

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Psikoloji Anabilim Dalı
Bağımlılık Psikolojisi Bilim Dalı

**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYİ İLE TEMEL
PSİKOLOJİK İHTİYAÇLAR ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ
ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

İlhan BOZKURT

Danışman
Doç.Dr. Nurhan FİSTİKCI

İstanbul – 2021

TEZ TANITIM FORMU

Yazarın Adı Soyadı : İlhan BOZKURT

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ile Temel Psikolojik İhtiyaçlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : Psikoloji

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 08.03.2021

Sayfa Sayısı : 107

Tez Danışmanları : Doç.Dr. Nurhan FISTIKCI

Dizin Terimleri : Sosyal Medya Bağımlılığı, Temel İhtiyaçlar, Psikolojik İhtiyaçlar, Bağımlılık, İnternet Bağımlılığı, Davranışsal Bağımlılık.

Türkçe Özet : Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile temel psikolojik ihtiyaçları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaçla, bir devlet üniversitesinde eğitim gören 178 erkek ve 330 kadın öğrenci örneklem olarak seçilmiştir.

Dağıtım Listesi : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İlhan BOZKURT

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Psikoloji Anabilim Dalı
Bağımlılık Psikolojisi Bilim Dalı

**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYİ İLE TEMEL
PSİKOLOJİK İHTİYAÇLAR ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ
ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

İlhan BOZKURT

Danışman
Doç.Dr. Nurhan FİSTİKCI

İstanbul - 2021

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının ederlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

İlhan BOZKURT

... / ... / 2021



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlhan BOZKURT'un "Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ile Temel Psikolojik İhtiyaçlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma" adlı tez çalışması, jürimiz tarafından PSİKOLOJİ anabilim dalı, BAĞIMLILIK PSİKOLOJİSİ bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan _____

Doç.Dr. Nurhan FİSTİKCI
(Danışman)

Üye _____

Dr. Öğr. Üyesi Hanife YILMAZ ÇENGEL

Üye _____

Dr. Öğr. Üyesi Fatih BAL

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

... / ... / 2021

Prof.Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

İnternet kullanım istatistiklerine göre; dünya genelindeki internet kullanıcılarının sayısı her geçen gün hızla artmaktadır. Çoğunluğunu Y ve Z kuşağı olarak tanımlanan genç nüfusun oluşturduğu internet kullanıcılarının, yarısından fazlası aynı zamanda bir sosyal medya hesabı da kullanmaktadır. Kişilerin sosyal medya kullanımları, sağlıklı veya bağımlılık derecesinde olabilmektedir. Sosyal medya uygulamalarının kullanımında son on yılda meydana gelen hızlı artış, bu uygulamaların bağımlılığa yol açmasına yönelik endişeleri de beraberinde getirmiştir. Literatürde, sorunlu internet kullanımlarından biri olarak kabul edilen sosyal medya bağımlılığı; “Sosyal medyaya karşı aşırı düşkün olmak, sosyal medyayı kullanmak için güçlü bir istek duymak veya kontrol edilemeyen güçlü bir motivasyonla sosyal medyada oturma açmak ve kişinin bu aktiviteye harcadığı zamanın onun diğer sosyal faaliyetlerini, çalışma hayatını, kişilerarası ilişkilerini bozması” olarak tanımlanmaktadır. Kişinin sosyal medyayı sağlıklı ya da bağımlılık derecesinde kullanıp kullanmadığı konusundaki konumu, onun sosyal medya kullanımıyla karşılamaya çalıştığı ihtiyaçlara ve sosyal medyanın bu ihtiyaçlarını nasıl karşıladığına göre değişmektedir. Bu nedenle, insanları sosyal medyaya aşırı düşkün olmaya iten güdü ve psikolojik doyumun ne olduğu konusu araştırmacıların dikkatini çekmiştir.

Bu araştırmada, internet kullanım oranının yüksek olduğu yaş grubunda yer alan üniversite öğrencilerinin, sosyal medya bağımlılık düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma verilerinin toplanması için üniversitede lisans eğitimi gören 178’i erkek ve 330’u kadın olmak üzere toplam 508 öğrenci örneklem olarak seçilmiştir. Araştırma örnekleminde, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile birincil veriler toplanmıştır. “Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-Yetişkin Formu”, “Üniversite Öğrencileri Temel İhtiyaçlar Ölçeği” ve “Kişisel Bilgi Formu” ile elde edilen veriler SPSS 22.0 programıyla analiz edilmiştir.

Araştırmada sosyal medya bağımlılığı; sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutları ile birlikte ele alınmıştır. Araştırma sonucuna göre, üniversite öğrencilerinin %17,9’unun sosyal medya bağımlılığı yüksek düzeyde bulunmuştur. Tüm katılımcıların sosyal medya bağımlılığının derecesi ise orta düzeyde (2.84)

bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığının sanal iletişim alt boyutu, sanal tolerans alt boyutuna kıyasla daha yüksek ortalamaya sahip değişken olmuştur. Üniversite öğrencileri, sosyal medyaya giriş için çoğunlukla taşınabilir cihazları kullanmaktadır. Öğrencilerin sosyal medyayı günlük kullanım sürelerine bakıldığında; %48'inin günde 1-3 saat aralığında, %36'sının günde 4-6 saat aralığında ve %8,7'sinin günde 7 saat ve üstünde sosyal medya kullandıkları görülmektedir. Sosyal medya kullanımları büyük çoğunlukla akşam ve gece saatlerindedir. COVID-19 sürecinde öğrencilerin %83'ünün sosyal medya kullanım sürelerinde önemli artış yaşanmış ve bu durum bağımlılık düzeylerinde de artışa neden olmuştur. Sosyal medya bağımlılığı; cinsiyet, yaş, kardeş sayısı, eğitim alınan sınıf düzeyi, sosyal medyanın gün içindeki kullanım zamanı, günlük kullanım süresi, ne kadar zamandır kullanıldığı ve COVID-19 sürecine göre farklılaşmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık oranlarıyla ilgili elde edilen bu veriler, onların yardım müdahalesine ihtiyaç duyduklarına işaret etmektedir.

Araştırmanın bağımsız değişkeni olan temel psikolojik ihtiyaçlar; sevgi-ait olma, eğlence, güç ve özgürlük olmak üzere dört boyutta ele alınmıştır. Üniversite öğrencileri, genel olarak psikolojik ihtiyaçlarının yeterince karşılandığını düşünmektedir. En yüksek oranda karşılanan psikolojik ihtiyaç; sevgi-ait olma ihtiyacı iken en düşük oranda karşılanan psikolojik ihtiyaç güç ve özgürlük ihtiyacı olmuştur. Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi; ailenin aylık toplam geliri, öğrencilerin aylık harcanabilir geliri (harçlık vb.), yaş, kardeş sayısı, kardeşler arasındaki yaş sırası, eğitim alınan sınıf, sosyal medyanın gün içindeki kullanım zamanı ve günlük kullanım süresine göre farklılaşmaktadır.

Araştırmanın ana konusu olan sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasındaki ilişkiye bakıldığında, bu iki değişken arasında negatif yönlü ve düşük dereceli bir ilişki olduğu görülmektedir. Bazı temel psikolojik ihtiyaçların yeterince karşılanması sosyal medya bağımlılığını azaltırken, yeterince karşılanmaması ise artırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Bağımlılığı, Davranışsal Bağımlılık, İnternet Bağımlılığı, Bağımlılık, Problemlerle İnternet Kullanımı, Psikolojik İhtiyaçlar, Temel Psikolojik İhtiyaçlar, Temel İhtiyaçlar.

SUMMARY

According to internet usage statistics; the number of internet users around the world is increasing day by day. More than half of the internet users, most of whom are young population defined as Generation Y and Z, also use a social media account. The majority of these are internet users, whose young population is defined as Generation Y and Z. More than half of these users also use a social media account. People's use of social media can be healthy or in addiction level. The rapid increase in the use of social media applications in the last decade has brought concerns about these applications causing addiction. In the literature, social media addiction considered as one of the problematic internet use, is defined as being overly fond of social media, having a strong desire to use social media, or a desire to log on social media with an uncontrollable strong motivation. In the same breath, the time that a person spends on this activity is defined as disrupting his other social activities, working life, and interpersonal relationships. The position of the person on whether he uses social media in a healthy or addictive manner depends on the needs he tries to meet with his social media use and how social media meets these needs. For this reason, the motivation and psychological satisfaction that drives people to be overly addicted to social media draws the attention of researchers.

In this study, the relationship between the social media addiction level of university students in the age group with a high rate of internet use and the level of meeting their basic psychological needs was examined. In order to collect research data, a total of 508 undergraduate students (178 boys and 330 girls) studying at the university were selected as the sample. Primary data were collected from the research sample using the survey technique, one of the quantitative research methods. The data obtained with "Social Media Addiction Scale-Adult Form", "University Students Basic Needs Scale" and "Personal Information Form" were analyzed with SPSS 22.0 program.

In research, social media addiction is discussed together with its virtual tolerance and virtual communication sub-dimensions. According to the results of the research, it was found that 17.9% of the university students are social media addicts. The social media addiction level of all participants was found to be medium (2.84). The virtual communication sub-dimension of social media addiction was the variable

with a higher average compared to the virtual tolerance sub-dimension. University students mostly use portable devices to access social media. Looking at the students' daily use of social media; it is seen that 48% of them use social media between 1-3 hours a day, 36% between 4-6 hours a day, and 8.7% use social media for 7 hours or more a day. Their social media usage is mostly in the evening and at night. During the COVID-19 process, 83% of the students experienced a significant increase in their social media usage time and this caused an increase in their addiction level. Social media addiction differ according to gender, age, number of siblings, class level of education, time of daily use of social media, duration of daily use, and the duration of COVID-19 process. These data on the social media addiction rates of university students indicate that they need aid intervention.

The basic psychological needs which are the independent variables of the research have been handled in four dimensions: love-belonging, fun, power and freedom. University students generally think that their psychological needs are adequately met. While the psychological need met at the highest rate was the need for love and belonging, the least met psychological need was the need for power and freedom. The level of meeting basic psychological needs varies according to the monthly total income of the family, the monthly disposable income of the students (pocket money, etc.), age, number of siblings, age order among the siblings, class of education, time of day use of social media and daily usage time.

Considering the relationship between social media addiction, which is the main subject of the study, and the level of satisfaction of basic psychological needs, it is seen that there is a negative and low-grade relationship between these two variables. While meeting some basic psychological needs sufficiently decreases social media addiction, not meeting them enough increases social media addiction.

Key Words: Social Media Addiction, Behavioural Addictions, Internet Addiction, Addiction, Problematic Internet Use, Psychological Needs, Basic Psychological Needs, Basic Needs.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	v
KISALTMALAR.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	viii
EKLER LİSTESİ.....	x
ÖN SÖZ.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TEZİN AMACI

1.1 Tezin Amacı.....	9
1.2 Araştırmanın Önemi.....	9
1.3 Araştırmanın Problemi.....	10
1.4 Araştırmanın Alt Problemleri.....	10
1.5 Araştırmanın Varsayımları.....	11
1.6 Araştırmanın Sınırlılıkları.....	11
1.7 Tanımlar.....	11

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Bağımlılık Kavramı.....	13
2.1.1 Davranışsal bağımlılık.....	14
2.1.2 İnternet bağımlılığı.....	15
2.1.3 Sosyal medya bağımlılığı.....	19
2.2 Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi.....	25
2.3 Temel Psikolojik İhtiyaçlar.....	26
2.4 İhtiyaç Kuramları.....	29
2.4.1 Murray'ın ihtiyaç kuramı.....	30
2.4.2 Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramı.....	31
2.4.3 Başarma ihtiyacı kuramı.....	34
2.4.4 Öz-belirleme kuramı.....	35

2.4.5 Seçim kuramı.....	37
2.5 İlgili araştırmalar.....	41

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1 Araştırmanın Modeli.....	44
3.2 Araştırma Evreni ve Örneklemi.....	44
3.3 Veri Toplama Araçları.....	45
3.3.1 Kişisel bilgi formu.....	45
3.3.2 Sosyal medya bağımlılığı ölçeği (SMBÖ-YF).....	45
3.3.3 Üniversite öğrencileri temel ihtiyaçlar ölçeği (ÜÖTİÖ).....	45
3.4 Verilerin Analizi.....	46

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUMLAR

4.1 Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler.....	48
4.2 Değişkenler Arası İlişkisel Analizler.....	51
4.3 Değişkenler Arası Farklılık Analizleri.....	54

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	65
KAYNAKÇA.....	74
EKLER.....	86

KISALTMALAR

COVID-19	:	Yeni Koronavirüs Hastalığı
DSM	:	Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı
SMBÖ-YF	:	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu
OECD	:	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
ÜÖTİÖ	:	Üniversite Öğrencileri Temel İhtiyaçlar Ölçeği
VD.	:	Ve diğerleri



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Üniversite Öğrencilerinin Demografik Özellikleri.....	48
Tablo 2. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri.....	49
Tablo 3. Sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi değişkenlerine yönelik genel eğilimler, güvenilirlik ve normal dağılıma yönelik değerler.....	50
Tablo 4. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Oranı.....	50
Tablo 5. Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyi ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişki.....	51
Tablo 6. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyi Arasındaki Regresyon Analizi.....	52
Tablo 7. Sanal İletişim ile Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyi Arasındaki Regresyon Analizi.....	53
Tablo 8. Sanal Tolerans ile Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyi Arasındaki Regresyon Analizi.....	54
Tablo 9. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyinin Cinsiyet Açısından Farklılığı.....	55
Tablo 10. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyinin Yaş Açısından Farklılığı.....	56
Tablo 11. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyinin Kardeş Sayısı Açısından Farklılığı.....	57
Tablo 12. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyinin Kardeşler Arasındaki Yaş Sırası Açısından Farklılığı.....	57
Tablo 13. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyinin Okunan Sınıf Açısından Farklılığı.....	58
Tablo 14. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyinin Ailenin Toplam Geliri Açısından Farklılığı.....	59
Tablo 15. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyinin Harcanabilir Gelir (burs, harçlık, yevmiye vb.) Açısından Farklılığı.....	59
Tablo 16. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılanma Düzeyinin Sosyal Medya Kullanım Zamanları Açısından Farklılığı.....	60

Tablo 17. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılama Düzeyinin Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi Açısından Farklılığı.....	61
Tablo 18. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılama Düzeyinin Sosyal Medya Kullanım Yılı Açısından Farklılığı.....	62
Tablo 19. Sosyal Medya Bağımlılığının ve Temel Psikolojik İhtiyaçların Karşılama Düzeyinin COVID-19 Sürecinde Sosyal Medya Kullanımındaki Artış Açısından Farklılığı.....	63



EKLER LİSTESİ

- EK-A** : Etik Kurul Onayı
EK-B : Kişisel Bilgi Formu
EK-C : Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu(SMBÖ-YF)
EK-Ç : Üniversite Öğrencileri Temel İhtiyaçlar Ölçeği(ÜÖTİÖ)



ÖN SÖZ

Tez çalışmama başladığım dönemde, tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgınının etkili olduğu bir süreç yaşandı. Birçok yüz yüze ilişkinin kısıtlı hale geldiği bu süreçte, özellikle tezin uygulama kısmında katılımcı sağlanması konusundaki zorluğu aşmamıza yardımcı olan Düzce Üniversitesi öğrencilerine ve hocalarına, bu konuda organizasyonu yapan ve istatistiki veriler konusunda engin bilgilerinden faydalandığım Doç.Dr. Öznur BOZKURT'a ve danışman hocalarıma teşekkür ederim.



İlhan BOZKURT

GİRİŞ

Günümüz dünyasında önemli bir kitle iletişim aracı haline gelen internet teknolojileri, her geçen gün yeni kullanım ve uygulama alanları sunmaktadır. Alışverişten eğlenceye, internet tabanlı eğitimden online terapiye kadar birçok hizmet artık internet üzerinden verilmektedir. İnternet teknolojilerindeki bu hızlı ilerleme, insanların sosyal ilişkilerine de tesir etmiş ve eskiden internet üzerinden kurulan sosyal ilişkiler için tercih edilen e-posta ve anlık online yazışma şeklindeki uygulamalar artık günümüzde çok daha çeşitlenerek adeta sihirli bir çember halini almıştır (Bozkurt, 2013). Her yıl internet kullanım oranları ve davranışları ile ilgili araştırma raporu yayımlayan We Are Social medya ajansının Dijital 2020 raporuna göre: Dünyadaki insan nüfusunun internet kullanımını azımsanamayacak boyutlara ulaşmıştır ve günümüzde insanların %59'u internet kullanmaktadır. 2000'li yıllara kadar nüfus artışı ile paralel şekilde ilerleyen internet kullanım artış oranı, özellikle son on yılda nüfus artış oranının oldukça üzerine çıkmıştır ve bu oran her geçen gün de yükselmektedir. Dünya genelindeki internet kullanıcılarının %63'ü aynı zamanda bir sosyal medya hesabı da kullanmaktadır. Türkiye'deki duruma bakıldığında ise ülke nüfusunun %74'ünün internet kullandığı ve internet kullanıcılarının %81'inin aynı zamanda aktif bir sosyal medya kullanıcısı olduğu, 16-64 yaş arasındaki kullanıcıların günde ortalama 2 saat 55 dakika sosyal medya kullandığı görülmektedir. Ayrıca Türkiye'de son bir yıl içinde internet kullanıcı sayısı 2,4 milyon ve sosyal medya kullanıcı sayısı ise 2,2 milyon artmıştır.

İnternet teknolojilerindeki bu hızlı ilerleme, önemli faydalarının yanı sıra bazı sorunlu kullanımları da beraberinde getirmiştir. İnternet kullanım verilerinden de anlaşıldığı üzere, Türkiye nüfusunun büyük bir bölümü için internet önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir ve insanlar burada geçirdikleri zamanın önemli kısmını sosyal ağlara ayırmaktadır. Aktif sosyal medya kullanıcılarının büyük bir kısmı; Facebook, Instagram, Twitter, Youtube gibi sosyal medya platformlarına mobil cihazlarla her an bağlanabilmekte, boş kaldığı hemen her durumda bu uygulamalara yönelmektedir. Zamanının büyük bir kısmını bu platformlarda geçiren bazı kullanıcılar; sabah ilk iş olarak sosyal medya hesabına girmekte, gün içinde defalarca hesabını kontrol etmekte, sosyal medya platformlarında paylaşım yapmak adına fotoğraf çekmeye ya da paylaşım yapmaya çalışırken tehlikeli girişimlerde

bulunabilmekte, bir uğurumun kenarında veya trafikte tehlikeli hareketler yapabilmekte, hatta bu nedenle hayatını bile kaybedebilmektedir.

İnternet teknolojilerinin kullanımının en yoğun olduğu yaş grubunda bulunan kişiler Y ve Z kuşağı olarak nitelendirilmektedir. İlk kişisel bilgisayarlar sahip olan Y kuşağı genęleri; kendinden emin, bağlantıları g¼cl¼, g¼venilir, hořg¼r¼l¼, çok seyahat etmiş, değişime açık, grup odaklı, y¼ksek eğitimli, teknoloji meraklısı ve bireyci olarak tasvir edilmektedir. Yaşamları boyunca etraflarını saran diğital teknolojiye aşinalıkları nedeniyle bu yaş gurubu “diğital yerliler” olarak da adlandırmaktadır (Krishen vd. 2016). Bu d¼nemde gelişen bireycilik anlayışı, insanların toplumda kendilerini ifade edebilecekleri kişisel araçların kullanılma ihtiyaını da ortaya çıkarmıştır. Y kuşağının teknolojiye olan bağımlılığı iş ve sosyal yaşamlarını şekillendirmektedir. Y kuşağından sonra gelen Z kuşağı ise diğital d¼nyanın tam da içine doğmuştur. Onları kendinden ¼nceki kuşaklardan ayıran en ¼nemli şey, teknolojinin daha ¼nceki d¼nemlerde hiç bu kadar ¼zel yaşamla ili dışlı hale gelmemesidir. Z kuşağı genęleri, g¼n¼m¼zde akıllı telefonlarıyla hemen hemen her yerden s¼rekli olarak sanal d¼nyaya bağlanan, yer bildiriminde bulunan, birbirleriyle sosyal medyadan iletişim kuran bir kuşak haline gelmiştir. İçine doğdukları diğital ortam, kısmen Y kuşağının bir b¼l¼m¼n¼n ve çoğunlukla da Z kuşağının, çok hızlı tempoya sahip bir ortamda b¼y¼melerine neden olmuştur (Taş ve Kaçar, 2019).

İnternet sayfalarının kullanıma sunduğu ilgi uyandırıcı içerikler, genęlerin bu içeriklere seçici olmadan bilinçsizce y¼nelmesiyle sonuçlanabilmektedir (Deniz ve G¼r¼lt¼, 2018). T¼rkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı, (2018) verilerine g¼re, internet kullanıcı oranlarının Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma ¼rg¼t¼ (OECD) ortalamalarına bakıldığında, 2016 yılında 16-24 yaş aralığındaki genęlerde internet kullanım oranının %96, 55-74 yaş aralığında ise %62 olduğu g¼r¼lmektedir. Ayrıca internet kullanım oranları eğitim d¼zeyi arttıa da y¼kselmektedir. Eğitim d¼zeyindeki artışa paralel olarak 16-24 yaş arası genęler arasında ¼niversite ¼ęrencilerinin daha fazla internet kullandıkları ve bu gurubun başta sosyal medya olmak ¼zere internet tabanlı bağımlılıklar için daha riskli grupta yer aldığı g¼r¼lmektedir. ¼rneęin, ilk sosyal medya uygulaması olan Facebook’un kurulduğu 2004 yılından sadece bir yıl sonra, ¼niversite mezunlarının ve ¼niversite

öğrencilerinin %85'inden fazlasının Facebook kullanmaya başladığı tahmin edilmektedir (Wood, Center, Parenteau, 2016).

İnternet bağımlılığı, internetin genel olarak çok fazla kullanılmasından kaynaklanabileceği gibi, sosyal medya gibi spesifik bazı internet uygulamalarının aşırı derecede kullanılmasından da kaynaklanabilmektedir (Deniz ve Gürültü, 2018). Araştırmalar internet bağımlılığının ağırlıklı olarak artan sosyal medya veya oyun faaliyetleriyle bağlantılı olduğunu göstermektedir (Singh, Dixit ve Joshi, 2020). Önemli davranışsal bağımlılardan biri olan sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılan uluslararası araştırmalarda: Bu bağımlılığın gençlerde daha çok görüldüğü, yaşam tatminini düşürücü bir etkisi olduğu, yalnızlık, depresyon, kaygı ve stres ile ilişkili olduğu, bu kişilerin aynı zamanda alkolizm, madde bağımlılığı ve patolojik kumarla ilgili bağımlılık davranışlarını daha fazla sergilediği ifade edilmektedir (Aktan, 2018; Tsai vd., 2009).

ABD ve Avrupa'da nüfusun %1.5'i ile % 8.2'i arasında ve bazı Asya ülkelerinde % 7'ye varan oranlarda internet tabanlı bağımlılıklar olduğu tahmin edilmekte ve bu durum dünyanın birçok yerinde giderek artan bir sağlık sorunu olarak kabul edilmektedir (Wolfling, Beutel, Dreier ve Muller, 2014). Türkiye'de yapılan bazı çalışmalarda da gençlerde internet tabanlı uygulamalara karşı gelişen bağımlılık oranının %1.2 ile %24.2 arasında olduğu, bu sorunun ergenlerde; depresyon, sosyal anksiyete bozukluğu, dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu, patolojik kumar bağımlılığı ve madde kullanım bozukluğu gibi diğer bozukluklarla beraber görüldüğü bildirilmiştir (Hekim vd. 2019). Bu nedenle dünyadaki internet teknolojilerinde meydana gelen göz alıcı gelişmelere paralel olarak, Türkiye'deki gençlerin de sosyal medya kullanım oranlarındaki hızlı artış göz önünde bulundurularak ülkemizdeki gençlerin interneti kullanım amaçlarının belirlenmesi ve kullanımlarının bağımlılık düzeyinde olup olmadığının bilimsel verilerle tespit edilmesi artık önemli bir zorunluluk haline gelmiştir (Çiftçi, 2018).

Bir maddenin kullanımını veya bir davranışı bırakamama ya da kontrol edememe şeklinde tanımlanan bağımlılık kavramı, insanların sadece bir maddeye değil aynı zamanda bir davranışa da bağımlı olabileceğini ifade etmektedir. Geçmişte daha çok alkol, uyuşturucu veya nikotin gibi maddelerle ilişkili olarak kullanılan ve sıklıkla fizyolojik tolerans ve geri çekilme etkileriyle ilişkilendirilen bağımlılık

terimi, günümüzde artık daha geniş bir tanıma ulaşarak madde kullanımı dışındaki bazı tekrarlayıcı davranışlarla ilgili olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenle bağımlılık literatüründe, uyumsuz ve tekrarlayıcı davranışlarla karakterize olan bazı psikiyatrik bozuklukların madde bağımlılığına benzer mekanizmalara sahip olduğu ve bu nedenle de “Davranışsal Bağımlılığı” temsil ettiği şeklindeki anlayış giderek yaygınlaşmaktadır. Çünkü insanlar, sigara, alkol veya madde bağımlılığının yanı sıra; bilgisayar oyunu, televizyon, internet, aşırı yeme, kumar, aşk, seks, pornografi, egzersiz, iş ve alışveriş gibi birçok davranışsal bağımlılıklar da gösterebilmektedirler (Sussman, Lisha ve Griffiths, 2011).

