: 16). Uygulama, 2005 yılında daha çok akademik çevrelerde tanınırken, 2006 yılında genel kitleye hitap etmek için şimdiki niteliklerine sahip hale gelmiştir. Aynı döneme ait önemli bir platform olan Twitter ise, kısa cümlelerle iletişim kurulan tarafı ile gençler, Hollywood ve müzik dünyasının ünlülerine hitap etmesi nedeniyle büyük bir üne sahip olmuştur (Hazar, 2011: 155-156). FriendFeed, GlobalGrind, Tumblr ve Osmosus gibi platformlar 2007 yılında; Ping.Fm, Kontain gibi platformlar 2008 yılında; NetLog ve Posterous gibi platformlar 2009 yılında; Google Buzz ile Sportpost gibi platformlar ise 2010 yılında önemli hale gelmiştir (Hazar, 2011: 155-156). 2010 yılında Facebook

tarafından satın alınan ve kısa sürede büyük ilgi toplayan Instagram, zaman içinde kullanıcı sayısını artırarak önemli bir platform haline gelmiştir (Tufan Yeniçıkıtı, 2016: 95).

Görüldüğü gibi sosyal medyanın tarihi hızlı bir gelişim ve ilerleme sürecine sahiptir. Bu hızlı ilerlemede teknolojik gelişmelerin rolü oldukça büyüktür. Aynı yıl içinde kurulan birden çok sosyal medya aracının bazıları günümüze kadar ulaşmış bazıları ulaşamamıştır. Kısa sürede kapanan sosyal medya araçlarının bu hızlı gelişime ayak uyduramadıkları, kendilerini güncellemedikleri için kullanıcı sayılarının düştüğü söylenebilir. Devam eden bölümde sosyal medyanın gelişimini ve değişimini daha iyi kavrayabilmek için sosyal medya araçları üzerinde durulacaktır.

1.2 . Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya araçları, internetin etkileşimli gücünden faydalanan araçlar olarak tanımlanmaktadır (Çildan, Ertemiz, Küçük, Tumuçin, Albayrak, 2012: 1; Tekin, 2019: 38). İnternetin kullanım oranlarının artmasıyla birlikte 2003 yılında MySpace, 2004'te Facebook ve YouTube, 2006'da Twitter sahneye çıkmış ve 2010 yılı sosyal ağlar arasındaki rekabetin yoğunlaştığı bir dönem olmuştur (Kara, 2013: 63). Sosyal medya ağlarının gelişmesi ve sayılarının artması, "Sosyal Medya" kavramının yaygın kullanılan bir kavram olmasını sağlamıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60-61).

Sosyal medya denilince ilk olarak akla Instagram, Twitter, Facebook gibi uygulamalar gelse de sosyal medya araçları, mikrobloglar, podcastler, forumlar, içerik toplulukları, wikiler ve bloglar gibi bilginin etkileşimli olarak paylaşıldığı diğer mecralardır (Kuyucu, 2015, Akt. Kaya, 2021: 65; Kartal, 2013: 164). Sosyal medya araçları olarak adlandırılan sosyal ağ siteleri geniş bir yelpazeye sahiptir: bloglar, sanal oyun siteleri, sosyal imleme siteleri, mikrobloglar, podcastler, forumlar, wikiler ve içerik paylaşım platformları gibi farklı ortamlarda kullanıcıları bir araya getirmektedir (Hazar, 2011: 154- 155; Mutlu, 2021: 3; Akar, 2010: 43).

Genellikle insanlar, sosyal medya araçlarını kişisel paylaşımlar yapmak, iletişim kurmak, sanal ortamda sosyalleşmek ve ilgi alanlarıyla ilgili haberleri takip etmek için kullanmaktadır (Tekin, 2019: 38). Sosyal medya araçları, teknik özellikler bakımından benzerlik gösterebilir, işlevleri, yapıları ve içerikleri açısından farklı ortamlar olarak kabul edilmektedir (Kietzmann, Hermkens, Silvestre, 2011: 241). Sosyal medya araçları, bireylerin kendilerini sunmalarına, sosyal ağlarını

ifade etmelerine ve başkalarıyla bağlantı kurmalarına veya sürdürmelerine izin verir. Bu siteler, işle ilgili bağlamlara (LinkedIn.com), romantik ilişki başlatmaya (Friendster.com), müzik veya politika gibi ortak ilgi alanlarına sahip olanlar arasında bağlantı kurmaya (MySpace.com) veya üniversite öğrencilerine (Facebook.com'un ilk hali) yönelik olabilir ve kullanıcılar siteleri zaten tanıdıkları kişilerle çevrimdışı etkileşimde bulunmak veya yeni insanlarla tanışmak için kullanabilirler (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007: 1143). Instagram, Facebook, YouTube gibi platformlar aracılığıyla kullanıcılar, görsel ve işitsel içerikleri paylaşırken birbirleriyle etkileşim halinde olabilmektedirler (Anık, Kırık, Soncu, 2017: 48). Sosyal medya platformları, bloglar, çevrimiçi sohbet odaları, anlık mesajlaşma uygulamaları gibi internet siteleri, içerik ve bilgi paylaşımını kolaylaştırmakta ve giderek daha fazla insanın bu içeriklere erişme imkânı bulmasını sağlamaktadır (Öztürk ve Talas, 2015: 108).

Sosyal medya platformları, topluluklar ve çeşitli gruplar aracılığıyla insanların yeni arkadaşlıklar kurmasına, farklı insanları ve kurumları tanımasına ve bu içeriklerle ilgili fikir alma ve bilgi edinme imkanına sahip olmasına olanak tanır (Vural ve Bat, 2010: 3351). Sosyal medya araçları, genel erişilebilirlik sağlayan, kişisel profil oluşturmayı mümkün kılan ve kullanıcılar arasındaki iletişimi sağlayan iletişim platformlarıdır. Bu siteler aynı zamanda kültürel etkinlikler, görsel içerikler, gruplar, kitaplar, sinema, müzik, arkadaşlık ilişkileri, video, politik düşünceler gibi birçok bilgi ve aktivitenin paylaşıldığı çevrimiçi araçlar olarak kullanılmaktadır (Lewis, Kaufman, Gonzalez, Wimmer, Christakis, 2008: 130-131). Sosyal medya platformları, bireylerin kişisel iletişimlerini sürdürmenin ötesinde, internetin yeni bir kamusal alanı olarak işlev görmektedir. Bu sosyal paylaşım ağları, bireylere geniş bir katılım ve etkileşim imkânı sunarak kamusal bir platform olma özelliği taşımaktadır (Çıldan vd., 2012: 1).

Kara'ya (2013) göre, sosyal medya yedi farklı kategoride sınıflandırılabilir. Bu kategoriler fotoğraf ve video paylaşım siteleri, sosyal ağ platformları, sanal yaşam simülasyonları, bloglar, mikrobloglar, wiki siteleri ve sanal oyun simülasyonlarıdır (Kara, 2013: 73-74). Google, Facebook, MySpace, LinkedIn gibi popüler uygulamalardan oluşan sosyal ağ siteleri; profil oluşturmaya, grup kurmaya, oyun oynamaya ve üyeler arasında mesajlaşmaya imkân tanır. YouTube, Flickr ve Instagramdan oluşan fotoğraf ve video paylaşım siteleri ise kişilerin,

kendisinin ya da başkasının oluşturduğu fotoğraf ve videoları paylaşabilmelerine olanak tanıyan bir sosyal medya uygulamasıdır.

Devam eden kısımda sosyal medya araçları kapsamına giren bloglar, mikrobloglar, forumlar, wikiler, podcast ve sosyal ağ siteleri ayrı ayrı alt başlıklar halinde detaylandırılacaktır.

1.2.1 Bloglar

Weblog isminden türemiş olan ve web günlüğü anlamına gelen blog, okuyucularına yorumlar, fikirler sunan ve karşılıklı etkileşimlerine imkân veren hedef kitleyi önceleyen internet bazlı bir haber yayma aracı, bir internet günlüğüdür (Yavuz ve Haseki, 2012: 128). Weblog'un sürekli tekrarlanması sonucu we düşmüş blog kelimesinin kullanımı yaygınlaşmıştır (Sarıçam, 2015: 25). Bloglarda yazı yazan kullanıcılara blogger, blog üzerinden metin yazıp gönderme işleminde bloglama denmeye başlanmıştır (Sarıçam, 2015: 25).

Günlük tutmanın tarihi çok eskilere dayansa da çevrimiçi günlüğün tarihi 1994'lere dayanmakta olup ilk internet günlükçüsü 1990' larda video oyunları hakkında internete yazmaya başlayan Justin Hall olarak kabul edilir (Çalışkan, Mencik, 2015: 297). Çevrimiçi günlük ilk ortaya çıktığında herhangi birinin yazamayacağı kadar teknik bilgiye sahip olmayı gerekli kılarken (Zarrella, 2010: 11), günümüzde blogların kullanımı her yaştan ve her kesimden bireyin anlayabileceği şekildedir. Son yıllarda, insanların istedikleri konularda istedikleri şekilde yazabilecekleri ve herhangi bir teknik bilgi gerektirmeyen blogların sayısı hızla artmaktadır. Bloglarda yazılanların diğer kullanıcılar tarafından beğenilip yorumlanabilmesi ve yazılanlara dünyanın her kesiminden insan tarafından ulaşılabilmesi blogların popülerliğini arttırmıştır (Arslan, 2011: 16). Buda blogların uluslararası bilgi paylaşımına imkân tanıyan bir platform olmasının önünü açmıştır.

İnternet gazetesi olarak ifade edilen blog (Yağmurlu, 2011: 6), kullanıcının günlük hayatta yaşadıklarını, duygularını ve düşüncelerini geniş izleyici kitlelerine sunan bir ortamdır (Akar, 2010: 45). Blog, online ortamda anlık yayın yapmaya olanak sağlayan, içeriğin kolayca oluşturulabildiği ve güncellenebilen bir internet sitesidir (Zarrella, 2010: 9). Zamansız ve mekânsız olarak kullanıcıya bilgi sunan bloglar herkesin çok rahat bir şekilde düşüncesini söyleyebildiği kişisel aynı zamanda paylaşımların toplumu yönlendirmesiyle toplumsal bir düzlemde kullanıcılarına iletişim kurma imkânı sunar (Çalışkan ve Mencik, 2015: 267). İçerikleri doğru ve güvenilir olan bloglar değerli kabul edilir (Yavuz ve Haseki,

2012: 128). Blogların girişleri belli bir akışa göre düzenlenir (Akar, 2010: 45). Böylelikle kullanıcılara daha kolay okuma ve yazılanları daha rahat takip etme imkânı sunar.

Bloglar içeriklerine göre beş başlık altında toplanabilmektedir (Zeybek, 2021: 13).

1. Kişisel Bloglar: Bu bloglarda kullanıcılar kişisel ya da iş hayatında yaşadıklarını, hayatlarına dair kişisel bilgilerini diğer kullanıcılarla paylaşırlar (Bostancı, 2010: 48). Paylaşımlar sadece blog yazarlarının kişisel hayatlarıyla ilgilidir. Bu yüzden kişisel bloglarda yazılanların büyük kitlelere ulaşması oldukça zordur (Pelenk Özel ve Yılmaz Sert, 2014: 306).
2. Topluluk Blogları: Birden fazla kullanıcısının olduğu bir kişinin yönetimine bırakılmayan sanal topluluklardan oluşan bloglardır (Karcıoğlu ve Kurt, 2009: 53). Bu bloglarda amaç kullanıcılar arasındaki engelleri ortadan kaldırarak blog sayfasının popülerliğini arttırmaktır (Pelenk Özel ve Yılmaz Sert, 2014: 306).
3. Temasal Bloglar: Pazarlama, yemek, spor, eğlence, müzik, film, sanat, ekonomi ve siyaset gibi sadece belirli bir konu üzerine uzman kişiler tarafından yazıların yazıldığı bloglardır (Bostancı, 2010: 49).
4. Kurumsal Bloglar: Tüketicilerin istedikleri ürün hakkında bilgi sahibi olma isteğini karşılamak için üreticilerin açtığı bloglar, kurumların adına bir çalışana ya da bir sosyal medya uzmanına verilen sorumluluklar aracılığıyla kurum içinde oluşturulmaktadır (Karcıoğlu ve Kurt, 2009: 54).
5. Portföy Bloglar: Bireylerin çalışma hayatındaki deneyimleri, üretimleri ve başarıları temelinde oluşturdukları çevrimiçi portföy blogları, işverenin bireyi etkili bir şekilde değerlendirebilmesi için fırsat sunmaktadır (Zeybek, 2021: 13).

Günümüzde blog siteleri sayısı oldukça fazladır. Bazı popüler blog siteleri Blogcu, Read Write Web, Bildirgeç şeklinde sıralanabilir (Sarıçam, 2015: 26). ‘‘Blogcu’’, Türkiye'nin ilk blog platformuyken ‘‘Read Write Web’’, uluslararası alanda yaygın olarak kullanılan ve tanınan internet sanayi haberlerini yaymak için kullanılan bir blog sitesidir, ‘‘Bildirgeç’’ ise çoğunlukla yaratıcı amaçlı işlerle uğraşan kişilerin bulunduğu bir blogdur (Sarıçam, 2015: 26).

1.2.2 Mikrobloglar

Web 2.0'ın en yeni teknolojisi olan mikrobloglar, bloglardan farklı olarak kullanıcılarına kısa, öz ve anlık içerik sunan bilgi alışverişinin sağlandığı daha çok profesyoneller tarafından kullanılan bir platformdur (Ök, 2013: 19). Mikroblogların hızı bilgi yayma özelliği; hızlı ve kolay bir şekilde güncellenebilmesi, cep telefonu ve tablet gibi her an ulaşabilinen araçlarda kullanılabilmesinden kaynaklanmaktadır (Yavuz ve Haseki, 2012: 129).

Kullanıcılarına 280 karakter kullanarak yazma imkânı sunan Twitter günümüzün en popüler mikrobloglarından (Akar, 2010: 55). Twitter gündemdeki olayların kısa sürede büyük kitlelere ulaşmasına katkı sağlamaktadır (Türkmen ve Cemgil, 2014: 1327). Mikroblog siteleri arasında en çok bilinen Twitter, gün geçtikçe artan kullanıcı sayısı ile daha hızlı bir şekilde büyümektedir (Arslan, 2011: 20).

Mikroblogların öne çıkan özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Holotescu ve Grosseck, 2010: 2);

- İnternet ortamında fikirlerin hızlıca tartışılmasına imkân vermesi
- Farklı konular hakkında gruplar oluşturması
- İşbirlikçi bir çevrenin desteğiyle süreç odaklı öğrenmeyi incelemesi
- Farklı kültürdeki insanların birbirlerini bulmasını kolaylaştırması
- Proje oluşturmada ve öğrencilerin fikirlerini değerlendirmede katkı sunması
- Konferans ve benzeri etkinliklerde destekleyici olması ve kişinin kendi kendine öğrenmesine imkân sağlaması
- Günlük dilin kullanımını öğrenmeye olanak tanınması
- Eğitim öğretimde etkili bir şekilde kullanılabilir olması

1.2.3 Forumlar

Forumlar, farklı konu başlıkları ve ilgi alanları doğrultusunda bilgi edinmeyi ve diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunmayı sağlayan sosyal medya platformlarıdır (Doğan, Duman, Seferoğlu, 2011: 693). Forumların oluşmasına katkı sağlayacak en önemli öge forum üyeleridir (Yağmurlu, 2011). Forumlarda esas olan diyalog kurmak olduğundan üyelerin soru sorması ve cevap almasına olanak sağlanmaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 269). Bu özelliğiyle forumlar, bir düşünce üzerinde kullanıcıların tartıştığı en uygun ortamlardır (Bell, 2009: 147

Akt. Çalışkan ve Mencik, 2015: 269). Böylelikle birçok bilgi etrafında etkileşim halinde bulunan forumlar gerçek amacına ulaşmış olur.

1.2.4 Wikiler

Wiki sayfaları gruplandırılmış bilgilere kullanıcıların bir şey katarak ya da bir şey çıkartarak katkıda bulunabildikleri büyük belgelerden oluşan sanal ansiklopedilerdir (Arslan, 2014: 38; Çalışkan ve Mencik, 2015: 269). Kendi sayfalarını oluşturmalarına ve düzenlemesine izin veren birden çok kullanıcının bulunduğu wikiler, sosyal medya araçlarıdır (Weyant ve Gardner, 2011: 131). Wiki sayfalarında gruplar, kapsamlı belgeleri basit bir şekilde oluşturarak bilgiler arasında güncelleme farklılıklarını karşılaştırabilir (Karşı, 2022: 42). Wikiler herkesin katılabildiği, geliştirebildiği ve ulaşabildiği bilgileden oluşan birer açık kaynak ortamıdır (Bostancı, 2010: 64). Bu durum herkesin bildiği kadar bilgiyi paylaşması sonucu wikilerin bilgi tarlası olmasına ve yanlış çok sayıda bilginin yayılmasına sebep olmaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 269).

Wikiler, blog ve forumlara benzer özellikler gösterirken bazı özellikleriyle bloglardan ve forumlardan farklılaşır. Wikilerde birçok yazarın birleşmesiyle paylaşım yapılırken blogların genellikle tek yazar düşünülerek tasarlanması bu farklılıklardan biridir. Böylelikle wikiler tek bir doğrultuda bilgi üretmeyip birikimli ve çok yönlü bilgi üretmektedir (Köse, 2008: 92 akt. Çalışkan ve Mencik, 2015: 269). Wikilerin blog ve forumlarla benzer yönleri ise hepsinin eş zamanlı olmayan iletişime sahip olmalarıdır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 269). Böylelikle bu internet sitelerine katkılar farklı zamanlarda yapılmaktadır.

Wiki kelimesi, Hawaii dilinde “hızlı” anlamına gelen wikiwiki sözcüğünden türetilmiştir ve İngilizce’de ise “What I Know is” ifadesinin kısaltması olarak “Bildiğim kadarıyla” anlamına gelmektedir (Sarıçam, 2015: 31). Wiki, kullanıcıların sayfalar oluşturmalarına, sayfalarda düzenlemeler yapmasına ve bu sayfalar arasında bağlantılar kurmasına olanak sağlayan bir yazılımdır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 269). Wikiler, 1990’ların ortalarından bu yana var olmasına rağmen, yakın zamanda popülerlik kazanmış ve ilk wiki olan WikiWikiWeb’in geliştirildiği 1995 yılında ön plana çıkmıştır (Sarıçam, 2015: 32). Bunun yanında günümüzde en yaygın olarak kullanılan Wiki, Wikipediadır (Karaman, Yıldırım, Kaban, 2008: 36).

Wiki teknolojisi kullanılarak birçok dilde ortaklaşa hazırlanan ve ücretsiz olarak sunulan bağımsız bir internet ansiklopedisi olan Wikipedia, belirli bir

konuda bilgi sahibi olan kişilerin tanımlar ve açıklamalar yapabildiği bir platformdur (Kaplan ve Haenlein, 2010: 62). Wikipedia'da oluşturulan içerikler farklı başlıklar altında kategorize edilir ve arşivlenir; böylece kullanıcılar tarafından etkileşime açık hale getirilir (Kuyucu, 2013: 140 Akt. Yalınız, 2020: 26).

1.2.5 Podcast

Podcast, seslerin internet üzerinden kullanıcılara dağıtımını sağlayan sosyal medya aracıdır (Zeybek, 2021: 15). Podcast kavramı, ilk olarak 2004 yılının Eylül ayında, The Guardian gazetesi teknoloji yazarı Ben Hammersley tarafından Apple'ın ürünü olan portatif müzik çalar cihazı İpod'un, adındaki pod ve yayın anlamına gelen ingilizce "broadcast" sözcüğündeki cast'in birleşim olarak kullanılmıştır (Çalışkan ve Mencik, 2015: 269). Podcastlar ilk kez Apple'ın ürünü olan ipod adına geliştirilmiş olsada İpod ile alakalı bir sözcük değildir. Podcast kavramı dilimizde henüz tam bir karşılığa sahip olamamasına rağmen "Oynatıcı Yayın Aboneliği" anlamını ifade edecek şekilde tercüme edilmiştir. Oxford Amerikan Sözlüğü'nün yeni podcast'i, dijital kaydolarak tanımlanmaktadır, bu da radyo yayını veya benzer bir programın internet üzerinden indirilip kişisel ses cihazlarında dinlenebilir hale gelmesini sağlar.

Abonelerin katılımını ve etkilenmesini sağlamak için içerikler genellikle ses aracılığıyla sunulmakta ve iTunes üzerinden indirilebilmektedir (Akar, 2010: 106; Karaman, Yıldırım, Kaban, 2008: 36). Yasadışı indirmeleri önlenmesi için küçük bir ücret alarak üyelik yoluyla hizmet sunulmaktadır (Zeybek, 2021: 15). Podcast'ler, RSS protokolüyle yayınlanabilen ve taşınabilir medya cihazlarına ve bilgisayarlara kolayca yüklenebilen MP3 ve görüntü dosya formatlarında sunulan dosyalardır (Şardağ Karabulut ve Bulut, 2017: 57). Kullanıcıların istedikleri zaman sesli içeriklere ulaşabilmesi geleneksel medyaya bir alternatif olmuştur.

Podcastin sahip olduğu, tekrar tekrar dinleme ve izleme, internet sayesinde hızlı ve kolay bir şekilde yayın yapabilme, yapılan yayınlara kolayca ulaşabilme ve hızlı değişen verilerin sürekli güncellenebilmesine imkân tanınması gibi avantajları (Talih Akkaya, 2013: 35); eğlencenin yanında eğitim, iş gibi mecralarda kullanımını arttırmıştır. Bu şekilde, öğrencilerin farklı dersleri podcast formatında izlemesi ve iş dünyasında çeşitli bilgilerin podcastlar aracılığıyla takip edilmesi olanaklı hale gelmiştir.

1.2.6 Sosyal Ağ Siteleri

İnternetin hayatımızda yer edinmesiyle birlikte günlük hayatta yerini alan arkadaşlık siteleri, forumlar ve sohbet odaları Web 2.0 teknolojileriyle sosyal medya platformlarına dönüşmüştür (Sayımer, 2014: 28). Sosyal medya olarak da tanımlanan internet tabanlı uygulamalarla ortaya çıkan sosyal ağ siteleri, birçok insanın bilgi paylaşabildiği mecralardır (Köseoğlu, 2012: 60). Bu mecralarda kişiler; canlı yayın olarak içinde bulundukları anda yaptıkları eylemleri, konum paylaşarak nerede olduklarını, emojilerle düşüncelerini, anı, biyografi ve kişisel bilgilerini paylaşma fırsatı bulmuşlardır (Çiftçi, 2018: 422; Hasan Mustafa, 2018: 6). Bu bağlamda sosyal ağ siteleri kullanıcıların diğerleriyle sosyal bir ortamda paylaşım yapmasına izin vermektedir (Lietsala ve Sirkkunen, 2008: 137). Bu şekilde, farklı sosyal anlamlar içeren bağlarla birbirlerine bağlanan kullanıcılar, bilgi, deneyim, içerik gibi unsurları paylaşarak etkileşimde bulunurlar (İşlek, 2012: 49).

Sosyal ağ siteleri gündelik hayatta arkadaşlık ağına dahil olarak sosyalleşmeye çalışmanın haricinde vazgeçilemeyen bir alışkanlık olmuştur. Sosyal ağ sitelerinin başında facebook gelmektedir (Yağmurlu, 2011: 7). Diğer önemli sosyal ağ siteleri MySpace, LinkedIn olarak sıralanabilir. Sosyal medya platformları, çoğalarak ve yayılarak yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası olmaya devam edecek ve giderek daha da önemli hale gelecektir

1.3 Sosyal Medyanın Özellikleri

Anlık iletişim sağlayan sosyal medya (Akkök, 2022: 40), günlük hayatımızda bir alışkanlık haline gelmiş durumdadır. (Çalışkan ve Mencik, 2015: 254). Sosyal medya, insanların günlük yaşamdan uzaklaşma, bilgi edinme, eğlenme, iletişim kurma, vakit geçirme gibi taleplerini karşılayarak, en geniş ve en hızlı şekilde yayılan, kişiselleştirilebilir bir araç haline gelmiştir (Hazar, 2011: 153-154). Ayrıca sosyal medya kullanıcılarının fotoğraf, video, ses, yazılı metin üretmelerine ve ürettikleri içerikleri dünyanın dört bir yanında paylaşmalarına olanak tanımaktadır (Sayımer, 2014: 98). Sosyal medyanın olumlu yönleri arasında, diğer insanlarla iletişimi kolaylaştırması, zaman ve mekân kısıtlaması olmaması yer alırken, aynı zamanda aile ve arkadaşlarla yüz yüze iletişimi engellemesi ve bölgesel iletişimi azaltması gibi olumsuz özellikleri bulunmaktadır (Hazar, 2011:

158). Sosyal medya yüzyüze iletişimi azaltmanın yanında yüzyüze iletişim için randevulaşmayı sağlamasıyla uygun mekân ve zamanda iletişimin gerçekleşme ihtimalini arttırmaktadır (Heres ve Thomas, 2001: 177, Akt. Hazar, 2011: 158). Kimilerine göre sosyal medya yalnızlaşmayı sağlarken kimilerine göre ise yeni insanlarla tanışıp yalnızlığı gidermektedir (Aksoy, 2020, Akt. Doğan, 2021:7). Aynı zamanda, sosyal medya insanları gerçek dünyadan soyutlarken, hem sanal ortamda hem de gerçek hayatta var olma fırsatı sunarak, yüz yüze iletişim ile sosyal medya kullanımını birleştirebilme imkânı sağlamıştır (Heres ve Thomas, 2001: 177, Akt. Hazar, 2011: 158). Yakınsama sayesinde günlük hayatla sosyal medyadaki sanal hayat üst üste binmiş durumdadır (Kara, 2013: 60). Sosyal medya aktivitelerinin internet erişimi olan her yerde, bilgisayar veya gelişmiş cep telefonlarıyla gerçekleştirilebilmesi avantaj olarak değerlendirilebilirken, iş odaklı bireylerin iş ve yaşam dengesini bozarak dezavantaj yaratabilmektedir (Öztürk ve Talas, 2015: 113- 114). Görüldüğü gibi sosyal medyanın olumlu özellikleri olduğu kadar olumsuz özellikleride vardır. Ancak olumsuz özellikler olumlu özelliklerde olduğu gibi bakanın penceresine göre kimlik kazanmaktadır. Çocuklarıyla aynı evde yaşayan bir baba için çocuklarının sosyal medya kullanması iletişimsizlik problemini doğururken çocukları kilometrelerce uzağında olan bir babanın çocuklarının, sosyal medyayı aktif kullanması iletişimin kendisi olmaktadır. Bu bakış açısı farkı, sosyal medyanın özelliklerinin birçok araştırmacı tarafından listelenmesine sebep olmuştur. İlerleyen kısımlarda sosyal medyanın özellikleri, avantajları ve dezavantajları üzerine durulacaktır.

