



**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı

Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ YORDAYICILARI OLARAK TEMEL PSİKOLOJİK  
İHTİYAÇLAR VE UTANGAÇLIK

Seçil ERDEM

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2022

Liderlik, araştırma, inovasyon, kaliteli eğitim ve değişim ile

*Daha ileriye ... En İyiyeye ...*



Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı  
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Programı

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ YORDAYICILARI OLARAK TEMEL PSİKOLOJİK  
İHTİYAÇLAR VE UTANGAÇLIK

BASIC PSYCHOLOGICAL NEEDS AND SHYNESS AS PREDICTORS OF SOCIAL MEDIA  
ADDICTION

Seçil ERDEM

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2022

## Kabul ve Onay

Eğitim Bilimleri Enstitüsü M¼d¼rl¼đ¼ne,

Seçil Erdem'in hazırladığı "Sosyal Medya Bağımlılığının Yordayıcıları Olarak Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Utangaçlık" başlıklı bu çalışma j¼rimiz tarafından **Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalında Y¼ksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

J¼ri Başkanı	Prof. Dr. Filiz BİLGE	İmza
J¼ri Üyesi (Danışman)	Doç. Dr. Meliha TUZGÖL DOST	İmza
J¼ri Üyesi	Prof. Dr. Kemal ÖZTEMEL	İmza
J¼ri Üyesi	Doç. Dr. Nil¼fer KOÇT¼RK	İmza
J¼ri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Leyla ERCAN	İmza

Bu tez Hacettepe Üniversitesi Lisans¼st¼ Eğitim, Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıdaki j¼ri üyeleri tarafından 03 / 06 / 2022 tarihinde uygun gör¼lm¼ř ve Enstit¼ Yönetim Kurulunca ..... / ..... / ..... tarihi itibarıyla kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Selahattin GELBAL  
Eğitim Bilimleri Enstitüsü M¼d¼r¼

## Öz

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi, günlük sosyal medya kullanım süresi, temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlık değişkenlerine göre incelemektir. Araştırmanın çalışma grubu, Ankara ve İzmir’de yer alan üniversitelerde eğitimini sürdürmekte olan 532 (393 kadın, 139 erkek) öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplamak amacıyla Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-Yetişkin Formu, İhtiyaç Doyumu Ölçeği ve Utangaçlık Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma bulguları doğrultusunda öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet ve günlük sosyal medya kullanım süresine göre farklılık gösterirken anne baba eğitim düzeyine göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Kadın öğrencilerin erkek öğrencilere oranla; günlük 5 saat ve üzeri süreyi sosyal medyada geçiren öğrencilerin diğer öğrencilere oranla sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca sosyal medya bağımlılığını, özerklik ihtiyacı olumsuz yönde anlamlı biçimde yordarken, temel psikolojik ihtiyaçların diğer alt boyutları olan yeterlik ihtiyacının ve ilişki ihtiyacının anlamlı biçimde yordamadığı belirlenmiştir. Öte yandan utangaçlığın sosyal medya bağımlılığını olumlu yönde anlamlı biçimde yordadığı tespit edilmiştir. Son olarak gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanlarının %13.9’unun temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutu olan özerklik ihtiyacı ve utangaçlık değişkenleri ile açıklandığı saptanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular alanyazın ışığında tartışılmış ve öneriler sunulmuştur.

**Anahtar sözcükler:** sosyal medya bağımlılığı, temel psikolojik ihtiyaçlar, utangaçlık, üniversite öğrencileri

### **Abstract**

This research aims to examine university students' levels of social media addictions according to such variables as parents' level of education, the daily social media use time, basic psychological needs, and shyness. The study group consists of 532 (393 female, 139 male) students at universities in Ankara and Izmir. To collect data, demographic information form, Social Media Addiction Scale – Adult Form, Need Satisfaction Scale, and Shyness Scale were utilized. According to the findings of this research, while students' levels of social media addiction vary according to their gender and their daily social media use time, they do not vary according to their parents' level of education. It was also seen that female students have a higher level of social media addiction compared to male students; similarly, students who spend 5 hours or more on social media have a higher level of social media addiction compared to other students. Moreover, it was determined that the need for autonomy negatively predicts social media addiction while it does not significantly predict other sub-dimensions of basic psychological needs, namely, the need for competence and the need for relatedness. It was determined that shyness positively predicts social media addiction. In the result of regression analysis, it was found that the need for autonomy and shyness explained social media addiction at the rate of 13.9%. The findings were discussed and suggestions were made in the light of the literature.

**Keywords:** social media addiction, basic psychological needs, shyness, university students.

## Teşekkür

İlk olarak tez yazım sürecinde bilgi birikimi ve deneyimleriyle bana her zaman yol gösteren, kendisine kolaylıkla ulaşarak yardım alabildiğim, endişelerimi dinleyerek bana çözüm önerileri sunan, tez çalışmamı tamamlamaya beni motive eden, bu süreçte gerçekten nasıl hissettiğimi önemseyerek iyi oluşumu destekleyen sayın Doç. Dr. MELİHA TUZGÖL DOST'a teşekkürlerimi sunarım.

Tez savunma jürisinde yer alan değerli hocalarım sayın Prof. Dr. FİLİZ BİLGE, Prof. Dr. KEMAL ÖZTEMEL, Doç. Dr. NİLÜFER KOÇTÜRK ve Dr. Öğr. Üyesi LEYLA ERCAN'a tezimin daha iyi olması adına sağladıkları geribildirimlerle katkı sundukları ve bana zaman ayırdıkları için ayrı ayrı teşekkür ederim.

Tezimin veri analizi aşamasında aklıma takılan soruları kendisine rahatlıkla yöneltebildiğim ve zorlandığım zaman özveriyle bana destek olan Dr. Haydar KARAMAN'a teşekkür ederim.

Tökezlediğim, deneyimlediğim zorluklarla baş etmekte güçlük çektiğim anları da kucaklayıcı biçimde yaşamımda gerçekleştirmek istediğim şeyleri başarabileceğime yürekten inanmam için tüm varlığıyla bana destek olan canım annem Bakiye ERDEM'e sonsuz teşekkür ederim. Yüksek lisans programına başlamaya hak kazandığımı öğrendiğim heyecan ve merak dolu ilk andan son güne kadar koşulsuz destek ve anlayışı ile her zaman yanımda olduklarını hissettiren babam Yüksel ERDEM ve tezimde karşılaştığım teknik sorunları halletmeme yardım ederek beni sakinleştiren ablam AYŞENUR ERDEM'e teşekkür ederim. En kaygılı ve umutsuz olduğum anlarda beni tüm şefkatleri ile kucaklayan, yanımda oldukları için kendimi her zaman şanslı hissettiğim teyzem Behiye GENÇSOY, eniştem Hasan GENÇSOY ve kuzenim Gözde GENÇSOY ADIVAR'a teşekkür ederim.

Birlikte büyüdüğümüz yıllar boyunca benim için hep en iyisini dileyen Nur TURGUT, Yağmur DÜNDAR, Zeynep KARA, Özlen ERGEN, Diren YAYIK VE Tuğba ÖZ'e kendilerine yeterince zaman ayıramadığımı hissettiğim zamanlarda bile anlayışla yaklaşarak her

seferinde bana bu süreçte yalnız olmadığımı hatırlattıkları için teşekkür ederim. Yüksek lisans sürecinin başlangıcından itibaren, ne zaman aklımda bir soru işareti olsa konuşarak düşüncelerimi netleştirmemi kolaylaştıran; yalnızca kaygılarıma, üzüntülerime değil aynı zamanda sevinçlerime, heyecanlarıma da ortak olan sevgili arkadaşım psikolojik danışman Ayşenaz DUMAN'a çok teşekkür ediyorum.

Henüz yüksek lisansımı bitirmemiş olmanın verdiği endişelerle işe başladığım dönemde ilk çalışma deneyimimi olabildiğince keyifli kılmak için bana her zaman anlayışla yaklaşan Sancaktepe Rehberlik ve Araştırma Merkezi'ndeki çalışma arkadaşlarım ve benzer biçimde yüksek lisans sürecinden geçerek deneyimleriyle bana rehberlik eden Tuğba YAVUZ'a teşekkürlerimi sunuyorum. Tez yazım sürecinde karşılaştığım sayısız zorlukta sabırla ve içtenlikle bana her zaman desteklerini hissettiren, ne zaman yardım alma ihtiyacı duysam her zaman yanı başımda olan canım çalışma arkadaşlarım ve meslektaşlarım Ayşegül ERDOĞAN, Ceren DOĞAN, Elif ATALAR, Sude KARATAŞ, Zeliş YILDIZ'a sonsuz neşe ve pozitiflikleriyle panik içerisinde bir şeyleri yetiştiremeyeceğimden bahsederken beni her seferinde sakinleştirdikleri, tezimi okuyarak verdikleri dönütler ile yanlış ve eksiklerimi fark etmemi kolaylaştırdıkları, beni her zaman büyük bir ilgi ve anlayışla dinledikleri için ne kadar teşekkür etsem az. Sizlerle tanışmak, beraber çalışıyor olmak, bu süreçte varlığınızı hissetmek her zaman hayattaki en büyük şanslarımdan biri olacak. İyi ki varsınız...



## İçindekiler

Kabul ve Onay.....	ii
Öz.....	iii
Abstract.....	iv
Teşekkür.....	v
Tablolar Dizini.....	ix
Şekiller Dizini.....	x
Simgeler ve Kısaltmalar Dizini.....	xi
Bölüm 1 Giriş.....	1
Problem Durumu.....	1
Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	7
Araştırma Problemi.....	10
Sayıtlılar.....	11
Sınırlılıklar.....	11
Tanımlar.....	12
Bölüm 2 Araştırmanın Kuramsal Temeli ve İlgili Araştırmalar.....	13
Sosyal Medya.....	13
Sosyal Medya Bağımlılığı.....	17
Temel Psikolojik İhtiyaçlar.....	26
Utangaçlık.....	34
İlgili Araştırmalar.....	46
Bölüm 3 Yöntem.....	57
Araştırma Yöntemi.....	57
Araştırmanın Çalışma Grubu.....	57
Veri Toplama Süreci.....	60
Veri Toplama Araçları.....	61
Verilerin Analizi.....	65

Bölüm 4 Bulgular ve Yorumlar.....	69
Cinsiyet Değişkenine Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Puanlarına İlişkin Bulgular.....	69
Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Puanlarına İlişkin Bulgular.....	69
Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Puanlarına İlişkin Bulgular.....	71
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Puanlarına İlişkin Bulgular .....	72
İhtiyaç Doyumu Ölçeği Puanları ile Utangaçlık Ölçeği Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarını Yordayıcılığına İlişkin Bulgular.....	74
Bölüm 5 Sonuç, Tartışma ve Öneriler .....	77
Sonuç.....	77
Tartışma.....	78
Öneriler .....	93
Kaynaklar .....	97
EK-A: Ölçeklerin Kullanım İzinleri.....	cxxxiv
EK-B: Gönüllü Katılım Formu .....	cxxxvi
EK-C. Örnek Ölçek Maddeleri .....	cxxxviii
EK-Ç Etik Komisyon Onay Bildirimi .....	cxliii
EK-D: Etik Beyanı.....	cxliv
EK-E: Yüksek Lisans Tez Çalışması Orijinallik Raporu.....	cxlv
EK-F: Thesis/Dissertation Originality Report .....	cxlvi
EK-G: Yayımlama ve Fikrî Mülkiyet Hakları Beyanı .....	cxlvii

## Tablolar Dizini

<b>Tablo 1</b> Demografik Değişkenlere Göre Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	58
<b>Tablo 2</b> Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	59
<b>Tablo 3</b> Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu, İhtiyaç Doyumu Ölçeği ve Utangaçlık Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler.....	65
<b>Tablo 4</b> Ölçek Puanları Arasındaki Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları .....	67
<b>Tablo 5</b> Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Bağımsız Gruplar t Testi .....	69
<b>Tablo 6</b> Anne Eğitim Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Betimsel İstatistikler.....	70
<b>Tablo 7</b> Anne Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları .....	70
<b>Tablo 8</b> Baba Eğitim Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Betimsel İstatistikler .....	71
<b>Tablo 9</b> Baba Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları.....	72
<b>Tablo 10</b> Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Betimsel İstatistik Sonuçları.....	73
<b>Tablo 11</b> Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre ANOVA Sonuçları .....	73
<b>Tablo 12</b> Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Games-Howell Çoklu Karşılaştırma Tablosu.....	74
<b>Tablo 13</b> Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Utangaçlık Değişkenlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Regresyon Analizi Sonuçları.....	75

**Şekiller Dizini**

<b>Şekil 1</b> 2004-2018 Yılları Arasında Sosyal Medya Platformlarını Kullanan Kişi Sayısı.....	<b>8</b>
---	----------

## **Simgeler ve Kısaltmalar Dizini**

**DSM:** Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı)

**İDÖ:** İhtiyaç Doyumu Ölçeği

**SMBÖ-YF:** Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu

**SPSS:** Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı)

**TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu

**UÖ:** Utangaçlık Ölçeği

## Bölüm 1

### Giriş

Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak problem durumuna yer verilmiş sonrasında ise sırasıyla araştırmanın amacı ve önemi; araştırma problemi, alt problemler, sayılılar ve sınırlılıklar ortaya konmuştur. Son olarak ise ilgili araştırma kapsamında çalışılmakta olan kavramların tanımlarına değinilmiştir.

### Problem Durumu

Dijital Çağın başlamasıyla birlikte teknoloji öngörülemez ölçüde gelişim kat etmiştir. Teknolojide meydana gelen gelişmeler aracılığıyla bireyler geleneksel medya deneyiminden farklı olarak birbirleriyle çevrimiçi etkileşim kurmaya, içerik paylaşımında bulunmaya başlamıştır (Treadaway ve Smith, 2010). Meydana gelen yeniliklerin etkisi kişilerin yalnızca iletişim kurma biçimleriyle sınırlı kalmayıp kendi benliklerini algılama biçimlerine varacak ölçüde değişim yaratma gücü kazanmıştır. Geleneksel internet sitelerine örnek olarak gösterilebilecek olan haber siteleri, forumlar yerini kullanıcıların kendi gerçekliklerini oluşturabilecekleri Second Life, World Craft gibi ileri düzey teknoloji uygulamaları ile dizayn edilen sosyal medya platformlarına bırakmıştır (Tikkanen vd., 2009). Böylelikle sosyal medya platformları; yer, zaman gibi engellere takılmadan iletişim kurmayı mümkün kılması, hızlı bir biçimde bilgi erişimi ve paylaşımına izin vermesi gibi özellikleri ile yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Küçükvardar, 2020; Power ve Philips-Wren, 2011). Türkiye İstatistik Kurumu (2021) tarafından gerçekleştirilen Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'ndan elde edilen veriler bu bilgiyi doğrular niteliktedir. İlgili araştırmaya göre 16-74 yaş aralığındaki bireylerde internet kullanım oranı 2020 yılında %79.0 iken 2021 yılı itibarıyla %82.6'ya; 2020 yılı için internete evden erişim sağlama oranı %90.7 iken 2021 yılı ile birlikte %92.0'ye yükselmiştir. Ayrıca internet kullanıcılarının son üç ay içerisinde interneti %73.8 oranında sosyal medya platformlarında içerik paylaşımında bulunma, platformlarda yer alan özelliklerden yararlanarak diğer kullanıcılarla mesajlaşma

gibi amaçlarla kullandığı ortaya konmuştur. Anlaşıldığı üzere internet kullanıcılarının önem arz eden bir kısmı interneti sosyal medya platformlarına erişim sağlamak üzere kullanmaktadır.

'We Are Social Dijital Ajansı' tarafından 2021 yılında yayınlanan rapora göre Dünya nüfusunun %59.5'i internet kullanıcısı iken kullanıcıların %92.6'sı internete mobil cihazlar aracılığıyla katılım sağlamaktadır. Türkiye'de ise internet kullanıcılarının toplam nüfusun %77.7'sini oluşturduğu ve kullanıcıların %94.5'inin internete mobil cihazlar ile bağlandığı kaydedilmiştir. Dikkat çeken bir diğer veri ise Türkiye'deki 16-64 yaş aralığındaki bireylerin günde ortalama olarak 2 saat 57 dakikasını sosyal medya platformlarında geçirmesidir. Dünya geneli için bakıldığında aynı ortalamanın 2 saat 25 dakika olduğu yani Türkiye'deki sosyal medya kullanımının dünya ortalamasının üzerinde seyrettiği fark edilmektedir. Ayrıca önceki yıla oranla sosyal medya kullanıcıları %11.1 oranında artarak Türkiye nüfusunun %70.8'i aktif sosyal medya kullanıcısı haline gelmiştir. Aynı oran Dünya geneli için ise önceki yıla oranla %13.2 artarak %53.6 olmuştur (We Are Social, 2021).

We Are Social Dijital Ajansı ve TÜİK tarafından yayınlanan veriler incelendiğinde Türkiye nüfusunun büyük bir çoğunluğunun internete erişimi olduğu ve internete erişimin daha çok akıllı telefonlar aracılığıyla sağlandığı açıktır. Ayrıca sosyal medya kullanıcılarının sayısında hem Türkiye hem de Dünya için yıldan yıla artış gözlenmektedir. Bu durumun günümüzde akıllı telefonların internet aracılığıyla diğer insanlarla etkileşim halinde kalmamızı sağlayacak ölçüde hafif ve küçük boyutlarda tasarlanmış olması (Al-Menayes, 2015b) ve Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, LinkedIn gibi sayısız örneği bulunan sosyal ağlarının (Whiting ve Williams, 2013) yaşamı birçok açıdan kolaylaştırması ile ilişkili olduğu düşünülebilir. Sosyal medyanın; bireysel ve toplumsal açısından yeni insanlarla tanışma, fikir paylaşımında bulunma, belirli amaçlara sahip olan bireyleri bir araya getirme, toplum için öneme sahip olan olaylarla ilgili tasarlanan reklam ve kampanyalarla güncel bilgileri ilgili kitlelere ulaştırma (Siddiqui ve Singh, 2016); profesyonel yaşam açısından ticari kuruluşların ürünlerinin tanıtılması, yeni müşterilerin bulunması ve rakip kuruluşların çalışmalarını kolaylaştırma; eğitsel açıdan ise öğrencilerin bilgilerini var olan yenilikler

doğrultusunda güncellemelerini, yeni öğrenme yolları keşfetmelerini, dünyada var olan gelişmeleri takip ederken gelecek planlarını olası gelişmeler doğrultusunda şekillendirmelerini, bilgi paylaşımında bulunmalarını sağladığı görülmektedir (Akram ve Kumar, 2017).

Her ne kadar sosyal medya kullanımı yaşamı kolaylaştırıcı nitelikteki özellikleri ile ön plana çıkıyor olsa da bireyler üzerinde olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarının, kullanıcılarına daha iyi biçimde hizmet sunmak adına belirli zaman aralıklarıyla yeni özelliklerle zenginleştirilmesi ve büyük oranda ücretsiz olması dünya çapında sosyal medya kullanıcı sayısının artmasına neden olurken bu durum sosyal medya bağımlılığı kavramını gündeme getirmektedir (Al-Menayes, 2015b; Dhir vd., 2018). Sosyal medya bağımlılığı, kişinin engellenemeyen biçimde sosyal medyayı kullanması ve sürekli olarak sosyal medya hesaplarını kontrol etme isteği duymasının yaşamında olumsuz etkilere yol açması olarak tanımlanmaktadır (Şahin ve Gününç, 2020). Sosyal medyaya karşı bağımlılık geliştiren kişilerin depresyon düzeylerinin yüksek olması ile (Balcı ve Baloğlu, 2018; Çil, 2020; Dhir vd., 2018; Haand ve Shuwang, 2020) iş (Cao ve Yu, 2019; Yu vd., 2018), eğitim (Azizi vd., 2019; Chua vd., 2020; Hou vd., 2019), aile ve romantik ilişkiler (Dinçsoy, 2021) gibi birçok farklı yaşam alanlarında karşılaştıkları problemler gündelik hayatlarını zorlaştırmaktadır. Ek olarak, oyun bağımlılığı (Yayman ve Bilgin, 2020); teknoloji bağımlılıkları ile ilişkisi sıklıkla araştırılan gelişmeleri kaçırma korkusu olarak isimlendirilen Fomo (Przybylski vd., 2013); ve mobil cihazlardan yoksun kalma korkusu olarak isimlendirilen nomofobi (Ayar vd., 2018) sosyal medya bağımlılığının kullanıcıların yaşamında yol açtığı olumsuzluklar arasında değerlendirilebilir. Sosyal medya kullanımının bireylerin hayatındaki olumsuz etkileri göz önünde bulundurulduğunda sosyal medya bağımlılığı kavramının daha iyi anlaşılabilmesi adına birçok farklı değişkenle ilişkisinin araştırılması açıkça fark edilmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı için önemli risk faktörlerinden biri kullanıcıların yaşıdır (Blackwell vd., 2017). Genç bireylerin, ebeveynleri gibi yaşça büyük kişilere oranla, sosyal medya kullanım sürelerini problemli olarak değerlendirmeleri daha nadir görülmektedir



(Griffiths ve Kuss, 2017). Bu doğrultuda Prensky (2001), 20. yüzyılın son on yılında yani özellikle teknoloji alanında hızlı bir değişim sürecinin gerçekleştiği yıllardan itibaren doğan bireyleri 'Dijital yerliler'; söz konusu tarihten önce doğanları ise 'Dijital göçmenler' olarak adlandırmaktadır. Dijital yerlilerin, doğdukları andan itibaren teknoloji ile iç içe olması sebebiyle bilgisayar oyunları gibi sanal ortamların, internetin kendine özgü dilini ve özelliklerini içselleştirmiş olmaları teknoloji dünyasına uyum sağlamak üzere çaba göstermek zorunda olan dijital göçmenlerden farklılaşan özelliklerini oluşturmaktadır (Prensky, 2001). Üniversite öğrencilerinin çoğunlukla 18-25 yaş arasında olduğu kabul edilecek olursa ilgili yaş aralığındaki öğrencilerin bahsedilmekte olan tanımlama doğrultusunda 'Dijital yerliler' olarak adlandırılması, sosyal medya bağımlılığı açısından potansiyel olarak risk grubunda değerlendirilebileceklerinin göstergesidir. Ayrıca Andreassen vd. (2017) tarafından 16-88 yaş aralığındaki 15,298'i kadın, 8.234'ü erkek katılımcılardan oluşacak biçimde toplam 23.532 kişi ile gerçekleştirilen araştırmada kişilerin yaşı küçüldükçe sosyal medya bağımlılıklarının yükseldiği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla Türkiye nüfusunun %15.4'lük kısmını temsil eden genç nüfusun %71.4'lük kısmını 18-24 yaş aralığındaki bireylerin oluşturduğu göz önüne alındığında sosyal medya bağımlılık düzeyinin üniversite öğrencileri açısından ortaya konmasının önem arz ettiği değerlendirilmektedir (TÜİK, 2020).

Cüceloğlu (2021), her bir davranışın bir ya da birden çok güdü sonucunda açığa çıktığını bu nedenle güdülenme sürecinin incelenmesinin insan davranışlarını anlamlandırabilmek açısından oldukça kritik bir öneme sahip olduğunu belirtmektedir. İnsanları belirli bir biçimde eylemde bulunmaya yönelten güdülerin temelinde ise ihtiyaç kavramının bulunduğu bilinmektedir. Diğer bir deyişle güdüler ihtiyaçlardan kaynaklanmaktadır (Baymur, 2020). Bu doğrultuda bireylerin sosyal medyaya yönelik geliştirdikleri bağımlılığın anlaşılabilmesi adına "Söz konusu davranışın sürdürülmesinin altında yatan ihtiyaç nedir?" sorusuna yanıt aramanın gerekli olduğu düşünülmektedir. Uzun yıllardır bütün insanlar için geçerli olacak evrensel nitelikteki ihtiyaçları belirlemek üzere çalışmalarını devam ettiren (Ormrod, 2016) araştırmacılardan olan Deci ve Ryan öz-

belirleme kuramını oluşturmuştur. Öz-belirleme kuramında bireysel farklılıklardan bağımsız olarak (Deci ve Ryan, 2014) kişinin optimal düzeyde psikolojik iyi oluşu (Chang vd., 2015), yaşam üzerinde etkili olabilmesi, hayata ve çevresinde yer alan insanlara karşı bağlılık geliştirebilmesi, içsel motivasyona ulaşabilmesi ancak temel psikolojik ihtiyaçların karşılanmasıyla mümkün olabileceğinin belirtildiği görülmektedir (Patrick vd., 2007). Bu nedendir ki günümüzde kullanıcıların sosyal medya platformlarında uzun süreler geçirmesi adına ilgili platformların, kullanıcılarının çeşitli psikolojik ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde tasarlandığı bilinmektedir (Wang ve Li, 2012). İnsanların temel psikolojik ihtiyaçlarını yeterli düzeyde karşılayamadıkları ya da diğerleri tarafından engellendikleri durumlarda anksiyete, kaygı, öfke gibi duygular ortaya çıkmaktadır (Ryan ve Deci, 2000a). Sosyal medya aracılığıyla günlük yaşam deneyimlerinin sanal ortamlara taşınması ile ise gerçek dünyada deneyimlenmesi imkansız olan pek çok durumun ulaşılabilir hale gelmesi mümkün olmaktadır. Böylelikle söz konusu ihtiyaçlarını giderebilecekleri yeni ortamlar arayan bireyler için sosyal medya kullanımı oldukça çekici hale gelmektedir (Cevher ve Ustakara, 2019; Masur vd., 2014). Sosyal medya aracılığıyla temel psikolojik ihtiyaçların karşılanmaya çalışılmasının ise sosyal medya bağımlılığını beraberinde getireceği değerlendirilebilir (Masur vd., 2014). Bu doğrultuda araştırmanın bağımsız değişkenlerinden biri temel psikolojik ihtiyaçlar olarak belirlenmiştir.

Kişilik özellikleri bireylerin; fikir yürütme, hissetme, hissedilen şeyi anlamlandırma ve eyleme geçme biçimlerinde sıklıkla sergiledikleri eğilimleri göstermektedir (Magnavita, 2016 s.16). Diğer bir ifade ile kişinin hem iç dünyası hem de çevresindeki diğer insan ve nesnelere kurduğu ilişki kişiliğinden etkilenmekte, bu yanı ile kişilik günlük yaşam pratiklerinde gözlemlenebilen bir kavram haline gelmektedir (Cüceloğlu, 2021). Ayrıca kişiliğin tutarlı bir yapı sergilemesi bireyin benzer durumlar altında büyük oranda benzerlik gösteren biçimde davranacağı anlamına gelmektedir (Burger, 2006). Bu doğrultuda insanların belirli biçimlerde davranmalarının kişilik özellikleri aracılığıyla anlamlandırılma çabası (Magnavita, 2016) teknolojiye yönelik geliştiren bağımlılıkları konu alan araştırmalarda da geniş ölçüde yer bulmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu

düşünülen kişilik özelliklerinden bir tanesi ise utangaçlıktır (Enok-Joel ve Vijayalakshmi, 2020).

Utangaçlık, kendi davranışlarını olması gerekenden fazla biçimde inceleyerek kontrol altına almaya çalışma ve diğer insanların kendisi hakkında ne düşüneceği hakkında sürekli bir değerlendirme içerisinde olmanın kişide yol açtığı belirsizlik ve endişe duygusu olarak kabul edilmektedir (Crozier, 2002). Zimbardo (1977) utangaçlığın, yeni insanlarla arkadaşlık kurmayı ya da var olan ilişkilerinde tatmin edici deneyimler yaşamayı güçleştirmesi gibi nedenlerle kişinin yaşamını en ağır fiziksel engele sahip olmak kadar zorlaştıran bir deneyim olduğunu belirtmektedir. Başka bir ifade ile utangaçlık, insanların birbirleri ile duygusal bağlar kurmasını ya da kurduğu bağları uzun süre zarfında sürdürmesini engellemektedir (Zimbardo, 1986). Buna karşın utangaç bireylerin, internet aracılığıyla gündelik yaşamlarına oranla çok daha hızlı biçimde yeni insanlarla tanışarak ilişki kurabildikleri bilinmektedir (Henderson vd., 2010). Aynı zamanda kullanıcılarına kişisel bilgilerini sunmadan varlık gösterebilme olanağı sağlaması ile sanal ortamlar utangaçlık düzeyi yüksek olan bireylerin kendilerini rahat bir biçimde ifade edebilmelerini kolaylaştırmaktadır (Young vd., 1999). Orr vd. (2009) bir sosyal medya platformu olan Facebookta, utangaç bireylerin utangaç olmayanlara oranla daha uzun süreler geçirdiğini ve utangaç bireylerin diğerlerine oranla Facebook kullanımına yönelik tutumlarının daha olumlu olduğunu bildirmektedir. Bahsedilmekte olan bilgiler doğrultusunda gündelik yaşamda sosyalleşmekte güçlük çeken utangaç bireylerin sosyal medyayı diğer insanlara etkileşim kurabilmek için ideal bir ortam olarak görmelerinin sosyal medya kullanım sürelerinin artmasında önemli bir etkiye sahip olabileceği değerlendirilebilir. Bu doğrultuda araştırmanın bağımsız değişkenlerinden bir diğeri utangaçlık olarak belirlenmiştir.

Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu düşünülen bir diğer değişken cinsiyettir. Alanyazın incelendiğinde, cinsiyet ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı farkların bulgulara rastlanmaktadır. Kimi araştırmalardan elde edilen sonuçlar sosyal medya bağımlılık düzeylerinin kadınlarda kimi ise erkeklerde daha yüksek olduğunu göstermektedir (Andreassen vd., 2017; Çiftçi, 2018; Karayığit vd., 2021;

Mahamid ve Berte, 2019). Araştırma bulgularının farklılaşması sebebiyle çalışmaya sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek adına cinsiyet değişkeni dahil edilmiştir. Ayrıca alanyazın incelendiğinde üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının anne baba eğitim düzeyi ile ilişkisini inceleyen araştırmaların olduğu görülmektedir (Akbaş-Çosar ve Gedik, 2021; Çelebi ve Özkul, 2020; He vd., 2020; Teyfur vd., 2017) Bu noktadan hareketle çalışmada, anne baba eğitim düzeyi değişkenleri açısından sosyal medya bağımlılığı incelenmiştir. Gazi vd. (2017) günlük sosyal medya kullanım süresinde meydana gelen artışın sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğunu belirtmiştir. Bu doğrultuda sosyal medya bağımlılığının özelliklerinden olduğu düşünülen günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni ele alınmıştır.

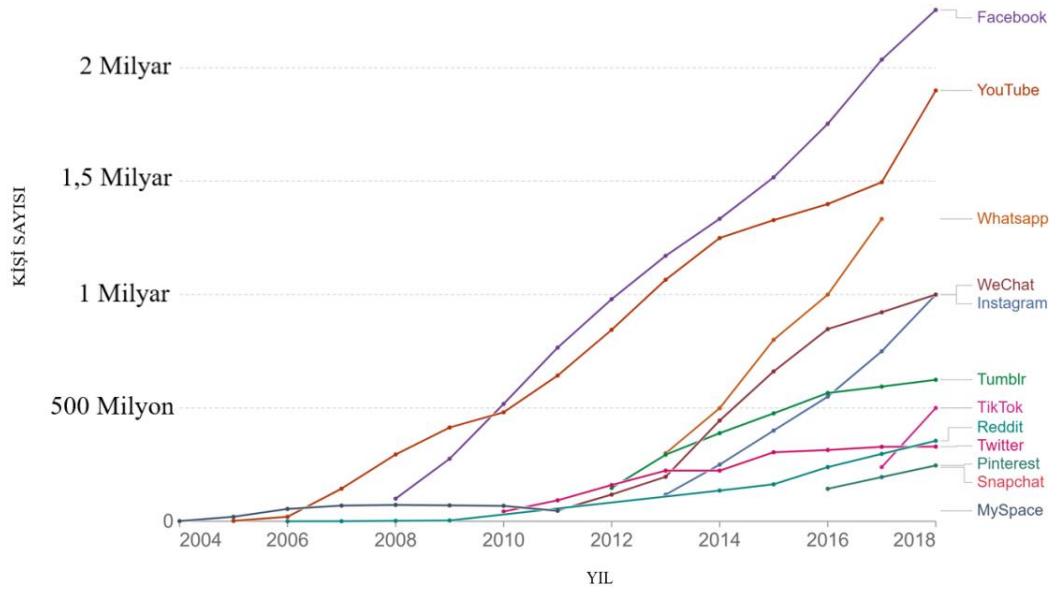
Sonuç olarak, yer verilmekte olan bilgiler ışığında bu araştırmanın problemi, temel psikolojik ihtiyaçların ve utangaçlığın üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini anlamlı biçimde yordayıp yordamadığını incelenmek olarak belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile ilişkili olduğu düşünülen cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi, günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenleri de bu araştırma kapsamında ele alınmıştır.

### **Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Sosyal medya, kullanıcılarına küresel çapta sağladığı olanaklarla her geçen yıl daha fazla sayıda kişiye ulaşmaya devam ederken yaşamın olmazsa olmaz bir parçası haline geldiği yadsınamaz bir gerçek halini almaktadır. Öyle ki Whiting ve Williams (2013) tarafından yapılan araştırmada katılımcıların %88'inin sosyal medyanın kendilerinin sosyal yaşama dahil olmalarını sağladığını ve sosyal medya aracılığıyla gerçek hayatta olmadığı kadar arkadaş edinebildiklerini belirttikleri görülmektedir.

## Şekil 1

2004-2018 Yılları Arasında Sosyal Medya Platformlarını Kullanan Kişi Sayısı (Our World in Data, 2019).



Our World in Data (2019) tarafından 2004-2018 yılları arasındaki aktif sosyal medya kullanıcıları sayısında meydana gelen değişimin grafikleştirilmesi ise yıldan yıla yaşanan artışı çarpıcı bir biçimde somutlaştırmakla kalmayıp günümüz dünyasının özellikleri göz önünde bulundurulduğunda sosyal medya kullanımından tamamen uzaklaşamayacağını açıkça ortaya koymaktadır. Göz ardı edilmemesi gereken nokta ise kullanıcılarına sağladığı avantajları olsa da sosyal medyanın aşırı kullanımının kişilerin yaşamı üzerinde zarar verici etkilerinin olduğudur. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve Sağlık Bakanlığı'nın yöneticiliğinde farklı bakanlık ve Sivil Toplum Kuruluşlarının katılımıyla "2019-2023 Davranışsal Bağımlılıklarla Mücadele Ulusal Strateji Belgesi ve Eylem Planı"nın yayınlanması ayrıca 11. Kalkınma Planı'nda Bağımlılıkla Mücadele Çalışma Grubunda sosyal medya bağımlılığını kapsayıcı çalışmaların yer alması sosyal medyanın aşırı biçimde kullanılması sonucunda ortaya çıkan sosyal medya bağımlılığının halk sağlığını tehdit edici hale gelmekte olduğunu göstermektedir. Psikolojik Rahatsızlıkların Tanınması ve İstatistikleri El Kitabında (DSM-5) yer alan bir sosyal medya bağımlılığının tanımının ve belirlenmiş tanı kriterlerinin olmaması sosyal medya bağımlılığı hakkında fikir edinilmesini

zorlaştırıyor olsa da (Van den Eijnden vd., 2016) sosyal medya bağımlılığının yaygınlığı, olası etkileri ve kişileri sosyal medyaya yönelik bağımlılık geliştirmeye yönelten etmenlerin ortaya konması üzere çeşitli çalışmaların yapılmasına yönelik bir ihtiyacın olduğu açıktır.

Alanyazın incelendiğinde son yıllarda davranışsal bağımlılıklar başlığı altında incelenen internet bağımlılığı, akıllı telefon bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı gibi kavramlarla ilişkili değişkenleri inceleyen araştırma sayısında artış meydana geldiği görülse de Türkiye’de sosyal medya bağımlılığının temel psikolojik ihtiyaçlar ile ilişkisini inceleyen çalışmaların oldukça sınırlı olduğu fark edilmektedir. Kürker (2021) tarafından gerçekleştirilen araştırmada öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılık düzeylerinin temel psikolojik ihtiyaçlar ile akademik erteleme arasındaki ilişkide aracı rolü ele alınırken bu araştırmada ise üniversitelerin çeşitli bölümlerinde öğrenimine devam etmekte olan öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyumunun sosyal medya bağımlılık düzeylerini yordama gücü incelenmiştir. Ayrıca alanyazında sosyal medya bağımlılığı ile çeşitli kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok araştırma olmakla birlikte ilgili araştırmaların sıklıkla beş faktör, karanlık üçlü, narsistik kişilik özelliklerine odaklandığı görülmektedir (Andreassen vd., 2017; Balcerowska vd., 2020; Casale ve Banchi, 2020; Hussain vd., 2021; Kircaburun vd., 2019; Malik ve Khan, 2015; Tang vd., 2016; Wang vd., 2015). Benzer olarak, utangaçlıkla sıklıkla karıştırılan sosyal fobi, sosyal kaygı gibi kavramlarla ilgili gerçekleştirilen çalışmalara rastlanırken (Chen vd., 2020; Dempsey vd., 2019; Foroughi vd., 2019; Lee-Won vd., 2015) utangaçlığın sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisini belirlemek üzere gerçekleştirilen araştırmaların sayısı ise sınırlıdır. Bu doğrultuda, utangaçlığın sosyal medya bağımlılığını yordama gücü incelenerek alanyazına katkıda bulunulacağı düşünülmektedir. Araştırmadan elde edilen bulguların aracılığıyla sosyal medya platformlarının kullanımının her geçen gün artmasının altında yatan nedenleri anlamak, sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin yaşamındaki yerini tespit edebilmek, bağımlılığı önleyici çalışmalar geliştirmek üzere fikir verici olacağı düşünülmektedir.

Bu doğrultuda araştırmanın amacı, temel psikolojik ihtiyaçların ve utangaçlığın üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyini yordama gücünü ortaya koymak

olarak belirlenmiştir. Ayrıca üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde farklılaşma olup olmadığı cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi, günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenleri açısından incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda ilgili değişkenlerin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi ortaya konarak araştırmacılar, ilgili alan çalışanları ve politika yapıcılara yönelik önerilerde bulunulmuştur.

### **Araştırma Problemi**

Bu araştırmada “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri çeşitleri sosyodemografik değişkenler (cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi, günlük sosyal medya kullanım süresi), temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlık açısından anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?” sorusuna yanıt aranmıştır.

### **Alt Problemler**

Araştırma probleminin ayrıntılı bir biçimde incelenebilmesi amacıyla alt problemler aşağıda sunulmuştur.

1. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?
2. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri anne eğitim düzeylerine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?
3. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri baba eğitim düzeylerine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?
4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?
5. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini temel psikolojik ihtiyaçlar (özerklik, yeterlik, ilişki) anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?
6. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini utangaçlık anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?

## **Sayıtlar**

Araştırma kapsamında kullanılan form ve ölçeklerin katılımcılar tarafından gerçeği yansıtabak biçimde cevaplandırıldığı varsayılmıştır.

## **Sınırlılıklar**

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bunlardan ilki, araştırma verilerinin Ankara ve İzmir olmak üzere Türkiye'nin iki büyükşehirinde üniversite eğitimini sürdüren 532 lisans öğrencisinin katılımıyla elde edilenlerle sınırlı olmasıdır. İkinci olarak, araştırmada incelenen değişkenler, veri toplamak üzere kullanılan form ve ölçeklerin ilgili değişkenleri ölçme yeterliliğiyle sınırlıdır. Üçüncü olarak, araştırma verileri incelendiğinde çalışma grubunda kadın erkek cinsiyetleri açısından sayısal eşitliğin olmaması ilgili araştırmanın sınırlılıkları arasında değerlendirilebilir. Diğer bir deyişle, çalışma grubunun büyük bir çoğunluğunun kadın katılımcılardan oluşması nedeniyle gerçekleştirilecek yeni araştırmalarda dağılımın eşit olmasına önem verilebilir. Dördüncü olarak, pandemi koşullarında üniversitelerde yüz yüze eğitime devam edilememesi sebebiyle araştırmanın çalışma grubu uygun örnekleme yöntemiyle belirlenmiş, veriler çevrimiçi formlar aracılığıyla toplanmıştır. Bu doğrultuda elde edilen bulguların, uygun örnekleme yönteminin kullanımından ve verilerin COVID-19 pandemisi sebebiyle çevrimiçi olarak toplanmasından kaynaklanan sınırlılıkları göz önünde bulundurularak değerlendirilmesi önerilir. Beşinci olarak veri toplama sürecinin pandemi koşullarında gerçekleştirilmesinin bir diğer sınırlılığı eğitimin uzaktan gerçekleştirilmesi nedeniyle öğrencilerin evde her zamankinden fazla zaman geçirmesidir. Evde geçirilen sürenin artması öğrencilerin sosyal medya kullanımına etkide bulunarak iç geçerlik tehdidi oluşturmuş olabilir. Sonucu olarak ise bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı kavramının klinik bir değerlendirme ile ele alınmamış olması çalışmanın sınırlılıklarından biri olarak kabul edilebilir. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri öz bildirim dayalı bir ölçeğe verdikleri yanıtlar doğrultusunda belirlenmiştir.