İnternet tabanlı bağımlılıklarla ilgili çeşitli tanım ve kavram karmaşaları mevcuttur. Bu konularda yapılan tartışmalar Amerikan Psikiyatri Birliği'nin Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Sınıflandırma El Kitabının beşinci baskısının (DSM-5) yayımlanmasından önce de gündeme gelmiş ve "İnternet Bağımlılığının" ayrı bir bozukluk olarak DSM-5 metnine dahil edilip edilemeyeceği konusunda tartışmalar yapılmıştır. Bu tartışmaların ardından “İnternet Oyun Oynama Bozukluğu”, kavramı DSM-5'in ana metnine dahil edilmemekle birlikte, ileri düzeyde araştırmalar gerektiren durumların sınıflandırıldığı 3. Bölüme: “Daha fazla araştırılması gereken bir sorun” olarak dahil edilmiştir (Griffiths, King ve Demetrovics, 2014). Ayrıca DSM-4'te madde ile ilişkili bozukluklar başlığı altında toplanan bozukluklar DSM-5'te madde ile ilişkili ve bağımlılık bozuklukları adı altındaki başlıkta toplanmıştır. “Bağımlılık Bozuklukları” olarak yeni oluşturulan bu kategoride, şuan için madde dışı bağımlılıklarla ilgili olarak yalnızca kumar oynama bozukluğu tanımlanmış olmakla birlikte ileriki yıllarda yeni bazı davranışsal bağımlılıkların bu kategoriye eklenebileceği öngörülmektedir (Güleç, Köşger ve Eşsizoglu, 2015).

Literatürde ve DSM-5'te internet oyun oynama bozukluğu konusunda yapılan tartışmalar sırasında dile getirilen; kaygı, geri çekilme semptomları, tolerans, kontrol kaybı, hayatın diğer alanlarına karşı ilgi kaybı, olumsuz etkilerine rağmen aşırı kullanıma devam etme, yalan söyleme, sıkıntılı hissederken kullanma ve sosyal sorunların ortaya çıkması gibi bazı kriterler aslında diğer internet içeriklerine (sosyal ağ hizmetleri, animasyonlar, internetten bahis ve kumar, pornografi vb.) karşı gelişen bağımlılıklar için de geçerlidir. Bu nedenle internet tabanlı bağımlılıkları sadece

internette oyun oynama bağımlılığı ile sınırlamanın internet kullanımıyla ilgili başka davranışsal sorunlar nedeniyle yaşantısında önemli derecede bozulmalar ortaya çıkan birçok vakanın gözden kaçırmasına neden olacağı göz önünde bulundurulmalıdır (Kuss ve Lopez-Fernandez, 2016).

İnternet tabanlı bağımlılıklarla ilgili günümüze kadar halen yeterli resmi bir tanımlama yapılmadığı için literatürde bu konuda çok farklı terimler kullanıldığı ve bu nedenle kavram karmaşasının olduğu görülmektedir (Andreassen ve Pallesen, 2014). İnternet kullanımının kişilerin; sosyal, mesleki, akademik ve kişilerarası uyumları üzerinde olumsuz bazı etkileri olduğu ise herkes tarafından kabul gören bir gerçektir (Tsai vd., 2009). Bu nedenle internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, facebook bağımlılığı gibi çevrimiçi bağımlılıklarla ilgili konularda özellikle son 10 yılda yapılan araştırmalarda ciddi bir artış görülmektedir. Literatürde bu konuda yapılan araştırmalara bakıldığında sorunlu internet kullanımının; siber zorbalık, oyun bağımlılığı, sanal kumar bağımlılığı, pornografi bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı gibi birçok durumla ilişkilendirildiği görülmektedir (Tutgun Ünal, 2015).

Aşırı sosyal medya kullanımının psikolojik, sosyal ve nörobiyolojik temeli nedeniyle son derece bağımlılık yapıcı olduğu bilinmektedir (Singh vd., 2020). İnternet ve sosyal medya bağımlılığı konusunda önemli çalışmalar yapan Andreassen ve Pallesen (2014), sosyal medya bağımlılığını: "Sosyal medyaya karşı aşırı düşkün olmak, sosyal medyada oturum açmak veya sosyal medyayı kullanmak için güçlü bir motivasyonla yönlendirilmek ve kişinin bu aktiviteye harcadığı zamanın onun diğer sosyal faaliyetlerini, çalışma hayatını ve kişilerarası ilişkilerini bozması" olarak tanımlamaktadır. Bu tanımdan da anlaşıldığı üzere, internetin kontrolsüz kullanımı sonucu ortaya çıkan sosyal medya bağımlılığı, kişilerin iş ve aile ilişkilerini bozarak bu alanlarda ciddi çatışmalar yaşanmasına neden olmakta, kişinin ruh sağlığı ve davranışları üzerinde olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. Sosyal medyanın aşırı kullanımı sonucu ortaya çıkan bu bağımlılık türü, internet tabanlı ortaya çıkan davranışsal bağımlılıklardan biri olarak kabul edilmektedir (Aliusta, Akmanlar ve Gökkaya, 2019).

Günümüzde akıllı telefonlar gibi mobil iletişim araçlarıyla internete kolay ve hızlı ulaşım imkanının yaygınlaşmasıyla birlikte bu teknolojilere çabuk uyum sağlayan gençler için sosyal medyaya karşı bağımlılık geliştirme riskinde önemli bir

artış oluşmaya başlamıştır (Skierkowski ve Wood, 2012). Sosyal medya kullanımının dünya ortalamasının oldukça üzerinde olduğu görülen Türkiye’de de gençlerin sosyal medya bağımlılığı riskinin yüksek olduğu görülmektedir. Bir sorunun çözümü için o sorunun nedenlerinin iyi tespit edilmesinin önem arz ettiği gerçeğinden hareket edildiğinde, ülkemizde gençlerin sosyal medya bağımlılığından kurtulmaları veya bu sorunu yaşamamaları için bağımlılığın altında yatan süreçlerle ilgili daha çok araştırmaya ihtiyaç vardır. Ancak, ülkemizde bazı gençlerin sosyal medyaya bağımlılık düzeyindeki yönelimlerinin altında yatan nedenleri araştıran çalışma sayısı oldukça azdır.

İnsan hayatında temel ihtiyaçların karşılanması önemli bir yere sahiptir ve bu ihtiyaçların doyuma ulaştırılma arzusu, davranışların altında yatan en önemli nedenlerden biridir. Kişilerin internete olan tutkusunun sağlıklı ve patolojik olarak bağımlılık yapıcılık arasındaki yerini belirleyen de internet kullanımıyla karşılanan ihtiyaçlar kümesine ve internetin bu ihtiyaçları nasıl karşıladığına göre değişmektedir (Suler, 2009). Medya ve insan ilişkilerini açıklamada uzun yıllardır kullanılmakta olan “Kullanımlar ve Doyumlar Kuramına” göre; insanlar sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını tatmin eden teknolojileri kullanmaya yönelmektedirler. Bu teorinin temel varsayımlarından biri olan, bireylerin medya kullanımının amaçlı ve seçici olduğu düşüncesinden hareket eden bazı araştırmacılar, kişilerin sosyal medyada belirli bir uygulama ve iletişim kanalını seçmesinin nedeninin, o kanalın kişilerin bazı sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılayacağı yönündeki beklentisi olduğunu savunmaktadır (Abbas ve Mesch, 2015).

Sosyal medyaya giren çoğu kişinin bu ortamlarda herhangi maddi bir kazanç elde etmediği halde onları içerik üretmeye iten güdü ve psikolojik doyumun ne olduğu konusu araştırmacıların da dikkatini çekmiştir. Bu araştırmalar sonucunda; her bireyin sosyal medyaya farklı psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için yönelebildiği ve aynı bireylerin farklı psikolojik ihtiyaçlarını karşılanmak için farklı sosyal medya araçları kullanılabildikleri görülmüştür. Örneğin, kişiler eğlence ve sosyal ilişki kurma ihtiyacını karşılamak için Facebook’a yönelirken mevcut sosyal ilişkilerinin devamını sağlamak için ise anlık mesajlaşma programlarına yönelmektedirler (Quan-Haase ve Young, 2010). Kullanıcının sosyal statüsü ve sosyal psikolojik eğilimleri, hangi sosyal medya uygulamasına yöneleceğini

şekillendirmektedir (Lin, 1999). Bu nedenle her sosyal medya uygulamasının kişilerin psikolojik durumlarını aynı derecede etkilemeyeceği ve farklı uygulamaların farklı etkiler oluşturacağı her zaman göz önünde bulundurulmalıdır.

Sosyal medya kullanıcıları; gerek kendi yaptıkları paylaşımlar başkaları tarafından beğenildiğinde, yorum aldığı veya paylaşıldığında, gerekse başkalarının paylaşımlarını beğenerek, paylaşarak veya yorum yaparak duygusal ve davranışsal bazı tepkiler vermekte, böylece psikolojik bir doyum elde etmektedir (Nowland, Necka ve Cacioppo, 2018). Sosyal medyada kurulan bu ilişkiler, çevrimdışı gerçek hayattaki aktif sosyal ilişkilerden çok farklı dinamiklere sahip olmaktadır (Chang, Choi, Bazarova ve Löckenhoff, 2015). Sosyal medya şirketleri de kullanıcılarının hedefe yönelik, aktif ve ihtiyaçlarının farkında olduğu düşüncesinden yola çıkarak, kullanıcılarının temel ihtiyaçlarını karşılamalarına yönelik imkanlar sunmaktadır. Sunulan bu imkanlar, kullanıcıları sanal bir toplumda aidiyet yoluyla en temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik davranışlarda bulunmaya, ilişkiler kurmaya, yetkinlik ve özerklik duygularını ifade etmeye yöneltmektedir. Ticari açıdan başarılı sosyal medya şirketlerinin sırrı da buradan gelmektedir (Krishen, Berezan, Agarwal ve Kachroo, 2016).

Katz, Blumler ve Gurevitch (1974) insanların kitle iletişim araçları vasıtasıyla sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarına doyum sağlamaya çalıştığını ifade etmektedir. William Glasser (1998); insan davranışlarının onda genetik olarak var olan hayatta kalma, güç, özgürlük, ait olma-sevgi ve eğlenme olmak üzere beş temel ihtiyacı karşılamaya yönelik olarak ortaya çıktığını savunmaktadır. Bu beş ihtiyaçtan biri olan hayatta kalma ihtiyacı, fizyolojik ve en temel ihtiyaçken diğer dört ihtiyaç ise psikolojik ihtiyaçlar olarak tanımlanmaktadır. Bu psikolojik ihtiyaçların yeterince karşılanması ruhsal iyilik halini artırırken, yeterince karşılanamaması ise işlevsel olmayan bazı patolojik davranışların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Vansteenkiste ve Ryan, 2013).

İnsanların sosyal medya kullanma motivasyonlarıyla ilgili yapılan araştırmaların ortak tespiti; insanların sosyal medya ortamlarında gösterdikleri tepki ve davranışlarla bu tür psikolojik ihtiyaçlarına doyum sağlamaya çalıştığı şeklindedir. Ancak başlangıçta; mevcut ilişkileri sürdürmek, zaman geçirmek, yeni insanlarla tanışmak, eğlenmek, popüler olmak, kendini ifade etmek, arkadaş edinmek

ve belirli ilgi gruplarına katılmak gibi ihtiyaçları karşılamak amacıyla kullanılmaya başlanan sosyal medya kullanımı bazı kişilerde bir süre sonra kontrolden çıkmaktadır. Kontrolsüz Şekilde gerçekleşen sosyal medya kullanımı ise, kişilerin diğer yaşam görevlerini engelleyecek bir kötüye kullanıma ve dolayısıyla bağımlılığa dönüşebilmektedir (Balakrishnan ve Shamim, 2013; Ryan, Chester, Reece ve Xenos, 2014). Bu nedenle özellikle gençler başta olmak üzere insanların hangi psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için aşırı Şekilde sosyal medyaya yneldiklerinin anlaşılması gerekmektedir.

Literatürde, temel psikolojik ihtiyaçlar ve internetin sorunlu kullanımına ilişkin ayrı ayrı başlıklarda yapılmış bazı araştırmalar olmakla birlikte, sosyal medya bağımlılığı ve bu bağımlılığın altında yatan psikolojik ihtiyaçları birbiriyle ilişkilendirerek inceleyen araştırmaların ise yeterince olmadığı grlmektedir. Bu çalışmada, insanların psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için sosyal medyaya yöneldikleri gerçeğinden hareketle, William Glasser (1985) tarafından tanımlanan dört temel psikolojik ihtiyaç olan; g, özgürlük, ait olma-sevgi ve eğlenme ihtiyaçları çerçevesinde niversite ğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi arasındaki ilişkiye odaklanılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TEZİN AMACI

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu tez çalışmasının amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaçla üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi ölçekler aracılığı ile belirlenerek bu iki değişken arasında ilişki olup olmadığının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bunun dışında araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi de araştırmanın bir diğer amacıdır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Uluslararası internet kullanım istatistikleriyle ilgili veriler Türkiye'deki sosyal medya kullanım oranlarının dünya ortalamasının oldukça üzerinde olduğunu göstermektedir. Özellikle gençlerin yoğun ilgi gösterdiği sosyal medya kullanımının Türkiye'deki gençlerde bağımlılık düzeyinde olup olmadığının bilimsel verilerle tespit edilmesi önemli bir zorunluluk haline gelmiştir. Araştırmalar dünya genelinde internet araçlarının kullanım oranlarındaki artışa paralel olarak Türkiye'de de sosyal medya bağımlılığı riskinin yüksek olduğunu göstermektedir. Bu nedenle bu konuda vakit kaybetmeden çözüm üretilmesi gerekmektedir. Ülkemizde problemlili internet kullanımıyla ilgili yapılan araştırmalar daha çok genel internet bağımlılığı üzerine odaklanmış olup, internetin spesifik bağımlılıklarından biri olan sosyal medya bağımlılığı konusundaki araştırmalar ise nispeten daha azdır. Sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara ise pek rastlanmamaktadır. Gençlerin sosyal medya bağımlılığının altında yatan nedenlerin ve süreçlerin anlaşılması için daha çok çalışma yapılmasına ihtiyaç vardır; çünkü bir sorunun çözümü için öncelikle o sorunun nedenlerinin tespit edilmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle araştırma konusu; üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmada bu zamana kadar

sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçlar konularında ayrı ayrı yapılan araştırmalardan farklı olarak bu iki değişken birlikte ele alınmıştır. Bu yönüyle bilimsel literatüre yeni bir veri sağlayacaktır. Elde edilecek veriler literatüre yeni bir katkı sağlamanın yanı sıra bu sorunun çözümüne yönelik geliştirilecek önleyici çalışmalara ve tedavi süreçlerine de katkı sağlayacaktır.

1.3. Araştırmanın Problemi

İnternet teknolojilerinin yoğun bir şekilde yaygınlaştığı günümüzde, bu teknolojilerin beraberinde getirdiği önemli problemlerden biri de sosyal medyaya olan bağımlılıktaki artıştır. Gerçek hayatta yeterince karşılanamayan bazı psikolojik ihtiyaçların sanal ortamlarda karşılanma çabasının, sosyal medya bağımlılığının önemli nedenlerinden biri olduğu düşünülmektedir. Bu ilişkinin ortaya konarak kişilerin psikolojik ihtiyaçlarının gerçek hayatta karşılanmasına yönelik alınacak tedbirler bu bağımlılığın önlenmesi ve tedavisinde önemli faydalar sağlayacaktır. Sosyal medya kullanımı ileri ve orta yaşlara göre gençler tarafından daha fazla ilgi görmektedir. Bu nedenle bağımlılık riskinin yüksek olduğu düşünülen üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve psikolojik ihtiyaçlarının karşılamak düzeyinin belirlenmesi için araştırmanın temel problem cümlesi; “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyleri arasında ilişki var mıdır?” şeklinde belirlenmiştir.

1.4. Araştırmanın Alt Problemleri

“Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyleri arasında ilişki var mıdır? Şeklinde belirlenen temel problem cümlesi bağlamında, araştırmada aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

- 1) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi nedir?
- 2) Üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi nedir?
- 3) Üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

4) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ve temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi, sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre farklılaşmakta mıdır?

5) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ve temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi, demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

6) COVID-19 nedeniyle uygulanan tedbir ve kısıtlama sürecinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ve temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi farklılaşmakta mıdır?

1.5. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmada sosyal medya bağımlılığının günümüz dünyasında özellikle gençler için önemli bir sorun olduğu varsayımından hareket edilmiş ve araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin ölçekleri doğru şekilde anlayarak samimi bir şekilde doldurdukları varsayılmıştır.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, 2019-2020 eğitim öğretim yılında bir devlet üniversitesine devam eden üniversite öğrencileri arasından seçilmiş olan örneklem grubu ile sınırlıdır. Sosyal medya bağımlılığı tanısının DSM-5'te bağımlılık olarak tanımlanmamış olması nedeniyle, araştırma örnekleminin klinik olarak sosyal medya bağımlılığı tanısı konmamış kişilerden oluşması ve örneklemin bağımlılık düzeyinin sadece akademik olarak kullanılan ölçeklerle araştırılacak olması araştırmanın sınırlılığıdır.

1.7. Tanımlar

Bağımlılık: Bir maddenin amacı dışında artan miktarlarda kullanılması ve o maddeye karşı tolerans gelişmesi sonucu, ilgili maddenin azaltılması veya bırakılması halinde yoksunluk belirtileri yaşanması ve bu döngünün maddeyi kullanan kişinin yaşam işlevselliğini bozması şeklinde ortaya çıkan bir durumdur.

Davranışsal Bağımlılık: Bireyin kendisi ya da çevresi için zararlı davranışlar yapmasına neden olan dürtü ve güdülere karşı koyamama durumudur.

İnternet Bağımlılığı: İnternet kullanmaya yönelik kontrol edilemeyen bir istek, internette geçirilen sürenin gittikçe artarak tolerans gelişmesi, dürtü kontrolünün

azalması, internet kullanımını bırakamama, internete bağlanmadan geçirilen zamanın değersiz ve huzursuz hissedilmesi, yoksunluk durumunda yoğun sinirlilik ve saldırganlık ile internet kullanımı nedeniyle sosyal ve aile yaşamının giderek kötüleşmesi durumudur.

Sosyal Medya Bağımlılığı: Kontrol edilemeyen bir motivasyonla aşırı derecede sosyal medyaya düşkün olmak, sosyal medyada sürekli olarak çevrimiçi kalma isteği duymak ve bu durumun kişinin diğer yaşam alanlarını önemli ölçüde olumsuz yönde etkilemesi durumudur.

Temel İhtiyaçlar: İnsanın yaşamını sağlıklı şekilde devam ettirebilmesi için karşılanması gereken; biyolojik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlardır.

Temel Psikolojik İhtiyaçlar: İnsanın genetik olarak sahip olduğu ve tüm insanlarda evrensel olarak var olan; güç, özgürlük, ait olma/sevgi ve eğlenme olmak üzere dört temel ihtiyaçtır.

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Bağımlılık Kavramı

Bağımlılık kavramı literatürde genellikle klasik anlamıyla, bir kişinin bir maddeye karşı olan fizyolojik bağımlılığı şeklinde ele alınmıştır (Davis, 2001). Bu bakış açısına göre; genetik, psikososyal ve çevre faktörlerinin etkili olduğu kronik bir nörobiyolojik hastalık olan bağımlılık, bir maddenin amacı dışında artan miktarlarda kullanılması ve o maddeye karşı tolerans gelişmesi sonucu, ilgili maddenin azaltılması veya bırakılması halinde yoksunluk belirtileri yaşanması ve bu döngünün maddeyi kullanan kişinin yaşam işlevselliğini bozması şeklinde ortaya çıkan bir tablodur. Bağımlılığa neden olan maddeler beynin ödül sistemi üzerinde etkilidir ve madde alımını pekiştirici etkisi ile kişinin tekrar tekrar aynı maddeyi kullanarak ona karşı bağımlı olmasına neden olur. Bağımlı kişi, kullandığı maddenin olumsuz sonuçlarına maruz kalsa bile kompulsif bir şekilde o maddeyi kullanmaya devam etmektedir (Uğurlu, Şengül Balcı ve Şengül, 2012). Bağımlılık yapıcı maddelerin yoğun anksiyeteden psikoza kadar geniş bir yelpazede psikiyatrik bozukluklara neden olduğu veya mevcut psikiyatrik sendromları kötüleştirebildiği bilinmektedir (Fıstıkcı, 2014)

Bireyin bir nesne ile olan özel ilişkisini tarif etmek için kullanılan bağımlılık kavramı; biyolojik olduğu kadar psikolojik ve davranışsal olarak da değerlendirilen bir durumdur ve madde ile veya maddesiz olarak ortaya çıkan birçok farklı patolojik yapıyı da ifade etmektedir (Çinka ve İkiz, 2020). Geleneksel olarak kullanılan bağımlılık tanımı geçmiş yıllarda çoğunlukla sadece madde bağımlılığı ile sınırlandırılmıştır (Özkorumak ve Tiryaki, 2011). Oysaki kişinin normal davranışlarını bozacak şekilde bağımlılık öznesi ile sürekli meşgul olması durumu olan bağımlılık, ciddi olumsuz etkileri ve yaygınlığının giderek arttığı göz önüne alındığında sadece madde ile sınırlandırılmayacak kadar çok boyutlu bir sorundur (Sümer, Oruçular ve Çapar, 2015). Bu nedenle yeni bir bakış açısıyla incelenmesi gereken bağımlılıkla ilgili literatürde birçok türden bahsedilmekle birlikte, günümüzde yaygın olarak araştırılan ve üzerinde durulan bağımlılık türlerinin: Alkol, sigara, uyuşturucu gibi madde ile ilişkili bağımlılıkların yanı sıra; aşırı yeme, kumar,

internet, dijital oyun, sosyal medya, cep telefonu, aşk, seks, egzersiz, iş ve alışveriş bağımlılıkları gibi davranışsal bağımlılıklar da olduğu görülmektedir.

2.1.1. Davranışsal Bağımlılık

Yakın zamanda yapılan birçok araştırmada beyin ödül sisteminde meydana gelen hassasiyet azalmasıyla birlikte bağımlılık oluşturan uyarana karşı ortaya çıkan hiperaktivite, madde dışı birçok bağımlılık bozukluğunda da gösterilmiştir (Benbir, Aksoy Poyraz ve Apaydın, 2014). Klasik anlamda bağımlılık kavramı çoğu kişi için; esrar, eroin, kokain ve alkol gibi belirli kimyasal madde kullanımını ifade etse de literatürde kimyasal olmayan; kumar, alışveriş, seks, pornografi, televizyon, sosyal medya, bilgisayar oyunu gibi birçok davranışsal bağımlılıktan söz edilmektedir (Bozkurt, Şahin ve Zoroğlu, 2016). Davranışsal bağımlılık, bireyin kendisi ya da çevresi için zararlı davranışlar yapmasına neden olan dürtü ve güdülere karşı koyamaması durumudur. Davranışsal bağımlılığı olan kişi, bağımlı olduğu davranış öncesi gittikçe artan şekilde gerginlik ve heyecan hissetmekte, davranışı gerçekleştirdiğinde ise rahatlama ve haz duygusu yaşamaktadır (Özkorumak ve Tiryaki, 2011). Bu tür bağımlılıklarda da diğer bağımlılıklarda olduğu gibi zihinsel meşguliyet, yoksunluk, tolerans, duygu durum değişikliği, kişilerarası çatışma ve tekrarlama gibi bağımlılığın temel bileşenleri olan birtakım fiziksel ve psikolojik bağımlılık belirtileri görülmektedir (Bozkurt, Şahin ve Zoroğlu, 2016).

Günümüzde; internet bağımlılığı, video ve bilgisayar oyunu bağımlılığı, patolojik kumar oynama, kompulsif satın alma, seks, pornografi, estetik cerrahi, aşırı güneşlenme gibi çok sayıdaki davranışsal bağımlılıklarda tanı koymaya yardımcı olacak bir kılavuz olmayışı, bu sorunların belirlenmesi için birçok farklı kriter ve psikometrik testlerin kullanılmasına neden olmaktadır (Benbir vd., 2014). Kimyasal madde kullanımına bağlı olmayan davranışsal bağımlılıklarının tespit edilmesi için ilgili davranışlar genellikle madde bağımlılığı için belirlenmiş olan kriterlerle karşılaştırılmaktadır (Young, 1996). Bu anlamda bir davranışa operasyonel olarak bağımlılık tanımı yapılabilmesi için tıpkı kimyasal bağımlılıklarda olduğu gibi bağımlılık yapan ilgili davranışın; bireyin sürekli dikkatini çekmesi, sürekli meşguliyet, ruh hali değişikliği, tolerans, geri çekilme semptomları, çatışma ve nüks olmak üzere 7 temel kriteri taşıması gerekmektedir. Bu kriterler kimyasal ve davranışsal bağımlılıkların her ikisinde de ortak özelliklerdir (Andreassen, 2015).