Lietsala ve Sirkkunen; içerik paylaşımı için uygun alanı sunması, sosyal etkileşime dayalı olması, kullanıcıların istedikleri zaman içerik oluşturabilmesi, paylaşabilmesi ve tartışabilmesi, içeriklerin diğer ağlara yönlendirebilmesi ve kullanıcılarının kendilerine ait hesaplara sahip olması olmak üzere sosyal medyanın beş temel özelliğinden bahsetmektedir (Lietsala ve Sirkkunen, 2008: 24)

Sosyal medyanın ana özellikleri; kullanıcıları izleyebilmesi, zaman ve mekândan bağımsız olarak sadece paylaşıma odaklanması, kullanıcıların ürettikleri içerikleri yayınlama yeteneği, kullanıcılara içerik üretme ve üretilen içerikleri görüntüleme ve yorum yapma izni vermesi, resmi ve kurallı bir iletişim kanalı olmaktan çok samimi bir sohbet ortamına dayanması şeklinde ifade edilmektedir (Mutlu, 2021: 19).

Kristina Lerman ise sosyal medyanın kullanıcıların çeşitli medya türlerinde içeriklere katkıda bulunabilmesi, içerikleri etiketleyebilmesi, içeriği aktif veya pasif olarak değerlendirebilmesi ve kullanıcıların diğerleri ile ilgi alanlarında benzerlikleri yakalayarak iletişime geçebilmesi olmak üzere dört ortak özelliği olduğunu söylemektedir (Lerman, 2007: 16).

Zafarmand sosyal medyanın açıklık, karşılıklı konuşma, katılım, topluluk, medya içeriği oluşturma, bağlantısallık, yeni etkileyenler tabakası oluşturma olmak üzere yedi özelliğinden bahsetmiştir (Zafarmand, 2010: 10 akt. Öztürk ve Talas, 2015: 109- 110). Bu özellikleri aşağıdaki gibi açıklanmıştır.

Katılım: Kişilerin sosyal medyaya katılımını cesaretlendirerek izleyici, dinleyici ve medya arasındaki mesafeyi ortadan kaldırmak.

Açıklık: Sosyal medyanın kullanıcıların katılımına ve geri beslemesine açık olması sayesinde kişilerin medya kullanımını özgürleştirmek, yorum yapmasını ve diğerleriyle bilgi paylaşmasını özendirmek.

Karşılıklı Konuşma: Sosyal medyada iki yönlü, geri beslemeye ve yorum yapmaya olanak tanıyan iletişimin hâkim olması.

Topluluk: Sosyal medyanın topluluk oluşturup kişilerin ortak fotoğrafları, siyasi konuları veya programları birbirleri ile paylaşarak etkili iletişim kurmalarına olanak sağlaması.

Bağlantısallık: Sosyal medyanın web sitelerine, kaynaklara ve kişilere bağlı olan bir uygulama olması.

Medyada İçerik Oluşturma: Sosyal medyanın orta derecede bilgisayar bilgisi olan herkesin düşüncelerini, tecrübelerini, fotoğraflarını, videolarını ve bütün ürettiklerini yayınlayıp başkalarıyla paylaşabilme imkânı sunması.

Yeni Etkileyenler Tabakası Oluşturma: Sosyal medyanın demokratikleşmesi kullanıcıların yeni etkileyenler tabakası olarak bilinmelerini ve sosyal medya kullanıcıları gazeteciler kadar önemli ve güvenilir görülmelerini sağlaması.

Çakır (2014), sosyal medyanın özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır; sosyal medya zamandan ve mekandan bağımsız ve sınırsız bir iletişime sahiptir, kullanıcılar kendi istedikleri olay ve konular hakkında istedikleri gibi paylaşım yapabilirler, dijital bir yapıya sahip olduğundan eş zamanlı veri paylaşımı yapılabilir, sosyal medya haber alma aracı olarak kullanılmakta olup kullanıcılarını belirli amaçlar etrafında toplayarak uyarma görevi görür, bilgi hızlı bir şekilde

yayılır, büyük ve gelişmiş veri tabanlarına ulaşmak mümkündür, internete erişimi olan herkes kolaylıkla sosyal medyayı kullanabilir, bir gruplama ve ayrıştırma yapmadığından her kesime hitap eder.

Boyd (2009), insanların diğer insanları yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla etkilemesiyle ilgili olarak sosyal medyanın temel belirleyici unsurlarının olduğunu ifade etmiştir. Boyd'a göre beş temel başlık altında toplanan özellikler aşağıda listelenmiştir (Boyd, 2009, Akt. Akkök, 2022: 43- 44).

Süreklilik: Kendini sürekli yenileyen bir algoritmaya sahip olan sosyal medya da kullanıcılar platformların belirlediği kuralların dışına çıkılmadığı müddetçe kesintiye uğramaması, kullanımının sürekli olması.

Tekrarlanabilirlik: Sosyal medyada bir paylaşım anında binlerce beğeni alabilmesi, kısa bir sürede birçok kullanıcıya ulaşabilmesi, sosyal medyada yapılan herhangi bir işlemin rahatlıkla tekrarlanabilmesi.

Araştırılabilirlik: Kendilerine ait arama fonksiyonuna sahip olan sosyal medya arama ya da araştırma yapan bireylere önemli ölçüde kolaylık sağlaması.

Ölçeklenebilirlik: Gerçek veriler üzerinden analiz yapılmasına olanak tanıyan sosyal medyada istatistiksel bilgi toplamak ve ölçümlemek oldukça kolaydır. Sosyal medyanın kullanıcılarına sunduğu paylaşımları analiz etme özelliği sayesinde istatistik veriler rapor haline getirilip buna göre farklı yöntemler geliştirilmesi.

Konumsuzluk: Özellikle mobil cihazların kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte kullanıcılar, internetin olduğu her yerden sosyal medyaya ulaşabilmektedir. Zamana ve mekâna bağlı kalmadan yapılan paylaşımlar, bireylerin daha uzun süre sosyal medyada vakit geçirmelerine neden olması ve anında paylaşım yapabilmelerine olanak tanınması.

Sosyal medyanın avantajları; hızlı ve güncel olması, kullanıcılarının içeriklerini aynı anda bütün dünyayla paylaşabilmesi, ucuz ve güvenilir olması, iki yönlü iletişim sunması, paylaşımlara imkan sağlaması, kullanıcılarına bilgi tüketirken bilgi üretebilmesi, önemli kişiler ile (ünlüler, siyasetçiler, yöneticiler vb.) vasıtasız ilişki kurmalarına fırsat sunması olarak sıralanırken sosyal medyanın dezavantajları olumsuz haberlerin ve olayların doğrulanmadan çok hızlı yayılması, sosyal medyada faaliyet yürütmek için yoğun bir çabanın gerekmesi ve yaşanan herhangi bir aksaklığın kötü sonuçlar doğurabilmesi, çeşitli konular hakkında birçok kişi tarafından içerik üretilmesi, üretilen içeriklerde iyi ve uygun filtreler

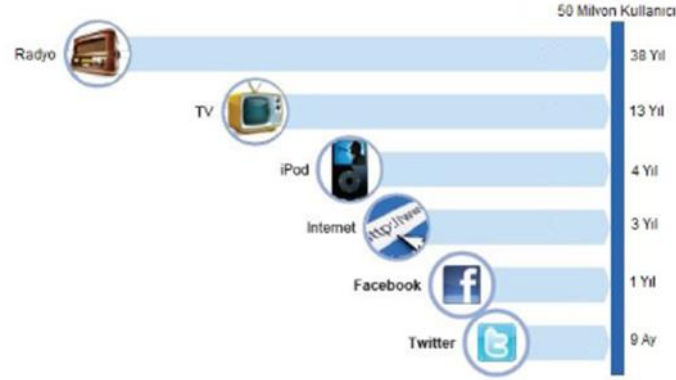
kullanılmadığında, bir bilgiye ulaşmak isteyen kişinin bilgi karmaşası içinde kendini bulması sayılabilir (Öztürk ve Talas, 2015: 113). Ayrıca hızlı bilgi akışı sağlanamadığında toplum için faydalı bilgilerin bilgi kirliliği olarak kaybolup gitmesi, bilgi çokluğundan gerçek ve önemli olana erişimin zorluğu, sosyal medyanın yapısı gereği detayların kayboluşunda sosyal medyanın dezavantajları arasında sayılabilmektedir (Kaya, 2021: 73).

Sosyal medya günlük hayatımızın içinde oldukça büyük bir yer edinmiş durumdadır. Bunun sebebi internetin ve teknolojinin gelişmesidir. Buna ek olarak sosyal medyanın popülerliğini; hayatımızı kolaylaştırması, sosyalleşmemizi sağlaması ve bilgiye hızlı bir şekilde ulaşmamıza olanak tanınması gibi olumlu özelliklerine bağlayabiliriz. Sosyal medya üzerine birçok çalışma yapılmış özellikleri sıralanmaya çalışılmıştır. Sosyal medya kullanıcıların kendilerine ait hesaplarından diledikleri kullanıcıları takip edip diledikleri kullanıcılar tarafından istedikleri zamanda ve mekanda eş zamanlı içerik üretebildikleri, ürettikleri içerikleri başka ağlarda paylaşıp geri dönüt aldıklarından çift yönlü ve hızlı bilgi paylaşımı özelliğine sahip, isteyen herkesin bir sınırlama ve ücret ödmeden kullanabileceği, arkadaş edinip belli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen topluluklara katılıp paylaşım yapabileceği, sorunlarını ve taleplerini yetkili kişilere ulaştırabileceği samimi bir iletişim ortamıdır. Bütün bu olumlu özelliklerinin yanında olumsuz olayların ve yanlış bilgilerin hızlı bir şekilde yayılması sonucu kaosu ve olumsuz düşüncelerin toplumun her kesimine yayılması, sosyal medyada düşünülmeden hızlı bir şekilde yapılan paylaşımlardaki küçük hataların bile büyük bedellere neden olması, yetkin olmayan kişilerin hakim olmadıkları konular hakkında konuşması sonucu olarak yanlış doğrudan ayırmanın zorluğu, yüz yüze etkileşimin azalmasına, kitap okuma alışkanlığının bitmesine, çok fazla zaman harcanması, zaman mekan sınırı olmadan erişim sağlamanın kullanımların kontrolünün yapılamamasına neden olması şeklinde sıralanabilir.

1.4 Sosyal Medya Kullanma Pratikleri

Her geçen gün sosyal medyanın kullanımı, iletişim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralellik göstererek artmaktadır (Egüz ve Kesten, 2018: 219). Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması kullanıcılarına dijital dünyada birbirleriyle etkileşime girme, beğenilerini gösterebilme ve bunların yayılımını sağlayabilme imkânı sunmaktadır (Kane, Alavi, ve Labianca, 2014Kane: 275). Bunun yanında kullanıcılar sosyal medyayı; kişi ve organizasyonları takip etmek,

ilgi alanlarında fikir paylaşmak, kişisel gelişimlerine katkı sağlamak, gündelik problemlerine çözüm bulmak, fotoğraf paylaşımı yapmak ve bilgiye erişim amacını gözeterek kullanmaktadırlar (Buluk, Eşitti, Boz, 2017: 231).



Şekil 1.2: Mecraların 50 Milyon Kullanıcıya Ulaşma Süreleri (Kara, 2013: 49).

İletişim ve etkileşim gücü arttıkça teknolojinin yayılım hızı da artmaktadır. Radyo kullanıcılarının sayısının 38 yıl, televizyon 13 yıl, internet kullanıcılarının ise 4 yıl içinde 50 milyon, 100 milyon ve 100 milyonu aşmasıyla karşılaştırıldığında, sosyal medya kullanıcılarının toplam sayısının sadece 9 ayda 100 milyonu aşması, sosyal medyanın genç nesillerle sınırlı olmadığına açık bir göstergesidir (Kara, 2012: 103). Günümüzde dünya nüfusunun üçte ikisi, herhangi bir sosyal ağı ziyaret etmekte ve internette harcadığı zamandan üç kat hızlı sosyal medyada zaman harcamaktadır (Bavlı, 2011: 4, Akt. Kartal, 2013: 159). Bu sonuç dünyanın her tarafından, her yaş grubundan, her statüden insanların sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandığını göstermektedir.

Sosyal medya kullanıcıları vakitlerinin büyük bir kısmını sosyal ağlarda anlık olarak çok sayıda üretilen içeriklere bakarak, zamanın farkında olmadan geçirmektedir (Mutlu, 2021: 3). Teknolojinin ilerlemesi ve internetin sağladığı imkanlar sayesinde günlük hayatta vazgeçilmez hale gelen sosyal medya, erişimi kolay olmasıyla yeni bir bağımlılık türü olarak değerlendirilmektedir (Egüz ve Kesten, 2018: 219). Bu yeni bağımlılık türünün hızla yaygınlaşması sosyolojik ve psikolojik etkinliğini arttırmaktadır. Devam eden kısımlarda sosyal medyanın etkileri sosyolojik etkiler ve psikolojik etkiler alt başlıklarında detaylandırılacaktır.

1.5 Sosyal Medyanın Etkileri

1.5.1 Sosyal Medyanın Sosyolojik Etkisi

İnsanların sosyal bir varlık olmalarından dolayı, iletişim kurma, bir toplulukta yer alma ve çevresinde olan bitenlerden haberdar olmaya ihtiyaç

duyarlar. Sosyal medya bu ihtiyaçları karşılamak için önemli bir mecradır. Sosyal medya, bazı insanlar için yalnız kalmaktan kaçtıkları, kendilerini izleyici konumunda buldukları bir yerken, diğerk insanlar için ise sosyalleşerek topluluklar içinde takdir edilme ve takip edilme isteklerinin bir yansıması olarak ortaya çıkabilir (Hazar, 2011: 153). Bizim iyi oluşumuza, toplumdaki konumumuzu rahatlıkla kavramamıza, kendimizi ifade edip haksızlıklara karşı çözüm arayışımıza meydan sunan sosyal medyanın bu güzel özellikleri, fazla vakit geçirmemiz halinde yerini gerçek hayattaki sosyallikten uzaklaşmamız ve kendimize yabancılaşmamıza bırakabilir.

İnsanın doğasında biyolojik, psikolojik ve sosyolojik olarak yeri olan iletişim yetenekleri sosyal medya kullanılarak daha görünür hale getirilmektedir (Anık, Kırık ve Soncu, 2017: 46). Bu bağlamda sosyal medya önemli bir iletişim ve sosyalleşme ortamı olarak değerlendirilmektedir (Hazar, 2011: 171). Ancak sosyal medyada harcanılan uzun sreler; bireylerde psikolojik ve ekonomik sorunların meydana gelmesine ortam hazırlamaktadır (Filiz, Osman, Dönmez, Kurt, 2014: 24). Bu sorunlarda toplumu olumsuz yönde etkilemektedir. Sosyal medya bir taraftan dünyayı evimizin içine kadar taşırken bir yandan da yakınları uzaklaştırıp, insanı kendinden, çevresindekilerden, yaşadığı sıkıntılarından soyutlar ve kullanıcıların ekran başında geçirdiğı vakti fark etmemelerine neden olur. Bireyin hayatının şekillenmesinde etkili olan aileyi, okulu, arkadaş çevresini gölgede bırakır. İnsan için önemli olan her şeyi tek kalemde silmesi ve toplum üzerinde büyük etkilere sahip olmasıyla devrim niteliğinde sayılan sosyal medya, insanları birey olmaktan uzağa taşıyarak sanal alemde toplumsal bir g olarak konumlandırır (alışkan ve Mencik, 2015: 254). Buna bazı yazarların Facebook kullananları, Facebook fabrikasının bir çalışanı olarak nitelendirmesi örnek verilebilir (Arık, 2013: 122, Akt. Kaya, 2021: 81). Bu çerçevede sadece facebook kullanıcıları için değil bütün sosyal medya araçlarının kullanıcıları için aynı şeyi söylemek mümkündür. Sosyal medya kullananların kazanımları farklı farklı olsa da ortak noktaları, içerik üreticisi mesleğini bir işçi titizliğinde yürütüyor olmalarıdır.

Kullanıcılar sosyal medya kullanırken diğerlerinin hayatını gzetlemekte ve mahremiyetlerine dahil olmakta ve bunu yaparken kendilerinin de gzetlenmesine imkân sunarak özel hayatlarından fedakrlık etmektedirler (Arık, 2013: 122, Akt. Kaya, 2021: 81). Bu durum bireylerin ailelerinin mahremlerini herkesin

görebileceği bir ekrana sunmalarına bunun sonucu ortaya çıkan yıkımların birey ve ailenin birleşimi olan toplumu olumsuz etkilemesine neden olmaktadır.

1.5.2 Sosyal Medyanın Psikolojik Etkisi

Sosyal medyanın hayatımızda hızlı bir şekilde önemli bir yer edinmesi; iletişimi hızlandırması, bilgiye ulaşmayı kolaylaştırması gibi yararlar sağlarken aşırı kullanımı psikolojik iyi oluşu olumsuz etkilemiş (La Barbera, 2009: 35-36) dikkat dağınıklığı, kararsızlık, unutkanlık ve şaşırma algısında azalma, zihinsel yorgunlukla birlikte ruhsal gerilim, kaygılı hissetme gibi psikolojik problemleri beraberinde getirmiştir (Çingay, 2015: 56; Himmetoğlu ve Ayhan, 2021: 76). Sosyal medyanın etkisiyle bilgiye ulaşmanın hız kazanması bireylerde gelişmeleri kaçırma korkusu oluşturmuştur. Gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) yüksek olan bireylerde hayatın içinde telefonu daha fazla kullandıkları ve sosyal medya kullanım oranlarının daha fazla olduğu gözlemlenmiştir (Przybylski, Murayama, DeHaan, Gladwell, 2013: 1846). Gelişmeleri kaçırma korkusu özellikle ergen ve erken yetişkinlik döneminde daha sık görülmekte olup sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkmasında önemli bir risk faktörüdür (Blackwell, Leaman, Trampusch, Osborne, Liss, 2017: 70).

Yoğun ve aşırı sosyal medya kullanımı günümüzde sosyal medyaya bağımlı olma riskini tetiklemektedir (Aktan, 2018: 2). Çoğu bağımlılıkta ortaya çıkan olumsuz etkiler, sosyal medya bağımlılığında kişilerarası ilişkilerde ciddi çatışmalar, depresyon, yeme bozukluğu, aksiyete ve uyku bozukluğu gibi birçok fizyolojik ve psikolojik rahatsızlık olarak kendisini göstermektedir (Kuss ve ark., 2011, Akt. Aktan, 2018: 2). Sözü edilen olumsuz etkilerin yanında yoğun sosyal medya kullanımdan meydana gelen “sosyal medya yorgunluğu” olarak adlandırılan tükenmişlik belirtileri gözlemlenebilmektedir (Bright ve Logan, 2018: 18).

Bireyi kendinden ve sorunlarından soyutlayarak zaman ve mekân farkındalığını ortadan kaldıran sosyal medya (Çingay, 2015: 56), gerçek hayatta kalıp sorunlarıyla yüzleşme cesaretini insanın elinden alıp sorunlarından kaçma ve yüzleşmeyi ertelemeyi öğretmektedir. Böylelikle zamanında çözülmediği için biriken ve başka problemlere neden olan sorunlarıyla yüzleşmekten korkan insanlar, sosyal medyada daha fazla vakit öldürmektedir. Bu durum bireyleri sosyal medyaya bağımlı kılmakta ve en büyük tetikleyicisi sosyal medya bağımlılığı olan sosyal medya yorgunluğuna sebep olmaktadır (Aktan, 2018: 14). Sosyal medya yorgunluğuna sebep olan başka bir etken ise bireyin birden çok sosyal medya

platformuna üye olması, ardından gelen sosyal medyaya karşı bıkkınlık ve tükenmişlik hissidir (Ravindran, Kuan, Lian, 2014: 2317).

Sosyal medya platformlarında, kendini ifade etmekte zorluk çeken ve başkalarının onu beğenmeyeceğini ve istemeyeceğini düşünen bireylerin sınırsız bir rahatlıkla hareket ettikleri gözlenmektedir (Özen, Burçin, Sarıcı, 2010: 14). Sosyal kaygısı yüksek olan ve çevresine karşı güvensiz olan bireyler sosyalleşebilmek için sosyal medyada sanal ilişkiler kurup duygusal tatmin gereksinimlerini karşılamakta (Alioğlu, 2016: 13), sosyal güvence ihtiyaçlarını gidermeye çalışmaktadırlar (Stead ve Bibby, 2017: 538). Bu bireylerin sosyal medyada daha fazla vakit geçirmelerinin sebebi gerçek hayattaki benliklerinden memnun olmayıp sanal ortamda sanal bir benlik edinmeleri olabilir (Çingay, 2015: 58). Böylelikle kendilerini sosyal medyada kabul ettirip sanal ortamlarda daha çok var olmaktadır. Zamanla kendilerine yabancılaşırken sanal benliklerini daha çok benimsemekte, sosyal medyada daha fazla vakit geçirirken gerçek hayata uyum sağlamakta zorlanmaktadırlar.

Gerçek dünyanın kurallarından uzakta, sanal dünyada sosyalleşen bireylere; sosyal medyada forumlara katılmak, bloglar oluşturarak kitlelere ulaşmak, gerçek dünyadaki ayrıştırmaları dikkate almadan istediği gruba dahil olmak sınırsız bir özgürlük hissi verirken sosyal ve siyasi baskıların artması sonucu gerçek düşüncelerini saklayarak beğenileceklerini düşündükleri şekilde kendilerini diğerlerine yansıtmaya çabaları ve her an gözetleniyormuş hissi bireylere sandıkları kadar özgür olmadıklarını düşündürmektedir (Çingay, 2015: 49). Bu iki kutuplu durum her paylaşımda huzursuzluk hissi yaratmakta ve sosyal medya kullanımına devam edip etmeme konusunda çelişki yaşatmaktadır.

Sosyal medyada sansürsüzce paylaşılan şiddet, cinayet, kaza ve felaket haberleri bizzat o ortamda bulunup o olayı yaşamışçasına psikolojik tranvalara sebep olurken; ardından hiçbir şey olmamış gibi gördüğümüz komik bilgiler, eğlenceli müzikler insanları acıya karşı duyarsızlaştırmaktadır (Çingay, 2015: 56). Ayrıca bir yerlerde o acıları gerçekten yaşayan insanların görüntüleri izin alınmadan bir tür simgesel sermaye olarak yapılan paylaşımlar o kötü durumun etkisinden kurtulmak ve travmanın etkisini azaltmak için çabalayan kişinin unutmak istediği anların tekrar tekrar önüne serilmesine sebep olmaktadır.

Yasal sınırlamalara rağmen çocuklar da sosyal medyayı kullanmakta, fotoğraf paylaşmakta ya da fotoğrafları paylaşılmaktadır. Çocuklar bir toplumun

geleceği olduğundan sosyal medyanın çocuk psikolojisine etkisi daha çok önem arz etmektedir. Birçok zararlı maddeyi kullanmamaları yönünde tembihlenen çocukların, kimliklerinin çalındığı, sanal gerçeklik içinde öğrendikleri olumsuz davranışları normalleştirerek gerçek hayata taşıdıkları üstelik bazı çocukların temel ihtiyaçlarını öteleyerek ya da sevgiyi, ilgiyi, model alacak kişiyi sosyal medyada bulduklarını ifade ederek sosyal medyada uzun vakitler harcamaları ve bunun sonucunda bağımlı olmaları ne kadar ironidir. Çocukların taklit ederek toplumda var olma çabası düşünüldüğünde defalarca tekrarlanarak biliçaltına yerleşen şiddet görüntülerinin eyleme dönüşmesi ve sürekli görerek bilinçaltında kendisini oyun kahramanının yerine koyan çocuğun şiddete karşı duyarşızlaşması oldukça olasıdır (Çingay, 2015: 58).

1.6 Bağımlılık ve Sosyal Medya Bağımlılığı

1.6.1 Bağımlılık

Psikolojik bir problem olan bağımlılık (Tutkun Ünal, 2015: 1); bir davranış ya da maddeye karşı toleransın sürekli artması, tolerans artışının davranış sergileme sıklığını ve madde kullanım sıklığını arttırması, bu artışın kişinin yaşamında sorunlar çıkarken bile kullanımı bırakmaması ve az kullandığında ya da sosyal medya kullanımını bıraktığında yoksunluk belirtilerinin ortaya çıkmasıdır (Uğurlu, Sengül, ve Sengül, 2012: 38). Bağımlılık, daha önceden denenilen ve doyuma ulaşılan şeye karşı doyumun tekrarlanma ve eylemde bulunma isteği, eylemin herhangi bir nedenden dolayı gerçekleşemediği durumda ise hissedilen huzursuzluk ve yoksunluk halidir (Hazar, 2011: 161). Bağımlılığın uyuşturucu madde kullanımından teknolojinin aşırı kullanımına kadar birçok türü bulunmaktadır (Sümer, Oruçlular ve Çapar, 2015: 193). Anlam olarak geniş bir aralığa sahip bağımlılık kavramı, İlk olarak 1964 yılında Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından, fiziksel bağımlılık (madde ve alışkanlıklara dayalı davranışsal bağımlılık) ve psikolojik bağımlılık alt başlıklarına ayrılmıştır (Kır ve Sulak, 2014: 153; Mutlu, 2021: 56).

Madde bağımlılığını ve davranışsal bağımlılığı içinde barındıran fiziksel bağımlılık fizyolojik bir ihtiyacın ortaya çıkması olarak ifade edilmekte olup bireyin psikolojik, biyolojik, bilişsel yapısına zarar veren, bağımlılık yapan maddelerin alınmasına ya da davranışların sürekli olarak tekrarlanmasına sebep olur (Ceyhun, Oğuztürk ve Ceyhun, 2001: 87). Bireyin hayatına zarar vermesine

rağmen kontrol edilemez bir istek duyduğu ve tekrarlanan haz verici davranışsal örüntüler sergilediği davranışsal bağımlılık, madde bağımlılığından farklı bir şekilde ortaya çıkar (Black, 2013: 249). Teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte davranışsal bağımlılık, teknolojik bağımlılıkları da kapsamıştır (Gökçearslan ve Günbatar 2012: 13).

Psikolojik bağımlılık ise kişinin bağımlı olduğu maddeyi doyum yaşamak için kullanmadığında ya da bağımlı olduğu davranışı yapamadığında boşluk hissi, huzursuzluk, yoksunluk çekme, moral bozukluğu, kontrasyon eksikliği gibi olumsuz etkileri olan bağımlılık türü olarak değerlendirilmektedir. (Mutlu, 2021: 57). Fiziksel bağımlılıkta hissedilen yoksunluk fizyolojikken psikolojik bağımlılıkta hissedilen yoksunluk psikolojiktir.

Teknoloji bağımlılığı, bireyin aşırı teknoloji kullanımından dolayı davranışsal ve psikolojik zarar görmesi olarak tanımlanır (Beard, 2005: 9) Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığında kapsayan teknoloji bağımlılığı hem psikolojik hem de fiziksel bağımlılığın alt başlığı olarak sayılabilir. Sosyal medya bağımlılığı ise davranışsal bağımlılık kategorisine girmektedir (Griffiths, 2005: 191). Bunun yanında psikolojik yoksunluk etkileri düşünülerek psikolojik bağımlılık kategorisinede girdiği söylenebilir.

Bağımlılıkla birlikte birey için yapmış olduğu aktivite ya da kullanmış olduğu herhangi bir nesne giderek daha çok önem kazanırken, bağımlılıktan önceki süreçte önemli olan faaliyetlerin öneminin giderek azaldığı görülmektedir (Bozkurt, 2015, akt. Akkök, 2022: 47).