## **Tanımlar**

### **Sosyal Medya Bağımlılığı (Social Media Addiction)**

Sosyal medya bağımlılığı, kişinin sosyal medya platformlarıyla bağlantı halinde kalma konusunda güçlü bir istek duyması ve sosyal medyada uzun süreler harcamasının insanlarla ilişkisinde, iş/okul yaşamında ya da ruh sağlığı ve iyi oluşunda problemlere yol açması olarak tanımlanmaktadır (Andreassen ve Pallasen, 2014).

### **Temel Psikolojik İhtiyaçlar (Basic Psychological Needs)**

Öz-belirleme kuramında psikolojik ihtiyaçlar özerklik, ilişki ve yeterlik olmak üzere üç ayrı başlık altında incelenmektedir. Kişinin, gündelik yaşamında çevresinde yer alan insanlarla içtenliğe dayanan ve kendisini tehdit altında hissetmediği ilişkiler geliştirebilmesi ilişki ihtiyacı; davranışlarının kendisi tarafından başlatılması ve ihtiyaç duyulan anlarda düzenlenerek değiştirilebilmesi özerklik ihtiyacı; çeşitli sonuçları nasıl elde edebileceğinin bilincinde olması ve bu doğrultuda sergilemesi gerekli eylemlerin kendisinin sorumluluğunda olduğu, yani yaşamı üzerinde etki sahibi olduğunu hissetmesi ise yeterlik ihtiyacıdır (Deci vd., 1991).

### **Utangaçlık (Shyness)**

Utangaçlık, bireyin sosyal ortamlarda kendini beceriksiz olarak algılaması ve çekingen davranması nedeniyle gündelik yaşamlarından tanıdıkları ya da yabancı biri olması fark etmeksizin diğer insanların varlığında rahat hissedememesidir (Buss, 1986).

## Bölüm 2

### Araştırmanın Kuramsal Temeli ve İlgili Araştırmalar

Araştırmanın bu bölümünde çalışmanın bağımlı değişkeni olan sosyal medya bağımlılığı ardından ise çalışmanın bağımsız değişkenleri olan temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlık ile ilgili kuramsal bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca ilgili araştırmalar başlığı altında sosyal medya bağımlılığının temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlıkla ilişkisini içeren araştırmalara, son olarak ise sosyal medya bağımlılığının çeşitli değişkenlerle ilişkisinin incelendiği araştırma sonuçlarına değinilmiştir.

#### Sosyal Medya

İnternet ortaya çıktığı ilk yıllarda kullanıcılarına yalnızca bilgi sağlamaya yönelik faaliyet gösterirken zaman içerisinde önemli değişimler geçirerek iletişim kurma ve topluluk oluşturmaya imkân veren bir sistem haline gelmiştir (Fuchs vd., 2013). Bu bağlamda karşımıza Web 2.0 çıkmaktadır. Web 2.0 kavramına ilk kez O'Reilly ve yardımcısı Dale Dougherty tarafından 2004 yılında gerçekleştirilen bir konferansta değinilmiştir (O'Reilly, 2009). Brown (2009) tarafından ise kullanıcı katılımına açık olan yani kullanıcılarının yeni içerik oluşturabildiği ya da var olan içeriklerde değişiklikler yapabildiği web sürümü olarak tanımlanmıştır. Görüldüğü üzere internet teknolojisinde meydana gelen gelişmeler sonucunda ortaya çıkan Web 2.0 kullanıcılarına çevrimiçi ortamda kontrol, özgürlük ve çift yönlü iletişim olanağı sağlamaktadır (Tuten, 2008). Web 2.0 teknolojisinin beraberinde sosyal medya kavramını getirdiği bilinmektedir (Kuzma, 2010).

İnternet tabanlı Web 2.0 teknolojisinin ideolojik ve teknolojik temellerine dayanan sosyal medya, kullanıcılarına içerik oluşturma ve var olan içerikte değişiklik yaratma imkânı veren bir dizi platformdur (Kaplan ve Haenlein, 2010). Taprial ve Kanwar'a (2012) göre sosyal medya; bireylerin diğer insanlarla fotoğraf, video, haber gibi içerik paylaşımında bulunarak çevrimiçi olarak sosyalleştikleri web siteleridir. Mayfield (2007) tarafından ise sosyal medyanın tanımı, sosyal medya platformlarının ortak özellikleri incelenerek

yapılmıştır. Aşağıda beş başlık altında sınıflandırılan özellikleri taşıyan internet sitelerinin sosyal medya platformu olduğu kabul edilmektedir.

“*Katılımcılar*” özelliği kullanıcıların ilgilendikleri konularla ilgili paylaşımda bulunması, diğer kullanıcılardan çeşitli biçimlerde dönüt alma noktasında cesaretlendirici olması nedeniyle sosyal medya ve kullanıcı arasındaki çizginin oldukça belirsizleşmesidir. “*Açıklık*” kullanıcıların, bilgi paylaşımında bulunma, gönderilere yorum yapma gibi konularda teşvik edilirken herhangi bir sosyal medya platformuna erişim sağlama ya da içerik üretme ile ilgili şifreleme gibi engellerle oldukça nadiren karşılaşmalarıdır. “*Konuşma*” geleneksel medyada üretilen içeriğin kullanıcılara çeşitli kanallar aracılığıyla ulaştırılmasının aksine sosyal medyanın kullanıcılarının birbiri ile ilişki kurmasını ve etkileşimde bulunmasını mümkün kılmasıdır. “*Topluluk*” sosyal medya platformları sayesinde kullanıcıların hızlı ve kolay bir biçimde ortak ilgi alanlarına sahip oldukları kişilerle bir araya gelerek yeni topluluklar oluşturabilmeleri ya da var olan topluluklara katılım sağlayabilmeleridir. “*Bağlantılılık*” herhangi bir sosyal medya platformundan diğer sosyal medya platformları, internet siteleri, bilgi kaynakları veya insanlara link aracılığıyla bağlantı verilerek böylelikle erişim kolaylığı sağlanmasıdır.

Sosyal medyanın özelliklerini inceleyen Mavnacioğlu’na (2009) göre sosyal medya kullanıcılarına zaman, mekân ve konu sınırlaması olmaksızın özgür bir şekilde içerik üretme, var olan içeriklerde değişiklik yaratma ya da diğer kullanıcılar tarafından paylaşılan içerikleri takip etme imkânı sunmaktadır. Başka bir ifade ile kullanıcılar, sosyal medya platformlarında aynı anda takip eden ve takip edilen konumunda yer alabilmektedir. Ayrıca sosyal medyada oluşturulan içeriklerin internet teknolojisinde meydana gelen gelişmeler sayesinde kullanıcılar arasında oldukça hızlı ve kolay bir biçimde yayıldığı bilinmektedir. Mavnacioğlu (2009) son olarak ise sosyal medya platformlarında insanların birbirleriyle resmi olmaktan ziyade içten ve samimi bir biçimde iletişim kurduğunu belirtmektedir. Bu durum çeşitli şirketler tarafından genellikle ticari amaçlarla kurulan geleneksel internet sitelerinden farklı olarak sosyal medya içeriklerinin ücretsiz biçimde özgeci bir yaklaşımla

kullanıcılar tarafından oluşturulması, değiştirilmesi ya da güncellenmesiyle açıklanabilir (Kaplan ve Haenlein, 2009).

Alanyazın incelendiğinde sosyal medya platformlarının farklı şekillerde sınıflandırıldığı görülse de ilgili platformların özelliklerinin büyük oranda benzerlik içermesi nedeniyle birbirlerinden kesin farklılıklarla ayrılmadığı fark edilmektedir. Sosyal medya platformları Kaplan ve Haenlein (2012) tarafından iş birliğine dayalı projeler, sosyal ağ siteleri, içerik toplulukları, sanal sosyal dünyalar, sanal oyun dünyaları, blog ve mikroblog olmak üzere yedi başlık altında incelenmektedir. Değnilmekte olan sınıflandırma baz alınarak sosyal medya platformlarının temel özellikleri açıklanacaktır.

Sosyal ağ siteleri kullanıcıların herkese açık ya da belli sınırlamalarla kısıtlayabilecekleri yarı açık biçimde, kişisel profillerini oluşturarak kendi sosyal çevrelerinden ya da sanal ortamda tanıştıkları bireylerle etkileşimde ve paylaşımda bulunabildikleri sosyal medya platformlarıdır (Boyd ve Ellison, 2007). Kullanıcılarına genellikle 140 karakter sınırlaması dahilinde içerik üretme olanağı sağlayan mikrobloglarda ise paylaşımlar hızlı bir biçimde oluşturulmakta ve kullanıcılar var olan paylaşımları hızlı bir biçimde inceleyebilmektedir (Thoms, 2012). Çevrimiçi dergi işlevi gören bloglar, kullanıcılarının günlük yaşam kesitlerinden herhangi bir alanda okuyucuları bilgilendirici paylaşımlarda bulunmaya varacak ölçüde geniş yelpazeli içerik üretimine olanak sağlayan sosyal medya platformlarıdır (Kaplan ve Haenlein, 2010). İçerik üretimi, tek bir kullanıcı tarafından yapılabileceği gibi birden çok kullanıcının bir araya gelerek ortak paylaşımda bulunduğu bloglara da rastlamak mümkündür (Boulos vd., 2006). Blogları diğer sosyal medya platformlarından ayıran özelliği ise tek bir kişi tarafından yönetilmesine karşılık etkileşimin yazar tarafından oluşturulan içeriğe gelen yorumlar aracılığıyla sağlanmasıdır (Kaplan ve Haenlein, 2010). İşbirliğine dayalı projeler, kullanıcılarının ortak ve eşzamanlı biçimde içerik oluşturduğu; içerikte istedikleri an değişim ya da güncelleme yapabildikleri sosyal medya platformlarını ifade etmektedir. Dünya çapında en bilindik örneği Wikipedia olan iş birliğine dayalı projelerin daha çok akademik bilgi paylaşımı amacıyla kullanıldığı bilinmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2014). Diğer sosyal medya platformlarına oranla

kullanıcılarına daha çok sosyalleşme olanağı sağlayan sanal oyun dünyaları, kullanıcıların kurgu dahilinde kim olduğunu ya da kim olmak istediğini yaratabildikleri; diğer kullanıcılarla etkileşim halinde oyun oynadıkları üç boyutlu bir ortamdır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Sanal sosyal dünyalar ise kullanıcıların üç boyutlu bir ortamda kişiselleştirilmiş avatarlar aracılığıyla eğlenceli vakit geçirebildikleri, bilgi paylaşımında bulunabildikleri hatta ürün ve hizmet satın alabildikleri sosyal medya platformlarıdır (Haenlein ve Kaplan, 2009). Sanal sosyal dünyalar, kullanıcıları tarafından 'yapay bir dünya' olarak değerlendirilmemekte gerçek yaşamın uzantısı olarak kabul edilmekte bu nedenle gerçek ve sanal dünya arasındaki sınırlar ortadan kalkmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2012). Aynı zamanda birçok sosyal medya platformunda etkileşimde bulunma imkânı gönderi beğenmek, yorum yapmak gibi içeriğin oluşturulma anından farklı bir zamanda yani gecikmeli olarak sağlanmaktayken sanal sosyal dünyalarda etkileşim anlık olarak gerçekleşmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2009). İlgili sınıflandırma çerçevesinde ele alınacak son platform olan içerik toplulukları; yazı, fotoğraf, video ve sunum gibi çeşitli medya içeriklerinin paylaşılmasına olanak sağlayan sosyal medya platformlarıdır (Hamm, 2013). Değiniilmekte olan sosyal medya platformlarından farklı olarak içerik topluluklarının asıl amacı diğer kullanıcılarla etkileşim kurmaktan çok içerik paylaşımında bulunmaktır (Heinonen, 2011). Kaplan ve Haenlein (2012) tarafından yapılan sınıflandırmanın yanı sıra mobil anlık mesajlaşma uygulamalarının da sosyal medya platformları olarak kabul edildiği görülmektedir (Eyrich vd., 2008; Sutikno vd., 2016). Mobil anlık mesajlaşma uygulamaları son yıllarda kullanım oranlarında meydana gelen artış ile yüz yüze iletişimin yerini almaya başlamakta adeta iletişim kurmanın yeni bir biçimini oluşturmaktadır (Dargahi-Nobari vd., 2017).

Sosyal medya platformları, her ne kadar farklı kategoriler altında incelense de çift yönlü iletişim kurma, içerik oluşturma, oluşturulan içeriği diğer kullanıcılarla paylaşma olanağı sağlaması bakımından birbirleriyle benzeşmekte (Vernuccio, 2014) ve bilgi paylaşımında bulunma, eğlenceli zaman geçirme, arkadaş edinme gibi birçok farklı amaçla kullanılabilir. Yine sosyal medya kullanım amaçları Quinn (2016) tarafından zaman geçirmek, var olan ilişkileri sürdürmek, yeni insanlarla tanışmak, trendlere ayak uydurmak,

bilgi erişimini sağlamak olarak sıralanmıştır. Ayrıca We Are Social (2021) tarafından yayınlanan raporda sosyal medya platformlarının kullanıcı sayılarının oldukça yüksek olduğu ve yıldan yıla artışın istikrarla sürdüğü görülmektedir. Dünyada kişi başına toplam 8.4; Türkiye’de ise 9.4 sosyal medya hesabı düşmektedir. Dünyada sırasıyla en çok kullanılan beş sosyal medya platformunu incelendiğinde ise Facebook’un 2020 yılında 2.449 milyar olan kullanıcı sayısının 2.740 milyara; Youtube’un 2 milyar olan kullanıcı sayısı 2.291 milyara; Whatsapp’ın 1.600 milyar olan kullanıcı sayısının 2 milyara yükseldiği; Facebook Messenger’ın 1.300 milyarlık kullanıcı sayısının aynı kaldığı; Instagram’ın 1 milyar olan kullanıcı sayısının 1.221 milyara yükseldiği fark edilmektedir. Bu doğrultuda Quinn (2016) sosyal medya kullanımının giderek artması nedeniyle bireyler üzerindeki etkilerinin araştırılmasının gerekliliğini vurgulamış ve son yıllarda sıklıkla araştırılan sosyal medya bağımlılığı kavramının önemini işaret etmiştir.

Sosyal medyanın internet tabanlı bir teknoloji olması nedeniyle sosyal medya bağımlılığının anlaşılmasında internet bağımlılığına dair bilgi birikiminin yol gösterici olacağı düşünülmektedir (Al-Menayes, 2015a). Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı kavramının daha anlaşılır hale gelebilmesi için sosyal medya bağımlılığı başlığı altında öncelikle bağımlılık ve internet bağımlılığı kavramlarına yer verilmiştir.

### **Sosyal Medya Bağımlılığı**

Bağımlılık, bağımlı kişinin herhangi bir madde ya da davranışı gerçekleştirmeye yönelik kontrol edilemez, dürtüsel bir biçimde istek duyması, bağımlı olduğu madde ya da etkinlikten uzak kaldığı durumlarda fizyolojik, zihinsel ve duygusal alanlarda belirtiler göstermesidir (Harris vd., 2014). Hollen (2009) bağımlılık kavramının madde bağımlılığı ve davranışsal bağımlılık olarak iki ayrı başlık altında incelendiğini belirtmiştir. Tütün, uyuşturucu, alkol gibi uyarıcı maddelere yönelik geliştirilen bağımlılıklar madde bağımlılığı olarak isimlendirilmektedir (Zou vd., 2017). Davranışsal bağımlılık diğer bir ismi ile süreç bağımlılıkları (Hollen, 2009) ise bireylerin kumar, seks, oyun oynama, alışveriş yapma gibi bir davranış ya da etkinliğe yönelik geliştirdiği bağımlılıklardır (Karim ve Chaudhri, 2012).

Davranışsal bağımlılıklarda, madde bağımlılıklarında olduğu gibi bireyi ödüllendirici kimyasal maddeler bulunmaz yani birey için ödüllendirici olan ilgili davranışı gerçekleştirmektir (Mann vd., 2016). Davranışsal bağımlılık olduğu kabul edilen internet bağımlılığı (Griffiths, 2000), internetin kontrolsüz biçimde kullanılmasının ve kullanmayı bırakma girişimlerinin başarısız olmasının bireyin yaşam sorumluluklarını yerine getirememesi gibi olumsuz sonuçlara yol açması olarak tanımlanmaktadır (Morahan-Martin ve Schumacher, 2000). Shaw ve Black (2008) ise internet bağımlılığını internet ve bilgisayar kullanım alışkanlıklarının kontrol edilemez hale gelmesinin bireyin yaşamının birçok farklı alanında zorluk yaşamasına neden olması olarak açıklamaktadır.

İnternet bağımlılığı ölçütlerini geliştiren ilk araştırmacılardan biri Young'tur. Young (1996) DSM-IV'te yer almakta olan patolojik kumar oynama bağımlılığının, duruma yönelik geliştirilen ve kimyasal madde içermeyen bir bağımlılık olması nedeniyle internet bağımlılığı ile benzer yönlerinin olabileceğini belirtmiş bu doğrultuda patolojik kumar oynama bağımlılığını model alarak internet bağımlılığı kriterlerini geliştirmiştir. Sözü edilmekte olan sekiz kriterden beş ya da daha fazlasının gözlemlenmesi bireyin internet bağımlısı olduğu anlamına gelmektedir.

1. Geçmişte kalan ya da gerçekleştirilecek bir sonraki internet etkinliği hakkında düşünmenin zihni uzun süre meşgul etmesi,
2. İnternet kullanımından doyum sağlamak üzere gerekli kullanım süresinin zaman içerisinde giderek artış göstermesi,
3. Geçmişte internet kullanımını tamamen durdurma, kontrol altına alma ya da süresini azaltmaya yönelik gerçekleştirilen denemelerin her seferinde olumsuz biçimde sonuçlanması,
4. İnternet kullanım süresinin azaltılması ya da bir anda tamamen bırakılması nedeniyle depresif, karamsar veya huzursuz hissedilmesi,
5. İnternette başlangıçta planlanandan çok daha uzun süreler geçirilmesi,

6. İnternet kullanımı nedeniyle kendisi için yaşamında önemli bir yere sahip olan kişilerle sorun yaşanması, eğitim ve iş yaşamında karşısına çıkan olanakların kaçırılması ya da tehlikeye atılması,
7. İnternet kullanım düzeyinin anlaşılmaması için aile üyelerine, terapistine ya da çevresinde yer alan herhangi birine yalan söylenilmesi,
8. İnterneti yaşam sorunlarından ya da çaresizlik, kaygı, suçluluk gibi kendisini olumsuz biçimde etkileyen duygulardan uzaklaşmak amacıyla kullanılması.

İnternet bağımlılığıyla benzer olarak sosyal medya bağımlılığının da davranışsal bağımlılık kriterleri baz alınarak incelendiği görülmektedir (Dalvi-Esfahani vd., 2019). Sosyal medya bağımlılığı, engellenemez düzeyde aşırı sosyal medya kullanımının kişinin; biliş, duygu ve davranışlarını etkileyerek yaşamının pek çok alanında problem yaşamasına neden olmasıdır olarak tanımlanmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015).

Griffiths (2000; 2005) davranışsal bağımlılıklarda (kumar, seks, egzersiz, video oyunu, internet vb.) ortak olarak gözlenen bir dizi biyopsikososyal bileşenin olduğunu savunmaktadır. Ortak bileşenler: Ön plana çıkma, ruh halinde değişim yaratma, tolerans, yoksunluk belirtileri, çatışma ve tekrarlama olmak üzere altı boyutta incelenmektedir. “*Ön plana çıkma*” bağımlılığa yol açan etkinliğin, kişinin hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelerek bilişlerini (bilişsel çarpıtmalar, takıntılı bir biçimde bağımlı olunan davranış hakkında düşünme vb.), duygularını (engellenemez biçimde ilgili davranışı gerçekleştirmeye yönelik istek duyma vb.) ve davranışlarını (sosyal durumlara uygun davranmamak vb.) etkilemesidir. “*Ruh halinde değişim yaratma*” bağımlılığa yol açan etkinliğin birey üzerinde farklı zamanlarda farklı etkilere neden olmasıdır. Bu yönüyle öznel bir deneyimdir ve aynı zamanda bir başa çıkma stratejisi olarak kabul edilebilir. “*Tolerans*” bireyin bağımlılığa yol açan etkinliği gerçekleştirmek adına harcadığı süreyi giderek artırmasıdır. “*Yoksunluk*” bağımlılığa yol açan etkinliğin azaltılması veya bırakılmasının, bireyin fizyolojik (mide bulantısı, baş ağrısı, uyku problemleri, terleme vb.) ve psikolojik (sinirlilik, aşırı karamsarlık vb.) açıdan belirtiler göstermesine neden olmasıdır. “*Çatışma*” bağımlılığa yol açan



etkinliğin kişinin yaşamında fazlasıyla yer kaplaması nedeniyle kendi içerisinde (intrapsisik çatışmalar, hayatının kontrolünü kaybetmiş olma) ve çevresindeki insanlarla çatışmalar yaşamasına sebep olmasındır. “Tekrarlama” bağımlı olunan etkinliği kontrol altına alma ya da bırakma çabalarının başarısızlıkla sonuçlanması nedeniyle ilgili davranışın eski haline dönmesidir.

Davranışsal bağımlılıkların ortak bileşenlerinin belirlenmiş olması (Griffiths, 2005) sosyal medya bağımlılığının yapısını anlamayı kolaylaştırıyorsa da sosyal medya bağımlılığını, bütüncül bir şekilde inceleyen teorik anlayışın oluşmadığı görülmektedir (Sun ve Zhang, 2020). Griffiths (1999) bağımlılıkların bireylerin biyolojik/genetik yatkınlığından, psikolojik yapısından, sosyal çevresinden, faaliyetin kendine özgü yapısından ve belirtilen değişkenler arasındaki etkileşimden kaynaklanabileceğini belirtmektedir. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı Griffiths (1999) tarafından belirtilen değişkenler açısından ele alınacaktır.

Sosyal medya bağımlılığının kullanıcıların psikolojik özellikleriyle ilişkisini araştıran çalışmaların sıklıkla kişilik özellikleri üzerine odaklandığı görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi araştırılan kişilik özelliklerinden biri narsisizmdir. Sosyal medyanın, kullanıcılarına özgürce içerik üretme, oluşturulan içeriği saniyeler içerisinde milyonlarca kişi ile paylaşarak beğeni, yorum gibi pek çok farklı formda dönüt alma fırsatı veriyor olması narsist bireylerin arzu ettikleri üzere görünür hale gelmelerini sağlamaktadır (Andreassen vd., 2017). Ayrıca sosyal medya insanların sığ ilişkiler kurmasını teşvik ederken benzer olarak narsist bireyler diğer insanlarla gerçek bir yakınlıktan uzak sığ ilişkiler kurmayı tercih etmektedir (Buffardi ve Campbell, 2008). Narsist bireylerin sosyal medya kullanım biçimleri incelendiğinde ise diğer kullanıcılara oranla daha sık durum güncellemesi yaptıkları, daha sık fotoğraf paylaştıkları ve daha çok arkadaşlarının olduğu fark edilmektedir (McCain ve Campbell, 2018). Anlaşılacağı üzere sosyal medya, narsist bireylerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak üzere kullanabileceği kusursuz bir iletişim ortamıdır (Casale ve Banchi, 2020). Narsisizmin yanı sıra sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi sıklıkla araştırılan bir diğer kişilik özelliği dışa dönüklüktür. Dışa dönük bireylerin diğer insanlarla etkileşim kurma isteğinin

fazla olması sosyal medya kullanım süresini arttırırken sosyal medya bağımlılığına yol açabilmektedir (Blackwell vd., 2017). Dışa dönük bireylerin sosyal medyada arkadaş sayılarının daha fazla olduğu görülürken durum güncellemesi yapma, gönderi paylaşımında bulunma gibi etkileşime dayalı özellikleri yorum yapma, oyun oynama gibi daha az etkileşime dayalı özelliklere oranla daha çok kullandıkları bilinmektedir (Wang vd., 2012). Ayrıca dışa dönük bireyler sosyal medyayı daha çok sosyal etkileşim kurma amaçlı kullandıkları için bağımlılığın yol açtığı sosyal izolasyon gibi olumsuz sonuçlara dair daha az kaygılanmaktadırlar (Blackwell vd., 2017). Yine sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi incelenen kişilik özelliklerinden bir diğeri nevrotiklik. Kircaburun vd. (2020) nevrotiklik düzeyinin artmasının kişinin sosyal medya bağımlılık düzeyinin yüksek olmasıyla ilişkili olduğunu belirtmektedir. Nevrotik bireylerin, sosyal medyayı aktif olarak diğer kullanıcılarla iletişim kurma veya aktif olmayan biçimde diğer insanlar hakkında bilgi edinme amaçlı kullandığı görülmektedir (Seidman, 2013). Nevrotik bireylerin aksine duygusal açıdan istikrarlı bireyler ise diğer insanlarla etkileşim kurma ya da bilgi edinme amaçlı sosyal medya kullanımını daha sınırlı biçimde tercih etmektedir (Gil de Zúñiga, 2017). Ayrıca gündelik yaşamlarında aidiyet hissini bir grubun parçası olarak karşılamakta zorluk çeken (Seidman, 2013), kişiler arası ilişkiler konusunda oldukça kaygılı ve endişeli olan nevrotik bireyler sosyal medyada daha çok diğer insanlarla iletişim halinde kalmak, duygusal destek aramak üzere vakit geçirmektedir (Blackwell vd., 2017). Bahsedilmekte olan nedenler doğrultusunda nevrotik bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin nevrotik olmayanlara oranla daha yüksek olduğu değerlendirilebilmektedir.

Sosyal durum özellikleri açısından incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının yalnızlık ve algılanan sosyal destek kavramları ile ilişkisinin araştırıldığı görülmektedir. Yalnız insanların sosyal medyaya ayırdıkları sürenin diğerlerine oranla daha fazla olması sosyal medya aracılığıyla diğer insanlarla iletişim kurma isteklerinden kaynaklanabilmektedir (Clayton vd., 2013). Sosyal medya sayesinde bireyler, normalde iletişim kuramayacakları kişilerle bir araya gelerek vakit geçirebilmektedir (Thomas vd., 2019). Bu doğrultuda yalnız insanların sosyal medyaya yönelik bağımlılık geliştirmesi,

sosyal medyayı yalnızlık duygusundan kaçış yolu olarak görmeleriyle ilişkilendirilmektedir (Boursier vd., 2020). Benzer biçimde sosyal medyanın kullanıcılar arasında etkileşim kurmayı kolaylaştıran özelliklerinin olması ve kullanıcılarının büyük çoğunlukla yaşam deneyimlerini, bilgi birikimlerini birbirleriyle paylaşmaya gönüllü olması sosyal destek arayışındaki bireyler için sosyal medyayı cazip hale getirmektedir (Oh ve Syn, 2015). Bu nedenle bireylerin güçlü sosyal destek kaynaklarına sahip olmaması sosyal medya bağımlılığı için bir risk faktörü haline gelmektedir (Yıldız ve Koçak, 2020).

Faaliyetin kendine özgü yapısı açısından değerlendirildiğinde Kullanımlar ve Doyumlar Teorisinin bireylerin sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisini araştıran pek çok çalışmaya (Dolan vd., 2015; Hossain, 2019; Kircaburun vd., 2020; Quinn, 2016; Whiting ve Williams, 2013) rastlanmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile arasındaki ilişkinin daha anlaşılır olması için öncelikle Kullanımlar ve Doyumlar Teorisinin özellikleri açıklanacaktır. 1950'lerin sonu 1960'ların başında popülerlik kazanmaya başlayan Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi (Blumler, 1979), medya kullanımını psikoloji perspektifinden ve medya kullanıcısı merkezli olarak inceleyen bir yaklaşımdır (Papacharissi, 2008). Bu teoriye göre bireyler, ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayacak olan medya içeriklerine yönelmektedir. (Fiske, 1996). Rubin (1981) Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi çerçevesinde bireylerin boş zamanlarını geçirmek, yeni arkadaşlıklar edinmek, gerçek yaşamın zorluklarından uzaklaşmak, eğlenceli vakit geçirmek, sosyal etkileşim kurmak, stresten uzaklaşarak rahatlamak, bilgi erişimine sahip olmak, heyecan duymak gibi ihtiyaçlarının doyumunu sağlamak üzere medya kullanım motivasyonuna sahip olduğunu belirtmiştir. Ayrıca aynı medya içeriğinin farklı kullanıcıların farklı ihtiyaçlarını karşılayabilir olabileceği unutulmamalıdır (Fiske, 1996).

Özelliklerinden söz edilmekte olan Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi başlangıçta geleneksel medyanın kullanım nedenlerini açıklamak üzere ortaya atılmış olsa da sosyal medya kullanım nedenlerinin tespit edilmesinde oldukça önemli bir yere sahiptir (Whiting ve Williams, 2013). Sosyal medya aracılığıyla günlük yaşam deneyimlerinin sanal ortamlara taşınması ve gerçek dünyada ulaşılmaması imkânsız olan pek çok deneyimin sanal dünyalar

ile ulaşılabilir hale gelmesi mümkün olmuştur (Cevher ve Ustakara, 2019). Whiting ve Williams (2013) Kullanımlar ve Doyumlar Teorisini temele alarak yaptıkları araştırmada sosyal medya kullanıcılarının %88'inin sosyal medyayı arkadaşları, eşleri, aile üyeleri, iş arkadaşları gibi çevrelerinde yer alan insanlarla etkileşim kurma; %80'inin bilgi edinme, %76'sının boş zamanlarını değerlendirmek, %64'ünün eğlence; %60'ünün stresten uzaklaşarak rahatlama, %56'sının düşünce paylaşımında bulunma, %56'sının iletişim aracı, %52'sinin kolay erişime izin vermesi; %40'ünün bilgi paylaşımı, %32'sinin diğer insanlar hakkında fikir sahibi olma ihtiyacını karşılamak üzere kullandığını belirtmektedir. Kircaburun vd. (2020) bireylerin yeni arkadaşlıklar kurmak ve sosyalleşmek, popüler hale gelmek, boş zamanlarını geçirmek ve eğlence ihtiyacını karşılamak üzere sosyal medyada uzun süre harcayan bireylerin zaman içerisinde sosyal medyaya bağımlı haline gelebildiğini belirtmektedir. Benzer olarak Otu (2015) bireylerin sosyal medya aracılığıyla çeşitli ihtiyaçlarını karşılamasının, sosyal medyada geçirilen sürenin artmasıyla ve nihai olarak ise sosyal medya bağımlısı haline gelmesi ile sonuçlanabileceğini vurgulamaktadır.

İnternet sitelerinin oldukça zengin içeriklere sahip olması nedeniyle kullanıcıları için ödüllendirici hale gelmesi ve içeriklerin çok kısa aralıklarla yenilenmesi ile kullanıcılara söz konusu yenilikleri takip etmeleri gerektiğini hissettirmesi bireylerin bağımlı hale gelmesini kolaylaştıran ortam özelliklerinden bir diğeridir (Tarhan ve Nurmedov, 2020). Değinilmekte olan özellik sosyal medya ile ilişkisi son yıllarda sıklıkla araştırılmakta olan gelişmeleri kaçırma korkusu kavramını (Al-Menayes, 2016; Blackwell vd., 2017; Casale vd., 2018; Fabris vd., 2020; Franchina vd., 2018) çağrıştırmaktadır. Gelişmeleri kaçırma korkusu, kişinin kendisinin olmadığı bir ortamda yer alan insanların tatmin edici deneyimler yaşamasından duyduğu kaygı ve tedirginlik halidir (Al-Menayes, 2016; Przyblyski vd., 2013). Bilgi erişiminin daha önce hiç olmadığı kadar kolay olması kişinin diğer insanların yaşamına dair her şeyi öğrenme arzusunu yükseltirken (Abel vd., 2016) gelişmeleri kaçırma korkusundan kaynaklanan tedirginlikten uzaklaşma isteği sosyal medya kullanımını teşvik etmektedir (Przyblyski vd., 2013). Yapılan araştırmalar gelişmeleri kaçırma korkusunun

sosyal medya bağımlılığıyla ilişkilendirilebileceğini göstermektedir (Blackwell vd., 2017; Franchina vd., 2018; Tunç-Aksan ve Akbay, 2019).

### **Sosyal Medya Bağımlılığının Sonuçları**

Diğer tüm bağımlılıklarda da gözlemlendiği üzere sosyal medya bağımlılığının kişilerin yaşamının birçok farklı alanını olumsuz biçimde etkilediği bilinmektedir. Bu bağlamda ilk olarak sosyal medya bağımlısı kişilerin depresyon düzeylerinin yüksek olması ele alınabilir (Kircaburun, 2016). Sosyal karşılaştırmanın bireylerin depresyon düzeyleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Keles vd., 2020). Sosyal medya hesaplarının, herkesin erişimine açık biçimde kullanılıyor olması gibi (Manago vd., 2008) özellikleri bakımından sosyal karşılaştırmayı teşvik edici olduğu düşünülmektedir (Lim ve Yang, 2015). Sosyal karşılaştırmanın teşvik edilmesi ise bireylerin iyi oluşuna olumsuz etkide bulunmaktadır (Vogel vd., 2014). Facebook kullanımı üzerinden gerçekleştirilen bir araştırmada sosyal medya kullanımının bireylerin diğer insanları algılayış biçimine etkide bulunduğu raporlanmıştır. Bireyler, gerçek benliklerini kullanıcılar tarafından sunulan idealleştirilmiş çevrimiçi benliklerle karşılaştırması sonucunda diğer insanların kendisinden daha mutlu ve başarılı olduğu yanılgısına kapılmaktadır. Diğer bir deyişle Facebook'ta insanların sürekli olarak yaşamlarının mutlu anlarını paylaşması kişiye diğer insanların yaşamlarını kusursuz biçimde sürdürdüğü izlenimi verirken hayatın adil olmadığı inancı geliştirmesine neden olmaktadır (Chou ve Edge, 2012).

Sosyal medya kullanımının artması karşımıza son yıllarda sıklıkla araştırılmaya başlanan sosyal medya yorgunluğu kavramını çıkarmaktadır. Sosyal medya yorgunluğu, bireylerin aşırı sosyal medya kullanımından kaynaklanan biçimde kendini tükenmiş ve yorgun hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (Lee vd., 2016). Sosyal medya kullanım süresinin giderek yükselmesine paralel olarak kurulan etkileşim düzeyinin artması, kullanıcıların daha fazla sayıda görsel ve işitsel içerikle karşılaşmasına neden olmaktadır (Bright vd., 2015; Dhir vd., 2019). Kısa bir süre içerisinde birçok bilgiye sınırsız bir biçimde ulaşılabilir olması nedeniyle aşırı bilgi yüklenmesine maruz kalmak (Liu ve Ma, 2018) tükenmişlik

hissine diğeri bir deyişle sosyal medya yorgunluğuna neden olmakta aynı zamanda sosyal medya yorgunluk düzeyi yüksek olan bireylerin depresyon, anksiyete düzeylerinin de yüksek olduğu görülmektedir (Dhir vd., 2018).

Sosyal medya bağımlılığının bireyler üzerindeki olumsuz etkilerinden bir diğeri uyku problemleridir. Araştırma raporlarında her on bireyden birinin Facebook bağımlısı olduğu ve bağımlı bireylerin %55'inin uyku kalitesinin oldukça düşük olduğu ortaya konmaktadır (Wolniczak vd., 2013). Priyadarshini vd. (2020) bireylerin yataklarında geçirdikleri sürenin kayda değer bir kısmını sosyal medyada meydana gelen gelişmeleri takip etmek, arkadaşlarıyla iletişim halinde kalmak üzere harcamaları nedeniyle zamanın nasıl geçtiğini fark etmediklerini belirtmektedir. Ayrıca kişinin uyumaktan vazgeçecek ölçüde gelişmelerden haberdar olma gereksinimi duymasının iş yaşamında da birtakım problemler yaşamasına sebep olabileceğini vurgulamaktadır (Priyadarshini vd., 2020). Bu bağlamda alanyazın incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının sonuçlarından bir diğeri de bireyin iş (Zivnuska vd., 2019) ya da okul yaşamında (Al-Menayes, 2015a) meydana gelen performans düşüklüğü olduğu görülmektedir. Sosyal medya bağımlısı bireylerin; okuldaki ödev, sınav ya da diğeri sorumluluklarına ayırmaları gereken süreyi sosyal medyada çeşitli aktivitelerde bulunarak harcamaları akademik başarılarında düşüşe yol açmaktadır (Al-Menayes, 2015b). Benzer olarak çalışanların mesai saatleri içerisinde Facebook, Instagram gibi uygulamalarda kontrolsüzce zaman geçirmeleri; dikkatlerinin dağılması, üretkenliklerinin azalması ile sonuçlanmakta ve iş birliği içerisinde çalışmanın gerekli olduğu anlarda bu durum kişinin ekip arkadaşlarıyla ya da yöneticileriyle çatışma yaşama ihtimalini yükseltmektedir (Priyadarshini vd., 2020).

Sosyal medya bağımlılığının; duygudurum üzerinde, uyku düzeninde, iş ve okul hayatında yol açtığı istenmeyen etkilerin yanı sıra aile hayatında da birtakım problemlerin yaşanmasına neden olduğu görülmektedir (Valenzuela vd., 2014). Sosyal medyaya ayrılan sürenin artması ile aile içindeki iletişim giderek azalmakta, ailede yer alan bireyler birbirlerine zaman ayıramamaya başlamaktadır (Güleç, 2018). Sonuç olarak kişi yaşamının çeşitli alanlarındaki sorumluluklarını yerine getirememekte (Zivnuska vd., 2019) aile üyeleri

arasındaki ilişki giderek zayıflamaktadır. Ayrıca internetin diğer insanlarla kolay biçimde tanışma, etkileşim kurma imkânı sağlaması sebebiyle sanal ortamlarda kurulan ilişkilerin evlilik istikrarını tehlikeyi attığı durumlarla da karşılaşılabilir (Young vd., 1999). Benzer biçimde sosyal medya bağımlılığı, romantik ilişkilerde çiftler arasında da problemler yaşanmasına yol açmaktadır. Özellikle fiziksel olarak yan yana bulunulan zamanlarda birlikte zaman geçirmek üzere ortak aktivitelerde bulunmak yerine partnerlerden birinin ilgisini sosyal medyada kurduğu arkadaşlıklara, çevrimiçi etkinliklere yöneltmesi, karşı tarafın kendisini önemsiz hissetmesine sebebiyet vermektedir (Nongpong ve Charoensukmongkol, 2016).

### **Temel Psikolojik İhtiyaçlar**

Organizmanın canlı kalabilmesi için yerine getirilmesi zorunlu görülen bir koşul ya da maddenin mevcut koşullardaki eksikliği ihtiyaç (gereksinim) olarak isimlendirilmektedir (Cüceloğlu, 2021 s. 227). Baymur (2020) ise ihtiyacın, bireylerin çevresinde bulunan insan ve koşullara uyum sağlaması; yaşam boyunca gelişimlerini devam ettirebilmesi için öneme sahip olan koşulların yokluğu olarak tanımlandığını belirtmektedir. Organizmanın, dış ve özellikle iç ortamda sağladığı denge durumunun değişen koşullara rağmen varlığını korumaya devam etmesi olarak tanımlanan homeostatik dengenin (Gorman, 2004; Gürün 1991), ihtiyaç durumunun açığa çıkmasıyla bozulduğu dolayısıyla organizmada belirli bir seviyede gerginlik yaşanmasına neden olduğu bilinmektedir (Schultz ve Schultz, 2009). Oluşan gerginlik halinin giderilmesi ancak organizmanın ihtiyaçlarını karşılamak üzere harekete geçmesiyle mümkün olurken açığa çıkan duruma dürtü hali (Cüceloğlu, 2021); organizmanın ihtiyacını giderecek biçimde eylemde bulunma eğilimi güdü; güdülerin davranışları meydana getirmesiyle sonuçlanan (Baymur, 2020), bireylerin belirli bir hedefi gerçekleştirmek üzere uyarılma, eyleme geçme ve belirli eylemleri sürdürme süreci ise güdülenme olarak adlandırılmaktadır (Gerrig ve Zimbardo, 2012; Golembiews, 2000).

Birçok farklı kavramı içeren bu süreç, daha kolay anlaşılması amacıyla Baymur (2020) tarafından basit bir formül yardımıyla açıklanmaktadır.