Madde kullanımıyla ilişkili olmayan bu tür bağımlılıklarda dışarıdan herhangi bir psikotrop madde alınmamakla birlikte psikotrop etki aşırı şekilde yapılan davranışsal aktiviteler sonucunda bedende ortaya çıkan biyokimyasal süreçlerle gelişmektedir. Örneğin akıllı telefonlar sundukları bol miktardaki zevkli özellikler nedeniyle tıpkı uyuşturucu maddeler gibi beyinde zevk mekanizmasını harekete geçiren ve kişide tekrar tekrar aynı deneyimi yaşama isteğini artıran kimyasalları serbest bırakmaktadır (Elhai, Yang Fang, Bai ve Hall, 2020; Özkorumak ve Tiryaki, 2011). Yine sosyal medya uygulamaları da, kullanıcılara sundukları her bir yeni sosyal bağlantı veya beğeni gibi itibar geliştirme imkanı ile, tutarlı bir sosyal ödül kaynağı sağlamaktadır. Bu sosyal ödüller ise, beynin ödül sistemi ağını etkinleştirmektedir. Örneğin, Facebook kullanıcıları bir “beğeni” şeklinde olumlu geribildirim veya bir “arkadaş isteği” şeklinde sosyal bağlantı teklifleri alabilirler. Bu gibi sosyal başarı hissi uyandıran minimalist ipuçları bile beynimizin ödül sistemini harekete geçirebilir ve daha fazlasını elde etmek için Facebook'a geri dönmemizi sağlayabilir (Meshi, Tamir ve Heekeren, 2015). Bu nedenlerle önceleri bir maddenin vücuda alınması ile ortaya çıkan fizyolojik tolerans ve geri çekilme gibi fizyolojik etkilerle ilişkilendirilen ve sınırlandırılan bağımlılık terimi, artık günümüzde davranışsal bağımlılıklarla ilgili yapılan nörogörüntüleme çalışmaları sayesinde davranışsal bağımlılıkları da kapsayacak şekilde daha geniş bir tanıma ulaşmıştır (Sussman vd., 2011).

2.1.2. İnternet Bağımlılığı

İlk olarak 1962 yılında Amerikan Askeri Araştırma Projesi olarak başlayan ve daha sonra ilk elektronik postanın kullanılmasıyla 1980'li yıllardan itibaren sivil sosyal etkileşime de sunulan internetin, insan ruh sağlığı ve davranışları üzerindeki olası etkileri özellikle son yirmi yıldır araştırmacıların dikkatini çekmektedir (Bozkurt, 2013). İnsanlar, internet ortamında potansiyel olarak bağımlılık yapabilecek çeşitli faaliyetlerde bulunmakta ve çevrimiçi olarak gerçekleştirdikleri bu faaliyetlere karşı bağımlılık geliştirebilmektedirler. İnternet hakkında takıntılı düşünceler, tolerans gelişmesi, azalan dürtü kontrolü, internet kullanımını bırakamama ve geri çekilme gibi belirtiler internetin sağlıksız kullanımlarının göstergeleridir (Young, 1999).

İnternetin bağımlılığa neden olabileceği ilk olarak 1995 yılında, psikiyatrist Ivan Goldberg tarafından hicivli bir şekilde 'İnternet bağımlılığı bozukluğu' terimi kullanılarak dile getirilmiştir. 1996'da ise internet bağımlılığı kavramı üzerinde daha ciddi şekilde durulmaya başlanmış ve klinik bir bozukluk olduğu ifade edilerek bazı tanı kriterleri önerilmiş, tanı için kumar bağımlılığı anketine dayalı bir anket geliştirilmiştir (Masters, 2015). Bu konudaki ilk kapsamlı tanım çalışmalarının ise Young (1998) tarafından yapıldığı görülmektedir (Chou, Condrón ve Belland, 2005). İnternet bağımlılığını ölçmek için ölçme araçları geliştiren Young'a göre internet bağımlılığı; internet kullanmaya yönelik kontrol edilemeyen bir istek, internette geçirilen sürenin gittikçe artarak tolerans gelişmesi, dürtü kontrolünün azalması, internet kullanımını bırakamama, internete bağlanmadan geçirilen zamanın değersiz ve huzursuz hissedilmesi, yoksunluk durumunda yoğun sinirlilik ve saldırganlık ile internet kullanımı nedeniyle sosyal ve aile yaşamının giderek kötüleşmesi durumudur (Young, 1999).

Young'un internet bağımlılığı ile ilgili yaptığı bu tanımda klinik anlamda bir bağımlılık tanımı yapıldığı görülmektedir. Young'un terminolojisindeki internet bağımlılığı; kişinin internet kullanımını kontrol etme yetisini ciddi ölçüde etkileyen, kişisel, sosyal ve iş ilişkilerinde sorunlara yol açan klinik bir bozukluğu ifade etmektedir. Günümüzde yapılan bazı araştırmalarda kullanılan internet bağımlılığı kavramıyla kastedilen şey ise klinik anlamda bir bağımlılıktan ziyade daha çok internetin aşırı kullanımınıdır (Ayten ve Acat, 2019). İnternet tabanlı bağımlılıklarla ilgili yapılan çalışmalarda farklı farklı kavram kullanıldığı, hatta bu kavramların çoğu zaman birbirinin yerine de kullanıldığı görülmektedir. Literatürde yaygın olarak kullanılan kavramlar ise; internet bağımlılığı, internet kullanım bozukluğu, aşırı internet kullanımı, patolojik internet kullanımı ve problemlili internet kullanımı kavramlarıdır (Andreassen ve Pallesen, 2014).

Günümüzde internet bağımlılığı artık dünya çapında önemli bir halk sağlığı sorunu haline gelmiş, kötü fiziksel sağlık, akademik zorluklar, psikososyal sorunlar, psikiyatrik bozukluklar ve intihar ile de yakından ilişkilendirilmektedir (Dongping, 2016; Wu, Lee, Liao, Chang, 2015). Araştırmalar, küresel ölçekteki internet kullanıcılarının yaklaşık %5 ile %10'unun internet bağımlısı olduğu yönünde veriler sunmaktadır. Örneğin, Türk üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada,

araştırmaya katılanların %9.7'sinin internet bağımlısı olduğu bulunmuştur (Canan, Ataoglu, Özçetin ve İçmeli, 2012). İran'da tıp fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışma sonucunda tıp öğrencilerinin %10,8'inin internet bağımlısı olduğu bulunmuştur (Fallahi, 2011). Cheng ve Li (2014) ise 31 ülke verileriyle yaptığı geniş çaplı bir meta-analiz çalışmasında; problemlili internet kullanımının küresel yaygınlığını %6, Ortadoğudaki yaygınlığını ise %10.9 olarak bulmuştur. Aynı çalışma verilerine göre, internet bağımlılığının yaygınlığı hem yaşam doyumu hem de çevresel koşullarının kalitesi ile ters orantılı bulunmuştur. Yani yaşam doyumu düşük olanlarda ve trafik, hava kirliliği gibi çevre sorunları olan bölgelerdeki kişilerde internet bağımlılığı oranı daha yüksek olmaktadır.

Bu konuda Young (1998), yaptığı ilk çalışmalarda internet bağımlılığından muzdarip olan bireylerin, interneti aslında var olan sorunlarından bir kaçış olarak kullandıkları ve bu kişilerin; yalnızlık, üzüntü, endişe gibi olumsuz durumların oluşturduğu ruh hallerini düzeltmek için interneti bir araç olarak kullanma olasılıklarının yüksek olduğunu savunmuştur (Young, 1998). Griffith (2005) tarafından yapılan çalışmalar, bu ilişkiyi açıklamada önemli bulgular sağlamıştır. Griffith, internet kullanıcılarının interneti bir başa çıkma tarzı ve düşük benlik saygısı gibi bazı eksikliklerini gidermenin bir yolu olarak algılanmasıyla internet bağımlılığının yakından ilişkili olduğunu belirtmektedir. Ona göre, internet kişilerin farklı bir kişilik ve sosyal kimlik kazanmalarına izin verdiği için kullanıcılara kendilerini daha iyi hissettirmektedir; ancak artan internet kullanımı bağımlı bir ilişkiye neden olabilmektedir (Bahrainian, Alizadeh, Raeisoon, Gorji ve Khazae, 2014).

Günümüzde internet bağımlılığının yeni ortaya çıkan kendi başına ayrı bir psikiyatrik bozukluk olarak sınıflandırmayı hak ettiğini savunanlar olduğu gibi bu sorunun kumar, sanal oyun, pornografi gibi belirli çevrimiçi etkinliklerle ilgili sorunlu internet kullanımı olduğunu savunanlar da vardır (Yellowlees ve Marks, 2006). İnternet bağımlılığının birincil bağımlılık bozukluğu mu yoksa diğer psikiyatrik bozuklukların ikincil bir sonucu mu olduğu konusundaki bu tür tartışmalar devam etmekle birlikte, kişilerin içinde buldukları psikolojik durumun internet davranışlarını önemli ölçüde etkilediği artık hemen hemen herkes tarafından kabul gören bir gerçektir (Canan vd., 2012).

İnternet bağımlılığının günümüze kadar yapılan tanımlarında daha çok Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabında (DSM) bulunan alkol ve madde ile ilgili bağımlılık tanı kriterleri temel alınmıştır (Özcan ve Buzlu, 2005). Son olarak DSM-5'te, üzerinde ileri düzey araştırmalar gerektiren durumların sınıflandırıldığı 3. bölüme "İnternet Oyun Oynama Bozukluğu" başlığı eklenmiştir. Şimdilik internetin bağımlılık yapıcı yönüyle ilgili DSM'ye sadece bu ekleme yapılmış olsa da internet tabanlı başka davranışsal bağımlılıkların da olduğu bilinmektedir (Bozkurt vd., 2016). Ayrıca şuan için DSM'de bulunan madde dışı tek bağımlılık, kumar bağımlılığı olmakla birlikte ileriki yıllarda internet bağımlılığı gibi yeni bazı davranışsal bağımlılıkların da DSM-5'e eklenebileceği öngörülmektedir (Güleç vd., 2015). Sosyal medya bağımlılığının ayrı bir ruhsal bozukluk olarak kabul edilip edilmeyeceği ise henüz belli değildir; ancak artan sayıdaki araştırmalar, sosyal medya bağımlılığının da tıpkı DSM-5'te ifade edilen internet oyun oynama bozukluğu gibi bir tür bağımlılık bozukluğu olarak görülmesi gerektiğini savunmaktadır (Pantic, 2014).

Beynin ödül sistemini bozan kontrolsüz internet kullanımı, özellikle gençler için; çevrimiçi oyun, kumar, alışveriş, pornografi ve sosyal medya bağımlılığı gibi riskler taşımaktadır (Kuss ve Griffiths, 2011). Çünkü yapılan bazı araştırmalar ergenlerin ödül arama eğilimlerinin yetişkinlere göre daha fazla olduğunu ve bu nedenle internet tabanlı uygulamalara karşı bağımlılık risklerinin de daha yüksek olduğunu göstermektedir (Bekir ve Çelik, 2019). Bazı ruhsal sorunlar ve duygusal düzensizlikler problemleri internet kullanımı üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Chun, 2016). Son yıllarda gençler üzerinde yapılan araştırmalarda; gençlerde görülen internet bağımlılığı ile davranış bozuklukları, kontrol kaybı, okul başarısızlığı, sosyal izolasyon, aile çatışmaları, depresyon ve anksiyete arasında anlamlı ilişki olduğu bildirilmektedir (Bahrainian vd., 2014). Bağımlılık yaratan teknoloji kullanımı ile eş tanımlı psikiyatrik bozukluklar arasında güçlü ilişkiler olduğu da gösterilmiştir (Andreassen vd., 2016). Majör depresyon, bipolar bozukluk, obsesif-kompulsif bozukluk, dikkat eksikliği/hiperaktivite bozukluğu ve madde kullanım bozukluğu gibi psikiyatrik bozukluklar bunlardan bazılarıdır (Canan vd., 2012). Bu nedenle psikolojik iyi oluş ile internet tabanlı bağımlılıklar arasındaki

doğrudan ilişkiyi incelemek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır (Whang, Lee ve Chang, 2003).

İnternet tabanlı bağımlılıklar, internetin genel olarak ve çok boyutlu şekilde aşırı kullanımı şeklinde genelleştirilmiş bir bağımlılık olabileceği gibi, internetin bir araç olarak kullanılarak belirli bir uygulama üzerinden elde edilmek istenen hedefe karşı da olabilmektedir. Meshi vd., (2015), internet ortamındaki etkileşimlerin, çevrimdışı sosyal etkileşimlerle paralellik gösterdiğini ifade etmektedir. Bu yüzden günlük yaşantıda belli konularda zaten sorun yaşayan kişiler bu sorunlarını sanal ortamlarda da devam ettirebilmektedirler. Spesifik problemlili internet bağımlılığında da durum buna benzerdir. Bu bağımlılıkta; bağımlılık aslında internetin kendisine değil, onun sunduğu belirli bir işlev, olanak ve içeriğe karşı oluşmaktadır. Örneğin; çevrimiçi cinsel içerikli uygulamaların aşırı kullanımı, çevrimiçi bahis, çevrimiçi hisse senedi ticareti, çevrimiçi kumar oynama ve sosyal medyaya aşırı düşkünlük gibi durumlar bunlardan bazılarıdır. Bu konularda internet dışında zaten bağımlılık sorunu olan kişiler, interneti bir araç olarak kullanarak sanal ortamlarda da bu konularda bağımlılık sorunu yaşayabilmektedirler. Ayrıca kişinin bağımlılığı internetin kendisine karşı değil, spesifik olarak internetin sunduğu olanak ve içeriğe karşı gelişmektedir. Genelleştirilmiş problemlili internet kullanımı ise sanal ortamda net bir hedef olmadan çevrimiçi zaman kaybetmeyi içermekte ve bu durumda internetin genel olarak çok boyutlu şekilde aşırı kullanımı söz konusu olmaktadır. Bu bağımlılığa sahip insanlar, spesifik internet bağımlılıklarından farklı olarak internet olmadan bu tür davranışlarda bulunamamaktadırlar (Durmuş vd., 2018; Whang vd., 2003.).

2.1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

İnsanların internet kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik yapılan araştırmalarda; internet kullanıcılarının yüzde 30'unun bulut teknolojilerini kullandığı, yüzde 83'ünün e-posta takibi yaptığı, yüzde 80'inin çeşitli ürünler hakkında bilgi topladığı, yüzde 70'inin haber veya çeşitli benzer içerikler okuduğu ve yüzde 69'unun ise sosyal medya kullandığı görülmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2018). İlki 1997 yılında icat edilen sosyal medyanın, günümüzde insanların birbirleriyle sosyal etkileşime girebildiği 200'ün üzerinde uygulaması vardır. Bu uygulamaların her birinin birbirine benzer ya da kendine özgü odaklandığı bir

kullanım içeriği vardır. Kullanıcılar bu sitelerde; cinsiyet, doğum tarihi, eğitim, iş ve ilgi alanları gibi demografik bilgilerinin yer aldığı genele açık veya yarı açık profiller oluşturulabilmektedirler. Birçok sosyal medya sitesi ise kullanıcılarına; fotoğraf, link ve video gibi içerik paylaşımı yapabilme, gerçek hayattaki arkadaşlarıyla ilişki kurabilme ve yeni insanlarla tanışabilmeleri için sanal bir ortam sunmaktadır. Dünya genelinde en yaygın olarak kullanılan ve çoklu içerik oluşturma imkanı sağlayan sosyal medya uygulaması Facebook'dur. Bunun dışında en sık kullanılan sosyal ağlar; kariyer odaklı LinkedIn, mikroblog odaklı Twitter ve fotoğraf paylaşım odaklı Instagram uygulamalarıdır. Ayrıca YouTube gibi video paylaşım siteleri, Reddit ve Digg gibi sosyal haber platformları, Wikipedia gibi işbirliğine dayalı içerik platformları da vardır (Meshi vd., 2015).

İnsanların çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için yoğun şekilde kullandığı bu sosyal medya uygulamalarının, kişilerin sosyal ortamlarda diğer insanlarla etkileşim kurma ihtiyacını doyumada önemli bir işleve sahip olduğu bilinmektedir. Ancak sanal ortamlarda sosyalleşme veya sosyal ilişki kurma alışkanlığı, sosyal medya araçlarını kontrolsüz şekilde kullanan bazı kişilerde bağımlılık sorunu oluşturabilecek bir potansiyele de sahiptir (Kuss ve Griffiths, 2011). Bu yüzden sosyal medyada fazla zaman geçirmek, her zaman bağımlılıkla eşdeğer olmamakla birlikte, buraya yönelmede aşırılıkların olduğu durumlarda sosyal medya bağımlılığından söz edilebilmektedir.

Bugüne kadar, problemlili internet kullanımının sınıflandırılmasıyla ilgili var olan kavramsal karışıklık nedeniyle, problemlili sosyal medya kullanımının tanımı konusunda da araştırmacılar arasında bir fikir birliği tam olarak sağlanamamakla birlikte, literatürde en çok kabul gören tanıma göre "*Sosyal Medya Bağımlılığı*": Kontrol edilemeyen bir motivasyonla aşırı derecede sosyal medyaya düşkün olmak, sosyal medyada sürekli olarak çevrimiçi kalma isteği duymak ve bu durumun kişinin diğer yaşam alanlarını önemli ölçüde olumsuz yönde etkilemesi olarak tanımlanmaktadır (Andreassen ve Pallesen, 2014). Bilişsel-davranışçı model, sosyal beceri modeli ve sosyo-bilişsel model de sosyal medya bağımlılığı için bazı kriterler tanımlamışlardır. Bu üç teorik model sosyal medya bağımlılığına klinik bir bakış açısıyla bakarken, diğer bir model olan biyopsikososyal model ise sorunun davranışsal yönüne odaklanmaktadır. Biyopsikososyal modele göre, sorunlu sosyal

medya kullanım kriterleri: Kişinin duygu durumunda belirgin değişikliklere yol açan aşırı sosyal medya kullanımı (Ruh hali değişikliği), sosyal medya kullanımıyla sürekli meşgul olmak (Meşguliyet), sosyal medyayı kullanma süresinin giderek artması (Tolerans gelişimi), sosyal medya kullanımı kısıtlandığında anksiyete, sinirlilik gibi olumsuz duygular ve psikolojik belirtiler yaşanması (Geri çekilme semptomları), sosyal medya kullanımının doğrudan bir sonucu olarak kişilerarası sorunlar yaşanması (Çatışma) ve bir süre uzak kaldıktan sonra aşırı sosyal medya kullanımına geri dönme (Relaps) olarak tanımlanmaktadır (Banyai vd., 2017).

İnternet tabanlı bağımlılıklarda çoğunlukla sosyal ilişkilerin ön plana çıktığı ve bu bağımlılıklara sahip kişilerin, karşılıklı etkileşim gerektiren internet araçlarını tercih ettikleri görülmektedir. İnternetin sosyal yönüne karşı bağımlılığı olan kişiler; sohbet, oyun ve alışveriş gibi etkileşimli internet uygulamalarına daha çok ilgi duymaktadırlar. Bu kişilerin çevrimiçi olarak karşıladığı sosyal temas ve pekiştirilme ihtiyacı, sanal olarak sosyal hayatta kalma arzusunun giderek artmasıyla sonuçlanmaktadır (Whang vd., 2003). Bu nedenle, internetin genel olarak aşırı kullanımı şeklinde tanımlanan genelleştirilmiş problemlili internet kullanımları da internetin daha çok sosyal yönüyle ilgili ortaya çıkabilmektedir (Durak Batıgün ve Hasta, 2010; Whang vd., 2003).

Sosyal medya aslında yalnızca önceden var olan sosyal dürtülerden yararlanmaktadır. İnsanlar, gerçek dünyada bir arkadaş ve tanıdık ağı oluşturur ve sosyal medya bu ağı çevrimiçi olarak yansıtabilir (Meshi vd., 2015). Normal hayatta sosyal ilişkilerinde sorunlar yaşayan bazı bireyler ise, kişisel ilişkilerini düzenlemek ve sürdürebilmek için internetten kurduğu sosyal ilişkileri yüz yüze ilişkilerin yerine koyabilmektedir. Bu bireyler, ilişki gereksinmelerini gidermek için gerçek yaşamlarında bulamadıkları doyumu, internetten elde etmeye yönelmektedirler. İnternet üzerinden anlamlı ilişkiler arama çabası zamanla sorunlu ve bağımlı bir sosyal medya kullanımına yol açabilmektedir (Durak Batıgün ve Hasta, 2010)

Sosyal medya, zamanla yüz yüze kurulan ilişkilerin yerine tercih edilerek ve kullanım oranları gittikçe artarak bağımlılık benzeri bir durumun ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Ağyar Bakır ve Uzun, 2018; Balakrishnan ve Shamim, 2013; Ryan vd., 2014). Sosyal medya bağımlılığı gelişen kişilerde, sosyal ağlarla meşguliyet zamanla kişinin hayatındaki tek ve en önemli aktivite haline gelmekte,

kişi, sosyal medyada planladığından daha fazla kalmakta ve sosyal medya ile davranışsal olarak meşgul olmadığı zamanlarda bile bilişsel olarak sürekli meşgul olmaktadır. Bu bağımlılığın DSM-5'te resmi anlamda bir tanımı yapılmamış olsa da, yoğun sosyal medya kullanımı olan kişilerin sosyal medyaya erişemediklerinde anksiyete yaşamaları, sosyal medyayı kullanma miktarının ve süresinin çok fazla olması gibi belirtilen diğer bağımlılıklarla pek çok benzer özellikler göstermekte ve literatürde davranışsal bağımlılıklar içinde ele alınmaktadır (Andreassen, 2015).

Sosyal medya bağımlılığının ortaya çıkmasına neden olan veya zaten var olan bağımlılığın düzeyini artıran etiyolojisinin belirlenmesi için yapılan bazı çalışmalar, bu durumun belirli şartlar yeterli seviyede oluştuğunda ortaya çıktığını ve genellikle de altta yatan başka bir patolojiden kaynaklandığını varsaymaktadır. Yeterli neden varlığı veya oluşumu semptomların ortaya çıkmasını garanti eden etiyolojik bir faktör olmakla birlikte, bazı faktörler ise semptomlara direk neden olmasa da mutlaka katkıda bulunmaktadır (Davis, 2001). Bu nedenle, sosyal medya bağımlılığı ile ilişkilendirilen birçok faktör vardır. İlk sosyal medya uygulaması olan Facebook'un yayına başladığı 2004 yılından itibaren başlayan ve son on yılda sayısı artan araştırmalar, sosyal medya bağımlılığı ile ruh sağlığı arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Elde edilen ampirik bulgular, sosyal ağ bağımlılığının bozulmuş ruh sağlığı ve esenlik ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Andreassen, 2015; Frost ve Rickwood, 2017).

Kişilerin çevrimiçi sosyal medya kullanım davranışlarıyla ilgili elde edilen veriler, gerçek dünyadaki sosyal davranışlarının ve bu davranışlara yol açan ruhsal durumun da bir temsilcisi olarak değerlendirilmektedir. (Meshi vd., 2015). Bu ilişkiye dikkat çeken araştırmalar o kadar ileri derecelere ulaşmıştır ki, artık kişilerin sosyal medya paylaşımları bazı bilgisayar yazılımları ile analitik olarak taranarak, paylaşımı yapan kişilerin ruh sağlıkları ve çevrimdışı gerçek hayattaki davranışlarıyla ilgili isabetli tahminlerde bulunulabilmektedir. Reece vd. (2017) tarafından depresyon ve travma sonrası stres bozukluğu başlangıcının, resmi tanıdan aylar önce Twitter verilerinden tespit edilebileceğini öngören çalışmalarla ilgili yaptığı doğrulayıcı analiz araştırması bunlardan biridir.

Sosyal medya bağımlılığı ile ruhsal sorunlar arasındaki ilişki iki yönlü olabilmektedir. Bu ilişkinin ilk boyutunda kişilerin sosyal medyayı bağımlılık

derecesinde aşırı kullanımının ruhsal sorunlara yol açması yer almaktadır. Örneğin, paylaşım yapmadan Facebook'ta gezinmek, arkadaşların resimlerine ve sayfalarına bakmak vb. olarak tanımlanan pasif sosyal medya kullanımı, kişilerin başkaları ile kendilerini kıyaslayarak öz yeterliliklerinde düşüşe ve dolayısıyla da duygusal iyilik hallerinin zaman içinde azalmasına neden olabilmektedir. Bu boyutta sosyal medyanın kullanım şekli, kişilerin ruh sağlığını olumsuz etkilemektedir (Wood vd., 2016). Diğer boyutta ise bazı kişilerin günlük hayatta yaşadıkları kaygı, huzursuzluk, çaresizlik ve depresyon gibi duyguları azaltmak, kişisel sorunları unutmak için sosyal medyaya aşırı yönelmesi sonucunda ortaya çıkan bağımlılık durumu yer almaktadır. Bu kişilerde sosyal ağlara giremediklerinde sinirlilik, huzursuzluk gibi hoş olmayan duygu durumları veya titreme gibi fiziksel etkiler ortaya çıkabilmektedir. Sosyal ağlara girdiklerinde ise duygusal olarak sakinleşme, hayatın gerçeklerinden uzaklaşma gibi bazı öznel duygular yaşamaktadırlar. Kişi, ruh halini değiştiren bu etkilere tekrar ulaşmak için zamanla artan miktarlarda sosyal ağ aktivitesine ihtiyaç duymaya başlamaktadır. Kişinin sosyal ağlarda geçirdiği bu yoğun zaman nedeniyle çevresi ile veya kendi içinde psikik çatışmalar yaşanmakta ve kontrol kaybı hissi ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya bağımlıları, sosyal ağları daha az kullanmaya karar verdiklerinde bile bunu kendi kendilerine başaramamaktadırlar. Sosyal medyaya girişteki aşırılık zaman zaman kontrol edilebilmesine rağmen relaps olarak tanımlanan durum yaşanarak bu aşırılığa tekrar tekrar dönüş yapılmaktadır (Griffiths, 2005).