1.6.2 Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya hayatımızın vazgeçilmez parçası haline gelmiş olup az da olsa bilgisayar kullanmayı bilen herkesin temel ilgi alanları içinde yer almaktadır (Hazar, 2011: 153). İnsanlar zamanlarının çoğunluğunu sosyal medyada geçirmektedir (Deniz ve Gürültü, 2018: 358). Sosyal medyada geçirilen zamanın artması vakit geçirilen uygulamalara bağımlı olma durumunda arttırmaktadır (Karadağ ve Akçınar, 2019: 156; Tutkun Ünal, 2015: 189). İnsanlar internete bağımlı değil, ilgi alanlarına göre sosyal medya araçlarına bağımlı olmaktadır

(Balcı ve Gölçü, 2013: 258). Bu bağlamda internet bağımlılığı sosyal medya bağımlılığını kapsarken sosyal medya bağımlılığı daha göz önündedir.

Sosyal medya bağımlılığı; sosyal medya kullanımının artmasına rağmen kullanma isteğinden vazgeçememe, kullanımı azaltma ve durdurma problemleri yaşama, olumsuz duygu durumu ve yaşam stresinden kaçış olarak sosyal medya kullanımı, kullanmadığı durumlarda sinirli ve gergin olma durumu, kullanım miktarı ve süresine ilişkin doğru söylememe ve aşırı kullanımın kurduğu ilişkileri zedelemesi durumu olarak tanımlanmaktadır (Savcı ve Aysan, 2017: 204).

Sosyal medya bağımlılığının gelişme süreci bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç farklı bağımlılık evresine sahiptir (Hazar, 2011: 162). Bu evrelerden ilki olan bilişsel bağımlılık evresi, bireylerin sosyal medyada onlar için önemli olabilecek bilgilere ulaşırken geçirilen zaman, bu zamanın sonunda edinilen bilgi ve bu sürecin, bireyi rahatlatması, sosyal medyadan bilgi edinmeden duramaması durumunun bağımlılığı oluşturmaktadır. Davranışsal bağımlılık evresinde ise kişi sosyal medyayı günün her saati bir amacı olmasa da bir araç olarak kullanması (araçsal bağımlılık) ya da sosyal medyanın gerektirdiği eylemi yerine getirmek için bir amacı gerçekleştirmek niyetiyle (eylemsel bağımlılık) bilgisayarın ve telefonun başına oturması sonucu bağımlı olmasıdır. Son olarak duygusal bağımlılık evresi ise sosyalleşme ve sosyalleşmekten kaçış olmak üzere ikiye ayrılır. Bireylerin sosyalleşmek istediklerinde medyayı kullanması bağımlılık yaratabilirken gerçek anlamda sosyallikten kaçan kendi kişiliğiyle problemi olan kişilerin sanal kimlikleriyle sosyal medyaya sığınması da bağımlılık yaratabilmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı, kullanıcıların hayatında yaş ve statü fark etmeden psikolojik, fiziksel ve sosyal etkileri olan sorunlara neden olmaktadır (Sevilla, 2012, Akt. Balcı ve Baloğlu, 2018: 2014). Henüz bir hastalık türü olarak kabul edilmemesine karşın madde bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı, yemek tüketim bağımlılığı gibi birçok bağımlılık türünde olduğu gibi sosyal medya bağımlılığında da medya kullanımından uzak kaldıklarında huzursuzluk yaşamaktadırlar (Mutlu, 2021: 3). Ayrıca sosyal medya bağımlısı olan kişilerde aile, çevre, iş, sağlık ve diğer günlük yaşam faaliyetleriyle alakalı sorunlar ortaya çıkmaktadır (Kuşay, 2013: 141).

İKİNCİ BÖLÜM

2.PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ VE SOSYAL DESTEK ALGISI

2.1 İyi Oluş

İyi oluş kavramını kapsayan pozitif psikoloji; kişinin olumlu davranışlar ortaya koyması, mutluluk, ruh halinin pozitif olması, yaşam doyumu, sorumluluk, maneviyat, çalışma etiği, psikolojik ve öznel iyi olma hali, kapasite geliştirme, akış, özgecilik, affetme ve umut gibi olumlu kavramlara odaklanarak çalışmalar yürütmektedir (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000 Akt. Erdal, 2022: 1; Şerbetçioğlu, 2000: 35). Mutluluğu psikolojik iyi oluş ve hazcılığın birleşmesi olarak kavramlaştıran pozitif psikoloji, son yıllarda kişinin mutlu olmasına ve kendini gerçekleştirmesine odaklanmıştır (Okur ve Totan, 2019: 2). Pozitif psikolojide önemli bir kavram olan iyi oluş, mutlu olma hali olarak tanımlanabilir (Deniz, 2023: 23). Bu bağlamda iyi oluş ve mutluluk, pozitif psikoloji araştırmalarında birbirlerinin yerine karşılık gelmekte, pozitif etkinlikler ve pozitif duyguları kapsamaktadır (Atan, 2020: 12).

Yunan filozof yaklaşımına göre mutluluk, zevk almak ve acıdan kaçınmak olarak ifade edilir (Deniz, 2023: 28). Hedonik yaklaşım ise mutluluğu iyi oluşla aynı anlamda kabul eder ve bu iki kavramı hazların bolluğu durumunda eşitler (Ryan ve Deci, 2000: 141). Sonuç olarak bu iki yaklaşıma göre, kişinin mutlu olabilmesi için zevk aldığı durumların sayısının ve sürekliliğinin artması gerekir.

İyi olma durumu bireyin kendisini acıdan ve sıkıntıdan uzak tutmasıyla ortaya çıkar ve bireyin davranışlarına, işlevselliğine, verimliliğine ve hayatına olumlu yönde bir etki bırakır. Halbert Dunn (1961)'un tanımladığı iyi olma durumu kişilerin zihinsel, bedensel ve ruhsal olarak daha işlevsel hale gelmesinde önemli bir etkidir (Köylü, 2018: 39). Bu bağlamda iyi oluş kişileri hayat boyu mutluluğa götüren bir zincirin ilk halkasıdır.

Tarihsel olarak mutluluk ve iyi oluş kavramlarına bakıldığında iyi oluşu açıklayan öznel (hedonik) iyi oluş ve psikolojik (eudaimonik) iyi oluş olarak adlandırılan iki farklı kavram bulunduğu açıktır (Telef, Uzman ve Ergün, 2013: 1298). Literatüre bakıldığında da iyi oluş kavramı ile ilgili eudaimonik (psikolojik iyi oluş) ve hedonik yaklaşım (öznel iyi oluş) olmak üzere iki temel bakış açısının

görüldüğü ortadadır (Erdal, 2022: 4). Öznel iyi oluş kavramı özneliğin arttığı, yaşam kalitesinin öncelendiği bir eğilim olarak 1950 yılında ortaya çıkarken; psikolojik iyi oluş kavramı ise, hayatı anlamlı yaşamak için kendini gerçekleştirmeyi önceleyen bu yüzden kişilerin potansiyellerini ön planda tutan 1980’li yıllarda deneysel çalışmalarla başlamış, gelişim psikolojisi teorilerine dayanan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Telef, 2013: 374). İyi oluş kavramı üzerinde duran araştırmalar iki genel bakış açısı üzerine kurulmuştur; bu iki bakış açısından öznel iyi oluş, sıkıntıdan ve ağrıdan kaçınarak mutluluğa ulaşmak üzerine odaklanırken psikolojik iyi oluş ise kendini gerçekleştirme ve hayatın anlamını yakalama üzerine odaklanmıştır (Ryan ve Deci, 2000: 1). Her iki kavramda iyi bir yaşama ulaşmak için insanın yetkinliğini ve gücünü yüceltten hümanistik yaklaşımı dikkate alır (Keyes, Shmotkin ve Ryff, 2002: 1017). Bu bağlamda iyi oluş kavramını tam anlamıyla anlayabilmek için psikolojik iyi oluş ve öznel iyi oluş kavramlarının detaylı bir şekilde açıklanması gerekmektedir. Devam eden kısımlarda öznel ve psikolojik iyi oluş kavramları detaylandırılacak ve karşılaştırılacaktır.

2.1.1 Öznel İyi Oluş

Konuşma dilinde “mutluluk” olarak ifade edilen öznel iyi oluş kişinin kendi hayatın değerlendirmesi olarak tanımlanır (Telef, 2013: 375). İlk olarak Bradburn (1969) tarafından ortaya atılan öznel iyi oluş (Erdal, 2022: 4), bilimsel dilde de mutluluk kavramıyla eş anlamlı olarak kabul edilir ve bir yere kadar bireylerin nesnel koşullarıyla ilgiliyken bir noktadan sonra bireylerin bu koşullar hakkında nasıl düşündüklerine ve ne hissettiklerine odaklanır (Atan, 2020: 11). Öznel iyi oluş, kişinin yaşamını değerlendirmesi, olarak basit bir şekilde tanımlanmasına rağmen, çok yönlü, karmaşık ve birçok bileşene sahip bir kavramdır (Diener, Scollon ve Lucas, 2009: 67).

Günlük hayatta mutluluk olarak kullandığımız öznel iyi oluş kavramı, bireylerin hayatlarından aldıkları doyum ve sahip oldukları olumlu olumsuz duygular arasındaki dengeyi ifade eder (Kiremitçi ve Coşkun, 2017: 243). Kişi yaşadığı hayat içindeki durumuna bakarak kendini hem bilişsel hem de duygusal olarak değerlendirir ve öznel olarak iyi olup olmadığı çıkarımında bulunur (Diener ve Diener, 1996: 181). Öznel iyi oluş, kişilerin hayatlarında mutlu olma durumlarının bilişsel ve duygusal değerlendirmelerine verdikleri yanıttır (Deniz, 2023: 28). Bilişsel değerlendirme kişinin yaşam doyumuyla ilgili yargılarıyla

duygusal değerlendirme, memnun edici ve memnun edici olmayan duygusal tepkiler arasındaki dengedir (Ergün, Telef, Uzman, 2013: 1299; Myers ve Diener, 1995: 11; Schimmack, Radhakrishnan, Oishi, Dzokoto, Ahadi, 2002: 582). Öznel iyi oluşun duygusal ve bilişsel öğeleri ayrı ayrı değerlendirilmesine rağmen bu iki öğe birbirlerini tamamlar ve tek bir öznel iyi oluş bilgisi sunar (Pavot ve Diener, 1993: 170).

Öznel iyi oluş kavramı; acıdan kaçınma, olumlu duyguları olumsuz duygulara göre daha yoğun hissetme, yaşamdan zevk alma, memnuniyetlere odaklanma ve daha az acı hissetme durumu olarak ifade edilmiştir (Hamurcu, 2011: 51). Adı üstünde öznel, kişiye özel bir kavramdır ve kişilerin yaşamlarının her yönünün bir bütün olarak değerlendirmelerini gerekli kılar. Öznel iyi oluş kavramı, mutluluk odaklı olarak olumlu duyguların varlığı ve olumsuz duyguların yokluğu olarak ele alınmaktadır (Erdal, 2022: 4). Ancak öznel iyi oluşun ölçümünde olumlu duygulardan çok, olumlu duyguları deneyimleme sıklığı önemli olduğu yapılan araştırmalarda görülmektedir (Deniz, 2023: 28). Duyguları bir bütün olarak düşünürsek olumsuz duygular yaşamak öznel iyi oluşa engel olmayıp çoğunlukla mutlu olan ve bazen olumsuz duygular yaşayan kişilerin daha yüksek düzeyde öznel iyi oluş bildirdiğı gözlemlenmiştir (Deniz, 2023: 28). Sonuç olarak insanlar olumlu duyguları olumsuz duygulara oranla daha fazla hissettiklerinde, haz veren işler yaptıklarında, yaşamlarından memnun olduklarında ve yaşadıkları sevinçler acıya göre daha çok olduğunda öznel iyi olma halindedirler (Tuzgöl Dost, 2004: 23). Bu nedenle öznel iyi oluş kavramı olumlu duyguların çokluğu, az olumsuz duygulanım ve yaşam doyumu olarak özetlenebilir.

2.1.2 Psikolojik İyi Oluş

1960'lı yıllarda Bradburn tarafından ilk kez kullanılan psikolojik iyi oluş kavramı öznel iyi oluşa daha yakın dururken günümüzdeki anlamıyla psikolojik iyi oluş kavramını ilk olarak Ryff kullanmıştır (Ocak, 2023: 26). Psikolojik iyi oluş, kişinin olumlu bir şekilde varlığını algılaması, bağımsız bir kişiliğe sahip olup yeteneklerini ve kapasitesini geliştirmeye açık olması, istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde diğer bireylerle temas kurabilmesi, geçmişiyile barışık olup geleceğini planlamaya istekli olması durumudur (Ryff, Lee, Keyes, 1995: 719-720). Psikolojik iyi oluş; kişisel gelişim, amaçları sürdürme, diğerleri ile nitelikli ilişkiler kurma gibi hayatta karşılaşılan zorluklarla yüzleştğinde anlamlı yaşam sürdürme ve kendini gerçekleştirme olarak tanımlanmaktadır (Ryff ve Singer, 2008: 13;

Keyes, Shmotkin ve Ryff, 2002: 1007). Bu tanım çerçevesinde psikolojik iyi oluşun; ideal yaşam şartlarında deneyimlerin farkında olmayı, iyilik halini ve mutlu olma durumunu etkilediği söylenebilir (Brown ve Ryan, 2003: 830).

Bireylerin psikolojik iyi oluşunu tanımlarken, sahip oldukları amaçlar da önemli bir rol oynamaktadır. Amaçların öncelik sırası, yapısı ve ulaşılan amaçların ulaşılamayan amaçlara oranı, psikolojik iyi oluşlarını şekillendiren faktörlerdir (Özbek, 2022: 31-32). Belirli bir amacı olan ve bu amacı doğrultusunda hayatını planlayan kişilerin ölüm, kaza, sakatlık, hastalık gibi olumsuz durumlarla daha kolay başa çıkabildikleri gözlemlenmiştir (Özbek, 2022: 32). Psikolojik iyi oluşta bir amaca sahip olmak, gelecek için hayal kurmak önemlidir ancak amaçlarının bulundukları konum itibarıyla ulaşılamayacak olması psikolojik iyi oluşu olumsuz olarak etkileyebilir (Şerbetçioğlu, 2000: 38). Kısaca psikolojik iyi oluş kişinin yaşamındaki zorlukları yönetebilme ve amaçlarına ulaşabilme yeteneği olarak tanımlanır (Deci ve Ryan, 2008: 6).

Psikolojik iyi oluşun insanların hayatına getirdiği olumlu etkiler (Özen, Burçin, Sarıcı, 2010: 48); daha işlevsel ve sosyal ilişkilere sahip olma, sağlıklı ve daha uzun yaşama, işte ve performansta yüksek başarı gösterme, gelirden artış olarak sıralanmaktadır (Doğan, Kermen, Tosun, 2016: 21). Psikolojik iyi oluş, kendini gerçekleştirme ve anlam üzerine odaklanıp kişinin bütün olarak harekette bulunmasını sağlar (Ryan ve Deci, 2000: 141; Deci ve Ryan, 2008: 1). Bu durum kişiye aklın, ruhun ve bedenin bütün bir şekilde birbirini tamamlayarak sağladığı sağlıklı bir yaşam sunar (Timur, 2008: 5). Psikolojik iyi oluşun sağlıklı bir yaşam vaad etmesi yaşamayı sürdürme nedenleri arasında sayılmakta olup (Erdal, 2022: 2) psikolojik iyi oluşu yüksek olan bireylerin düşük olan bireylere göre daha uzun ve daha sağlıklı yaşadığı görülmüştür (Zaninotto ve Steptoe, 2019: 1) . İnsanın sağlıklı ve uzun bir hayat sürmesine psikolojik iyi oluşun katkısı deneysel, yarı deneysel ve ilişkisel çalışmalarda incelenmiş olup (Diener ve Chan, 2011: 20), psikolojik iyi oluşu yüksek olanların daha sağlıklı yaşamaya çabaladıkları sonucuna varılmıştır (Huang ve Humphreys, 2012: 777).

İnsanlara sağlıklı bir yaşam sunan psikolojik iyi oluş sosyal ilişkilerde niceliği ve niteliği arttırmaktadır (Kermen, İlçin Tosun, Doğan, 2016: 21; Lyubomirsky, King ve Diener, 2005: 825). İyi hissetmekten daha çok iyi şeyler yapma ve iyi yaşama olarak tanımlanan psikolojik iyi oluşun (Forgeard, Jayawickreme, Kern ve Seligman, 2011: 89) artmasıyla bireyin kendisine gösterdiği

şevkatin artması (öz şefkat), yaşadığı olumsuz durumların hayatta olabileceğini ve insanın hiçbir zaman mükemmel olamayacağını kabul etmesi, kendini ve hayatı anlamlandırmaya çalışması bireyi ve toplumu olumlu olarak ileriye taşıyacaktır (Abbasi ve Zubair, 2015: 45; Alaloğlu, 2020: 13).

Bireylerin psikolojik iyi oluşlarıyla ihtiyaçları arasında doğru bir orantı vardır (Özbek, 2022: 3). İhtiyaçları doğru bir şekilde giderilen bireyler kendilerini psikolojik olarak daha iyi hissederken ihtiyaçları doğru bir şekilde ve gereken zamanda giderilmeyen bireyler psikolojik olarak daha düşük iyi oluş hissetmektedirler. Bireyin ihtiyaçlarının giderilmesi önemlidir ancak bu ihtiyaçlarının doğru zamanda giderilmesi ayrıca önem arz eder. Bu bağlamda bireylerin ihtiyaçları gelişim basamaklarına uygun olarak doğru zamanda karşılanmalıdır (Özbek, 2022: 31).

Buhler'in (1935) yaşamın yönelik temel yaşam eğilimleri, Erikson'un (1959) psikososyal gelişim aşamaları, Jahoda'nın (1960) olumlu psikolojik sağlık ölçütleri, Allport'un (1961) olgunlaşma anlayışı, Rogers'ın (1961) tam işlevsellik görüşü, Maslow'un (1968) kendini gerçekleştirme anlayışı, Neugarten'in (1973) yetişkinlik ve yaşlılıkta kişilik değişimi tanımları psikolojik iyi oluş kavramını şekillendirmiştir (Erdal, 2022: 5). Jung (1933) psikolojik iyi oluşu bireyin içinde bulunduğu yaşam döneminin gerekliliklerini sağlıklı bir şekilde yerine getirmesi olarak tanımlarken (Cenkseven ve Akbaş, 2007: 45), Waterman (1993) kişisel olarak gelişim için gösterilen çaba olarak tanımlamıştır (Atan, 2020: 1). Adler ise aşk, evlilik, mesleki olarak yetkinlik gibi topluma uyumu sağlayan etmenleri birleşimi olarak psikolojik iyi oluşu değerlendirmiştir (Ewen, 1988; Akt. Sezer, 2013: 490). Sonuç olarak ruhsal sağlığın önemli bir yapı taşı olan psikolojik iyi oluş (Erdal, 2022: 3), hangi pencereden bakarsak bakalım hayatta karşılaşılan bireysel ya da toplumsal birçok sorunun çözümüne katkı sağlamaktadır (Atan, 2020: 1).

2.1.3 Öznel İyi Oluşla Psikolojik İyi Oluşun Farkı

İyi oluş kavramını açıklayan öznel iyi oluş ve psikolojik iyi oluş, olmak üzere iki farklı kavram vardır (Telef, Uzman ve Ergün: 2013: 1298). Bahsi geçen iki kavramdan ilki olan öznel iyi oluş, mutluluk üzerine yoğunlaşan hedonizm bakış açısıdır, ikinci kavram olan psikolojik iyi oluş ise hayatı doyum verici olarak yaşamaya odaklanan eudomonismdir (Deci ve Ryan, 2008: 2; Erdal, 2022: 4). Dolayısıyla iyi oluşun hazcı (hedonik) boyutunu öznel iyi oluş oluştururken; erdemsel (eudomonik) boyutunu ise psikolojik iyi oluş oluşturmaktadır (Ocak,

2023: 26). Her iki kavramda iyi bir yaşamın ne olduğunu incelemeye çalışmış (Keyes, Shmotkin ve Ryff, 2002: 1009); öznel iyi oluş, dertten kaçınarak mutluluk elde etme üzerine odaklanırken, psikolojik iyi oluş kendini gerçekleştirme üzerine odaklanarak iyi bir yaşamın elde edilebileceğini savunmuştur (Ryan ve Deci, 2001: 161).

Öznel iyi oluş ve psikolojik iyi oluş kavramları arasında duygu ve işlevsellik olarak ayrılan bazı farklar vardır (Erdal, 2022: 4). Öznel iyi oluş yaşamdan yüksek doyum almaya odaklanırken; psikolojik iyi oluş kavramı hayatta amaç ve anlam oluşturmaya odaklanmaktadır (Keyes ve Annas, 2009: 199). Öznel iyi oluş sorunların yokluğu, mutluluk, rahatlama ve doyum kavramlarıyla eşdeğer olarak görülürken; psikolojik iyi oluş kişisel gelişim, çaba gibi kavramlarla ifade edilmektedir (Hamurcu, 2011: 68; Huta ve Waterman, 2014: 1445).

Öznel iyi oluşun yaşam doyumu bilişsel birleşeni olarak ifade edilirken, duyusal bileşeni olumlu ve olumsuz duygular arasındaki dengedir (Diener, Scollon ve Lucas, 2009: 76-77). Öznel iyi oluş insanların hem duygusal hem de bilişsel olarak yaşamlarını nasıl değerlendirdikleriyle ilgilenirken (Diener, 2000: 34) psikolojik iyi oluşta öznel olmayan, diğerlerinin bireyi nasıl değerlendirdiğine odaklanan, nesnel değerlendirmeler önemlidir ((Ryff, 1989): 1070). Görüldüğü gibi iyi oluşa farklı pencerelerden yaklaşan bu iki kavram iyilik halinin iki farklı yönünü bize sunar. Bireyin kendisini iyi oluşun neresinde gördüğü ve toplum içindeki bireyin hayatın içinde kendini ne oranda iyi oluşa yakın gördüğü gerçekten ölçülmek istenen iyi oluş halinin konuya yakınlığı açısından önem arz etmektedir.

2.1.4 Psikolojik İyi Oluş Kavramına Yönelik Yaklaşımlar

2.1.4.1Aristo'nun Eudaimonia Kavramı

Eudaimonia kavramıyla ilgilenen eski bir düşünür olan Aristo'ya göre eudaimonia; dalgalanmayan kalıcı bir hisdir, nesneldir, evrenseldir ve tanrısal bir şeydir (Pakaluk, 2005: 48). Eudaimonia, pozitif psikoloji ve felsefenin kapsadığı bir kavramdır ve kişilik ile ilgili teorilerde kendini göstermektedir (Huta ve Waterman, 2014: 1449). İyi bir yaşam yolunda ilerleme olarak kabul edilen eudaimonia insan gelişimi teorilerine dayanır ve insanı bir amaç doğrultusunda ilerlemeye tetikler (Proctor ve Tweed, 2016: 277). Ryan ve Deci'nin (2001) iyi oluşu eudaimonik ve hedonik bakış açısı olarak tanımlaması Eudaimonia

kavramının iyi oluşla ilgili bir kavram olarak görülmesini sebep olmuştur (Atan, 2020: 13).

2.1.4.2 Bradburn'un Psikolojik İyi Oluş Formülasyonu

Bradburn psikolojik hastalıklarda mutlu olma durumunun yani iyi oluşun etkisini merak etmiş ve incelemeye başlamıştır. Bradburn (1969), iyi oluşun tek boyutlu mu yoksa çok boyutlu mu olduğunu araştırmış ve psikolojik iyi oluşun olumlu ve olumsuz duygulanım olmak üzere iki boyuttan oluşan bir model olduğunu öne sürmüştür. Bradburn'un (1969) ileri sürdüğü psikolojik iyi oluş tanımına göre yüksek psikolojik iyi oluşun olumlu duygulanımın olumsuz duygulanımdan yüksek olduğu durumlarda gerçekleşeceğini belirtmiştir. Olumsuz duygulanımın alt boyutu, ruhsal rahatsızlıklarla ilişkili olduğu düşünülmekte; olumlu duygulanım ise kişinin sosyal iletişimi, çevresiyle etkileşimi ve aktif olarak dünyaya katılımıyla ilişkili olduğunu belirtmektedir. Brandurn'un geliştirdiği mutluluk indeksi ve sonrasında yapılan araştırmalar, iyi oluş araştırmacıları için temel bir kaynak niteliği taşımış ve ilerleyen yıllarda Bradburn'u destekleyen ve eleştiren birçok çalışmanın yapılandırılmasına neden olmuştur. (Atan, 2020: 16).

2.1.4.3 Ryff'in Psikolojik İyi Oluş Formülasyonu

Ryff (1989), Bradburn'un (1969) etkisiyle psikolojik iyi oluşun anlaşılması ve açıklanmasında temel değişkenlerin çoğunlukla olumlu olumsuz duygulanım ve yaşam doyumu olduğunu belirtmiş, ancak zamanla bu değişkenlerin iyi oluşun ölçümünde sınırlı olduğunu gözlemleyerek altı boyuttan oluşan bir psikolojik iyi oluş modeli geliştirmiştir (Atan, 2020: 20). Ryff'in (1989) geliştirdiği psikolojik iyi oluş modelindeki altı alt boyut, psikoloji tarihinde önemli kişilerin psikolojik işlevsellikle ilgili görüşleri dikkate alınarak şekillendirilmektedir (Erdal, 2022: 5). Bu model içerisinde Jung'un (1933) bireyselleşme kavramı, Buhler'in (1935) yaşamın tamamlanmasına yönelik temel yaşam eğilimleri, gelişim psikolojisinden Erikson'un (1959) psikososyal gelişim aşamaları, Jahoda'nın (1960) olumlu psikolojik sağlık ölçütleri, Allport'un (1961) olgunlaşma anlayışı, Rogers'ın (1961) tam işlevsellik görüşü, Maslow'un (1968) kendini gerçekleştirme anlayışı, Neugarten'in (1973) yetişkinlik ve yaşlılıkta kişilik değişimi tanımları kullanılarak psikolojik iyi oluş modeli oluşturulmuştur (Ryff ve Keyes, 1995: 720). Bu oldukça zengin içerikli modele göre alt boyutlar çevresel uyum, olumlu ilişkiler, öz kabul,

özerklik, yaşamın anlamı ve kişisel gelişimdir (Ryff, 1995: 1069; Ryff ve Singer, 2008: 31).

Psikolojik iyi oluşun altı boyutunu ele alırsak; (Topuz, 2013: 36)

- Kendini kabul etme: Kişinin kendini ve geçmişini psikolojik sağlığı, kendini gerçekleştirebilmesi, işlevsellik ve olgunluğu için olumlu değerlendirmesi olarak tanımlanır.

- Olumlu ilişki: Diğer insanlarla sağlıklı ve kaliteli ilişkilere sahip olmak olarak tanımlanır.

- Özerklik: Psikolojik olarak sağlıklı bireylerin özgür iradesini kullanma yeteneğidir.

- Ekolojik hakimiyet: Bireylerin yaşamları boyunca psikolojik ihtiyaçları doğrultusunda çevreyi oluşturabilmeleri ve yönetebilmeleri olarak tanımlanır.

- Hayatın amacı: Psikolojik olarak sağlıklı bireylerin bir amaç edinmesi ve hayatlarını bu amaç doğrultusunda sürdürmeleridir.