İhtiyaç → Dürtü → Gudu → Davranışlar

Güdülenme sürecinin incelenmesi, insanların neden bazı davranışları sergileme eğilimindeyken bazılarında kaçındıklarının anlaşılması bağlamında önemli görülmekte (Gerrig ve Zimbardo, 2012), güdülenme sürecinin ilk adımını oluşturan ihtiyaç kavramının detaylı biçimde ele alınmasının gerekliliği fark edilmektedir. İhtiyaçların yapısının anlaşılmasının ve genel anlamda birbiriyle bağlantılı görülmesi nedeniyle sınıflandırma yapılmasının oldukça güç olduğu kabul edilse de genel eğilim, ihtiyaçların fizyolojik ve psikolojik olmak üzere iki başlık altında incelenmesi doğrultusundadır (Baymur, 2020). Murray'ın İhtiyaç Kuramı (Murray, 1938) ve Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramında (Maslow, 1943) ihtiyaç kavramının fizyolojik ve psikolojik olarak; Deci ve Ryan'ın Öz-Belirleme Kuramında (Deci ve Ryan, 2000) ise ihtiyaç kavramının psikolojik olarak ele alındığı kuramlara örnek oluşturmaktadır. İlgili kuramcılarının görüşleri belirli açılardan birbirinden farklılaşıyor olsa da ihtiyaç kavramının insan davranışlarına yön verdiğini; ihtiyaçların karşılanmasının kişinin gelişimi ve iyi oluşuyla ilişkili olduğunu kabul etmeleri açısından hemfikir oldukları görülmektedir. Araştırmanın bağımsız değişkenlerinden olan psikolojik ihtiyaç kavramına sözü edilmekte olan kuramlar çerçevesinde yer verilecektir.

### **Murray'ın İhtiyaç Kuramı**

Murray (1938) tarafından ihtiyaç kavramı, fiziksel-kimyasal doğası bilinmeyen ancak beyin bölgesinde algılama, kavrama, davranışta bulunma, zihinsel yapı ve arzuyu düzenleyen gücü organizma için mevcut anda tatmin edici olmayan durumlara yönelten bir yapı olarak ele alınmaktadır. Organizma, belli bir düzeyde gerginlik yaşamasına neden olan ihtiyaçları karşılamak üzere harekete geçmekte ihtiyacı karşılamaya yönelik olacak biçimde eylemde bulunmaktadır (Murray, 1937; Schultz ve Schultz, 2009). Diğer bir deyişle ihtiyaçlar, kişiyi günlük yaşamındaki faaliyetlerini yaşamdan beklentilerini, hayallerini gerçekleştirmek üzere motive etmektedir (Shneidman, 1998). Murray, periyodik olarak karşılanması gereken nefes alma, beslenme, cinsellik, acıdan ve zarardan kaçınma gibi fizyolojik ihtiyaçları birincil ihtiyaçlar olarak adlandırmaktadır (Murray, 1938). Birincil



ihtiyaçlardan kaynaklanan ikincil ihtiyaçlar ise insanların zihinsel, duygusal ortak tepki sistemleri ve isteklerini temsil etmektedir (Murray, 1938).

Murray tarafından tanımlanmakta olan ihtiyaç kavramının özellikleri incelenecek olursa bazı ihtiyaçların mevcut koşullarda diğer ihtiyaçlara oranla daha kısa sürede ya da öncelikli olarak karşılanması gerekliliği ihtiyacın baskınlığı olarak adlandırılmaktadır (Schultz ve Schultz, 2009). Ayrıca ihtiyaçların özellikleri incelendiğinde birincil ihtiyaçların çok büyük bir bölümünün (örn. nefes alma, yutma, boşaltım, uyku, uyanma) arka arkaya olacak biçimde belirli bir ritimde ortaya çıktığı görülürken benzer olarak ikincil ihtiyaçlarda da özellikle konuşma ve dinleme, liderlik etme ve takip etme, yardım etme ve yardım alma gibi birbirine zıt biçimde işlev gösteren ihtiyaçlar arasında periyodik biçimde tekrarlanma döngüsüyle karşılaşılabilmektedir (Murray, 1938). İhtiyaçların birleşmesi (Fusion of Needs) ise belli bir amaç için sergilenen davranışın birden fazla ihtiyacın karşılanmasını sağlamasıdır (Murray, 1938). Örneklendirmek gerekirse şöhret sahibi ve zengin olmak için çalışan bir kişi hem özerklik hem başarı ihtiyacını karşılayabilmektedir (Schultz ve Schultz, 2009). Nihai olarak büyük bir ihtiyacın karşılanabilmesi için öncelikli farklı bir ya da daha çok alt ihtiyacın karşılanmasının gerekliliği ihtiyaçların tamamlanması olarak; ihtiyaçların kişilik içerisinde ikileme yol açması ihtiyaçların çatışması olarak (örn. uçak uçurmak isteyen bir bireyin aynı zamanda yükseklik korkusunun bulunması durumunda başarı ve zarardan kaçınma ihtiyaçlarının çatışması); ihtiyaçların genellikle karşıtları ile ilişkili olarak belirli bir sırasal düzen içerisinde birbirini dengelemesi ihtiyaçların çekişmesi (contrafaction) (örn. ihtiyaçların uzun bir süre engellenmesi beraberinde abartılı biçimde ihtiyaçların karşılandığı bir dönemi getirebilmektedir) olarak adlandırılmaktadır (Murray, 1938).

Görülmekte olduğu üzere Murray ihtiyaç kavramını tanımlayarak kapsamlı bir biçimde incelemiş, özelliklerini açıklamıştır. Tanımlanan ihtiyaçlar her ne kadar insanların davranışlarını algılama, yorumlamaya yönelik bilgilendirici olsa da temel kişilik eğilimlerini ortaya koymada yeterli olmamaktadır (Murray, 1938). Buna karşılık Murray tarafından psikiyatrist, psikolog ve antropologlardan oluşan bir ekiple yürütülen araştırma programı sonucunda günümüzde sıklıkla kullanılan projektif değerlendirme yöntemi olan Tematik Algı

Testi'nin geliştirilmesi (Schultz ve Schultz, 2009) kişilik araştırmalarına sağlanan önemli bir katkı olarak değerlendirilmektedir.

### **Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı**

Maslow'a göre tüm insanlar içgüdüsel ve kalıtsal bir bileşene sahip olduğu kabul edilen ortak ihtiyaçlarla dünyaya gelmekte bu ihtiyaçlar fizyolojik, güvenlik, sevgi ve ait olma, saygı, kendini gerçekleştirme olmak üzere beş ana grup altında sınıflandırılmaktadır (Schultz ve Schultz, 2009). İnsanların yaşamlarını sürdürebilmesi için gerekli olan (açlık, susuzluk, cinsellik, uyku vb.) asgari koşullar fizyolojik ihtiyaçları (Maslow, 1943; Schultz ve Schultz, 2009); tehlikelerden korunma, hayatta kalma kaygısı duymama, koruyucu bir güce ihtiyaç duyma, düzen arama, karmaşıklıktan kaçınma güvenlik ihtiyacını (Maslow, 1981); şefkatli ilişkiler kurma, yaşamlarında önem verdikleri kişiler için anlamlı bir yere sahip olma aidiyet ve sevgi ihtiyacını; potansiyelini kullanarak istikrarlı biçimde başarı elde etme, kendine saygı duyarak yeterli, yetkin hissetme ve aynı zamanda diğer insanların onayını alma, takdir görme isteği saygı ihtiyacını (Maslow, 1943); bütünlük içerisinde canlı ve özverili biçimde yaşamı deneyimleme, kendi iç dünyası hakkında farkındalık edinme, edindiği farkındalıkları benimseme eğilimi kendini gerçekleştirme ihtiyacını ifade etmektedir (Maslow, 2001).

Tanımlanmakta olan ihtiyaçlar göreceli güç ilkesi temelinde üstünlüğe dayanan bir hiyerarşi içerisinde yer almaktadır. Bu nedenle her bir ihtiyacın birbirleriyle ilişkili olduğu kabul edilmektedir (Maslow, 1948). İhtiyaçların hiyerarşik bir yapıda olduğunun kabul edilmesi insanların öncelikle alt basamaklarda yer alan ihtiyaçların yeterli oranda karşılanamadığı takdirde daha üst basamaklarda yer alan ihtiyaçların ortaya çıkamayacak olmasıyla açıklanmaktadır (Maslow, 1943). Diğer bir deyişle hiyerarşide daha alt seviyelerde bulunan ihtiyaçlarını yeterince karşılanması sonucunda insanlar daha yüksek ihtiyaçlarını karşılamak üzere motive olmaktadır (Maslow, 2001). Doyuma ulaşan ihtiyaçlar davranışın aktif belirleyicisi olmaktan çıkarak yeniden ortaya çıkabilecekleri biçimde potansiyel varlıklarını sürdürmeye devam ederken organizmanın davranışları henüz tatmin edilmemiş

bir üst basamaktaki ihtiyaçlar tarafından düzenlenmeye başlanmaktadır (Maslow, 1943). Dikkat edilmesi gereken nokta ise davranışların daha üst basamakta yer alan bir ihtiyaç tarafından motive olması için alt basamakta bulunan ihtiyaçların tamamen karşılanmasının zorunlu olmadığıdır (Cüceloğlu, 2021). Aynı zamanda ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramının özellikleri göz önünde bulundurulduğunda güvenlik, sevgi ve ait olma, saygı ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için insanların dış kaynaklardan yardım alması gerekli olabilmekte dolayısıyla bireyin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için diğer insanların isteklerine, kurallarına uyması zorunlu hale gelmektedir (Maslow, 2001). Bu durum üst düzey ihtiyaç olarak tanımlanan kendini gerçekleştirme ihtiyacı için geçerli görülmemektedir. Temel düzeydeki ihtiyaçlarını yeterince karşılamış olan bireyler olabilecek en iyi hallerine ulaşmak üzere çabalarken yetenek ve potansiyellerini geliştirmek, gerçekleştirmek üzere motive olmaktadır (Fuller, 2008). Kendini gerçekleştirme sürecindeki insanlar davranışlarını çevre etkisinden uzak biçimde şekillendirmekte, giderek özerk hale gelmekte dolayısıyla çevresine bağımlı olmaktan çok çevresini etkileyen konumda yer almaktadır (Maslow, 2001).

Hayvanların içgüdüsel yapısının aksine insanların içsel doğası dış koşullardan kolay etkilenebilir ve incinebilir yapıdadır (Maslow, 2001). İhtiyaçlardan herhangi birinin kişinin yaşamında baskın hale gelmesi ve ihtiyaçları karşılamak üzere sergilenen davranışların şekillenmesinde çevresel faktörlerin önem arz ettiği düşünülebilir (Cüceloğlu, 2021). Kültürel açıdan incelendiğinde öğrenme ürünlerinin farklı olması, onaylanmama ya da sosyal ortamlardan dışlanma korkusu gibi nedenler ihtiyaçları karşılama noktasında kültürler arası farklılıklara yol açıyor olsa da ilgili farklılıklara daha çok giyim tarzı, yiyecek seçimi gibi daha yüzeysel bilinç arzularında rastlanılmaktadır (Maslow, 1943; Schultz ve Shultz, 2009). Sözü edilmekte olan ihtiyaçları karşılama biçimlerindeki olası farklılıklara karşın ihtiyaçların ortak insanlık deneyimini kapsayacak biçimde daha evrensel ve nihai özellikler taşıması nedeniyle bütün kültürlerde benzer olarak gözleneceği kabul edilmektedir (Maslow, 1943). Ayrıca insan doğasının içsel yapısının bir parçası olarak tanımlanan ihtiyaçların zorla baskı altına alınmasının ya da karşılanmasının reddedilmesinin zaman içerisinde insan sağlığında bozulmalara yol açtığı bilinmektedir (Maslow, 2001).

## Öz-Belirleme Kuramı

Deci ve Ryan tarafından geliştirilen öz-belirleme kuramı temel olarak kişilik gelişimi, güdülenme, psikolojik iyi oluş konularını, bireylerin istemli davranışları ve belirli biçimde davranmaya teşvik edici sosyokültürel koşulları göz önünde bulundurarak incelemektedir (Ryan, 2009). Öz-belirleme kuramının bir bileşeni olarak kabul edilen temel psikolojik ihtiyaçlar kuramında ise insan doğasında doğuştan özerklik, yeterlik ve ilişki olmak üzere üç temel ihtiyacın olduğu kabul edilmektedir (Deci vd., 1991). İhtiyaç kavramı ise bireyin gelişiminde, bütünlüğünü sağlaması ve psikolojik iyi oluşu için gerekli psikolojik besinler olarak tanımlanmaktadır (Deci ve Ryan, 2000; Ryan ve Deci, 2017). Başka bir ifade ile insanların yaşamını sürdürebilmek için sıvı ve besin alımına, oksijene ihtiyaç duyduğu gibi esenlik, psikolojik sağlık ve gelişiminin sürekliliğinin sağlanması için de temel psikolojik ihtiyaçlar olarak tanımlanan özerklik, yeterlik, ilişki ihtiyaçlarının karşılanmasına gereksinim duymaktadır (Ryan ve Deci, 2017). Söz edilmekte olan temel psikolojik ihtiyaçlar aşağıda sırasıyla açıklanmaktadır.

**Özerklik.** Özerklik, kendi davranışını başlatma ve düzenlemeyle bağlantılı olarak (Deci ve Ryan, 1985; Deci ve Ryan, 2000), kişinin kendi kendini onaylamasına eşlik eden isteklilik ve irade duygusuyla açıklanmaktadır (Ryan ve Deci, 2008). Özerklik, kişinin eylemlerini yönetmesi anlamı taşıırken heteronomi ise özerkliğin zıttı olarak görülmekte bireyin davranışlarının otantik olmayan biçimde “öteki” tarafından dayatma yoluyla düzenlenmesi olarak tanımlanmaktadır (Ryan ve Deci, 2017). Öte yandan özerkliğin bağımsızlık ve özgürlük kavramlarıyla aynı anlamları taşımadığını bilinmektedir (Rigby ve Ryan, 2018). Yaşamda yerine getirmesi gereken birçok farklı sorumluluk bulunduğu göz önünde bulundurulduğunda insanların davranışlarının dış etkilerden tamamen bağımsız olduğunu varsaymak mümkün değildir (Ryan ve Deci, 2000a). Ancak bireylerin eylemde bulunma gerekliliğinin mantığını anlayabiliyor ve amaçlılık duygusu hissedebiliyor olması özerklik ihtiyacını karşılanması için yeterlidir (Rigby ve Ryan, 2018). Ayrıca bireylerin tercih ettiği varoluş biçimini seçebilmesi, kişisel gelişimine olanak tanınması nedeniyle özerklik;

yaşam enerjisine sahip olmak ve yaşamdan keyif almakla yakından ilişkili görülmektedir (Ryan ve Deci, 2011). Özerklik ihtiyacının karşılanmasının engellendiği durumlarda ise kişi kendi iradesiyle çatışma ve uyumsuzluk yaşamaktadır (Ryan ve Deci, 2017).

**Yeterlik.** Yeterlik ihtiyacı, kişinin çeşitli iç ve dış sonuçlara nasıl ulaşabileceğinin bilincinde olması aynı zamanda gerekli eylemleri gerçekleştirmede kendini sorumlu, etkili hissetmesidir (Deci vd., 1991). Diğer bir deyişle yeterlik ihtiyacı, kişinin sahip olduğu becerilerden ziyade herhangi bir faaliyette etkili olabileceğine dair kendini değerlendirme biçimini ve kendine duyduğunu güveni ifade etmektedir (Ryan ve Deci, 2002). İstenen sonuçları elde etme kapasitesine sahip olduğuna dair inanç (Niemi ve Ryan, 2009; Wang vd., 2019), kişiyi yeteneklerini kendi kapasitesine uygun ortamlarda sergileme ve sürekli olarak geliştirmeye yönelik olarak girişimlerde bulunmaya yönlendirmesi (Ryan ve Deci, 2002) nedeniyle öğrenme motivasyonu ile ilişkili görülmektedir (Sun ve Chen, 2010). Göz önünde bulundurulması gereken önemli noktalardan biri ise sosyal çevrenin yeterlik üzerindeki etkisidir. Yeterlik, kişinin cesaretini kırmadan yeni beceriler öğrenmesine imkân verirken aynı zamanda kişiye diğerleri tarafından anlamlı olumlu geribildirim sağlanan sosyal çevrelerde gelişmektedir (Ryan vd., 2009). Sürekli olarak diğerlerinin eleştirilerine, olumsuz geribildirimlerine ya da sosyal karşılaştırmalarına maruz kalınan ortamlarda yetkinliğin engellendiği bilinmektedir (Ryan ve Deci, 2017).

**İlişki.** İlişki ihtiyacı kişinin diğer insanlarla beraber olmaya yönelik ilgi duymasıyla birlikte sosyal çevreye katılması, tatmin edici ilişkiler kurarak (Deci ve Ryan, 1991) kişilerarası ilişkilerinde güçlü bir bağlılık duygusu hissetmesidir (Ryan ve Deci, 2020). İlişki ihtiyacı, kişinin belli bir hedefe ulaşmasından (örn. cinsellik) ya da herhangi bir statü elde etmesinden (örn. birinin eşi olmak, bir topluluğun parçası olmak) ziyade çevresindeki insanlarla bütünleşerek kurduğu ve kendisini tehdit altında hissetmediği bir birliktelik içinde olmasıyla açıklanmaktadır (Ryan ve Deci, 2002; Ryan vd., 2009). İnsanların kendisini bir parçası olarak görebildiği diğer bir deyişle aidiyet duygusu hissedebildiği ortamlardan gelen değer ve davranışları kabul etme, benimseme ihtimali artmaktadır. Böylelikle ilişki ihtiyacının doyumunun kişinin içselleştirme süreçlerini kolaylaştırdığı düşünülmektedir

(Niemic ve Ryan, 2009). Her ne kadar bazı insanlar yaşamlarını sağlıklı bir biçimde sürdürmek için diğer insanlarla bir arada olmaya, zaman geçirmeye ya da samimi bir ilişki kurmaya ihtiyaç duymadığına inanıyor olsa da öz-belirleme kuramı insanların aidiyet duygusunu hissedecekleri kuvvetli bağları olmadığı takdirde yaşamlarının olumsuz etkileneceğini belirtmektedir (Deci ve Ryan, 2014). Benzer olarak Dehaan vd. (2015) kişinin ilişki ihtiyacını karşılayamaması ya da çevresindeki önemli insanlarca ihtiyaç doyumunun engellenmesi durumunda duygusal kopukluk ve izole edilmişlik duygularının baskın hale geleceğini bildirmiştir.

Özelliklerinden söz edilmekte olan özerklik, yeterlik ve ilişki ihtiyacı doğuştan geldiği ve evrensel olduğu varsayılması nedeniyle temel psikolojik ihtiyaçlar olarak adlandırıldığı bilinmektedir (Ryan ve Deci, 2000a). Her ne kadar temel psikolojik ihtiyaçların evrensel olduğu kabul ediliyor olsa da bu varsayım, ihtiyaçları anlamlandırma ve karşılama biçimlerinde bireysel ya da kültürel farklılıklar bulunmadığı anlamına gelmemektedir (Ryan ve Deci, 2000b). Bir örnek üzerinden açıklamak gerekirse kolektivist kültürlerde insanların içinde buldukları kültürlerin değerlerini içselleştirerek grup normlarıyla uyumlu hareket etmeleri özerklik ve ilişki ihtiyaçlarını karşılarken bireyci kültürlerde ise grup normlarıyla uyumlu hareket etmek özerkliğe yönelik bir tehdit olarak algılanabilmektedir (Deci ve Ryan, 2000). Diğer bir deyişle grup normlarına uygun davranmak bir kültürde psikolojik ihtiyaçların karşılanmasını kolaylaştırırken diğer bir kültürde engel olarak görülebilmektedir. İnsanların temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılama biçimlerinin sosyokültürel bağlamda çevrelerinde bulunan fırsatlardan, engellerden, beklentilerden etkilendiği kabul edilmekle birlikte (Ryan ve Deci, 2000b); özerklik, yeterlik, ilişki ihtiyacının karşılanması kültürden bağımsız olarak her bireyin sağlıklı gelişimi ve iyi oluşu için zorunludur (Deci ve Ryan, 2000). Deci ve Ryan (2008) daha geleneksel değerlerin olduğu düşünülen kolektivist kültüre ve daha eşitlikçi değerlerin olduğu düşünülen bireysel kültüre sahip birçok farklı ülkede yürütülen araştırmaların sonuçlarının temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanmasının her iki kültürde de bireylerin psikolojik iyi oluşunun önemli bir yordayıcısı olduğunu gösterdiğini bildirmektedir.

Ryan ve Deci (2000a) insanların temel psikolojik ihtiyaçlarını yeterli düzeyde karşılayamadıkları ya da diğerleri tarafından engellendikleri durumlarda ise var olan koşullara tepki olarak anksiyete, kaygı, öfke gibi duyguların ortaya çıktığını belirtmektedir. Görüldüğü üzere bireyin optimal düzeyde gelişimi için temel psikolojik ihtiyaçlardan bir ya da iki tanesinin karşılanması yeterli görülmemektedir (Deci ve Ryan, 2000) ancak temel psikolojik ihtiyaçlardan herhangi birinin yeterli düzeyde karşılanmış olmasının diğerlerinin karşılanmasını kolaylaştırdığı düşünölmektedir. Kişiye özerklik ihtiyacını karşılayacağı ortamlar sunulursa bu durumda kendini daha özgür hissederek ilişki ve yeterlik ihtiyacını karşılayacak fırsatları kendisi için yaratabilecek ya da buna benzer olarak kişilerarası ilişkilerinde kabul edilmişlik hissi yaşayan, çevresindeki insanlarla derin duygusal bağlar kurabilen kişiler yaşamlarında risk almaktan çekinmeyecek, kendi özerk deneyimlerini yaratabileceklerdir (Deci ve Ryan, 2014).

### **Utangaçlık**

Uzun zamandır araştırmacıların ilgisini çeken bir kavram olan utangaçlığın belgelenmiş ilk kullanımının 10. yüzyılda Anglo-Sakson dilinde 'korkutması kolay' anlamında olduğu bilinmektedir (Mandal, 2008). Utangaçlık kavramının bilimsel açıdan incelenmeye başlaması ise Philip G. Zimbardo'nun 1970'li yıllarda gerçekleştirdiği çalışmalara dayanmaktadır. Alanyazın incelendiğinde utangaçlığın pek çok farklı şekilde tanımlandığı görölmektedir. Crozier (2002) tarafından utangaçlık kişinin sürekli olarak kendi davranışlarıyla meşgul olması, nasıl davranması gerektiği üzerine düşünerek provalar yapması ve öz-bilinci ile ilişkili olarak sosyal ortamlarda kendinden emin bir biçimde var olamaması ya da kendini rahat hissedememesidir olarak tanımlanmaktadır. Henderson vd. (2010) ise utangaçlığı, kişinin olumsuz özelliklerine olması gerekenden fazla odaklanması sebebiyle sosyal ortamlarda kendini rahat hissedemeyerek kişilerarası ilişkilerde başarısız olması, kariyer hedeflerine ulaşamaması gibi yaşamının pek çok alanında zorluklarla karşılaşması olarak açıklanmaktadır. Bütün tanımlar incelendiğinde utangaçlık, kişinin olumlu özelliklerini göz ardı ederek tüm dikkatini yetersiz olarak nitelendirdiği özelliklere

yönlendirmesi sonucunda bu özelliklerinin diğer insanlar tarafından fark edilebileceği, sosyal ortamın gerekliliklerini yerine getirecek biçimde davranamayacağı gibi kaygılarla kendini sosyal ortamlarda rahat hissedememesi olarak açıklanabilir.

Utangaçlığın ne kadar yaygın biçimde görüldüğünü belirlemek üzere gerçekleştirilen araştırmaların sonuçları incelendiğinde katılımcıların %80'inin hayatının belli bir döneminde kendilerini utangaç biri olarak hissettiklerini, %40'ından fazlasının kendilerini şu anda utangaç biri olarak nitelendirdiklerini ve %20'sinden daha azının ise kendisini utangaç biri olarak görmediğini ortaya konmaktadır (Zimbardo, 1977). Benzer olarak Rapee (1998) insanların %40'ının kendisini utangaç olarak tanımladığını belirtmektedir. Görülme sıklığı açısından değerlendirildiğinde ortak bir insanlık deneyimi olarak nitelendirilebilecek utangaçlık, kişilerarası ilişkilerin doğasının anlaşılmasında araştırmacılara önemli bir bakış açısı sunmakta olup (Zimbardo, 1986) 'durumsal' ve 'eğilimsel' olmak üzere iki ayrı başlık altında incelenmektedir (Asendorpf, 1990). Durumsal utangaçlık, kişilerin bazı insanlar ya da belli özelliklere sahip sosyal ortamlarda bulunmasının utangaçlığı karakterize eden duygu, düşünce, davranış özelliklerini sergilemesine neden olması olarak açıklanabilir (Zimbardo, 1977). Diğer bir deyişle durumsal utangaçlık kişinin yalnızca belli şartlar altında utangaç bireylere atfedilen özellikleri sergilemesi olarak kabul edilmektedir (Asendorpf, 1990). Geçici bir duygu durumunu ifade eder ve normal gelişim seyrinde her birey tarafından deneyimlenebilir (Crozier ve Crozier, 1990). Durumsal utangaç olarak adlandırılan bireyler kendilerini kişilik özellikleri açısından utangaç biri olarak tanımlamamaktadır (Zimbardo, 1977). Bireysel farklılıklara atıf yapmakta olan eğilimsel utangaçlık kavramı ise kişilerin birbirinden farklı durumlarda tutarlı olacak biçimde utangaçlıkla ilişkili görülen duygu, davranış ve düşünme biçimlerini sergilemesidir (Asendorpf, 1990). Bu kavram doğrultusunda utangaçlık; zekâ, boy uzunluğu gibi kalıtsal bir özellik olarak ele alınmaktadır (Zimbardo, 1977). Eğilimsel utangaçların her zaman, her ortamda, her insana karşı kendilerini utangaç olarak tanımlamaları nedeniyle utangaçlık kişinin günlük yaşamında önemli bir etkiye sahiptir (Zimbardo, 1977). Her ne kadar



durumsal ve eğilimsel utangaçlık kavramları birbiri ile ilişkili gibi görünüyorsa da iki kavram arasındaki ayrımın yapılması oldukça önemlidir (Asendorpf, 1990).

### **Utangaç Bireylerin Özellikleri**

Utangaç bireylerin özellikleri incelendiğinde, utangaçlıklarıyla ilgili benzer endişelere sahip oldukları ve utangaç olmayan bireylerden esas olarak düşünme biçimleriyle farklılaştıkları fark edilmektedir (Rapee, 1998). Utangaç bireylerde, diğer insanlarla iletişim kurarken davranışlarının karşı tarafa utangaç olduklarının sinyallerini verecek olmaya ya da diğer insanlar üzerinde kötü bir izlenim bırakacak olmaya yönelik duyulan yoğun bir endişe duygusuyla karşılaşmaktadır. (Henderson, 2011; Zimbardo, 1977). Öyle ki yaşanan endişe duygusunun yoğunluğu kişide yüz kızarması, kalp çarpıntısı, el titremesi, terleme, kaslarda meydana gelen gerginlik, nefes alma güçlükleri gibi fiziksel semptomların açığa çıkmasına neden olmaktadır (Henriksen ve Murberg, 2009; Kulkarni ve Deshpande, 2019; Saunders, 2012). Bu durum utangaç bireylerin düşünme biçimlerinin, diğer insanların onun hakkında ne düşüneceği doğrultusunda kendine odaklı ve eleştirel olmasıyla bağlantılı görülebilir (Palmieri vd., 2018). Diğer insanlar tarafından gerçekçi olamayacak ölçüde abartılı, belirsiz, yanlış yorumlanmış kriterlerle değerlendirilerek yargılanacaklarına yönelik geliştirdikleri inanç sosyal ortamlarda kendilerini rahatsız hissetmelerine yol açmaktadır (Zimbardo, 1986). Örneklendirmek gerekirse utangaç bireyler, sosyal ortamlarda başkalarının kendisinin mükemmel bir performans sergilemesini beklediğini düşünürken ilgili beklentiyi karşılayabilecek sosyal becerilere yeterince sahip olmadıkları değerlendirilerek insanlar tarafından 'aptal, beceriksiz' gibi olumsuz etiketlemelere maruz kalacaklarına dolayısıyla dışlanacaklarına inanmaktadır (Pereira dos Santos vd., 2020; Rapee, 1998). 'Bunu yapmakta başarılı olamam çünkü ben utangaç biriyim' benzeri düşünceler kişinin sosyal ortamlarda kendisini yetkin olarak hissetmemesine, dolayısıyla sosyal ortamları tehdit edici olarak algılayarak kendini sabote etmesine neden olmaktadır (Henderson vd., 2010).

Bahsedilmekte olan düşünme biçimi ve ortaya çıkan fiziksel belirtiler kişinin suçluluk, mahcubiyet, kaygı, korku, öfke, yetersizlik gibi duyguları sıklıkla deneyimlenmesiyle

sonuçlanmaktadır (Kulkarni ve Deshpande, 2019). Benzer bir biçimde Alm ve Frodi (2008) utangaç bireylerle gerçekleştirdikleri araştırmadan elde ettikleri sonuçlar doğrultusunda gerginlik ve kaygı duygularının utangaç kişilerce sıklıkla deneyimlenen ortak duygular olduğunu raporlamışlardır. Nitekim utangaç bireylerde utangaç olmayanlara oranla daha sık kronik yalnızlığa rastlandığı bilinmektedir (Zimbardo, 1986). Sosyal ağlarının oldukça kısıtlı olması, az sayıda arkadaşlarının bulunması nedeniyle utangaç bireylerin mevcut ilişkilerinin sosyal gereksinimlerini karşılayamadığı belirtilmektedir (Jones vd., 2013). En çok zorlandıkları sosyal ortamların başında %73 oranında büyük bir insan grubunun odağı haline gelmeyi gerektirecek durumlar (ör. konuşma yapmak), %68 oranında büyük bir arkadaş grubunun parçası olmak, %56 oranında ise kişinin kendini ortamda bulunan diğer insanlardan daha alt statüde hissettiği durumlar bulunmaktadır (Zimbardo, 1977). Örneklendirildiği üzere, utangaç bireylerin çeşitli sosyal ortamlara girmekte zorlanması daha çok yalnızlık ve izolasyon duygusu yaşamalarına neden olurken aynı zamanda uyku problemleri, yeme bozuklukları, cilt problemleri, kalp ve bağışıklık sistemi hastalıklarına yakalanma ihtimalleri güçlenmektedir (Henderson, 2011).

Davranışsal özellikler açısından incelendiğinde ise utangaç bireylerin, sosyal ortamlara girmekten kaçındıkları ya da herhangi bir sosyal ortamın içerisindeyken hızlı biçimde uzaklaşmaya çalıştıkları görülmektedir (Turner vd., 1990). Yeni bir insanla tanışmak gibi sosyalleşmelerini gerektirecek etkinliklerde yer almaları ya da yalnızca kendilerini böyle bir durumda hayal etmeleri bile zihinsel, fiziksel ve davranışsal olarak değişimler yaşamalarına neden olmaktadır (Rapee, 1998). Reddedilme korkusu yaşamaktansa sosyal ortamlarda sessiz kalmak, etkileşime girmek üzere çaba göstermemek daha kabul edilebilir olarak algılanmaktadır (Saunders ve Chester, 2008). Çevresinde yer alan kişilerle araya mesafe koyarak yaşanan sahte güvenlik hissiyatı ile birey kabul görmeyeceğini ya da saygı duyulmayacağını düşüneceği, hissedeceği deneyimlerden kaçmaya çalışmaktadır (Zimbardo, 1986). Belirli bir konu ile ilgili görüşlerini ifade edememe, herhangi birinden yardım talebinde bulunamama, yol tarifi isteyememekten

işyerinde terfi isteyememeye varacak geniş bir ölçüde sergilenen kaçınma davranışlarıyla bu durum örneklendirilebilir (Saunders, 2012).

Görüldüğü üzere utangaç bireylerin özellikleri bilişsel, duygusal ve davranışsal açıdan incelenmektedir. Özetlenecek olursa sosyal ortamın gerekliliklerini yerine getirecek öz yeterliğe sahip olmadığına, diğer insanların kendilerince olumsuz olarak algılanan özelliklerini fark edeceğine, bu nedenle olumsuz etiketlemelere, dışlanmaya maruz kalacağına dair geliştirdikleri gerçekçi olmayan inançlar bilişsel; utangaç olmalarının gündelik yaşamlarında yarattığı zorluklardan dolayı yalnızlaşmaları, olumsuz öz değerlendirmelerinin artması nedeniyle korku, kaygı gibi duygu durumlarını sıklıkla yaşamaları duygusal; spontane biçimde davranmakta zorluk çekmeleri nedeniyle ön plana çıkmaktan, fark edilmekten kaçınmaları ya da kendilerini bu sosyal ortamlara girmekten alıkoymaları davranışsal özelliklerini temsil etmektedir.

Her ne kadar utangaçlık, gündelik yaşamı zorlaştırması nedeniyle zayıflatıcı bir deneyim olarak ele alınmakta olsa da birey üzerinde yalnızca olumsuz etkilerinin olduğunu varsaymak eksik ve hatalı bir yaklaşım olacaktır. Utangaçlığın birçok birey tarafından olumlu bir özellik olarak algılandığı ve utangaç olmayan bireylerin utangaçlıkla ilgili görüşlerini açıklarken olumlu özellikleri vurgulayacak ifadeler kullandıkları bilinmektedir (Alm ve Frodi, 2008). Diğer insanlarla kolay biçimde empati kurabilen ve herhangi bir konuda eyleme geçmeden önce temkinli biçimde durumu değerlendirebilen (Alm ve Frodi, 2008) utangaç bireyler, genellikle kuvvetli bağlarla bir arada bulunan, az sayıda kişiyi içeren arkadaş gruplarında yer almaktadırlar (Goering ve Breidenstein-Cutspec, 1989). Yalnız oldukları varsayılsa da utangaç bireylerin kendilerine yakın buldukları kişilerle kurdukları ilişkilerde arkadaşlık kalitesinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir (Mounts vd., 2006). Ancak söz edilen olumlu özellikler değerlendirilirken diğerlerine oranla daha düşük düzeyde utangaçlık yaşayan bireylerin utangaçlıklarının daha pozitif yönde bir özellik olarak değerlendiriliyor olabileceği ise göz önünde bulundurulmalıdır (Saunders ve Chester, 2008).

## **Kültür, Cinsiyet ve Utangaçlık**

Kişilerin bir parçası olduğu kültür ve toplum özellikleri utangaçlık kavramının ortaya çıkışı ve varlığını sürdürmesi ile yakından ilişkili görülmektedir (Saunders, 2012). Genel bir çerçevede kültür bireylerin içerisinde bulunduğu sosyal ortamlarda diğer insanların davranışlarını değerlendirme, yargılama, çeşitli tepkiler verme noktasında yol gösterici ve bireylerin tutumları üzerindeki etkisiyle davranışları düzenleyicidir. Bu doğrultuda Doğu toplumlarına oranla Batı toplumlarında utangaçlığın daha olumsuz bir özellik olarak değerlendirilebileceği düşünülebilir (Iancu vd., 2011; Chen, 2018). Batı toplumlarında; sosyal yeterlik, kendinden daha yüksek statüdeki kişilere karşı fikirlerini savunabilme, kalabalık bir grubun önünde rahatlıkla hareket edebilme, duygu ve düşüncelerini çekinmeden ifade edebilme gibi yeteneklere önem verilmekteyken, Doğu toplumlarında ise utangaçlık kişinin diğer insanların önünde kendini kontrol edebilmesi olarak anlamlandırılmakta bir erdem olarak kabul edilmektedir (Iancu vd., 2011).

Alanyazın incelendiğinde Doğu ve Batı toplumları hakkında yapılan araştırmaların yanı sıra utangaçlığın kültürle ilişkisini anlamak üzere bireyci ve toplulukçu kültürlerin özelliklerini inceleyen çalışmaların da mevcut olduğu görülmektedir. Bireyci kültürlerde insanlar, kendilerini özerk ve içinde buldukları gruplardan bağımsız görmekte olup günlük yaşamlarında grup normlarının ötesinde kendi tutumları doğrultusunda eylemlerine yön vermektedir (Trandis, 2001). Toplulukçu kültürlerde ise dikkat çekici olmayacak biçimde davranma, sosyal ortamlarda daha geri planda kalma, büyük gruplar halinde konuşma konusunda isteksizlik, alçakgönüllü olmak desteklenirken, sessiz kalmak derin bir kişilik yapısına sahip olmakla ilişkilendirilmektedir (Condon ve Ruth-Sand, 2013). Aynı zamanda toplulukçu kültürlerde bireylerin kendi varlığını içerisinde yer aldığı grup üzerinden tanımladığı bilinmektedir. Bu bağlamda kişinin başarı ya da başarısızlıklarının gruba atfedilmesi suçluluk, destek kaybı yaşama korkusu gibi duyguları açığa çıkarırken utangaçlık deneyimlerinin artmasına neden olabileceği düşünülmektedir (Iancu vd., 2011).

Kültür perspektifinin yanı sıra utangaçlığın toplumsal cinsiyet özellikleri açısından değerlendirilmesinin de önemli olacağı düşünülmektedir. Kadınların sosyal ortamlarda kabul görmek, dışlanmamak üzere daha temkinli biçimde davranması utangaçlığın kadınlar arasında daha sık görüldüğü biçiminde yorumlanmasına neden olabilmektedir (Miller, 1995). Sosyal ortamlarda daha iddialı, saldırgan davranma eğilimi nedeniyle ise erkeklerde utangaçlığa daha az rastlanılacağı varsayılmaktadır (Afsha vd., 2015; Zimbardo, 1977). Ayrıca utangaçlığın cinsiyet ile ilişkisi yalnızca görülme sıklığı açısından ele alınmamakta aynı zamanda kadın ve erkeklerde görülen utangaçlık farklı nedenlere atfedilerek açıklanmaya çalışılmaktadır. Kadınlar açısından utangaçlık duygusal nedenlerle (sosyal reddedilme korkusu, özgüven eksikliği vb.) açıklanmaya çalışılırken erkekler açısından utangaçlık ise herhangi bir durumda başarılı olmayı sağlayacak becerilerin eksik olması olarak değerlendirilmektedir (Mandal, 2008). Genel kabulün aksine yapılan araştırmaların sonuçları incelendiğinde ise utangaçlığın görülme sıklığı açısından erkekler ve kadınlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı göze çarpmakta olup ilgili sonucun geleneksel erkeklik anlayışında meydana gelen değişimlerle birlikte, kişilerin utangaçlık yaşama sıklıklarına dair daha doğru bilgi edinilmeye başlanmış olmasıyla ilgili olabileceği düşünülmektedir (Afsha vd., 2015; Mandal, 2008; Zimbardo, 1977).

### **Utangaçlık- İçe Dönüklük- Sosyal Fobi**

Utangaçlık kavramının doğru biçimde anlaşılabilmesi için utangaçlık ile sıklıkla karıştırılmakta olan kavramların ayrımını yapmanın önemli olduğu düşünülmektedir (Jones ve Briggs, 1984). Günlük konuşma dilinde utangaçlık ve içe dönüklük kavramlarının sıklıkla birbiri yerine kullanıldığı görülmekte ancak iki kavramın aynı anlamı karşılamadığı bilinmektedir (Briggs, 1988). Dışa dönük bireyler, sosyal ortamlarda ön plana çıkmaktan hoşlanan, girişken, enerjisini nesne ve insanlara yönelten kimselerdir (Lu ve Hsiao, 2010). İçe dönük bireyler ise sosyal ortamlarda daha sessiz kalma eğilimindedir (Antony ve Swinson, 2008). Bu doğrultuda içe dönük bireylerin sosyal ortamlarda sergiledikleri davranışların utangaç bireylerin davranışlarıyla benzerlik gösterdiği düşünülebilir. Ancak içe

dönük bireyler, kendi içsel dünyalarına odaklanmaya uzun süreler ayırırken (Geçtan, 1998; Lu ve Hsiao, 2010) sosyal ortamları kendileri için korkutucu bir yer olarak görmemekte bu nedenle endişe yaşamamaktadır (Flowers, 2009). Utangaç bireylerden farklı olarak içe dönükler, zorluk yaşamadan diğer insanlarla yakın ilişkiler kurabiliyorken yalnız kalmaktan hoşlandıkları için genellikle tek başlarına gerçekleştirebilecekleri faaliyetlere yönelmektedirler (Henderson, 2011).