Nevrotiklik düzeyi yüksek olan insanlar, kişisel ilişkilerde yaşadıkları kaygı ile baş etmek için işlevsel olmayan bir yöntem olarak sosyal medyayı yoğun şekilde kullanabilmekte ve başkaları ile bu yolla daha fazla iletişimde kalma yolunu seçmektedirler (Traş ve Öztemel, 2019). İnternet tabanlı uygulamalara karşı gelişen bağımlılıklarda, kişilik özelliklerinin de etkili olduğu bilinmektedir (Taş ve Ayas, 2015). Marengo, Poletti ve Settanni (2020), yaptıkları bir araştırmada hem dışa dönük kişiliğin hem de nevrotiliğin, sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğunu, bu özelliklere sahip kişilerin sosyal medyada yaptıkları; paylaşım, yorum, durum güncellemesi gibi aktivitelerine başkaları tarafından yapılan beğeni gibi olumlu geri bildirimlerin, ödül mekanizmalarını devreye sokarak, kişide daha fazla ödül için daha fazla aktiviteye neden olduğunu, dolayısıyla sosyal medyaya bağımlılık riskinde

artıŖa neden olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle sosyal medyadaki durum güncellemesi ve paylaŖımlarına beğeni sayısı çok olan kiŖililerin bağımlılık riski de yükselmektedir. Kuss ve Griffiths (2011) de dıŖadnk kiŖilik ile hem sosyal medya kullanımı hem de bağımlılık eğilimleri arasında pozitif iliŖki olduğunu bildirmiŖtir.

Bağımlılıkla iliŖkilendirilen bir diğer durum ise bağlanma stilleridir. Güvenli bağlanma, baŖkalarıyla kurulan yakınlık ve yetkinlik temelli önemli bir duygu düzenleme stratejisi olduğu için kiŖileri bağımlılığa karŖı koruyucu bir rol oynamaktadır. Tersi durum olan güvensiz bağlanma durumu ise kiŖilerin iŖlevsel olmayan duygu düzenleme stratejileri nedeniyle bağımlılık geliŖimi için yatkınlığa neden olmaktadır. GemiŖ yaŖantılarında isteklerine ve psikolojik ihtiyaçlarına özellikle bağlanma kiŖisinden karŖılık alamayan kiŖiler bu isteklerini bastırmayı öğrenirler. Zaman içinde ise stresle baŖ etmek için bir duygu düzenleme aracı olarak yakınlarından destek aramayı kullanmak yerine yalnız kalmayı tercih ederler. AraŖtırmalar bu Ŗekilde kaçınan bir bağlanma stili geliŖtiren kiŖilerin telafi edici bir unsur olarak bağımlılığa daha yatkın olduklarını göstermektedir (Sümer vd., 2015).

EndiŖeli ve bağlanma sorunu olan insanlar güvenli bağlanma sorunu nedeniyle iliŖkilerde genellikle güvence ararlar, iliŖkileri sürdürmek ve sosyal geri bildirim almak için sosyal medyayı kullanırlar. Bu nedenle de bağlanma sorunu olan kiŖiler baŖkaları ile iliŖkileri devam ettirebilmek için sosyal medyaya daha fazla yönelmektedirler (Blackwell, Leaman, Tramposch, Miriam ve Liss, 2017). Grldğu gibi baŖkaları ile bağ kurma ihtiyacı insanları sosyal medya kullanmaya iten önemli bir motivasyondur ve yoğun sosyal medya kullanan kiŖilerin sosyal etkileŖim ve onay ihtiyacı yüksek olmaktadır. Sosyal medya bu yönüyle özellikle onay ihtiyacı olan kiŖilerin baŖka insanlarla ve uzaktaki aile ya da yakın arkadaŖlarıyla bağ kurarak iletiŖim ihtiyacını gidermek için bir aracı olarak da kullanılabilir (TraŖ ve ztemel, 2019).

KiŖiler bozulmuŖ ruh sağlığı nedeni dıŖında; zaman geçirmek, eğlence, iliŖki sürdürmek ve arkadaŖlık kurmak gibi motivasyonlarla da sanal ortamda baŖka insanlarla iliŖki kurmaktadır. KiŖiler sosyal ortamlarda girdikleri bu iliŖkilerden elde ettikleri eŖitli doyumlar nedeniyle sosyal medya kullanımına giderek daha çok yönelebilmektedirler (Ryan vd., 2014). Ancak sosyal medya bağımlılığı, sosyal medyada geçirilen aŖırı zamandan niteliksel olarak farklı bir Ŗeydir. Sosyal medyanın

çok fazla kullanımı her zaman bağımlılıkla eşdeğer değildir. Kişilerin sosyal medyadaki faaliyetlere harcadıkları zaman onların hayatlarında çok az soruna yol açtığına veya açmadığına bu davranışlar sorunlu olarak tanımlanamaz. İnsanlar bu platformlarda pek çok nedenden dolayı ona bağımlı olmadan da zaman geçirebilirler. Örneğin bir kurumun sosyal medya sorumlusu olup her gün 14 saat boyunca sosyal ağlarda vakit geçiren bir kişinin hayatı bu durumdan olumsuz etkilenmiyorsa kişinin sosyal medya kullanımı sadece süreye bakılarak sorunlu kullanım veya bağımlılık olarak değerlendirilemez (Griffiths, 2005). Problemlili görünen; ancak bağımlılık sayılmayacak bazı internet kullanım şekillerinin bağımlılık adı altında yanlış şekilde kullanılması gerçek bağımlıların ayırt edilmesinde güçlükler neden olabilmektedir (Davis, 2001).

Görüldüğü gibi bazı insanlar sosyal medya platformlarında pek çok nedenden dolayı bağımlı olmadan zaman geçirebildiği gibi bazı insanlar ise kontrol edilemeyen bir motivasyonla aşırı derecede sosyal medyaya düşkünlük göstererek bu platformlarda sürekli olarak çevrimiçi kalma isteği duymakta ve bu kişilerin sosyal medyada geçirdikleri zaman, günlük yaşam işlevselliklerini bozarak bağımlılık durumuna neden olabilmektedir. Sosyal medya bağımlılığına neden olabilen birçok faktör bulunmaktadır. Araştırmalar bu faktörlerin altta var olan bazı ruhsal bozukluklar, sosyokültürel ve davranışsal pekiştirmeler, eğlence ve ilişki sürdürmek gibi bazı motivasyonlar ile bireylerin kişilik özellikleri ve bağlanma tarzları olduğunu göstermektedir. Ayrıca normal hayatta karşılanamayan çeşitli psikolojik ihtiyaçlara doyum sağlamak için sosyal medyaya aşırı şekilde yönelmek de sosyal medya bağımlılığının önemli nedenlerinden biridir.

2.2. Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi

Birçok teorik ve deneysel model, insanları sosyal medyaya yönelten motivasyonlar ile sosyal medya bağımlılığı gelişimi arasında önemli bir ilişki olduğunu ve sosyal ağlara olan bağımlılığının eğilimsel, sosyokültürel ve davranışsal pekiştirme dahil çeşitli motivasyonel faktörler tarafından şekillendirildiğini savunmaktadır (Hetz, Dawson ve Cullen, 2015). İnsanları sosyal medyaya yönelten motivasyonları inceleyen araştırmacıların başvurdukları önemli teorilerden biri “Kullanımlar ve Doyumlar Teorisidir” (Abbas ve Mesch, 2015). Psikolojik etki kuramlarından biri olarak kabul edilen bu teori, Psikolog Elihu Katz’ın çalışmaları

ile kuram haline gelmiştir. Katz vd., (1974), medya kullanıcıları sanılanın aksine sadece pasif bir kullanıcı olmadıklarını ve medyayı çeşitli ihtiyaçlarına doyum sağlamak için aktif olarak kullandıklarını ifade etmektedir. İnsanların medyadan doyum sağladığı ihtiyaçlar; duygusal ihtiyaçlar, bilişsel ihtiyaçlar, sosyal bütünleşme ihtiyaçları, kişisel bütünleşme ihtiyaçları ve gerçeklerden kaçış ihtiyaçları olmak üzere beş kategoriye ayrılmaktadır (Küçük Kurt vd., 2009). Katz vd., (1974), geliştirdikleri bu kuramda medya ve insan ilişkilerini incelemek için o güne kadar üzerinde durulan “Medya insanlara ne yapıyor?” sorusu yerine “İnsanlar medya ile ne yapıyor?” sorusunu sormuştur. Kuram, sorduğu bu soruyla medyanın insanlar üzerindeki etkisine odaklanmak yerine insanların medyadan hangi psikolojik ihtiyaçlarına doyum sağladıkları konusuna odaklanmaktadır (Küçük Kurt, Hazar, Çetin ve Topbaş, 2009). Bu yüzden bazı kişilerin medya kullanımlarına bakarak ilgi duydukları şeylerin gereksiz şeyler olduğunu söylemek yaygın bir anlayış olmakla birlikte, aslında yapılması gereken bu kişilerin gereksiz görünen medya kullanımlardan dolayı hangi ihtiyaçlarına doyum sağladıklarının anlaşılmasına çalışılmasıdır.

İnsanların hissettiği ihtiyaçların ortaya çıkardığı bazı beklentiler medya kullanım şekillerini de belirlemektedir. Medyaya yönelmek, hissedilen ihtiyaçların doyurulmasını sağlayabildiği gibi bazen de önceden planlanmayan başka birtakım sonuçların ve sorunların ortaya çıkmasına da yol açabilmektedir (Katz vd., 1974). Kullanımlar ve doyumlar kuramı bakış açısına göre, insanlar diğer medya araçları gibi interneti ve sosyal medyayı da bilgi edinme, etkileşim kurma, sosyal kaçış, ekonomik kazanç elde etme ve eğlence gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılmaktadırlar. Bu nedenle geçmişten günümüze birçok araştırmacı, insanların internet araçlarını neden kullandıklarını anlamak ve bu kullanım sonucunda hangi psikolojik ihtiyaçlarına doyum elde ettiklerini açıklamak için ihtiyaç kuramlarından faydalanılması gerektiğini ifade etmiştir (Ayhan ve Balcı, 2009).

2.3. Temel Psikolojik İhtiyaçlar

Tüm canlıların olduğu gibi her insanın da ona has bazı biyolojik, sosyal ve psikolojik ihtiyaçları vardır (Çankaya, 2009). İnsan, yaşamı boyunca sürekli olarak bir şeye ihtiyaç duymakta ve bu ihtiyaçlarını karşılamak için çaba sarf etmektedir. İhtiyaçlar; doğuştan gelen yeme, içme, uyku gibi içgüdülerle ve toplum içinde

yaşamının bir sonucu olarak başkalarıyla ilişki kurma sürecinde çıkan, iletişim gibi sosyal güdülerle organizmayı harekete geçirmektedirler (Yağbasan ve Şener, 2019). İnsanları ihtiyaçlarını karşılamak için harekete geçiren şey güdüleridir. Literatürde birçok araştırmaya konu olduğu görülen güdülenme; bir çabaya yoğunlaşmak ve çabaya yönelik olmak, faaliyete sevk eden enerji verici güç ve bir şey tarafından harekete geçirilmek şeklinde tanımlanmaktadır (Çalışkur ve Demirhan, 2013).

İhtiyaçların tatmini kişide huzur, rahatlama, haz ve doyum meydana getirirken karşılanmaması ise gerginliğe yol açmaktadır. Organizmada hissedilen ihtiyaç sonucunda gerilim yaşanır ve gerilimin ardından ihtiyaç karşılandığında biyolojik ve ruhsal denge yeniden sağlanmış olur. İnsanın yaşamını sağlıklı şekilde devam ettirebilmesi için; biyolojik ihtiyaçları kadar psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarının da yeterince karşılanması gerekmektedir. Psikolojik ihtiyaçlar yaşamımızda çok önemli bir yere sahiptir ve yönelimlerimizi etkilemektedir (Nigar, 2014). Literatüre bakıldığında, temel ihtiyaçlar teriminin genel olarak insanın yeme, barınma, giyinme, hava ve su gibi fiziksel hayatta ayakta kalması için gerek duyulan temel ihtiyaçlar anlamında kullanıldığı görülmekle birlikte temel ihtiyaçları sadece hayatta kalmanın ötesine götürebilen araştırmacılar da olmuştur (Büyükbayraktar, Bozgeyikli ve Kesici, 2018).

İnsanın fizyolojik ihtiyaçları karşılanmadığında yaşanan gerginlik ve baskı durumu psikolojik ihtiyaçları karşılanamadığında da aynı şekilde yaşanmaktadır (Ceylan, Ergün ve Alpkın 2011). Özellikle de temel psikolojik ihtiyaçlar olan; sevgi, ait olma, güç, özgürlük ve eğlence ihtiyaçlarının yeterince karşılanmaması davranışsal sorunlara da yol açabilmektedir (Bozkurt ve Bozkurt, 2016). Kişilerin, içinde buldukları ortamda psikolojik ihtiyaçlarını doyurma derecesi öznel iyi oluşlarının derecesini etkilemektedir. Temel psikolojik ihtiyaçları yeterince doyuma ulaşan kişilerin iyi olma düzeyleri yüksek olmakta, öznel iyi olma hali yükselen kişilerin ise olumlu duyguları ve yaşam doyumu artmakta, olumsuz duyguları azalmaktadır (Çankaya, 2009). Bireylerin psikolojik ihtiyaçlarının yeterince karşılanmaması sonucunda ortaya çıkan gerilim, çeşitli psikolojik sorunlar yaşanmasına ve kendine zarar verici davranışların ortaya çıkmasına da neden olabilmektedir (Deci ve Ryan, 2000).

Kişilerin içinde buldukları yaşam evresi de psikolojik ihtiyaçlarını ve sosyal ilişkilerini farklılaştırabilmektedir. Bu yaşam evrelerinden biri de üniversite eğitimi dönemidir. Yapılan bazı araştırmalar; üniversite öğrencilerinin en çok sosyal ortamlarda ihtiyaçlarının karşılandığını hissettiğini; öğrencilerin psikolojik ihtiyaçlarının karşılanmadığını hissetmeleri durumunda ise sosyal ortamlardan kaçtığını ve değersizlik duygusuna kapıldığını ifade etmektedir (Eyyüpoğlu ve Özbay, 2018). Gençlerde ve üniversite öğrencilerinde psikolojik ihtiyaçların psikolojik iyi oluş hali üzerindeki etkisini araştırmaya yönelik olarak yapılan çalışmalarda, psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ile gençlerin psikolojik iyi oluş arasında ilişki olduğu da bulunmuştur (Shen, Liu ve Wang, 2013). Örneğin, Cihangir Çankaya (2009) ve Türkdoğan (2010); güç, sevgi ve ait olma, özgürlük ve eğlenme ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi ile öznel iyi oluş arasında ilişki olduğunu; Türkdoğan ve Duru (2020) ise üniversite öğrencilerinin temel ihtiyaçlar doyumu arttıkça öznel iyi oluş düzeyinin arttığını ve depresyon düzeylerinin düştüğünü bulmuştur.

Üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının yeterince doyurulması psikolojik iyi oluşları için gerekli bir durumdur (Deci ve Ryan, 2000). Gelişimsel açıdan ergenlik döneminden yeni çıkan ve ilk yetişkinlik dönemine giren üniversite öğrencileri, gerçek hayatta psikolojik ihtiyaçlarının yeterince karşılanamamasından dolayı yaşadıkları olumsuz psikolojik etkilerle baş etmek ve bu etkilerden kaçınmak için sosyal medyaya aşırı şekilde yönelebilmektedirler (Andreassen, 2015; Clark ve Calleja, 2008). Psikolojik ihtiyaçlarla internet tabanlı uygulamalara olan aşırı ilgi arasında ilişki olduğunu gösteren çalışmalar, günlük hayattaki ilişkiler yoluyla karşılanabilecek olan psikolojik ihtiyaçların gençler tarafından internet uygulamaları yoluyla karşılanmaya çalışıldığını ifade etmektedir (Shen vd., 2013; Eyyüpoğlu ve Özbay, 2018).

Günümüzde her an her yerden kolayca ulaşılabilen sosyal medya, insana birçok psikolojik ihtiyacını karşılayabileceğini düşündürmekte ve bu özelliği sayesinde insan hayatında sürekli ve vazgeçilmez hale gelerek bir tür bağımlılığı da beraberinde getirmektedir (Babacan, 2015). Psikolojik ihtiyaçların yeterince doyurulmaması sonucu psikolojik iyi oluş halinde yaşanan bozulmalar da aynı şekilde sosyal medyaya aşırı yönelmeye ve sosyal medya bağımlılığına neden

olmaktadır (Hussain, Griffiths ve Baguley, 2012). Bu nedenle, dünya genelindeki internet kullanıcılarının yarısından fazlasının aynı zamanda sosyal medya kullanıcısı olduğu ve bu kullanıcıların da çoğunluğunun gençler olduğu düşünüldüğünde üniversite öğrencilerinin hangi psikolojik ihtiyaçlarla sosyal medyaya aşırı şekilde yöneldikleri sorusunun cevabını bulmak için ihtiyaç kuramlarından faydalanmak yerinde olacaktır.

2.4. İhtiyaç Kuramları

İnsanların temel ihtiyaçlarının ve bu ihtiyaçların davranışlar üzerindeki etkisinin anlaşılması için birçok araştırmacı tarafından kuramlar geliştirilmiştir. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı, Murray'ın İhtiyaçlar Kuramı, Deci ve Ryan'ın Temel Psikolojik İhtiyaçlar Kuramı ve Glasser'in Seçim-Kontrol Kuramı bunlardan en önemlileridir (Nigar, 2014). İhtiyaç kuramlarının temelinde yatan görüşe göre, insanların bazı psikolojik ihtiyaçları vardır ve bu ihtiyaçlar insan davranışlarının arkasındaki en önemli itici gücü oluşturmaktadır. Bu alanda çalışan kuramcılar, gereksinimlerin motivasyon üzerindeki rolünü de sıklıkla tartışmışlar ve kişiyi organizmanın içinden veya dışından belirli bir amaca yönelik davranışa yönlendiren bir eğilim olarak kabul edilen motivasyonun kökenleri ile ilgilenmişlerdir (Özer, Ömür, Timurcanday ve Eriş, 2007).

Murray (1938), geliştirdiği kuramında; başarı, başatlık, değişiklik, duyguları anlama, düzen, gösteriş, ilgi, karşı cinsle ilişki, özerklik, saldırganlık, sebat, şefkat, kendini suçlama, uyarlık ve yakınlık gibi 20 psikolojik ihtiyaçtan bahsetmektedir. Diğer kuramcılardan Maslow (1970), insanda doğuştan gelen; fizyolojik, güvenlik, diğer insanlarla yakın ilişki içinde olma ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı olduğunu, McClelland (1985); insanın yakın ilişki, güç ve başarı ihtiyacı, olduğunu Deci ve Ryan (2000); yeterlik, aidiyet (ilişki) ve özerklik ihtiyacı olduğunu, Glasser (2000) ise; hayatta kalma, güç, özgürlük, sevgi ve ait olma, özgürlük, eğlence ihtiyacı olduğunu ifade etmiştir.

Bu bölümde insan ihtiyaçlarını açıklamak için literatürde en çok kullanılan ihtiyaç kuramlarına yer verilmiştir.

2.4.1. Murray'ın İhtiyaç Kuramı

Murray (1938) tarafından ihtiyaç-baskı modeliyle açıklanan bu kurama göre; bireylerin ihtiyaçları ile çevrenin özellikleri arasındaki uyum önemlidir ve bu uyumun seviyesi bireylerde ihtiyaçlara ilişkin doyuma ya da ihtiyaçlara ilişkin yoksunluğa neden olur (Irak, 2012). Murray, ihtiyaçların belli bir duygu ile karakterize olduğunu ve ısrarcılık gösteren bir eğilimde olduğunu belirtmektedir. Ona göre bu eğilimler organizmayı davranışa sevk ederek organizmanın doyuma ulaşmasını sağlayacak durumlar oluşturmaktadır. İhtiyaç durumları organizmada baskı oluşturarak sıkıntı ve iç gerginliğe neden olur. İhtiyaç ortaya çıktığında insan rahatsızlık hisseder ve bu rahatsızlık vücudun çeşitli yerlerinde birtakım etkinliklere yol açarak denge sistemi olan homeostatik dengenin bozulmasına neden olur. Bozulan dengenin yeniden sağlanarak baskı ve gerilimin azaltılabilmesi için ihtiyaçların giderilmesi yönünde davranışlarda bulunmak gerekir (Çelikkaleli, Gökçakan, ve Çapri, 2005).

İnsan ihtiyaçlarını biyolojik ve psikolojik olmak üzere ikiye ayıran Murray, yiyecek ve içecek gibi biyolojik ihtiyaçların dışında psikolojik ihtiyaçlarının da olduğunu ifade etmiştir (Deci ve Ryan, 2000). Murray, kuramında; başarıma, başatlık, değişiklik, duyguları anlama, düzen, gösteriş, ilgi görme, karşı cinsle ilişki, kendini suçlama, özerklik, saldırganlık, sebat, şefkat gösterme, uyarlık ve yakınlık gibi 20 farklı psikolojik ihtiyaç tanımlamıştır (Kuzgun, 2019). Murray tüm bu ihtiyaçların bireyin doğasından kaynaklanan önemli ihtiyaçlar olduğunu ifade etmektedir; ancak kuramında daha çok başarıma, baskın olma, özerklik ve bağlanma ihtiyaçları üzerinde daha çok durduğu görülmektedir (Burger, 2006).

İnsanların fizyolojik ihtiyaçlarının dışında psikolojik ihtiyaçlarının da olduğunu ifade eden Murray (1938), ihtiyacı insanın doyumunu arttırmak veya doyum elde edemediği durumları değiştirmek için; algı, anlayış ve davranışları organize eden beyindeki bir yapı olarak tanımlamıştır. İhtiyaçlar, açlık gibi içsel bir uyaran veya yiyecek gibi dışsal bir uyaran tarafından harekete geçebilir ve ihtiyacın gücüne göre hissedilen baskı değişebilir. Bu nedenle de ihtiyaçların bir hiyerarşisi vardır. İhtiyaçlar bazen birbiriyle de çatışabilir ve çatışma durumunda en güçlü olan ihtiyacın karşılanmasına öncelik verilir (Çivitçi, 2012). İnsan davranışlarının altında yatan itici gücün ihtiyaçlar olduğu tespiti ve bu ihtiyaçların listelenmesi Murray'ın

“Kişilik analizine” dayanmaktadır. Murray, davranışlarımızın birçoğunu kontrol ettiğine ve kişiliğimizi etkilediğine inandığı psikolojik ihtiyaçları belirlemek için, Tematik Algı Testi (TAT) geliştirilmiştir ve insanın 20 farklı psikolojik ihtiyacı olduğunu ifade etmiştir (Özer vd., 2007).

2.4.2. Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı

İhtiyaç kuramı denince ilk akla gelen isimlerden biri olan Maslow (1943), ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramında: İnsan davranışlarına yön veren en önemli unsurun temel ihtiyaçlar olduğunu belirtmektedir. Ona göre insanda birbirleriyle ilişkili ve hiyerarşik 5 temel ihtiyaç vardır. En baskın olan ihtiyaç giderildiğinde, bir üst seviyedeki ihtiyaç ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle insan, sürekli olarak isteyen bir varlık olarak yaşamını sürdürür. Bu 5 temel ihtiyacın giderilmesi engellendiğinde, kişide psikopatolojiye yol açabilen psikolojik bir tehdit durumu ortaya çıkarmaktadır (Bozkurt, 2015). Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi yaklaşımına göre, insanın her davranışı onun sahip olduğu belirli ihtiyaçlarını gidermeye yöneliktir ve ihtiyaçlar davranışı belirleyen en önemli faktördür. İnsan ihtiyaçları belirli bir hiyerarşiyi izlediği için kişi daha alt sırada olan ihtiyaçlarını karşılamadan bir üst sıradaki ihtiyacı karşılamaya yönelemez. Ayrıca üst sıradaki ihtiyaç, bir alt sıradaki ihtiyaç giderildiğinde ortaya çıkabilir. Örneğin, fizyolojik ihtiyaçlar karşılanmadan güvenlik ihtiyacı insan için bir güdü kaynağı haline gelmez (Paksoy, 2002).

Bazı ihtiyaçlar ise insanın hayatta kalabilmesi için temel öneme sahiptir. Bu nedenle yaşamsal öneme sahip bu temel ihtiyaçlar kişi üzerinde diğer ihtiyaçlara oranla daha büyük bir baskıya neden olur. Hissedilen bu baskı o ihtiyaçlar karşılanıncaya kadar devam ederek kişiyi yönetir ve ona gerekli enerjiyi sağlar. Bu enerji ile hareket eden insan öncelikle diğerlerine göre daha fazla baskı oluşturan bu ihtiyaçları giderir. Temel nitelikteki ihtiyaçların giderilmesinin ardından ise kişi kendisinde daha az baskı yapan diğer ihtiyaçlara yönelir (Çelikkaleli vd., 2005). Doyurulan ihtiyaçların motive edici etkisini yitireceğini belirten Maslow, ifade ettiği hiyerarşik beş ihtiyacı önem sırasına göre üstteki ve daha alttaki ihtiyaçlar olarak iki bölüme ayırmıştır. Kuramda fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları aşağı sıradaki ihtiyaçlar olarak tanımlanırken; sosyal, saygı ve statü ile kendini gerçekleştirme ihtiyaçları ise yüksek düzeydeki ihtiyaçlar olarak tanımlanmaktadır. Bu iki sıralama

arasındaki temel fark; yüksek düzeydeki ihtiyaçların içsel olarak, düşük düzeydeki ihtiyaçların ise dışsal olarak tatmin edilmesinden kaynaklanmaktadır (Toker, 2007).