- Kişisel gelişim: Bireylerin kendilerini geliştirmeye istekli ve değişikliklere açık olması şeklinde tanımlanmaktadır.

Sonuç olarak psikolojik iyi oluş kavramı; kaliteli ilişkilere sahip olması (diğerleriyle olumlu ilişkiler), sürekli büyüme ve gelişme isteği (kişisel gelişim), bireyin kendisini olumlu bir şekilde değerlendirmesi (öz kabul), yaşamın anlamlı olduğu inancı (yaşam anlamı), çevresiyle etkin bir şekilde etkileşimde bulunabilme kapasitesi (çevresel uyum) ve kendi değer ve inançlarını oluşturma (özerklik) gibi boyutları içermektedir (Ryff, 1989: 1069; Ryff ve Keyes, 1995: 720; Ryff ve Singer, 2008: 20).

2.2 Sosyal Destek Kavramı

Sosyal bir varlık olan insan, varolduğundan beri diğerleriyle iletişim halinin canlı kalabildiği bir toplum içinde hayatını idame ettirmektedir. Toplum içinde diğerleriyle bir uyum halinde yaşamının kendisi, iletişim kurmayı gerekli kılar. Toplumdan bağımsız insan olmak bile iç alemiyle, insanlar dışındaki dış çevresiyle iletişim kurmayı ve anlam yaratmayı gerekli kılar. İç alemiyle, dış çevresiyle, bir diğeriyle ya da diğerleriyle kurulan iletişim kişinin hayatını devam ettirebilmesi için bir zorunluluktur (Dülger, 2009: 13). Toplum içinde kurulan iletişim diğerlerine göre bireyin bir noktadan diğerine taşımada gözle görülür sonuçlar doğurmaktadır. Bireyin toplum içindeki diğer insanlarla kurduğu iletişim

sosyal destek kavramını ortaya çıkarmıştır. İlk olarak kendi kendine yardım, geleneksel dayanışma ve terapi gruplarında kullanılmaya başlanan sosyal destek, zamanla sağlık bilimlerinde sıklıkla kullanılan bir kavram olmuştur (Dülger, 2009: 13). Bunun yanında sosyoloji, psikoloji, psikolojik danışma ve rehberlik gibi alanlarda ve eğitim alanlarında da kullanılmaya başlanmıştır.

Sosyal desteği, Cobb (1976), sevilip saygı duyulan ilişkiler ağı; Caplan (1976), stresli bir olayla başa çıkmayı kolaylaştıran destek; Barrera ve Ainlay (1983), ihtiyaç duyulduğunda yardımcı olan kişilerin sayısı; Shumaker ve Brownell (1984), en az iki birey arasındaki yardım alışverişi; Cohen ve Wills (1985), stresli olayların kişilerdeki etkisini azaltan iletişim; Thoits (1986), bireyin stresle değer verdiği insanların desteği sayesinde başa çıkması; Antonucci ve arkadaşları (1986), kişinin yaşam kalitesini ve mutluluğunu artıran, stresli olaylar ve rahatsızlıklar üzerinde pozitif etki yaratan şey; Lepore, Evans ve Schneider (1991), bireylerin sevildiklerine inandıkları bir sosyal sisteme bağlanması; McElroy (1997), stresin olumsuz etkilerinden bireyi koruyan ilişkiler olarak tanımlamışlardır (Dülger, 2009: 14-16). Bütün bu tanımları toparlayacak olursak sosyal destek, bireylerin diğerleri tarafından korundukları, önemli olduklarını ve sevgi gördüklerini yönelik inançları sayesinde sosyal bir gruba ait olduğunu hissetmesi ve bu gruptan destek görmesi şeklinde açıklanmaktadır (Lepore, Evans ve Schneider, 1989: 899).

Bireyin değer verdiği kişilerden; bilgisel, duygusal, araçsal desteğin alınacağına dair algıya sahip olması olarak nitelendirilen sosyal destek (Thoits, 2010: 46-47), kişiye psikolojik ve biyolojik destek sağlayan ilişkisel ortamın varlığının kanıtıdır (House, Umberson ve Landis, 1988: 293; Şahin, 2019: 7). Kişinin kendisinin bir arkadaşlık ya da aile grubuna ne kadar ait hissettiğini belirtir (Taplı, 2021: 8). Bu aitlik hissiyle beraber kendisine yakın gördüğü kişiler, hayatta karşılaştığı herhangi bir sorun için sosyal destek alacağı kişilerdir (Sarason vd., 1983: 129). Bireyin bulunduğu çevreye ve yakınlarına duyduğu bu ait olma hissi aynı zamanda çevresi tarafından sevilip sayıldığına ve ihtiyacı olduğu anda her türlü destek verileceğine dair sahip olduğu bilgiye karşılık gelir. Bu bağlamda sosyal destek, bireyin kendisine değer verildiğine, saygı duyulduğuna ve sevildiğine dair sahip olduğu bilginin hayatın içinde karşılaştığı stresli olaylarla başa çıkmasına yardımcı olmasıdır. Bireye ihtiyaçlarını gidermede yalnız olmadığını hissettirir ve bireyi kendine güvenmesi için motive eder (Öner, 2012: 6). Gördüğü sosyal destek

sayesinde gereksinimlerini karşılayan birey amaçları kolaylıkla başarır (Rodriguez ve Cohen, 1998: 536), duygusal sorunlarıyla zorlanmadan başa çıkar (Caplan, 1973 Akt. Şen, 2017: 1). Sosyal desteğe karşılık gelen bütün bu kişiler arası ilişkiler bireyin sağlığını korumasını sağlar (Yardımcı, 2020: 16), bireyin aidiyet, kabullenme ve ruhsal istikrar ihtiyacını tatmin etmeye yarar (Jameel vd., 2020: 195). Bu çerçevede sosyal destek, bireylerin ruh sağlığı ile fizyolojik sağlığının korunmasında ve yaşamlarının devamını sağlamada oldukça önemlidir (Şen, 2017: 8).

Görüldüğü üzere sosyal destek hakkında yapılan oldukça fazla tanım bulunmaktadır. Bu kadar fazla ve çeşitte tanım olmasının sebebi destek ihtiyaçlarının bireysel olması ve kişiden kişiye farklılık göstermesidir (Başer, 2006: 8). Sosyal destek hakkında oldukça fazla tanım olmasına karşın tanımlarda görülen ortak nokta bireyin diğerlerinden aldığı bir yardımın olmasıdır (Arslan, 2009: 37).

2.2.1 Sosyal Destek Modeli

Sosyal desteğin stres ile ilişkisine vurgu yapan Cohen ve Wills (1985), tampon ve temel etki modeli olmak üzere iki farklı sosyal destek modelinden bahseder (Dülger, 2009:19). Temel etki modeli sosyal desteğin strese maruz kalmaktan bağımsız olarak kişi üzerinde etkiler bırakacağını ve iyilik halinin artmasına sebep olacağını ön görürken, tampon etkisi modeli ise stres karşısında psikolojik sağlığın korunmasında sosyal desteğin stresin olumsuz etkilerini bir tampon gibi azaltacağını savunur (Cohen ve Wills, 1985: 311-312).

2.2.1.1 Temel Etki Modeli

Sağlığın sosyal destekle doğrudan bir ilişkisi olduğunu öne süren bu model, olumsuz yaşam olaylarından bağımsız olarak sosyal desteğin kendini iyi hissetme ve fiziksel sağlık arasındaki ilişkisel yakınlığından bahseder (Çetinkaya, 2019: 31). Ayrıca sosyal destek yokluğunun bireyde olumsuz bir etki yaratabileceğini savunur (Bayraktar, 2011: 17-18)

2.2.1.2 Tampon Etkisi Modeli

Temel etki modelinin tam tersi olan bu model stresli yaşamın sebep olduğu zararları en aza indirgeyerek kişiyi olumsuz etkilerden korur (Karaman, 2018: 31). Sosyal desteğin en önemli fonksiyonu, stres verici olayların ortaya çıkardığı olumsuzlukları azaltarak ya da dengede tutarak ruh sağlığını korumak olduğunu savunan bu model, sosyal desteğin bulunmamasının sağlık ve kendini iyi hissetme üzerinde stres yaratıcı durumlar olmadığında olumsuz bir etkisi olmadığını söyler (Çetinkaya, 2019: 31). Kişinin başa çıkma potansiyelini güçlendiren ve stresli olayların daha az tehlikeli görünmesini sağlayan bir durum olarak diğerlerinden yardım alma durumu (Yamaç, 2009: 79), sosyal desteğin stres verici yaşam olaylarıyla kişi arasında tampon etkisi yarattır (Ardahan, 2006: 71).

2.2.2 Sosyal Desteğin Etkileri

Sosyal desteğin etkisi birçok alanda gözle görülür farklar ortaya çıkarmaktadır. Başlıca etkisi hayat olaylarına karşı hissedilen strezi azaltmak olan sosyal destek, diğerleriyle kurulan ilişkilerde verimliliğinin artması, hayata daha olumlu bakabilme durumuna sahip olma, eğitim ve hayata dair hissedilen kişisel başarıda artış yaşama, iyilik halinin artışı hem ruhsal hem de fiziksel olarak sağlıklı olma gibi birçok etkiye sahiptir.

Stresli olaylar karşısında gözle görülür olumlu katkılar sergileyen sosyal destek (Şen, 2017: 17), kişileri olumlu anlamda etkilemektedir. Sosyal destek seviyesi arttıkça duygusal problemlere karşı duyarlılık azalırken, hayattaki stresli durumların içinden sosyal destek görerek çıkmak sağlıklı kalabilmek ihtimaline kapı aralar (Yardımcı, 2020: 17). Derdimizi içimizde tutmayıp diğerleriyle paylaşmanın faydaları oldukça fazladır. Bu bağlamda mutluluğun paylaştıkça çoğalacağı ve üzüntülerin paylaştıkça azalacağına dair söylem oldukça anlamlıdır. Bütün sıkıntılarıyla birlikte insanlar kılıçlarını bilemiş yaşama olgusu karşısında sosyal destek sayesinde durabilir.

Sosyal destek, şimdiki ve gelecekteki iyilik hali üzerinde olumlu yönde etkiye sahiptir. Sosyal destek alan bireyler hayata daha umutlu bakmakta olup saygınlık, moral artış ve yaşamdan tatmin olma düzeyleri artmaktadır (Kalınkara, 2014: 45). İyi oluş üzerinde etkisi olan sosyal desteğin (Öner, 2012: 31), bireylerin hastalıklarla baş etme sürecinde ve fiziksel sağlığı üzerinde göz ardı edilemez

etkisinin olduğu (Ardahan, 2006: 68), psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıkların tedavi sürecinde sosyal destek görüyor olmanın iyileşmeyi hızlandırdığı bildirilmiştir (Şen, 2017: 7). Sosyal destek algısı düşük olan bireylerin biyolojik, psikolojik ve sosyal sağlıklarının iyi olmadığı (Wang vd., 2018: 2) ve fiziksel hareketsizlik, yeme düzeninin bozulmasına bağlı obezite olma, sigara kullanımı ve kalp rahatsızlığına yakalanma riskinin daha yüksek olduğu bulunmuştur (Taplı, 2021:8). Bağımlılıkların düşürülmesinde de etkisi olan sosyal destek düzeyinin yükselmesiyle sigara, alkol ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapan maddelerin kullanım alışkanlıklarının zamanla önlenebildiği görülmüştür (Yıldırım, 1997: 153).

Sosyal destek, kişinin fiziksel ve ruhsal sağlığı üzerindeki etkilerinin yanı sıra, akademik yaşantıları üzerinde etkilidir (Kapıkıran ve Özgüngör, 2009: 27). Düşük akademik başarıya sahip olmak yetersiz sosyal destek hissettiğinin göstergesidir (Kapıkıran ve Özgüngör, 2009: 27). Gelişim dönemlerinin hepsinde ancak özellikle ergenlik döneminde gelişimin hızlı olmasından kaynaklı sosyal desteğin önemi daha belirgin bir şekilde gözlemlenmektedir (Esen, 2010: 40; Şen, 2017: 10). Sosyal destekle birlikte, ergenlik döneminde karşılaşılan sorunlar daha kolay çözülebilmektedir (Pinkerton ve Dolan, 2007: 226). Ayrıca, ergenlerin ihtiyaç duydukları desteği gördüklerini, sevgi ve saygı gördüklerini düşündüklerinde, kendilerini değerli hissetmeleri ve iyi oluş düzeylerini artırmaları beklenmektedir (Meuss, 1994 akt. Engin ve Yıldız, 2017: 10). Bu nedenle, ergenlik döneminde gösterilen sosyal destek, akademik başarı ve kişisel gelişim açısından oldukça önemlidir.

2.2.3 Sosyal Desteğin Çeşitleri

Sosyal, bilgisel ve destek araçsal, duygusal yaygın destek olmak üzere dört şekilde çeşitlendirilmiştir (Cohen ve Wills, 1985: 313; Koca, 2011: 43-44). Sosyal desteğin çeşitleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

Araçsal Destek: İş, para, zaman ve çevresel faktörler gibi kişinin problemini doğrudan çözen somut destektir (Yardımcı, 2020: 18). Kişiyi ihtiyacı dahilinde yapılan araç gereç yardımıdır. Araçsal problemlerin ortaya çıkardığı stresi çözerek ya da kişiyi ihtiyaç duyduğu araçları sağlayarak rahatlama ya da eğlenme gibi aktivitelerle stresi azaltarak destek sağlar (Haksal, 2007: 15). Araçsal destek maddiyatla ilgili yardımları ve araç gereç temini gibi kaynakları ifade eder (Cohen ve Wills, 1985: 328).

Duygusal Destek: Kişinin temel ihtiyaçlarını kapsayan duygusal destek, şefkat, sevgi, empati, saygı ve bir gruba ait olma güdüsü gibi unsurları içerir ve psikolojik sağlıkla ilişkili olup bu destek, kişiye değerli olduğu ve her durumda kabul edildiği mesajını ileterek etkili olur (Çetinkaya, 2019: 29; Haksal, 2007: 14; Yardımcı, 2020: 18). Kişinin hatalarını veya zorluklarını yaşadığı durumlarda bile kendisine değer verileceğini bilmesi, kendilik değeri üzerinde olumlu bir etki yapar (Cohen ve Wills, 1985: 311).

Bilgisel Destek: Bireye bilgi ve öğüt vererek geri bildirimlerde, önerilerde bulunulması ve hayatta karşılaştığı kişisel ve çevresel problemlerde problemi tanımlayarak bireye destek olan destek türü olarak tanımlanmaktadır (Cohen ve Wills, 1985: 333; Çetinkaya, 2019: 29; Yardımcı, 2020: 18).

Yaygın Destek: Kişinin diğerleriyle arkadaşlık kurmasını onlarla vakit geçirmesini ve bu sayede rahatlaması olarak tanımlanan yaygın destek, gruba dahil olma duygusu ve diğer insanlarla yaşanan problemler hakkında konuşmanın stresi azalttığı ve bireyi rahatlattığı varsayımına dayanmaktadır (Çetinkaya, 2019: 29). Kişinin yakınlığa ve temasa duyduğu ihtiyacı giderip, dikkatini başka yöne yönlterek sorunlarını unutmasını bu sayede stres düzeyinin azalmasını ve olumlu duygulanımın artmasını sağlar (Cohen ve Wills, 1985: 351).

2.2.4 Sosyal Destek Kaynakları

Kişiye sıkıntılı olduğu anlarda yakından bağlı olduğu insanlar tarafından sağlanan sosyal, psikolojik, maddi destek olarak tanımlanan ve kişinin olumsuzluk içeren davranışlarından kurtulmasına katkı sağlayan sosyal destek kaynakları (Değirmenci, 2016: 14) aile, akrabalar, komşular, öğretmenler ve içinde barındığı toplum olarak sıralanmaktadır (Öğütçü, 2018: 26). Bireyin karşılaştığı güç durumlarda yanında olan birey sayısı (Demirel ve Yücel, 2017: 312) olarak da ifade edilen sosyal destek kaynakları, bireyi dış çevreye karşı koruma görevini üstlenen kişileri kapsar (Halis ve Demirel, 2016: 319). Bireyin sosyal olarak ilişkide olduğu kişilerden oluşan sosyal destek kaynaklarının (Öner, 2012: 31) hepsinin özelliği birbirinden farklıdır (Yıldırım ve Tanrıverdi, 2021: 127). Çok boyutlu algılanan sosyal destek, kuramsal olarak aile, arkadaş, özel kişi olmak üzere üç farklı kaynaktan oluşmakta olup (Çeçen, 2008: 417) sosyal destek kaynakları ayrı başlıklar altında aşağıda detaylandırılmıştır.

2.2.4.1 Aile Desteği

Aile, çocukluk döneminde sosyal ilişkilerin başladığı ilk yer olarak kabul edildiğinden diğer destek kaynaklarıyla karşılaştırıldığında ailenin oynadığı rol, diğerlerine göre daha belirgindir (Yamaç, 2009: 70). Bireylerin sevgi ve bağlılık gereksinimlerinin büyük bir kısmı ilk olarak aile ve yakın akraba çevresi tarafından karşılanır (Yardımcı, 2020: 21). Bireyin ailesinde onay, kabul ve takdir görmesi özgüveninin ve çözüm üretme becerisinin gelişmesine, diğer insanlarla daha rahat iletişim kurmasına imkân sağlamaktadır (Çivilidağ, 2003: 33). Çocukların yaşamlarını tatmin edebilmeleri, görevlerini etkin bir şekilde yerine getirebilmeleri ve topluma uyum sağlayabilmeleri için aile desteği önemli bir katkı sunmakta ve çocukların görev ve sorumluluklarının farkında olan bireyler olmalarına yardımcı olmaktadır (Şen, 2017: 13).

Bir problemle karşılaşıldığında ilk görülen destek olan aile desteğinin yanında arkadaş desteği de bireyler için özellikle de çocuklar için oldukça önemli bir destek kaynağıdır. Çocukların yanında üniversite öğrencilerinin de en önemli sosyal destek kaynakları aile ve arkadaşlarından oluşmaktadır. Aile ve arkadaşlarından yeterli desteği alan üniversite öğrencilerinin problemlerini daha hızlı çözdükleri görülmüştür (Yamaç, 2009:71). Şimdi aile kadar önemli bir destek kaynağı olan arkadaş desteği incelenecektir.

2.2.4.2 Arkadaş Desteği

Kişinin kendisini yeterli ve başarılı hissetme fırsatını elde etmesine ve yeteneklerini geliştirmesine yardımcı olan arkadaş desteği bireyin sağlıklı bir benlik algısı oluşturmaya katkı sağlar (Arslan, 2009: 40). Arkadaş desteği, bireyin ruh sağlığını çeşitli yönlerden etkileyerek (Dülger, 2009: 22), ait olma duygusunu arttırdığı ve depresyonu azalttığı belirtilmektedir (Hacak, Macit ve Özpilavcı, 2007 akt. Şen, 2017: 18). Bireyin sosyal çevresindeki arkadaşlarının zor durumlarda destek olacaklarını bilmesi, bireyleri rahatlatmakta ve belirsiz durumlara ilişkin kaygılarını azaltmaktadır (Paşa ve Kaymaz, 2014: 175).

2.2.4.3 Özel Kişi Desteği

Özel kişi; nişanlı, flört, sözlü, doktor, akraba, komşu, v.b. gibi sıralanan aile ve arkadaşın dışında kalan kişiler olarak nitelendirilmektedir. Özel kişi desteği aile

ve arkadaşı dışında kişinin ihtiyaç duyduğunda yanında olacağına inandığı, mutluluklarını ve üzüntülerini paylaşabildiği, hayatın stresine karşın kişinin rahatlamasını sağlayan destek kaynağıdır. Bütün bunlara ek olarak özel kişi tarafından gösterilen destek kişinin duygu ve düşüncelerine önem veren ailesi ve arkadaşları dışında birilerinin var olduğunu hissetmesi olarak nitelendirilebilir.

2.2.5 Sosyal Destek Algısı

Sosyal destek kavramı davranışsal ve bilişsel değerlendirmelerden oluşmaktadır (Şen, 2017: 11). Bilişsel değerlendirme, bireyin diğerlerine güvendiğine ve ihtiyaç duyduğu zaman destek göreceğine dair algısı olarak tanımlanır ve algılanan sosyal destek olarak adlandırılır (Şen, 2017: 11). Davranışsal değerlendirme ise bireyin sosyal destek davranışını fiilen görmesi olarak tanımlanır (Reinhardt vd., 2006: 117).

Bu bağlamda sosyal desteği bilişsel olarak açıklayan algılanan sosyal destek, kişinin çevresinde destek alacağı kişiler olduğuna dair inancıdır ve bireyin öznel değerlendirmesini sonucudur. Sosyal destek algısı, empati ve sevginin birleşiminden oluşan bireylerin hayatında önemli bir yeri olan kişilerden aldığı yardım ve destekler bütünüdür (Uygun, 2022: 21). Herkes sosyal desteği aynı şekilde algılamamaktadır (Şen, 2017: 10). Her bireyin ihtiyacı olan destek ve desteği nasıl nitelendirdiği farklılık göstermektedir. Bu yüzden aynı destek şekline ve miktarına karşın her bireyin algıladığı sosyal destek farklılık arz eder. Beklenti türüne göre algıladıkları sosyal destek düzeyi farklılık gösteren bireylerin beklentileri sevgi, saygı, değer görme ya da maddi destek olabilir (Şen, 2017: 10). Fakat genel anlamda algılanan desteğin yüksek olması, bireyin kendini değerli hissetmesi, iyi ilişkilere sahip olması, sevildiğini düşünmesi (Vesile Oktan, 2005: 185), kendisini yeterli ve başarılı hissetmesi olarak nitelendirilir ve benlik gelişimine katkıda bulunur (Taysi, 2000: 7). Kısacası sosyal destek algısı bireylerin yaşamında olumlu etkiye sahiptir (Demirel ve Yücel, 2017: 317).

Sosyal destek algısının bireye sunduğu yardımlar, aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Sungur, 1999: 106-107).

1. Bireylerin psiko-biyolojik kaynaklarını harekete geçirir.
2. İsteklerinin gerçekleşmesinde bireye yardımcı olur.
3. Bireylere çeşitli yetenekler kazandırarak, maddi imkanlar sunar.
4. Bireylere rehberlik edip onlara bilgi verir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

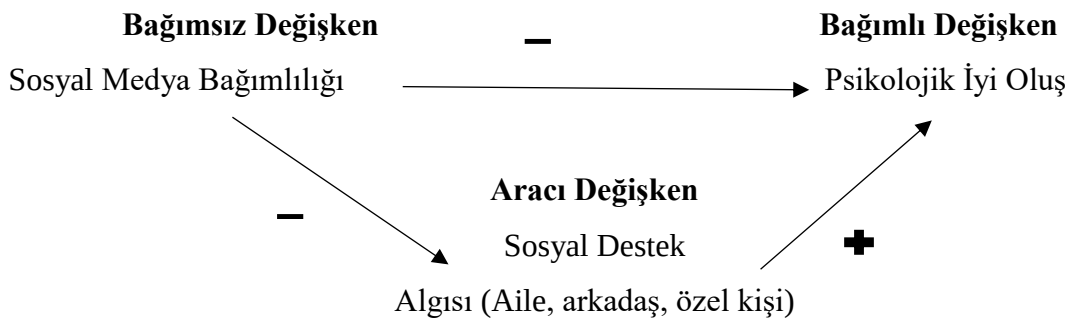
3.SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ İLİŞKİSİNDE SOSYAL DESTEK ALGISININ ARACI ROLÜ

3.1 Yöntem

Bu bölümde araştırma modeline, araştırmanın evreni ve örnekleme, veri toplama aracı olarak kullanılan ölçeklerin özelliklerine ve veri analiz sürecinde uygulanan istatistiksel yöntemlere ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Çalışmada nicel veri toplama araçlarından olan anket yönteminden yararlanılmıştır. Araştırmanın veri toplama aşamasına geçmeden önce Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan uygulama için onay alınmıştır. Ayrıca çalışmada kullanılacak olan anketleri Türkçe'ye uyarlayan hocalardan kullanım izni alınmıştır. Ardından katılımcılara sunulacak ölçüm araçları Google Formlar uygulaması üzerinden çevrimiçi olarak hazırlanmıştır. Katılımcılar kolay ulaşılabilir ve kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenmiş olup araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden katılımcılara ölçüm araçları online olarak bağlantı şeklinde gönderilmiştir. Katılımcıların ölçüm araçlarını doldurmaları yaklaşık 5-10 dakika sürmüştür. Toplanan veriler SPSS 26 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma kategorilerinden ilişkisel tarama modelinin kullanıldığı bu araştırmanın yöntemine ilişkin bilgiler alt başlıklar halinde açıklanmıştır.

3.1.1 Araştırmanın Modeli



Şekil 3.1:Sosyal Medya Bağımlılığıyla İyi Oluş İlişkisinde Sosyal Destek Algısının Aracı Rolü

Bu çalışmada; eğitim, sağlık ve sosyal bilimler alanlarında en az iki ve daha fazla değişken arasındaki ilişkinin belirlenmesinde yaygın olarak kullanılan ilişkisel tarama modelinden yararlanılmıştır. Bu model iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkisel gücün tespit edilmesi için kullanılmakta olup bir durumun olduğu gibi tanımlanmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılık düzeyi, psikolojik iyi oluş düzeyi ve sosyal destek algısı arasındaki ilişkilerin incelenmesi için korelasyon analizi, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide sosyal destek algısının aracı rolünün incelenmesi için ise aracılık analizinden yararlanılmıştır. Çalışmada yer alan bağımsız değişken sosyal medya bağımlılığı, bağımlı değişken ise psikolojik iyi oluştur. Sosyal destek algısı ise bu iki değişken arasındaki ilişkide aracı değişken olarak yer almaktadır. Sosyal medya bağımlılık düzeyinin artması psikolojik iyi oluş halinin düşmesine sebep olmakta bu negatif ilişkide ise sosyal medya bağımlılığının artışı sonucu sosyal desteğin düşük algılanması psikolojik iyi oluş halinin düşüşü üzerinde etkiye sahip olduğu varsayılmaktadır.

3.1.2 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Türkiye'de ön lisans, lisans, lisansüstü düzeyde eğitim gören üniversite öğrencileri olarak belirlenmiştir. Örneklem belirlenirken, Cohen (2000)'in araştırmada örneklem belirlenirken %5 hata ve %95 güvenle, evrenin 100.000 birimden oluştuğunda en az 383, 1.000.000 birim ve daha fazla örneklem sayısından oluştuğu durumda ise en az 384 adet verinin örneklemden seçilmesi yeterlidir görüşü dikkate alınmıştır (Cohen vd., 2000: 95). Bu görüşe dayanarak örneklem 384 kişi olarak belirlenmesi yeterlidir. Ancak daha güvenilir verilere ulaşmak adına araştırma için 562 kişilik örneklem sayısı belirlenmiştir. Örneklem grubunun cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde 412 (%73.3)'sinin kadın, 150 (%26.7)'sinin erkek olduğu saptanmıştır.

Tablo 3.1: Yaş ve Cinsiyete Dair Bulgular

		N	%
Cinsiyet	Kadın	412	%73.3
	Erkek	150	%26.7
Yaş	17-24	500	%88.97
	25-32	51	%9.07
	33-46	11	%1.96

Örneklem grubunun çoğunlu 114 kişiyle (%20.03) 20 yaşındaki katılımcılardan oluşmakta olup onu 108 (%19.20) kişiyle 21 yaşındaki katılımcılar takip etmektedir. Örneklemen yaş ortalaması ise 21.86 (SS=3.4) olarak bulunmuştur.