Sosyal fobi diğer adıyla sosyal anksiyete utangaçlıkla sıklıkla karıştırılan bir diğer kavramdır (Carducci vd., 2011). Sosyal ortamlarda rahatsız hissetme, endişeli olma gibi duygusal; sosyal durumlara uygun davranamama, sosyal ortamlardan kaçınma gibi davranışsal ve çeşitli somatik belirtilere hem utangaç hem de sosyal fobisi olan bireylerde rastlandığı bilinmektedir. Bahsedilmekte olan belirtilerin sosyal fobisi olan bireyler tarafından daha şiddetli biçimde yaşanması ise utangaçlıkla farklılaştıkları noktadır (Turner vd.,1990). Sosyal fobide ilgili belirtiler daha şiddetli biçimde yaşanıyor olsa da sosyal fobi, utangaçlığın daha şiddetli biçimde deneyimlenen biçimi olarak tanımlanamamaktadır (Heiser vd., 2003). Sosyal fobi DSM-III-R sınıflandırmasında Eksen I bozukluğu olarak; utangaçlık ise çoğunlukla kişilik veya mizaç özelliği olarak değerlendirilmektedir (Turner vd., 1990). Heiser vd. (2003), utangaçlık ve sosyal fobide sergilenen özelliklerin büyük oranda benzerlik göstermesi nedeniyle iki kavramın birbiriyle örtüşme düzeyini belirlemek üzere yetişkin bireylerin katılımı ile bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar ise utangaç bireylerin %82' sinin sosyal fobi kriterlerini karşılamadığını göstermektedir (Heiser vd., 2003). Sosyal fobinin genellikle yaşamın erken yaşlarında en geç ergenlik döneminin sonunda ortaya çıktığı bilinmesi sebebiyle ise yetişkinlik dönemindeki utangaç bireylerin yaşı itibarıyla sosyal fobik hale gelmeyeceği öngörülebilmektedir (Turner vd., 1990; Heiser vd, 2003). Ayrıca çeşitli araştırmalardan elde edilen bulgular insanların %7-9'unun sosyal fobisinin bulunurken toplumun %50-60'ının kendini utangaç olarak tanımladığını göstermektedir. İki oran arasındaki tutarsızlığa rağmen sosyal fobisi olan bireylerin tedaviye sıklıkla başvurması ise utangaçlığın sosyal fobiye oranla bireyi daha az zayıflatıcı bir deneyim olmasıyla bağlantılı görülmektedir (Henderson, 2011).

## Utangaçlığa Dair Kuramsal Yaklaşımlar

**Psikoanalitik Kuram ve Utangaçlık.** Freud tarafından geliştirilen yapısal kurama göre kişilik id, ego ve süperego adı verilen üç ayrı sistemin birbiri ile etkileşiminden meydana gelmektedir (Geçtan, 1998). Ego ve süperegounun kendisinden ayrımlaşarak oluşması nedeniyle kişiliğin temel sistemi olarak tanımlanan idde hiçbir sınırlamaya tabi olmaksızın haz prensibi hakimdir (Geçtan, 1998; Freud, 2015). Diğer bir deyişle id, dürtüsel itkilerin zaman, mekan gibi dış koşullar ya da mantıksal nedenler değerlendirilmeden hemen gerçekleştirilmesini istemektedir (Tura, 2010). İdden ayrımlaşarak oluşan ego ise idin aksine kişiliğin mantıklı ve sağduyulu yanını temsil etmektedir (Freud, 2020). İkincil süreçlerin hakim olduğu ego idden kaynaklanan dürtüsel itkileri gerçeklik prensibi doğrultusunda dış dünya koşullarını ve süperegodan kaynaklanan etik, ahlaki kuralları göz önünde bulundurarak doyuma ulaştırmaya çalışmaktadır (Freud, 2015). Kişiliğin ahlaki yönünü oluşturan süperego, çocukluk döneminde ebeveynlerin ödül-ceza yöntemi ile pekiştirilen, toplum tarafından kabul görmekte olan değer ve idealleri temsil etmekte bu nedenle idden kaynaklanan toplumca hoş karşılanmayacak cinsel, saldırgan dürtüleri ketleyerek egoyu gerçekçi amaçlar yerine ahlaki amaçlara yöneltmeye çalışmaktadır (Geçtan, 1998). Ego, id, süperego arasındaki ilişki at ve at binicisi benzetmesi ile ele alınabilir. Egonun bir binici gibi atın gücünü yani idi kontrol altında tutması ayrıca idin ilkel arzuları ile süperegounun dayattığı kurallar arasında bir denge kurması gerekmektedir (Freud, 2020; Zimbardo, 1977). Söz edilmekte olan denge kurma süreci çerçevesinde Oedipus kompleksinin değerlendirilmesi psikoanalitik kuram açısından utangaçlığın nasıl ortaya çıktığı noktasında açıklayıcı olmaktadır (Zimbardo, 1977). Oedipus kompleksinde erkek çocuk annesine cinsel arzu duymakta ancak arzularını doyuma ulaştırmada babasının kendisine bir engel olduğunu farketmesi nedeniyle babasına yönelik kin ve nefret duygusu taşımaya başlamaktadırlar (Tura, 2010). Erkek çocuk annesinin ilgi ve sevgisini paylaşmak zorunda kalması nedeniyle babasından kurtulmak isterken aynı zamanda babasının kendisinden daha güçlü olması nedeniyle cezalandırılmaktan korkmaktadır

(Geçtan, 1998). Çocuğun babasıyla olan ilişki giderek ikircikli hale gelirken otorite tarafından cezalandırılma korkusu “kastrasyon kompleksi” olarak baş göstermekte ve cinsel organını yitirme korkusu anneye duyulan cinsel arzuya baskın gelmektedir (Geçtan, 1998; Freud, 2020). Çocuğun cezalandırma korkusu nedeniyle cinsel arzularını bastırmak zorunda kalması ise utangaçlığı meydana getirmektedir (Zimbardo, 1977). Özetlenecek olursa, fallik dönemde çocuğun annesine yönelik duyduğu cinsel arzuları idin dürtüsel itkilerinden kaynaklanmakta ancak gerçeklik prensibiyle dış dünya koşulları değerlendirdiğinde bu arzunun karşılanmasının mümkün olmadığı görülmekte ve bu nedenle de ego tarafından bastırılan cinsel arzular utangaçlığın ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

**Davranışçı Kuram ve Utangaçlık.** Davranışçı yaklaşım, organizmanın eylemlerini dış uyaranlara yönelik öğrenmiş tepkiler ve alışkanlıklar olarak ele almaktadır (Schultz ve Schultz, 2009). Birçok utangaç bireyin, yaşamının geri kalanındaki davranışları üzerinde belirleyici etkisi olacak yaşam deneyimlerine sahip olduğu düşünülmektedir (Rapee, 1998). Anlaşılacağı üzere davranışçı kuram utangaçlığı, sosyal olaylara karşı öğrenilen fobik bir tepki olarak değerlendirmekte ilgili öğrenmenin belirli sosyal ortamlarda bireyin yaşadığı cezalandırıcı olumsuz deneyimlerin varlığıyla ilişkili olabileceğini belirtmektedir (Miller, 1995; Zimbardo, 1977). Utangaç insanlar geçmişlerinde utangaçlık yaşamalarına neden olan spesifik deneyimlerinde kendilerini iyi hissetmedikleri için aynı yaşantıyı tekrarlayacak yaşantılardan kaçınmaya çalışmaktadırlar. Örneklendirmek gerekirse patronunun üzerine sıcak bir içecek dökmesi, çalışanın yaşamının geri kalanında insanların yanında içecek içerken kendini rahatsız hissetmesine neden olabilmektedir (Rapee, 1998).

Aynı zamanda davranışçı kuram perspektifiyle alanyazın incelendiğinde utangaçlığın kişinin doğru sosyal becerileri öğrenememesi ya da sahip oldukları becerileri sergileyememesi ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir (Arroyo vd., 2012; Miller, 1995; Zimbardo, 1977). Pilkonis (1977), utangaç bireylerin sosyal ortamlarda sergilenmesi beklenen becerileri (sessizliği bozmak, söylenenlere sıklıkla yanıt verme vb.) kullanmakta zorlandıklarını belirtmektedir. Bu durum utangaç bireylerin sosyal ortamlarda kontrol



sağlamaktan çok ortamdaki değişikliklere uyum sağlamasını gerektiren daha pasif bir konumda kalmasına neden olmaktadır.

**Ayırıcı Özellik Kuramı ve Utangaçlık.** Ayırıcı özelliklerin, kişilerin farklı durumlarda birbiriyle tutarlı davranışlar sergileme eğiliminin zaman içerisinde değişime uğramıyor olması nedeniyle kişiliğin temel yapısını oluşturduğu kabul edilmektedir (Burger, 2006; Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2012). Ayırıcı özellik yaklaşımının temsilcilerinden Cattell, farklı biçimlerde adlandırılan kişilik özelliklerinin (örn. sosyal olmak, dışadönük olmak) birbiriyle yüksek oranda uyuşması nedeniyle benzer olanların tek bir özellik altında adlandırılmasıyla temel kişilik yapılarının belirleneceğini savunmaktadır (Burger, 2006). Temel kişilik yapılarını belirleyerek davranışın bilimsel modelini oluşturmayı hedefleyen Cattell, faktör analizi tekniğinden yararlanarak kişiliğin evrensel boyutunu temsil ettiğini düşündüğü 16 ayırıcı özelliği oluşturmuştur (Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2012). Tanımlanan 16 ayırıcı özellikten biri olan H faktörünün utangaçlıkla ilişkili olduğu düşünülmektedir (Zimbardo, 1977). Bazı bebekler dünyaya geldikleri andan itibaren diğerlerine oranla yeni deneyimlere, yüksek seslere diğerlerine oranla daha güçlü tepki vermekte ve gelişim sürecinde sosyal durumlarda kendilerine güvenmek için daha uzun süreler harcayarak yaşamları boyunca daha temkinli davranmaktadırlar (Henderson, 2011). İlgili farklılık, kişilik faktör kuramcılar tarafından H faktörü ile açıklamakta olup H faktöründen düşük puan alan yani H- olarak adlandırılan bireylerin H faktöründen yüksek puan alan H+ bireylere oranla daha hassas bir sinir sistemi ile dünyaya geldiği düşünülmektedir (Zimbardo, 1977). H faktöründen yüksek puan alan bireylerin spontane biçimde duygularını yaşayabilen, yeni deneyimlere açık, girişken, cesur, duygusal olaylarla kolaylıkla başa çıkabilen; H faktöründen düşük puan alan bireyler ise kendilerini ifade etmekte zorlanan büyük arkadaş gruplarındansa yalnızca yakın olduğu az sayıda insanla sosyalleşmeyi tercih eden sosyal ortamlarda engellenmişlik duygusunu sıklıkla yaşayan utangaç kişiler olduğu bilinmektedir (Saville, 1978).

## Utangaçlık Kaynakları

Utangaçlık ilk olarak genetik faktör açısından değerlendirilecek olursa sosyallik, dışadönüklük ve duygusallıkla ilişkili kişilik özellikleri genetik araştırmalarda sıklıkla incelenirken utangaçlık ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaların sayısının oldukça sınırlı olduğu göze çarpmaktadır (Plomin ve Daniels, 1986). Benzer olarak Saunders (2012) utangaçlığın genetik kaynağının açıklanabilmesi için bu alanda yapılması gereken araştırmalarının artmasına ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir. Rapee (1998) ise yapılan araştırmalardan elde edilen bulguların, utangaçlığa yol açan belirli bir genin olmadığını ancak bireylerin duygusallık derecesini belirleyen bir ya da birden çok gen olduğuna işaret ettiğini ifade etmektedir. Bu doğrultuda utangaç bireylerin muhtemelen duygusallık düzeyi yüksek olan bireyler olduğu öngörülmektedir (Rapee, 1998).

Utangaçlık kaynakları, çevresel faktörler açısından ele alındığında ise yapılan araştırmaların sıklıkla aile özelliklerine odaklandığı fark edilmektedir. Örneklendirmek gerekirse Mounts vd. (2006) tarafından gerçekleştirilen araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda, üniversite geçiş sürecinde aileleri tarafından düşük düzeyde desteklenen ergenlerin utangaçlık özelliklerini daha yüksek düzeyde sergiledikleri, daha yalnız ve daha düşük düzeyde sosyal oldukları görülmüştür. Yüksel (2002) ise bireylerin çocukluk yıllarında aile üyeleri tarafından aşırı biçimde korunmaya çalışılmasının, günlük yaşamlarında herhangi bir konuda inisiyatif almalarına izin verilmemesinin utangaçlıkla bağlantılı olduğunu bildirmektedir. Büyüme sürecinde çeşitli bilgi ve becerileri edinmemek, kişilerin tek başına karar veremeyen, sosyal ilişki kurma noktasında oldukça zorlanan, utangaç yetişkinler haline gelmesiyle sonuçlanabilmektedir (Yüksel, 2002). Bu bilgiyle tutarlı olacak biçimde demokratik aile yapısında yetişen çocuklar, yaşamları hakkında kontrol sahibi olduklarını hissetmeleri nedeniyle ilişkilerinde daha açık sözlü ve iddialı davranabilmektedir (Gilmartin, 1985).

Çocukların büyüme sürecinde bilişsel, duyuşsal, motor alanlardaki gelişimi; duygusal ve sosyal gelişim alanları ile ilişki halinde ilerlemekte onu toplumla sağlıklı ilişkiler

kurmaya yani toplumun bir parçası olmaya hazırlamaktadır (Cüceloğlu, 2021). Bütün bu süreç içerisinde, insanların sevgi ve aidiyet duygusu hissetmeye ihtiyaç duyduğu bilinmektedir. Aile üyelerinin birbirlerine sevildiklerini hissettirdiği; çekinmeden açık bir biçimde duygu, düşünce paylaşımında bulunabildikleri bir ev ortamında çocukların diğerlerine oranla daha kolay sosyalleşebilecekleri ve benlik saygılarının yüksek olacağı böylelikle cesur bir biçimde yaşadıkları zorlanmalarla baş edebilecekleri düşünülmektedir (Huang, 1999). Aynı zamanda koşulsuz sevgiyi ev ortamında deneyimleyen, yargılanmadan öğrenmeyi öğrenme deneyimine sahip olan çocuklar, kaygılandıklarında rahatlamak üzere aile üyelerinden kolaylıkla destek talep edebilmektedir (Arroyo vd., 2012; Zimbardo, 1977).

Özetlenecek olursa alanyazın incelendiğinde, utangaçlık kaynaklarının genetik ve çevresel faktörler olarak iki başlık altında ele alındığı görülmektedir. Utangaçlığın ortaya çıkması sürecinde genetik faktörlerin etkisinin saptanmasına yönelik yapılan araştırmaların oldukça az sayıda olmasının yanı sıra çevresel faktörlerin daha detaylı biçimde incelendiği dikkat çekmektedir. Çevresel faktörler bakımından değerlendirildiğinde, yaşamın erken dönemlerinde ebeveynler tarafından benimsenen çocuk yetiştirme stilleri yetişkinlik döneminde bireylerin utangaçlık düzeyleri üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olabilmektedir. Kendini ifade etme, hata yaparak yeni durumları deneyimleyebilme özgürlüğüne sahip olan ve bu esnada diğerleri tarafından önemsendiğini, yalnızca kendisi olarak değerli olduğunu hissedebilen çocukların sürekli kontrol altında tutulan, sıklıkla eleştiriye maruz bırakılan, farklı durumları deneyimleyerek değişik koşullar altında nasıl hissettiğini değerlendirme olanağına sahip olmayan çocuklara oranla yetişkinlikte utangaçlık düzeylerinin daha düşük olacağı düşünülebilir.

### **İlgili Araştırmalar**

İlgili araştırmalar başlığı altında öncelikle sosyal medya bağımlılığının temel psikolojik ihtiyaçlar ile ardından utangaçlık ile ilişkisini inceleyen çalışmalar sunulmuştur. Ayrıca alanyazın incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının bazı değişkenler ile ilişkisinin

sıklıkla incelendiği fark edilerek bu kapsamda söz konusu araştırmaların sonuçlarına değinilmiştir. Araştırmaların derlenmesi aşamasında ise çalışmaların yurt içi ya da yurt dışında gerçekleştirilmesi dikkate alınmaksızın yürütülmekte olan araştırmanın çalışma grubuna benzerlik göstermesi kriteri temele alınmıştır. Yer verilen araştırmalar tarihsel sıralamaya göre açıklanmıştır.

### **Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Araştırmalar**

Ferrell (2011) tarafından gerçekleştirilen araştırmada bazı psikolojik (zerklik, yeterlik ve ilişki) ve sosyal ihtiyaçların (başarma, g, bir gruba dahil olma, yakınlık) kişilerin Facebook kullanım davranışlarını yordama gücü tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma toplam 87 niversite ğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılım koşulları; 18 yaşını doldurmuş olmak, Facebook kullanıcısı olmak ve İngilizcenin kişinin anadili olması olarak belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar yeterlik ihtiyacının karşılanma düzeyinin düşmesi ile kişinin sosyal medyada geçirdiği sürenin arttığı ve Facebookta daha fazla kişisel hesaba sahip oldukları; özerklik ihtiyacının karşılanma düzeyinin düşmesi ile kişinin arkadaş sayısı ve Facebook'a yüklediği fotoğraf sayısının arttığı ancak ilişkili olma ihtiyacının karşılanma düzeyinin düşmesi ile Facebook'taki arkadaş sayısının azaldığı görülmüştür. Ayrıca bir gruba dahil olma ihtiyacının düşük düzeyde karşılanması ile Facebookta paylaşılan fotoğraf sayısının azaldığı; başarı ihtiyacının düşük düzeyde karşılanmasının ise kişinin kendisi hakkında bilgiler içeren sözcükleri daha az kullanması ile sonuçlandığı görülmüştür.

Benzer olarak Facebook kullanımı ile bireylerin ilişki ihtiyaçlarının karşılanma düzeyleri arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmanın çalışma grubunu Missouri niversitesinde öğrenimine devam etmekte ve Psikoloji'ye Giriş dersini almakta olan 1.002 ğrenci oluşturmuştur. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, paradoksal bir biçimde Facebook kullanım sıklığının, ilişki ihtiyacı düşük ve yüksek olan her iki grup için de yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmacılar, ihtiyaç doymu düşük olan bireyler tarafından Facebook'un bir başa çıkma stratejisi olarak kullanılırken ihtiyaç doymu yüksek olan

bireylerin ise Facebooktan elde ettikleri ödüllendirici deneyimlerden kaynaklanacak biçimde kullanımlarını sürdürüyor olabileceklerini belirtmişlerdir (Sheldon vd., 2011).

Masur vd. (2014), gerçek hayatta karşılanamayan temel psikolojik ihtiyaçlar ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide sosyal medya kullanım motivasyonlarının (kaçış, öz sunum, eğlence, bilgi arayışı, sosyalleşme, yeni insanlarla tanışma) aracı etkisini incelemişlerdir. Araştıma 581 kişi ile yürütülmüş olup katılımcıların büyük çoğunluğunun herhangi bir eğitim kademesinde ya da üniversite kademesinde eğitimine devam eden öğrenciler olduğu görülmüştür. Aracılık modellerinden elde edilen sonuçlara göre, özerklik ihtiyacı ile sosyal medya bağımlılığı arasında benlik sunumu ve yaşamdan kaçış kullanım motivasyonlarının; yeterlik ihtiyacı ile sosyal medya bağımlılığı arasında bilgi arayışı ve öz sunum kullanım motivasyonlarının; ilişki ihtiyacı ile sosyal medya bağımlılığı arasında öz sunum ve yeni insanlarla tanışma kullanım motivasyonlarının aracı rolü olduğu saptanmıştır. Araştırmacılar, sonuçları kişilerin gündelik yaşamda psikolojik ihtiyaçlarını karşılayamadıkları durumlarda söz konusu eksikliği gidermek amacıyla yeni ortam arayışına girdikleri ve böylelikle sosyal medya bağımlılığı karşısında savunmasız hale geldikleri şeklinde yorumlamıştır.

Facebook kullanımının bireylerin iyi oluşu üzerindeki etkisini temel psikolojik ihtiyaçlar çerçevesinden değerlendiren araştırma Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde eğitime devam eden 71 katılımcı ile yürütülmüştür. Katılımcıların yaşları 18 ila 26 arasında değişkenlik göstermektedir. Araştırmadan elde edilen bulgular Facebook'un özerklik motivasyonu ile kullanılmasının kişinin iyi oluşunu olumlu yönde anlamlı biçimde yordadığını göstermiştir. Ayrıca kişinin Facebook aracılığıyla temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılamasının, Facebook'ta gerçekleştirilen etkinliklerden elde edilen özerklik ve kişinin iyi oluşu arasındaki olumlu yönlü ilişkide aracı değişken olduğu ortaya konmuştur. Diğer bir deyişle Facebook kullanımı ile kişinin özerlik kazanması gerçek yaşamda özerklik ihtiyacını gidermesini sağlamakta bu durum ise kişinin iyi oluş düzeyinin yükseltmektedir (Manuoğlu, 2016).

Diğer bir çalışmada temel psikolojik ihtiyaçların aşırı WeChat kullanımı üzerindeki yordayıcı etkisi ile ilgili değişkenler arasındaki ilişkide duygu durumu (depresyon, anksiyete) ve WeChat kullanım sıklığı değişkenlerinin aracı rolü incelenmiştir. Araştırmaya toplam 849 kişi katılım sağlamış olup yaş ortalaması 19'dur. Demografik bilgi formundan elde edilen bilgiler katılımcılarının günde 1 ila 3 saat arasında WeChat kullandığını göstermiştir. Ayrıca psikolojik ihtiyaç doyum düzeyinin düşük olmasının aşırı WeChat kullanımına yol açtığı ortaya konmuştur. Araştırmacıların daha büyük önem attıkları bulgu ise psikolojik ihtiyaçların düşük düzeyde karşılandığı durumda anksiyete, depresyon ve WeChat kullanım sıklığının yüksek olmasının aşırı düzeyde WeChat kullanımında aracı role sahip olmasıdır. Bu doğrultuda araştırmacılar tarafından anksiyete ve depresyon gibi olumsuz duygudurumlarının sıklıkla deneyimlenmesini engelleyerek aşırı WeChat kullanımını önlemek amacıyla temel psikolojik ihtiyaçların doyumunun sağlanmasının teşvik edilmesi önerisi getirilmiştir (Gao vd., 2021).

Eğitim fakültesine devam eden toplam 647 öğrenci ile yürütülen çalışmada sosyal medya bağımlılığının, temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ile akademik erteleme davranışı arasındaki ilişkide aracı rolünü incelemiştir. Psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ile akademik erteleme davranışı ve sosyal medya bağımlılığı arasında olumsuz yönlü; akademik erteleme ile psikolojik ihtiyaçlar arasında olumsuz ve sosyal medya bağımlılığı ile olumlu yönlü ilişkiye rastlanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre sosyal medya bağımlılığının akademik erteleme davranışı ile psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyleri arasındaki ilişkide kısmi aracı rol üstlendiği görülmüştür (Kürker, 2021).

Alanyazında temel psikolojik ihtiyaçlar doyum düzeyinin sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi incelenirken ihtiyaç doyum kavramının hem bağımsız değişken hem de aracı değişken olduğu çalışmalara rastlanmıştır. İhtiyaç doyumunun düşük düzeyde olmasının kişilerin sosyal medyaya bağımlı hale gelmesinde etkili olabileceğini gösteren araştırmaların yanı sıra temel psikolojik ihtiyaç doyumunun sosyal medya araçları aracılığıyla sağlanabileceğini ve kişinin iyi oluşunun bu durumdan olumlu

biçimde etkilenebileceğini gösteren araştırma sonuçları da bulunmaktadır. İhtiyaç doyumu kavramı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırma sonuçlarının çelişkili olması yeni çalışmaların yapılmasına yönelik bir ihtiyaca işaret etmektedir.

### **Utangaçlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Araştırmalar**

Orr vd. (2009) tarafından yürütülen çalışmada utangaçlığın Facebook kullanımı ile ilişkisi; kullanım süresi, arkadaş sayısı ve Facebook'a yönelik geliştirilen tutum açısından incelenmiştir. Araştırmanın katılımcı grubu, yaşları 17-52 arasında değişen yaş ortalaması ise 21.50 olan toplam 103 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırma sonuçları, utangaçlık ile Facebookta geçirilen süre ve Facebook'a yönelik geliştirilen tutum arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki söz konusuysen Facebook'taki arkadaş sayısının kişinin utangaçlık düzeyinin artması ile azaldığını ortaya koymuştur. Söz konusu bulgular ışığında araştırmacı, utangaç bireylerin Facebook'taki arkadaş sayılarının utangaç olmayanlara oranla daha az olmasına rağmen Facebookta daha uzun süreler geçirmelerinin Facebooku iletişim kurmak açısından cazip bir platform olarak görmelerinden kaynaklanabileceğini açıklamıştır. Bu durumun ise Facebook'un bireylere sağladığı anonimlik özelliği ve yüz yüze iletişimden farklı olarak jest, mimik gibi beden hareketlerinin karşı taraf tarafından görülememesi ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

Benzer olarak, çeşitli utangaçlık düzeyindeki üniversite öğrencilerinin Facebook kullanımı ve arkadaşlık kaliteleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi hedeflenen çalışmada 207 üniversite öğrencisine ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, Facebookun kullanıldığı ya da kullanılmadığı her iki durumda da utangaçlık düzeyinde meydana gelen yükselmenin arkadaşlık doyumu, arkadaşlığa verilen önem ve yakınlık duygusuyla olumsuz yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Arkadaşlardan algılanan sosyal destek yalnızlıkla olumsuz yönde ilişki bulunurken utangaç bireylerin Facebook kullanımının kişinin arkadaşlarından algıladıkları sosyal desteğin artmasını sağladığı ortaya konmuştur. Ayrıca Facebook kullanım süresi diğerlerine oranla uzun olan utangaç bireylerin arkadaşlık memnuniyeti, yakınlık ve arkadaşlığa atfettikleri önemin kendilerine oranla daha düşük

düzeyde utangaç olan bireylerle benzer olduğu görülmüştür. İlgili bulgular ışığında araştırmacılar Facebook kullanımı ile utangaç bireylerin arkadaşlık kalitelerinin yükselebileceğine dikkat çekmiştir (Baker ve Oswald, 2010).

Diğer bir araştırmada yetişkin bireylerin sosyal medya araçlarını kullanım durumları Facebook örneğinde; yaş, kişilik özellikleri (utangaçlık, heyecan arama ve yalnızlık) ve yaşam pozisyonu (sosyal aktivite, yaşam doyumu, kişilerarası etkileşim) değişkenleri açısından incelenmiştir. Araştırma; üniversite öğrencisi ve üniversite öğrencisi olmayan yetişkin toplam 327 katılımcı ile yürütülmüştür. Katılımcıların yaş aralığı 19-76 arasında değişkenlik gösterirken ortalama katılımcı yaşı 27'dir. Ayrıca araştırmacı katılımcıları Facebook kullanıcıları olanlar ve Facebook kullanıcısı olmayanlar olmak üzere iki grup altında incelenmiş, 327 katılımcıdan 283'ünün Facebook kullanıcısı olduğunu belirtmiştir. Araştırmada Facebook kullanıcısı olmayan bireylerin Facebook kullanıcılarına oranla; daha yaşlı olduğu, daha utangaç ve yalnız olduğu, sosyal aktivite düzeylerinin düşük olduğu ve daha düşük düzeyde heyecan arayışında oldukları tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda araştırmacı utangaç ve yalnız bireyler için Facebook kullanımının diğer insanlarla iletişim kurmalarını kolaylaştıran bir sosyal medya aracı olarak kabul edilemeyeceğini belirtmiştir (Sheldon, 2012).

Hindistanda 400 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilen araştırmada Instagram bağımlılığı ile utangaçlık arasındaki ilişki ele alınmıştır. Araştırmada utangaçlık; bilişsel/duyuşsal, fizyolojik ve eylem odaklı olmak üzere 3 alt boyutta Instagram bağımlılığı ise kontrol kaybı, geri çekilme, kaçış, sağlık ve kişilerarası problemler, aşırı kullanım ve takıntı olmak üzere 6 alt boyutta ele alınmıştır. Bilişsel/duyuşsal alt boyut ile kontrol kaybı, geri çekilme, sağlık ve kişilerarası ilişkiler, takıntı alt boyutları ve Instagram bağımlılığı toplam puanı; fizyolojik alt boyut ile geri çekilme, kaçma, sağlık ve kişilerarası ilişkiler, aşırı kullanım, takıntı alt boyutları ve toplam puan; eylem odaklı alt boyut ile kontrol kaybı, geri çekilme, kaçış, aşırı kullanım, takıntı alt boyutları ve toplam puan arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişkinin varlığı rapor edilmiştir. Utangaçlık ölçeği fizyolojik ve eylem odaklı alt boyutlarından alınan puanların ise Instagram bağımlılığının en iyi yordayıcıları olduğu ve



Instagram bağımlılığının %9.4'ünü açıkladığını ortaya konmuştur (D'Spuza ve Ranganatha, 2018).

Facebook bağımlılığı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkide utangaçlık ve yalnızlığın aracı rolünün belirlenmesinin amaçlandığı araştırmanın çalışma grubu yaşları 17-25 aralığında değişkenlik gösteren toplam 280 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Yapısal eşitlik modellemesinden elde edilen sonuçlar, Facebook bağımlılığı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkide utangaçlık ve yalnızlığın tam aracı rolü olduğunu göstermiştir. Diğer bir deyişle Facebooka yönelik bağımlılık geliştiren bireylerin yalnızlık ve utangaçlık düzeylerinin yüksek olması öznel iyi oluşlarının olumsuz biçimde etkilenmesine neden olmuştur (Satici, 2018).

1100 üniversite öğrencisinin katılım gösterdiği araştırmada sosyal medya bağımlılığı; yaş, cinsiyet, yaşanan bölgenin yapısı, kullanılan sosyal medya araçları ve utangaçlık açısından incelenmiştir. Çalışma sonuçları 21 yaş üstü üniversite öğrencilerinin 19-21 yaş aralığındaki öğrencilere oranla sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu; şehirleşme düzeyinin yüksek olduğu illerde yaşayan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyinin kırsal alanlarda yaşayanlara oranla daha yüksek olduğu; utangaçlığın ve sosyal medya bağımlılığının kadınlarda erkeklere nazaran daha sık gözlemlendiğini göstermektedir. Ayrıca utangaçlık ile sosyal medya bağımlılığı arasında düşük düzeyli olumlu yönde ilişki tespit edilmiştir. Yani utangaçlık düzeyinin artması ile kişilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri de artacağı ifade edilebilir. Facebook, Twitter, Whatsapp, Instagram ve diğer sosyal medya araçlarından herhangi birinin kullanılmasının tercih edilmesi ile öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Joel ve Vijayalakshmi, 2020).

Alanyazında yer alan araştırmalardan elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde utangaçlık düzeyi ile sosyal medya araçlarına yönelik geliştirilen bağımlılık arasında istatistiki açıdan anlamlı ilişkiler bulunduğu söylenebilir. Bununla birlikte sosyal medya bağımlılığı ile utangaçlık kavramları arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmaların sıklıkla Facebook bağımlılığın utangaçlık ile ilişkisini tespit etmeye yönelik gerçekleştirildiği fark

edilmektedir. Facebook her ne kadar geniş bir kullanıcı kitlesine sahip olsa da We Are Social Dijital Ajansı (2021) tarafından yayınlanan verilerden hareketle Facebook kullanıcılarının %98.9'unun diğer sosyal medya platformlarını da kullandığı bilinmektedir. Bu doğrultuda iki kavram arasındaki ilişkinin doğasının tek bir platform örneğinde değerlendirilmesinin çeşitli sınırlılıklara yol açabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda şemsiye bir kavram olarak sosyal medya bağımlılığının utangaçlıkla ilişkisinin araştırılmasının alanyazına katkı sağlayabileceği değerlendirilmiştir.

### **Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Diğer Araştırmalar**

Jaradat ve Atyeh (2017) beş faktör kişilik özellikleri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmayı 380 üniversite öğrencisi ile yürütülmüşlerdir. Araştırmadan elde edilen bulgular katılımcıların %7.9'unun sosyal medya bağımlısı, %62.1'inin ise risk grubu altında yer aldığını göstermiştir. Düşük düzeyde nevrotilik, yüksek düzeyde dışa dönüklük ve açıklık ile yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı arasında ilişkili bulunmuştur. Yaş, cinsiyet ve gelir durumu değişkenleri ise kişilik özellikler ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide aracı bir rol üstlenmezken beşeri bilimler alanında öğrenci olmanın sosyal medya bağımlılığı ile nevrotilik arasındaki ilişkide; sosyal medya deneyimine sahip olmanın açıklık ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide aracı rol üstlendiği tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle beşeri bilimler alanında eğitim gören bireylerin fen bilimleri alanında eğitim görenlere oranla daha düşük düzeyde nevrotilik özelliği sergilemeleri sosyal medyayı daha çok kullanmaları ile ilişkili görülürken açıklık özelliğini yüksek düzeyde gösteren bireylerin sosyal medya aracılığıyla daha çok deneyim kazanmaları nedeniyle sosyal medya kullanımı giderek artış göstermektedir.

Sosyal medya bağımlılığının sosyal kaygı, mutluluk ve yalnızlık açısından ele alındığı araştırma 312 üniversite öğrencisinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre sosyal medya bağımlılığı ile sosyal kaygı ve yalnızlık arasında pozitif; mutluluk ile olumsuz yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal kaygı ve mutluluğun sosyal medya bağımlılığının önemli yordayıcıları olduğu ancak yalnızlığın sosyal medya

bağımlılığını anlamlı biçimde yordamadığı ortaya konmuştur. Sosyal kaygı ve mutluluk değişkenleri sosyal medya bağımlılığının %20'sini açıklamaktadır (Baltacı, 2019).

Bir diğer araştırmada bireylerin cinsiyeti, önlisans ya da lisans programına kayıtlı olma durumları, sosyal medya platformlarını kullanma amaçları ve bağlanma stillerinin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubu 391 üniversite öğrencisinden oluşturulmuştur. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre cinsiyet farklılıkları ve önlisans ya da lisans programına kayıtlı olmak sosyal medya bağımlılık düzeylerinde anlamlı bir farklılığa yol açmamıştır. Bunun yanı sıra bireylerin sosyal medya platformlarını kullanımının arkadaşlık, eğitim, bilgi erişimini sağlamak üzere tercih edildiği ve söz konusu kullanım amaçlarıyla sosyal medya bağımlılığı arasında olumlu yönde orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bağlanma stilleri açısından incelendiğinde ise sosyal medya bağımlılığı ile korkulu ve kayıtsız bağlanma stili arasında zayıf düzeyde olumlu yönde; güvenli ve saplantılı bağlanma ile orta düzeyde olumlu yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (Kaplan, 2019).

Sosyal medya platformlarındaki davranış biçimlerinin major depresyon bozukluğu ile ilişkisinin incelendiği araştırmada Facebook, Twitter, Instagram ya da Snapchat platformlarından en az bir tanesini kullanan 504 üniversite öğrencisine ulaşılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, yukarı yönlü sosyal karşılaştırma yapan ve sosyal medya bağımlılığı düzeyi yüksek olan kullanıcıların major depresyon bozukluk kriterlerini daha fazla karşıladığı; ilgili platformlarda diğer insanlarla sosyal etkileşimde bulunan kişilerin major depresyon bozukluk kriterlerini daha düşük oranda karşıladığı görülmüştür. Bununla birlikte araştırmacılar, övücü olmayan (unflattering) resimlere etiketlenmekten rahatsızlık duyan kişilerin major depresyon belirtilerini daha yüksek düzeyde sergilerken, diğer kullanıcılarla daha çok fotoğraf paylaşımında bulunan kişilerin major depresyon belirtilerini daha az karşıladığını ifade etmiştir (Robinson vd., 2019).

Katılımcıları 18-58 yaş aralığındaki 638 üniversite öğrencisi olan araştırmanın amacı depresyon düzeyi ve fiziksel aktivitelere katılım durumunun sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisinin tespit edilmesi olarak belirlenmiştir. Araştırma bulgularına göre fiziksel aktivite

katılımı ile hem depresyon hem de sosyal medya bağımlılığı arasında olumsuz yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca depresyon düzeyi yüksek olan ancak fiziksel etkinliklere katılım sağlayan kişilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin fiziksel aktivitelere katılım sağlamayan bireylere oranla daha düşük olduğu görülmüştür. Bu durum fiziksel aktivitelerde yer almanın kişinin olumlu duyguları deneyimlemek ve kendisini daha iyi hissetmek üzere sosyal medyaya yönelme ihtiyaçlarını azaltması ve ilgili aktivitelere katılımın kişilerin sosyal medya kullanım sürelerinin azalmasını sağlaması ile ilgili olabileceği açıklanmıştır (Brailovskaia ve Margraf, 2020).

Haand ve Shuwang (2020) gerçekleştirdikleri çalışmada depresyon ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin araştırılması amacıyla 384 üniversite öğrencisine ulaşmıştır. Araştırma bulgularına göre depresyon ile sosyal medya bağımlılığı arasında istatistiki yönden anlamlı olumlu yönde ilişki bir olduğu ve depresyon düzeyi yüksek olan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de yüksek olduğu rapor edilmiştir. Aynı zamanda depresyon düzeyinin sosyal medya bağımlılığının önemli bir yordayıcısı olduğunu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karanlık üçlü kişilik özellikleri ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide başa çıkma stratejilerinin (sosyal destek, pozitif düşünme, kaçınma, problem çözme) aracı etkisinin ele alındığı araştırma doğrultusunda yaşları 19-25 arasında farklılaşan 219 üniversite öğrencisi ile görüşülmüştür. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre narsisizm ile sosyal medya bağımlılığı arasında olumlu yönde bir ilişki saptanmıştır. Psikopati ile sosyal medya bağımlılığı arasında doğrudan bir ilişki bulunmazken, başa çıkma stratejilerinden kaçınma stratejisinin iki değişken arasındaki ilişkide aracı role sahip olduğu görülmüştür. Psikopatik bireylerin sosyal medyayı kaçınma amacıyla kullanması sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yüksek olması ile ilişkilendirilmiştir (Siah vd., 2021).

Bağlanma stilleri (güvenli ve güvensiz bağlanma) ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkide benlik saygısının aracı rolü 19-25 yaş aralığındaki 309 üniversite öğrencisinin katılımıyla incelenmiştir. Çalışma sonucunda ulaşılan bulgulara göre sosyal medya bağımlılığının güvenli bağlanma stili ve benlik saygısı ile olumsuz yönde; güvensiz

bağlanma stili ile olumlu yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Benlik saygısının güvensiz bağlanma ile olumsuz; güvenli bağlanma ile olumlu yönde istatistiksel olarak anlamlı olacak biçimde ilişkili olduğu bulunmuştur. Bağlanma stilleri ile sosyal medya bağımlılığı arasında benlik saygısının aracı rol üstlendiği görülmüştür. Diğer bir deyişle güvenli bağlanmanın sosyal medya bağımlılığını olumsuz; güvensiz bağlanmanın ise sosyal medya bağımlılığını olumlu yönde etkilemesi benlik saygısının aracı rolü dolayısıyla gerçekleşmiştir (Yousaf vd., 2021).

Sosyal medya kullanımının her geçen gün yaygınlaşarak bireyler tarafından daha uzun sürelerle kullanılması söz konusu bağımlılığa yol açan risk faktörlerini belirlemeyi önemle hale getirmektedir. Bu doğrultuda alanyazın incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının pek çok farklı kavram ile ilişkisinin araştırıldığı görülmektedir. Araştırmaların sıklıkla çeşitli duygudurum, kişilik özellikleri ve bağlanma stilleri üzerinde yoğunlaştığı fark edilmektedir. Bu araştırmada ise kimi bireylerin sosyal medya kullanıcı olmalarına karşın ilgili platformlara yönelik bağımlılık geliştirmemelerine rağmen kimi bireylerin sosyal medya bağımlılığı geliştirmesinin altında yatan motivasyonel neden temel psikolojik ihtiyaçlar; kişilik özelliği farklılıklarının bağımlılıkla ilişkisi ise utangaçlık kavramı açısından anlaşılmaya çalışılmıştır.

## **Bölüm 3**

### **Yöntem**

Bu bölümde, sıralı olacak biçimde araştırma yöntemi, araştırmanın çalışma grubu, veri toplama süreci, veri toplamada kullanılan araçlar ve elde edilen verilerin analiz sürecine dair bilgilere değinilmiştir.