Maslow'un ihtiyaçlar piramidinin ilk sırasında yer alan ihtiyaç "Fizyolojik ihtiyaçlardır." Bu ihtiyaçlar; yeme, içme, uyku ve cinsellik gibi insanların varlığının ve neslinin devamını sürdürmek için gereksinim duyduğu doğuştan gelen ihtiyaçlardır. İkinci sırada ise "Güvenlik ihtiyacı" yer alır. Bu ihtiyaç, tehlikelerden korunma, can ve iş güvenliği gibi ihtiyaçları kapsamaktadır (Erdem, 1997). İnsan doğası gereği, can ve mal varlıklarını korumak isterler. Aynı şekilde özgürlüğü ve mülkiyeti seven bir yapıya da sahiptir. Bu nedenle, tüm insanlar baskıya ve zorlamaya karşı kendilerini korumak, yaşlılık, hastalık ve işsizlik gibi durumlara karşı geleceğini güvence altına almak ister. Kendine güvenli bir yaşam oluşturmak için gerekli sosyal çevre oluşturma ihtiyacı da güvenlik ihtiyaçları kategorisinde değerlendirilmektedir (Ertürk ve Kıyak, 2011).

Üçüncü sırada yer alan "Sosyal ihtiyaçlar" ise bir gruba mensubiyet, ait olma ve dostluk kurma ihtiyaçlarıdır. İnsan ilk iki sıradaki fizyolojik ve güvenlik ihtiyacını karşıladığında diğer insanlarla yakın ilişki içinde olmak ve bir gruba ait olmak ihtiyacını hisseder (Erdem, 1997). Sosyal ihtiyaçların doyurulması, insanların daha sağlıklı bireyler olarak hayatlarına devam etmesini destekler ve böylece bireyler daha verimli, mutlu ve huzurlu olur. Sosyal ihtiyaçlar yeterince karşılanmadığında ise anksiyete, depresyon, yalnızlık, ilişki problemleri, duygusal problemler, nevrotik bozukluklar, uyumsuz ve yıkıcı davranışlar, hayal kırıklıkları, yeme bozukluğu ve intihar gibi birçok patolojik durum ortaya çıkmaktadır (Ersanlı ve Koçyiğit, 2013).

Dördüncü sırada yer alan "Kendini gösterme, saygı ve statü ihtiyacı" ise başkaları tarafından takdir edilmek (değer görmek, tanınmak, prestij sahibi olmak) ve kişinin kendini takdir etmesi şeklinde iki yönlü bir ihtiyaçtır. Maslow'a göre; birey bir taraftan başarı ve hizmet gibi alanlardaki performansının başkaları tarafından takdir edilmesini isterken diğer taraftan kendi kendini de takdir etmek ve kendine saygı duymak ister. Kişinin başkalarından gördüğü takdir ve kendine duyduğu saygı onun kendine olan güvenini artırır. Böylece kişi aşağılık kompleksinden kurtulur ve mükemmelliğe doğru bir geçiş yapma olanağı bulur (Ertürk ve Kıyak, 2011). Bu ihtiyacın yeterince karşılanması kişilerin çalışma hayatında iş tatminini sağlamasına da önemli bir katkı sağlar (Bozkurt ve Bozkurt, 2008).

İhtiyaçlar hiyerarşisinin beşinci aşaması olan “Kendini gerçekleştirme” ise kişinin potansiyelinde var olanı gerçekleştirme eğilimi ve kendini tatmin etme arzusu, yapabileceklerinin en iyisini yapma ihtiyacı anlamlarına gelmektedir. Kendini gerçekleştirme içsel gelişimle doğrudan ilişkilidir ve bu durum bireyin hem psikolojik hem de sosyal sağlığı için önemlidir (Tekke, 2019). İnsan fizyolojik, güven, sosyal ve kendini gösterme ihtiyaçlarını karşıladığı halde hala yetenek, bilgi ve beceri boyutu ile kendini tam olarak ortaya koyamadığını düşünürse içinde bir boşluk duygusu oluşacak ve bu boşluk duygusunu doldurmaya uğraşacaktır. Bu durum kendini gerçekleştirme veya tamamlama ihtiyacı olarak ifade edilmektedir. Birey bu son aşamada ideallerini ve yeteneklerini gerçekleştirme ihtiyacı duyarak başarmaya ve haz duymaya daha fazla önem verecektir (Ertürk ve Kıyak, 2011). Hümanist psikoloğlara göre, kendini gerçekleştirme güdüsü, insan davranışlarını yöneten en önemli güdüdür. Bu görüşe göre insanın temel fizyolojik ihtiyaçlarından daha üst düzeyde öneme sahip olan saygı görmek, bilgi edinmek, güzellikten zevk almak gibi insana özgü bazı ihtiyaçları vardır ve insan bunları doyuma ulaştırmaya çalışır. Maslow'un "gelişme ihtiyaçları" olarak adlandırdığı bu yüksek seviyedeki ihtiyaçların ortaya çıkabilmesi için temel ihtiyaçların doyurulması gerekir. Aksi halde bu ihtiyaçlar ortaya çıkmaz (Kuzgun, 2019).

Maslow'un kuramını geliştirdiği 1943 ve 1954 yıllarında ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer vermediği; ancak 1969 yılında kurama eklediği önemli bir seviye de “Kendini aşmışlık (self-transcendence)” düzeyidir. Literatüre bakıldığında bu evrenin Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi konusunda çalışma yapan araştırmacılar tarafından pek dile getirilmediği görülmektedir. Oysaki Maslow, bazı çalışmalarında zaman zaman vurguladığı; ancak kuramı geliştirdiği ilk dönemde ihtiyaçlar hiyerarşisine ekmediği bu ihtiyacı, yaşamının son dönemlerinde “The farther reaches of human nature” adlı çalışmasında bizzat kaleme almıştır. Bu çalışmada kendini aşmışlık kavramının hiyerarşik modeldeki kendini gerçekleştirme ihtiyacından bir üst düzey ihtiyaç olduğu görülmektedir. Kendini aşmışlık; en yüksek kimlik kazanımı, bağımsızlık, benlik ve benliğin ötesine, yukarısına çıkmaktır. Yani daha açık ifade ile kişinin benliğini aşarak mistik, doğa, estetik, cinsel tecrübeler gibi ben ötesi zirve deneyimler yaşamasıdır. Kendini aşmışlık, bu yönüyle bireyin sadece içsel sürecini değil aynı zamanda başkalarıyla ilişkiler geliştirme yönünü de

etkilemektedir (Tekke, 2019). Bu yönüyle kendini gerçekleştirmenin ötesine geçen Maslow'un kendini aşmışlık tanımlaması günümüzdeki; hayatın anlamı ile ilgili dünya görüşlerine, özgeciliğin ve bilgeliğin güdüsel kökenlerine ve din ve maneviyat psikolojisine ilişkin yeni bir bakış açısı kazandırma potansiyeline sahiptir (Koltko-Rivera, 2006).

İhtiyaçlar hiyerarşisi kuramına internet temelli uygulamalar ve bilgi teknolojileri açısından bakan bazı araştırmacılar bu kuramın geliştirildiği 1940'lı yıllardan sonra dünya genelinde yaşanan hızlı teknolojik değişimlerin, insanların temel ihtiyaçlarında da önemli değişikliklere neden olduğunu, internetin hayatımıza girmesiyle birlikte kişilerin internete ve sosyal medyaya erişim gibi yeni bazı ihtiyaçlarının ortaya çıktığını, bu nedenle de 5 aşamalı hiyerarşi modeline yeni ihtiyaçlar eklenmesi gerektiğini ifade etmektedirler. Bu görüşe göre, teknoloji çağındaki ilerlemeyle birlikte insanların değişen gelir ve yaşam şekilleri nedeniyle; en düşük teknoloji kullanımının olduğu temel yaşam evresinden, en üst seviye olan dijital yaşam evresine doğru bir geçiş gerçekleşmektedir. Ayrıca günümüzde birçok internet kullanıcısı, Maslow'un kuramında belirttiği ihtiyaçları internet uygulamaları vasıtasıyla da karşılama yoluna gitmektedir (Şeker, 2014; Suler, 1999). Maslow'un geliştirmiş olduğu ihtiyaçlar hiyerarşisi yaklaşımı basitliği, anlaşılabilirliği ve mantıklı olması gibi nedenlerle en çok bilinen ve üzerinde durulan motivasyon teorisi olmuştur. Bu nedenle de geçmişten günümüze bu yaklaşımın gerçeğe uygunluk derecesini incelemek için pek çok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaların bir kısmı yaklaşımın varsayımlarını doğrularken, diğer bir kısmı ise doğrulamamıştır (Koçel, 2003).

2.4.3. Başarma İhtiyacı Kuramı (David McClelland)

McClelland (1985) tarafından geliştirilen bu ihtiyaç teorisi yaklaşımına göre temel ihtiyaçlar; kişinin zamanla edindiği, yaşam deneyimleri ile şekillenip farklılaşan ve kalıcı hale gelen ihtiyaçlardır. İhtiyaçlar, öğrenme yoluyla sonradan kazanılmaktadır. İnsanlar, ulaşmak istedikleri bir hedefe ulaştıklarında takdir edilirlse olumlu duygular yaşarlar. Ortaya çıkan bu olumlu duygularla takdir edilme durumu eşleştirilerek öğrenilir ve kişi aynı duyguyu yeniden yaşama ihtiyacı duyar. İnsan; yakın ilişki ihtiyacı, güç ihtiyacı ve başarı ihtiyacı olmak üzere üç grup ihtiyacın etkisiyle davranışta bulunur (Büyükbayraktar vd., 2018).

Bu üç ihtiyaçtan biri olan yakın ilişki veya bağlanma ihtiyacı kişinin; aile, arkadaş ve sosyal çevre gibi diğer insanlarla ilişki içinde olma ve bu guruplara ait olma ihtiyacını ifade etmektedir. Bu ihtiyaç, bazı kişilerde güçlü iken bazılarında zayıf olabilmektedir. İlişki ihtiyacı yüksek olan kişiler tek başlarına olmaktansa başkaları ile birlikte olmayı daha çok tercih ederler. Diğer bir ihtiyaç olan güç ihtiyacı ise kişinin çevresini etkileme araçlarını ellinde bulundurma ve bu vasıta ile çevreye etki ederek egemen olma isteğini ifade etmektedir. Güç ihtiyacı hisseden insan, diğer insanlara karşı etkinliğini ve sesini duyuracak her türlü araca başvurur. Bu durum başkaları ile çatışma yaşanmasına da neden olabilir (Yeşil, 2016).

McClelland'ın asıl üzerinde yoğunlaştığı ve insanların en önemli ihtiyacı olduğunu savunduğu ihtiyaç ise başarıma ihtiyacıdır (Kesici, 2008). İnsanlar başarı elde etmekten ve eskiden elde ettikleri başarılarından daha yüksek düzeyde başarılarla ulaşmaktan zevk almaktadırlar (Büyükbayraktar vd., 2018). Başarıma ihtiyacı kuramına göre; başarı ihtiyacı yüksek olan kişiler, başarıya ulaşmak için daha azimli ve sabırlı davranmaktadırlar. Bu kişiler, kişisel güven ve sorumluluk duygusuna da sahiptirler. Başarısızlığa uğramamak için aşırı derecede risk almaz ve üst derecede zorlu sayılabilecek amaçlar yerine orta güçlükte amaçlar benimserler. Bununla birlikte çok düşük riskli işler de üstlenmezler. Başarılarının çevredeki kişiler ve toplum tarafından takdir edilmesini beklerler. Bu beklenti bir övgü niteliğinde olabileceği gibi maddi bir ödül beklentisi şeklinde de olabilmektedir (Duran, Büber ve Gümüştekin, 2013).

2.4.4. Öz-Belirleme Kuramı (Deci ve Ryan)

Deci ve Ryan (2000) tarafından geliştirilen Öz-belirleme kuramına göre: Herkes tatmin edilmesine ihtiyaç duyulan; yeterlik, aidiyet (ilişki) ve özerklik ihtiyacı ile dünyaya gelir. İnsan, doğuştan getirdiği bu üç temel psikolojik ihtiyacı karşılandığı oranda sağlıklı şekilde gelişir ve iyi olma haline sahip olabilir. İhtiyaçların karşılanmasını engelleyen durumlar psikolojik iyi oluş halini de olumsuz yönde etkiler. Kuramın ifade ettiği ihtiyaçlardan biri olan aidiyet ihtiyacı; kişinin içinde bulunduğu sosyal çevredeki diğer kişiler tarafından sevildiğini ve kabul edildiğini hissetmesidir. İkinci ihtiyaç olan yeterlik ihtiyacı, kişinin davranış ve eylemlerinde kendisini yeterli hissetmesidir. Üçüncü ihtiyaç olan özerklik ihtiyacı ise, kişinin davranış ve eylemlerinde seçimlerinin belirleyici olduğunu, kararlarını

kendi iradesiyle verdiğini hissetme ihtiyacı olarak tanımlanmaktadır (Deci ve Ryan, 2000).

Öz-belirleme, kişinin davranışlarının toplumsal norm, grup baskısı, ceza-ödül gibi dış etkenlerden ziyade, bireyin kendi iç dinamikleri ve yargılarıyla ortaya çıkması demektir. Dışsal etkilerin baskısı ile değil, kendi inanç ve değer yargılarıyla hayatını şekillendirebilen kişi öz belirlemeyi gerçekleştirebilir (Cihangir Çankaya, 2009). Ancak insan bu özerklik ihtiyacının yanı sıra başka insanlarla bağlantı kurmak ve toplumun bir üyesi olmak da ister. İnsanın doğuştan getirdiği ihtiyaçlardan biri olan ilişki kurma ihtiyacı, insanın özerkliğinin yanı sıra içinde bulunduğu toplum ve gruba aidiyet ve sevme-sevilme gibi ilgi temelli ihtiyaçlarının olduğunu da göstermektedir (Çalışkur ve Demirhan, 2013). Bu nedenle kişinin davranışlarını gerçekleştirirken içsel ve dışsal motivasyon dengesini kurması önemlidir.

İnsan içsel motivasyonla dünyaya gelmektedir; ancak davranışını dış etkenler de şekillendirebilir. Deci ve Ryan, insanları davranışa yönlendiren şeyin motivasyon olduğunu ve bu motivasyon kaynağının içsel motivasyon ve dışsal motivasyon olmak üzere ikiye ayrıldığını belirtmektedir. İçsel motivasyona sahip kişi bir aktiviteyi herhangi bir karşılık beklemeden ve içinden gelen bir istekle yaparken, dışsal motivasyona sahip kişi ise bir ödül elde etme veya bir cezadan kaçınmak için yapar. Birey davranışlarını onda başarı, ilgi, eğlence, zevk, heyecan ve mutluluk oluşturduğu için sergilediğinde içsel motivasyona sahipken; dışsal bir ödül almak, cezadan kaçmak veya çevrenin tasvip ve onayını almak için davranış sergilediğinde ise dışsal motivasyona sahiptir. Dışsal motivasyonlar zamanla ortamın etkisi ile içselleştirilebilmektedir. Dışsal etkenler birey tarafından içselleştirildiğinde ise aslında dışsal motivasyon kaynaklı olan davranışlar bütünleşmeye dönüşebilir. Buna dışsal motivasyonun içselleştirilmesi denir ve bu durum sağlıklı bir psikolojik gelişim süreci için gerekli olabilir (Kara, 2008).

Deci ve Ryan (2000), temel psikolojik ihtiyaçların özellikle gençler için bireysel refah ve gelişim için gerekli besinler gibi olduğunu ifade etmektedir. Gençler eğer psikolojik ihtiyaçlarını uzun süre tek bir sosyal bağlamdan karşılayamazlarsa, uyumsuz davranışlar gösterebilir veya ihtiyaçlarına diğer sosyal bağlamlarda doyum aramaya yönelebilirler. Bu manada sosyal medya gibi birçok internet uygulaması, kullanıcıların motivasyonlarını tatmin etmek için fırsatlar ve

teşvikler sağlamak üzere tasarlanmıştır. Gençler gerçek hayatta psikolojik ihtiyaçlarını yeterince karşılayamadıklarında, bunu telafi etmek için internet faaliyetlerine yönelebilirler. Bu teoriden yola çıkarak, stresli yaşam olayları ile gençlerin sorunlu internet kullanımları ve bağımlılığı arasındaki ilişkide, psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin önemli bir aracı rolü olabileceği öne sürülmektedir (Dongping, 2016).

2.4.5. Seçim Kuramı

Glasser (1985), bağımlılığı açıklamak için seçim teorisini kullanmıştır ve geliştirdiği gerçeklik terapisi bugün birçok bağımlılık bozukluğu (uyuşturucu, seks, yemek, iş, bilgisayar bağımlılığı vb.) için yaygın olarak kullanılmaktadır (Jong-Un Kim, 2008). William Glasser, geliştirdiği terapi yöntemi ve insan doğası hakkındaki düşüncelerini “Gerçeklik Terapisi” kitabında anlatmıştır. Daha sonra ise geliştirdiği terapi modelinin bir kurama bağlı olmaması nedeniyle kuram geliştirme çalışmalarına başlamıştır (Deniz, 2017). 1970’li yıllarda William Powers’ın çalışmalarından esinlenerek kontrol kuramını geliştiren Glasser, bu teorisinin temel kavramlarını daha önce geliştirdiği gerçeklik terapisine kazandırarak insanların neden ve nasıl davrandığını açıklamaya çalışmıştır. Kontrol kuramına göre, davranışlar ihtiyaçları gidermek için yapılır ve insanları harekete geçiren şey temel ihtiyaçlarını doyurma isteğidir. Canlılar, kendi içlerinden gelen ihtiyaçların etkisi ile harekete geçerler. Dış etkenlerin davranışları şekillendiren etkisi ise sınırlıdır (Kaner, 1993).

Glasser, ilerleyen yıllarda geliştirdiği kurama “Seçim Kuramı” ismini vererek gerçeklik terapisini bu teori ile temellendirmiştir. Seçim kuramı, doğumdan ölüme kadar tüm yaptıklarımıza odaklanır ve tüm davranışlarımızın içsel yönelimli ve seçilmiş olduğunu savunur. Her şey kişinin seçimleri sonucu ortaya çıkar ve kişi davranışlarından sorumludur. Bu yüzden de kendi hayatının kontrolünü ve sorumluluğunu almalıdır. İnsanlar kendileri için en iyi olanı seçerek davranırlar. Başkalarıyla herhangi bir sorun yaşadıklarında ise genellikle kendi davranışlarını değiştirmek yerine sorun yaşadıkları kişinin değişmesi için bir beklenti içine girerler. Bu beklenti ilişkilerin tıkanmasına ve çözümsüzlüğe neden olur. Halbuki insan başkalarının davranışlarını değil, kendi davranışlarını mutlak şekilde kontrol edebilir (Glasser, 1998).

İnsanların fizyolojik ihtiyaçlarının yanı sıra bazı psikolojik ihtiyaçları da vardır. Bu temel psikolojik ihtiyaçların yeterince karşılanmaması insan organizmasında gerilime yol açmakta ve bu durum davranışsal bazı sorunları da beraberinde getirmektedir (Bozkurt ve Bozkurt, 2016). Glasser'e göre insan davranışları, onda genetik olarak var olan hayatta kalma, güç, özgürlük, ait olma-sevgi ve eğlenme olmak üzere beş temel ihtiyacı karşılamaya yönelik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu beş ihtiyaçtan biri olan hayatta kalma ihtiyacı, fizyolojik ve en temel ihtiyaçken, diğer dört ihtiyaç ise psikolojik ihtiyaçlardır. Birey, tüm insanlarda evrensel olarak var olan bu ihtiyaçlarını karşılayabildiği oranda kendini iyi ve mutlu hisseder. Bu ihtiyaçların yeterince karşılanmaması ise çeşitli psikolojik sorunlara yol açabilir (Glasser, 1998). Kendini mutsuz hisseden bir insanın psikolojik ihtiyaçlarından en az birisi yeterince karşılanmıyor demektir. Birey bu ihtiyaçları karşılanmadan; arkadaşları, ailesi ve dostları ile doyurucu ilişkiler içinde olamaz (Glasser, 2000). İhtiyaçlar karşılanamadığında ya da ihtiyaçların karşılanması için aralarından birinin seçilmesi gerektiğinde çatışma durumu ortaya çıkar. Çatışma durumlarında insan kendisi için en önemli olan ihtiyacı gidermeye öncelik verir (Çivitçi, 2012). Glasser, insanda var olan 5 temel ihtiyacı aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

Hayatta kalma İhtiyacı: Bu ihtiyaç hayatın en temel esaslarından olan yeme, içme, barınma, güvende olma, nefes alma gibi insanı yaşamda tutacak fiziksel gereksinimlerle ilgili ihtiyaçlardır (Glasser, 1998). Glasser, insanı hayatta tutacak olan ihtiyaçları hayatta kalma ihtiyacı olarak tanımlamış ve bu ihtiyaçların eski beyin olarak adlandırılan spinal kordun üzerindeki bir yapının içinde olduğunu ifade etmiştir. Eski beyin, hayati fonksiyonlarımızı otomatik olarak kontrol etmektedir ve bir tehlike algılandığında bununla baş etmektedir. Eski beyin, bilinçli davranışların ortaya çıkması için yeni beyne mesaj gönderir ve yeni beyin aracılığı ile ihtiyaçlar karşılanır. Yeni beyin ise, insanın hayatta kalma ihtiyacından daha fazla ihtiyaçlar duymasını sağlar. Aksi durumda hayatta kalmak insanın tek ihtiyacı olsaydı intihar ve anoreksiya gibi psikolojik sorunlar ortaya çıkmazdı. Glasser, yeni beyin tarafından doyurulması daha zor olan ihtiyaçlara “Psikolojik ihtiyaçlar” adını vermektedir (Kaner, 1993).

Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı: Glasser (2000), insanın en önemli ihtiyacının sevgi ve ait olma olduğunu ifade etmektedir. Sevme, sevilme, paylaşma, işbirliği ve değerli olma gibi unsurları içeren ait olma ihtiyacı ile dünyaya gelen insan, tüm yaşamı boyunca bu ihtiyacı hisseder. Sadece sevmek ya da sadece sevilme bu ihtiyacın karşılanması için yeterli değildir. Hem sevmek hem de sevilmenin bir arada olması gerekir. Toplumsal gruplar, kulüpler ve toplantılar bu ihtiyacı karşılamak içindir (Kaner, 1993). Sevgi ve aidiyet; bireysel sevgi ve yakınlık, kişinin ve diğer bireylerin sağlık durumuna dikkat etmesi, diğer insanlarla tanışma, arkadaşlarla yakın ilişki içinde olma, aile ile birlikteyken kendini iyi hissetme, kendisiyle ve başkalarıyla tatminkar ilişkiler kurmayı kapsar (Sarhangpour ve Baezzat, 2018). Glasser'e göre sevmek ve ait olma ihtiyacı en önemli ihtiyaçtır; çünkü diğer ihtiyaçların giderilebilmesi için başka insanlara ihtiyaç duyarız (Akpınar ve Öz, 2013). Ait olma ve bir grupta bulunma ihtiyacının yeterince karşılanmaması ise bireyin kendini önemsiz hissetmesine ve yalnızlaşmasına neden olmaktadır (Peterson, 2000). Bu önemsiz hissetme duygusu, kişide bazı olumsuz davranışların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. İnsanın sağlıklı ve mutlu olması, onun sevmek ve sevebilme yeteneğine bağlıdır (Yorgun ve Acar, 2014). Bir sosyal gruba ait olma ihtiyacını karşılamamanın yollarını bulmak, hayatın devamlılığını sağlamak için gerekli olan beslenme ve cinsellik gibi temel biyolojik ihtiyaçlarımızı karşılamak kadar önemli bir ihtiyaçtır (Baumeister ve Leary, 1995).

Özgür Olma İhtiyacı: İnsan bir taraftan ailesine, arkadaş grubuna ve içinde bulunduğu kültüre aidiyet duyarak ait olma ihtiyacını giderirken; diğer taraftan da bu aidiyet ihtiyacının giderilmesi kişinin özgür olma ihtiyacı ile çatışma yaşamasına da neden olabilmektedir (Yorgun ve Acar, 2014). Glasser (1998), özgür olma ihtiyacını; insanın kendi yaşamını kendi özgür iradesi ve seçimleriyle kontrol edebilme ihtiyacı olarak tanımlamaktadır. Özgürlük, kişinin yaşam tarzının kontrolünü elinde tutması, kendi seçimlerini yapabilmesi, özgürce konuşabilmesi, istediği mesleği veya faaliyeti sürdürebilmesi, sevilen kişilerle işbirliği yapabilmesi, korku, stres, monotonluk gibi fiziksel veya psikolojik rahatsızlıklardan arınmış olmasıdır (Sarhangpour ve Baezzat, 2018).