Örneklem grubunun eğitime dair bilgileri eğitim durumuna, düzeyine, okuduğu üniversiteye ve bölümüne dair bulgular olarak kategorize edilmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye’de üniversite okuyan öğrenciler oluşturduğu için örneklem Türkiye’deki üniversitelerden oluşmakta olup 42 farklı üniversite ve 75 farklı bölümden katılımcıya rassal örnekleme tekniğiyle ulaşılmıştır. Örnekleme en fazla katılımcı Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesinden katılmış olup bu sayı 336 (%59.8) kişidir. Örnekleme en fazla katılım sağlayan bölümler ise 63 (%11.1) kişiyle İç Mekan Tasarımı, 61 (%10.9) kişiyle İlahiyat, 54 (%9.6) kişiyle Ağız ve Diş Sağlığı, 51 (%9.3) kişiyle Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümleridir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %23.9’ unun ön lisans bölümlerinde, %70.9’unun lisans bölümlerinde, %5.2’sinin ise üniversitelerin lisansüstü bölümlerinde eğitim gördükleri saptanmıştır. Bu durumda katılımcıların çoğunluğunun lisans düzeyinde eğitim gördüğü sonucuna ulaşılabilir. Katılımcıların sınıf düzeyleri incelenecek olursa örneklem üzerinde 1.sınıf (%29.5) ve 2. sınıfta (%29.9) öğrenim gören katılımcıların yoğunlukta olduğu görülebilir.

Tablo 3.2:Eğitime Dair Bulgular

		N	%
Eğitim Durumu	Ön Lisans	134	%23.9
	Lisans	398	%70.9
	Lisansüstü	30	%5.2
Sınıf Düzeyi	Hazırlık	6	%1.1
	1. Sınıf	166	%29.5
	2. Sınıf	168	%29.9
	3. Sınıf	107	%19.0
	4. Sınıf	81	%14.4
	5. Sınıf	16	%2.8
	6. Sınıf	3	%0.5
	Yükseklisans	14	%2.5
	Doktora	1	%0.2

Örneklem grubunun aile ve ikametgahına yönelik bilgiler katılımcıların yaşamının büyük bir bölümünü geçirdiği yer, eğitim süresince barındığı yer,

ailesinin aylık gelirine dair bulgular olarak kategorize edilmiştir. Katılımcıların çoğunun yaşamının büyük bir bölümünü geçirdiği yer; şehir (%43.1) ve büyükşehirden (%40.2) oluşmaktadır. Eğitim süresince katılımcıların %55.7'i yurttan, %25.8'i kendi evinde, %18.5 ailesinin yanında barınmaktadır. Bu yüzdelik oranlar üniversite öğrencilerinin yarısından fazlasının eğitim süresinde yurttan kaldığını göstermekte olup bu süreçte arkadaş desteğinin etkisi aile desteğinin etkisinden daha yüksek olabilir. Bu durum bulgular kısmında analiz edilecektir.

Katılımcıların çoğunluğunun (%37.9) ailesinin aylık geliri 9.000- 16.000 TL aralığında olduğu saptanmış olup en az yüzdelik orana sahip kategori (%0.7) ailesinin gelir düzeyi 70.000 TL ve üzeri olarak belirlenen kategoridir. Gelir düzeyinin aile tarafından hissedilen sosyal destek algısı düzeyi ve psikolojik iyi oluş düzeyi üzerinde etkisinin olabileceği düşünülmektedir. Bu etkiler bulgular kategorisinde detaylı bir şekilde analiz edilecektir.

Tablo 3.3:Aile ve İkametgâha Yönelik Bulgular

		N	%
Yaşamının çoğunu geçirdiği yer	Köy	66	%11,7
	Kasaba	28	%5,0
	Şehir	242	%43.1
	Büyükşehir	226	%40.2
Eğitim süresince barındığı yer	Yurt	313	%55.7
	Kendi Evi	145	%25.8
	Aile Yanı	104	%18.5
Ailenin aylık geliri	5.000' dan az	12	%2.1
	5.000- 9.000	149	%26.5
	9.000- 16.000	213	%37.9
	16.000- 25.000	117	%20.8
	25.000- 50.000	52	%9.3
	50.000- 70.000	15	%2.7
	70.000- üstü	4	%0.7

Örneklem grubunun sosyal medya kullanımına yönelik bilgiler; katılımcıların sosyal medya uygulamalarına eriştikleri araç, ne zamandan beri sosyal medya kullandıkları, sosyal medyada günde ne kadar vakit geçirdiklerine yönelik bulgular şeklinde kategorize edilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu (%55.5) sosyal medyaya bilgisayar ve mobil cihazların her ikisinden de erişim sağlarken, bir kısmı (%43.8) sadece mobil cihazlardan erişim sağlamakta olup, çok az bir

kısmı (%0.7) ise sosyal medyaya erişimi sadece bilgisayar üzerinden gerçekleştirmektedir. Katılımcıların çoğunluğu (%44.5) sosyal medyayı 6-11 yıldır kullanmakta olup bir günde sosyal medyada geçirdikleri vakti; katılımcıların %40.2'si 4-6 saat aralığında olduğunu ifade ederken, katılımcıların %39.7'si sosyal medyada geçirdiği vaktin 1-3 saat aralığında olduğunu ifade etmektedirler.

Tablo 3.4:Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bulgular

		N	%
Sosyal medya uygulamalarına erişilen araçlar	Sadece bilgisayar	4	%0.7
	Sadece Mobil Cihazlar	246	%43.8
	Bilgisayar ve Mobil Cihazlar	250	%55.5
Sosyal medya kullanım zamanı	1 yıldan az	312	%1.6
	1-6 yıl arası	562	%39.9
	6-11 yıl arası	224	%44.5
	11 yıldan fazla	483	%14.1
		79	
Bir günde sosyal medyada geçirilen vakit	1 saatten az	562	%8.4
	1-3 saat arası	47	%39.7
	4-6 saat arası	223	%40.2
	7-9 saat arası	270	%8.2
	10 saatten fazla	46	%3.6
		542	

Araştırmanın örnekleme uygun örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Gönüllülük temel alınarak araştırmaya katılım sağlanmıştır. Analizler yapılırken uç gruplarda yer alan katılımcılar olmadığı için herhangi bir katılımcı örneklem dışında bırakılmamıştır.

3.1.3 Araştırmanın Veri Toplama Araçları ve Tekniği

Araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla katılımcıların yaşları, cinsiyetleri, öğrenim gördüğü üniversiteler, bölümleri, sınıfları, yaşamlarının büyük bir kısmını geçirdiği ve barındığı yerler, ailesinin aylık geliri; sosyal medya kullanımına dair bilgi almak için hangi uygulamaları

kullandıkları, uygulamalara hangi cihaz üzerinden eriştikleri, ne zamandan beri sosyal medya kullandıkları ve günde kaç saat sosyal medyada vakit geçirdiklerinin sorulduğu bir demografik bilgi formu oluşturulmuştur.

Ardından katılımcılara Andreassen ve arkadaşları (2016) tarafından geliştirilmiş olan “*Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği*”, Zimet ve arkadaşları (1988) tarafından geliştirilmiş olan aile, arkadaş ve özel kişi olmak üzere üç boyuttan oluşan “*Üç Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği*”, Diener ve arkadaşları (2009) tarafından geliştirilen “*Psikolojik İyi Oluş Ölçeği*” sunulmuştur.

Veriler toplam iki hafta boyunca, 28 Nisan 2023 ile 12 Mayıs 2023 tarihleri arasında online olarak toplanmıştır. Bulgular SPSS 26 analiz programı yardımı ile analiz edilmiştir. Toplanan verilerin normal dağılıp dağılmadığı incelendiğinde Skewness değeri -.45 ve Kurtosis değeri .23 olarak bulunmuştur. Verilerin normal dağılımda olması nedeniyle, araştırmada korelasyon, bağımsız gruplar t test, tek yönlü anova ve aracılık analizleri yapılmıştır.

Pearson Korelasyon analizi iki değişken arasındaki ilişkinin yönünün belirlenmesi amacıyla kullanılan bir testtir. Bu nedenle sosyal medya bağımlılık ölçeği değeri, psikolojik iyi oluş değeri ve sosyal destek algısı ölçeğinin aile, arkadaş ve özel kişi alt boyut değerleri arasındaki ilişkinin incelenmesinde bu analiz kullanılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş değişkenleri arasındaki ilişkide sosyal destek algısı değişkeninin alt boyutlarının aracılık etkisini ölçmek için Hayes 4 nolu aracılık analizi kullanılmıştır.

Araştırmada ayrıca ölçüm araçlarının başında sunulan demografik özellikler; cinsiyet, eğitim durumu, yaşamının büyük bir bölümünü geçirdiği yer, eğitim süresince barındığı yer, ailesinin aylık gelir düzeyi, sosyal medya uygulamalarına erişilen cihaz, sosyal medyayı kaç yıldır kullandığı ve günde kaç saat kullandığı gibi demografik özelliklerin ana modeldeki sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı gibi değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmıştır. Demografik özellikler ve ana modeldeki değişkenlere dair bulgular t testi ya da tek yönlü ANOVA testi ile analiz edilmiş, tablolaştırılarak detaylı bir şekilde yorumlanmıştır.

Parametrik bir teknik olan t testi, iki ortalama arasındaki farkın istatistiksel anlamlılığını test etmek için kullanılmaktadır. Bu yüzden araştırmada bu test yalnızca cinsiyete göre ana model değişkenlerinin yorumlanmasında kullanılmıştır. Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı

değişkenlerine dair bulgular sunan bu test sayesinde cinsiyet kategorik değişkeninin kadın ve erkek gruplarının bağımlılık, iyi oluş ve sosyal destek puanlarının karşılaştırılması sağlanmıştır. Bağımsız örneklem t testi sadece iki ortalamayı karşılaştırmaktadır. Bu yüzden sosyal medya uygulamalarına erişilen cihaz, yıl bazında sosyal medya kullanımı, sosyal medyada bir günde geçirilen vakit, eğitim durumu ve ailenin aylık gelirine göre ana model değişkenlerinin yorumlanması için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır.

Cronbach's Alpha değeri bir ölçüm aracının güvenilirlik düzeyinin belirlenmesi amacıyla kullanılmaktadır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin Cronbach's Alpha değeri hesaplanarak güvenilirlik düzeyleri belirlenmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan “*Sosyal Medya Bağımlılığı*” ölçeğine ilişkin Cronbach's Alpha değeri .759 olarak bulunmuştur ve bu değer ölçeğin güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. “*Psikolojik İyi Oluş*” ölçeğine ilişkin Cronbach Alpha değeri .870 bulunurken bu ölçeğinde yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. “*Üç Boyutlu Algılanan Sosyal Destek*” ölçeğinin aile desteği alt boyutunun Cronbach's Alpha değeri .889 olarak yüksek düzeyde, arkadaş desteği alt boyutunun Cronbach's Alpha değeri ise .920 olarak yüksek düzeyde, özel kişi desteği alt boyutunun Cronbach's Alpha değeri de .944 olarak yüksek düzeyde güvenilir bulunmuştur. Sonuç olarak araştırmada kullanılan ölçekler güvenilirlerdir.

3.1.4 Araştırmanın Ölçekleri

İlk olarak katılımcılara demografik özelliklerini belirlemek amacıyla “*Kişisel Bilgi Formu*” sunulmuştur. Ardından sırasıyla; “*Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği*”, “*Üç Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği*” ve “*Psikolojik İyi Oluş Ölçeği*” sunulmuştur

3.1.4.1 Kişisel Bilgi Formu

Araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerini saptamak için katılımcıların yaşları, cinsiyetleri, öğrenim gördükleri üniversiteler, bölümleri, sınıfları, yaşamlarının büyük bir kısmını geçirdikleri ve eğitim süresince barındıkları yerler, ailelerinin aylık gelirleri; sosyal medya kullanımlarına dair hangi uygulamaları kullandıkları, uygulamalara hangi cihaz üzerinden eriştikleri, ne zamandan beri sosyal medya kullandıkları ve günde kaç saat sosyal medyada vakit geçirdiklerinin sorulduğu bir bilgi formu oluşturulmuştur. Oluşturulan bu form katılımcılara ölçeklerden önce sunulmuştur.

3.1.4.2 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Andreassen ve arkadaşları (2016) tarafından geliştirdiği “*Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği*” tolerans, zihinsel uğraş, duygudurum değişikliği, başarısız bırakma, yoksunluk ve çatışma girişimi olmak üzere altı temel bağımlılık ölçütünü karşılayan altı maddeden oluşmaktadır. Ölçek beşli likert (Çok Nadir: 1 ile Çok Sık: 5) olarak düzenlenmiş olup asıl ölçeğin iç tutarlılığı 0.88 olarak bulunmuştur. Ölçeğin ülkemizdeki geçerlik ve güvenirlik çalışmaları Demirci (2019) tarafından yapılmıştır. Ölçme aracı çeviri geri çeviri yöntemiyle Türkçe’ye çevrilmiş yapı geçerliliği DFA ve AFA ile yapılmıştır. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğunu gösteren KMO değeri 0.80 olarak hesaplanmış ve Bartlett küresellik testi anlamlı bulunmuştur ($\chi^2=28.48$, $df=15$, $p<0.001$). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin yapı geçerliliğini değerlendirmek için yapılan AFA sonucunda ölçeğin öz değeri 3.29 olan, toplam varyansın %52.83’ünü açıklayan ve altı maddeden oluşan tek boyutlu bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Özgün formunda da tek boyutlu bir yapıya sahip olan ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı 0.83 olarak hesaplanmış, güvenirlik özellikleri iç tutarlılık yöntemiyle incelenmiştir. Ayrıca ölçeğin zamana karşı tutarlılığını ölçmek için aynı katılımcılardan üç hafta arayla elde edilen puanlar arası korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ölçeğine ilişkin diğer bulgular Ek 1’de sunulmuştur.

3.1.4.3 Psikolojik İyi Oluş Ölçeği

Diener ve arkadaşları (2009) tarafından geliştirilen “*Psikolojik İyi Oluş Ölçeği*” sekiz maddeye sahiptir. Ölçek yedili likert (Kesinlikle Katılmıyorum: 1 ile Kesinlikle Katılıyorum: 7) olarak düzenlenmiştir. Bütün maddeler olumlu şekilde ifade edilmektedir. Ölçeğin ülkemizdeki geçerlik ve güvenirlik çalışmaları Telef (2011; 2013) tarafından yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda toplam açıklanan varyansın %42 olduğu ve maddelerin tek faktör altında toplandığı, faktör yüklerinin .54 ile .76 arasında olduğu hesaplanmıştır. İhtiyaç doyumu ölçeği ve psikolojik iyi oluş ölçekleri benzer ölçek geçerliği için kullanılmıştır. Psikolojik İyi Oluş ile İhtiyaç Doyumu Ölçeği ve diğer psikolojik iyi oluş ölçekleri arasında Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu .56 ve .73 ($p<.01$) olarak bulunmuştur. Cronbach alfa katsayısı ise .80 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin tekrar test ölçümünde yüksek düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ($r=.86$, $p<.01$). İyi

oluşun yönlerine dair ölçümler sağlamayan ölçek, olumlu işlevler hakkında genel bir bakış sağlamaktadır (Diener ve vd., 2010). Psikolojik iyi oluş ölçeğine ilişkin diğer bulgular Ek 1’de sunulmuştur.

3.1.4.4 Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Algısı Ölçeği

Zimet ve arkadaşları (1988) tarafından geliştirilmiş olan “*Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği*” üç farklı kaynaktan alınan (arkadaş, aile, özel kişi) sosyal desteğin yeterliliğinin öznel değerlendirilmesi amacıyla geliştirilmiştir. On iki maddeden oluşan ölçek her biri dört maddeden oluşan desteğin kaynağına ilişkin aile, arkadaş ve özel kişi olmak üzere üç grup içerir. Ölçek yedili likert (Kesinlikle Katılmıyorum: 1 ile Kesinlikle Katılıyorum: 7) olarak düzenlenmiştir. Ölçeğin Türkçeye uyarlamasının (Eker, Akar; 2001) üniversite öğrencileri üzerindeki uygulamasından cronbach alfa katsayısı .80 olarak, toplam açıklanan varyansın arkadaş desteğinde 12.7, aile desteğinde 22.7, özel kişi desteğinde 39.8 olduğu hesaplanmıştır. Ölçeğin yapı geçerliliğini üniversite örneklemini desteklemektedir. Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeğine ilişkin diğer bulgular Ek 1’de sunulmuştur.

3.1.5 Verilerin Analizi

Araştırmanın verileri SPSS 26 programı kullanılarak analiz edilmiş olup ilk olarak elde edilen verilerin normallik analizleri yapılmıştır. Daha sonra ana model değişkenleri ve değişkenlerin alt boyutları arasındaki ilişkiler Pearson Korelasyon Analizi kullanılarak incelenmiştir. Demografik veriler ve ana değişkenlerin ortalama puan karşılaştırmaları “Bağımsız örneklem T Testi”, “Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)” ve “Pearson Korelasyon Analizi” yardımıyla incelenmiş ve analiz edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş değişkenleri arasındaki ilişkide sosyal destek algısı değişkeninin alt boyutlarının aracılık etkisini ölçmek için “Hayes 4 nolu” aracılık analizi kullanılmıştır.

3.2 Bulgular

Araştırmanın bulguları; demografik özelliklere yönelik bulgular, değişkenler arası korelasyon ilişkisine yönelik bulgular ve sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş ilişkisinde sosyal destek algısının aracı rolüne ilişkin bulgular olmak üzere üç ayrı grupta kategorize edilmiştir.

3.2.1 Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular

Bu bölümde, araştırmanın hipotezlerine dayanarak, demografik değişkenlere göre sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş, aile, arkadaş ve özel kişiden görülen sosyal destek değişkenleri örneklem grubundan elde edilen üniversite öğrencilerinin bilgileri üzerinde istatistiksel olarak incelenmiştir.

3.2.1.1 Sosyal Medya Bağımlılığıyla Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Cinsiyete, sosyal medya uygulamalarına erişilen cihaza, kaç yıldır sosyal medya kullandığına ve sosyal medyada harcanan vakte göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular kategoriler halinde devam eden kısımlarda detaylandırılmıştır.

3.2.1.1.1 Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde cinsiyetin etkisini belirlemek için yapılan t testi sonuçları Tablo 3.5'te sunulmuştur. Tabloda, cinsiyete göre öğrenci sayıları, sosyal medya bağımlılığı puanlarının ortalamaları, standart sapmaları, serbestlik dereceleri, t değerleri ve anlamlılık düzeyleri yer almaktadır.

Tablo 3.5: Cinsiyete göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanlarının testi sonuçları

Cinsiyet	N	X _{ort}	SS	Sd	t	p	Sonuç
Kız	412	17.14	5.21	560	4.39	.000	Anlamlı
Erkek	150	14.95	5.31				

*p<.05,

**p<.01

Tabloda yer alan bilgilere göre, kız (X = 17.14, SS = 5.21) ve erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puan ortalamaları (X = 14.95, SS = 5.31) arasındaki farkın .05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür [t (560) = 4.39, p> .05]. Bu sonuca dayanarak kız ve erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanları üzerinde cinsiyetin anlamlı bir etkisinin bulunduğu belirlenmiştir. Kız öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanları ortalamalarının (X=17.14), erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanları ortalamalarından (X=14.95) daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuç kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medyaya daha fazla bağımlı olduklarını göstermektedir.

3.2.1.1.2 Sosyal Medya Uygulamalarına Erişilen Cihaza Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarına eriştikleri cihaza göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için verilere “Tek Yönlü ANOVA” uygulanmış ve bulgular Tablo 3.6’da verilmiştir.

Tablo 3.6:Sosyal medyaya erişilen cihazlar göre sosyal medya bağımlılığı

Erişilen Cihaz(lar)	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
Sadece Bilgisayar	4	14.00	5.23	2	.65	.53	Anlamsız
Sadece Mobil Cihazlar	245	16.42	5.21				
Bilgisayar Mobil Cihazlar	313	16.69	5.41				

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

Tablo 3.6 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya uygulamalarına eriştikleri cihaza göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin tutum puanları ortalamaları ($f(2) = .65$; $p > .05$) arasında sosyal medya uygulamalarına erişilen cihaza göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı gözlenmektedir.

3.2.1.1.3 Yıl Bazında Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullandıkları yıla göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için verilere “Tek Yönlü ANOVA” uygulanmış, ANOVA testi sonucu p değeri anlamlı bulunmuştur ($.002 < .05$). Bulgular Tablo 3.7’de verilmiştir.

Tablo 3.7: Sosyal medya kullanım yılına göre sosyal medya bağımlılığı

Sosyal Medya Kullanım Yılı	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
1 yıldan az	9	13.11	8.54	3	5.03	.002	Anlamlı
1-6 yıl arası	224	15.72	5.06				
6-11 yıl arası	250	17.32	5.26				
11 yıldan fazla	79	16.87	5.39				

*p<.05,

**p<.01

Tablo 3.7 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanma yılına göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin tutum puanları ortalamaları ($f(3) = .002$; $p > .05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir

fark olduğu gözlenmektedir. Bir yıldan az süredir sosyal medya kullanmaya başlayan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanlarının ortalamaları ($X=13.11$), bir altı yıl arası sosyal medya kullanmaya devam eden öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanlarının ortalamalarından ($X=15.72$), altı ile on bir yıl arası sosyal medya kullanmaya devam eden öğrencilerin sosyal medya puanları ortalamalarından ($X=17.32$) ve on bir yıldan fazla süredir sosyal medya kullanan öğrencilerin sosyal medya puanları ortalamalarından ($X=16.87$) daha düşüktür. Bu sonuç, sosyal medya kullanım süresinin artmasıyla birlikte bağımlılık düzeyinin arttığını göstermektedir.

3.2.1.1.4 Sosyal Medyada Bir Günde Geçirilen Vakte Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin bir günde sosyal medyada geçirdikleri vakte göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için verilere “Tek Yönlü ANOVA” testi uygulanmış, ANOVA testi sonucu p değeri anlamlı bulunmuştur ($.000<.05$). Bulgular Tablo 3.8’de verilmiştir.

Tablo 3.8: Sosyal medyada bir günde geçirilen vakte göre sosyal medya bağımlılığı

Bir Günde Geçirilen Vakit	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
1 saatten az	47	11.91	5.06	4	29.12	.000	Anlamlı
1-3 saat arası	223	15.21	4.90				
4-6 saat arası	226	17.69	4.74				
7-9 saat arası	46	20.72	4.87				
10 saatten fazla	20	20.00	5.12				

* $p<.05$,

** $p<.01$

Tablo 3.8 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin bir günde sosyal medyada geçirdikleri vakte göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin tutum puanları ortalamaları ($f(4) = 29.12$; $p>.05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu gözlenmektedir. Bir gün içinde; bir saatten daha az süreyle sosyal medya kullanan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanları ortalamaları ($X=11.91$), bir ile üç saat arası sosyal medya kullanan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanları ortalamalarından ($X=15.21$), dört ile altı saat arası sosyal medya kullanan öğrencilerin sosyal medya puanları ortalamalarından ($X=17.69$), yedi ile dokuz saat arası sosyal medya kullanan öğrencilerin sosyal medya puanları ortalamalarından ($X=20.72$) ve on saatten daha

fazla süreyle sosyal medya kullanan öğrencilerin sosyal medya puanları ortalamalarından ($X=20.00$) daha az olumludur. Bu bulgular, günlük sosyal medya kullanım süresinin artmasıyla birlikte bağımlılık düzeyinin arttığını göstermektedir. Bu sonuç sosyal medyanın bir günlük kullanım saati arttıkça bağımlı olma durumunu arttırdığını göstermektedir.

3.2.1.1.5 Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için verilere “Tek Yönlü ANOVA” testi uygulanmış ve bulgular Tablo 3.9’da verilmiştir.

Tablo 3.9: Öğrencilerin eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılığı

Eğitim Durumu	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
Önlisans	134	16.33	5.29	2	2.95	.05	Anlamsız
Lisans	397	16.79	5.29				
Lisansüstü	29	14.38	5.54				

* $p<.05$,

** $p<.01$

Tablo 3.9 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin tutum puanları ortalamaları ($f(2) = 2.95$; $p>.05$) arasında anlamlı bir fark olmadığı gözlenmektedir.

3.2.1.1.6 Ailesinin Aylık Gelirine Göre Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin ailesinin aylık gelirine göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için verilere “Tek Yönlü ANOVA” testi uygulanmış ve bulgular Tablo 3.10’da verilmiştir.

Tablo 3.10: Öğrencilerin ailesinin aylık gelirine göre sosyal medya bağımlılığı

Ailenin Aylık Geliri (TL)	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
5.000 den az	12	15.08	7.25	6	1.42	.206	Anlamsız
5.000- 9.000	149	16.92	5.49				
9.000-16.000	213	16.89	5.31				
16.000-25.000	117	15.78	4.89				
25.000-50.000	52	16.87	5.36				
50.000- 70.000	15	15.40	4.91				
70.000 üstü	4	12.25	3.59				

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

Tablo 3.10 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin ailelerinin aylık gelirine göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin tutum puanları ortalamaları ($f(6) = 1.42$; $p > .05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı gözlenmektedir.

3.2.1.2 Psikolojik İyi Oluşla Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Cinsiyete, eğitim durumuna, ailesinin aylık gelirine göre psikolojik iyi oluş puanına ilişkin bulgular kategoriler halinde devam eden kısımlarda detaylandırılmıştır.

3.2.1.2.1 Cinsiyete Göre Psikolojik İyi Oluş Puanlarına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin cinsiyete bağlı olarak psikolojik iyi oluş puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t testi analizi yapılmıştır. Tablo 3.11'de, cinsiyete göre öğrenci sayıları, psikolojik iyi oluş puanlarının ortalama değerleri, standart sapmaları, serbestlik dereceleri, t değerleri ve önem düzeyleri sunulmuştur.

Tablo 3.11: Cinsiyete göre üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanları

Cinsiyet	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
Kız	412	39.69	8.75	230.07	-.53	.60	Anlamsız
Erkek	150	40.19	10.40				

*p<.05,

**p<.01

Tabloda yer alan verilere göre, psikolojik iyi oluş puanlarına göre kız öğrenciler ($X = 39.69$, $SS = 8.75$) ve erkek öğrenciler ($X = 40.19$, $SS = 10.40$)

arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu (.05 düzeyinde) görülmüştür [t (230.07) =-.53, p> .05]. Bu bulgulara dayanarak, cinsiyetin psikolojik iyi oluş puanları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir.

3.2.1.2.2 Eğitim Durumuna Göre Psikolojik İyi Oluş Puanlarına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin eğitim durumuna göre psikolojik iyi oluş puanlarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için verilere “Tek Yönlü ANOVA” testi uygulanmış, ANOVA testi sonucu p değeri anlamlı bulunmuştur (.000<.05). Bulgular Tablo 3.12’de verilmiştir.