#### **Araştırma Yöntemi**

Bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaç doyumu ve utangaçlık düzeylerinin sosyal medya bağımlılığını yordama gücü incelenmiştir. Aynı zamanda cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi ve günlük sosyal medya kullanım süresine bağlı olarak gruplar arasında farklılık gözlenip gözlenmediği ele alınmıştır. Araştırma, nicel yöntem ile ilişkisel tarama modeli temel alınarak tasarlanmıştır. İlişkisel tarama modeli, aralarındaki ilişki incelenmekte olan iki ya da ikiden çok değişkenin beraber değişim gösterip göstermediğini ve söz konusu değişimin derecesini tespit etmek üzere kullanılan tarama modelidir (Karasar, 2012).

#### **Araştırmanın Çalışma Grubu**

Araştırmanın çalışma grubu, 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılı bahar döneminde Ankara ve İzmir illerinde bulunan çeşitli üniversitelerde öğrenim görmekte olan 552 lisans öğrencisinden oluşturulmuştur. Katılımcılar uygun örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Uygun örnekleme yönteminde araştırma yapıldığı esnada kolaylıkla ulaşılabilecek katılımcılardan veri toplanıldığı bilinmektedir (Cohen vd., 2000). Bu doğrultuda COVID-19 pandemisinin getirmiş olduğu sınırlılıklar nedeniyle örnekleme yöntemi uygun örnekleme yöntemi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın temel probleminin incelenmesinde regresyon analizinin kullanılması kararlaştırılmış olup regresyon analizi uygulanabilmesi için örneklem büyüklüğünün  $N \geq 50+8m$  olması gerektiği bilinmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu bilgiden hareketle araştırma kapsamında toplam 552 üniversite öğrencisine ulaşılmıştır.

Bu araştırmada kullanılan ölçeklere verilen tüm yanıtlar kendi içinde kontrol edilmiştir. Ölçek setinin başlangıcında yer alan gönüllü katılım formunda “Araştırmaya gönüllü olarak katılıyorum” ifadesine evet yanıtını vermeyen, ölçek maddelerine ritmik biçimde yanıt veren, bütün maddelere aynı yanıtı veren ya da Ankara ve İzmir dışındaki şehirlerde üniversite öğrencisi olan 20 kişinin ölçek maddelerine vermiş oldukları yanıtların veri setine dahil edilmemesine karar verilmiştir. İlgili formların çıkarılmasının ardından veri girişi yapılmak üzere veri seti hazırlanmıştır. Araştırmaya katılım sağlayan öğrencilerin demografik bilgileri ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin bilgiler aşağıda yer alan Tablo 1 ve Tablo 2’de gösterilmektedir.

**Tablo 1**

*Demografik Değişkenlere Göre Frekans ve Yüzde Dağılımı*

Değişkenler	Grup	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	393	73.87
	Erkek	139	26.12
Sınıf	1. sınıf	190	35.71
	2. sınıf	142	26.69
	3. sınıf	83	15.60
	4. sınıf	70	13.15
	4+	28	5.26
	Hazırlık	19	3.57
Yaş	20	132	24.81
	21	96	18.04
	19	94	17.66
	22	69	12.96
	23	47	8.83
	18	42	7.89
	25 yaş ve üzeri	27	5.07
	24	25	4.69
Anne eğitim düzeyi	İlkokul	192	36.09
	Lise	128	24.06
	Ortaokul	81	15.22
	Lisans	78	14.66
	Okur yazar değil	17	3.19
	Önlisans	16	3.00
	Okur yazar	14	2.63
	Yüksek lisans	5	0.93
Baba eğitim düzeyi	Doktora	1	0.18
	Lise	144	27.06
	İlkokul	126	23.68
	Lisans	121	22.74
	Ortaokul	76	14.28
	Önlisans	37	6.95
	Yüksek lisans	12	2.25
	Doktora	8	1.50

	Okur yazar	8	1.50
	Okuryazar değil	0	0
Toplam		532	100

Tablo 1’de görüldüğü üzere araştırma 532 üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma grubunun 393’ü kadın (%73.87) ve 139’i erkek (%26.12) öğrencilerden oluşmaktadır. Kişisel bilgi formu doğrultusunda katılımcıların demografik özellikleri incelenecek olursa çalışma grubunun büyük çoğunluğunun 1. sınıf öğrencisi ve 20 yaşında olduğu, anne eğitim düzeylerinin ilkökul mezunu, baba eğitim düzeylerinin ise lise mezunu olduğu görülmüştür.

**Tablo 2**

*Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı*

Değişkenler	Grup	Frekans	Yüzde
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	1-3 saat arası	206	38.72
	3-5 saat arası	180	33.83
	5-7 saat arası	80	15.03
	1 saatten az	37	6.95
	7 saat ve üzeri	29	5.45
Kullanılan Sosyal Medya Platformu	Whatsapp	520	97.74
	Youtube	504	94.73
	Instagram	486	91.35
	Twitter	319	59.96
	Snapchat	155	29.13
	Facebook	132	24.81
	TikTok	49	9.21
	Diğer	32	6.01
Kullanılan Sosyal Medya Platformu Sayısı	4	180	33.83
	5	130	24.43
	3	118	22.18
	6	50	9.39
	2	34	6.39
	7	13	2.44
	1	6	1.12
	8	1	0.18
Toplam		532	100

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarına ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarına Tablo 2’de yer verilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde günlük sosyal medya kullanım süresi açısından en yüksek frekansa sahip grubun sosyal medyayı 1-3 saat arası kullananların en düşük frekansa sahip grubun ise 7 saat ve üzeri kullananların; kullanılan sosyal medya platformu açısından en yüksek frekansa sahip grubun Whatsapp



kullanıcılarının en düşük frekansa sahip grubun ise Diğer uygulamaların kullanıcılarının; kullanılan sosyal medya platomu sayısı açısından en yüksek frekansa sahip grubun 4 farklı sosyal medya platformunu kullananların en düşük frekansa sahip grubun ise 8 farklı sosyal medya platformunu kullananların olduğu görülmüştür.

### **Veri Toplama Süreci**

Araştırmada kullanılacak olan veri toplama araçlarını geliştiren ya da Türkçe 'ye uyarlayan araştırmacılara e-posta yoluyla ulaşılarak izin alınmıştır (EK-A). Ardından “Gönüllü Katılım Formu” (EK-B) ve “Demografik Bilgi Formu” oluşturulmuştur (EK-C). İlgili ölçek ve formların uygulanabilmesi için etik izin almak üzere Hacettepe Etik Kurul Komisyonu'na başvurulmuştur (EK-Ç). Etik iznin alınmasının sonrasında 2020-2021 Eğitim-Öğretim Yılı Bahar Dönemi içerisinde veri toplama sürecine başlanmış ve bu süreç yaklaşık olarak 1 ay sürmüştür. Diğer bir deyişle veri toplama süreci 20 Mayıs 2021 – 30 Haziran 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Pandeminin yarattığı sağlık tehdidi nedeniyle araştırmanın veri toplama sürecinin çevrimiçi kanallar aracılığıyla yürütülmesine karar verilmiştir. Bu nedenle form ve ölçekler “Google Formlar” üzerinden düzenlenerek çevrimiçi link oluşturulmuştur. Ölçek maddelerini yanıtlamaya geçmeden önce çalışmanın amacına, katılımın gönüllülük esasına dayandığına, katılımcıların araştırmadan ayrılma haklarına, elde edilen verilerin yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılabileceğine, araştırmacıların iletişim adreslerine ilişkin bilgiler katılımcılara sunulmuştur. İlgili bağlamda gerçekleştirilen bilgilendirmenin ardından öğrencilerden çalışmaya katılım durumlarını “Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum” ifadesini yanıtlayarak beyan etmeleri beklenmiştir. Çalışmaya gönüllü biçimde katıldığını beyan eden katılımcılar sırasıyla Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (Şahin ve Yağcı, 2017), İhtiyaç Doyumu Ölçeği (Bacanlı ve Cihangir-Çankaya, 2003) ve Utangaçlık Ölçeği'ni (Güngör, 2001) yanıtlamışlardır. Katılımcıların bahsedilmekte olan ölçekleri yanıtlamaları yaklaşık olarak 10-15 dakika sürmektedir.

## **Veri Toplama Araçları**

Araştırma verileri Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (Şahin ve Yağcı, 2017), İhtiyaç Doyumu Ölçeği (Bacanlı ve Cihangir-Çankaya, 2003), Utangaçlık Ölçeği (Güngör, 2001) aracılığıyla toplanmıştır. Ayrıca katılımcılarının bireysel ve çevresel özellikleri hakkında fikir edinebilmek adına Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır.

### **Kişisel Bilgi Formu**

Araştırmacı tarafından oluşturulan Kişisel Bilgi Formu, katılımcıların çeşitli bireysel ve çevresel özelliklerini tespit edebilmek amacıyla kullanılmıştır. Form katılımcıların; cinsiyet, yaş, öğrenimlerini sürdürdükleri üniversite, bölüm, sınıf, anne ve babalarının eğitim düzeyi, sosyal medya kullanım süreleri ve kullanmayı tercih ettikleri sosyal medya hesapları hakkında bilgi edinilmesini sağlayacak sorulara yer vererek hazırlanmıştır.

### **Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu**

Şahin ve Yağcı'nın (2017) çalışmaları sonucunda geliştirilen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu 18-60 yaş aralığındaki bireylerin sosyal medya platformlarına yönelik geliştirdiği bağımlılığı belirlemeyi amaçlamaktadır. Ölçekte yer alan maddelere verilen yanıtlar en az "Bana hiç uygun değil" anlamına karşılık gelen 1 puan, en çok 'bana çok uygun' anlamına karşılık gelen 5 puan ile nitelendirilebilmektedir. Diğer bir deyişle ölçek 5'li likert tipe uygun olarak hazırlanmış olup sanal tolerans ve sanal iletişim olmak üzere iki alt boyut ve 20 maddeden oluşmaktadır. Sanal tolerans alt boyutu 11 soru içermektedir. İlgili maddelerden iki tanesi ters biçimde puanlanmaktadır. Sanal iletişim boyutu ise 9 sorudan oluşmaktadır. SMBÖ-YF'den alınabilecek toplam puan 20 ila 100 arasında değişkenlik göstermektedir. Alınan toplam puanın; 20-35 aralığı kişinin sosyal medya bağımlısı olmadığı; 36-41 aralığı kişinin sosyal medya bağımlılığının düşük düzeyde olduğu; 42-57 aralığı kişinin sosyal medya bağımlılığının orta düzeyde olduğu; 58-73 aralığı kişinin sosyal medya bağımlılığının yüksek düzeyde olduğu; 74-100 aralığı ise kişinin sosyal medya bağımlılığının çok yüksek düzeyde olduğu anlamına gelmektedir.

Ölçek geliştirme çalışması 527 kadın ve 520 erkek toplam 1047 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Sürece alanyazın taraması yapılarak başlanmış olup 78 ifadeden oluşan madde havuzu oluşturulmuştur. Madde havuzunda yer alan ilgili ifadeler; bilgisayar ve öğretim teknolojisi, eğitim sosyolojisi, psikolojik danışmanlık ve rehberlik alanında çalışmalarını sürdüren toplam 5 uzman tarafından geçerlik özellikleri açısından incelenmiştir. Söz konusu incelemenin ardından 46 ifadeden oluşan taslak form oluşturulmuştur. Açımlayıcı faktör analizi (AFA) 546 ve doğrulayıcı faktör analizinin (DFA) ise 319 katılımcı ile gerçekleştirilmesinin ardından yapılan analizler sonucunda ölçek 20 maddeden oluşan halini almıştır. KMO ve Barlett testinden alınan değerler sırasıyla .945;  $\chi^2 = 7051.32$  (sd = 190, p = .00) olmakla birlikte elde edilen sonuçlar söz konusu verilerin faktör analizi yapmaya elverişli olduğunu ortaya koymuştur. Yapılan temel bileşenler analiziyle ölçek yapısının 2 faktörlü olduğu görülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen uyum indeks değerleri ise ( $\chi^2$  /sd = 3.05, RMSA = .059; SRMR = .060; NFI = .59; CF I = .96; GFI = .90; AGFI = .88) ölçeğin iki faktörlü yapısının geçerli olduğunu göstermiştir. Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ölçeğin tamamı için .94 olarak hesaplanırken alt faktörlerden sanal tolerans için .92, sanal iletişim için ise .91 olarak hesaplanmıştır.

Araştırma kapsamında ilgili ölçeğin ve ölçek alt boyutlarının güvenilirliğini belirlemek üzere Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. SMBÖ-YF için hesaplanan güvenilirlik katsayısı ölçek toplamı için .87; sanal tolerans alt boyutu için .82 ve sanal iletişim boyutu için .78 olarak bulunmuştur. Bu doğrultuda hesaplanan güvenilirlik katsayısının orijinal ölçeğin güvenilirlik katsayısına yakın olduğu görülmektedir.

### **İhtiyaç Doyumu Ölçeği**

Deci ve Ryan (1991)'in çalışmaları doğrultusunda geliştirilen ölçek, yetişkin bireylerin temel psikolojik ihtiyaç doyum düzeylerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Ölçeğin Türkçeye uyarlama çalışmaları Bacanlı ve Cihangir-Çankaya (2003) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçek maddeleri 7'li likert tipe uygun olacak biçimde hazırlanmıştır. 'Hiç doğru değil' tepkisi en düşük derecelendirme olan 1'e; "Çok doğru" tepkisi ise en yüksek

derecelendirme olan 7'ye karşılık gelmektedir. Ölçek; ilişki, yeterlik ve özerklik olmak üzere üç alt boyut ve 21 maddeyi içermektedir. İlişki ihtiyacı alt boyutu 9, yeterlik ve özerklik ihtiyacı alt boyutları ise 6'şar maddeden oluşmaktadır. İlişki, yeterlik ve özerklik olmak üzere her bir alt boyutta 3 tane olmak üzere toplam 9 madde ters biçimde puanlanmaktadır. İhtiyaç Doyum Ölçeğinden alınabilecek toplam puan 21-147; ilişki alt boyutu için alınabilecek puan 9-63; yeterlik ihtiyacı alt boyutu için alınabilecek puan 6-42; özerklik ihtiyacı alt boyutu için alınabilecek puan 7-49 aralığında değişkenlik göstermektedir. Ölçekten alınan toplam puan ve her bir alt boyut için hesaplanan puanların yükselmesi kişinin ihtiyaç doyum düzeyinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

Ölçeğin güvenirliğini belirlemek üzere test-tekrar-test yönteminden faydalanılmış bu doğrultuda 14 gün arayla 138 öğrenciye İDÖ uygulaması yapılmıştır. Test-tekrar-test yöntemi sonucunda hesaplanan korelasyon katsayıları ölçeğin tamamı için .89; ilişki alt boyutu için .81; yeterlik alt boyutu için .80; özerklik alt boyutu için ise .82 olarak belirtilmiştir. İç tutarlılığı tespit etmek amacıyla hesaplanan Cronbach alfa katsayısı ise ölçeğin tamamı için .83; ilişki alt boyutu için .74; yeterlik alt boyutu için .60; özerklik alt boyutu için .71'dir. Doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen uyum indeks değerleri, uyarlanan ölçeğin yapısının orijinal forma uygun olarak üç faktörlü olduğunu göstermiştir (RMSEA = .07, GFI = .86, AGFI = .82, CFI = .82, NNFI = .80). Ölçüt geçerliği hesaplama çalışmaları kapsamında ilişki ihtiyacı ile "UCLA Yalnızlık Ölçeği (UCLA-YÖ)"; yeterlik ihtiyacı alt boyutu ile "Genelleştirilmiş Öz-Yetki Beklentisi Ölçeği (GÖYBÖ)" ve özerklik ihtiyacı alt boyutu ile "Sosyotropi-Otonomi Ölçeği (SOÖ)" arasındaki ilişki araştırılmıştır. Korelasyon katsayısı, ilişki ihtiyacı alt boyutu ile UCLA-YÖ arasında -.70; yeterlik ihtiyacı alt boyutu ile GÖYBÖ arasında .50; özerklik ihtiyacı alt boyutu ile SOÖ arasında .19 düzeyinde hesaplanmıştır.

Araştırma kapsamında ilgili ölçeğin ve ölçek alt boyutlarının güvenirliğini belirlemek üzere Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. İDÖ için hesaplanan güvenirlik katsayısı ölçek toplamı için .86; ilişki alt boyutu için .77, yeterlik alt boyutu için 0.70, özerklik alt boyutu için .75 olarak bulunmuştur. Bu doğrultuda hesaplanan güvenirlik katsayısının orijinal ölçeğin güvenirlik katsayısına yakın olduğu görülmektedir.

## Utangaçlık Ölçeği

Cheek'in (1983) çalışmaları doğrultusunda geliştirilen ölçek yetişkin bireylerin utangaçlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Utangaçlık Ölçeğinin Türkçeye uyarlaması Güngör (2001) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin, Cheek tarafından geliştirilen orijinal formunda 13 madde bulunurken Güngör tarafından yapılan uyarlama çalışmaları sonucunda madde sayısı 20'ye yükselmiştir. Uyarlama çalışmalarında öncelikle orijinal ölçekte yer alan maddeler ilgili alan uzmanları tarafından Türkçeye çevrilmiş ardından ise psikolojik danışma ve rehberlik alanı uzmanları tarafından her bir madde geçerlik özellikleri açısından değerlendirilmiştir. Bir sonraki aşamada 300 üniversite öğrencisine, kendilerini hangi durumlar söz konusu olduğunda utangaç hissettikleri sorulmuş elde edilen cevaplar doğrultusunda ölçeğe 7 yeni madde eklenmiştir. Nihai olarak ölçek 20 maddelik formunu almıştır. Ölçekte yer alan maddelere verilebilecek tepkiler 5'li likert tipi yanıtlamaya uygun olacak biçimdedir. "Bana hiç uygun değil" tepkisi 1 derecelendirilmesine karşılık gelirken "Bana çok uygun" tepkisi 5 derecelendirilmesine karşılık gelmektedir. Ölçekten alınabilecek puanlar 20 ila 100 arasında değişkenlik gösterirken ölçekten alınan puanın artması kişinin utangaçlık düzeyinin yükseldiği anlamına gelmektedir.

Ölçeğin geçerlik çalışmaları doğrultusunda temel bileşenler faktör analizi uygulanmış, elde edilen veriler ile ölçek yapısının tek faktörlü olduğu doğrulanmıştır. Yine geçerlik çalışmaları kapsamında benzer ölçekler testi "sosyal kaygı" ve "kaçınma" alt boyutlardan oluşan "Sosyal Durumlarda Kendini Değerlendirme Envanteri (SDKDE)" aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar, utangaçlık ile SDKDE'nin iki alt boyuttan alınan puanları toplamı arasındaki korelasyonun .71; utangaçlık ile kaçınma alt boyutu arasındaki korelasyonun .78 olduğunu göstermektedir. Güvenirlik çalışmaları doğrultusunda uygulanan test-tekrar-test yönteminden elde edilen katsayısı .83 iken iç tutarlığı belirlemek üzere kullanılan Cronbach alfa katsayısı .91 olarak bulunmuştur.

Araştırma kapsamında ilgili ölçeğin güvenilirliğini belirlemek üzere Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. UÖ için hesaplanan güvenilirlik katsayısı 0.93 olarak bulunmuştur.

Bu doğrultuda hesaplanan güvenilirlik katsayısının orijinal ölçeğin güvenilirlik katsayısına yakın olduğu görülmektedir.

### Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analiz edilmesinde SPSS v22 istatistik paket programı kullanılmıştır. Öncelikle hatalı ya da eksik kodlama yapılan formların olup olmadığı kontrol edilmiştir. Sonraki adımda tek yönlü uç değerleri saptamak amacıyla hesaplamalar yapılmıştır. Tek yönlü uç değer kontrolü, tüm maddelerin z standart puan dönüşümleri ile gerçekleştirilmiştir. Tabachnick ve Fidell'e (2013) göre maddelerin z puanları -3.29 ile +3.29 aralığının dışında olanlar uç değer olarak tanımlanmaktadır. Bu doğrultuda veri setinde söz konusu aralığın dışında kalan herhangi bir veriye rastlanmamıştır.

Araştırma verilerinden elde edilen puanların normal dağılıp dağılmadığına çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılarak karar verilmiştir. Dağılımın normallik varsayımının karşılanması için tüm puanların -1 ve +1 aralığında olmasının gerektiği bilinmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Gerçekleştirilen analizler sonucunda çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda araştırmada kullanılan ölçme araçlarından elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği söylenebilir. Ölçek puanlarına göre betimsel istatistiklere göre dağılım Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3**

*Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu, İhtiyaç Doyumu Ölçeği ve Utangaçlık Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler*

Boyutlar	En Küçük	En Büyük	$\bar{X}$	SS	Çarpıklık	Basıklık
Sanal Tolerans	12	55	32.27	8.06	.09	-.33
Sanal İletişim	9	39	21.49	6.14	.31	-.13
SBM	21	91	53.76	12.64	.17	-.22
Yeterlik	9	42	27.56	6.25	-.09	-.12
Özerklik	8	42	28.14	6.63	-.28	-.16
İlişki	17	63	45.57	7.92	-.28	-.11
İhtiyaç	42	143	101.27	17.35	-.14	-.18
Utangaçlık	22	97	55.75	17.83	.24	-.72

Not: SMB= Sosyal Medya Bağımlılığı

Tablo 3'te Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-Yetişkin Formu, İhtiyaç Doyumu Ölçeği ve Utangaçlık Ölçeğinden elde edilen ölçek puanları ile bu ölçeklerin alt boyutlarından elde edilen puanlara ilişkin en küçük, en büyük, ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerlerinin bulunduğu betimsel istatistikler yer almaktadır. Her bir ölçek puanı ölçekte yer alan maddelerin toplanmasıyla elde edilmiştir. SMBÖ-YF ve UÖ puan ortalamaları birbirine benzer olarak elde edilmiştir. SMBÖ-YF'den elde edilen puanların ortalaması 53.76, standart sapması 12.64; sanal tolerans alt boyutundan elde edilen puan ortalaması 32.27, standart sapması 8.06; sanal iletişim alt boyutundan elde edilen puan ortalaması 21.49, standart sapması 6.14'tür. UÖ'den elde edilen puanların ortalaması 55.75, standart sapması 17.83'tür. İDÖ'de ise hem ölçek maddeleri 7'li likert tipte olduğu hem de ölçekte daha fazla madde yer aldığı için ortalama daha yüksek elde edilmiştir. İDÖ'den elde edilen puan ortalaması 101.27, standart sapması 17.35; yeterlik alt boyutundan elde edilen ortalama 27.56 standart sapma 6.25; özerklik alt boyutundan elde edilen ortalama 28.14 standart sapma 6.63; ilişki alt boyutundan elde edilen ortalama 45.57, standart sapması 7.92'dir.

Araştırma verilerinin normalliği sınıandıktan sonra varyans homojenliğinin test edilmesi amacıyla Levene F testi incelenmiştir. Levene F testinden elde edilen bulgular doğrultusunda araştırma verilerinin her bir gruba homojen olacak biçimde dağıldığı ortaya konmuştur. Bu doğrultuda tüm istatistiksel analizlerde parametrik yöntemler kullanılmış olup her bir yöntemin varsayımı test edilmiştir. İstatistiksel analizlerde .05 anlamlılık düzeyi temele alınmıştır. Öğrencilerin cinsiyete göre sosyal medya bağımlılık puanları arasında fark olup olmadığı bağımsız gruplar t testi; anne eğitim, baba eğitim ve sosyal medyada geçirilen süreye göre bağımlılık puanlarının karşılaştırmasında ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi kullanılmıştır.

Temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlığın sosyal medya bağımlılığının yordayıcılığının incelenmesinde çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizinin uygulanabilmesi için birtakım varsayımların karşılanması gerektiği bilinmektedir. Bu doğrultuda ilk olarak çok yönlü uç değişken kontrolünü sağlamak amacıyla Mahalanobis

uzaklık değerleri hesaplanmıştır. Söz konusu değer  $p = .0001$ 'den küçük olması durumunda uç değer olarak kabul edildiği bilinmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Hesaplamalar sonucunda araştırma verilerinde  $p < .0001$  uzaklık değerine rastlanmamıştır. Ayrıca regresyon analizinin gerçekleştirilebilmesi için bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayısının .80 veya daha düşük olması gerektiği bilinmektedir (Berry vd., 1985). İlgili varsayımın karşılanıp karşılanmadığının belirlenmesi amacıyla ölçek puanları arasındaki ilişki Pearson Korelasyon Analizi yapılarak incelenmiştir. Ölçek puanları sürekli ve normal dağılım özelliği gösterdiği için bu yöntem kullanılmış ve sonuçlar Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4**

*Ölçek Puanları Arasındaki Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları*

	$\bar{X}$	SS	1	2	3	4	5
1.SBM	53.76	12.64	1				
2.Yeterlik	27.56	6.25	-.250*	1			
3.Özerklik	28.14	6.63	-.346*	.619*	1		
4.İlişki	45.57	7.92	-.152*	.525*	.497*	1	
5.Utangaçlık	55.75	17.83	.266*	-.487*	-.466*	-.465*	1

Not: SMB = Sosyal Medya Bağımlılığı

\* $p < .01$

Sosyal medya bağımlılık puanları ile temel psikolojik ihtiyaçların tüm alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı, olumsuz yönde ve zayıf düzeyde ilişki elde edilmiştir ( $p < .01$ ). Sosyal medya bağımlılığı puanları ile utangaçlık puanları arasında ise olumlu yönde ve zayıf düzeyde ilişki elde edilmiştir ( $p < .01$ ). Utangaçlık puanları ile temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutları arasında ise olumsuz yönde ve orta düzeyde ilişki elde edilmiştir ( $p < .01$ ). Diğer bir deyişle öğrencilerin temel psikolojik ihtiyaçlarına ilişkin puanları arttıkça sosyal medya bağımlılık puanları ve utangaçlık ölçeği puanları düşmekte iken sosyal medya bağımlılık puanları arttıkça utangaçlık puanları da artmaktadır. Tablo 4'te yer alan istatistikî değerler incelendiğinde söz konusu verilerin regresyon analizi varsayımlarını karşıladığı görülmüştür.



Çoklu bağlantılılık varsayımının karşılanması durumunun incelenmesi için VIF ve tolerans değerleri ile koşul indeksi incelenmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013)'e göre VIF değerinin 10'dan küçük, tolerans değerinin .10'dan büyük, koşul indeksinin 30'dan büyük olması koşulunun sağlanmasının çoklu bağlantı problemi olmadığını ifade etmektedir. Bu doğrultuda araştırmada yer alan değişkenler arasında çoklu bağlantı problemi bulunmadığı ortaya konmuştur. Hataların bağımsızlığı varsayımının karşılanması için ise ilgili Durbin-Watson katsayısının 1.5 ve 2.5 değerleri arasında yer alması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Söz konusu varsayım ile ilişkili olarak gerçekleştirilen incelemenin sonucunda Durbin-Watson katsayısı 1.836 olarak hesaplanmış olup hataların birbirinden bağımsız olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu değerler incelendiğinde veri setinin regresyon analizini gerçekleştirmek üzere gerekli varsayımları sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

## Bölüm 4

### Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde araştırma kapsamında ele alınan araştırma problemlerine ilişkin analiz sonuçları ve bulgulara yer verilmiştir. Bulgular alt problemlerin sırası temele alınarak sıralanmıştır. Ayrıca, bulgulara yönelik değerlendirmelere de değinilmiştir.

#### **Cinsiyet Değişkenine Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Puanlarına İlişkin Bulgular**

Araştırmanın alt problemlerinden biri olan “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?” parametrik bir yöntem olan bağımsız gruplar *t* testi yöntemi ile incelenmiş ve Tablo 5’te gösterilmiştir.

**Tablo 5**

*Cinsiyete Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları*

Grup	N	$\bar{X}$	SS	t	SD	p
Erkek	139	51.91	12.29	-2.013	530	.045*
Kadın	393	54.41	12.71			

Not: \*  $p < .05$ .

Tablo 5 incelendiğinde erkeklerin sosyal medya bağımlılık puan ortalamaları 51.91, standart sapmaları 12.29; kadınların sosyal medya bağımlılık puan ortalamaları 54.41, standart sapmaları 12.71’dir. Kadınların sosyal medyaya olan bağımlılık ortalaması (54.91) erkeklerinkinden (51.91) daha yüksektir. Cinsiyete göre sosyal medya bağımlılık puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark elde edilmiştir,  $t(530) = -2.013$ ,  $p < .05$ .

#### **Anne Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Puanlarına İlişkin Bulgular**

Araştırmanın alt problemlerinden biri olan “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri anne eğitim düzeylerine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?” parametrik bir yöntem olan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi ile

incelenmiş ve sonuçlar Tablo 6'da gösterilmiştir. Anne eğitim düzeyi değişkeni kişisel bilgi formunda 9 kategoriye ayrılmış ancak okur yazar değil, okur yazar, önlisans, yüksek lisans ve doktora mezunu kategorilerindeki frekansın 30'dan az olması nedeniyle kategoriler birleştirilmiştir.

**Tablo 6**

*Anne Eğitim Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Betimsel İstatistik Sonuçları*

Bağımlı Değişken	Anne Eğitim	N	$\bar{X}$	SS
Sosyal Medya Bağımlılığı	İlkokul altı	31	55.87	13.54
	İlkokul	192	54.43	11.99
	Ortaokul	81	51.34	12.09
	Lise	128	53.96	14.26
	Üniversite ve üstü	100	53.49	11.70

Tablo 6'da görüldüğü gibi anne eğitim düzeylerine göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puan ortalamaları birbirinden farklıdır. Tablo 6 incelendiğinde en büyük sosyal medya bağımlılık puan ortalamasına sahip grubun annesinin eğitim düzeyi ilkokul altı olan öğrencilerin en düşük sosyal medya bağımlılık puan ortalamasına sahip grubun ise anne eğitim düzeyi ortaokul mezunu olan öğrencilerin olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 7**

*Anne Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları*

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	709.51	4	177.37	1.11	.350
Gruplar içi	84098.71	527	159.58		
Toplam	84808.23	531			

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanların anne eğitim düzeyine göre anlamlı biçimde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. İlgili farkın istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilen analizden elde edilen bulgular Tablo 7'de sunulmaktadır. Tablo 7 incelendiğinde anne eğitim düzeyine göre öğrencilerin sosyal

medya bağımlılık puanları arasında anlamlı bir fark bulunmadığı görülmektedir,  $F(4, 527) = 1.11, p > .05$ .

### **Baba Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Puanlarına İlişkin Bulgular**

Araştırmanın alt problemlerinden olan “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri baba eğitim düzeylerine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?” parametrik bir yöntem olan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi ile incelenmiş ve Tablo 9’da gösterilmiştir. Baba eğitim düzeyi değişkeni kişisel bilgi formunda 9 kategoriye ayrılmış ancak okur yazar değil, okur yazar, önlisans, yüksek lisans ve doktora mezunu kategorilerindeki frekansın 30’dan az olması nedeniyle kategoriler birleştirilmiştir.

#### **Tablo 8**

*Baba Eğitim Düzeyine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Betimsel İstatistik*

#### *Sonuçları*

Bağımlı Değişken	Baba Eğitim	N	$\bar{X}$	SS
Sosyal Medya Bağımlılığı	İlkokul ve altı	134	53.76	13.22
	Ortaokul	76	51.50	12.84
	Lise	144	55.39	11.95
	Üniversite ve üstü	178	53.38	12.56

Tablo 8’de görüldüğü üzere baba eğitim düzeylerine göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puan ortalamaları birbirinden farklıdır. Tablo 8 incelendiğinde en büyük sosyal medya bağımlılık puan ortalamasına sahip grubun baba eğitim düzeyi lise mezunu olan öğrencilerin en düşük sosyal medya bağımlılık puan ortalamasına sahip grubun ise baba eğitim düzeyi ortaokul mezunu öğrencilerin olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 9***Baba Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları*

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	798.94	3	266.31	1.67	.172
Gruplar içi	84009.28	528	159.10		
Toplam	84808.23	531			

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık puanların baba eğitim düzeyine göre anlamlı biçimde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. İlgili farkın istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilen analizden elde edilen bulgular Tablo 9'da sunulmaktadır. Tablo 9 incelendiğinde baba eğitim düzeyine göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanları arasında anlamlı bir fark bulunmadığı görülmektedir,  $F(3, 528) = 0.172, p > .05$ .

### **Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkenine Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Puanlarına İlişkin Bulgular**

Araştırmanın alt problemlerinden olan “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre anlamlı bir şekilde farklılık göstermekte midir?” parametrik bir yöntem olan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yöntemi ile incelenmiş sonuçlar Tablo 10'da sunulmuştur. Günlük sosyal medya kullanım süresi değişkeni kişisel bilgi formunda 5 kategoriye ayrılmış ancak sosyal medyayı kullanım süresi 7 saat ve üzeri kategorisindeki frekansın 30'dan az olması nedeniyle kategoriler birleştirilmiştir.

**Tablo 10**

*Günlük Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Betimsel İstatistik Sonuçları*

Bağımlı Değişken	Süre (saat)	N	$\bar{X}$	SS
Sosyal Medya Bağımlılığı	1 saatten az	37	40.72	9.57
	1-3 saat arası	206	48.39	9.85
	3-5 saat arası	180	56.82	11.15
	5 saat ve üzeri	109	63.24	12.02

Tablo 10'da günlük sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılık puanlarına ilişkin betimsel değerler yer almaktadır. Tablo 10'a bakıldığında günlük sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılık puanlarının farklılaştığı görülmektedir. Sosyal medya bağımlılık puanı açısından en yüksek ortalamanın günlük sosyal medya kullanımı 5 saat ve üzeri olan, en düşük ortalamanın ise günlük sosyal medya kullanımı 1 saatten az olan gruba ait olduğu saptanmıştır.

**Tablo 11**

*Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre ANOVA Sonuçları*

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	23715.162	3	7905.05	68.32	.00
Gruplar iç	61093.071	528	115.70		
Toplam	84808.233	531			

Günlük sosyal medya kullanımı açısından ilgili gruplar arasında sosyal medya bağımlılık puanlarında görülen farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Tablo 11 incelendiğinde günlük sosyal medya kullanım süresine göre öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark elde edildiği görülmektedir,  $F(3, 528) = 68,32, p < .05$ . Sosyal medyada geçirilen süre için hangi gruplar arasında fark olduğu ise çoklu karşılaştırma (post-hoc) analiz yöntemi ile test edilmiştir. Günlük sosyal medya kullanım süresine göre yapılan gruplandırmada her bir alt grup için katılımcı sayılarının birbirine yakın olmadığı görülmüş bu nedenle analizde Games-Howell çoklu karşılaştırma yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 12'de gösterilmiştir.

**Tablo 12***Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine Göre Games-Howell Çoklu Karşılaştırma Tablosu*

Kullanım Süresi (I)	Kullanım Süresi (J)	Ortalamalar Farkı (I-J)	p
1 saatten az	1-3 saat arası	-7.66347	.000*
	3-5 saat arası	-16.09249	.000 *
	5 saat ve üzeri	-22.51798	.000 *
1-3 saat arası	1 saatten az	7.66347	.000 *
	3-5 saat arası	-8.42902	.000 *
	5 saat ve üzeri	-14.85450	.000 *
3-5 saat arası	1 saatten az	16.09249	.000 *
	1-3 saat arası	8.42902	.005 *
	5 saat ve üzeri	-6.42548	.000 *
5 saat ve üzeri	1 saatten az	22.51798	.000 *
	1-3 saat arası	14.85450	.000 *
	3-5 saat arası	6.42548	.000 *

*Not: \*p<.05.*

Tablo 12 doğrultusunda, gruplar arası çoklu karşılaştırma sonuçlarına göre sosyal medyada 5 saat ve üzeri zaman geçiren öğrencilerin sosyal medya bağımlılık puanlarının en fazla olduğu söylenebilir. Ayrıca tüm gruplar arasında sosyal medya puanları açısından istatistiksel olarak anlamlı fark elde edilmiştir ( $p < .05$ ). Günlük sosyal medya kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılık puanları da artmaktadır.

### **İhtiyaç Doyumu Ölçeği Puanları ile Utangaçlık Ölçeği Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarını Yordayıcılığına İlişkin Bulgular**

Araştırmanın alt problemlerinden olan “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini temel psikolojik ihtiyaçlar (özerklik, yeterlik, ilişki) anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?” ve “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerini utangaçlık anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?” incelenmek üzere çoklu doğrusal

regresyon analizi kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analize ilişkin sonuçlara Tablo 13'te yer almaktadır.

**Tablo 13**

*Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Utangaçlık Değişkenlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Puan Ortalamaları Regresyon Analizi Sonuçları*

	B	Standart Hata	$\beta$	t	p	Tolerans	VIF
Sabit (Sosyal Medya Bağımlılığı)	59,717	5,06		11,803	.000		
Yeterlik	-.078	.112	-.039	-6.95	.488	.53	1.888
Özerklik	-.562	.103	-.295	-5.438	.000	.557	1.795
İlişki	.134	.081	.084	1.659	.098	.639	1.565
Utangaçlık	.106	.035	.149	3.042	.002	.679	1.472
$F_{(4,527)} = 21,196$		$p < 0,001$					
$R^2 = 0,139$		Düzeltilmiş $R^2 = 0,132$					

Tablo 13'e göre öğrencilerin temel psikolojik ihtiyaçlarının alt boyutlarına ilişkin puanları ile utangaçlık puanlarının sosyal medya bağımlılık puanlarına olan etkisine ilişkin kurulan çoklu doğrusal regresyon istatistiksel olarak anlamlıdır,  $F(4, 527) = 21.196$ ,  $p = <.001$ .  $R^2$  değeri bağımlı değişkende olan değişkenliğin ne kadarının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını ifade eder (Pallant, 2007). Buna göre öğrencilerin sosyal medyaya olan bağımlılık puanlarının %13.9'u ihtiyaç doyumu alt boyutlarından özerklik ve utangaçlık puanları ile açıklanmaktadır.

Modeldeki bağımsız değişkenlerden biri olan temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutlarından özerklik ( $B = -0.562$ ,  $t = -5.438$ ,  $p < .001$ ) ve utangaçlık ( $B = 0.106$ ,  $t = 3.042$ ,  $p < .01$ ) öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını anlamlı şekilde yordamaktadır. Sosyal medya bağımlılığını özerklik alt boyutu olumsuz yönde utangaçlık ise olumlu yönde etkilemektedir. Öğrencilerin özerklik alt boyutu puanlarında 1 birimlik artış sosyal medya bağımlılık puanlarında 0.562 birimlik düşüşe neden olurken; utangaçlık puanlarındaki 1 birimlik artış ise onların sosyal medya bağımlılık puanlarında 0.106 birimlik artışa neden olmaktadır. Ayrıca standartlaştırılmış  $\beta$  katsayısı, modelde yer alan bağımsız değişkenlerin önem sırası hakkında bilgi verir. İlgili değer yüksek olması bağımlı değişkeni daha fazla



etkilediğini gösterir. Buna göre sosyal medya bağımlılığını özerklik puanları, utangaçlık puanlarına göre daha çok etkilemektedir. İhtiyaç doyumu yeterlik ve ilişki alt boyutlarının öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerine etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $p > .05$ ). Kurulan regresyon denklemi ise şu şekildedir: Sosyal Medya Bağımlılığı Puanları =  $59.717 - 0.562 * \text{Özerklik Puanı} + 0.106 * \text{Utangaçlık Puanı}$ .

## Bölüm 5

### Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu bölümde gerçekleştirilen araştırmadan elde edilen bulgulara değinilmiştir. Ardından araştırma bulguları ilgili alanyazın dikkate alınarak tartışılmıştır. Son kısımda ise bulgular doğrultusunda araştırmacılar, alan çalışanları ve politika yapıcılar için önerilere yer verilmiştir.

#### Sonuç

Bu araştırmada temel psikolojik ihtiyaçların ve utangaçlık puanlarının sosyal medya bağımlılık puanlarını yordama gücü ile cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi, günlük sosyal medya kullanım süresine göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde fark olup olmadığı incelenmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde elde edilen sonuçlar aşağıda sırasıyla verilmiştir.

1. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde cinsiyet değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık elde edilmiştir. Sosyal medya bağımlılık düzeyleri erkeklere oranla kadınlarda daha yüksektir.
2. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri anne eğitim düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemiştir.
3. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri baba eğitim düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemiştir.
4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde günlük sosyal medya kullanım süresine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Sosyal medyayı 5 saat ve üzeri kullanan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri sosyal medyayı 1 saatten az, 1-3 saat arası ve 3-5 saat arası kullananlara oranla anlamlı bir biçimde yüksektir. Aynı şekilde sosyal medya bağımlılık düzeyleri; sosyal medyayı 3-5 saat kullananların 1 saatten az ve 1-3 saat kullananlara oranla; 1-3 saat kullananların 1 saatten az kullananlara oranla anlamlı bir biçimde yüksektir.