Glasser, insanların çeşitli gerekçelerle yakın çevrelerindeki kişileri kontrol etmeye çalıştıklarını ve bu kontrolcü yaklaşımın insanların özgürlüğünü kısıtladığı

için kısıtlama yapan kişilerden uzaklaşılmasına neden olduğunu ifade etmektedir (Overholser, 2019). Başkalarının özgürlüklerini kısıtlamak onları kaybetmemize neden olur (Kaner, 1993). İnsan fikir, davranış ve tercihlerinde özgür olmak ister. Bireyin kendi kararlarını vererek özgürce yapabildiği seçimler kendisini mutlu ve güçlü hissetmesini sağlarken, kendisini baskı altında hissettiği durumlar ise ilk olarak özgürlük ihtiyacının karşılanmadığını hissetmesine neden olur. Bireyin dışarıdan gelen zorlamalarla özgürlüğünün engellenmesi, yaratıcı yeteneğini yapıcı şekilde meydana çıkarmasını engeller. Özürlüğü ve dolayısıyla da yaratıcılığı engellenen birey ise mutsuz olur (Deniz, 2017).

Güçlü Olma İhtiyacı: İnsan ilişkilerinin başlangıcında yoğun olarak hissedilen ihtiyaç ait olma ihtiyacı iken ilişkiler geliştikçe bu ilişkilerde güçlü olma ihtiyacı çabası başlar. Ait olmak için bir araya gelenler daha sonra ilişkiyi kontrol eden taraf olmak için çaba sarf etmeye başlarlar (Kaner, 1993). İnsanın; prestij, saygı, başkaları tarafından tanınma, yarışmaktan zevk almak, çaba ve başarılarından kaynaklanan şöhret, seçim yapabilme ve kendini önemli hissetme durumları güçlü olma ihtiyacı olarak tanımlanmaktadır (Sarhangpour ve Baezzat, 2018). Güç ihtiyacını karşılamak isteyen kişi diğer insanlara sözünün geçmesini, başkaları tarafından önemsenmeyi ister (Glasser, 1998). Önem verdikleri kişiler tarafından yok sayılan kişiler ise kendilerini güçsüz hisseder ve acı çekerler. Başkalarının iyiliği için çalışmak, sözü dinlenen biri olmak, insanlarla sorun yaşadıklarında haklı olduğunu göstermek ve başkaları yanlış yaptığında onları cezalandırmak güç ihtiyacını karşılama yollarından bazılarıdır. Güç elde etme gereksinimi genel anlamıyla kişinin seçimler yaparak bu seçimlerin sorumluluğunu alması olarak tanımlanabilir (Yorgun ve Acar, 2014).

Güç elde etme davranışları çoğu zaman insanın çevresindeki diğer insanlarla yarışması biçiminde kendisini göstermekle birlikte, kişinin bu gereksiniminin karşılanması için çevresindeki kişilerle sürekli olarak yarışma içinde olması gibi bir zorunluluk da yoktur (Yorgun ve Acar, 2014). Bu ihtiyaç belli bir alanda; örneğin bir mesleği yapmada veya çocuklarını yetiştirmede kendini yeterli görmekle de ilgili olabilir. Kişi kendini belirli bir alanda yeterli ve muktedir hissettiğinde güç ihtiyacını karşılamış olur. Buna benzer şekilde kendi hayatıyla ilgili planlarını yapıp devam ettirebilen kişi de kendini güçlü hisseder. Bazı insanlar güç ihtiyacını, yaşam işlevselliğini ve çevre ile uyumunu bozmadan giderme yoluna gidebileceği gibi; bazı

insanlar ise antisosyal davranışlar, uyuşturucu ve alkol kullanımı, kendi içine kapanmak gibi bazı işlevsel olmayan yollarla bu ihtiyacını gidermeye çalışabilmektedirler (Kaner, 1993).

Eğlenme İhtiyacı: Eğlence, keyif, zevk, neşe, gülme, oyun oynama ve boş zaman geçirme ihtiyacını kapsayan bir psikolojik ihtiyaçtır (Sarhangpour ve Baezzat, 2018). Bazı insanlar arkadaşları ile hoş vakit geçirerek, bazıları zevk aldığı ortamlara giderek, bazıları ise internet veya televizyonda vakit geçirerek değişik şekillerde eğlenebilmektedirler. Eğlencenin insan psikolojisi üzerindeki etkileri düşünüldüğünde bu ihtiyacın yemek içmek kadar gerekli bir ihtiyaç olduğu görülebilmektedir. Eğlence, insanın yaşantısına farklılık getirir ve hayattan zevk almasını sağlar. Hiç eğlenmeden monoton bir hayat yaşayan kişiler yaptıkları eylemlerden zevk almaz ve verimli olamazlar (Yardımcı, 2010). Glasser, eğlenmenin gelişmiş canlılarda genetik olarak var olan bir öğrenme yolu olduğunu ifade eder. Amacı haz elde etmek olan eğlenme etkinlikleri, can sıkıntısını gideren ve hoş duygular yaşatan etkinliklerdir. Birçok eş ve arkadaşlık ilişkisinin bozulma nedeni ilişkide eğlencenin olmamasıdır. Aslında kolayca karşılanabilecek olan bu ihtiyaç diğer birçok ihtiyaçla sık sık çatışabilir. Örneğin eğlenceli araba yarışlarına katılmak hayatta kalma ihtiyacı ile, tüm gün televizyon izlemek ise ait olma ihtiyacı ile çatışabilir (Kaner, 1993).

2.5. İlgili Araştırmalar

Literatürde sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçlarla ilgili ayrı başlıklarda yapılan çeşitli araştırmalara rastlanmaktadır; ancak gerek ulusal gerekse uluslararası literatürde, sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiye çok az değinildiği görülmektedir. Sosyal medya uygulamalarının ilki 2004 yılında olmak üzere, çoğunun yakın zamanda kullanılmaya başlanmış olması nedeniyle, geçmişte yapılan araştırmaların daha çok internet ve dijital oyun bağımlılığı üzerine odaklandığı görülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığının psikolojik ihtiyaçlarla olan ilişkisini incelemeye yönelik olarak: Young-Ju, Ae-Kyung, Jeong-Jin ve Min-Yeong (2016), Facebook bağımlılığının psikolojik ihtiyaçlardan önemli ölçüde etkilediğini, özerklik, yeterlilik ve ilişki ihtiyaçları ile Facebook bağımlılığı arasında anlamlı ilişki olduğunu

bulmuştur. Li, Zhang Li, Zhou, Zhao ve Wang (2016), psikolojik ihtiyaçların stresli yaşam olayları ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği sonucuna ulaşmıştır. Zeren ve Can (2019), yaptığı bir araştırmada internet bağımlılığının ergenler üzerinde temel psikolojik ihtiyaçları doğrudan ve negatif yönde anlamlı düzeyde açıkladığını bulmuştur. Piri, Majd, Bazzazyan ve Ghamari (2018), yaptığı araştırmada; üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının yeterince karşılanmaması sonucunda ortaya çıkan uyumsuz başa çıkma stratejilerinin, psikolojik ihtiyaçlar ve internet bağımlılığına aracılık ettiğini bulmuştur. İnternet bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik olarak ise Wong, Yuen ve Li (2015) tarafından yapılan bir araştırmada: Temel psikolojik ihtiyaçları yeterince karşılanmayan ve bu yüzden psikolojik sıkıntı yaşayan bireylerin, çevrimiçi faaliyetler yoluyla psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaya yöneldiklerinde, internet bağımlılığına karşı daha açık oldukları bulunmuştur. Dursun ve Eraslan Çapan (2018), psikolojik ihtiyaçların dijital oyun bağımlılığını anlamlı düzeyde yordadığını, Yıldırım ve Özcan (2020) ise ergenlerde akıllı telefondan yoksun kalma korkusu (Nomofobi) ile psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasında anlamlı ilişki olduğunu bulmuşlardır.

Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılan diğer bazı çalışmalara bakıldığında: Sosyal medya bağımlılarının profili ve demografik özellikleriyle ilgili olarak Karadağ ve Akçınar (2019), üniversite öğrencilerinin %2'sinin yüksek, %18'inin orta ve %47'sinin ise az seviyede sosyal medya bağımlısı olduğunu, öğrencilerin sosyal medya kullanım düzeylerinin, obsesif kompulsif bozukluk, depresyon ve somatizasyon belirtileriyle yordayıcı ilişkisi olduğunu tespit etmiştir. Tutgun Ünal (2015) ise, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerine yaptığı araştırmada; kadınların erkeklere göre sosyal medyadan daha fazla psikolojik destek aldığını ve sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğunu, sosyal medya bağımlılığının cinsiyet, yaş, günlük kullanım süresi gibi birçok demografik değişken ve kullanım alışkanlığıyla ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Çiftçi (2018), üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı konusunda yaptığı araştırmada; yaş, cinsiyet ve eğitim durumu gibi demografik değişkenlerin, sosyal medya bağımlılığında belirleyici bir rol oynadığını, eğitim durumu arttıkça bağımlılık oranlarının da arttığını, sosyal medyaya girişlerde en fazla cep telefonunun kullanıldığını

bulmuştur. Pantic vd., (2012), lise öğrencilerinin depresif belirtileri ile sosyal medyada geçirilen süre arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir ilişki olduğunu, Kross (2013), aşırı Facebook kullanımının kişilerin öznel iyi oluş algısını ve yaşam doyumunu zayıflatabildiğini bulmuştur. Frost ve Rickwood (2017), bir sosyal medya aracı olan Facebook kullanımı ile ilgili yaptığı meta analiz çalışmasında ise; bağımlılık, anksiyete, depresyon, beden imajı ve yeme bozukluğu ve alkol kullanımı ile Facebook bağımlılığı arasında farklı derecelerde ilişki olduğunu göstermiştir. Yam ve İlhan (2020) ise sosyal medya bağımlılığının internet bağımlılığı, yalnızlık ve narsizm ile olumlu; öz saygı, iyi oluş, yaşam doyumunu, akademik başarı ve uyku düzeni ile ise olumsuz yönde ilişkili olduğunu bulmuştur

Görüldüğü gibi, psikolojik ihtiyaçlar ve internet tabanlı uygulamalar arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik sınırlı sayıda yapılan araştırmalar; başta sosyal medya olmak üzere birçok problemlili internet kullanımının, kişilerin gerçek yaşamda yeterince karşılanmamış temel psikolojik ihtiyaçlarından kaynaklandığını ve psikolojik ihtiyaçları yeterince karşılanmayan bu kişilerin, günlük hayatta yaşadıkları çeşitli psikolojik sıkıntıları ve psikolojik ihtiyaçları gidermenin bir yolu olarak internet tabanlı uygulamalara aşırı derecede yönelmelerinin söz konusu olabildiğini göstermektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, kullanılan veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analizi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu nedenle nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma deseni oluşturulurken deneysel olmayan araştırma desenlerinden korelasyonel desen tercih edilmiştir. Bu yöntem, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin, değişkenlere müdahale edilmeden incelendiği bir araştırma yöntemidir. Korelasyonel desen içinde de keşfedici korelasyonel desen tercih edilmiştir. Keşfedici desende, değişkenler arasındaki ilişkilerin varlığı araştırılmaktadır. Evreni temsil etmek üzere seçilen örneklem içinde yer alan katılımcıların, temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyleri, sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile ilişkili olarak incelenmiştir.

3.2. Araştırma Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evreni 30 bin öğrenciye sahip bir kamu üniversitesidir. Araştırma evreninden olasılıksız örnekleme yöntemlerinden, kolayda örnekleme kullanılarak yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşılmıştır. Tam sayım yerine örnekleme kullanılmasının nedeni ise, evreni temsil edecek sayıda yeterli örnekleme hızlı ve etkin ulaşabilmektir. Zaman ve maliyet tasarrufu sağlaması açısından ve doğru bilgiye erişim için örnekleme tercih edilmiştir. Evrendeki her bir bireyin aynı koşullarda örneklem içinde yer alma şansının sağlanması örnekleme önceliğe alınacak bir konudur. Evren belirlendikten sonra, örnekleme yöntemi ile belirlenen örneklem büyüklüğüne ulaşıncaya kadar veriler toplanmıştır.

Örnekleme büyüklüğünü belirlemek için öncelikle güven aralığına karar verilmiştir. Bu araştırmada %95 güven aralığı kullanılmıştır. Evren büyüklüğü 2020 yılında eğitim alan otuz bin kişidir. Belirli evrende örneklem belirlemek için kullanılan formül uygulandığında örneklem büyüklüğü 379 olarak bulunmuştur. Araştırma kapsamında bu sayı 508 kişiye kadar çıkarılmıştır.

Belirli evrende örneklem büyüklüğünün hesaplanması:

N =Evrendeki birey sayısı, n =Örnekleme alınacak birey sayısı, p = İncelenecek olayın görülüş sıklığı (olasılığı), q = İncelenecek olayın görülmeyiş sıklığı ($1-p$), t = Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde t tablosunda bulunan teorik değer, d = Olayın görülüş sıklığına göre yapılmak istenen + sapma olarak simgelenmiştir. t :1.96 dır ve $\alpha=0.05$ de ∞ serbestlik derecesindeki t değeridir.

$$N = \frac{N t^2 p q}{d^2(N-1) + t^2 p q}$$
$$N = 30000 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50 / ((0.05)^2 (30000-1) + (1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50) = 379.3$$

3.3. Veri Toplama Araçları

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Katılımcıların cinsiyeti, yaşı, sınıfı, kardeş sayısı, yaşadığı yer, kaçınıcı çocuk olduğu, ailesinin gelir durumu, aylık harcanabilir geliri, sosyal medya kullanım süreleri, sosyal medyaya erişim için kullanılan cihaz türü ile ilgili verileri elde etmek için araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ-YF)

Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen ölçek, 20 madde ve 2 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin sanal tolerans alt boyutu 1-11 arasındaki maddelerden, sanal iletişim boyutu ise 12-20 arasındaki maddelerden meydana gelmektedir. Ölçekten en yüksek 100 ve en düşük 20 puan alınabilmektedir. Ölçeğin 5. ve 11. maddeleri ters şekilde puanlanmaktadır. Alınan toplam puanın yüksek olması kişinin sosyal medya bağımlılığı açısından anlamlıdır.

3.3.3. Üniversite Öğrencileri Temel İhtiyaçlar Ölçeği (ÜÖTİÖ)

Üniversite Öğrencileri Temel İhtiyaçlar Ölçeği (ÜÖTİÖ), Türkdoğan ve Duru, (2012) tarafından geliştirilen ve üniversite öğrencilerinin hayatta kalma, sevgi ve ait olma, güç, özgürlük, eğlence ihtiyaçlarının karşılanma düzeyini ölçen ve 19 maddeden oluşan likert tipi bir ölçektir. Ölçekteki 19 maddeden alınan toplam puan öğrencilerin genel ihtiyaç doyumlarını ölçmektedir. Hayatta kalma, sevgi ve ait olma, güç, özgürlük, eğlence alt boyutlarından oluşan her bir alt ölçek bağımsız olarak da kullanılabilir. Ölçekten alınan puan ortalamasının yüksek olması ihtiyaçların

yeterli şekilde karşılandığı ve öğrencilerin ihtiyaç doyumlarının yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçeğin 4 alt boyutu olan sevgi ve ait olma, güç, özgürlük, ve eğlence ihtiyaçları literatürde psikolojik ihtiyaçlar olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle araştırmada ölçeğin bu 4 psikolojik ihtiyaç alt boyutları kullanılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmada Kişisel Bilgi formu, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Üniversite Öğrencileri Temel Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği (UOTIO) ile elde edilen verilerin SPSS 22.0 programı kullanılarak; tanımlayıcı, ilişkisel ve farklılık analizleri yapılmıştır. Tanımlayıcı istatistik başlığı altında araştırmanın temel değişkenlerine ait genel ortalamalar, güvenilirlik analizi sonuçları, normallik testlerinin sonuçları, araştırmaya katılanların demografik özellikleri ve sosyal medya kullanımı ile ilgili yönelimlerine ait test istatistiklerine yer verilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçlar değişkenlerine yönelik analizlere geçmeden önce verilerin güvenilirliğine dair testler yapılmıştır. Ölçeklerin literatürde genel kabul gören %70 güven aralığını sağladığı görülmüştür. Cohen, Monion ve Morrison (2007), %70 ve üstündeki alfa değerine sahip değişkenlerin; güvenilirliği sağlayan ve aynı koşullarda tekrarlandığında benzer sonuçları veren ve araştırılmakta olan değişkenleri tutarlı olarak ölçen değişkenler olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca verilerin uygun analiz teknikleri ile analiz edilmesini sağlamak adına normallik testi yapılmış ve veri setinin basıklık ile çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Bu değer literatürde kabul gören -1,96 ile +1.96 değerleri arasında yer almaktadır. Tabachnick ve Fidell (2012), basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1.5 ile +1.5 arasında olmasının verilerin normal dağılıma uygun olduğunu gösterdiğini ifade etmektedir. Bu sonuçlara göre normal dağılıma uygun analizler ile verilerin analiz edilmesinin doğru olacağına karar verilmiştir.

İlişkisel analizler başlığı altında ise sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu kapsamda temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki belirleyici etkisine geçmeden, öncelikli olarak değişkenler arası ilişkileri belirlemek adına korelasyon analizi yapılmıştır. Değişkenler arası ilişkilerin tespitinin ardından regresyon analizlerine geçilmiştir.

Değişkenler arası farklılıklara ilişkin analizlerde ise araştırmanın bağımlı değişkeni olan sosyal medya bağımlılığı ve bağımsız değişken olan temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin, demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik bağımsız grup t testi ve anova testleri yapılmıştır. Bu amaçla, öncelikle sosyal medya bağımlılığının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik analizler yapılmış, ardında da temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik analizler yapılmıştır. Demografik özelliklere ilişkin fark analizlerinden sonra katılımcıların sosyal medya kullanım durumlarına ilişkin değişkenler ile sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi farklılıklarına yönelik analizler yapılmıştır.

Yapılan analiz sonuçlarında, anlamlılık düzeyi en az $p < 0.05$ olarak kabul edilmiştir. Sonuçlar, 0.05'den küçükse anlamlı, 0.05'den büyükse anlamsızdır olarak yorumlanmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu başlık altında araştırmanın temel değişkenlerine ait genel ortalamalar, güvenilirlik analizi sonuçları, normallik testlerinin sonuçları, araştırmaya katılanların demografik özellikleri ve sosyal medya kullanımı ile ilgili yönelimlerine ait test istatistiklerine yer verilmiştir.

4.1. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 1. Üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri (%)

Cinsiyet	Kadın	%65,2		Kardeş yok	%3,7
	Erkek	%34,8		1 Kardeş	%31,1
Yaş	18 ve altı	%3,9	Kardeş Sayısı	2 Kardeş	%27,2
	19-20	%32,1		3 Kardeş	%18,7
	21-23	%58,7		4 ve üstü	%0
	24ve üstü	%5,3			
	İlk	%43,8			
Kaçıncı Çocuk	Ortanca	%26,3	Yaşanılan Yer	Büyük şehir ve merkez ilçeleri	%48,4
	Son	%29,9		Küçük şehir	%22,6
	1.Sınıf	%34,1		İlçe	%17,1
Kaçıncı Sınıf	2. Sınıf	%22,8	Ailenin Toplam Geliri	Belde/Kasaba/Köy	%11,8
	3. Sınıf	%36,4		Asgari ücret ve altı	%14,8
	4 ve Üstü Sınıf	%6,7		Orta	%68,5
				Ortanın Üstü	%13,8
Harcanabilir Geliri (Harçlık ve diğer ücretler)	Düşük	%31,5		Yüksek	%3,0
	Orta	%64,6			
	Yüksek	%3,9			

Araştırmaya katılan 508 üniversite öğrencisinin demografik özellikleri incelendiğinde, katılımcıların %65,2'sini kadınların oluşturduğu görülmektedir. Yaş dağılımı açısından ise katılımcıların %64'ü 21 yaş ve üzerinde olup yaş açısından en düşük grup 18 yaş ve altıdır. Sınıf bazında dağılım durumu incelendiğinde, katılımcıların %34'ü 1.sınıf, %22,8'i 2. sınıf, %36'sı 3. sınıf ve %6,7'si de 4 ve üstü sınıfta yer almaktadır. Araştırmaya katılanların harcanabilir gelirlerine bakıldığında çoğunluğun (%64,6) orta derecede gelire sahip olduğu görülmektedir. Bu gelirler aileden alınan harçlık, yevmiye ve diğer ücretlerden oluşmaktadır. Ailelerin toplam geliri açısından ise araştırmaya katılanların çoğunluğu (%68,5) orta gelir grubu ailelere sahip olduklarını düşünmektedirler. Araştırmaya katılanların çoğunluğunun 1

ve 2 kardeşe sahip olduğu görölmektedir. 4 ve daha fazla sayıda kardeşe sahip katılımcı ise hiç yoktur. Kardeşler arasındaki sıralamada çoğunluğun (%43,8) ilk çocuk olduğu görölmektedir. Araştırmaya katılanların yaşadıkları yerlere bakıldığında çoğunluğunun (%48) büyük şehirlerde yaşadığı, yaşanan yerler arasında en düşük oranın ise %11.8 ile belde/kasaba/köy gibi küçük yerleşim yerleri olduğu görölmektedir.

Tablo 2. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım istatistikler (%)

Sosyal medya uygulamalarına erişimde en sık kullanılan cihaz türü	Sadece masaüstü bilgisayar	%0
	Sadece Taşınabilir Mobil Cihazlar	%77,4
Sosyal medya kullanmaya başlama süresi	Her ikisi	%22,6
	1 yıldan az	%2,4
	1-3 yıl arası	%10,4
	4-6 yıl arası	%43,9
Sosyal medyaya günlük bağlanma süresi	7 yıl ve üstü	%43,3
	1 Saatten az	%7,3
	1-3 saat	%47,4
	4-6 saat	%36,6
Sosyal medyayı gün içinde kullanım zamanları	7 saat ve üstü	%8,7
	Sabah	%1,4
	Öğle	%5,3
	Akşam	%34,1
	Gece	%38,2
Sosyal medya kullanım süresinde COVID-19 salgını sürecinde ne kadarlık artış oldu	Tüm Gün	%21,1
	Artış olmadı	%17,1
	0-1 Saat arası	%19,1
	2-3 Saat arası	%39,6
	4-5 Saat arası	%15,0
	6-7 Saat arası	%5,1
8 Saat ve üstü	%4,1	

Katılımcıların %77.4'ü sosyal medyaya sadece taşınabilir cihazlarla girmektedir. Hem masaüstü hem de taşınabilir cihazlarla girenlerin oranı ise %22.6'dır. Katılımcıların %48,9'u 4-6 yıldır, %48,3'ü 7 yıl ve daha uzun zamandır sosyal medya kullanmaktadır. Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım sürelerine bakıldığında, en yüksek oranın %48 ile 1-3 saat ve %36 ile 4-6 saat aralığında olduğu, 7 saat ve üstü kullananların oranının ise %8,7 olduğu görölmektedir. Sosyal medya kullanımlarının büyük çoğunluğu (%72.3) akşam ve gece gerçekleşmektedir. Katılımcıların %82,9'u COVID-19 salgını sürecinde sosyal medya kullanımlarının arttığını ifade etmiştir. En büyük artış oranı %39.6 ile 2-3 saatlik bir artıştır.

Tablo 3. Sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi değişkenlerine yönelik genel eğilimler, güvenilirlik ve normal dağılıma yönelik değerler

Değişkenler	N(Kişi)	Ortalama	St.Sapma	Güvenilirlik(α)	Basıklık	Çarpıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı	508	2.84	,625	,858	,082	-,433
Sanal İletişim	508	2.93	,674	,730	-,397	,226
Sanal Tolerans	508	2.51	,735	,764	-,502	-,078
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	508	4.30	,964	,891	1,534	-1,527
Eğlence İhtiyacı	508	3.82	,847	,740	-,390	-,505
Güç İhtiyacı	508	3,65	,741	,753	-,029	-,358
Özgürlük İhtiyacı	508	3,63	,958	,834	-,202	-,539

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı genel olarak orta düzeyde (2.84) bulunmuştur. Sosyal medya bağımlılığının sanal iletişim boyutunun ortalaması (2.93), sanal tolerans ortalamasından (2.51) daha yüksektir. Katılımcılar genel olarak psikolojik ihtiyaçlarının karşılandığını düşünmektedir. En yüksek oranda (4.30) karşılanan sevgi-ait olma ihtiyacını, sırasıyla; eğlence ihtiyacı, güç ve özgürlük ihtiyacı takip etmektedir. Değişkenlerin güvenilirlik değerleri literatürde genel kabul gören değer aralığındadır. Ayrıca basıklık ve çarpıklık değerleri de verilerin normal dağılım sergilediğini göstermektedir.

Tablo 4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık oranı

Değişkenler	Sıklık (Kişi)	Yüzde	Ortalama	St. Sapma
Bağımlı Değil	146	28,7	2,09	,274
Ne Bağımlı/ Ne Bağımlı Değil(Ortada)	271	53,3	2,93	,271
Yüksek Derecede Bağımlı	91	17,9	3,81	,235
Toplam	508	100,0		

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık oranlarına yönelik yapılan frekans analizi sonucuna göre; araştırmaya katılan 508 öğrenciden 91'i (%17,9) yüksek derecede bağımlı ve 146'sı (%28,7) bağımlı değil olarak bulunmuştur. 271 kişi (%53,3) ise bağımlık konusunda net fikir beyan etmemiştir.

4.2. Değişkenler Arası İlişkisel Analizler

Bu başlık altında sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu kapsamda temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki belirleyici etkisine geçmeden, öncelikli olarak değişkenler arası ilişkileri belirlemek adına korelasyon analizi yapılmıştır. Değişkenler arası ilişkilerin tespitinin ardından regresyon analizlerine geçilmiştir.