Tablo 3.12: Öğrencilerin eğitim durumuna göre üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanları

Eğitim Durumu	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
Önlisans	134	37.88	10.12	2	8.61	.000	Anlamlı
Lisans	397	40.07	8.86				
Lisansüstü	29	45.38	7.15				

*p<.05,

**p<.01

Tablo 3.12 incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin eğitim durumuna göre psikolojik iyi oluşlarının farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin tutum puanları ortalamaları (f (2) = 8.61; p>.05) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu gözlenmektedir. Lisansüstü eğitim düzeyindeki öğrencilerin psikolojik iyi oluş puanları ortalamaları (X=45.38), lisans eğitim düzeyindeki öğrencilerin psikolojik iyi oluş puanları ortalamalarından (X=40.07) ve önlisans eğitim düzeyinde olan öğrencilerin psikolojik iyi oluş puanları ortalamalarından(X=37.88) daha çok olumludur. Lisans eğitim düzeyindeki öğrencilerin psikolojik iyi oluş puanları ortalamaları ise (X=40.07), önlisans eğitim düzeyinde olan öğrencilerin psikolojik iyi oluş puanları ortalamalarından(X=37.88) daha çok olumludur. Bu sonuç eğitim düzeyi arttıkça psikolojik iyi oluşunda arttırdığını göstermektedir.

3.2.1.2.3 Ailesinin Aylık Gelirine Göre Psikolojik İyi Oluş Puanlarına İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin ailelerinin aylık gelirine göre psikolojik iyi oluş puanlarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için verilere “Tek Yönlü

ANOVA” testi uygulanmış, ANOVA testi sonucu p değeri anlamlı bulunmuştur (.000<.05). Bulgular Tablo 3.13’te verilmiştir.

Tablo 3.13: Öğrencilerin ailesinin aylık gelirine göre üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanları

Ailenin Aylık N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
Geliri(TL)						
5.000 den az	12	35.83	13.62	6	5.31	.000 Anlamlı
5.000- 9.000	149	36.87	9.79			
9.000-16.000	213	40.28	8.13			
16.000-25.000	117	41.38	8.29			
25.000-50.000	52	41.84	10.57			
50.000- 70.000	15	45.27	8.44			
70.000 üstü	4	45.00	6.16			

*p<.05,

**p<.01

Tablo 3.13’ü incelediğimizde, üniversite öğrencilerinin ailesinin aylık gelirine göre psikolojik iyi oluşlarının farklılaşıp farklılaşmadığına dair tutum puanları ortalamaları ($f(6) = 5.31$; $p > .05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Ailesinin aylık geliri 50.000- 70.000 TL arası olan öğrencilerin psikolojik iyi oluş puanları ortalamaları($X=45.27$), ailesinin aylık geliri 25.000- 50.000 TL ($X=41.84$), 16.000- 25.000 TL ($X=41.38$), 9.000- 16.000 TL ($X=40.28$), 5.000- 9.000 (36.87) ve 5.000’den az (35.83) olan öğrencilerin psikolojik iyi oluş puanları ortalamalarından daha çok olumludur. Bu sonuç ailesinin aylık gelirinin artışının belli bir kategoriye kadar psikolojik iyi oluşta artış sağladığı sonraki kategoride ise gelir artışının psikolojik iyi oluşu düşürdüğü gözlenmektedir.

3.2.1.3 Sosyal Destek Algısı Alt Boyutları ile Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Cinsiyete, yaşamının büyük bir kısmının geçirildiği yere, eğitim süresince barındığı yere, eğitim durumuna ve ailesinin aylık gelirine göre sosyal destek algısı alt boyutlarına ilişkin bulgular kategoriler halinde devam eden kısımlarda detaylandırılmıştır.

3.2.1.3.1 Cinsiyete Göre Sosyal Destek Algısı Puanları

Tablodan, sosyal destek algısı puanlarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonuçlarına ulaşılabilir.

Cinsiyete göre öğrenci sayıları, aile, arkadaş ve özel kişi desteği alt boyutlarındaki puan ortalamaları, standart sapmaları, serbestlik dereceleri, t değerleri ve önem düzeyleri Tablo 3.14'te sunulmuştur.

Tablo 3.14: Cinsiyete göre üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısı puanları

	Cinsiyet	N	Xort	SS	Sd	t	p	Sonuç
Aile Desteği	Kız	412	20.37	6.43	560	.61	.54	Anlamsız
	Erkek	150	19.99	6.68				
Arkadaş Desteği	Kız	412	21.46	6.15	560	2.17	.03	Anlamlı
	Erkek	150	20.15	6.80				
Özel Kişi Desteği	Kız	412	16.24	9.06	560	.22	.83	Anlamsız
	Erkek	150	16.05	8.64				
Sosyal Destek Toplam	Kız	412	58.06	16.44	560	1.18	.24	Anlamsız
	Erkek	150	56.19	17.11				

*p<.05,

**p<.01

Tablodaki bilgilere göre, erkek ($X = 19.99$, $SS = 6.68$) ve kız ($X = 20.37$, $SS = 6.43$) öğrencilerin aile desteği algısı puan ortalamaları arasındaki farkın .05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamsız olduğu gözlenmiştir [$t(560) = .61$, $p > .05$]. Bu sonuç, cinsiyetin aile destek algısı puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

Tablodaki bilgilere göre, erkek ($X = 20.15$, $SS = 6.80$) ve kız ($X = 21.46$, $SS = 6.15$) öğrencilerin arkadaşlık desteği algısı puan ortalamaları arasındaki farkın .05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamsız olduğu görülmüştür [$t(560) = 2.17$, $p > .05$]. Bu sonuca göre, cinsiyetin arkadaşlık desteği algısı puanları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir. Kız öğrencilerin arkadaşlık desteği algısı puanları ($X = 21.46$), erkek öğrencilerin arkadaşlık desteği algısı puanlarından ($X = 20.15$) biraz daha yüksektir. Bu bulgu, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre arkadaşlık desteği algısının biraz daha olumlu olduğunu göstermektedir.

Tablodaki bilgilere göre, erkek ($X = 16.05$, $SS = 8.64$) ve kız ($X = 16.24$, $SS = 9.06$) öğrencilerin özel kişi desteği algısı puan ortalamaları arasındaki farkın .05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamsız olduğu görülmüştür [$t(560) = .22$, $p > .05$]. Bu sonuca göre, cinsiyetin özel kişi desteği algısı puanları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir.

Tablodaki bilgilere göre, erkek ($X = 56.19$, $SS = 17.11$) ve kız ($X = 58.06$, $SS = 16.44$) öğrencilerin sosyal destek algısı puan ortalamaları arasındaki farkın .05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamsız olduğu görülmüştür [$t(560) = 1.18$, $p > .05$]. Bu sonuca göre, cinsiyetin sosyal destek algısı puanları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir.

3.2.1.3.2 Yaşamının Büyük Bir Kısımını Geçirdiği Yere Göre Sosyal Destek Algısı Puanları

Üniversite öğrencilerinin yaşamlarının büyük bir kısmını geçirdikleri yere göre sosyal destek algısı alt boyutlarının farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin yaşamlarının büyük bir kısmını geçirdikleri yere göre sosyal destek algısı alt boyutlarının ortalamaları, standart sapmaları, serbestlik derecesi, f değeri ve önemlilik düzeyi Tablo 3.15'te sunulmuştur.

Tablo 3.15: Öğrencilerin yaşamının büyük bölümünü geçirdiği yere göre sosyal destek algısı puanları

Sosyal Destek Algısı	Yaşamının Büyük Bir Kısımını Geçirdiği Yer	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
Aile	Köy	66	18.58	6.75	3	2.10	.10	Anlamsız
	Kasaba	28	20.36	6.78				
	Şehir	242	20.81	6.37				
	Büyükşehir	226	20.17	6.46				
Arkadaş	Köy	66	21.11	5.64	3	.508	.68	Anlamsız
	Kasaba	28	22.25	5.45				
	Şehir	242	21.25	6.45				
	Büyükşehir	226	20.81	6.56				
Özel Kişi	Köy	66	15.53	9.09	3	1.56	.20	Anlamsız
	Kasaba	28	14.29	9.68				
	Şehir	242	17.06	8.61				
	Büyükşehir	226	15.68	9.12				
Sosyal Destek Toplam	Köy	66	55.21	15.84	3	1.39	.24	Anlamsız
	Kasaba	28	56.89	17.28				
	Şehir	242	59.65	16.60				
	Büyükşehir	226	57.56	16.76				

* $p < .05$,

** $p < .01$

Tabloda yer alan bilgilere göre, üniversite öğrencilerinin yaşamının büyük bölümünü geçirdikleri yer kategorilerinin sosyal destek algısı alt boyutları ortalama puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir.

3.2.1.3.3 Eğitim Süresince Barındığı Yere Göre Sosyal Destek Algısı Puanları

Üniversite öğrencilerinin eğitim süresince barındıkları yere göre sosyal destek algısı alt boyutlarının farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin eğitim süresince barındıkları yere göre sosyal destek algısı alt boyutlarının ortalamaları, standart sapmaları, serbestlik derecesi, f değeri ve önemlilik düzeyi Tablo 3.16’da sunulmuştur.

Tablo 3.16: Öğrencilerin eğitim süresince barındığı yere göre sosyal destek algısı puanları

Sosyal Destek Algısı	Barındığı Yer	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
Aile Desteği	Yurt	313	20.00	6.59	2	2.38	.09	Anlamsız
	Kendi Evi	145	21.26	6.53				
	Aile Yanı	104	19.70	6.03				
Arkadaş Desteği	Yurt	313	20.92	6.26	2	.33	.72	Anlamsız
	Kendi Evi	145	21.43	6.78				
	Aile Yanı	104	21.20	6.06				
Özel Kişi Desteği	Yurt	313	16.07	9.09	2	2.14	.12	Anlamsız
	Kendi Evi	145	17.31	8.84				
	Aile Yanı	104	14.97	8.51				
Sosyal Destek Toplam	Yurt	313	56.99	16.93	2	2.30	.10	Anlamsız
	Kendi Evi	145	60.01	16.54				
	Aile Yanı	104	55.88	15.61				

*p<.05,

**p<.01

Tabloda yer alan bilgilere göre, üniversite öğrencilerinin eğitim süresince barındıkları yer kategorilerinin sosyal destek algısı alt boyutlarının ortalama puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir.

3.2.1.3.4 Eğitim Durumuna Göre Sosyal Destek Algısı Puanlar

Üniversite öğrencilerinin eğitim durumlarına göre sosyal destek algısı alt boyutlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü

ANOVA testi uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin eğitim durumlarına göre sosyal destek algısı alt boyutlarının ortalamaları, standart sapmaları, serbestlik derecesi, f değeri ve önemlilik düzeyi Tablo 3.17’de sunulmuştur.

Tablo 3.17: Eğitim durumuna göre üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısı puanları

Sosyal Destek Algısı	Eğitim Durumu	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
Aile Desteği	Önlisans	134	20.11	6.92	2	.18	.84	Anlamsız
	Lisans	397	20.29	6.36				
	Lisansüstü	29	20.90	6.31				
Arkadaş Desteği	Önlisans	134	19.47	7.58	2	6.27	.002	Anlamlı
	Lisans	397	21.56	5.87				
	Lisansüstü	29	22.52	5.46				
Özel Kişi Desteği	Önlisans	134	15.87	8.86	2	2.51	.08	Anlamsız
	Lisans	397	16.03	9.01				
	Lisansüstü	29	19.79	8.02				
Sosyal Destek Toplam	Önlisans	134	55.46	18.23	2	2.83	.06	Anlamsız
	Lisans	397	57.88	16.16				
	Lisansüstü	29	63.21	14.28				

*p<.05,

**p<.1

Tabloda yer alan bilgilere göre, üniversite öğrencilerinin eğitim durumuna göre sosyal destek algısının aile ve özel kişi desteği alt boyutlarının ortalama puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir. Ancak öğrencilerin eğitim düzeylerine göre arkadaş desteği algısının .05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür [$t(2) = 6.27, p > .05$]. Lisansüstü eğitim düzeyindeki öğrencilerin ($X = 22.52, SS = 5.46$), lisans ($X = 21.56, SS = 5.87$) ve önlisans ($X = 19.47, SS = 7.58$) eğitim düzeyindeki öğrencilerden daha olumlu arkadaş desteği algısı puanlarına sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç öğrencilerin eğitim düzeyi arttıkça arkadaş desteği algılarının arttığını göstermektedir.

3.2.1.3.5 Ailesinin Aylık Gelirine Göre Sosyal Destek Algısı Puanları

Üniversite öğrencilerinin ailelerinin aylık gelirine göre sosyal destek algısı alt boyutlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin ailelerinin aylık gelirine göre sosyal destek algısı alt boyutlarının ortalamaları, standart sapmaları, serbestlik derecesi, f değeri ve önemlilik düzeyi Tablo 3.18’de sunulmuştur.

Tablo 3.18: Üniversite öğrencilerinin ailesinin aylık gelirine göre sosyal destek algısı puanları

Sosyal Destek Algısı	Gelir Düzeyi (TL)	N	Xort	SS	Sd	f	p	Sonuç
Aile Desteği		313	20.00	6.59	2	2.38	.09	Anlamsız
	5.000 - 9.000	145	21.26	6.53				
	9.000-16.000	104	19.70	6.03				
	16.000-25.000							
	25.000-50.000							
	50.000-70.000							
	70.000 üstü							
Arkadaş Desteği	Yurt	313	20.92	6.26	2	.33	.72	Anlamsız
	Kendi Evi	145	21.43	6.78				
	Aile Yanı	104	21.20	6.06				
Özel Kişi Desteği	Yurt	313	16.07	9.09	2	2.14	.12	Anlamsız
	Kendi Evi	145	17.31	8.84				
	Aile Yanı	104	14.97	8.51				
Sosyal Destek Toplam	Yurt	313	56.99	16.93	2	2.30	.10	Anlamsız
	Kendi Evi	145	60.01	16.54				
	Aile Yanı	104	55.88	15.61				

*p<.05,

**p<.01

Tabloda yer alan bilgilere göre, üniversite öğrencilerinin ailelerinin aylık gelirinin sosyal destek algısı alt boyutlarının ortalama puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir.

3.2.2 Değişkenler Arasındaki Korelasyon İlişkisine Yönelik Bulgular

Bu bölüm sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş, psikolojik iyi oluşla sosyal destek algısı, sosyal medya bağımlılığıyla sosyal destek arasındaki ilişkilerin incelendiği alt başlıklardan oluşmaktadır.

3.2.2.1 Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişki

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki Pearson korelasyon katsayısı ile hesaplanmış ve sonuçlar Tablo 3.19’de sunulmuştur.

Tablo 3.19: Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş

	Sosyal Medya Bağımlılığı	Psikolojik İyi Oluş
Sosyal Medya Bağımlılığı	1	-.18**
Psikolojik İyi Oluş	-.18**	1

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

Tabloda görüldüğü gibi, öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında-.18 düzeyinde negatif ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır (p <.05). Bu sonuca göre, sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça öğrencilerin psikolojik iyi oluş düzeylerinin düştüğü görülmektedir.

3.2.2.2 Psikolojik İyi Oluş ve Sosyal Destek Algısı Arasındaki İlişki

Öğrencilerin psikolojik iyi oluş ve aile, arkadaş, özel kişi tarafından gördükleri destekle algıladıkları sosyal destek puanları arasındaki ilişki Pearson korelasyon katsayısı ile hesaplanmıştır. Bulgular Tablo 3.20’de ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Tablo 3.20: Psikolojik iyi oluş ve sosyal destek ilişkisi

	Aile Desteği	Arkadaş Desteği	Özel Kişi Desteği	S. Destek Toplam
Psikolojik İyi Oluş	.49**	.51**	.34**	.57**

*p<.05,

**p<.01

Üniversite öğrencilerinin aile desteği algısı ile psikolojik iyi oluş puanları ($r = .49, p < .05$), arkadaş desteği algısı ile psikolojik iyi oluş puanları ($r = .51, p < .05$) ve özel kişi desteği algısı ile psikolojik iyi oluş puanları ($r = .34, p < .05$) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler gözlemlenmiştir. Bu sonuçlara göre, psikolojik iyi oluş puanı arttıkça üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısının da arttığı görülmektedir.

3.2.2.3 Sosyal Destek ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ve aile, arkadaş, özel kişi tarafından gördükleri destekle algıladıkları sosyal destek puanları arasındaki ilişki Pearson korelasyon katsayısı ile hesaplanmıştır. Bulgular Tablo 3.21’de ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Tablo 3.21: Sosyal destek algısı ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisi

	Aile Desteği	Arkadaş Desteği	Özel Kişi Desteği	S. Destek Toplam
Sosyal Medya Bağımlılığı	-.18**	.01	.02	-.05

* $p < .05$,

** $p < .01$

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı puanları ile aile desteği puanları arasında ($r = -.18, p < .05$) negatif yönde anlamlı bir ilişkiye rastlanmış olup arkadaş tarafından algılanan sosyal destek ($r = .01, p < .05$) özel kişi tarafından algılanan sosyal destek ($r = .02, p < .05$) alt ölçekleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Bu sonuca göre, aile tarafından gösterilen sosyal destek puanı arttıkça öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanlarının azaldığı ancak arkadaş ve özel kişi desteğinin sosyal medya bağımlılık puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır.

3.2.3 Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik İyi Oluş İlişkisinde Sosyal Destek Algısının Rolü

Sosyal Medya Bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide sosyal destek algısının aile, arkadaş, özel kişi alt boyutlarının aracılık rolünün incelenmesi amacıyla değişkenler arasındaki ilişki Pearson korelasyon katsayısı ile hesaplanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen veriler Tablo 3.22’de sunulmuştur.

Tablo 3.22: Sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı alt boyutlarının ilişkisi

	Sosyal Medya Bağımlılığı	Psikolojik İyi Oluş	Aile Desteği	Arkadaş Desteği	Özel Kişi Desteği	S. Destek Toplam
Sosyal Medya Bağımlılığı	1					
Psikolojik İyi Oluş	-.18**	1				
Aile Desteği	-.18**	.49**	1			
Arkadaş Desteği	.01	.51**	.52**	1		
Özel Kişi Desteği	.02	.34**	.30**	.32**	1	
S. Destek Toplam	-.05	.57**	.76**	.78**	.75**	1

*p<.05,

*p<.01

Sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı alt boyutlarından arasında sadece aile desteği alt boyutunda anlamlı düzeyde korelatif ilişki görülmesi nedeniyle aracılık analizi sadece bu boyutla yapılmış ve sosyal destek algısının diğer alt boyutları analize dahil edilememiştir.

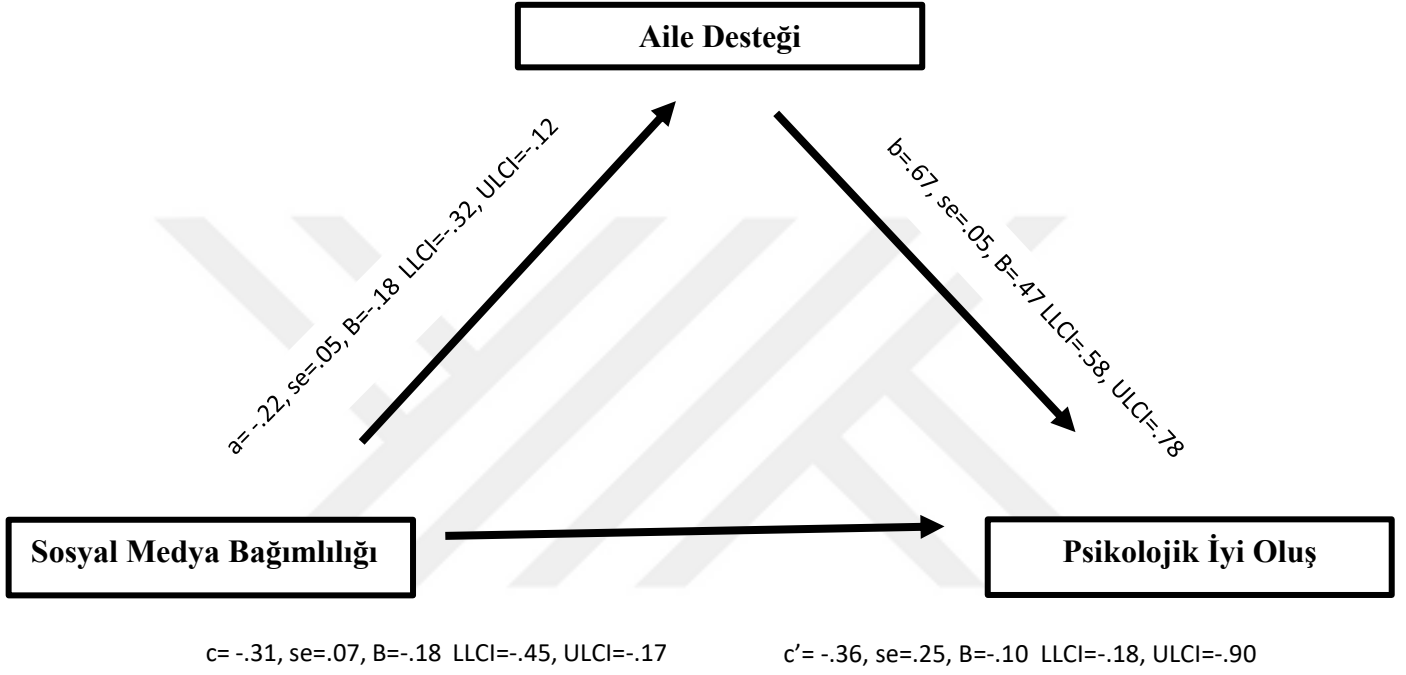
3.2.3.1 Aile Desteğinin Aracı Rolünün İncelenmesi

Hayes 4 nolu aracılık analizine göre, sosyal medya bağımlılığı ile aracı değişken olan aile desteği arasındaki ilişki anlamlıdır ($E(a) = -.22$, $se = .05$, $p = .0001$, $LLCI = -.32$, $ULCI = -.12$). Ayrıca, aile desteği ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide anlamlıdır ($E(b) = .67$, $se = .05$, $p = .00001$, $LLCI = .47$, $ULCI = .17$). Başlangıçta sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki anlamlıdır ($E(c) = -.31$, $se = .07$, $p = .0000$, $LLCI = -.45$, $ULCI = -.17$). Ancak aracı değişken olan aile desteği modele eklendiğinde, bu ilişki düşmektedir ($E(c') = -.36$, $se = .07$, $p = .01$, $LLCI = -.29$, $ULCI = .90$). Aracı değişken olan aile desteği, sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş arasında orta düzeyde güçlü bir aracı değişkendir ($E(\text{dolaylı etki}) = -.08$, $se = .02$, $LLCI = -.12$, $ULCI = -.04$).

Tablo 3.23: Aile desteğinin aracı rolü

	E	se	p	LLCI	ULCI
Toplam Etki	-.31	.07	.0000	-.45	-.17
Direkt Etki	-.17	.06	.01	-.29	-.04
Dolaylı Etki	-.08	.02		-.12	-.04

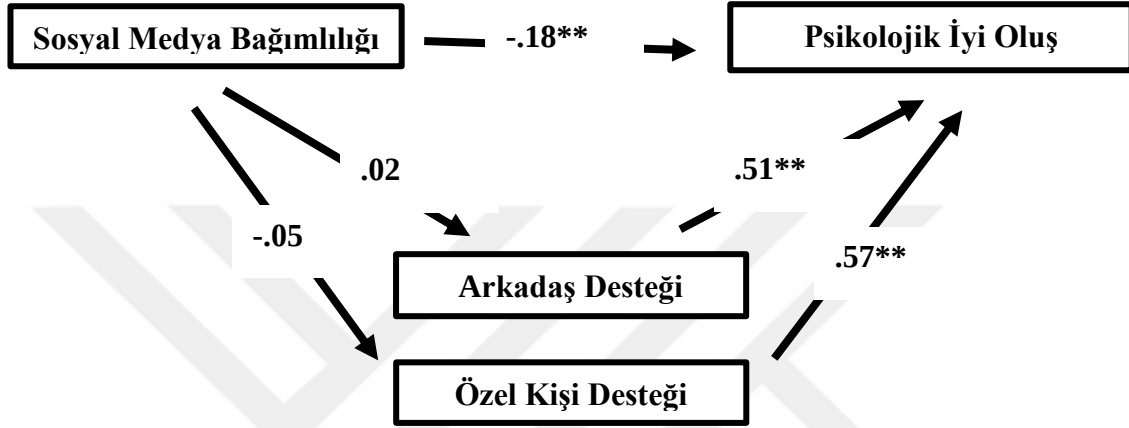
*p<.05, *p<.01



Şekil 3.2: Aile desteğinin aracı rolü

Sonuç olarak aile desteğinin, sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş ilişkisinde aracı değişken olduğu saptanmıştır. Bu çerçevede sosyal medya bağımlılığının artması sonucu aile desteğinin düşmesi psikolojik iyi oluşun düşüşünü etkilemektedir.

3.2.3.2 Arkadaş Desteğinin ve Özel Kişi Desteğinin Aracı Rolünün İncelenmesi



Şekil 3.3: Arkadaş desteğinin ve özel kişi desteğinin aracı rolü

Şekil 3.4’ te görüldüğü gibi sosyal medya bağımlılığıyla arkadaş ve özel kişi desteği arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı için sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluşla ilişkisinde sosyal destek algısı alt boyutlarından olan arkadaş desteği ve özel kişi desteğinin aracı rolüne bakmak için aracılık analizi yapılamamıştır.

Bu çalışmada, psikolojik iyi oluş düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelendiği ve bulgular bölümünde hipotezlerin bazılarının kanıtlandığı belirtilmiştir. Pearson korelasyon katsayılarına dayanarak sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı alt boyutları arasında anlamlı ilişkilerin olduğu gözlenmiş ve bu ilişkinin .05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Değişkenlerin açıkladığı varyanslar incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı değişkeninin psikolojik iyi oluş düzeyini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde açıkladığı bulunmuştur. Ayrıca, çalışmada belirtilen bulgular doğrultusunda, aile desteği alt boyutunun sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide aracı değişken rolünü oynadığı kanıtlanmıştır.