5. Temel psikolojik ihtiyaçlar alt boyutlarından olan özerklik sosyal medya bağımlılığını olumsuz yönde istatistiksel olarak anlamlı biçimde yordamaktadır. Temel psikolojik ihtiyaçların diğere alt boyutlarında olan yeterlik ve ilişki ihtiyacı ise sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı biçimde yordamamaktadır.

6. Üniversite öğrencilerinin utangaçlık düzeyleri sosyal medya bağımlılık düzeylerini olumlu yönde ve istatistiksel olarak anlamlı biçimde yordamaktadır.

## **Tartışma**

Bu bölümde araştırma bulguları ilgili alanyazın doğrultusunda tartışılmıştır. Sırasıyla öncelikle araştırmada ele alınan demografik değişkenler ile ilgili elde edilen bulgulara ardından ise sosyal medya bağımlılığını yordayıcılığı incelenen temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlık ile ilgili elde edilen bulgulara ilişkin tartışmaya yer verilmiştir.

## **Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyinin Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşma Durumuna İlişkin Tartışma**

Araştırma doğrultusunda incelenen demografik değişkenler; cinsiyet, anne baba eğitim düzeyi ve günlük sosyal medya kullanım süresidir. İlgili değişkenlere yönelik tartışma aşağıda sırası ile sunulmuştur.

**Cinsiyete İlişkin.** Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda cinsiyet değişkenine bağlı olarak sosyal medya bağımlılık düzeylerinde farklılaşma meydana geldiği ve kadınların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin erkeklerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Alanyazında bu bulgu ile tutarlık gösteren araştırma sonuçlarına rastlanmaktadır (Chung vd., 2019; Fujimori vd., 2015; Joel ve Vijayalakshmi, 2020; Kircaburun vd., 2020; Su vd., 2020). Söz konusu bulgunun yanı sıra alanyazın incelendiğinde cinsiyet değişkeni açısından sosyal medya bağımlılık düzeyinde farklılığın gözlenmediği (Dailey vd., 2020; Kuss ve Griffiths, 2017; Malak vd., 2021; Marengo vd., 2019) ya da erkeklerin bağımlılık düzeylerinin kadınlardan daha yüksek olduğu (Alnajat

vd., 2019; Azizi vd., 2019; Eladl ve Musawi; 2021) araştırma sonuçları ile de karşılaşılmaktadır. Kuss ve Griffiths (2017), sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yürütülen çalışmaların bulgularının tutarlık göstermemesinin kullanılan ölçme araçları, seçilen örnekleme yöntemi ya da karıştırıcı değişkenlerin yeterince kontrol edilememesi gibi çeşitli sebeplerden kaynaklanabileceğini belirtmekteyken, Aparicio-Martínez vd. (2020) sosyal medyaya yönelik geliştirilen bağımlılıkta cinsiyetin önemli bir rol oynadığını ve kadınların sosyal medya bağımlılığı geliştirmeye daha yatkın olduğunu vurgulamaktadır. Bu durum sosyal medyada erkeklerle karşılaştırıldığında kadınların kendilerini sunma biçimlerine daha yüksek düzeyde önem atfetmeleri ile ilişkilendirilebilmektedir. Sosyal medya platformlarında kullanıcıların sürekli olarak ince, fit, her zaman güzel görünen insanların gönderilerine maruz kalmaları kendilerini gerçekçi olmayan güzellik kalıpları çerçevesinde değerlendirmeleriyle sonuçlanmaktadır. Ayrıca sosyal medyada yaratılan güzellik algısının sürdürülebilmesi adına kullanıcılar çeşitli telefon ve bilgisayar uygulamalarıyla paylaşımlarında vücutlarında değişiklikler yapmaya teşvik edilmektedir (Öztürk vd., 2020). Söz konusu değişikliklerle kullanıcılarının çevrimiçi benliklerini idealleştirerek sunmaya çabalamaktadır (Chou ve Edge, 2012). Bu bağlamda kadınların erkeklere oranla profillerini daha detaylı ve yaratıcı biçimde tasarladıkları görülmektedir (Haferkamp vd., 2012). Sosyal medya platformlarında kadınlar erkeklere oranla daha fazla fotoğraf paylaşımında bulunmakta ve fotoğraflarını (örn. fotoğraf kırpmak, özel filtreler uygulamak) daha fazla düzenlemektedir (Dhir vd., 2016). Bu durum, kadınların sosyal medya platformlarında erkeklere oranla uzun süreler geçirmeleri ile ilişkili olabilir. Belirtilmekte olan sebeplerle sosyal medyanın kullanım sürelerinin yüksek olmasının sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir (Blackwell vd., 2017; Ryan ve Xenos, 2011; Tang vd., 2016).

Kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin erkeklerden yüksek olmasının diğer bir nedeninin stres düzeyi ile ilgili olabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda araştırma verilerinin COVID-19 pandemisi koşullarında toplandığı göz önünde bulundurulmalıdır. COVID-19 pandemisi tüm dünyada bireylerin yaşamını ciddi ölçüde etkileyecek önlemleri beraberinde getirmiştir. Pandeminin kontrol altına alınabilmesi için

sosyal mesafe önlemleri alınarak okul ve üniversitelerde uzaktan eğitime geçilmiş birçok farklı sektörde çevrimiçi olarak evden çalışılmaya başlanmıştır. Hem çocuklar hem de yetişkinler normalde olduğundan daha uzun süreleri ev içerisinde geçirmek zorunda kalmıştır. Söz konusu önlemler bireylerin yalnızca eğitim ya da iş yaşamına etkide bulunmakla kalmayıp aile yaşamlarını, günlük yaşam pratiklerini de önemli ölçüde etkilemiştir. Aile yaşamı açısından bakıldığında pandeminin Almanyadaki toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmadan elde edilen bulgular kadınların pandemi sürecinde erkeklere oranla daha az saat çalıştığı ya da çalışmama oranlarının daha yüksek olduğu ancak memnuniyet düzeylerinin erkeklere oranla daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Yine aynı araştırmanın sonucunda pandeminin başında erkeklerin çocuk bakımında kadınlarla daha eşitlikçi biçimde iş paylaşımında bulunduğunu ancak yine de kadınların daha fazla ev içi emek (ücretsiz emek) harcadığı görülmüştür (Hipp ve Bünning, 2021). Öte yandan Parlak vd. (2020) tarafından kadın akademisyenlerle yapılan çalışmada kadınların pandeminin ilk aylarında iş yaşamları ile ev yaşamlarındaki sorumluluklarını dengeye oturtmakta oldukça zorluk çektikleri ifade edilmiştir. Bu durumda ise kadınların söz konusu zorluğun üstesinden gelmekte başvurdukları yollardan birinin çocuklarından yardım istemek olduğu ortaya konmuştur. Söz edilmekte olan çalışmada araştırmacılar ev ile ilgili işlerde çocuklardan destek almak üzere ev işlerinin planlanmasının dahi kadınlar üzerinde yalnızca fiziksel değil aynı zamanda bilişsel bir yük oluşturduğunun altını çizmiştir. Ev içerisindeki rol paylaşımına bakıldığında ise ev işlerine yardım edilmesi üzere erkeklere nazaran kadınlara daha çok sorumluluk verildiği görülmektedir. Bu doğrultuda yapılan bir çalışmada Hamaideh vd. (2022) pandemi sürecinde kadınlara ev ile ilgili daha fazla sorumluluk verilmesi sebebiyle üniversite yaşamlarına dair sorumlulukları yerine getirmekte daha çok zorlandıkları bu durumda ise kadın üniversite öğrencilerinin erkeklere oranla daha çok strese maruz kaldığını belirtmiştir. Bireylerin stres düzeylerinin yükselmesi ile sosyal medya bağımlılık düzeyinin yüksek olması arasında ilişki olduğunu gösteren araştırma sonuçları alanyazında yer almaktadır (Brailovskaia vd., 2018; He vd., 2020). Pandemi sürecinde üniversite öğrencisi kadınların algılanan stres, depresyon ve kaygı düzeylerinin

erkeklerle oranla daha yüksek olduğu göz önünde bulundurulduğunda (Ochnik vd., 2021) kadınların stresle baş etmek üzere sosyal medya platformlarında daha uzun süreler geçirmesinin mümkün olabileceği düşünülebilir. Facebook vb. platformlarda kullanıcılara sunulan sanal dünyalar kişinin günlük yaşam problemlerinden uzaklaşmasına olanak sağlamaktadır (Brailovskaia vd., 2018). Günlük yaşamlarında stres düzeyi yüksek olan bireylerin rahatlamak, eğlenceli vakit geçirmek, etkileşim kurmak gibi amaçlarla sosyal medya platformlarını kullanmaları ise sosyal medyaya yönelik geliştirilen bağımlılığa yönelik bir risk faktörü olabilir (Brailovskaia vd., 2019).

**Anne Baba Eğitim Düzeyine İlişkin.** Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinde anne ve baba eğitim düzeyine göre anlamlı bir biçimde farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgu alanyazında yer alan araştırma bulgularından bazıları ile paralellik göstermektedir (Akbaş-Çosar ve Gedik, 2021; Çelebi ve Özkul, 2020; Gürültü, 2016; Teyfur vd., 2017). Teyfur vd. (2017) ve Akbaş-Çosar ve Gedik (2021) eğitim fakültelerinde öğrenim gören üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda sosyal medya bağımlılığı ile anne baba eğitim düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olmadığını bildirmiştir. Üniversite öğrencileriyle yapılan çalışmaların sonucuna benzer olarak Gürültü (2016) lise öğrencileri ile yürüttüğü araştırmada öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin anne ve baba eğitim durumuna göre farklılaşmadığını raporlamıştır. Bu doğrultuda farklı özelliklere sahip çalışma gruplarından elde edilen bulguların birbiriyle tutarlı olduğu görülmektedir. Anne baba eğitim düzeyinin sosyoekonomik düzey ile ilişkili olabileceği ve sosyoekonomik düzey yükseldikçe internet tabanlı platformlara erişimin kolaylaşacağı değerlendirilebilecek olsa da günümüzde internete erişimin %92,6'sının yaşamımızı büyük ölçüde kolaylaştıran cep telefonlarıyla gerçekleştirildiği ve 16-64 yaş aralığında bireylerin %97.2'sinin akıllı telefona sahip olduğu bilinmektedir (We Are Social, 2021). Bu doğrultuda nüfusun önem arz eden %92'lik kısmının internet erişimi olduğu (TÜİK, 2021) ve sosyal medyanın bireylere ücretsiz kullanım olanağı sağladığı göz önünde bulundurulduğunda üniversite öğrencilerinin anne

baba eğitim düzeyleri açısından sosyal medya bağımlılık düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmaması açıklanabilir.

**Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresine İlişkin.** Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre farklılaşma durumu incelenmiştir. Araştırma sonucunda günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre karşılaştırıldığında grupların sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Araştırma bulgularından hareketle günlük sosyal medya kullanım süreleri 1 saatten az, 1-3 saat arası, 3-5 saat arası, 5 saat ve üzeri kategorileriyle incelenmiş olup günlük kullanım süresi arttıkça bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yükseldiği söylenebilir. Söz edilmekte olan bulgulara benzer olarak alanyazında sosyal medya bağımlılığı ile günlük sosyal medya kullanım süresi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu raporlayan çalışmalara rastlanmaktadır (Balcı ve Baloğlu, 2018; Ergen ve Akacan, 2021; Idubor, 2015; Kırık vd., 2015; Şimşek vd., 2019). Şimşek vd. (2019) sosyal medya bağımlılık düzeyi açısından en büyük farklılığın günlük sosyal medya kullanım süresi en az olan ve en çok olan iki grup arasında olduğunu bildirmiş bu durumu sosyal medya geçirilen sürenin artmasıyla kişinin sanal dünyada kurduğu yaşamla daha güçlü biçimde bağlantılılık hissi duyabileceğiyle açıklamıştır. Benzer olarak Ergen ve Akacan (2021) sosyal medya kullanım sürelerinin 1 saatten az, 1-3 saat, 4-6 saat ve 7 ve üzeri saat olacak biçimde incelendiğinde en düşük düzeyde bağımlılığın 1 saatten az kullananlarda olduğunu; 1-3 saat arası kullanımda ise 4-6 saat ve 7 saat üzerine göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha düşük olduğunu belirtmiştir. Araştırmacılar sosyal medya kullanım süresinin yükselmesinin kullanıcıların sosyal medyayı vazgeçilemez bir ortam olarak algılamasını kolaylaştırabileceğini sonuç olarak bağımlılığın ortaya çıkacağını vurgulamaktadır.

Bu bağlamda sosyal medya kullanım süresinin artmasının, sosyal medyanın bireyin yaşamının daha önemli bir parçası haline gelmesiyle sonuçlanabileceği değerlendirilebilir. Sosyal medyada geçirilen sürenin uzunluğu doğrultusunda yaşam sorumluluklarının ihmal edilmesi kişinin; arkadaşları, aile üyeleri gibi hayatında önemli bir yere sahip kişilerle fiziksel dünyada daha sınırlı biçimde zaman geçirmesine neden olabilmektedir. Bu doğrultuda

kişinin gerçek hayattan uzaklaşarak çevrimiçi ortamlarda kendisine yarattığı yeni kimliğiyle her şeyi kontrol altında aldığı bir dünya inşa etmesi bağımlılıkla sonuçlanabilir (Kirik vd., 2015). Ancak bu araştırma nedensel bir çalışma olmaması nedeniyle kesin bir görüşe varılamamaktadır. İleride gerçekleştirilebilecek karma desenli veya nedensel çalışmalarla günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki detaylı biçimde ele alınabilir.

### **Temel Psikolojik İhtiyaçların Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyini Yordama Gücüne İlişkin Tartışma**

Araştırmadan elde edilen bulgular sonucunda temel psikolojik ihtiyaçların alt boyutlarından olan özerklik ihtiyacının sosyal medya bağımlılığının olumsuz yönde anlamlı bir yordayıcısı olduğu saptanmıştır. Alanyazın incelendiğinde özerklik ihtiyacının sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisini inceleyen araştırmaların oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Araştırma bulguları alanyazında daha önce gerçekleştirilmiş olan araştırma bulgularıyla tutarlık içerisindedir (Chen, 2019; Kürker, 2021; Masur vd., 2014).

Özerklik ihtiyacı düşük düzeyde karşılanmış bireylerin günlük yaşamdaki kısıtlamalar ve sosyal baskılar sonucunda kendilerini ifade edememeleri nedeniyle sosyal medya kullanımına yöneldiği düşünülmektedir (Masur vd., 2014). Özerklik ihtiyacı, kişinin kendini diğerlerinin yaşamına dair değerlendirmelerinden endişe duymadan ifade edebilmesi olarak görülmekteyken (Krishen vd., 2016), sosyal medya araçlarının kullanıcılarına benlik sunumu imkanı sağladığı bilinmektedir. Herhangi bir sınırlama ile karşılaşmaksızın benlik sunumunda bulunulabilmesi kişilerin diğerleriyle kurdukları etkileşimde daha yüksek oranda denetime sahip olduklarını hissetmelerini sağlamaktadır. Böylelikle yaşam üzerinde sorumluluk sahibi olduğu duygusu daha güçlü biçimde deneyimlenebilmektedir (Chen, 2019). Fotoğraf, video vb. içerik ya da anlık hikâye paylaşımları ve kişisel profilde yapılan bilgi güncellemeleri sosyal medyayı benlik sunumuna elverişli hale getiren araçlardan bazılarıdır. Söz konusu materyallerin paylaşımı ile kişi sanal ortamlarda oluşturduğu kitle karşısında giderek daha görünür hale gelmektedir. Yapılan



paylaşımlar kişinin yaşamda “Buradayım” deme biçimini oluşturmaktadır (Çakmak, 2018). Bu bağlamda sanal dünyalarda kendilerini diğer insanlara tanıtma olanağı bulan bireylerin sosyal medyayı, gündelik yaşamda gerçek benliklerini ifade etmekte daha az baskı altında hissedenlere oranla daha yüksek düzeyde kullanacağı değerlendirilebilir (Kavut, 2018).

Temel psikolojik ihtiyaçlar olarak kabul edilmesi nedeniyle; özerklik, yeterlik, ilişki ihtiyaçlarından herhangi birinin ihmal edilmesi ya da karşılanmasının engellenmesinin kişinin psikolojik sağlığını olumsuz etkileyerek (Ryan ve Deci, 2011), zindeliğine ve motivasyonuna zarar vereceği düşünülmektedir (Ryan ve Deci, 2020). Temel ihtiyaçların yeterince karşılanmadığı durumlarda kişi sıklıkla olumsuz duygular deneyimlemektedir. Olumsuz duygulardan kaçınma isteği ise telafi edici davranışların sergilenmesine yol açmaktadır (Gao vd., 2021). Kullanıcılarına günlük yaşam stresinden uzaklaşma fırsatı sunması ile sosyal medyanın iyi oluşa katkı sağlayıcı özelliklerinin olabileceği değerlendirilse de söz konusu platformların gerçek dünyadan uzaklaşmak üzere kullanılması bağımlılık ile sonuçlanabilmektedir (Masur vd., 2014). Diğer bir deyişle kişinin temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılayamaması ya da karşılanmasının engellenmesi ihtiyaç dengesinin sağlanması adına zorlayıcı bir biçimde sosyal medya kullanımına dolayısıyla davranışsal bağımlılıkların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Andreassen, 2015). Eylemlerin, kapasite ve mevcut ihtiyaçlar göz önünde bulundurarak düzenlenebilmesi yani özerklik ise kişinin içinde bulunduğu süreçleri kendisi açısından doğru biçimde önceliklendirmesini sağlamaktadır (Deci ve Ryan, 2000). Bu anlamda özerklik ihtiyacının karşılanması kişinin davranışlarını kendisi için en faydalı olacak biçimde yönlendirmesi anlamına gelmekte olup diğer temel psikolojik ihtiyaçların karşılanmasını kolaylaştırması nedeniyle oldukça önemli görülmektedir (Ryan ve Deci, 2011). Diğer bir deyişle yaşam önceliklerinin doğru biçimde belirlenememesi gerçek dünyanın zorluklarından uzaklaşma imkânı sunan sosyal medyada kişinin giderek daha çok zaman geçirmesiyle sonuçlanabilir. Paradoksal biçimde sosyal medya kullanım sürelerinin giderek artması ile kişinin yaşam önceliklerini belirlemesi ve sorumluluklarını yerine getirmesinin oldukça zor bir hale gelmesi muhtemeldir.

Özerklik ihtiyacı alanyazında aynı zamanda, gerçekleştirilen faaliyetin kişinin kendi benliğiyle uyumlu görülmesi ve onaylanmasıyla ilişkilendirilmektedir (Reis vd., 2000). Sosyal medya platformlarının yer, zaman vb. engeller olmaksızın kolay biçimde bağlanılabilir özellikte olması ve kullanıcıların istekleri doğrultusunda pek çok etkinliği gerçekleştirebilmesi kişilerin sosyal medyayı kullanırken kendilerini özgür hissetmelerini sağlamaktadır (Chen, 2019). Bu durum çeşitli platformlar üzerinden örneklendirilecek olursa Facebook, LinkedIn vb. uygulamalar kullanıcılarının birbiriyle anlamlı ilişkiler inşa etmeleri, iletişim kurmalarına; Twitter, Weibo vb. uygulamalar kullanıcıların yaşamlarıyla ilgili kişisel görüş paylaşımında bulunmaları ve diğer insanların görüşlerinin takip etmelerine; Reddit, Yahoo gibi uygulamalar kullanıcıların işbirliği içerisinde birbirlerinin sorularının cevaplamaları, tavsiye verme ve almalarına; Youtube, Pinterest vb. uygulamalar kullanıcıların ilgi alanları, hobileri hakkında paylaşımında bulunmalarına fırsat sağlamaktadır (Zhu ve Chen, 2015). Kullanım amaçları açısından incelendiğinde ise Yıldız ve Demir (2016) sosyal medyanın sırasıyla en çok; zaman geçirmek, diğer kullanıcılarla sohbet etmek, arkadaş edinmek, oyun oynamak, kendini diğer insanlara tanıtmak, arkadaşlarının neler yaptığını takip etmek amaçlarıyla kullanıldığını belirtmektedir. Bir diğer araştırmada sosyal medya kullanım amaçlarından olan bilgi paylaşımında bulunmak, insanları daha iyi bir biçimde tanımak, boş zamanları değerlendirmek, diğer insanlarla fikir alışverişinde bulunmak, keyifli zaman geçirmek, kişilere ulaşmak, benlik sunumu, mesajlaşmak ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu raporlanmıştır (Çömlekçi ve Başol, 2019). Araştırma katılımcılarının üniversite öğrencisi olmaları nedeniyle kullanım amaçları bilgi paylaşımı perspektifinden daha detaylı olarak değerlendirilecek olursa Akbari vd. (2015) Facebook kullanımı aracılığıyla dil öğrenimini inceledikleri araştırmanın sonucunda sosyal medya kullanımının bireylerin özerklik ihtiyacını karşılamasını kolaylaştıran bir yol olduğunu bulmuşlardır. Bu durum dil öğreniminde sosyal medya araçlarının üniversite öğrencilerine yararlanabilecekleri sınırsız sayıda e-kitap, video, makale, arama motoru sunarken aynı zamanda benzer konularda araştırmalar yapan diğer insanlarla iletişim kurma ve yardım etme imkânı vermesi ile bağlantılı olarak açıklanmaktadır. Ayrıca sosyal

medya kullanımı ile geleneksel sınıflarda gerçekleştirilmesinin güç olduğu biçimde bireyler öğrenmelerini kendi öğrenme biçimlerine uygun olacak çeşitli bağlantı, video, resimlerle destekleyebilmektedir. Diğer bir deyişle sosyal medya platformlarının birbirinden ayrımlaşan özellikleri ile kişilerin farklı türdeki amaçlarını gerçekleştirmesini kolaylaştırması, ihtiyaçları doğrultusunda seçim yapabilecekleri kadar çok kaynağa ve birçok farklı araca erişim sağlaması kişinin yaşam üzerinde kontrol sahibi olduğunu hissetmesini mümkün kılabilir. Bu doğrultuda sosyal medyanın özerklik ihtiyacı tatmini düşük düzeydeki bireyler için iradeleriyle uyumlu seçimler yapabilecekleri sanal bir ortam sunması sosyal medyaya yönelik bağımlılık geliştirilmesine sebep olabilir.

Benzer biçimde oyunlar kullanıcılarına sınırsız sayıda seçenek sunmaktadır. Örneklendirmek gerekirse Second Life, Kaplan ve Haenlein (2010) tarafından sanal sosyal dünyalar başlığı altında kategorize edilen bir sosyal medya platformudur. Söz konusu platform incelendiğinde oyuncuların ilk olarak kendilerini temsil edici özelliklere sahip sanal karakterlerini oluşturdukları görülmektedir. Oluşturulan sanal karakterler diğer kullanıcı karakterleri, nesne ya da sosyal ortamlarla etkileşime girebilmektedir. Böylelikle kullanıcılarına yaratıcılıkları doğrultusunda içerik oluşturabilecekleri bir alan sunmaktadır (Baker vd., 2009). Oyun içerisinde hangi becerilere sahip olacakları ve hangi görevleri gerçekleştirecekleri, karakter görünümünü nasıl tasarlayacakları gibi oyun öğelerini düzenleme şansına sahip olmaları kullanıcılarda bir eylemi gerçekleştirmek üzere birden çok yolunun olduğu duygusunu uyandırmakta böylelikle özerklik duygusu pekiştirilmektedir (Przybylski vd., 2010). Benzer olarak Johnson ve Gardner (2010) kullanıcılarına oyun içerisinde daha çok tercih yapma seçeneği sunan oyunların özerklik ihtiyacı doyumunu daha yüksek oranda sağlarken oyunun çekiciliğinin arttığını belirtmektedir. Böylelikle kullanıcılarına eğlenceli bir biçimde ihtiyaç doyumunu imkânı sağlayan sosyal medya araçlarının, ihtiyaç doyumunu düşük düzeyde karşılanan bireyler için karşı konulamaz hale geldiği söylenebilir (Allen ve Anderson, 2018).

Araştırmada temel psikolojik ihtiyaçlar değişkenine dair diğer bir bulgu, yeterli ihtiyaç doyumunun sosyal medya bağımlılığını yordamadığıdır. Bu bulgu, alanyazında

yeterlik ihtiyacı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmaların sonuçlarından farklılaşmaktadır (Manchiraju ve Sadachar, 2018; Masur vd., 2014; Umoren ve Ukafia, 2018). Bu araştırmanın sonucunun diğer araştırma sonuçlarından farklılaşmasının birden çok nedeni olabileceği düşünülmektedir.

Yeterlik, kişinin yaşantıları üzerinde etki sahibi olması ve ortaya çıkacak sonuçları istediği şekilde kontrol edebilmesidir (Reis vd., 2000). Krishen vd. (2016) sosyal medyada sunulan etkileşim kurma özellikleriyle ile kişilerin diğer insanları belirli konularda etkileyerek yaşamlarında anlamlı bir şekilde farklılık yaratma gücüne sahip olduğunu hissedebildiklerini belirtmektedir. Bu durum kişinin yeterlik ihtiyacının karşılanmasında önemli bir yer sahip olabilmektedir. Paylaşımlara gelen beğeniler, kişinin yaşamda kendini daha etkin bir konumda görmesini dolayısıyla yeterlik ihtiyacını karşılamasını sağlarken sosyal medya kullanımı giderek artmakta sonuçta bağımlılığa yol açabilmektedir (Masur, 2014). Araştırmanın çalışma grubundan farklı olacak biçimde Liu vd. (2022) tarafından ergenlerle gerçekleştirilen araştırma sonucunda çevrimiçi ortamlarda yeterlik ihtiyacının karşılanmasının sosyal medya bağımlılığıyla ilişkili olduğunu raporlanmıştır. Ancak öte yandan yeterlik ihtiyacı, sosyal ortamlarda alınan dönütlerden oldukça kolay bir biçimde etkilenebilmektedir (Satici vd., 2014). Sosyal medyada kullanıcılar sevdikleri filmler, kitaplar, müzikler vb. alanlarda zevklerini yansıtan kişisel içerik paylaşımında bulunmaktadır (Gangadharbatla, 2008). Bu noktada içerik paylaşımları açısından değerlendirildiğinde gündelik yaşama oranla sosyal medyada kullanıcıların birbirlerine anlık ve daha az kontrol edilebilir dönütler verebiliyor olması (Satici vd., 2014) yeterlik ihtiyacının karşılanmasını engelliyor olabilir. Sosyal medya kullanıcılarına kendini sunma olanağı verirken aynı zamanda beğeni, yorum yapma gibi özellikleriyle diğer insanlar tarafından nasıl algılandıklarına dair bilgi edinmelerini sağlamaktadır. Nasıl görüldüğüne dair edinilen farkındalık kişinin kendisini diğer kullanıcılarla yukarı yönlü sosyal karşılaştırma yapmasına neden olurken (Chua ve Chang, 2016) gerçekleştirilen karşılaştırmanın bireylerin ruh sağlığı üzerinde olumsuz sonuçlara yol açabilecek etkilere sahip olduğu bilinmektedir (Wang vd., 2020). Bu doğrultuda kişinin kendi niteliklerini diğer insanlardan daha aşağıda görecektir.

biçimde gerçekleştirdiği karşılaştırma yeterlik ihtiyacının doyumunu engelleyebilir. Sonuç olarak yeterlik ihtiyacını telafi etmek üzere aşırı düzeyde kullanımın sosyal medya bağımlılığına yol açıyor olabileceği gibi sosyal medya bağımlısı olmak kişinin yeterlik ihtiyacının karşılanmasını olumsuz etkiliyor olabilir. Bu durum iki kavram arasındaki ilişkinin nitel araştırma yöntemleri kullanılarak incelenmesinin gerekliliğini göstermektedir.

Öte yandan araştırmadan elde edilen bulgulara etkide bulunması muhtemel bir diğer durum, sosyal medyanın çeşitli işlevleriyle yaşamın olmazsa olmaz bir parçası haline gelmesi sebebiyle kullanıcıların sosyal medya kullanım sürelerini ve sosyal medyaya yönelik bağımlılık geliştirme durumlarını değerlendirmelerini zorlaştırmasıdır. Örneğin herhangi bir kullanıcı Instagram, Facebook gibi uygulamaları günün belirli saatlerinde kullanırken anlık mesajlaşma uygulamalarını herhangi bir sınırlama olmaksızın gün içerisinde sürekli kullanıyor olabilir. Diğer bir deyişle bireylerin sosyal medya kullanımına yönelik farkındalıkları, yaşamın neredeyse her alanında karşımıza çıkmasıyla kullanımı sorgulanamaz hale gelen bu platformlara yönelik geliştirilen bağımlılığı derecelendirilme noktasında yanıltıcı bir etkiye sahip olduğu düşünülebilir.

Araştırmada temel psikolojik ihtiyaçlar değişkenine dair bulgulardan sonuncusu, ilişki ihtiyaç doyumunun sosyal medya bağımlılığının anlamlı bir yordayıcısı olmadığıdır. İlişki ihtiyacı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar oldukça sınırlıdır. Araştırmadan elde edilen sonuç alanyazında yer alan çalışmaların sonuçlarıyla tutarlılık göstermemektedir (Chen vd., 2021; Manchiraju ve Sadachar, 2018; Karaponas vd., 2016; Masur vd., 2014). Gerçekleştirilen çalışmada yeterlik ihtiyacının sosyal medya bağımlılığını anlamlı biçimde yordamamasının araştırmaya dahil edilmeyen diğer değişkenlerle ilgili olabileceği düşünülmektedir.

Zolkepli ve Kamarulzaman (2015) kullanıcılar tarafından sosyal medyanın arkadaşlık kurma, kendini ait hissetme, gerçek dünyadan uzaklaşma imkanı sağlayan sanal ortamlar olarak değerlendirildiği belirtilmektedir. Bu bağlamda yalnızlık duygusunu daha sık deneyimleyen ve düşük düzeyde ilişki ihtiyacı tatmini yaşayan bireylerin yeni insanlarla tanışmak ve kendilerini günlük yaşamda erişemeyecekleri kadar geniş bir kitleye sunmak

amacıyla ilgili platformları daha sık kullandığı değerlendirilebilir (Masur vd., 2014). Sheldon vd. (2011) gerçek yaşamda kendisini diğer insanlarla bağlantı halinde hissedemeyen bireylerin, sosyal medya kullanımında ödüllendirici olumlu duygular deneyimlemesiyle sosyal medya kullanımlarının giderek artabileceğini vurgulamıştır. Fakat sosyal medyada kimi kullanıcıların diğerleriyle derin bağlar kuruyor olsa da kimi kullanıcının daha yüzeysel ilişkiler geliştirdiği bilinmektedir. Bu sebeple bazı kullanıcıların birçok farklı sosyal medya platformunda, kullanıcıların yüzlerce arkadaşı bulunmaktadır (Buffardi ve Campbell, 2008). Bu doğrultuda sosyal medya platformlarının diğer kullanıcılar ile çeşitli biçimlerde etkileşim kurulmasını kolaylaştırıyor olsa da bazı bireyler tarafından gündelik yaşamda kurulan ilişkiler daha anlamlı ve yüzeysellikten uzak olarak algılanabilir. Öte yandan ilgili bilgiler ışığında ilişki ihtiyacının bireyin, kendisi için önemli gördüğü kişilerle bağlantı halinde ve yakın hissetmesiyle ilişkili (Reis vd., 2000) olduğu düşünüldüğünde bireylerin sosyal medya kullanımlarında kimi özellikleri aktif ya da pasif bir biçimde kullanıyor olması durumu ilişki ihtiyacı ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi belirlemek için oldukça önemli bir yere sahip olabilir. Örneğin sosyal medyada sıklıkla paylaşımda bulunarak diğer kullanıcılardan geri bildirim alan, anlık mesajlaşma uygulamaları ile gün içerisinde diğerleriyle iletişim kuran aktif kullanıcıların, etkileşim kurmaktan ziyade sanal ortamlardaki gelişmelerin takipçisi konumunda bulunan pasif kullanıcılara oranla ilişki ihtiyacı tatmini yaşamaları daha olası görülebilir. Benzer olarak sosyal medya üzerinde kişilerin çoğunlukla var olan ilişkilerini sürdürmek ya da yeni ilişkiler kurmak gibi hangi amaçlarla kullanıldığının bilinmesi de iki kavram arasındaki ilişkinin anlaşılmasında önemli olabilir. Ayrıca söz edilmekte olunan amaçlar dışında sosyal medyanın birçok farklı amaçla kullanılabildiği bilinmektedir. We Are Social Dijital Ajansı (2021) tarafından yayınlanan rapora göre sosyal medya platformlarının kullanıcılar tarafından en çok gelişmeleri takip etme, eğlenceli içeriklere erişme, boş zamanını doldurma, arkadaşlarının ne yaptığı hakkında fikir sahibi olma, fotoğraf ve video paylaşımında bulunma amaçlı kullanıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda sosyal medya kullanım amaçlarından bazılarının bireylerin ilişki ihtiyacının karşılanması ile daha yakından

bağlantılı olduğu bazılarının ise kişinin özerklik, yeterlik gibi diğer psikolojik ihtiyaçlarının karşılanmasıyla daha yüksek oranda bağlantılı olduğu düşünülebilir.

Öte yandan araştırmada doğrudan ya da dolaylı olacak biçimde etkide bulunmuş olması olası bir diğer durum veri toplama sürecinin pandemi koşullarında gerçekleştirilmiş olmasıdır. COVID-19 pandemisi dolayısıyla uzaktan eğitime geçilmiş pek çok öğrenci ailesiyle yaşadığı eve dönmüştür. Bu durum bazı öğrencilerin aile üyeleri ile vakit geçirerek anlamlı ilişkiler kurma ya da ilişkilerini güçlendirme olanağı sağlarken kimi öğrenciler için daha çok yalnızlaşmaya yol açmış olabilir. Saputri ve Yumarni (2021) pandemi sürecinde iyi aile ilişkilerin bireylerin kendilerini güvende hissetmelerini ve diğer aile üyeleri ile keyifli bir biçimde zaman geçirmelerini sağladığını belirtmektedir. Sağlıklı aile ilişkilerine sahip olmayan bireyler ise ev içerisinde uzun süreler geçirilmesi gerekliliğinden ve pandemiden daha olumsuz biçimde etkilenmiştir (Baltacı vd., 2021). Bu durumun ise bireylerin sosyal medya kullanımları üzerinde etkiye sahip olduğu düşünülebilir. Ancak bu konuda kesin bir görüşe varılabilmesi için nedensel araştırmalara ihtiyaç vardır.

### **Utangaçlık Düzeyinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyini Yordama Gücüne İlişkin Tartışma**

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı üzerinde yordayıcı etkisi incelenen bir kişilik özelliği olan utangaçlığın öngörüldüğü gibi sosyal medya bağımlılığını anlamlı bir biçimde yordadığı tespit edilmiştir. Utangaçlık, sosyal medya bağımlılığını olumlu yönde yordamaktadır. Alanyazın incelendiğinde utangaçlık ile sosyal medya bağımlılığı arasında olumlu yönde ilişkinin tespit edildiği ve utangaçlığın sosyal medya bağımlılığını anlamlı biçimde yordadığını gösteren çalışmalara rastlanmaktadır (Baker ve Oswald, 2010; Kulkarni ve Deshpande, 2019; Orr vd., 2009; Iranmanesh vd., 2021; Joel ve Vijayalakshmi, 2020; Ward ve Tracey, 2004).

Utangaç bireyler sosyal ortamlarda dikkatlerini; fiziksel görünüm, davranış biçimleri gibi özelliklerine yöneltilmektedir (Jones ve Briggs, 1984). Üzerinde ruminatif biçimde düşündükleri söz konusu özelliklerinin (cilt kusurları, yüz kızarması, kekemelik vb.) diğer

insanlar tarafından fark edileceğine dair yoğun bir kaygı duydukları bilinmektedir (Appel ve Gnamb, 2019). Kişinin sürekli olarak kendi özellikleri hakkında düşünerek olumsuz yargılamalarda bulunması sosyal ortamlarda istenmediklerine dair ipucu sağlayacak diğer insanların esneme, kaşlarını çatma gibi beden hareketlerini takip etmelerine neden olmaktadır (Rapee, 1998). Dışlanacağına dair inanç ve yetersizlik hissiyle gerçekleştirilen inceleme, kişinin çözümü ortamdaki uzaklaşarak aramasıyla sosyal ortamların dışında kalmasıyla sonuçlanmaktadır (Henderson, 2011). Diğer bir deyişle sosyal ortamlarda fiziksel olarak bulunması gereken durumlarda başarılı olunamaması utangaç bireylerin diğer insanlarla anlamlı ve doyurucu ilişkiler kurmasını engellemektedir (Blumer, 2010). Kaçınma davranışları nedeniyle her ne kadar diğer insanlarla samimi ilişkiler kurmak istemedikleri düşünülse de yapılan araştırmalar utangaç bireylerin, utangaç olmayan bireylerle benzer olarak diğer insanlarla etkileşim halinde olmayı istediklerini ortaya koymaktadır (Baker ve Oswald, 2010). Sosyal medya platformlarında ise görsel ya da işitsel ifadelerin diğer kişiler tarafından görülemiyor olmasının utangaç bireyleri sosyal medya platformlarını kullanmaya motive edebileceği düşünülmektedir (Hammick ve Lee, 2014). Ward ve Tracey (2004) gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda utangaç bireylerin sosyal medyada fiziksel varlıklarının olmaması nedeniyle diğer kullanıcılarla etkileşim kurmakta gündelik yaşama oranla daha az kaygı duyduklarını ve utangaçlıkla ilişkili görülen semptomların daha az ortaya çıktığını rapor etmiştir.

Utangaç olmayan bireylere oranla utangaç bireylerin sosyal medyada daha uzun süre geçirmelerinin bir diğer nedeni damgalayıcı etiketlere maruz kalan kişiler için sosyal medya platformları gibi bilgisayar destekli ortamların, düşüncelerin özgürce ifade edilmesini sağlayan çevrimiçi ortamlar olmasıyla ilişkili görülebilir (Sheeks ve Birchmeier, 2007). Cao vd. (2020) tarafından yapılan araştırmada, sosyal medya kullanıcıları kendi hayatları hakkında içerik paylaşımında bulunmaktan hoşlandıklarını; diğer kullanıcılarla çeşitli biçimlerde etkileşim kurmanın (içeriklerine yorum, beğeni, retweet yapılması; hesaplarının takip edilmesi vb.) kendilerini heyecanlandığını bildirdikleri görülmektedir. Ayrıca aynı kullanıcılar sanal ortamları "Hayatlarında diğer insanlar tarafından önemsendiklerini



hissettikleri tek yer” olarak tanımlamaktadır. Bu doğrultuda utangaç bireylerin sosyal ortamların bir parçası olmayı isterken bunu gerçekleştirilmeye yönelik engellenmiş duygusunun azalması, diğer insanlar tarafından alay edilme korkusunun daha az deneyimlenmesi sosyal medyanın güvenli bir sosyalleşme aracı olarak algılanmasını sağladığı düşünülebilir (Appel ve Gnams, 2019; Saunders ve Chester, 2008). Ayrıca bireylerin diğer kullanıcıların paylaşımlarına katkıda bulunmadan yalnızca etkileşimleri takip edebilmeleri ve kendilerine dair herhangi bir bilgi paylaşımında bulunmadan (anonim olarak) kullanabiliyor olmaları da sosyal medyayı utangaç bireyler için çekici kılan özellikler arasında yer alıyor olabilir (Appel ve Gnams, 2019; Saunders ve Chester, 2008). Bu bilgiyle tutarlı olacak biçimde Aydın vd. (2013)’in yaptığı çalışmadan elde edilen bulgular utangaçlık düzeyi yüksek olan bireylerin Facebook’ta diğer insanların yorum, fotoğraf ve video paylaşımı gibi içerik paylaşımlarını takip etme düzeylerinin arttığını göstermiştir.