Tablo 5. Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki

		1	2	3	4	5	6	7	VIF	Tolerans
1. Sosyal Medya Bağımlılığı	Korelasyon	1								
	Anlamlılık(Sig.)								,716	1,396
2. Sanal İletişim	Korelasyon	,882**	1						,957	1,045
	Anlamlılık(Sig.)	,000								
3. Sanal Tolerans	Korelasyon	,918**	,635**	1					,702,	1,42
	Anlamlılık(Sig.)	,000	,000							
4. Güç İhtiyacı	Korelasyon	-,217**	-,096*	-,280**	1				1,160	,862
	Anlamlılık(Sig.)	,000	,030	,000						
5. Eğlence İhtiyacı	Korelasyon	-,042	,013	-,075	,265**	1			1,408	,710
	Anlamlılık(Sig.)	,345	,768	,091	,000					
6. Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	Korelasyon	-,098*	-,111*	-,049	,123**	,149**	1		1,048	,954
	Anlamlılık(Sig.)	,028	,013	,272	,005	,001				
7. Özgürlük İhtiyacı	Korelasyon	-,176**	-,114*	-,189**	,358**	,531**	,203**	1	1,526	,655
	Anlamlılık(Sig.)	,000	,010	,000	,000	,000	,000			

**0,01 Korelasyon anlamlılığı, * 0,05 Korelasyon anlamlılığı

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkilere yönelik yapılan korelasyon analizi sonucuna göre, güç ihtiyacının karşılanma düzeyi ve özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal medya bağımlılığının alt boyutu olan sanal tolerans ve sanal iletişim için de aynı negatif ilişki söz konusudur. Güç ihtiyacının ve özgürlük ihtiyacının yeterince karşılanması bağımlılığı azaltırken, karşılanmaması ise artırmaktadır. Sevgi ve ait olma ihtiyacının karşılanma düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı ve sanal iletişim arasında da negatif yönlü ve anlamlı ilişki vardır. Bu değişkenin sanal tolerans ile ise anlamlı ilişkisi yoktur. Sevgi ihtiyacının karşılanma düzeyi artan bireyin sosyal medya bağımlılığı düşmektedir denilebilir. Bir diğer temel psikolojik ihtiyaç olan eğlence ihtiyacının karşılanma düzeyi ile sosyal medya

bağımlılığı arasında ise anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde, sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasında negatif yönlü ilişkiler vardır; ancak bu ilişkilerin derecesi düşüktür. Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeylerinin birbirleriyle olan ilişkileri incelendiğinde ise, güç ihtiyacı ile eğlence, sevgi-ait olma ve özgürlük ihtiyacı arasında anlamlı pozitif ilişki bulunmuştur. Yine eğlence ihtiyacı ile, özgürlük, sevgi-ait olma ihtiyacı arasında da pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır. Belirtilen bu ilişkilerin düşük düzeyli ilişkiler olduğu görülmekle birlikte özgürlük ihtiyacı ile eğlence ihtiyacı arasındaki ilişki ise diğerlerine kıyasla en yüksek düzeyli ilişkidir. Bu ilişkilere göre psikolojik ihtiyaçların birindeki azalma veya artış, ilişkili olduğu diğer ihtiyacın karşılanma düzeyinde de azalma veya artışa yol açmaktadır.

Tablo 6. Sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasındaki regresyon analizi

Model	St. Olmayan Katsayılar		St. Katsayılar		
	B	Std. Hata	Beta	t	Anlamlılık(Sig.)
(Sabit)	3,634	,188		19,312	,000
Güç İhtiyacı	-,151	,039	-,178	-3,841	,000
Eğlence İhtiyacı	,070	,038	,095	1,862	,063
Sevgi-Ait Olma İhtiyacı	-,037	,029	-,057	-1,301	,194
Özgürlük İhtiyacı	-,098	,035	-,151	-2,832	,005

Bağımlı Değişken: Sosyal Medya Bağımlılığı; Düzeltilmiş R Kare:0,059, Durbin Watson: 1,963, F: 89,25, df: 4

Sosyal medya bağımlılığının, temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ile açıklanmasına yönelik yapılan regresyon analizi sonucuna göre: Güç ve özgürlük ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi sosyal medya bağımlılığını açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır. Diğer bir ifade ile güç ihtiyacı -%17 ve özgürlük ihtiyacı ise -%15 oranında sosyal medya bağımlılığını açıklamaktadır. Sosyal medya bağımlılığında meydana gelecek %17 ve %15’lik negatif yönlü bir değişim bu iki temel psikolojik ihtiyacın karşılanma düzeyi ile açıklanabilir. Eğlence ve sevgi-ait olma değişkenleri açısından ise istatistiksel olarak anlamlı bir etkileme söz konusu değildir. Modelin genel açıklayıcılığına bakıldığında ise %0.59’dur. Durbin Watson test istatistiğinin

değeri de 2 civarında olduğu için değişkenler arası otokorelasyon olmadığı görülmektedir. Bu değer ancak 1 in altında olması durumunda değişkenler arasında otokorelasyondan söz edilebilir ve hipotezin kabulünden söz edilemez. Bu sonuca göre güç ve özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyindeki anlamlı sonuca dayalı olarak sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasında anlamlı ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Sanal iletişim ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasındaki regresyon analizi

Model	St. Olmayan Kat Sayı		St. Kat Sayı		
	B	Std. Hata	Beta	t	Anlamlılık(Sig.)
(Sabit)	2,987	,207		14,461	,000
Güç İhtiyacı	-,060	,043	-,066	-1,395	,164
Eğlence İhtiyacı	,092	,041	,116	2,233	,026
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	-,064	,031	-,091	-2,023	,044
Özgürlük İhtiyacı	-,094	,038	-,133	-2,462	,014

Bağımlı Değişken: Sanal İletişim; Düzeltilmiş R Kare:0,025, Durbin Watson: 2,114, F: 4,277, df: 4

Sosyal medya bağımlılığının sanal iletişim alt boyutunun temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ile açıklanmasına yönelik yapılan regresyon analizi sonucuna göre bu model anlamlıdır. Güç ihtiyacı dışında kalan diğer üç ihtiyacın karşılanma düzeyi ile sanal iletişim arasında regresyon vardır ve sanal iletişim; eğlence, sevgi-ait olma ve özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyi tarafından açıklanmaktadır. Sanal iletişimdeki değişimin %11'lik bölümü eğlence ihtiyacı; % -09' lük kısmı sevgi ve ait olma; % -13' lük kısmı da özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyinden etkilenmektedir. Kurulan bu regresyon modelinin genel açıklayıcılığı ise %0.25' dir. Değişkenler arasında otokorelasyonda bulunmamaktadır. Bu sonuca göre: Sanal iletişim ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 8. Sanal tolerans ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasındaki regresyon analizi

Model	St. Olmayan Kat Sayı	St. Kat Sayı			
	B	Std. Hata	Beta	T	Anlamlılık(Sig.)
(Sabit)	3,985	,218		18,249	,000
Güç İhtiyacı	-,245	,046	-,247	-5,374	,000
Eğlence İhtiyacı	,054	,044	,062	1,236	,217
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	,001	,033	,001	,026	,979
Özgürlük İhtiyacı	-,103	,040	-,134	-2,545	,011

Bağımlı Değişken: Sanal Tolerans; Düzeltilmiş R Kare:0,082, Durbin Watson: 1,917, F: 12,284, df: 4

Sosyal medya bağımlılığının alt boyutu olan sanal toleransın temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ile açıklanmasına yönelik kurulan model anlamlıdır. Modelin genel açıklayıcılığı %0,82'dir. Güç ihtiyacı ve özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyi sanal toleransı anlamlı olarak etkilemektedir. Sanal toleransın -%24'lük kısmı güç ihtiyacının karşılanma düzeyi ile; -%13'lük kısmı da özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyi ile açıklanmaktadır. Eğlence ve sevgi-ait olma ihtiyacının karşılanma düzeyinin sanal tolerans üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur. Durbin Watson değeri de değişkenler arası otokorelasyonun olmadığını göstermektedir. Bu sonuca göre: Sanal tolerans ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

4.3. Değişkenler Arası Farklılık Analizleri

Bu bölümde araştırmanın bağımlı değişkeni olan sosyal medya bağımlılığı ve bağımsız değişkeni olan temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik bağımsız grup t testi ve anova testi sonuçlarına yer verilmiştir. Öncelikle sosyal medya bağımlılığının demografik değişkenlere göre farklılık göstermediğine yönelik analiz sonuçlarına yer verilmiş, ardında da aynı tablo içinde temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığına yönelik analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Demografik özelliklere ilişkin fark analizlerinden sonra, katılımcıların sosyal medya kullanım durumlarına ilişkin değişkenler ile sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi farklılıklarına yönelik analizler yapılmıştır.

Tablo 9. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılama düzeyinin cinsiyet açısından farklılığı

Değişken (Cinsiyet)	Ortalama		F	T	df	Anlamlılık (sig.)
	Kadın	Erkek				
Sanal İletişim	2,55	2,43	,466	1,902	337,304	,058
Sanal Tolerans	2,83	2,70	3,206	2,044	378,465	,042
Sosyal Medya Bağımlılığı	2,88	2,75	,220	2,237	359,350	,026
Güç İhtiyacı	3,67	3,60	,000	,934	357,987	,351
Eğlence İhtiyacı	3,82	3,82	1,969	,041	380,561	,967
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	4,33	4,25	,161	,803	360,718	,422
Özgürlük İhtiyacı	3,58	3,73	,129	1,626	342,191	,105

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre temel psikolojik ihtiyaçların karşılama düzeyi ve sosyal medya bağımlılığının farklılaşp farklılaşmadığının incelendiği bağımsız grup t testi sonucuna göre, kadın ve erkeklerin sanal tolerans ve sosyal medya bağımlılıkları istatistiksel olarak anlamlı şekilde birbirinden farklılaşmaktadır. Kadın katılımcıların bu değişkenlere yönelik eğilimleri (ortalamaları) erkeklerden daha yüksektir. Kadın katılımcılar sosyal medya bağımlılığı açısından erkeklerden daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. Temel psikolojik ihtiyaçların karşılama düzeyi açısından ise erkekler ile kadınlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur. Katılımcıların ortalamalarına bakıldığında, her iki grubun da aynı şekilde ihtiyaçlarının karşılanmakta olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Tablo 10. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin yaş açısından farklılığı

Değişkenler	df	F	Sig.	Scheffe Test(Farkın kaynağı)		
Sanal İletişim	3	2,274	,079	Fark Yok		
Sanal Tolerans	3	6,490	,000	18 ve altı	(3.30)	1. Grup
				19-20	(2.99)	2. Grup
				21-23	(2.92)	
				24 ve üstü	(2.43)	3. Grup
Sosyal Medya Bağımlılığı	3	5,069	,002	18 ve altı	(3.09)	1. Grup
				19-20	(2.87)	
				21-23	(2.83)	
				24 ve üstü	(2.44)	2. Grup
Güç İhtiyacı	3	4,901	,002	18 ve altı	(3.16)	1. Grup
				21-23	(3.64)	2. Grup
				19-20	(3.65)	
				24 ve üstü	(3.99)	3. Grup
Eğlence İhtiyacı	3	1,513	,210	Fark Yok		
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	3	2,143	,094	Fark Yok		
Özgürlük İhtiyacı	3	1,864	,135	Fark Yok		

Sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapılan Anova testi sonucuna göre, sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutu olan sanal tolerans ile güç ihtiyacının karşılanma düzeyi yaşa göre farklılaşmaktadır. Bu farkın kaynağını belirlemek üzere yapılan Post Hoc testlerinden scheffe testi sonucuna göre, sanal tolerans 3 grup olarak birbirinden farklılaşmaktadır. En yüksek ortalama 18 yaş ve altında yer alırken en düşük ortalama 24 yaş ve üzerindedir. 19 ve 23 yaş aralığı ise bu iki değişkenin ortasında yer almaktadır. Sosyal medya bağımlılığında da 18 yaş ve altı olanlar diğerlerinden farklılaşarak en yüksek ortalamaya sahip değişken olmuştur. Yaşın artması ile birlikte hem sosyal medya bağımlılığının hem de sanal toleransın azaldığı görülmektedir. Temel psikolojik ihtiyaçlardan ise sadece güç ihtiyacı istatistiksel açıdan yaşa göre farklılık göstermektedir. Güç ihtiyacının karşılanma düzeyi en düşük grup 18 yaş ve altı iken en yüksek grup ise 24 yaş ve üzeridir. Bu iki yaş grubunun dışında 19-23 yaş aralığındaki kişiler için güç ihtiyacının karşılanma düzeyi ise, diğer grupların ortasındadır. Yaşın artması ile birlikte güç ihtiyacının karşılanma düzeyi artmaktadır.

Tablo 11. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin kardeş sayısı açısından farklılığı

Değişkenler	df	F	Sig.	Scheffe Test(Farkın kaynağı)
Sanal İletişim	4	1,632	,165	Fark Yok
Sanal Tolerans	3	3,309	,011	Kardeş Yok (2,95)
				1 Kardeş (2,83)
				2 Kardeş (3,03)
				3 Kardeş (3,09)
4 ve üstü kardeş (2,71)				
Sosyal Medya Bağımlılığı	4	1,818	,124	Fark Yok
Güç İhtiyacı	4	,132	341	Fark Yok
Eğlence İhtiyacı	4	1,559	,184	Fark Yok
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	4	1,968	,098	Fark Yok
Özgürlük İhtiyacı	4	3,475	,008	Kardeş Yok (3,96)
				1 Kardeş (3,77)
				2 Kardeş (3,62)
				3 Kardeş (3,64)
4 ve üstü kardeş (3,35)				

Kardeş sayısına göre sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların farklılığına yönelik yapılan analiz sonucuna göre, sosyal medya bağımlılığının sanal tolerans boyutunda ve psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeylerinden ise özgürlük ihtiyacında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu iki değişken için de 4 ve üstü kardeşe sahip olanlar, diğer gruplardan farklılaşmaktadırlar. Bu grupta yer alanların genel ortalamaları diğer gruplardan düşüktür. Kardeş sayısı artıka özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyi ve bağımlılığın sanal tolerans boyutu azalmaktadır.

Tablo 12. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin kardeşler arasındaki yaş sırası açısından farklılığı

Değişkenler	Df	F	Sig.	Scheffe Test(Farkın kaynağı)
Sanal İletişim	2	,584	,558	Fark Yok
Sanal Tolerans	2	1,508	,222	Fark Yok
Sosyal Medya Bağımlılığı	2	1,177	,309	Fark Yok
Güç İhtiyacı	2	,694	,500	Fark Yok
Eğlence İhtiyacı	2	4,565	,011	İlk (3,95)
				Ortanca (3,72)
				Son (3,72)
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	2	3,174	,043	Ortanca (4,14)
				İlk (4,32)
				Son (4,43)
Özgürlük İhtiyacı	2	,790	,454	Fark Yok

Kardeşler arasındaki yaş sırasına göre sosyal medya bağımlılığı istatistiksel açıdan anlamlı farka sahip değildir. Temel psikolojik ihtiyaçlar boyutunda ise eğlence ihtiyacı ile sevgi ve ait olma ihtiyacı yaş sırasına göre farklılık

göstermektedir. Farkların kaynağını belirlemek için yapılan scheffe testi sonucuna göre, ilk çocuk olan katılımcıların eğlence ihtiyacının karşılanma düzeyi diğer gruplardan daha yüksektir. Ortanca çocuk olan katılımcıların ise sevgi ve ait olma ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi diğer gruplardan daha düşüktür.

Tablo 13. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin okunan sınıf açısından farklılığı

Değişkenler	df	F	Sig.	Scheffe Test (Farkın kaynağı)
Sanal İletişim	3	2,025	,109	Fark Yok
Sanal Tolerans	3	4,805	,003	1.Sınıf (2,89) 2.Sınıf (2,83) 3.Sınıf (3,08) 4.ve üstü (2,69) } 1. Grup 2. Grup
Sosyal Medya Bağımlılığı	3	3,730	,011	1. Sınıf (2,78) 2. Sınıf (2,79) 3. Sınıf (2,95) 4. ve üstü (2,66) } 1. Grup 2. Grup
Güç İhtiyacı	3	,279	,841	Fark Yok
Eğlence İhtiyacı	3	5,338	,001	1. Sınıf (3,96) 2. Sınıf (3,84) 3. Sınıf (3,76) 4. ve üstü (3,37) } 1. Grup 2. Grup
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	3	1,383	,247	Fark Yok
Özgürlük İhtiyacı	3	2,335	,073	Fark Yok

Araştırmaya katılanların sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi eğitim almakta oldukları sınıfa göre farklılaşmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ve sanal tolerans boyutunda dört ve üstü sınıf öğrencileri diğer sınıflardan daha düşük ortalamalara sahip olarak farklılaşmaktadır. Temel psikolojik ihtiyaçlarda ise eğlence ihtiyacının karşılanma düzeyi en düşük grup olarak dört ve üstü sınıftaki öğrenciler diğer sınıflardaki öğrencilerden ayrılmaktadır. Kısaca, son sınıftaki öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı daha alt sınıflarda okuyanlardan düşüktür. Bu gruptaki kişilerin aynı zamanda eğlence ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi de daha düşüktür. Diğer boyutlar açısından anlamlı farklılıklar ortaya çıkmamıştır.

Tablo 14. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin ailenin toplam geliri açısından farklılığı

Değişkenler	df	F	Sig.	Scheffe Test(Farkın kaynağı)	
Sanal İletişim	3	1,410	,239	Fark Yok	
Sanal Tolerans	3	1,115	,343	Fark Yok	
Sosyal Medya Bağımlılığı	3	1,357	,255	Fark Yok	
Güç İhtiyacı	3	3,274	,021	Asgari ücret ve altı (3,50)	1. Grup
				Orta (3,63)	
				Ortanın Üstü (3,82)	2. Grup
				Yüksek (3,95)	
Eğlence İhtiyacı	3	,835	,475	Fark Yok	
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	3	1,763	,153	Fark Yok	
Özgürlük İhtiyacı	3	1,216	,303	Fark Yok	

Ailenin toplam aylık geliri açısından sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin farklılık gösterip göstermeyeceği ile ilgili yapılan anova testine göre yalnızca güç ihtiyacı açısından anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Bu farkın kaynağını belirlemek üzere yapılan scheffe testi sonucuna göre ise, güç ihtiyacının karşılanma düzeyi asgari ücret ve altında aylık geliri olan ailelere sahip olan katılımcıların diğer gruplardan farklılaştığı görülmüştür. Bu gelir grubundaki ailelerin çocukları, diğer gelir gurubundaki ailelerin çocuklarına göre güç ihtiyaçlarının daha düşük düzeyde karşıladığını düşünmektedir. Diğer boyutlar açısından anlamlı farklılıklar ortaya çıkmamıştır.

Tablo 15. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin harcanabilir gelir(burs, harçlık, yevmiye vd.) açısından farklılığı

Değişkenler	df	F	Sig.	Scheffe Test(Farkın kaynağı)	
Sanal İletişim	2	,138	,871	Fark Yok	
Sanal Tolerans	2	,679	,508	Fark Yok	
Sosyal Medya Bağımlılığı	2	,338	,713	Fark Yok	
Güç İhtiyacı	2	7,293	,001	Düşük (3,49)	1. Grup
				Orta (3,79)	
				Yüksek (4,03)	2. Grup
Eğlence İhtiyacı	2	5,810	,003	Düşük (3,65)	1. Grup
				Yüksek (3,63)	
				Orta (3,91)	2. Grup
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	2	5,072	,007	Düşük (3,21)	1. Grup
				Orta (3,38)	
				Yüksek (3,75)	2. Grup
Özgürlük İhtiyacı	2	5,777	,003	Düşük (3,42)	1. Grup
				Orta (3,72)	
				Yüksek (3,75)	2. Grup

Araştırmaya katılanların aylık harcanabilir gelirlerine göre sosyal medya bağımlılığı açısından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmamaktadır. Temel

psikolojik ihtiyaçların karşılanması açısından ise tüm boyutlar katılımcıların harcanabilir aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır. Bu farkın kaynağını belirlemek için posthoc testi sonucuna göre, yüksek gelire sahip olanların; güç ihtiyacı, sevgi-ait olma ihtiyacı ve özgürlük ihtiyacı boyutunda ortalamaları diğer gruplardan farklılaşmaktadır. Bu ihtiyaçların karşılanma düzeyi gelir yükseldikçe artmaktadır. Orta gelir grubunun eğlence ihtiyacının ise, yüksek ve düşük gelir grubuna göre daha yüksek oranda karşıladığı görülmektedir. Araştırmaya katılanların yaşadıkları yer açısından ise sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi istatistiksel açıdan anlamlı olarak farklılaşmamaktadır. Tüm gruplarda yaşanılan yere göre sosyal medya bağımlılığı orta derecede; temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ortanın üstündedir.

Tablo 16. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin sosyal medya kullanım zamanları açısından farklılığı

Değişkenler	df	F	Sig.	Scheffe Test(Farkın kaynağı)		
Sosyal Medya Bağımlılığı	4	4,660	,001	Sabah	(2,56)	1. Grup
				Öğle	(2,70)	
				Akşam	(2,76)	2. Grup
				Gece	(2,81)	
				Tümgün	(3,05)	
Sanal İletişim	4	,899	,464	Fark Yok		
Sanal Tolerans	4	10,268	,000	Sabah	(2,61)	1. Grup
				Öğle	(2,61)	
				Akşam	(2,80)	2. Grup
				Gece	(2,91)	
				Tümgün	(3,30)	
Güç İhtiyacı	4	6,708	,000	Sabah	(3,25)	1. Grup
				Öğle	(4,15)	2. Grup
				Akşam	(3,67)	
				Gece	(3,69)	
				Tümgün	(3,42)	
Eğlence İhtiyacı	4	4,031	,003	Öğle	(4,31)	1. Grup
				Sabah	(3,61)	2. Grup
				Akşam	(3,80)	
				Gece	(3,88)	
				Tümgün	(3,63)	
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	4	1,899	,109	Fark Yok		
Özgürlük İhtiyacı	4	2,948	,020	Öğle	(4,18)	1. Grup
				Sabah	(3,25)	2. Grup
				Akşam	(3,64)	
				Gece	(3,63)	
				Tümgün	(3,51)	

Araştırmaya katılanların sosyal medyayı gün içindeki kullanım zamanlarına göre sosyal medya bağımlılığı ve sanal tolerans boyutu istatistiksel açıdan farklılık

göstermektedir. Tüm gün sosyal medya kullananların bağımlılıkları diğer gruplardan daha yüksektir. Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi açısından ise, sevgi ve ait olma dışındaki diğer üç boyut da sosyal medyanın gün içindeki kullanım zamanına göre istatistiksel açıdan farklılaşmaktadır. Güç ihtiyacı açısından bakıldığında, sosyal medyaya daha çok sabah saatlerinde girenlerin ortalaması, diğer gruplardan düşüktür. Yine bu grupta sosyal medyaya öğlen girenlerin ortalaması daha yüksektir. Yani sosyal medyayı sabah saatlerinde kullananların güç ihtiyacının karşılanma düzeyi daha düşükken, öğlen girenlerin ise daha yüksektir. Eğlence ve özgürlük ihtiyacı boyutunda da, sosyal medyayı öğlen saatlerinde kullananların ortalaması diğer gruplardan daha yüksektir. Yani sosyal medyayı öğlen saatlerinde kullanan öğrencilerin; eğlence ve özgürlük ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi diğer gruplardan daha yüksektir.

Tablo 17. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin günlük sosyal medya kullanım süresi açısından farklılığı

Değişkenler	df	F	Sig.	Scheffe Test(Farkın kaynağı)
Sosyal Medya Bağımlılığı	3	29,877	,000	1 saaten az (2,23) } 1. Grup
				1-3 saat (2,71) } 2. Grup
				4-6 saat (3,04) } 3. Grup
				7 saat ve üstü (3,17) }
Sanal İletişim	3	14,126	,000	1 saaten az (2,03) } 1. Grup
				1-3 saat (2,42) } 2. Grup
				4-6 saat (2,65) } 3. Grup
				7 saat ve üstü (2,85) }
Sanal Tolerans	3	39,145	,000	1 saaten az (2,14) } 1. Grup
				1-3 saat (2,77) } 2. Grup
				4-6 saat (3,21) } 3. Grup
				7 saat ve üstü (3,34) }
Güç İhtiyacı	3	3,496	,016	1 saaten az (3,88) } 1. Grup
				1-3 saat (3,71) } 2. Grup
				4-6 saat (3,56) }
				7 saat ve üstü (3,46) }
Eğlence İhtiyacı	3	1,945	,121	Fark Yok
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	3	1,776	,151	Fark Yok
Özgürlük İhtiyacı	3	,685	,561	Fark Yok

Araştırmaya katılanların gün içinde sosyal medyayı kullanım süresi, sosyal medya bağımlılığı açısından ve güç ihtiyacının karşılanma düzeyi açısından farklılaşmaktadır. Günlük sosyal medya kullanım süresi yüksek olanların bağımlılık düzeyleri de yükselmektedir. Bu yükselme sosyal medya bağımlılığı ve iki alt boyutu olan sanal iletişim ve sanal tolerans için de geçerlidir. Günlük sosyal medya kullanımı bir saatten az olanların bağımlılık ortalaması en düşük, dört saatin üstünde

kullanıma sahip olanların bağımlılık düzeyi ise en yüksek ortalamaya sahiptir. Günlük sosyal medya kullanım süresi ile psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiye bakıldığında ise: Günde bir saatten az sosyal medya kullananların güç ihtiyacının karşılanma düzeyi bir saatten fazla kullanımı olanlara göre daha yüksektir. Yani güç ihtiyacının yeterince karşılandığını düşünenler sosyal medyada daha az zaman geçirmektedir. Kullanım süresi ile diğer psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi açısından ise anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 18. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin sosyal medya kullanım yılı açısından farklılığı

Değişkenler	df	F	Sig.	Scheffe Test(Farkın kaynağı)
Sosyal Medya Bağımlılığı	3	1,566	,197	Fark Yok
Sanal İletişim	3	,832	,476	Fark Yok
Sanal Tolerans	3	3,076	,027	1-3 yıl arası (2,66) } 1. Grup
				4-6 yıl arası (2,93) }
				1 yıldan az (2,95) } 2. Grup
				7 yıl ve üstü (3,00) }
Güç İhtiyacı	3	1,642	,179	Fark Yok
Eğlence İhtiyacı	3	,971	,406	Fark Yok
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	3	1,947	,121	Fark Yok
Özgürlük İhtiyacı	3	2,065	,104	Fark Yok

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı ne kadar zamandır kullandıklarına göre, bağımlılık ve temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyinin farklılığına yönelik yapılan analize göre, yalnızca sanal tolerans boyutunda anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Sosyal medyayı 1-3 yıl arası kullananların sanal toleransı diğer gruplardan farklıdır. Yani sosyal medyayı 1-3 yıldır kullananların sanal toleransı daha uzun zamandır kullananlara göre düşük olmaktadır. Sosyal medya kullanım süresi içinde yer alan bir yıldan az seçeneğine katılımcıların hiçbirinden yanıt gelmediği için bu süre ile ilgili fark analizi yapılamamıştır. Sonuç itibari ile sosyal medya kullanmaya başlama süresinin üzerinden geçen zaman arttıkça sosyal medya bağımlılığının sanal tolerans boyutu yükselmektedir.