Tablo 3.24: Hipotezlerin kabul ve red bilgisine ilişkin sonuçlar

	Hipotez	Sonuç
H1	Sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H2	Sosyal medya bağımlılığıyla sosyal destek algısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Red
H2a	Sosyal medya bağımlılığıyla aile desteği arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H2b	Sosyal medya bağımlılığıyla arkadaş desteği algısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Red
H2c	Sosyal medya bağımlılığıyla özel kişi desteği algısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.	Red
H3	Sosyal destek algısıyla psikolojik iyi oluş arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H3a	Aile desteğiyle psikolojik iyi oluş arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul
H3b	Arkadaş desteğiyle psikolojik iyi oluş arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır	Kabul
H3c	Özel kişi desteğiyle psikolojik iyi oluş arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır	Kabul
H4	Sosyal destek algısı, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluşla arasındaki ilişkide aracı role sahiptir.	Red
H4a	Aile desteği, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluşla arasındaki ilişkide aracı role sahiptir.	Kabul
H4b	Arkadaş desteği, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluşla arasındaki ilişkide aracı role sahiptir.	Red
H4c	Özel kişi desteği, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluşla arasındaki ilişkide aracı role sahiptir.	Red
H5	Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanlarının demografik özelliklere göre değişmesi beklenmektedir.	Red
H5a	Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Kabul
H5b	Sosyal medya uygulamalarına erişilen cihaza göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Red
H5c	Yıl bazında sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Kabul
H5d	Sosyal medyada bir günde geçirilen vakte göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Kabul
H5e	Eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Red

H5f	Ailesinin aylık gelirine göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Red
H6	Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş puanlarının demografik özelliklere göre değişmesi beklenmektedir.	Red
H6a	Cinsiyete göre psikolojik iyi oluş puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Red
H6b	Eğitim durumuna göre psikolojik iyi oluş puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Kabul
H6c	Ailesinin aylık gelirine göre psikolojik iyi oluş puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Kabul
H7	Üniversite öğrencilerinin sosyal destek algısı puanlarının demografik özelliklere göre değişmesi beklenmektedir.	Red
H7a	Cinsiyete göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Red
H7b	Yaşamının büyük bir bölümünü geçirdiği yere göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Red
H7c	Eğitim süresince barındığı yere göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Red
H7d	Eğitim durumuna göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Red
H7e	Ailesinin aylık gelirine göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.	Red

SONUÇ

Bu bölümde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısının alt boyutları aralarındaki ilişkiler incelenmiş sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluşla ilişkisinde sosyal destek algısı alt boyutlarının aracı rolü analiz edilmiştir. Ayrıca demografik özelliklerin sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı değişkenlerine göre incelenmesine yönelik tartışma ve yorumlara yer verilmiştir.

İlerleyen teknoloji ile hayatımıza giren sosyal medya, getirdiği yeniliklerle birçok mecrada kendisini göstermiş ve kısa sürede hayatımızda önemli bir yere sahip olmuştur. Zamandan ve mekândan bağımsız olarak diğerleriyle iletişim kurma ve bilgi paylaşma imkânı sunan sosyal medya birçok olumlu özelliğinin yanı sıra olumsuz özellikleride bünyesinde barındırmaktadır. Son zamanlarda ortaya çıkan salgın hastalıklar sonucu insanların zamanlarının çoğunu evde geçirmesi, hayatın büyük bir kısmının teknoloji genelinde sosyal medyayla sınırlı kalmasına neden olmuştur. Bu durum sosyal medya kullanım oranlarını arttırmıştır. Sosyal medya kullanımının gittikçe artması ve artışın kontrol edilememesiyle sosyal medya kullanımı bağımlılığa dönüşmüştür. Böylelikle önceleri çok bilinmeyen bir kavram olan sosyal medya bağımlılığı kavramı, insanların gün geçtikçe en yakınlarında bile etkisini gözlemleyerek haberdar olduğu bir kavrama dönüşmüştür. Bu sebepten günümüzün önemli bir sorunu olarak kabul edilen sosyal medya bağımlılığının sonuçları ve bağımlılığı neden olan etmenler detaylı bir şekilde incelenmelidir.

Sosyal medya bağımlılığı oranlarının artmasıyla insanların psikolojisi ve insanların birleşimi olan toplumun sosyolojisi üzerinde sosyal medya bağımlılığının birçok etkisinin olduğu ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyayla birlikte insanlarla iletişim kurma ve toplum içinde davranış sergilemede yaşanan zorluklar, sosyolojik problemler arasında sayılırken psikolojik etkiler kişinin ruh hali ve iyilik hali üzerinde gözlenir. Ayrıca bağımlılık artışı kişinin çevresinden algıladığı sosyal destek yoksunluğunun bir sonucuyken diğer yandan bağımlılık sosyal desteğin az algılanmasına neden olur. Bu çerçevede sosyal medya bağımlılığının iyi oluş üzerinde gözlenebilir etkisinde sosyal destek algısı önemli bir paya sahiptir. Ancak sosyal destek algısının alt boyutları olan aile, arkadaş ve özel kişi desteğinde sosyal medya bağımlılığının iyi oluşla etkisinin pay dağılımı farklılaşmaktadır.

Görüldüğü gibi sosyal medya ve onun getirdiği bağımlılık lavabotuar ortamında incelenemeyecek kadar toplumun içinde, insanlarla içiçe bir kavramdır. Bu yüzden sosyal medyanın psikolojik iyi oluşla ilişkisi bir fanusun içine alınamayacak kadar karmaşıktır. Sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş, sosyal destek algısı değişkenlerinin birbiriyle ilişkisi ve demografik özelliklere (cinsiyet, eğitim düzeyi, eğitim süresince barındığı yer, yıl bazında yaşamının büyük kısmını geçirdiği yer, ailesinin aylık gelir düzeyi, sosyal medya uygulamalarına eriştikleri cihaz, kaç yıldır kullandığı ve günde kaç saat kullandığı) göre ana değişkenlerin incelenmesi, sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluşla ilişkisinde sosyal destek algısının aracı rolünü ortaya konulduğu modelin daha iyi kavranması için önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini, psikolojik iyi oluş düzeylerini ve sosyal destek algısı düzeylerini ölçmek ve bu ölçümler arasındaki ilişki düzeylerini ortaya çıkararak sosyal medya bağımlılığının, psikolojik iyi oluşla ilişkisinde, sosyal destek algısının aracı rolünü saptamak ve gelecek çalışmalar için bir model sunmaktır. Ayrıca katılımcılardan alınan demografik bilgilerin ana model değişkenlerine göre karşılaştırılmasının yapılması ve analiz bulgularının detaylı bir şekilde sunulması gelecek çalışmalarda örneklemin belirlenmesinde emsal teşkil etmesi açısından araştırmanın amaçları dahilindedir. Araştırmanın bulguları incelendiğinde, öncesinde hedeflenen amaçlara büyük ölçüde ulaşıldığı görülmektedir.

Araştırmada öncelikle ana modeldeki (sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş, sosyal destek algısı) değişkenleriyle ilişkili kavramların tanımları, gelişim süreçleri, etkileri ve detaylı açıklamaları yer almaktadır. Araştırmanın giriş bölümünde problem durumu, araştırmanın amacı, önemi, soruları ve hipotezleri, kuramsal çerçevesi, kapsam ve sınırlılıkları ve ana değişkenlerin tanımları yer almıştır. Birinci bölümde sosyal medya kavramı ve gelişimi, bağımlılık ve sosyal medya bağımlılığı kavramları ayrı ayrı başlıklar altında kavram tanımları, gelişim süreçleri ve sınıflandırmaları dikkate alınarak incelenmiştir. İkinci bölümde iyi oluş kavramı, öznel iyi oluş ve psikolojik iyi oluş alt başlıklarında detaylandırılmıştır. Sosyal destek kavramı, modelleri, etkileri, çeşitleri, kaynakları ve son olarak sosyal destek algısının tanımı yapılmış ve etkileri listelenmiştir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığıyla iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiyi inceleyen ve bu ilişkide sosyal desteğin rolünü ortaya koyan

sınırlı sayıda çalışma vardır. Araştırma literatürdeki bu eksiği kapatıp sosyal medya bağımlılığına uygun destek ve tedavi yöntemleri geliştirme konusuna psikolojik iyi oluşun ve sosyal desteğin rolünü ortaya koyarak katkı sağlayabilir. Sosyal medya bağımlılığının teknolojinin ilerlemesi ve salgınların artması sonucu sosyal medya kullanım durumunun artmasıyla yaygınlaşması, psikolojik iyi oluş kavramının pozitif psikolojinin popülerleşmesiyle psikoloji odaklı çalışmalarda etkin bir kavram olarak yerini alması, ayrıca sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiye bakan çalışmaların sınırlı ve sığ olması, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide sosyal desteğin aracı rolünün incelendiği bir model daha önce ortaya konulmamış olması bu araştırmanın önemini gözler önüne sermektedir.

Araştırmanın verileri toplandıktan sonra analiz kısmına geçmeden araştırmada kullanılan anketlerin Cronbach Alpha katsayıları hesaplanmış ve anketler yüksek düzeyde güvenilir bulunmuştur. Sonrasında ankete katılım gösteren öğrencilerin demografik özellikleri olan; yaşa, cinsiyete, eğitim durumuna, sınıf düzeyine, yaşamının çoğunu geçirdiği yere, ailesinin aylık gelir düzeyine, sosyal medya uygulamalarına hangi cihaz üzerinden eriştiğine, ne zamandan beri sosyal medya kullandığına, bir günde sosyal medyada geçirdiği vakte ilişkin bilgiler frekans analizi ile özetlenmiştir. Demografik özellikler ve ana modeldeki değişkenlere dair bulgular t testi veya tek yönlü ANOVA testi ile analiz edilmiş, özetlenerek detaylı bir şekilde yorumlanmıştır. “*Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği*”, “*Psikolojik İyi Oluş Ölçeği*” ve “*Sosyal Destek Algısı Ölçeği*”nin aile, arkadaş ve özel kişi alt boyutları arasındaki ilişkinin var olup olmadığını test etmek için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş değişkenleri arasındaki ilişkide sosyal destek algısı değişkenin alt boyutlarının aracılık etkisini ölçmek için Hayes 4 nolu aracılık analizi kullanılmıştır.

Araştırmanın örnekleminin cinsiyet dağılımı incelendiğinde, kadın katılımcı oranının erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu gözlemlenmiş olup katılımcıların çoğunluğunun 17-24 yaş aralığında olduğu ve yaş ortalamasının 21,86 olarak hesaplandığı belirlenmiştir. Araştırmaya Türkiye’deki 42 farklı üniversiteden katılım sağlanmış, örnekleme en fazla katılım sağlayan bölüm İç Mekân Tasarımı bölümü olmuştur. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %23.9’unun ön lisans, %70.9’unun lisans, %5.2’sinin ise üniversitelerin lisansüstü

bölümlerinde eğitim gördükleri, katılımcıların çoğunun 1. ve 2. sınıf düzeyinde eğitim gören öğrencilerden oluştuğu saptanmıştır. Katılımcıların çoğu yaşamlarının büyük bir bölümünü şehir veya büyükşehirde geçirmiş olup çoğu eğitim sürecinde yurttan kalmıştır. Katılımcıların çoğunluğunun ailesinin aylık geliri 9.000- 16.000 TL arasındadır ve çoğunluğu sosyal medyaya bilgisayar ve mobil cihazların her ikisinden de erişim sağlarken çok azı sosyal medyaya sadece bilgisayar üzerinden erişim sağlamaktadır. Katılımcıların çoğunluğu sosyal medyayı 6-11 yıldır kullanmakta olup çoğunluğun bir günde sosyal medyada geçirdiği vakit saat bazında 4-6 saat aralığında olduğu saptanmıştır.

Yapılan araştırmada; cinsiyetin kız ve erkek öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu (Çiftçi, 2018: 430) ve kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medyaya daha fazla bağımlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Cinsiyetin psikolojik iyi oluş (Hamurcu, 2011: 151) ve sosyal destek algısının bütün boyutları (Kozaklı, 2006: 99) üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğuna dair yapılan çalışmaların aksine araştırmada cinsiyetin aile ve özel kişi alt boyut puanlarında anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ancak cinsiyetin arkadaş desteği alt boyutunun puan ortalamaları arasında anlamlı bir farkın olduğu ve kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre arkadaş destek algısının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Böylelikle H5a (Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.) hipotezi kabul edilmiş, H6a (Cinsiyete göre psikolojik iyi oluş puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.) ve H7a (Cinsiyete göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.) hipotezleri reddedilmiştir. Sosyal medya uygulamalarına erişilen cihaza göre sosyal medya bağımlılığı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı ancak yıl bazında sosyal medya kullanım süresi ve bir günde sosyal medyada geçirilen vakit arttıkça sosyal medya bağımlılığının arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Tutkun Ünal, 2015: 205). Böylelikle H5b (Sosyal medya uygulamalarına erişilen cihaza göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.) hipotezi reddedilmiş, H5c (Yıl bazında sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.) ve H5d (Sosyal medyada bir günde geçirilen vakte göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.) hipotezleri kabul edilmiştir. Eğitim durumuna ve ailesinin aylık gelir düzeyine göre sosyal medya bağımlılık puanları ve sosyal destek algısı puanları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak eğitim düzeyi arttıkça psikolojik iyi oluşun arttığı ve gelir

düzeyinin belli bir düzeye kadar artışının psikolojik iyi oluşun artışına sebep olduğu (Taplı, 2021: 41) belli bir gelir kategorisinden sonra psikolojik iyi oluşta düşüş yaşandığı gözlenmiştir. Böylelikle H5e (Eğitim durumuna göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.), H5f (Ailesinin aylık gelirine göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlıdır.), H7d (Eğitim durumuna göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.), H7e (Ailesinin aylık gelirine göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.) hipotezleri reddedilmiş ve H6b (Eğitim durumuna göre psikolojik iyi oluş puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.), H6c (Ailesinin aylık gelirine göre psikolojik iyi oluş puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.) hipotezleri kabul edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin yaşamının büyük bölümünü geçirdikleri yer ve eğitim süresince barındıkları yer kategorilerinin sosyal destek algısı alt boyutları ortalama puanları üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir. Böylelikle H7b (Yaşamının büyük bir bölümünü geçirdiği yere göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.), H7c (Eğitim süresince barındığı yere göre sosyal destek algısı puanlarına ilişkin bulgular anlamlıdır.) hipotezleri reddedilmiştir. Demografik özellik değişkenlerinin ana model değişkenlerine göre ortalamalarının farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik yapılan varyans analizinden sonra korelasyon ve aracı değişken analizlerine geçilmiştir.

Araştırmada aracı değişken analizi yapıp yapılamayacağını tespit etmek için ilk olarak ana model değişkenleri arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Sonuçlar şu şekilde sıralanabilir; sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki negatif yönlü anlamlı bir ilişkidir (Koç, 2021: 53), psikolojik iyi oluş ile sosyal destek algısı alt boyutları olan aile, arkadaş özel kişi desteği arasındaki ilişkiler pozitif yönlü ve anlamlıdır (Akgül, 2022: 173), sosyal medya bağımlılığı ve sosyal destek algısı alt boyutlarından sadece aile desteği arasında anlamlı bir ilişki saptanmış olup bu ilişki negatif yönlüdür. Araştırmada sosyal destek algısının alt boyutlarından sadece aile desteğinin bağımlılıkla anlamlı düzeyde ilişkisinin bulunması arkadaş ve özel kişinin ön planda tutulması beklenen araştırmanın verilerinin toplandığı üniversitede okuyan genç katılımcı örnekleme için şaşırtıcıdır. Sonuçların böyle çıkması sebep olarak; verilerin toplandığı dönemin 6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan *Yüzyılın Felaketi* olarak tanımlanan on şehri etkisi altına alan deprem sonucunda evsiz kalan depremzedelerin Türkiye'nin diğer şehirlerindeki üniversite öğrencilerinin barındığı devlet yurtlarına (KYK) yerleştirilmesi ve

üniversitelerin bir dönemliğine online eğitime geçmesi, üniversite öğrencilerinin arkadaşlarından uzakta olması böylelikle hissettikleri arkadaş ve özel kişi desteğinin azalıp en yakınında bulunan ailesinin desteğinin aktive olması gösterilebilir. Ayrıca bu dönemde deprem görüntülerine daha çok maruz kalınması, görüntülerle tranvatize olmuş üniversite öğrencilerinin kendilerine en yakın hissettikleri ailelerinin desteğinin daha çok hissetmelerine neden olmuş olabilir.

Sosyal destek algısı alt boyutlarından sadece aile desteğinin bağımlılıkla ilişkili olduğu sonucuna göre araştırmanın hipotezlerinden H1 (Sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluş arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.), H2a (Sosyal medya bağımlılığıyla aile desteği algısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.), H3 (Sosyal destek algısıyla psikolojik iyi oluş arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.) kabul edilmiş; H2b (Sosyal medya bağımlılığıyla arkadaş desteği algısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.) ve H2c (Sosyal medya bağımlılığıyla özel kişi desteği algısı arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.) reddedilmiştir. Sosyal medya bağımlılığıyla sosyal destek algısı arasındaki ilişki sadece aile desteği alt boyutunda anlamlı bulunduğundan aracılık analizi sadece sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluşla ilişkisinde aile desteğinin aracı rolü hipotezini kanıtlamak adına yapılabilmektedir. Böylelikle H4a (Aile desteği, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluşla arasındaki ilişkide aracı role sahiptir.) hipotezi kabul edilmiş, H4b (Arkadaş desteği, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluşla arasındaki ilişkide aracı role sahiptir.) ve H4c (Özel kişi desteği, sosyal medya bağımlılığıyla psikolojik iyi oluşla arasındaki ilişkide aracı role sahiptir.) hipotezleri reddedilmiştir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular ışığında, sosyal medyaya bağımlı olma tehlikesiyle en çok karşı karşıya olan üniversite öğrencilerinin bağımlılık düzeyleri ile psikolojik iyi oluşları arasında ilişki ortaya konulmuştur. Buna göre sosyal medya bağımlılığının azaltılması için sosyal destek algısını ve psikolojik iyi oluş düzeyini arttırılması gerekir. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını azaltmada sosyal destek algılarını geliştirici ve iyi olma hallerini arttırıcı eğitim programları geliştirilmesi, sosyal desteğin doğru algılanması için okullarda eğitimler verilmesi, sosyal desteğin doğru verilmesine yönelik uygulamalı programlar geliştirilmesi önerilmektedir. Bu programlar aracılığı ile öğrencilerin iyi oluş seviyelerinin yükselmesiyle sosyal destek algılarının artması ve hayata daha olumlu, kendinden emin ve yakınlarının desteğini

arkasında hissederek bakması yönünde olumlu bir ilerleyiş sağlanabilir. Araştırma bulgularından biri olan eğitim düzeyi arttıkça psikolojik iyi oluşun arttığı sonucuna dayanarak mutlu olma yolunda eğitim önemini vurgulayan farkındalık çalışmaları yapılabilir. Ayrıca sosyal medya bağımlılığına uygun destek ve tedavi yöntemleri geliştirme konusuna iyi oluşun ve sosyal desteğin rolü ortaya konularak katkı sağlanabilir. Araştırmada yıl bazında sosyal medya kullanım süresine ve bir günde sosyal medyada geçirilen vakte göre sosyal medya bağımlılığına ilişkin bulgular anlamlı bulunmuştur. Bu çerçevede sosyal medya kullanımını azaltmak için alternatif aktiviteler yaygınlaştırılabilir ve sosyal medya diyeti özendirilebilir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığıyla iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkiyi inceleyen ve bu ilişkide sosyal desteğin rolünü ortaya koyan sınırlı sayıda çalışma vardır. Bu kapsamda araştırma literatürdeki bu eksiği kapatıp sosyal medya bağımlılığının ve psikolojik iyi oluşun arttırılmasına dair yapılacak araştırma ve projelere kaynaklık edebilir.

Psikolojik iyi oluş kavramının köklü bir tarihe sahip olmaması, sosyal medya bağımlılığının yayılımının son zamanlarda hızlanması, bu iki konuyla ilgili çalışmaların alanyazıda sığ olmasına neden olmuştur. Sosyal destek algısının sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide aracı bir rol oynadığını inceleyerek yeni bir model sunan bu çalışmanın, alana önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. Elde edilen bulguların ışığında, gelecekteki araştırmalara yönelik öneriler aşağıda sunulmaktadır.

- 1.Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş ilişkisi farklı bir katılımcı grubundan alınan veriler ile tekrarlanabilir.
- 2.Örneklem grubunun katılımcı sayısı arttırılabilir.
- 3.Araştırmada sosyal medya bağımlılığının psikolojik iyi oluşla ilişkisi incelenmiştir, öznel iyi oluşta modele eklenebilir.
- 4.Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş değişkenleri arasındaki ilişkiye aracılık eden başka değişkenler ve ilişkide düzenleyici etkiye sahip olabilecek değişkenler tespit edilip modele eklenebilir.
- 5.Sosyal medya bağımlılığı, psikolojik iyi oluş ve sosyal destek algısı değişkenleri ana modelden bağımsız olarak daha detaylı bir şekilde analiz edilebilir.
- 6.Ana modelin değişkenleriyle demografik özelliklere dair bulgular incelenip demografik bilgi kategorileri detaylandırılabilir.

KAYNAKLAR

Bu tez çalışmasında APA 6 atıf sistemi kullanılmıştır.

- 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), 41-47.
- Akar, E. (2010). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri-Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 107-122.
- Akgül, A. (2022). “Üniversite Öğrencilerinde Algılanan Ebeveyn Tutumları ile Beden Algısı Arasındaki İlişkide Sosyal Medya Kullanımının Aracılık Rolü”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Akkök, İ. C. (2022). “Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sosyal Medya Haberlerine Güven Arasındaki İlişki: Cinsiyetin Düzenleyici Rolü”. Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Aktan, E. (2018). Assessment of Social Media Addiction Levels of University Students by Numerous Variables. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Akyol, M., & Kuruca, Y. (2015). Sinema Filmlerinin Pazarlanmasında Sosyal Medyanın Kullanımı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(1), 64-92.
- Alaloğlu, G. (2020). “Mükemmeliyetçilik, Kendini Sabotaj, Öz-Şefkat ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Alioğlu, N. (2016). Duygusal Tatmin Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Alan Araştırması. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 1-27. <https://doi.org/10.18221/bujss.59416>
- Anık, C., Kırık, A. M., & Soncu, A. G. (2017). Indicative Language Of Social Media: Emojis. *AJIT-e Online Academic Journal of Information Technology*, 8(26), 41-54. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2017.1.003.x>
- Ardahan, M. (2006). Sosyal destek ve hemşirelik. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 9(2), 68-75.
- Arslan, P. (2011). “Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler: Sosyal Medya”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Arslan, Y. (2009). “Lise Öğrencilerinin Algıladıkları Sosyal Destek ile Sosyal Problem Çözme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Atan, A. (2020). “5-6 Yaş Çocuklarda Psikolojik İyi Oluş: Bir Model Önerisi ve Ebeveynler ile Öğretmenlerin Kişilik Tipleri, Ego Durumları ve Psikolojik İyi Oluş Düzeylerinin Yordayıcı Rolü”. Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi.
- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: “Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.500860>
- Balcı, Ş., & Gölcü, A. (2013). Türkiye’de Üniversite Öğrencileri Arasında Facebook Bağımlılığı: “Selçuk Üniversitesi Örneği”. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255-278.
- Başer, Z. (2006). “Aileden Algılanan Sosyal Destek ile Kendini Kabul Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Bayraktar, Ö. (2011). “Üniversite Öğrencilerinin Algılanan Sosyal Destek Düzeyleri ile Duygusal Zekâları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Bayram, A. T. (2012). “Pazarlama Veri Tabanının Güncel Bir Unsuru Olan Sosyal Medyanın Otel Pazarlamasındaki Yeri”. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi
- Beard, K. W. (2005). Internet Addiction: A Review of Current Assessment Techniques and Potential Assessment Questions. *Cyberpsychology & Behavior*, 8(1), 7-14.
- Black, D. W. (2013). Behavioural Addictions as a Way to Classify Behaviours. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 58(5), 249-251. www.TheCJP.ca
- Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Bostancı, M. (2010). “Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları”. Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
- Boyd, D. M. (2008). *Taken Out of Context*.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

- Bright, L. F., & Logan, K. (2018). Is my fear of missing out (FOMO) causing fatigue? Advertising, social media fatigue, and the implications for consumers and brands. *Internet Research*, 28(5), 1213-1227. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2017-0112>
- 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), 822-848. American Psychological Association Inc. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.4.822>
- Buluk, B., Eşitti, B., & Boz, M. (2017). Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları: Üniversite Çalışanları Örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 5(10), 219-234.
- Cenkseven, F., & Akbaş, T. (2007). Üniversite Öğrencilerinde Öznel ve Psikolojik İyi Olmanın Yordayıcılarının İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(27), 43-65.
- Ceyhun, B., Oğuztürk, Ö., & Ceyhun, A. G. (2001). Madde Kullanma Eğilimi Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirliği. *Klinik Psikiyatri*, 4, 87-93.
- Choudhury, N. (2014). World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0. *Nupur Choudhury / (IJCSIT) International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 5(6), 8096-8100. www.ijcsit.com
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education*.
- Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, Social Support, and the Buffering Hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357.
- Constantinides, E., & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 231-244. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ddmp.4350098>
- Çağır, G., & Gürkan, U. (2010). Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Problemlerini İnternet Kullanım Düzeyleri ile Algıladıkları İyilik Halleri ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(24), 70-85.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal Medya. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 50, 254-277. <https://dergipark.org.tr/en/pub/abuhbd/issue/32944/366052>
- Çardak, M. (2013). Psychological Well-Being And Internet Addiction Among University Students. *Tojet: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 12(3), 134-141.
- Çetinkaya, S. (2019). “*Kalp Hastalıklarında Hastalığa Psikososyal Uyum ve Sosyal Destek Algısı*”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Çingay, A. (2015). *Sosyal Medyanın Kitleleşleştirici ve Yalnızlaştırıcı Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 1694-7215. <https://dergipark.org.tr/en/pub/mjss/issue/43010/520789>
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Küçük, E., Kaan Tumuçin, H., & Albayrak, D. (2012). Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü. *Akademik Bilişim*, 3(1), 1-9.
- Dabner, N. (2012). “Breaking Ground” in the use of social media: A case study of a university earthquake response to inform educational design with Facebook. *Internet and Higher Education*, 15(1), 69-78. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2011.06.001>
- Daşlı, Y. (2020). Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Alan Araştırması. *Social Mentality And Researcher Thinkers Journal*, 6(33), 1229-1239. <https://doi.org/10.31576/smryj.572>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Hedonia, eudaimonia, and well-being: An introduction. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 1-11. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9018-1>
- Değirmenci, F. (2016). *Gebelerin Psikososyal Sağlık Durumları ile Sosyal Destekleri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi.
- Demirel, Y., & Yücel, M. (2017). Sosyal Destek ve Psikolojik Güçlendirmenin Duygusal Tükenmişlik Üzerine Etkisi. *Özel Sayı Kastamonu University Journal of faculty of Economics and Administrative Sciences*, 18(1), 310-321.
- Deniz, L., & Gürültü, E. (2018). High School Students’ Social Media Addiction. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.389780>
- Deniz, S. (2023). “*Okul Psikolojik Danışmanlarında Sosyal Medya Bağımlılığı ile Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- 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. <https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2010.01045.x>
- Diener, E., & Diener, C. (1996). Most People Are Happy. *Psychological science*, 7(3), 181-185.