Sosyal medyanın değinilmekte olan özelliklerin yanı sıra kullanıcılarına benlik sunum biçimlerini kontrol etme olanağı sağlaması utangaç bireyler için sanal ortamların çekici hale gelmesi ile bağlantılı görülebilir (Hollenbaugh, 2021). Sanal ortamlarda karşılaşılan her bir öge, gerçek dünyada rastlanamayacak kadar kusursuz, etkileyici ve heyecan vericidir (Tarhan ve Nurmedov, 2020). MySpace örneği üzerinden yürütülen bir araştırmanın sonucunda bireylerin sosyal medya platformlarında fiziksel görünüm, ilgi alanı, popülerite gibi pek çok farklı özelliklerini istedikleri biçimde yansıtılabildikleri ortaya konmuştur. Örneğin sivilceleri olan bir kullanıcı çeşitli programlar aracılığıyla tamamen kusursuz bir cilt görünümüne sahip olabilmektedir. Gerçek yaşamda kusursuz bir cilde sahip olmak mümkün olmasa da sanal ortamda çizilen mükemmel cilt imajı kullanıcıların kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamaktadır (Manago vd., 2008). Bu nedenle utangaç bireylerin çevrimiçi ortamlarda yüz yüze iletişim kurmalarını gerektiren ortamlara oranla daha kısa sürede arkadaşlık kurdukları düşünülmektedir (Henderson vd., 2010). Sheeks ve Birchmeier (2007) utangaç bireyler gibi bazı özelliklerinin diğer insanlar tarafından daha az beğenilir bulunduğunu değerlendiren kimselerin benlik sunumlarını istekleri doğrultusunda oluşturmaları sonucunda yaşamlarındaki ilişki kurma ihtiyaçlarının tamamını

karşılamayacak olsa da belli bir oranda sosyalleşmelerini sağlayabileceğini bildirmektedir. Ayrıca böylelikle kişilerin, kendilerini ifade etmeye yönelik yeni deneyimler kazanabileceklerini vurgulamaktadırlar. Söz edilmekte olan özellikler her ne kadar utangaç bireylerin diğer insanlarla sosyal ağlarını genişletmesi, etkileşim kurma olanağı sağlaması gibi avantajlara sahip olsa da gerçek dünyada kurulan etkileşimin yerini çevrimiçi ortamların alması riskini beraberinde getirebilmektedir (Pierce, 2009). Utangaç kullanıcıların; kendilerini özgür hissetmelerine, diğer insanlarla kişisel düşünce, ilgi ya da beğenilerini anonim ya da anonim olmayacak biçimde paylaşabilmelerine, yüz yüze iletişimde karşılanamayan ilişki ihtiyacının doyurulmasına, benliklerini istek ve beğenileri doğrultusunda şekillendirerek sunmalarına olanak sağlaması sosyal medya kullanımlarının artması ve bağımlı hale gelinmesiyle ilgili olabileceği değerlendirilebilir.

## **Öneriler**

Bu bölümde gerçekleştirilen araştırmadan elde edilen sonuçlar bağlamında araştırmacılara, alan çalışanlarına ve politika yapıcılara yönelik olacak biçimde önerilere yer verilmiştir.

### **Araştırmacılara Öneriler**

- Araştırmada ele alınan temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlık değişkenlerinin sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi farklı yaş gruplarıyla (ilkokul, ortaokul, lise öğrencileri ya da yetişkin bireyler) gerçekleştirilecek çalışmalarda incelenebilir. Böylelikle bireylerin değişen gelişim özelliklerine göre söz konusu ilişkide farklılaşma meydana gelip gelmediği değerlendirilebilir.
- Araştırmanın çalışma grubunun çoğunluğunu kadın katılımcılar oluşturmaktadır. Yapılacak olan yeni bir araştırma ilgili değişkenler arasındaki ilişkiyi, cinsiyet açısından eşit dağılım gösteren bir çalışma grubuyla inceleyecek biçimde gerçekleştirilebilir.

- Araştırma verileri pandemi koşulları göz önünde bulundurularak çevrimiçi olacak biçimde uygun örnekleme yöntemiyle toplanmıştır. Üniversitelerde yüz yüze eğitime başlanması dolayısıyla gerçekleştirilecek yeni bir araştırmada veriler kağıt-kalem uygulamasıyla randomize örnekleme yöntemleri temele alınacak biçimde tasarlanabilir. Böylelikle araştırma bulgularının genellenebilirliği yükseltilebilir.
- Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçlar ve utangaçlık değişkenleri arasındaki ilişkinin analizi regresyon modeliyle gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya kullanım motivasyonları, sosyal medya kullanım biçimleri (aktif ya da pasif kullanım vb.) gibi kavramlarla aracı değişken kullanılarak araştırma değişkenleri arasındaki ilişki incelenebilir.
- Araştırmada temel psikolojik ihtiyaçlardan özerklik ihtiyacı ve utangaçlığın sosyal medya bağımlılığının 13.9'unu açıkladığı saptanmıştır. Sosyal medya bağımlılığıyla ilişkili olabileceği düşünülen değişkenlerle (çevrimiçi sosyal destek, günlük stres düzeyi, sosyal yabancılaşma vb.) yeni araştırmalar tasarlanabilir.
- Araştırmadan elde edilen sonuçlar temel psikolojik ihtiyaçlardan yeterlik ve ilişki ihtiyacının sosyal medya bağımlılığını yordamadığını ortaya koymuştur. Buna karşın alanyazın incelendiğinde ilgili değişkenlerle sosyal medya bağımlılığını yordayıcı etkisinin tespit edildiği çalışmalar bulunduğu görülmektedir. Gerçekleştirilecek yeni çalışmalarla söz konusu bulgunun genellenebilirliği araştırılabilir.
- Araştırmadan elde edilen sonuçların sosyal medya bağımlılık düzeyini düşürmeye yönelik etkililiğini belirlemek üzere psikoeğitim programı hazırlanarak deneysel modelde bir araştırma gerçekleştirilebilir.

### **Alan Çalışanlarına Öneriler**

- Araştırmada günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif korelasyon; özerklik ihtiyacı ve utangaçlığın sosyal medya bağımlılığını yordayıcı etkisi ortaya konmuştur. Bu bağlamda uzmanlar, öğrencilerin

sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşürülmesinde araştırmanın ilgili sonuçlarından yararlanabilirler.

- Araştırma bulguları doğrultusunda üniversitelerin bünyesinde psikolojik danışma ve rehberlik birimlerinde görev alan uzmanlar sosyal medya bağımlılığı yönünden risk altındaki öğrencilere yönelik önleyici ve müdahale edici olacak biçimde psikoeğitim programları geliştirerek uygulayabilir. Örneğin, günlük sosyal medya kullanım süresi 5 saat ve üzeri olan, kadın olan, özerklik ihtiyacı doyumu düşük düzeyde karşılanan ve utangaçlık düzeyi yüksek olan öğrenciler bu hizmetten öncelikli olarak yararlanabilir.
- Araştırmada düşük düzeyde karşılanan özerklik ihtiyacının yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılık düzeyinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu saptanmıştır. Bu noktadan hareketle üniversite kampüsünde, sınıf ortamında ya da öğrenci kulüplerinde yapılacak farklılıklarla öğrencilerin kendi iradeleri doğrultusunda tercihler yapabilmesine yani özerklik ihtiyacını karşılamasına destek olacak ortamlar oluşturulabilir.
- Araştırmada yüksek düzeyde utangaçlığın yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığının anlamlı bir yordayıcısı olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda utangaç bireylere yönelik grupla psikolojik danışma programları uygulanarak müdahale edilebilir.
- Üniversitelerin psikolojik danışma ve rehberlik birimlerinde yer alan uzmanlar sosyal medya bağımlılığı tanımı, risk faktörleri, davranışsal bağımlılık belirtileri, bağımlılığın yaşam üzerindeki etkileri, destek almak üzere başvurabilecekleri üniversite birimleri ve üniversite dışı kurumlar hakkında bilgilendirme ve farkındalık çalışmaları yapabilir.

### **Politika Yapıcılara Yönelik Öneriler**

- Sosyal medyanın her geçen gün daha çok birey tarafından kullanıldığı göz önünde bulundurulduğunda politika yapıcılar üniversite öğrencilerinin sosyal medya

bağımlılık düzeylerinin azaltılmasına yönelik bilimsel etkinliklerin düzenlenmesine öncülük edebilirler.

- Araştırma sonucunda sosyal medya kullanım süresindeki artış ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya benzer olarak kampüs ortamında da diğer öğrencilerle sosyalleşebileceği, ilişki kurabileceği ve kendi gereksinimleri doğrultusunda anlamlı tercihlerde bulunabileceği aktivitelerin tasarlanmasıyla öğrencilerin sosyal medya kullanım sürelerini azaltmaları kolaylaştırılabilir.
- Politika yapıcılar üniversitelerde sosyal medya bağımlılığına ilişkin önleyici çalışmalar yapması üzere psikolojik danışma ve rehberlik birimlerini yaygınlaştırarak önleyici ve müdahale edici programların planlanmasını sağlayabilir.

## Kaynaklar

- Abbasi, I. S. (2019). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity? *Personality and Individual Differences*, 139, 277-280. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.038>
- Abbasi, I. ve Drouin, M. (2019). Neuroticism and Facebook addiction: How social media can affect mood? *The American Journal of Family Therapy*, 47(4), 199–215. <https://doi.org/10.1080/01926187.2019.1624223>
- Abel, J. P., Buff, C. L. ve Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business Economics Research*, 14(1), 33-44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Afshan, A., Askari, I. ve Manickam, L. S. S. (2015). Shyness, self-construal, extraversion–introversion, neuroticism, and psychoticism: A cross-cultural comparison among college students. *SAGE Open*, 5(2). <https://doi.org/10.1177/2158244015587559>
- Akbari, E., Pilot, A. ve Simons, P. R. J. (2015). Autonomy, competence, and relatedness in foreign language learning through Facebook. *Computers in Human Behavior*, 48, 126-134. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.036>
- Akbaş-Çoşar, H. ve Gedik, H. (2021). Öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 32-65. <https://doi.org/10.48174/buaad.932899>
- Akram, W. ve Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351-354. <https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>
- Alavi, S. S., Ferdosi, M., Jannatifard, F., Eslami, M., Alaghemandan, H. ve Setare, M. (2012). Behavioral addiction versus substance addiction: Correspondence of psychiatric and psychological views. *International Journal of Preventive Medicine*, 3(4), 290.

- Allen, J. J. ve Anderson, C. A. (2018). Satisfaction and frustration of basic psychological needs in the real world and in video games predict internet gaming disorder scores and well-being. *Computers in Human Behavior*, 84, 220-229. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.034>
- Alm, C. ve Frodi, A. (2008). Tales from the shy: Interviews with self- and peer-rated, shy and non-shy individuals concerning their thoughts, emotions, and behaviors in social situations. *Qualitative Research in Psychology*, 5(2), 127-153. <https://doi.org/10.1080/14780880701700496>
- Al-Menayes, J. J. (2015a). Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait. *Psychology and Behavioral Sciences*, 4(1), 23-28. <https://doi.org/10.11648/j.pbs.20150401.14>
- Al-Menayes, J. J. (2015b). Social media use, engagement and addiction as predictors of academic performance. *International Journal of Psychological Studies*, 7(4), 86-94. <https://doi.org/10.5539/ijps.v7n4p86>
- Al-Menayes, J. (2016). The fear of missing out scale: Validation of the Arabic version and correlation with social media addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2), 41-46. <https://doi.org/10.5923/j.ijap.20160602.04>
- Alnjadat, R., Hmaid, M. M., Samha, T. E., Kilani, M. M. ve Hasswan, A. M. (2019). Gender variation in social media usage and academic performance among University of Sharjah students. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 14(4), 390-394. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2019.05.002>
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.).
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S. ve Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501–517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.pr0.110.2.501-517>

- Andreassen, C. S. ve Pallesen, S. (2014) Social network site addiction- An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053-4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S. ve Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. doi: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Antony, M. (2004). *10 Simple solutions to shyness: How to overcome shyness, social anxiety, and fear of public speaking*. New Harbinger Publications.
- Antony, M. M. ve Swinson, R. P. (2008). *The shyness and social anxiety workbook: Proven, step-by-step techniques for overcoming your fear*. New Harbinger Publications.
- Aparicio-Martinez, P., Perea-Moreno, A. J., Martinez-Jimenez, M. P., Redel-Macías, M. D., Pagliari, C. ve Vaquero-Abellan, M. (2019). Social media, thin-ideal, body dissatisfaction and disordered eating attitudes: An exploratory analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(21), 4177. <https://doi.org/10.3390/ijerph16214177>
- Aparicio-Martínez, P., Ruiz-Rubio, M., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D. ve Vaquero-Abellán, M. (2020). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46, 101304. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101304>
- Appel, M. ve Gnamb, T. (2019). Shyness and social media use: A meta-analytic summary of moderating and mediating effects. *Computers in Human Behavior*, 98, 294-301. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.018>
- Arroyo, A., Nevárez, N., Segrin, C. ve Harwood, J. (2012). The association between parent and adult child shyness, social skills, and perceived family communication. *Journal of Family Communication*, 12(4), 249–264. <https://doi.org/10.1080/15267431.2012.686941>



- Asendorpf, J. B. (1990). The expression of shyness and embarrassment. In W. R. Crozier (Ed.), *Shyness and embarrassment: Perspectives from social psychology* (pp. 87–118). Cambridge University Press.
- Ayar, D., Özalp-Gerçeker, G., Özdemir, E. Z. ve Bektaş, M. (2018). The effect of problematic internet use, social appearance anxiety, and social media use on nursing students' nomophobia levels. *Computers, Informatics, Nursing*, 36(12), 589-595. <https://doi.org/10.1097/CIN.0000000000000458>.
- Aydın, G. S., Muyan, M. ve Demir, A. (2013). The investigation of Facebook usage purposes and shyness, loneliness. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93, 737-741. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.09.272>
- Azizi, S. M., Soroush, A. ve Khatony, A. (2019). The relationship between social networking addiction and academic performance in Iranian students of medical sciences: a cross-sectional study. *BMC Psychology*, 7(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s40359-019-0305-0>
- Bacanlı, H. ve Cihangir-Çankaya, Z. (2003). İhtiyaç doyumu ölçeği uyarlama çalışması. VII. *Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi Bildiri Özetleri. Malatya, İnönü Üniversitesi. Ankara: Pegem A.*
- Baker, S. C., Wentz, R. K. ve Woods, M. M. (2009). Using virtual worlds in education: Second Life® as an educational tool. *Teaching of Psychology*, 36(1), 59-64. <https://doi.org/10.1080/00986280802529079>
- Baker, L. R. ve Oswald, D. L. (2010). Shyness and online social networking services. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(7), 873–889. <https://doi.org/10.1177/0265407510375261>
- Balcerowska, J. M., Bereznowski, P., Biernatowska, A., Atroszko, P. A., Pallesen, S. ve Andreassen, C. S. (2020). Is it meaningful to distinguish between Facebook addiction and social networking sites addiction? Psychometric analysis of Facebook addiction and social networking sites addiction scales. *Current Psychology*, 1-14. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00625-3>

- Balcı, Ş. ve Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki:" Üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması". *Ileti-s-im*, (29). <https://doi.org/10.16878/gsuilet.500860>
- Baltacı, Ö. (2019). The predictive relationships between the social media addiction and social anxiety, loneliness, and happiness. *International Journal of Progressive Education*, 15(4), 73-82. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2019.203.6>
- Baltacı, Ö., Akbulut, Ö. F. ve Yılmaz, E. (2021). Problemlı internet kullanımında güncel bir risk faktörü: COVID-19 Pandemisi. *Humanistic Perspective*, 3(1), 97-121. <https://doi.org/10.47793/hp.872503>
- Basu, S., Garg, S., Singh, M. M. ve Kohli, C. (2018). Addiction-like behavior associated with mobile phone usage among medical students in Delhi. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 40(5), 446-451. [https://doi.org/10.4103/IJPSYM.IJPSYM\\_59\\_18](https://doi.org/10.4103/IJPSYM.IJPSYM_59_18)
- Baymur, B. F. (2020). *Genel psikoloji* (27. Baskı). İnkılap Kitapevi.
- Berry, W. D., Feldman, S. ve Stanley-Feldman, D. (1985). *Multiple regression in practice*. Sage Publications.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C. ve 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>
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, 6(1), 9-36. <https://doi.org/10.1177/009365027900600102>
- Blumer, T. (2010). Face-to-face or Facebook: Are shy people more outgoing on social networking sites? *Media and Communication Studies Interventions and Intersections*, 201.
- Boulos, M. N. K., Maramba, I. ve Wheeler, S. (2006). Wikis, Blogs and Podcasts: a new generation of Web-based tools for virtual collaborative clinical practice and

- education. *BMC Medical Education*, 6(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/1472-6920-6-41>
- Boursier, V., Gioia, F., Musetti, A. ve Schimmenti, A. (2020). Facing loneliness and anxiety during the COVID-19 isolation: The role of excessive social media use in a sample of Italian adults. *Frontiers in Psychiatry*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2020.586222>
- Boyd, D. M. ve 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>
- Brailovskaia, J., Rohmann, E., Bierhoff, H. W. ve Margraf, J. (2018). The brave blue world: Facebook flow and Facebook addiction disorder. *Plos One*, 13(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0201484>
- Brailovskaia, J., Velten, J. ve Margaf, J. (2019). Relationship between daily stress, depression symptoms, and Facebook addiction disorder in Germany and in the United States. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(9), 610-614. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0165>
- Brailovskaia, J. ve Margraf, J. (2020). Relationship between depression symptoms, physical activity, and addictive social media use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 23(12), 818-822. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0255>
- Briggs, S. R. (1988). Shyness: Introversion or neuroticism? *Journal of Research in Personality*, 22(3), 290–307. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(88\)90031-1](https://doi.org/10.1016/0092-6566(88)90031-1)
- Bright, L. F., Kleiser, S. B. ve Grau, S. L. (2015). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*, 44, 148-155. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.048>
- Brown, R. (2009). *Public relations and the social web: How to use social media and web 2.0 in communications*. Kogan Page.

- Buffardi, L. E. ve Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303–1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Burger, M. J. (2006). *Kişilik*. Kaknüs.
- Buss, A. H. (1986). Two kinds of shyness. In R. Schwarzer (Ed.), *Self-related cognition in anxiety and motivation* (pp. 65-75). Lawrence Erlbaum Associates.
- Butler, G. (1999). *Overcoming social anxiety and shyness: A self-help guide using cognitive behavioural techniques*. Little Brown Books Group.
- Cabral, J. (2008). Is generation Y addicted to social media. *Future of Children*, 2(1), 5-14.
- Cao, X. ve Yu, L. (2019). Exploring the influence of excessive social media use at work: A three-dimension usage perspective. *International Journal of Information Management*, 46, 83–92. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.11.019>
- Cao, X., Gong, M., Yu, L. ve Dai, B. (2020). Exploring the mechanism of social media addiction: An empirical study from WeChat users. *Internet Research*, 30(4), 1305–1328. <https://doi.org/10.1108/intr-08-2019-0347>
- Carducci, B. J., Hutzell, K., Morrison, E. ve Weyer, C. Y. (2001, August). *Social phobia and social anxiety as components of shyness* [Poster presentation]. Annual Conference of the American Psychological Association, San Francisco, America.
- Casale, S., Rugai, L. ve Fioravanti, G. (2018). Exploring the role of positive metacognitions in explaining the association between the fear of missing out and social media addiction. *Addictive Behaviors*, 85, 83–87. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2018.05.020>
- Casale, S. ve Banchi, V. (2020). Narcissism and problematic social media use: A systematic literature review. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100252. doi: <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100252>
- Cevher, R. ve Ustakara, F. (2019). Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi bağlamında sosyal medya kullanımına yönelik bir araştırma. *Sciences*, 5(19), 812-831. <https://doi.org/10.31589/JOSHAS.166>

- Chang, J. H., Huang, C. L. ve Lin, Y. C. (2015). Mindfulness, basic psychological needs fulfillment, and well-being. *Journal of Happiness Studies*, 16(5), 1149-1162. <https://doi.org/10.1007/s1090-014-9551-2>
- Cheek, J. M. (1983). The revised Cheek and Buss shyness scale. Unpublished manuscript, Wellesley College, Wellesley.
- Chen, X. (2018). Culture and shyness in childhood and adolescence. *New Ideas in Psychology*, 53, 58-66. <https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2018.04.007>
- Chen, A. (2019). From attachment to addiction: The mediating role of need satisfaction on social networking sites. *Computers in Human Behavior*. 98, 80-92. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.034>
- Chen, Y., Li, R., Zhang, P. ve Liu, X. (2020). The moderating role of state attachment anxiety and avoidance between social anxiety and social networking sites addiction. *Psychological Reports*, 123(3), 633-647. <https://doi.org/10.1177/0033294118823178>
- Chen, Y., Li, R. ve Liu, X. (2021). The relationships among relatedness frustration, affiliation motivation, and WeChat engagement, moderated by relatedness satisfaction. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(4). <https://doi.org/10.5817/CP2021-4-7>
- Chiu, S. I., Hong, F. Y. ve Chiu, S. L. (2013). An analysis on the correlation and gender difference between college students' internet addiction and mobile phone addiction in Taiwan. *Hindawi*. 1-10. <https://doi.org/10.1155/2013/360607>
- Chou, H. T. G. ve Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Chua, T. H. H. ve Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social

- media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190-197.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Chua, S. P., YiRong, B. S. ve Yang, S. Z. (2020). Social media addiction and academic adjustment: The mediating or moderating effect of grit personality. *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 7(3), 143-151.  
<https://doi.org/10.17220/ijpes.2020.03.013>
- Chung, K. L., Morshidi, I., Yoong, L. C. ve Thian, K. N. (2019). The role of the dark tetrad and impulsivity in social media addiction: Findings from Malaysia. *Personality and Individual Differences*, 143, 62–67. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.02.016>
- Clayton, R. B., Osborne, R. E., Miller, B. K. ve Oberle, C. D. (2013). Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 687–693. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.002>
- Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K. (2000). *Research methods in education*. RoutledgeFalmer.
- Condon, M. ve Ruth-Sahd, L. (2013). Responding to introverted and shy students: Best practice guidelines for educators and advisors. *Open Journal of Nursing*, 3(7), 503.  
<https://doi.org/10.4236/ojn.2013.37069>
- Crazier, W. R. (1979). Shyness as a dimension of personality. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 18(1), 121–128. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8260.1979.tb00314.x>
- Crozier, W. R. ve Crozier, W. R. (Ed.). (1990). *Shyness and embarrassment: Perspectives from social psychology*. Cambridge University Press.
- Crozier, W. R. (Ed.). (2002). *Shyness: Development, consolidation and change*. Routledge.
- Cüceloğlu, D. (2021). *İnsan ve Davranışı* (40. Baskı). Remzi Kitapevi.
- Çakmak, V. (2018). Online benlik sunumu ve narsisizm arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 9(31), 137-152. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2018.1.009.x>

- Çelebi, M. ve Özkul, K. (2020). Examining the relationship between university students' social media addiction and goal commitment. *African Educational Research Journal*, 8, 260-265. <https://doi.org/10.30918/AERJ.8S2.20.054>
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Çil, S. N. (2020). *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığının depresyonla ilişkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- D'Spuza, L. ve Ranganatha, P. R (2018). Shyness correlates of Instagram addiction among college students. *International Journal of Indian Psychology*, 6(4), 23-28. <https://doi.org/10.25215/0604.043>
- Dailey, S. L., Howard, K., Roming, S. M., Ceballos, N. ve Grimes, T. (2020). A biopsychosocial approach to understanding social media addiction. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(2), 158-167. <https://doi.org/10.1002/hbe2.182>
- Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Kuss, D. J., Nilashi, M. ve Afrough, S. (2019). Social media addiction: Applying the DEMATEL approach. *Telematics and Informatics*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101250>
- Dargahi Nobari, A., Reshadatmand, N. ve Neshati, M. (2017). Analysis of Telegram, An Instant Messaging Service. In Proceedings of the 2017 ACM on Conference on Information and Knowledge Management (pp. 2035--2038). New York.
- Davranışsal Bağımlılıklar ile Mücadele Ulusal Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2019-2023. [https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/Ruh\\_Sagligi\\_Db/eylem\\_plani/Davranissal\\_Bagimlilikler\\_Ile\\_Mucadele\\_Ulusal\\_Strateji\\_Belgesi\\_ve\\_Eylem\\_Planı\\_2019-2023.pdf](https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/Ruh_Sagligi_Db/eylem_plani/Davranissal_Bagimlilikler_Ile_Mucadele_Ulusal_Strateji_Belgesi_ve_Eylem_Planı_2019-2023.pdf)

- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality*, 19(2), 109–134. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(85\)90023-6](https://doi.org/10.1016/0092-6566(85)90023-6)
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. A. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation, 1990: Perspectives on motivation* (pp. 237–288). University of Nebraska Press.
- Deci, E. L., Vallerand, R. J., Pelletier, L. G. ve Ryan, R. M. (1991). Motivation and education: The self-determination perspective. *Educational Psychologist*, 26(3-4), 325–346. <https://doi.org/10.1080/00461520.1991.9653137>
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behaviour. *Psychological Inquiry*, 11, 227–268. [https://doi.org/10.1207/s15327965pli1104\\_01](https://doi.org/10.1207/s15327965pli1104_01)
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 49(3), 182–185. <https://doi.org/10.1037/a0012801>
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2014). Autonomy and need satisfaction in close relationships: relationships motivation Theory. *Human Motivation and Interpersonal Relationships*, 53–73. [https://doi.org/10.1007/978-94-017-8542-6\\_3](https://doi.org/10.1007/978-94-017-8542-6_3)
- DeHaan, C. R., Hirai, T. ve Ryan, R. M. (2015). Nussbaum’s capabilities and self-determination theory’s basic psychological needs: Relating some fundamentals of human wellness. *Journal of Happiness Studies*, 17(5), 2037–2049. <https://doi.org/10.1007/s10902-015-9684-y>
- Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiarniyu, M. F. ve Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.100150>



- Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T. ve Andreassen, C. S. (2016). Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours? *Computers in Human Behavior*, 63, 549–555. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.053>
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P. ve Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing-A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Dhir, A., Kaur, P., Chen, S. ve Pallesen, S. (2019). Antecedents and consequences of social media fatigue. *International Journal of Information Management*, 48, 193-202. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.021>
- Dinçsoy, B. (2021). *Sosyal medya bağımlılığının, romantik ilişkilerdeki güven duygusu ve ilişki doyumu açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kent Üniversitesi, İstanbul.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J. ve Goodman, S. (2015). Social media engagement behaviour: A uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3-4), 261–277. <https://doi.org/10.1080/0965254x.2015.1095222>
- Eladl, A. ve Musawi, A. A. (2021). The correlation between social media addiction and life satisfaction among university students. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(9).
- Enok-Joel, T. ve Vijayalakshmi, D. (2020). Relationship between social media addiction and shyness among college students. *Mukt Shabd Journal* 9(8),1428-1435.
- Ergen, R. M. ve Akacan, B. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile duygusal zeka düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (52), 582-599. <https://doi.org/10.53444/deubefd.956418>
- Eyrich, N., Padman, M. L. ve Sweetser, K. D. (2008). PR practitioners' use of social media tools and communication technology. *Public Relations Review*, 34(4), 412-414. <https://doi.org/10.1016/J.PUBREV.2008.09.010>

- Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C. ve Settanni, M. (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: the role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106364>
- Fang, J., Wang, X., Wen, Z. ve Zhou, J. (2020). Fear of missing out and problematic social media use as mediators between emotional support from social media and phubbing behavior. *Addictive Behaviors*, 107. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106430>
- Ferrell, J. D. (2011). *A functional role of Facebook: Psychological and social needs* (Master thesis). University of Central Oklahoma, Edmond.
- Fiske, J. (1996). İletişim çalışmalarına giriş (S. İrvan, Çev.). Bilim Sanat Yayınları.
- Flowers, S. (2009). *The mindful path through shyness: How mindfulness and compassion can help free you from social anxiety, fear, and avoidance*. New Harbinger Publications.
- Foroughi, B., Iranmanesh, M., Nikbin, D. ve Hyun, S. S. (2019). Are depression and social anxiety the missing link between Facebook addiction and life satisfaction? The interactive effect of needs and self-regulation. *Telematics And Informatics*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101247>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G. ve De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 15(10), 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Freud, A. (2015). *Ben ve savunma mekanizmaları* (Y. Erim, Çev.). Metis.
- Freud, S. (2020). *Ego ve id* (S. C. Gülsay, Çev.). Oda Yayınları.
- Fuchs, C., Boersma, K., Albrechtslund, A. ve Sandoval, M. (Eds.). (2013). *Internet and surveillance: The challenges of Web 2.0 and social media*. Routledge.

- Fujimori, A., Yamazaki, T., Sato, M., Hayashi, H., Fujiwara, Y. ve Matsusaka, T. (2015). Study on influence of internal working models and gender differences on addiction of social network sites in Japanese university students. *Psychology*, 6(14). <https://doi.org/10.4236/psych.2015.614179>
- Fuller, A. R. (2008). *Psychology and religion: Classical theorists and contemporary developments*. Rowman & Littlefield.
- Gao, Q., Li, Y., Zhu, Z., Fu, E., Bu, X., Peng, S. ve Xiang, Y. (2021). What links to psychological needs satisfaction and excessive WeChat use? The mediating role of anxiety, depression and WeChat use intensity. *BMC Psychology*, 9(1), 1-11. <https://doi.org/10.1186/s40359-021-00604-8>
- Gazi, M. A., Çetin, M. ve Çakı C. (2017). The research of the level of social media addiction of university students. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(2), 549-559. <https://doi.org/10.24289/IJSSER.27975>
- Geçtan, E. (1998). *Psikanaliz ve sonrası* (8. Basım). Remzi Kitapevi.
- Gerrig, R. J. ve Zimbardo, P. G. (2012). *Psikoloji ve yaşam-Psikolojiye giriş* (G. Sart, Çev). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gil de Zúñiga, H., Diehl, T., Huber, B. ve Liu, J. (2017). Personality traits and social media use in 20 countries: How personality relates to frequency of social media use, social media news use, and social media use for social interaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(9), 540–552. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0295>
- Gilmartin, B. G. (1985). Some family antecedents of severe shyness. *Family Relations*, 34(3), 429. <https://doi.org/10.2307/583584>
- Gilmartin, B. G. (2012). *Shyness & Love: Causes, consequences, and treatment*. University Press of America.
- Goering, E. ve Breidenstein-Cutspec, P. (1989). The web of shyness: A network analysis of communicative correlates. *Communication Research Reports*, 6(2), 111–118. <https://doi.org/10.1080/08824098909359843>

- Golembiewski, R. T. (2000). *Handbook of organizational behavior, revised and expanded*. CRC Press.
- Gorman, P. (2004). *Motivation and emotion*. Psychology Press.
- Goswami, V. ve Singh, D. R. (2016). Impact of mobile phone addiction on adolescent's life: A literature review. *International Journal of Home Science*, 2(1), 69-74.
- Griffiths, M. D. (1999). Gambling technologies: Prospects for problem gambling. *Journal of Gambling Studies*, 15(3), 265–283. <https://doi.org/10.1023/a:1023053630588>
- Griffiths, M. (2000). Internet addiction-Time to be taken seriously?. *Addiction Research*, 8(5), 413–418. <https://doi.org/10.3109/16066350009005587>
- 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>
- Griffiths, M. D. ve Kuss, D. (2017). Adolescent social media addiction. *Education and Health*, 35(3), 49-52.
- Güngör, A. (2001). Utangaçlık ölçeğinin geliştirilmesi geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(15), 17-22.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), 105-120.
- Gürültü, E. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Gürün, O. A. (1991). *Psikoloji sözlüğü*. İnkılap Kitapevi.
- Haand, R. ve Shuwang, Z. (2020). The relationship between social media addiction and depression: A quantitative study among university students in Khost, Afghanistan. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 780-786. <https://doi.org/10.1080/02673843.2020.1741407>
- Haenlein, M. ve Kaplan, A. M. (2009). Flagship brand stores within virtual worlds: The impact of virtual store exposure on real-life attitude toward the brand and purchase

- intent. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 24(3), 57–79. <https://doi.org/10.1177/205157070902400303>
- Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A. M. ve Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 91–98. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0151>
- Hamaideh, S. H., Al-Modallal, H., Tanash, M. A. ve Hamdan-Mansour, A. (2022). Depression, anxiety and stress among undergraduate students during COVID-19 outbreak and " home-quarantine". *Nursing Open*, 9(2), 1423-1431. <https://doi.org/10.1002/nop2.918>
- Hamm, M. P., Chisholm, A., Shulhan, J., Milne, A., Scott, S. D., Given, L. M. ve Hartling, L. (2013). Social media use among patients and caregivers: A scoping review. *BMJ Open*, 3(5), 1-9. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2013-002819>
- Hammick, J. K. ve Lee, M. J. (2014). Do shy people feel less communication apprehension online? The effects of virtual reality on the relationship between personality characteristics and communication outcomes. *Computers in Human Behavior*, 33, 302-310. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.046>
- Harambam, J., Aupers, S. ve Houtman, D. (2011). Game over? Negotiating modern capitalism in virtual game worlds. *European Journal of Cultural Studies*, 14(3), 299–319. <https://doi.org/10.1177/1367549410393232>
- Harris, P., Nagy, S. ve Vardaxis, N. (2014). *Mosby's dictionary of medicine, nursing and health professions*. Elsevier Health Sciences.
- Hastings, P. D., Nuselovici, J. N., Rubin, K. H. ve Cheah, C. S. (2010). Shyness, parenting, and parent-child relationships. In K. H. Rubin ve R. J. Coplan (Eds.), *The development of shyness and social withdrawal*, (pp. 107-130). The Guilford Press.
- He, Z.-H., Li, M.-D., Ma, X.-Y. ve Liu, C.-J. (2020). Family socioeconomic status and social media addiction in female college students: The mediating role of impulsiveness and

- inhibitory control. *The Journal of Genetic Psychology*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/00221325.2020.1853027>
- Heilesen, S. B. (2010). What is the academic efficacy of podcasting? *Computers & Education*, 55(3), 1063–1068. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.05.002>
- Heinonen, K. (2011). Consumer activity in social media: Managerial approaches to consumers' social media behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, 10(6), 356-364. <https://doi.org/10.1002/cb.376>
- Heiser, N. A., Turner, S. M. ve Beidel, D. C. (2003). Shyness: Relationship to social phobia and other psychiatric disorders. *Behaviour Research and Therapy*, 41(2), 209–221. [https://doi.org/10.1016/s0005-7967\(02\)00003-7](https://doi.org/10.1016/s0005-7967(02)00003-7)
- Henderson, L., Zimbardo, P. ve Carducci, B. (2010). Shyness. The Corsini Encyclopedia of Psychology. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0870>
- Henderson, L. (2011). *The compassionate-mind guide to building social confidence: Using compassion-focused therapy to overcome shyness and social anxiety*. New Harbinger Publications.
- Henriksen, R. E. ve Murberg, T. A. (2009). Shyness as a risk-factor for somatic complaints among Norwegian adolescents. *School Psychology International*, 30(2), 148–162. <https://doi.org/10.1177/0143034309104149>
- Hipp, L. ve Bünning, M. (2021). Parenthood as a driver of increased gender inequality during COVID-19? Exploratory evidence from Germany. *European Societies*, 23(sup1), S658-S673. <https://doi.org/10.1080/14616696.2020.1833229>**
- Hofstede, G., Hofstede, G. J. ve Minkov, M. (2005). *Cultures and organizations: Software of the mind*. Mcgraw-hill.
- Hollen, K. H. (2009). *Encyclopedia of addictions*. Greenwood Press.
- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. *Review of Communication Research*, 9, 80-98.

- Hossain, M. A. (2019). Effects of uses and gratifications on social media use. *PSU Research Review*, 3(1), 16-28. <https://doi.org/10.1108/PRR-07-2018-0023/full/html>
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L. ve Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal Of Psychosocial Research On Cyberspace*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
- Huang, L. (1999). Family communication patterns and personality characteristics. *Communication Quarterly*, 47(2), 230–243. <https://doi.org/10.1080/01463379909370136>
- Hussain, Z., Wegmann, E. ve Griffiths, M. D. (2021). The association between problematic social networking site use, dark triad traits, and emotion dysregulation. *BMC Psychology*, 9(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s40359-021-00668-6>
- Huvila, I., Holmberg, K., Ek, S. ve Widén-Wulff, G. (2010). Social capital in Second Life. *Online Information Review*, 34(2), 295–316. <https://doi.org/10.1108/14684521011037007>
- Iancu, I., Sarel, A., Avital, A., Abdo, B., Joubran, S. ve Ram, E. (2011). Shyness and social phobia in Israeli Jewish vs Arab students. *Comprehensive Psychiatry*, 52(6), 708-714. <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2010.11.011>
- Idubor, I. (2015). Investigating social media usage and addiction levels among undergraduates in University of Ibadan, Nigeria. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, 7(4), 291-301. <https://doi.org/10.9734/BJESBS/2015/15808>
- Iranmanesh, M., Foroughi, B., Nikbin, D. ve Hyun, S. S. (2021). Shyness, self-esteem, and loneliness as causes of FA: The moderating effect of low self-control. *Current Psychology*, 40(11). <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00465-w>
- Jaradat, M. I. R. M. ve Atyeh, A. J. (2017). Do personality traits play a role in social media addiction? Key considerations for successful optimized model to avoid social

- networking sites addiction: A developing country perspective. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 17(8), 120.
- Joel, T. E. ve Vijayalakshmi, M. D. (2020). Relationship between social media addiction and shyness among college students. *Mukt Shabd Journal*, 9(13), 1428-1435.
- Jones, W. H. ve Briggs, S. R. (1984). The self-other discrepancy in social shyness. In R. Schwarzer (Ed), *The self in anxiety, Stress and Depression* (pp. 93–107). North-Holland. [https://doi.org/10.1016/s0166-4115\(08\)62117-2](https://doi.org/10.1016/s0166-4115(08)62117-2)
- Jones, W. H., Cheek, J. M. ve Briggs, S. R. (Eds.) (2013). *Shyness: Perspectives on research and treatment*. Springer Science & Business Media.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2009). The fairyland of Second Life: Virtual social worlds and how to use them. *Business Horizons*, 52(6), 563–572. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.07.002>
- Kaplan, A. M. ve 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>
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2012). Social media: Back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104. <https://doi.org/10.1108/13287261211232126>
- Kaplan, A. ve Haenlein, M. (2014). Collaborative projects (social media application): About Wikipedia, the free encyclopedia. *Business Horizons*, 57(5), 617-626.
- Kaplan, M. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri, Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep.
- Karapanos, E., Teixeira, P. ve Gouveia, R. (2016). Need fulfillment and experiences on social media: A case on Facebook and WhatsApp. *Computers in Human Behavior*, 55, 888-897. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.015>
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri: Kavramlar, teknikler ve ilkeler*. Nobel.



- Karayigit, C., Groter, A. ve Thompson, M. (2021). Addictive use of social media and motivations for social media use among emerging adult university students. *Bağımlılık Dergisi*, 22(3), 266-274.
- Karim, R. ve Chaudhri, P. (2012). Behavioral addictions: An overview. *Journal of Psychoactive Drugs*, 44(1), 5–17. <https://doi.org/10.1080/02791072.2012.662859>
- Katz, E., Blumler, J. G. ve Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kaufmann, K. Ve Peil, C. (2020). The mobile instant messaging interview (MIMI): Using WhatsApp to enhance self-reporting and explore media usage in situ. *Mobile Media & Communication*, 8(2), 229-246. <https://doi.org/10.1177/2050157919852392>
- Kavut, S. (2018). Goffman'ın benlik sunumu kuramı bağlamında sosyal medyada kimlik inşası: Instagram üzerine bir araştırma. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (1), 1-12.
- Keles, B., McCrae, N. ve Grealish, A. (2020). A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79-93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- Kırık, A., Arslan, A., Çetinkaya, A. Ve Mehmet, G. Ü. L. (2015). A quantitative research on the level of social media addiction among young people in Turkey. *International Journal of Sport Culture and Science*, 3(3), 108-122. <https://doi.org/10.14486/IntJSCS444>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. ve 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>
- Kircaburun, K. (2016). Self-Esteem, daily internet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.

- Kircaburun, K., Demetrovics, Z. Ve Tosuntaş, Ş. B. (2019). Analyzing the links between problematic social media use, dark triad traits, and self-esteem. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(6), 1496-1507. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9900-1>
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B. ve Griffiths, M. D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 525-547. <https://doi.org/110.1007/s11469-018-9940-6>
- Krishen, A. S., Berezan, O., Agarwal, S. ve Kachroo, P. (2016). The generation of virtual needs: Recipes for satisfaction in social media networking. *Journal of Business Research*, 69(11), 5248–5254. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.120>
- Kulkarni, R. ve Deshpande, A. (2019). Relationship between Facebook addiction, depression and shyness among college students in Mumbai. *Indian Journal of Mental Health*, 6(2), 157-164.
- Kuss, D. ve Griffiths, M. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Kuzma, J. (2010). Asian government usage of Web 2.0 social media. *European Journal of ePractice*, (9), 1-13.
- Küçükvardar, M. (2020). *Teknoloji Bağımlılığı ve Dijital İstila*. Nobel.
- Kürker, F. (2021). *Öğretmen adaylarında temel psikolojik ihtiyaçların doyumu ile akademik erteleme arasındaki ilişkide sosyal medya bağımlılığının aracı rolü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Lee-Won, R. J., Herzog, L. ve Park, S. G. (2015). Hooked on Facebook: The role of social anxiety and need for social assurance in problematic use of Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(10), 567-574. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0002>

- Lee, A. R., Son, S. M. ve Kim, K. K. (2016). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior*, 55, 51–61. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.011>
- Lim, M. ve Yang, Y. (2015). Effects of users' envy and shame on social comparison that occurs on social network services. *Computers in Human Behavior*, 51, 300-311. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.013>
- Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B. ve Primack, B. A. (2016). Association between social media use and depression among US young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323-331. <https://doi.org/10.1002/da.22466>
- Liu, C. ve Ma, J. (2018). Social media addiction and burnout: The mediating roles of envy and social media use anxiety. *Current Psychology*, 37, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9998-0>
- Liu, Q., Hu, Q. ve Qi, D. (2022). Online psychological need satisfaction and social networking addiction: A longitudinal study among Chinese adolescents. *Child and Adolescent Social Work Journal*, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s10560-021-00814-4>
- Lorant, T. A., Henderson, L. ve Zimbardo, P. G. (2000). Comorbidity in chronic shyness. *Depression and Anxiety*, 12(4), 232-237.
- Lu, H.-P. ve Hsiao, K.-L. (2010). The influence of extro/introversion on the intention to pay for social networking sites. *Information & Management*, 47(3), 150–157. <https://doi.org/10.1016/j.im.2010.01.003>
- Ma, H. K. (2011). Internet addiction and antisocial internet behavior of adolescents. *The Scientific World Journal*, 11, 2187–2196. <https://doi.org/10.1100/2011/308631>
- Magnavita, J. J. (2016). Kişilik kuramları: Kişilik bilimine çağdaş yaklaşımlar (S. E. Türközü, M. Benveniste ve M. Arık, Çev). Psikoterapi Enstitüsü.
- Mahamid, F. A. ve Berte, D. Z. (2019). Social media addiction in geopolitically at-risk youth. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(1), 102-111. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9870-8>

- Malak, M. Z., Shuhaiber, A. H., Al-amer Rasmieh M., Abuadas, M. H. ve Aburoomi, R. J. (2021). Correlation between psychological factors, academic performance and social media addiction: model-based testing. *Behaviour & Information Technology*, 1–13. <https://doi.org/10.1080/0144929x.2021.1891460>
- Malik, S. ve Khan, M. (2015). Impact of facebook addiction on narcissistic behavior and self-esteem among students. *J Pak Med Assoc*, 65(3), 260-263.
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M. ve Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458. <https://doi.org/10.1016/J.APPDEV.2008.07.001>
- Manchiraju, S. ve Sadachar, A. (2018). Passion and self-determination: Exploring social networking site addiction using a dualistic framework. *Social Networking*, 7(3), 126. <https://doi.org/10.4236/sn.2018.73010>
- Mandal, E. (2008). Shyness and gender. Physical, emotional, cognitive, behavioral consequences and strategies of coping with shyness by women and men of different gender identity. *The New Educational Review*, 14(1), 259-273.
- Mann, K., Fauth-Bühler, M., Higuchi, S., Potenza, M. N. ve Saunders, J. B. (2016). Pathological gambling: A behavioral addiction. *World Psychiatry*, 15(3), 297-298. <https://doi.org/10.1002/wps.20373>
- Manuoğlu, E. (2016). *Effects of Facebook use on well-being: A self-determination theory perspective* (Master's thesis). Middle East Technical University, Ankara.
- Marengo, D., Poletti, I. ve Settanni, M. (2019). The interplay between neuroticism, extraversion, and social media addiction in young adult Facebook users: Testing the mediating role of online activity using objective data. *Addictive Behaviors*, 102. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.106150>
- Marks, I. (1990). Behavioural (non-chemical) addictions. *British Journal of Addiction*, 85(11), 1389-1394. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.1990.tb01618.x>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>

- Maslow, A. H. (1948). "Higher" and "Lower" needs. *The Journal of Psychology*, 25(2), 433–436. <https://doi.org/10.1080/00223980.1948.9917386>
- Maslow, A. H. (1981). *Motivation and personality*. Harper & Row.
- Maslow, A. (2001). *İnsan olmanın psikolojisi* (O.Gündüz, Çev.). Kuraldışı Yayınları.
- Masur, P. K., Reinecke, L., Ziegele, M. ve Quiring, O. (2014). The interplay of intrinsic need satisfaction and Facebook specific motives in explaining addictive behavior on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 39, 376–386. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.047>
- Mavnacıoğlu, K. (2009, Ekim, 7-9). *İnternette kullanıcıların oluşturduğu ve dağıttığı içeriklerin etik açıdan incelenmesi: Sosyal medya örnekleri*. Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu, Elâzığ, Türkiye.
- Mayfield, A. (2007). What is social media. iCrossing. [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf),
- McCain, J. L. ve Campbell, W. K. (2018). Narcissism and social media use: A meta-analytic review. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 308–327. <https://doi.org/10.1037/ppm0000137>
- Miller, R. S. (1995). On the nature of embarrassability: Shyness, social evaluation, and social skill. *Journal of Personality*, 63(2), 315–339. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1995.tb00812.x>
- Morahan-Martin, J. ve Schumacher, P. (2000). Incidence and correlates of pathological Internet use among college students. *Computers in Human Behavior*, 16(1), 13–29. [https://doi.org/10.1016/s0747-5632\(99\)00049-7](https://doi.org/10.1016/s0747-5632(99)00049-7)
- Mounts, N. S., Valentiner, D. P., Anderson, K. L. ve Boswell, M. K. (2006). Shyness, sociability, and parental support for the college transition: Relation to adolescents' adjustment. *Journal Of Youth And Adolescence*, 35(1), 68-77. <https://doi.org/10.1007/s10964-005-9002-9> chen

- Murray, H. A. (1937). Facts which support the concept of need or drive. *The Journal of Psychology*, 3(1), 27–42. <https://doi.org/10.1080/00223980.1937.9917478>
- Murray, H. J. (1938). *Explorations in personality: A clinical and experimental study of fifty men of college age*. Oxford University Press.
- Nazlıgöl, M. D. ve Yılmaz, A. E. (2019). Oyun bağımlılığı ve egzersiz bağımlılığına davranışsal bağımlılık çerçevesinden bakış. *Bağımlılık Dergisi*, 20(2), 97-108.
- Niemiec, C. P. ve Ryan, R. M. (2009). Autonomy, competence, and relatedness in the classroom. *School Field*, 7(2), 133–144. <https://doi.org/10.1177/1477878509104318>
- Nongpong, S. ve Charoensukmongkol, P. (2016). I don't care much as long as I am also on Facebook: Impacts of social media use of both partners on romantic relationship problems. *The Family Journal*, 24(4), 351-358. <https://doi.org/10.1177/1066480716663199>
- Obar, J. A. ve Wildman, S. S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.07.014>
- Ochnik, D., Rogowska, A. M., Kuśnierz, C., Jakubiak, M., Schütz, A., Held, M. J., ... ve Cuero-Acosta, Y. A. (2021). Mental health prevalence and predictors among university students in nine countries during the COVID-19 pandemic: A cross-national study. *Scientific Reports*, 11(1), 1-13. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-97697-3>
- Oh, S. ve Syn, S. Y. (2015). Motivations for sharing information and social support in social media: A comparative analysis of Facebook, Twitter, Delicious, YouTube, and Flickr. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(10), 2045-2060. <https://doi.org/10.1002/asi.23320>
- O'reilly, T. (2009). *What is Web 2.0*. O'Reilly Media.
- Ormrod, E. J. (2016). *Öğrenme psikolojisi* (M. Baloğlu, Çev.). Nobel.

- Orr, E. S., Sasic, M., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M. ve Orr, R. R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 337–340. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0214>
- Otu, A. A. (2015). *Social media addiction among students of the University of Ghana* (Doctoral dissertation). University of Ghana, Ghana.
- Our World in Data. (2019). *The rise of social media*. <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
- Öztürk, G., Albayrak, Y. ve Beyazyüz, M. (2020). Social Media Addiction Among Individuals Who Underwent Rhinoplasty: Myth or Reality? *Facial Plastic Surgery & Aesthetic Medicine*, 22(5). <https://doi.org/10.1089/fpsam.2020.0101>
- Pallant, J. (2007). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using spss for windows*. Open University Press.
- Palmieri, S., Mansueto, G., Scaini, S., Fiore, F., Sassaroli, S., Ruggiero, G. M., Borlimi, R. ve Carducci, B. J. (2018). Role of rumination in the relationship between metacognition and shyness. *World Journal of Psychiatry*, 8(4), 108–113. <https://doi.org/10.5498/wjp.v8.i4.108>
- Papacharissi, Z. (2008). Uses and gratifications. In M. Salwen ve C. Stack (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 137-152). Lawrence Erlbaum.
- Parlak, S., Celebi Cakiroglu, O. ve Oksuz Gul, F. (2021). Gender roles during COVID-19 pandemic: The experiences of Turkish female academics. *Gender, Work & Organization*, 28, 461-483. <https://doi.org/10.1111/gwao.12655>
- Patrick, H., Knee, C. R., Canevello, A. ve Lonsbary, C. (2007). The role of need fulfillment in relationship functioning and well-being: A self-determination theory perspective.

*Journal of Personality and Social Psychology*, 92(3), 434–457.

<https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.3.434>

- Pereira dos Santos, K., Ribeiro, V. V., Siqueira, L. T. D., Brugnara, L. C., Rosa, I. C. B. ve Dassie-Leite, A. P. (2020). Does shyness influence the self-perception of vocal symptoms, public speaking, and daily communication? *Journal of Voice*. <https://doi.org/10.1016/j.jvoice.2020.02.015>
- Pierce, T. (2009). Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1367–1372. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.003>
- Pilkonis, P. A. (1977). The behavioral consequences of shyness 1. *Journal of personality*, 45(4), 596-611. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1977.tb00174.x>.
- Plomin, R. ve Daniels, D. (1986). Genetics and shyness. In W. H. Jones, J. M. Cheek & S. R. Briggs (Eds), *Shyness. Emotions, personality, and psychotherapy* (pp.63-80). Springer.
- Power, D. J. ve Phillips-Wren, G. (2011). Impact of social media and web 2.0 on decision-making. *Journal of Decision Systems*, 20(3), 249–261. <https://doi.org/10.3166/jds.20.249-261>
- Prensky, M. (2001), Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Priyadarshini, C., Dubey, R. K., Kumar, Y. L. N. ve Jha, R. R. (2020). Impact of a social media addiction on employees' wellbeing and work productivity. *The Qualitative Report*, 25(1), 181-196. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4099>
- Przybylski, A. K., Rigby, C. S. ve Ryan, R. M. (2010). A motivational model of video game engagement. *Review of General Psychology*, 14(2), 154-166. <https://doi.org/10.1037/a0019440>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. ve 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>



- Quinn, K. (2016). Why we share: A uses and gratifications approach to privacy regulation in social media use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 61-86. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1127245>
- Rapee, R. M. (1998). *Overcoming shyness and social phobia: A step-by-step guide*. Rowman & Littlefield.
- Reis, H. T., Sheldon, K. M., Gable, S. L., Roscoe, J. ve Ryan, R. M. (2000). Daily well-being: The role of autonomy, competence, and relatedness. *Personality and social psychology bulletin*, 26(4), 419-435. <https://doi.org/10.1177/0146167200266002>
- Rigby, C. S. ve Ryan, R. M. (2018). Self-determination theory in human resource development: new directions and practical considerations. *Advances in Developing Human Resources*, 20(2), 133–147. <https://doi.org/10.1177/1523422318756954>
- Robinson, A., Bonnette, A., Howard, K., Ceballos, N., Dailey, S., Lu, Y. ve Grimes, T. (2019). Social comparisons, social media addiction, and social interaction: An examination of specific social media behaviors related to major depressive disorder in a millennial population. *Journal of Applied Biobehavioral Research*. <https://doi.org/10.1111/jabr.12158>
- Rubin, A. M. (1981). An examination of television viewing motivations. *Communication research*, 8(2), 141-165. <https://doi.org/10.1177/009365028100800201>
- Ryan, R. (2009). Self determination theory and well being. *Social Psychology*, 84(822), 848.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2000a). The darker and brighter sides of human existence: basic psychological needs as a unifying concept. *Psychological Inquiry*, 11(4), 319–338. [https://doi.org/10.1207/s15327965pli1104\\_03](https://doi.org/10.1207/s15327965pli1104_03)
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2000b). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2002). Overview of self-determination theory: An organismic-dialectical perspective. In E. L. Deci & R. M. Ryan (Eds.), *Handbook of self-determination research* (pp. 3–33). University of Rochester Press.

- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2008). A self-determination theory approach to psychotherapy: The motivational basis for effective change. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 49(3), 186-193. <https://doi.org/10.1037/a0012753>
- Ryan, R. M., Williams, G. C., Patrick, H., & Deci, E. L. (2009). Self-determination theory and physical activity: The dynamics of motivation in development and wellness. *Hellenic Journal of Psychology*, 6(2), 107–124.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2011). A self-determination theory perspective on social, institutional, cultural, and economic supports for autonomy and their importance for well-being. In V. I. Chirkov, R. M. Ryan & K. M. Sheldon (Eds.), *In human autonomy in cross-cultural context* (pp. 45-64). Springer.
- Ryan, T. ve Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Publications.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>
- Saputri, R. A. M. ve Yumarni, T. (2021). Social media addiction and mental health among university students during the COVID-19 pandemic in Indonesia. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00582-3>
- Satici, S. A. (2018). Facebook addiction and subjective well-being: a study of the mediating role of shyness and loneliness. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 41–55. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9862-8>

- Satici, B., Saricali, M., Satici, S. A. ve Çapan, B. E. (2014). Social competence and psychological vulnerability as predictors of Facebook addiction. *Studia Psychologica*, 56(4), 301.
- Saunders, P. L. (2012). *Shyness Online: The Experience and Treatment of Shyness in an Online Environment* (Doctoral dissertation). RMIT University, Melbourne.
- Saunders, P. L. ve Chester, A. (2008). Shyness and the internet: Social problem or panacea? *Computers in Human Behavior*, 24(6), 2649–2658. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.03.005>
- Saville, P. (1978). *A critical analysis of Cattell's model of personality* (Doctoral dissertation). Brunel University, London.
- Schultz, D. P. ve Schultz, S. E. (2009). *Modern psikoloji tarihi* (Y. Aslay, Çev). Kaknüs.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402–407. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.10.009>
- Shaw, M. ve Black, D. W. (2008). Internet addiction: Definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs*, 22(5), 353-365. <https://doi.org/10.2165/00023210-200822050-00001>
- Sheeks, M. S. ve Birchmeier, Z. P. (2007). Shyness, sociability, and the use of computer-mediated communication in relationship development. *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 64–70. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9991>
- Sheldon, P. (2012). Profiling the non-users: Examination of life-position indicators, sensation seeking, shyness, and loneliness among users and non-users of social network sites. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1960–1965. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.016>
- Sheldon, K. M., Abad, N. ve Hinsch, C. (2011). A two-process view of facebook use and relatedness need-satisfaction: disconnection drives use, and connection rewards it. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(4), 766–775. <https://doi.org/10.1037/a0022407>

- Shettar, M., Karkal, R., Kakunje, A., Mendonsa, R. D. ve Chandran, V. M. (2017). Facebook addiction and loneliness in the post-graduate students of a university in southern India. *International Journal of Social Psychiatry*, 63(4), 325–329. <https://doi.org/10.1177/0020764017705895>
- Shneidman, E. S. (1998). *The Suicidal Mind*. Oxford University Press.
- Siah, P. C., Hue, J. Y., Wong, B. Z. R. ve Goh, S. J. (2021). Dark triad and social media addiction among undergraduates: Coping strategy as a mediator. *Contemporary Educational Technology*, 13(4). <https://doi.org/10.30935/cedtech/11104>
- Siddiqui, S. ve Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal Of Computer Applications Technology And Research*, 5(2), 71-75. <http://doi.org/10.7753/IJCATR0502.1006>
- Slotter, E. B. (2010). Using Wiki contributions to induce collaborative learning in a psychology course. *International Journal of Technology in Teaching and Learning*, 6(1), 33-42.
- Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y. ve Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480>
- Sun, H. ve Chen, A. (2010). A pedagogical understanding of the self-determination theory in physical education. *Quest*, 62(4), 364–384. <http://doi.org/10.1080/00336297.2010.10483655>
- Sun, Y. ve Zhang, Y. (2020). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive Behaviors*, 114. <http://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106699>
- Sutikno, T., Handayani, L., Stiawan, D., Riyadi, M. A. ve Subroto, I. M. I. (2016). WhatsApp, Viber and Telegram: Which is the best for instant messaging? *International Journal of Electrical & Computer Engineering*, 6(3). 909-914. <http://doi.org/10.11591/ijece.v6i3.pp909-914>

- Şahin, C. ve Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği- Yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523-53.
- Şahin, C. ve Gününç, S. (Eds.) (2020). *Teknoloji Bağımlılıkları*. Nobel.
- Şimşek, A., Elciyar, K. ve Kizilhan, T. (2019). A comparative study on social media addiction of high school and university students. *Contemporary Educational Technology*, 10(2), 106-119. <https://doi.org/10.30935/cet.554452>
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using multivariate statistics*. Pearson.
- Tang, J. H., Chen, M. C., Yang, C. Y., Chung, T. Y. ve Lee, Y. A. (2016). Personality traits, interpersonal relationships, online social support, and Facebook addiction. *Telematics and Informatics*, 33(1), 102-108. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.003>
- Taprial, V. ve Kanwar, P. (2012). Understanding social media. Bookboon. Ebook
- Tarhan, N. ve Nurmedov, S. (2020). *Bağımlılık*. Timaş.
- T. C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2019). 11. Kalkınma Planı 2019-2023. [www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/11/ON\\_BIRINCI\\_KALKINMA-PLANI\\_2019-2023.pdf](http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/11/ON_BIRINCI_KALKINMA-PLANI_2019-2023.pdf)
- Terry, M. (2009). Twittering healthcare: Social media and medicine. *Telemedicine and e-Health*, 15(6), 507–510. <https://doi.org/10.1089/tmj.2009.9955>
- Teyfur, M., Akpunar, B., Safalı, S. ve Ercengiz, M. (2017). Eğitim fakültesi öğrencilerin akademik erteleme davranışları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Turkish Studies*, 12(33). 625-640.
- Thomas, L., Orme, E. ve Kerrigan, F. (2019). Student loneliness: The role of social media through life transitions. *Computers & Education*. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103754>
- Thoms, B. (2012). Student perceptions of microblogging: Integrating Twitter with blogging to support learning and interaction. *Journal of Information Technology Education: Innovations in Practice*, 11, 179-197.

- Tikkanen, H., Hietanen, J., Henttonen, T. ve Rokka, J. (2009). Exploring virtual worlds: success factors in virtual world marketing. *Management Decision*, 47(8), 1357–1381. <https://doi.org/10.1108/00251740910984596>
- Treadaway, C. ve Smith, M. (2012). *Facebook marketing: An hour a day*. John Wiley & Sons.
- Triandis, H. C. (2001). Individualism-collectivism and personality. *Journal of Personality*, 69(6), 907–924. [https://doi.org/10.1111/1467-6494.696169\\_07-924](https://doi.org/10.1111/1467-6494.696169_07-924).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020). *Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679)
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021). *Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437)
- Tunç-Aksan, A. ve Akbay, S. E. (2019). Smartphone addiction, fear of missing out, and perceived competence as predictors of social media addiction of adolescents. *European Journal of Educational Research*, 8(2), 559-566. <https://doi.org/10.12973/eu-ier.8.2.559>
- Tura, S. M. (2010). *Freud'dan Lacan'a Psikanaliz*. Kanat Kitap.
- Turner, S. M., Beidel, D. C. ve Townsley, R. M. (1990). Social phobia: Relationship to shyness. *Behaviour Research and Therapy*, 28(6), 497–505. [https://doi.org/10.1016/0005-7967\(90\)90136-7](https://doi.org/10.1016/0005-7967(90)90136-7)
- Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing In A Web 2.0 World: Social Media Marketing In A Web 2.0 World*. Greenwood Publishing Group.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Umoren, O. A. ve Ukafia, D. S. (2018). Role of communication competence and self-esteem in predicting Facebook addiction among University of Uyo students. *International Journal of Social Sciences*, 12(4).

- Van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S. ve Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- Valenzuela, S., Halpern, D. ve Katz, J. E. (2014). Social network sites, marriage well-being and divorce: Survey and state-level evidence from the United States. *Computers in Human Behavior*, 36, 94-101. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.034>
- Vernuccio, M. (2014). Communicating corporate brands through social media. *International Journal of Business Communication*, 51(3), 211–233. <https://doi.org/10.1177/2329488414525400>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. ve Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wang, X. ve Li, Y. (2012, August). Relatedness need and users' satisfaction with social network sites: A self-determinant perspective. In *Seventh International Conference on Digital Information Management (ICDIM 2012)* (pp. 309-312). IEEE
- Wang, J. L., Jackson, L. A., Zhang, D. J. ve Su, Z. Q. (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese university students' uses of social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2313-2319. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.001>
- Wang, C. W., Ho, R. T., Chan, C. L. ve Tse, S. (2015). Exploring personality characteristics of Chinese adolescents with internet-related addictive behaviors: Trait differences for gaming addiction and social networking addiction. *Addictive behaviors*, 42, 32-35. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.10.039>
- Wang, C. K. J., Liu, W. C., Kee, Y. H. ve Chian, L. K. (2019). Competence, autonomy, and relatedness in the classroom: understanding students' motivational processes using the self-determination theory. *Heliyon*, 5(7). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01983>



- Ward, C. C. ve Tracey, T. J. G. (2004). Relation of shyness with aspects of online relationship involvement. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(5), 611–623. <https://doi.org/10.1177/0265407504045890>
- Wang, W., Wang, M., Hu, Q., Wang, P., Lei, L. ve Jiang, S. (2020). Upward social comparison on mobile social media and depression: The mediating role of envy and the moderating role of marital quality. *Journal Of Affective Disorders*, 270, 143-149. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.03.173>
- We Are Social (2020). *Global Dijital Raporu*. <https://wearesocial.com/us/blog/2020/01/digital-2020-us/>
- We Are Social (2021). *Global Dijital Raporu*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>
- Whiting, A. ve Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. doi:10.1108/qmr-06-2013-f0041
- Wolniczak, I., Cáceres-DelAguila, J. A., Palma-Ardiles, G., Arroyo, K. J., Solís-Visscher, R., Paredes-Yauri, S. ve Bernabe-Ortiz, A. (2013). Association between Facebook dependence and poor sleep quality: A study in a sample of undergraduate students in Peru. *Plos One*, 8(3), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0059087>
- Yayman, E. ve Bilgin, O. (2020). Relationship between social media addiction, game addiction and family functions. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 9(4), 979-986. <https://doi.org/10.11591/ijere.v9i4.20680>
- Yazgan-İnanç, B. ve Yerlikaya, E. E. (2012). *Kişilik kuramları*. Pegem Akademi.
- Yıldız, A. ve Demir, F. M. (2016). Üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım amaçlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi örneği. *Mugla Sıtkı Kocman University Journal of Social Sciences*, 37.
- Yıldız, E. ve Koçak, O. (2020). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve algılanan sosyal destek arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(3), 1102-1126.



- Young, K. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology and Behaviour*, 3, 237-244.  
<https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- Young, K., Pistner, M., O'mara, J. ve Buchanan, J. (1999). Cyber disorders: The mental health concern for the new millennium. *Cyberpsychology & Behavior*, 2(5), 475-479.  
<https://doi.org/10.1089/cpb.1999.2.475>
- Yousaf, A., Adil, A., Hamza, A., Ghayas, S., Niazi, S. ve Khan, A. (2021). Relationship between attachment styles and social media addiction among young adults: Mediating role of self-esteem. *ISRA Med*, 13, 48-51.
- Yu, L., Cao, X., Liu, Z. ve Wang, J. (2018). Excessive social media use at work. *Information Technology & People*. <https://doi.org/10.1108/itp-10-2016-0237>
- Yüksel, G. (2002). Üniversite öğrencilerinin utangaçlık düzeylerini etkileyen faktörler. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(3), 37-57.
- Zarnaghash, M. ve Samani, S. (2010). Study of the effect of family patterns style on shyness in Iranian students. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 5, 2304-2308.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.454>
- Zell, A. L. ve Moeller, L. (2018). Are you happy for me ... on Facebook? The potential importance of "likes" and comments. *Computers in Human Behavior*, 78, 26-33.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.050>
- Zhu, Y. Q. ve Chen, H. G. (2015). Social media and human need satisfaction: Implications for social media marketing. *Business Horizons*, 58(3), 335-345.  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.01.006>
- Zimbardo, P. (1977). *Shyness: What it is, what to do about it*. Addison-Wesley.
- Zimbardo, P. G. (1986). The Stanford shyness project. *Shyness*, 17-25. [https://doi.org/10.1007/978-1-4899-0525-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-1-4899-0525-3_2)
- Zivnuska, S., Carlson, J. R., Carlson, D. S., Harris, R. B. ve Harris, K. J. (2019). Social media addiction and social media reactions: The implications for job

performance. *The Journal of Social Psychology*, 159(6), 746-760.

<https://doi.org/10.1080/00224545.2019.1578725>

Zolkepli, I. A. ve Kamarulzaman, Y. (2015). Social media adoption: The role of media needs and innovation characteristics. *Computers in Human Behavior*, 43, 189-209.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.050>

Zou, Z., Wang, H., Uquillas, F. D. O., Wang, X., Ding, J. ve Chen, H. (2017). Definition of substance and non-substance addiction. *Substance and Non-substance Addiction*,

21-41. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-5562-1\\_2](https://doi.org/10.1007/978-981-10-5562-1_2)

## EK-A: Ölçeklerin Kullanım İzinleri

### EK-A1. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği- Yetişkin Formu Kullanım İzni



**Cengiz ŞAHİN**

Alıcı: ben

Seçil Erdem merhaba,

Geliştirdiğimiz ölçekleri çalışmalarınızda kullanabilirsiniz. Meliha Hocam'a selamlarımı iletin. Kolaylıklar dilerim.

Cengiz Şahin

\*\*\*

Prof.Dr. Cengiz ŞAHİN  
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü  
Yenimahalle/Ankara

Prof.Dr. Cengiz ŞAHİN  
Ankara Hacı Bayram Veli University  
Faculty of Arts, Department of Psychology  
Yenimahalle/Ankara/Turkey

6 Ek



### EK-A2. İhtiyaç Doyumu Ölçeği Kullanım İzni



**Zeynep Çankaya**

Alıcı: ben

Merhaba Seçil,

Meliha Hocama çok selamlarımı ilet lütfen.

Ölçek ekte

Kolaylıklar dilerim.

\*\*\*

Doç.Dr.Zeynep ÇİHANGİR ÇANKAYA  
EGE ÜNİVERSİTESİ  
PDR ABD



## EK-A3. Utangaçlık Ölçeği Kullanım İzni



Abide güngör

Alıcı: ben

Merhaba Seçil Çalışmamızda "Utangaçlık Ölçeği"ni kullanabilirsiniz. Ölçeğe ve gerekli bilgilere PDR dergisi 2001 Mart sayısından ulaşabilirsiniz. Başarılar dilerim, iyi çalışmalar.

Prof.Dr. Abide Güngör Aytar

...

--

Prof. Dr. Abide GÜNGÖR AY TAR

Gazi Eğitim Fakültesi

Çocuk Gelişimi ve Eğitimi A.B.D.

**EK-B: Gönüllü Katılım Formu**

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Bölümü Psikolojik Danışma ve Rehberlik Programında Doç. Dr. Meliha TUZGÖL-DOST danışmanlığında yürütülen bir yüksek lisans tezi çalışmasıdır. Araştırmanın amacı, sosyal medya bağımlılığını etkileyen faktörlerin belirlenmesi; sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçların doyumu ve utangaçlık arasındaki ilişkilerin incelenmesidir. Ayrıca üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı düzeyinde cinsiyet ve anne baba eğitim düzeyi açısından farklılık olup olmadığı incelenecektir. Araştırma kapsamında Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, İhtiyaç Doymu Ölçeği ve Utangaçlık Ölçeğini yanıtlamanız beklenmektedir. İlgili araştırmanın uygulaması için Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonu'ndan gerekli izinler alınmıştır.

Araştırma, ölçek seti uygulamasını içermektedir. Ölçekleri cevaplandırmak yaklaşık olarak 10-15 dakika sürmektedir ancak bu konuda herhangi bir süre sınırlandırması bulunmamaktadır. Araştırmaya katılımda gönüllülük esastır. Bu nedenle araştırmaya katılmamayı ya da araştırma başladıktan sonra istediğiniz an ayrılmayı tercih edebilirsiniz. Bu durum size hiçbir yükümlülük getirmemektedir. Araştırmadan ayrılmamız halinde çevrimiçi olarak yanıtladığınız ölçekler çalışmaya dahil edilmeyecektir. Araştırmaya katılmayı onaylamadan önce aklınıza takılan herhangi bir soru olursa ya da araştırmanın sonuçları hakkında detaylı bilgi almak isterseniz aşağıda yer almakta olan iletişim kanallarını kullanarak yardımcı araştırmacıya ulaşabilirsiniz. Ölçeklerde yer alan maddelerin doğru ya da yanlış cevabı bulunmamaktadır bu nedenle elde edilen bilgilerin sağlıklı olabilmesi için ölçekleri dürüst şekilde yanıtlamanız oldukça önemlidir. Ölçeklere verilen yanıtlar gizli tutulacak ve kimlik bilgileri olmaksızın yalnızca araştırmacılar tarafından değerlendirilecektir. Elde edilen bilgiler yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Bu çalışmaya zaman ayırdığınız ve katkılarınız için çok teşekkür ederiz.

Yüksek lisans tezi olarak Psk. Dan. Seçil Erdem tarafından Doç. Dr. Meliha TUZGÖL-DOST danışmanlığında yürütülen araştırmaya dair yukarıda yer alan bilgileri dikkatli biçimde okudum. Araştırmaya katılmam durumunda ilgili bilgilerimin gizliliğinin sağlanacağına ve yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacağına inanıyorum.

Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum.

Evet ( )

Hayır ( )

**Sorumlu Araştırmacı:**

Doç. Dr. Meliha TUZGÖL-DOST

Hacettepe Üniversitesi/ Eğitim Bilimleri

Bölümü, Beytepe

Kampüsü/Çankaya/Ankara

Tel: [REDACTED]

E-posta: [REDACTED]

**Yardımcı Araştırmacı:**

Psk. Dan. Seçil Erdem

Tel: [REDACTED]

E-posta: [REDACTED]

## EK-C. Örnek Ölçek Maddeleri

### EK-C1. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği- Yetişkin Formu Örnek Maddeler

**Yönerge:** Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine X işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

- 1: Bana Hiç Uygun Değil      2: Bana Uygun Değil      3: Kararsızım  
 4: Bana Uygun      5: Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	1	2	3	4	5
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	1	2	3	4	5
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	1	2	3	4	5
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	1	2	3	4	5

**EK-C2. İhtiyaç Doyumu Ölçeği Örnek Maddeler**

**Yönerge:** Aşağıda bireylerin ihtiyaçlarını doyurma biçimlerine dair ifadelere yer verilmiştir.

Lütfen her bir maddeyi okuduktan sonra, ifadelerin size uygunluk derecesini belirtiniz.

Hiç Biraz Çok  
 Doğru Değil Doğru Doğru  
 1 ----- 2 ----- 3 ----- 4 ----- 5 ----- 6 ----- 7

5	Tanıdığım insanlar yaptığım şeylerde iyi olduğumu söylerler.	1	2	3	4	5	6	7
8	Görüş ve düşüncelerimi ifade etmede genellikle kendimi özgür hissederim.	1	2	3	4	5	6	7
13	Çoğu zaman, yaptıklarımın dolaylı başarı duygusunu hissederim.	1	2	3	4	5	6	7
14	Günlük yaşamımda etkileşimde bulunduğum insanlar duygularımı dikkate alırlar.	1	2	3	4	5	6	7
16	Yakın olduğum çok fazla insan yok.	1	2	3	4	5	6	7
17	Günlük yaşamımda kendi benliğimi ortaya koyabildiğimi hissediyorum.	1	2	3	4	5	6	7



### EK-C3. Utangaçlık Ölçeği Örnek Maddeler

**Yönerge:** Aşağıda yer alan ifadelerden her biri için beşli derecelendirmeyi kullanarak sizi en çok tanımlayanı belirtiniz.

1: Bana Hiç Uygun Değil      2: Bana Uygun Değil      3: Kararsızım

4: Bana Uygun                      5: Bana Çok Uygun

1	İyi tanımadığım kişilerle birlikteyken kendimi tedirgin hissedirim.	1	2	3	4	5
4	Arkadaş toplantıları ve diğer sosyal etkinliklerde genellikle rahat değilimdir.	1	2	3	4	5
7	Yeni tanıştığım insanlara doğal davranmakta güçlük çekerim.	1	2	3	4	5
14	Topluluk önünde konuşmakta güçlük çekerim	1	2	3	4	5
19	Başkalarına duygularımı açıklamakta güçlük çekerim	1	2	3	4	5
20	Birisine ödünç verdiğim bir şeyi geri istemekten çekinirim	1	2	3	4	5

**EK-C4. Kişisel Bilgi Formu**

Değerli Katılımcı,

Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını incelemektir. Lütfen ölçme araçlarında yer alan soruları okuyarak sizin için en uygun olan yanıtı işaretleyiniz. Soruların doğru ya da yanlış yanıtı bulunmamaktadır bu nedenle içten ve dürüst yanıtlar vermeniz çalışmadan sağlıklı sonuçlar elde edilebilmesi için oldukça önemlidir. Vermiş olduğunuz yanıtlar gizli tutulacak ve yalnızca bilimsel amaçla kullanılacaktır. Lütfen ölçek maddelerini eksiksiz şekilde doldurunuz.

Bu çalışmaya ilgi gösterdiğiniz ve zaman ayırdığınız için çok teşekkür ederim.

Psk. Dan. Seçil Erdem

Hacettepe Üniversitesi

Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Öğrencisi

1. Cinsiyetiniz: ( ) K ( ) E
2. Yaşınız:
3. Üniversiteniz:
4. Sınıfınız: ( ) Hazırlık  
( ) 1  
( ) 2  
( ) 3  
( ) 4  
( ) 4+
5. Annenizin eğitim düzeyi: ( ) Okur yazar değil ( ) Okur yazar

- ( ) İlkokul mezunu ( ) Ortaokul mezunu  
( ) Lise mezunu ( ) Önlisans mezunu  
( ) Lisans mezunu ( ) Yüksek lisans mezunu  
( ) Doktora mezunu

- 6. Babanızın eğitim düzeyi:** ( ) Okur yazar değil ( ) Okur yazar  
( ) İlkokul mezunu ( ) Ortaokul mezunu  
( ) Lise mezunu ( ) Önlisans mezunu  
( ) Lisans mezunu ( ) Yüksek lisans mezunu  
( ) Doktora mezunu

- 7. Bir günde ortalama olarak kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?**  
( ) 1 saatten az  
( ) 1-3 saat arası  
( ) 3-5 saat arası  
( ) 5-7 saat arası  
( ) 7 saat ve üzeri

- 8. Aşağıda yer alan sosyal medya platformlarından hangilerini kullanıyorsunuz? Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz. Kullandığınız sosyal medya platformu aşağıda yer almıyorsa diğer kutucuğunu seçerek adını yazabilirsiniz.**

- ( ) Facebook ( ) Snapchat  
( ) Twitter ( ) Whatsapp  
( ) Instagram ( ) TikTok  
( ) Youtube ( ) Diğer

**EK-Ç Etik Komisyon Onay Bildirimi**

T.C.  
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Rektörlük



Sayı : E-35853172-300-00001523143  
Konu : Seçil ERDEM (Etik Komisyon İzni)

2.04.2021

**EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

İlgi : 05.03.2021 tarihli ve E-51944218-300-00001483656 sayılı yazı.

Enstitünüz Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı Yüksek Lisans programı öğrencisi **Seçil ERDEM**'in **Doç. Dr. Meliha TUZGÖL DOST** sorumluluğunda yürüttüğü "**Sosyal Medya Bağımlılığının Yordayıcıları Olarak Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Utangaçlık**" başlıklı tez çalışması Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun **23 Mart 2021** tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini saygılarımla rica ederim.

e-imzalıdır  
Prof. Dr. Vural GÖKMEN  
Rektör Yardımcısı

**Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.**

Belge Doğrulama Kodu: 0BE9F074-59FD-42B1-BA76-0A05B99A1CAB

Belge Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/hu-ebys>

Adres: Hacettepe Üniversitesi Rektörlük 06100 Sıhhiye-Ankara

Bilgi için: Sevda TOPAL

E-posta: [cyazimd@hacettepe.edu.tr](mailto:cyazimd@hacettepe.edu.tr) İnternet Adresi: [www.hacettepe.edu.tr](http://www.hacettepe.edu.tr) Elektronik

Bilgisayar İşletmeni

Ağ: [www.hacettepe.edu.tr](http://www.hacettepe.edu.tr)

Telefon: 03123051008

Telefon: 0 (312) 305 3001-3002 Faks: 0 (312) 311 9992

Kep: [hacettepeuniversitesi@hs01.kep.tr](mailto:hacettepeuniversitesi@hs01.kep.tr)



**EK-D: Etik Beyanı**

Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- \* tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- \* görsel, işitsel ve yazılı bütün bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- \* başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- \* atıfta bulunduğum eserlerin bütününe kaynak olarak gösterdiğimi,
- \* kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- \* bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

...../...../.....

(İmza)

Seçil ERDEM

**EK-E: Yüksek Lisans Tez Çalışması Orijinallik Raporu**

27/06/2022

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ  
Eğitim Bilimleri Enstitüsü  
Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Başkanlığına,

Tez Başlığı: Sosyal Medya Bağımlılığının Yordayıcıları Olarak Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Utangaçlık

Yukarıda başlığı verilen tez çalışmamın tamamı (kapak sayfası, özetler, ana bölümler, kaynakça) aşağıdaki filtreler kullanılarak **Turnitin** adlı intihal programı aracılığı ile kontrol edilmiştir. Kontrol sonucunda aşağıdaki veriler elde edilmiştir:

Rapor Tarihi	Sayfa Sayısı	Karakter Sayısı	Savunma Tarihi	Benzerlik Oranı	Gönderim Numarası
27/06/2022	104	179.414	03/06/2022	%7	1863824662

Uygulanan filtreler:

1. Kaynaklar hariç
2. Alıntılar dâhil
3. 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarını inceledim ve çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan eder, gereğini saygılarımla arz ederim.

**Ad Soyadı:** SEÇİL ERDEM

**Öğrenci No.:** N19131552

**Ana Bilim Dalı:** EĞİTİM BİLİMLERİ

İmza

**Programı:** REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK

**Statüsü:**  Y.Lisans  Doktora  Bütünleşik Dr.

**DANIŞMAN ONAYI**

UYGUNDUR.

Doç. Dr. Meliha TUZGÖL DOST

## EK-F: Thesis/Dissertation Originality Report

27/06/2022

HACETTEPE UNIVERSITY  
Graduate School of Educational Sciences  
To The Department of Institute of Education Sciences

Thesis Title: Basic Psychological Needs and Shyness As Predictors Of Social Media Addiction

...

The whole thesis that includes the *title page, introduction, main chapters, conclusions and bibliography section* is checked by using **Turnitin** plagiarism detection software take into the consideration requested filtering options. According to the originality report obtained data are as below.

Time Submitted	Page Count	Character Count	Date of Thesis Defense	Similarity Index	Submission ID
27/06/2022	104	179.414	03/06/2022	%7	1863824662

Filtering options applied:

1. Bibliography excluded
2. Quotes included
3. Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Educational Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

I respectfully submit this for approval.

**Name Lastname:** SEÇİL ERDEM

**Student No.:** N19131552

**Department:** EDUCATIONAL SCIENCES

**Program:** GUIDANCE AND PSYCHOLOGICAL COUNSELING

**Status:**  Masters  Ph.D.  Integrated Ph.D.

Signature

### ADVISOR APPROVAL

APPROVED

Doç. Dr. Meliha TUZGÖL DOST

## EK-G: Yayınlama ve Fikrî Mülkiyet Hakları Beyanı

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan "**Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge**" kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü/Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihinden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. <sup>(1)</sup>
- Enstitü/Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihinden itibaren ... ay ertelenmiştir. <sup>(2)</sup>
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. <sup>(3)</sup>

..... / ..... / .....

(imza)

Seçil ERDEM

"Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge"

- (1) Madde 6.1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezinerişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
  - (2) Madde 6.2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internette paylaşılması durumunda 3 şahıslara veya kurumlara haksız kazanç; imkânı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
  - (3) Madde 7.1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir\*. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.
- Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir
- \*Tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.