- Diener, E., Scollon Napa, C., & Richard, E. L. (2009). The Evolving Concept of Subjective Well-Being: The Multifaceted Nature of Happiness. İçinde E. Diener (Ed.), *Assessing well-being: The collected works of Ed Diener* (ss. 67-100). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-90-481-2354-4>
- Doğan, D., Duman, D., & Seferoğlu, S. S. (2011). E-öğrenme ortamlarında toplumsal buradallığın artırılması için kullanılabilecek iletişim araçları. *Akademik Bilişim Konferansı*, 2(4), 1-9.
- Doğan, M. V. (2021). “İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı Belirtilerinin ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Dülger, Ö. (2009). “Ergenlerde Algılanan Sosyal Destek ile Karar Verme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Egüz, Ş., & Kesten, A. (2018). Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Öğrencilerinin Sosyal Medya Algılarının Metafor Yoluyla Belirlenmesi. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 7(3), 219-240. <https://doi.org/10.30703/cije.403147>
- Gökçearslan ve Günbatar. (2012). Ortaöğrenim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı. *Eğitim Teknolojileri Kuram ve Uygulama*, 2(2), 10-23. <http://www.etku.orgE--Posta/E--Mail: info@etku.orgTelefon/Phone: +90>
- Elbaşı Yılmaz, G. (2015). “Sosyal Medyada Pazarlama: Sosyal Medyada Kullanıcı Motivasyonunun Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Pazarlama Algısına İlişkin Bir Uygulama”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Engin, M., & Yıldız, D. (2017). Psikolojik Danışma ve Rehberlik Bilinçli Farkındalık ile Psikolojik İyi Oluş İlişkisinde Duygusal Zekanın Aracılık Rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 7(47), 17-31.
- Erdal, G. (2022). “Yaşamı Sürdürme Nedenleri ile Psikolojik İyi Oluş Arasında Öz-Şefkat ve Bilinçli Farkındalığın Aracı Rolü”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Işık Üniversitesi.
- Ersöz, B. (2020). Yeni Nesil Web Paradigması: Web 4.0. *Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 58-65.
- Esen, E. (2010). “Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Filiz, O., Erol, O., İnan Dönmez, F., & Aşkın Kurt, A. (2014). BÖTE Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları ile İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education JITTE*, 3(2), 17-28.
- Forgeard, M. J. C., Jayawickreme, E., Kern, M. L., & Seligman, M. E. (2011). Doing the right thing: Measuring wellbeing for public policy. *International Journal of Wellbeing*, 1(1). <https://doi.org/10.5502/ijw.v1i1.15>
- Griffiths, M. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Hacıefendioğlu, Ş. (2014). Sosyal Medyanın Marka Bağlılığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, 59-70.
- Haksal, P. (2007). “Acil Servis Personelinde Görülen İkincil Travmatik Stres Düzeyinin Disosiyasyon Düzeyi, Sosyal Destek Algısı ve Başa Çıkma Stratejileri Açısından İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Halis, M., & Demirel, Y. (2016). Sosyal Desteğin Örgütsel Soyutlama (Dışlanma) Üzerine Etkisi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 318-335.
- Hamurcu, H. (2011). *Ergenlerin Yetkinlik İnançları ve Psikolojik İyi Oluşlarını Yordamada Psikolojik İhtiyaçlar*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Hasan Mustafa, B. (2018). “Sosyal Medyanın Gelişimi ve Toplumda Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Erbil Salahaddin Üniversitesi Örneği”. Yüksek Lisans Tezi. Van: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 7(2), 237. <http://www.huffingtonpost.com/>
- Himmetoğlu, A., & Ayhan, A. (2021). Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu, Boş Zaman Doyumu ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Akdeniz Üniversitesi Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 1141-1174. <https://doi.org/10.30798/makuiibf.910695>
- Holotescu, C., & Grosseck, G. (2010). Learning To Microblog And Microblogging To Learn. A Case Study On Learning Scenarios In A Microblogging Context. *In The 6th International Scientific*

- Conference eLearning and Software for Education Bucharest.
<http://www.c4lpt.co.uk/recommended/>
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
- House, J. S., Umberson, D., & Landis, K. R. (1988). Structures And Processes Of Social Support. *Annual review of sociology*, 14(1), 293-318. www.annualreviews.org
- Huang, H., & Humphreys, B. R. (2012). Sports participation and happiness: Evidence from US microdata. *Journal of Economic Psychology*, 33(4), 776-793. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.02.007>
- 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(6), 1425-1456. <https://doi.org/10.1007/s10902-013-9485-0>
- Irak, D., & Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*. Okyanus Yayınları.
- Işık, U., & Topbaş, H. (2015). Facebook ve Bağımlılık: Medya Bağımlılığı Araştırması. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 8(38), 319-319. <https://doi.org/10.9761/jasss2930>
- İli, K. (2013). “*Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Öğrenci Davranışlarına Etkisi (Gaziçiiftliği Anadolu Lisesi Örneği)*”. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- İnce, A. (2017). “*İşletmelerdeki Pazarlama Uygulamalarında Sosyal Medyanın Önemi ve Kampanya Örnekleri*”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi.
- Jameel, H. T., Panatik, S. A., Nabeel, T., Sarwar, F., Yaseen, M., Jokerst, T., & Faiz, Z. (2020). Observed Social Support and Willingness for the Treatment of Patients with Schizophrenia. *Psychology Research and Behavior Management*, 193-201. <https://doi.org/10.2147/prbm.s243722>
- Kane, G. C., Alavi, M., & Lbianca, G. (2014). What’S Different About Social Media Networks? A Framework and Research Agenda. *Borgatti Source: MIS Quarterly*, 38(1), 275-304. <https://doi.org/10.2307/26554878>
- Kantemir Toros, D. (2012). “*Pazarlama Halkla İlişkilerinde Sosyal Medya Uygulamaları*”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Kapıkıran, Ş., & Özgüngör, S. (2009). Ergenlerin Sosyal Destek Düzeylerinin Akademik Başarı ve Güdülenme Düzeyi ile İlişkileri. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 16(1), 21-30.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kara, T. (2013). S. M. Endüstrisi. B. Y. İstanbul. (2013). Sosyal medya endüstrisi. İçinde [researchgate.net](https://www.researchgate.net/profile/Tolga-Kara-5/publication/330675997_SOSYAL_MEDYA_ENDUSTRISI_Insan_Toplum_Ekonomi/links/5c4ee80892851c22a39632ca/SOSYAL-MEDYA-ENDUSTRISI-Insan-Toplum-Ekonomi.pdf). https://www.researchgate.net/profile/Tolga-Kara-5/publication/330675997_SOSYAL_MEDYA_ENDUSTRISI_Insan_Toplum_Ekonomi/links/5c4ee80892851c22a39632ca/SOSYAL-MEDYA-ENDUSTRISI-Insan-Toplum-Ekonomi.pdf
- Karadağ, A., & Akçınar, B. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Semptomlar Arasındaki İlişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 154-166.
- Karaman, E. (2018). “*Özel Eğitime İhtiyacı Olan Çocuğa Sahip Anne Babaların Psikolojik Dayanıklılıklarının Yordayıcısı Olarak Sosyal Destek Algısı ve Benlik Saygısının İncelenmesi*”. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Karaman, S., Yıldırım, S., & Kaban, A. (2008). Öğrenme 2.0 yaygınlaşıyor: Web 2.0 uygulamalarının eğitimde kullanımına ilişkin araştırmalar ve sonuçları. *XIII. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*, 22-23. www.connotea.org
- Karcıoğlu, F., & Kurt, E. (2009). Örgütsel İletişimin Etkinliği Açısından Kurumsal Bloglar ve Birkaç Kurumsal Blogun İncelenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(21), 49-63. <http://www.>
- Karlı, B. (2022). “*Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yalnızlık İlişkisinin İncelenmesi*”. Yüksek Lisans Ünversi. Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Kartal, M. (2013). Türkiye’de sosyal medya raporu. *İletişim ve Diplomasi*, 1, 159-165.
- Kaya, M. (2021). “*Sosyal Medya ve Kamusal Alan: Sosyal Medya Mecralarında Kamusal Alanın Sağlanabilirliği Üzerine Bir Araştırma*”. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Kermen, U., Tosun İlçin, N., & Doğan, U. (2016). Yaşam Doyumu ve Psikolojik İyi Oluşun Yordayıcısı Olarak Sosyal Kaygı. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 1-29.
- Keskin, S., & Baş, M. (2015). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. *Gazi üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi*, 17(3), 51-69.
- Keyes, C. L. M., & Annas, J. (2009). Feeling good and functioning well: Distinctive concepts in ancient philosophy and contemporary science. *Journal of Positive Psychology*, 4(3), 197-201. <https://doi.org/10.1080/17439760902844228>
- Keyes, C. L. M., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: The empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 1007-1022. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.1007>

- Kır, İ., & Sulak, Ş. (2014). Eğitim fakültesi öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(51), 150-167. <http://www.ttb.org.tr>
- Kırcova, İ. (2002). İnternette Pazarlamada Kullanılan E-Ölçütler. *Ege Academic Review*, 2(2), 125-131.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kiremitçi, E., & Coşkun, H. (2017). Mevsimsellik ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 239-248.
- Kırtış, A. K., & Karahan, F. (2011). To Be or not to Be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 24, 260-268. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.083>
- Koç, T. (2021). "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Öznel İyi Oluşun Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Kozaklı, H. (2006). "Üniversite öğrencilerinde yalnızlık ve sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkilerin karşılaştırılması". Yüksek Lisans Tezi, Mersin: Mersin Üniversitesi.
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 7(2), 58-81. www.hyves.nl
- Köylü, D. (2018). "Öğretmenlerin Karar Alma Sürecine Katılım Düzeylerinin, Örgütsel Bağlılık ve Psikolojik İyi Oluş ile İlişkisi". Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
- Kuşay, Y. (2013). "Sosyal Medya Ortamı Olarak Facebook'un Çekiciliği ve Ergenlerde Bağımlılık Düzeyi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Lepore, S. J., Evans, G. W., & Schneider, M. L. (1989). Dynamic Role of Social Support in the Link Between Chronic Stress and Psychological Distress. *Journal of personality and social psychology*, 61(6), 899.
- Lerman, K. (2007). Social Information Processing in News Aggregation. *IEEE internet computing*, 11(6), 16-28. <http://del.icio.us>
- Levy, M. (2009). WEB 2.0 implications on knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 13(1), 120-134. <https://doi.org/10.1108/13673270910931215>
- Lewis, K., Kaufman, J., Gonzalez, M., Wimmer, A., & Christakis, N. (2008). Tastes, ties, and time: A new social network dataset using Facebook.com. *Social Networks*, 30(4), 330-342. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2008.07.002>
- Lietsala, Katri., & Sirkkunen, Esa. (2008). *Social media: Introduction to the tools and processes of participatory economy*. University of Tampere.
- Lyubomirsky, S., King, L., & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: Does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131(6), 803-855. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.131.6.803>
- Maden, D. (2010). "Rekabet Aracı Olarak Birlikte Değer Yaratma: Co-Creation Değer Yaratma Sürecinde Marka ve Tüketicilerin İnteraktif Ortaklığı". Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Mutlu, T. (2021). "Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kişilik İlişkisi: Sosyal Medya Üzerinden Bir Uygulama". Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Myers, D. G., & Diener, E. (1995). Who Is Happy? *Psychological Science*, 6(1), 10-19. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1995.tb00298.x>
- Ocak, A. (2023). "Üniversite Öğrencilerinin Bağlanma Stilleri ve Olumsuz Değerlendirilme Korkuları Arasındaki İlişkide Psikolojik İyi Oluşların ve Öz-Anlayışların Etkisinin İncelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Okur, S., & Totan, T. (2019). Psikolojik İyi Oluşu Değerlendiren Bradburn Duygulanım Dengesi Ölçeğinin Türkçede İncelenmesi. *Aydın Adnan Menderes University Journal of Institute of Social Sciences*, 6(2), 1-12.
- Onat, F. (2009). Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 7(2), 237. www.spannerworks.com/ebooks
- Öğütçü, Y. (2018). "Çocuk Destek Merkezlerinde Kalan 12-18 Yaş Arası Kız Çocuklarının Algıladıkları Sosyal Destek ve Karar Verme Becerileri Arasındaki İlişkilerin Araştırılması: İç Anadolu Örneği". Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Ök, F. (2013). "Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları". Yüksek Lisans Tezi. Elâzığ: Fırat Üniversitesi.
- Öner, Ö. İ. (2012). "Onkoloji Hastalarına Bakım Verenlerin Bakım Verme Yükü ve Algıladıkları Sosyal Desteğin İncelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. Elâzığ: Fırat Üniversitesi.

- Özbek, T. (2022). “Bireylerin Algılanan Helikopter Ebeveyn Tutumları ile Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Özen, Ü., Sarıcı Korukçu, M. B. (2010). Yalnızlık Olgusu ve Sanal Sohbetin Yalnızlığın Paylaşımına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24 (1), 149- 159.
- Öztürk, M. F., & Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120. <https://www.dieweltdertuerken.org/admin/files/issues/616-2814-1-PB.pdf>
- Pakaluk, M. (2005). Aristotle’s Nicomachean ethics: An introduction. *Cambridge University Press*.
- Pavot, W., & Diener, E. (1993). Review of the Satisfaction With Life Scale. *Psychological Assessment*, 5(2), 164-172.
- Peker, M. R. (2017). “Sosyal Medyanın Pazarlama İletişiminde Kullanımı Twitter Mecrasında Örnek Marka Uygulaması”. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Pelenk Özel, A., & Yılmaz Sert, N. (2014). Dijital Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar: Türkiye’nin En Büyük 500 Şirketi Üzerine Bir Araştırma. *Global Media Journal*, 5(9), 303-321.
- Pinkerton, J., & Dolan, P. (2007). Family support, social capital, resilience and adolescent coping. *Child and Family Social Work*, 12(3), 219-228. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2206.2007.00497.x>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Ravindran, T., Yeow Kuan, A. C., & Hoe Lian, D. G. (2014). Antecedents and effects of social network fatigue. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(11), 2306-2320. <https://doi.org/10.1002/asi.23122>
- Reinhardt, J. P., Boerner, K., & Horowitz, A. (2006). Good to have but not to use: Differential impact of perceived and received support on well-being. *Journal of Social and Personal Relationships*, 23(1), 117-129. <https://doi.org/10.1177/0265407506060182>
- Rezan ÇEÇEN, A. (2008). Öğrencilerinin Cinsiyetlerine ve Anababa Tutum Algılarına Göre Yalnızlık ve Sosyal Destek Düzeylerinin İncelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi Yaz*, 6(3), 415-431.
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer”. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>
- Rodriguez, M. S., & Cohen, S. (1998). Social support. *Encyclopedia of mental health*, 3(2), 535-544.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *On Happiness And Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being*. www.annualreviews.org
- Ryff, C. D. (1989). Happiness Is Everything, or Is It? Explorations on the Meaning of Psychological Well-Being. *Journal of Personality and Social Psychology* 57(6), 1069.
- Ryff, C. D., Lee, C., & Keyes, M. (1995). The Structure of Psychological Well-Being Revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719-727.
- 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(1), 13-39. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9019-0>
- Sarason, I. G., Levine, H. M., Basham, R. B., & Sarason, B. R. (1983). Assessing Social Support: The Social Support Questionnaire. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 127-139.
- Sarıçam, F. (2015). “Öğrencilerin Okul Dışı Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Öğrencilerin Ders Başarılarına Etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: Predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Düşünen Adam- The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30(3), 202-216. <https://doi.org/10.5350/dajpn2017300304>
- Sayımer, İ. (2014). Yeni medya ortamlarında ağlar oluşturan toplumsal hareket deneyimleri. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR)*, 2, 97-112.
- 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), 582-593. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.4.582>
- Sezer, F. (2013). Psikolojik iyi olma durumu üzerine etkili faktörler. *Education Sciences*, 8(4), 489-504. <https://doi.org/10.12739/nwsa.2013.8.4.1c0601>
- Stead, H., & Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534-540. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>

- Sungur, M. Z. (1999). İkincil travma ve sosyal destek. *Klinik Psikiyatri*, 2(2), 105-108.
- Sümer, N., Kâhya, Y., & Çapar Taşkesen, T. (2015). Bağlanma ve bağımlılık: Kuramsal çerçeve ve derleme çalışması. *Bağımlılık Dergisi*, 6(4), 192-209. www.bagimlilikdergisi.net
- Şahin, A. M. (2019). “Yaşlı Bireylerde Sosyal Destek Algısının Yalnızlık ve Umutsuzluk Üzerine Etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Erzincan: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi.
- Şardağ Karabulut, M., & Bulut, E. (2017). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Sosyal Medya Pazarlamasına Bakışı: Sinop İlinde Bir Araştırma. *Karabük üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü dergisi*, 7(1), 70-88.
- Şen, H. (2017). “Sokakta Çalışan Çocukların Sosyal Destek Algısının Depresyon ve Umutsuzluk Düzeyleri ile İlişkisi (Hayat Vakfı Örnekleme)”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi.
- Şerbetçioğlu, B. (2000). “Psikolojik Danışmanların ve Öğretmenlerin Psikolojik İyi Oluş Düzeylerinin İş-Aile-Yaşam Dengesine, İşyeri Arkadaşlığına ve İşyerindeki Duygusal Tacize Göre Yordanması”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Talih Akkaya, D. (2013). “Sosyal Medya Reklamlarında Tüketici Algılarının Tutum, Davranış ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi.
- Taplı, E. (2021). “Şizofreni Tanısı Olan Bireylerin Psikolojik İyi Oluş Durumu, Sosyal Destek Algısı ve Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Özelliklerin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Koç Üniversitesi.
- Taysi, E. (2000). “Benlik Saygısı Arkadaşlardan ve Aileden Sağlanan Sosyal Destek: Üniversite Öğrencileriyle Yapılan Bir Çalışma”. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Tekin, O. (2019). Öğretmenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Seviyelerinin Genel Erteleme Davranışlarıyla İlişkisi. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 4(1), 36-47.
- Telef, B. B. (2013). Psikolojik İyi Oluş Ölçeği: Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(3), 374-384.
- Telef, B. B., Uzman, E., & Ergün, E. (2013). Öğretmen Adaylarında Psikolojik İyi Oluş ve Değerler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Journal of Turkish Studies*, 8(12), 1297-1307. <https://doi.org/10.7827/turkishstudies.5699>
- Thoits, P. A. (2010). Stress and Health: Major Findings and Policy Implications. *Journal of Health and Social Behavior*, 51(1_suppl), S41-S53. <https://doi.org/10.1177/0022146510383499>
- Timur, M. S. (2008). “Boşanma Sürecinde Olan ve Olmayan Evli Bireylerin Psikolojik İyi Oluş Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Topuz, C. (2013). “Üniversite Öğrencilerinde Özgeciliğin Öznel İyi Oluş ve Psikolojik İyi Oluş ile İlişkisinin İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Fatih Üniversitesi.
- Tufan Yeniçiktı, N. (2016). Halkla ilişkiler aracı olarak Instagram: Sosyal medya kullanan 50 şirket üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 92-115. <https://doi.org/10.18094/si.84410>
- Tutkun Ünal, A. (2015). “Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Tuzgöl Dost, M. (2004). “Üniversite Öğrencilerinin Öznel İyi Oluş Düzeyleri”. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Tuzgöl Dost, M. (2005). Öznel iyi oluş ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik güvenirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3, 103-110.
- Türkmen, A. C., & Cemgil, A. T. (2014). Mikroblog verilerinden politik ilgililik ve eğilim tahmini. 2014 22nd Signal Processing and Communications Applications Conference, SIU 2014- Proceedings, 1327-1330. <https://doi.org/10.1109/SIU.2014.6830482>
- Uğurlu, T., Şengul, C., & Şengul, C. (2012). Psychopharmacology of Addiction. *Psikiyatride Guncel Yaklaşımlar- Current Approaches in Psychiatry*, 4(1), 37. <https://doi.org/10.5455/cap.20120403>
- Uygun, A. V. (2022). “Kanser Tanısı Almış Bireylerde Psikolojik Sağlık, Travmatik Büyüme ve Sosyal Destek Algısının İncelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Gedik Üniversitesi.
- Vatandaş, S. (2017). Sosyal Medyanın Anlam ve Öneminin Cinsiyetler Bağlamında İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 12-24. www.uysad.com
- Vesile Oktan, Ö. G. (2005). Yalnızlık ve Algılanan Sosyal Destek Düzeyinin Ergenlerdeki Öfkenin Gelişimine Etkisi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 21, 183-192.
- Vural, Z. B. A., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382. <http://www.msxslabs.org>,
- Wang, J., Mann, F., Lloyd Evans, B., Ma, R., & Johnson, S. (2018). Associations between loneliness and perceived social support and outcomes of mental health problems: A systematic review. *BMC Psychiatry*, 18(1), 1-16. <https://doi.org/10.1186/s12888-018-1736-5>

- Weyant, L. E., & Gardner, C. (2011). Wikis And Podcasts: An Application In Undergraduate Management Education. *Academy of Educational Leadership Journal*, 15(3), 131.
- Yağmurlu, A. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya. *Selçuk İletişim*, 7(1), 5-15.
- Yalnız, M. O. (2020). “Instagram’da Sponsorlu Reklamların Tüketim Davranışları Üzerindeki Etkisi: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Yamaç, Ö. (2009). “Üniversite Öğrencilerinin Algıladıkları Sosyal Destek ile Stresle Başa Çıkma Stilleri Arasındaki İlişki”. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Yardımcı, E. S. (2020). “Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Öğrenme Yaklaşımları, Bilişsel Sınav Kaygısı ve Sosyal Destek Algısı İlişkilerinin Çok Yönlü İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinde Bir Araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. Elâzığ: Fırat Üniversitesi.
- Yavuz, M. C., & Haseki, M. İ. (2012). Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi. İçinde *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,
- Yıldırım, İ. (1997). Sigara, alkol ve uyuşturucu kullanan üniversite öğrencilerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(13), 147-155.
- Yıldırım, M., & Tanrıverdi, F. Ç. (2021). Social Support, Resilience and Subjective Well-being in College Students. *Journal of Positive School Psychology*, 5(2), 127-135. <https://doi.org/10.47602/jpsp.v5i2.229>
- Yıldız, E., & Koçak, O. (2020). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Algılanan Sosyal Destek Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi. *Toplum ve Hizmet*, 31(3), 1102-1126. <https://www.statista.com>,
- Zaninotto, P., & Steptoe, A. (2019). Association between subjective well-being and living longer without disability or illness. *JAMA Network Open*, 2(7), e196870-e196870. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2019.6870>
- Zarrella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book- Dan Zarrella*.
- Zeybek, E. (2021). “Sosyal Medya Kullanımının Yalnızlık Algısına Olan Etkisinin Değerlendirilmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Gelişim Üniversitesi.

EKLER

EK 1: Anket

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ İLİŞKİSİNDE SOSYAL DESTEK ALGISININ ARACI ROLÜ

Bu araştırma, Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. A. Banu Hülür ve Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hamit Coşkun danışmanlığında İletişim Bilimleri Tezli Yüksek lisans öğrencisi Azimenur Ayaz tarafından yürütülmektedir. Bu araştırmaya katılmak gönüllülük esasına dayanmaktadır. Araştırmaya katıldığınız takdirde sizi olumsuz etkileyebilecek herhangi bir durum olmayacaktır. İstedığınız an herhangi bir neden veya koşul belirtmeden araştırmadan ayrılabilirsiniz. Araştırmaya katılmayı kabul ederseniz size sunulmuş olan anketleri dolduracaksınız ve bu yaklaşık 15 dakika sürecektir.

Elde edilen bütün bilgileriniz ve kişisel detaylarınız gizli kalacaktır, bilgiler kodlu olarak toplanacaktır. Çalışma sonucunda bireysel bazda herhangi bir değerlendirme yapılmayacak, vermiş olduğunuz bilgiler sadece bilimsel amaçla kullanılacak ve üçüncü şahıslarla kesinlikle paylaşılmayacaktır. Araştırmada elde edeceğimiz bilgilerle ilgili gizlilik esastır.

Çalışma hakkında her türlü bilgi almak ve sorularınızı sormak için Azimenur Ayaz üzerinden ulaşabilirsiniz. Çalışmaya vermiş olduğunuz destekten ve samimi cevaplarınızdan dolayı çok teşekkür ederiz.

Araştırmaya katılmayı kabul edip etmediğinizi lütfen işaretleyiniz.

Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman yarıda bırakabileceğimi biliyorum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı olarak kullanılmasını kabul ediyorum.

☐ Evet ☐ Hayır

1. Bölüm

A (Demografik Özellikler)

- 1- Kaç Yaşındasınız: _____
- 2- Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek _____
- 3- Öğrenim gördüğünüz üniversite: _____
- 4- Eğitim Durumunuz:- _____
- 5- Bölümünüz: _____ / Sınıfınız: _____
- 6- Yaşamınızın büyük bir kısmını geçirdiğiniz yer:
() Köy () Kasaba () Şehir () Büyükşehir
- 7- Eğitim süresince barındığınız yer: () Yurt () Özel Ev () Aile Yarı
- 8- Ailenizin aylık gelir düzeyi:
() 5 000 – 9 000 TL () 9 000 – 16 000 TL () 16 000 – 25 000 TL
() 25 000 – 45 000 TL () 45 000 – 65 000 TL () 65 000 TL ve üstü
- 9- Sosyal medya kullanıyor musunuz? () Evet () Hayır
- 10- Sosyal medya uygulamalarından hangilerini kullanıyorsunuz?
() Twitter () TikTok () YouTube () Instagram () Facebook () WhatsApp () Reddit
() Quora () Telegram () Pinterest () Wechat () Snapchat
() Diğer, yazınız: _____
- 11- Sosyal medya uygulamalarına hangi cihaz üzerinden erişiyorsunuz?
() Sadece bilgisayar
() Sadece Mobil cihazlar (tablet, telefon, akıllı saat)
() Bilgisayar ve mobil cihazlar
- 12- Ne zamandan beri sosyal medya kullanıyorsunuz?
() 1 yıldan az () 1-5 yıl arası () 6-9 yıl arası () 10 yıldan fazla
- 13- Sosyal medyada günde ne kadar vakit geçiriyorsunuz?
() 1 saatten az () 1-3 saat arası () 4-6 saat arası () 7-9 saat arası () 10 saatten fazla

2. Bölüm
B (Sosyal Destek Algısı Ölçeği)

Lütfen aşağıdaki ifadelere ne derecede katıldığınızı ilgili rakamı daire içerisinde alarak belirtiniz.

		Hiç Katılmıyorum Tamamen Katılıyorum 						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve ihtiyacım olduğunda yanımda olan bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.							
2	Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve sevinç ve kederlerimi paylaşabileceğim bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.							
3	Ailem (örneğin, annem, babam, eşim, çocuklarım, kardeşlerim) bana gerçekten yardımcı olmaya çalışır.							
4	İhtiyacım olan duygusal yardımı ve desteği ailemden (örneğin, annemden, babamdan, eşimden, çocuklarımdan, kardeşlerimden) alırım.							
5	Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve beni gerçekten rahatlatan bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.							
6	Arkadaşlarım bana gerçekten yardımcı olmaya çalışırlar.							
7	İşler kötü gittiğinde arkadaşlarıma güvенеbilirim.							
8	Sorunlarımı ailemle (örneğin, annemle, babamla, eşimle, çocuklarımla, kardeşlerimle) konuşabilirim.							
9	Sevinç ve kederlerimi paylaşabileceğim arkadaşlarım var.							
10	Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve duygularıma önem veren bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.							
11	Kararlarımı vermede ailem (örneğin, annem, babam, eşim, çocuklarım, kardeşlerim) bana yardımcı olmaya isteklidir.							
12	Sorunlarımı arkadaşlarımla konuşabilirim.							

C (Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği)

Son bir yılınızı düşünerek sosyal medya (Facebook, Instagram, Twitter, vb.) kullanımınız hakkındaki aşağıdaki durumları ne sıklıkla yaşadığınızı ilgili rakamı daire içerisine alarak belirtiniz.

		Çok Nadir 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

D (Psikolojik İyi Oluş Ölçeği)

Aşağıda katılıp ya da katılamayacağınız 8 ifade vardır. 1–7 arasındaki derecelendirmeyi kullanarak, her bir madde için uygun olan cevabınızı belirtiniz.

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