Tablo 19. Sosyal medya bağımlılığının ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinin COVID-19 sürecinde sosyal medya kullanımındaki artış açısından farklılığı

Değişkenler	df	F	Sig.	Scheffe Test(Farkın kaynağı)
Sosyal Medya Bağımlılığı	5	11,584	,000	Artış olmadı (2,52) } 1. Grup
				0-1 Saat arası (2,66) }
				2-3 Saat arası (2,95) }
				4-5 Saat arası (3,01) } 2. Grup
				6-7 Saat arası (2,84) }
				8 Saat ve üstü (3,27) } 3. Grup
Sanal İletişim	5	4,653	,000	Artış olmadı (2,27) } 1. Grup
				0-1 Saat arası (2,41) }
				2-3 Saat arası (2,59) }
				4-5 Saat arası (2,62) } 2. Grup
				6-7 Saat arası (2,43) }
				8 Saat ve üstü (2,76) }
Sanal Tolerans	5	14,420	,000	Artış olmadı (2,53) } 1. Grup
				0-1 Saat arası (2,70) }
				2-3 Saat arası (3,07) }
				4-5 Saat arası (3,14) } 2. Grup
				6-7 Saat arası (2,98) }
				8 Saat ve üstü (3,53) }
Güç İhtiyacı	5	1,663	,142	Fark Yok
Eğlence İhtiyacı	5	,845	,518	Fark Yok
Sevgi ve Ait Olma İhtiyacı	5	1,220	,298	Fark Yok
Özgürlük İhtiyacı	5	,443	,819	Fark Yok

COVID-19 salgını döneminde sosyal medya kullanımının artıp artmadığı ve eğer artmış ise bu durumun sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi açısından bir farklılığa neden olup olmadığı incelenmiştir. Farklılık analizi için yapılan anova testi sonucuna göre, COVID-19 sürecinde sosyal medya bağımlılığı farklılaşmaktadır. Bu farkın kaynağını belirlemek için yapılan scheffe post hoc testi sonucuna göre, sosyal medya kullanım süresi artmayan veya 1 saate kadar artan katılımcıların sosyal medya bağımlılığı en düşük; kullanım süresindeki artışı 8 saat ve üstü olanların ise sosyal medya bağımlılığı en yüksek düzeyde bulunmuştur. Sosyal medya kullanım artışı 2-7 saat aralığında olan diğer grup ise, bağımlılık düzeyi yüksek ve düşük olan bu iki grubun ortasında yer alan bir artış sergilemiştir. COVID-19 sürecinde, sosyal medya kullanımında artış olmayanların, bağımlılığın sanal iletişim boyutundaki artışı da diğer gruplardan daha düşük olmuştur. Sosyal medya kullanımında artış olmayanlar ile 1 saate kadar artış olanların sanal tolerans düzeyi ise diğer gruplardan daha düşüktür. Genel olarak bakıldığında, COVID-19 sürecinde sosyal medya kullanım süresi arttıkça buna bağlı olarak sosyal medya bağımlılığında ve bu bağımlılığın alt boyutlarında artış olduğu

görülmektedir. COVID-19 sürecinde temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi ise farklılaşmamaktadır.

Ayrıca sosyal medyaya giriş için kullanılan cihaz ve uygulama ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiye yönelik yapılan analiz sonuçlarına göre: Sosyal medya bağımlılığı, sosyal medyaya bağlantı sağlamak için kullanılan erişim cihazına göre farklılık göstermemektedir. Araştırmaya katılanların çoğunluğu sosyal medya için bağlantıyı mobil cihazlar ile yaptıklarını beyan etmişlerdi. Mobil cihaz ile veya hem mobil cihaz hem de masaüstü cihazlar ile bağlantı kuranların sosyal medya bağımlılığı birbirinden farklılaşmamaktadır ($sig>,005$). Her iki seçenek içinde bağımlılık orta derecededir (mobil cihaz kullananların ortalaması: 2,84, her ikisini kullananların ortalaması: 2,83). Kullanılan sosyal medya uygulaması açısından da gruplar arası anlamlı fark bulunmamıştır. Araştırmaya katılanların çoğunluğu (%85) kullandıkları sosyal medya uygulamasını Instagram olarak belirtmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın bulguları ve problemleri literatür doğrultusunda yorumlanarak tartışılmıştır.

Bu çalışmada, öncelikli olarak üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi arasındaki ilişki incelenmiştir. Ayrıca bu iki değişkenle ilişkili olabileceği düşünülen bazı sosyodemografik değişkenler ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarının sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçlarla ilişkisine yer verilmiştir. Araştırma verilerinin toplanması için üniversite eğitimi gören 178'i erkek ve 330'u kadın olmak üzere toplam 508 öğrenci örneklem olarak seçilmiştir. Araştırma örnekleminde, nicel araştırma yöntemlerinde kullanılan anket tekniği ile birincil veriler toplanmıştır. "SMBÖ-YF", "ÜÖTİÖ" ve "Kişisel Bilgi Formu" ile elde edilen veriler SPSS 22.0 programıyla analiz edilmiştir. Araştırmanın sosyal medya bağımlılığı değişkeni, bu bağımlılığın iki alt boyutu olan sanal tolerans ve sanal iletişim boyutları ile birlikte incelenmiştir. Temel psikolojik ihtiyaçlar değişkeni ise Glasser'ın seçim teorisinde tanımladığı; sevgi-ait olma, eğlence, güç ve özgürlük olmak üzere dört boyutta ele alınmıştır.

Araştırmanın sonucuna göre, üniversite öğrencilerinin %17,9'unun sosyal medya bağımlısı olduğu bulunmuştur. Tüm öğrencilerin sosyal medya bağımlılığının derecesi ise genel olarak orta düzeyde (2.84) bulunmuştur. Katılımcıların %17,9'u ölçme aracının sosyal medya bağımlılığı kriterlerini yüksek düzeyde karşılamaktadır. Literatüre bakıldığında geçmiş dönemlerde yapılan çalışmalarda sosyal medya bağımlılığının yaygınlık oranlarıyla ilgili bildirimler %2,8 ile % 47 arasında değişmektedir. Bu nedenle araştırmadan elde edilen %17,9'luk bağımlılık oranını literatürdeki diğer bulgularla karşılaştırmak güçleşmektedir. Araştırmalarda sosyal medya bağımlılığını ölçmek için farklı ölçme araçlarının kullanılması ve sosyal medya bağımlılığının tanımıyla ilgili ortak bir uzlaşma bulunmaması, oranlardaki bu farklılığın denelerinden biri olabilir. Banyai vd., (2017) ve Masters (2015) yaptıkları çalışmalarda farklı teorik tanımlamalar ve psikometrik araçlar kullanılması nedeniyle, sorunlu sosyal medya kullanımının yaygınlığının gerçek orandan az veya daha fazla tahmin edilebildiğini ifade etmektedir. Masters, yaygınlık oranlarındaki bu farklılığın bir diğer nedeninin ise, iş amacıyla yapılan sosyal medya kullanımlarının

bağımlılık oranları hesaplanırken hesaba katılıp katılmamasıyla ilgili olduğunu ifade etmektedir. Masters, sosyal medyanın iş amaçlı kullanımlarının bağımlılık oranları hesaplanırken hariç tutulması gerektiğini savunmaktadır. Bu konuda üniversite öğrencileriyle yaptığı bir araştırmada, sırasıyla %14,2, %47,2 ve %33,3'ünün Facebook, YouTube ve Twitter bağımlısı olduğunu bulduğu öğrencilerden sosyal medyada geçirdiği zamanın %50'sinden fazlasını iş, ödev araştırma vb. farklı işlevsel amaçlarla geçirdiğini bildirenleri çıkardığında, bu oranın sırasıyla %6,3, %13,8 ve %12,8'e düştüğünü bildirmiştir. Araştırmada bu şekilde bir hariç tutma yapılmamıştır ve kullanıcıların büyük çoğunluğu (%85) sosyal medyadaki davranışlarını Instagram uygulamasına göre bildirmiştir. Oranlardaki farklılığın bir diğer nedeninin de kendi kendine bildirimli ölçeklere katılımcıların verdiği bilgilerle yetinilmesi olabilir. Örneğin yapılan bazı araştırmalarda sosyal medya bağımlılığının önemli kriterlerinden biri olan günlük kullanım sürelerini kişilerin olduğundan daha az veya fazla bildirebildikleri ifade edilmektedir. Ayrıca pandemi sırasındaki birçok belirsizlikte olduğu gibi, sosyal medyanın aşırı kullanımının da sadece bir baş etme ve telafi mekanizması mı yoksa bir bağımlılık davranışı mı olduğunu ayırt etmek güçleşmektedir.

Araştırmanın diğer değişkeni olan temel psikolojik ihtiyaçlar açısından ise, katılımcılar psikolojik ihtiyaçlarının genel olarak karşılandığını düşünmektedir. En yüksek oranda (4.30) karşılanan psikolojik ihtiyaç; sevgi-ait olma ihtiyacı iken en düşük oranda (3.65) karşılanan ihtiyaç güç ve özgürlük ihtiyaçları (3.62) olmuştur. Eğlence ihtiyacının karşılanma oranı ise (3.84) olarak bulunmuştur. 2019 yılı sonuna doğru Çin'de başlayan ve kısa süre içinde dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını, tüm dünyada; sokağa çıkma kısıtlamaları, işyerlerinin kapatılması, binlerce insanın ölümü gibi yakın zamanda benzeri görülmemiş birçok yaşam tarzı değişikliklerine neden olmuştur. Türkiye'de de bu durumların yaşandığı ve tam kapanmanın üniversite öğrencilerini kapsayacak şekilde uygulandığı bir dönemde yapılan bu araştırmada, katılımcılara uygulanan anketlerde psikolojik ihtiyaçlarının yüksek oranlarda karşılandığı sonucunun elde edilmesi araştırmanın en beklenmeyen bulgularından biri olmuştur. Araştırmaya başlandığı dönemde salgın sürecinde dışarı çıkma yasağı gibi kısıtlama önlemleri olduğu için, öğrencilerin özgürlük ve eğlence ihtiyaçları başta olmak üzere psikolojik ihtiyaçlarının bu dönemde yeterince

karşılanamayacağı düşünülürken, anketlerden elde edilen bulgular ihtiyaçların yüksek düzeyde karşılandığını göstermektedir. Bu şaşırtıcı bulgu, öğrencilerin salgın sürecinde sosyal medya kullanımındaki artış oranları göz önünde bulundurularak yorumlandığında: temel psikolojik ihtiyaçların, öğrenciler tarafından bir baş etme mekanizması olarak sosyal medya aracılığı ile telafi edilerek karşılanması ihtimalini akla getirmektedir. Çünkü, günümüzde internet kullanıcıları ihtiyaç kuramlarında belirtilen birçok ihtiyacı internet uygulamaları vasıtasıyla karşılama yoluna gidebilmektedir. Andreassen (2015) ve Clark ve Calleja (2008), insanların gerçek hayatta psikolojik ihtiyaçlarının yeterince karşılanmadığı durumlarda yaşadıkları psikolojik sıkıntılarla baş etmek ve bu olumsuz etkilerden kaçınmak için sosyal medyaya yönelebildiklerini ifade etmektedir. Aynı şekilde Dongping (2016) da gençlerin gerçek hayatta psikolojik ihtiyaçlarını yeterince karşılayamadıklarında, bunu telafi edici bir mekanizma olarak internet faaliyetlerine yönelebildiklerini; Griffith (2005), internet kullanıcılarının interneti sorunlarla başa çıkma yolu olarak algılayabildiğini, Young (1998) ise kişilerin; yalnızlık, üzüntü, endişe gibi olumsuz durumların oluşturduğu ruh hallerini düzeltmek için internete aşırı şekilde yönelebildiklerini ifade etmektedir.

Araştırmamızın ana konusu olan sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiye bakıldığında: Sosyal medya bağımlılığı ile temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi arasında negatif yönlü; ancak düşük dereceli bir ilişki olduğu görülmektedir. Bazı temel psikolojik ihtiyaçların yeterince karşılanması sosyal medya bağımlılığını azaltırken yeterince karşılanmaması ise artırmaktadır. Temel psikolojik ihtiyaçlardan olan güç, özgürlük ve sevgi-ait olma ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır. Bu ihtiyaçların her birinin karşılanma düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi azalmakta, karşılanma düzeyleri azaldıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi artmaktadır. Aynı ilişki sosyal medya bağımlılığının sanal iletişim alt boyutu ile eğlence, özgürlük ve sevgi-ait olma ihtiyaçları arasında; sanal tolerans alt boyutu ile ise güç ve özgürlük ihtiyaçları arasında da vardır. Ayrıca bir psikolojik ihtiyacın karşılanma düzeyindeki artış veya azalış, diğer psikolojik ihtiyaçların düzeyinde de aynı yönde artış ya da azalışa neden olmaktadır.

Araştırmada, sosyal medya bağımlılığı değişkeninin psikolojik ihtiyaçlar dışındaki diğer faktörlerle de ilişkisi incelenmiştir. Buna göre, sosyal medyanın gün içindeki kullanım vakti, sosyal medyanın ne kadar zamandır kullanıldığı ve günlük kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılığı farklılık göstermektedir. Katılımcıların sosyal medyaya büyük çoğunlukla akşam ve gece saatlerinde girdikleri görülmekle birlikte, bağımlılık düzeyleri daha yüksek olan kişiler sosyal medyayı hem daha fazla kullanmakta hem de günün belirli zaman dilimlerinde değil tüm gün kullanmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile günlük sosyal medyaya bağlı kalım süresi arasındaki ilişkiye bakıldığında; katılımcıların %48'inin 1-3 saat, %36'sının 4-6 saat ve %8,7'sinin 7 saat ve üstü günlük sosyal medyaya bağlı kaldıkları görülmektedir. Young (1998), haftada ortalama 39 saatlik kullanımı, Yang ve Tung (2004), 21 saatlik kullanımı, Van den Eijnden, Meerkerk, Vermulst, Spijkerman ve Engels (2008) ise 9 saatlik kullanımı bağımlılık olarak kabul etmektedir. Bu oranlar göz önünde bulundurulduğunda, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin bağımlılık oranının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmamızın anket çalışmasının yapıldığı COVID-19 sürecinde uygulanan sokağa çıkma yasağı gibi kısıtlamaların olduğu dönemde katılımcıların %82,9'unun sosyal medya kullanım sürelerinde çeşitli düzeylerde önemli artışlar yaşanmıştır. Kullanım sürelerindeki bu artışa paralel olarak, sosyal medya bağımlılık düzeylerinde de artış olmuştur. Bu bulgu, Singh vd. (2020) tarafından aktarılan; salgın sürecinde Hindistan'da sosyal medya kullanımında %87'lere varan artışlar olduğu şeklindeki bulgu ile ve Cheng ve Li (2014) tarafından aktarılan internet tabanlı bağımlılıkların çevresel koşullardaki olumsuzluklardan etkilenerek artış gösterdiği bulgusu ile de tutarlıdır.

Andreassen ve Pallesen (2014), en önemli sosyal medya bağımlılık kriterlerinden birinin sosyal medyada sürekli olarak çevrimiçi kalma isteği duymak olduğunu ifade etmektedir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinden bağımlılık düzeyi yüksek olanların, sosyal medyayı hem daha fazla kullanması hem de tüm gün kullanması bağımlılık kriterlerinden biri olan sürekli meşguliyet kriterine uymaktadır. Griffiths (2005), sanal toleransı kişinin önceki ruh halini değiştiren etkilere yeniden ulaşmak için artan miktarlarda sosyal ağ aktivitesine ihtiyaç duyduğu ve bu etkiye ulaşmak için de sosyal ağda harcadığı zamanı her geçen gün

kademeli olarak artırdığı süreç olarak tanımlanmaktadır. Araştırma verilerimize göre, sosyal medya bağımlılığı ve iki ait boyutu, kişilerin sosyal medyayı gün içindeki toplam kullanım sürelerine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Yine sosyal medya bağımlılığının sanal tolerans alt boyutu da kişilerin sosyal medyayı ne kadar zamandır kullandıklarına göre farklılaşmaktadır. Bu veri Aktan (2018) tarafından yapılan araştırma sonucunda elde edilen; üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım süreleri ve sosyal medyanın ne kadar zamandır kullanıldığı değişkenleri ile bağımlılık düzeyi arasında anlamlı farklılık olduğu şeklindeki bulgusu ile örtüşmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyaya giriş için kullanılan cihazlar ve kullanılan sosyal medya uygulaması arasındaki ilişkiye bakıldığında, bazı araştırmacıların yeni ve taşınabilir teknolojilerle (dizüstü bilgisayar, akıllı telefon) sosyal medya kullanımının bağımlılığı artırdığını ifade ettiği görülmektedir (Andreassen ve Pallesen, 2014). Araştırmamıza katılanların %77,4'ü sadece taşınabilir cihazlar ile sosyal medyaya girmekte ve %22,6'sı ise hem taşınabilir hem masaüstü bilgisayar ile sosyal medyaya girmekte, %85'i Instagram uygulamasını kullanmaktadır. Durak Batıgün ve Kılıç (2011) tarafından yapılan bir araştırmada elde edilen, katılımcıların %1.9'unun internete evden bağlandıkları yönündeki verisi göz önüne alındığında cihaz kullanımı konusundaki bulgumuz dokuz yıllık süreçte mobil araç kullanımı yönünde büyük bir değişim olduğunu göstermektedir. Araştırma verilerimize göre, sosyal medya bağımlılığının sosyal medyaya giriş için kullanılan erişim cihazına ve kullanılan uygulamaya göre ise farklılaşmadığı görülmektedir. Örneğimizde taşınabilir dışı diğer cihazların ve Instagram dışı sosyal medya araçlarının kullanım oranı düşük olduğu için, bu konuda farklılaşma olup olmadığının daha iyi anlaşılabilmesi spesifik bir çalışma yapılmasını gerektirebilir.

Araştırmamızın sosyal medya bağımlılığı ile demografik özellikler arasındaki ilişkiye yönelik bulgularına bakıldığında; cinsiyet açısından kadınların sosyal medya bağımlılığı erkeklerden daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. Aktan (2018) ise sosyal medya bağımlılığının erkeklerde daha fazla görüldüğünü ifade etmektedir. Ancak son yapılan araştırmalar, sorunlu sosyal medya kullanımının kadın kullanıcılar arasında erkeklerden daha yüksek yaygınlığa sahip olduğunu göstermiştir (Banyai, 2017).

Literatürde bazı araştırmalar erkekler arasında daha yüksek düzeyde bağımlılık yapan sosyal medya kullanımını bildirmiş olsa da bu konuda yapılan geniş ölçekli meta-analiz çalışmalarının sonuçları, araştırma bulgularımızla da örtüşmekte ve daha tutarlı şekilde sosyal medyanın bağımlılık yapıcı kullanımının kadınlar arasında erkeklerden daha yaygın olduğunu göstermektedir. Bu nedenle kadınların sosyal medyadaki faaliyetlere yönelik bağımlılık yapıcı davranışlar geliştirmeye daha yatkın oldukları düşünülmektedir. Erkekler ise daha çok video oyunları gibi asosyal veya tek başına gerçekleştirilen internet faaliyetlerinin sorunlu kullanımını geliştirme eğiliminde olmaktadır (Andreassen vd. 2016)

Araştırmamızın sosyal medya bağımlılığının diğer sosyo-demografik değişkenlerle ilgili sonuçları ise şu şeklide bulunmuştur: Yaşın ilerlemesiyle birlikte sosyal medya bağımlılığında azalma olmaktadır. Bu veri Ho, Lwin, ve Lee (2017) tarafından yapılan araştırma bulguları ile örtüşmektedir. Andreassen vd. (2016), yaşlılara kıyasla gençlerde sosyal medya bağımlılığı ölçeklerinde daha yüksek puanlar elde edildiğini ifade etmektedir. Bu bilgi, çevrimiçi platformların ergenlerin ve genç yetişkinlerin boş zamanlarında ve sosyal yaşamlarında daha önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Gençler sürekli çevrimiçi olmaya hızla alışmakta ve yeni teknolojilere daha hızlı adapte olmaktadır. Araştırmamızın diğer bir bulgusuna göre ise, sosyal medya bağımlılığı kardeş sayısı ve eğitim alınan sınıf düzeyine göre farklılaşmakta, kardeşler arasındaki yaş sırasına, öğrenci ve ailelerinin aylık gelirine göre ise farklılaşmamaktadır. Kişilerin kardeş sayısı artıka sosyal medya bağımlılığının sanal tolerans alt boyutu azalmakta, son sınıf ve son sınıfa yaklaşmış katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düşmektedir. Sınıf düzeyine göre farklılaşma bulgusu yaş değişkeniyle de örtüşmektedir. Okunan sınıfın yükselmesiyle birlikte yaşın da yükseldiği göz önünde bulundurulduğunda sınıfın yükselmesinin bağımlılığı azalttığı düşünülmektedir.

Türkdoğan (2010) tarafından üniversite öğrencilerinin ihtiyaç algılarının sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmadığına yönelik yapılan bir araştırmanın bulgularına göre, öğrencilerin bazı psikolojik ihtiyaçlarının, cinsiyete, okunan sınıf düzeyi, yaşanan yerleşim birimi, ailenin gelir düzeyine ve algılanan ekonomik doyuma göre anlamlı şekilde farklılaştığı bulunmuştur. Araştırmamızın psikolojik ihtiyaçlar değişkeninin demografik özelliklerle ilişkisine yönelik ise şu

sonuçlar elde edilmiştir: Demografik özelliklerden cinsiyete göre dört temel psikolojik ihtiyaın karşılanma düzeyi istatistiksel açıdan farklılaşmamaktadır. Literatürde bu konuda farklı bulgular mevcuttur. Araştırmamızın bu konudaki verileri Gündoğdu ve Yavuzer'in (2012), Gençtanırım ve Tay'ın (2015) ve Yiğit'in (2012) bulgularıyla örtüşmekte; Cihangir ankaya'nın (2009) ve elikkaleli vd.,'nin (2005) bulguları ile ise örtüşmemektedir. Psikolojik ihtiyaçlarla cinsiyet arasındaki ilişkiye yönelik araştırma bulgularındaki bu farklılıkta, ilgili araştırmalarda kullanılan ölçeklerde farklı psikolojik ihtiyaçların ölçülmesinin etkili olabileceği düşünülmektedir.

Yaşın artması ile birlikte temel psikolojik ihtiyaçlardan biri olan g ihtiyaının karşılanma düzeyi artmaktadır. Bu veri Yiğit'in (2012) yabancı uyruklu öğrencilerle ilgili yaptėđı araştırmada temel psikolojik ihtiyaçlardan yeterlik (g) ve özerklik ihtiyaının karşılanma düzeyinin yaşa göre farklılaştığı bulgusu ile örtüşmektedir. Kardeş sayısı ve sırası ile psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiye yönelik olarak araştırma bulgularımıza bakıldığında; kardeş sayısı artıkça özgürlük ihtiyaının karşılanma düzeyinin azaldėđı, kardeşler arasındaki yaş sırasına göre ilk çocuğun eğlence ihtiyaının karşılanma düzeyinin daha yüksek olduğu, ortanca çocukların sevgi ve ait olma ihtiyaçlarının karşılanma düzeyinin diğer gruplardan daha düşük olduğu grlmektedir. Adler (2009), ocukların aile içindeki konumlarını doğum sırasına göre; ilk ocuk, ortanca ocuk ve son ocuk olarak sıralayarak çocukların bu sıralamaya göre farklı kişilikler geliştirdiklerini savunmuştur.

Eğitim alınan sınıf düzeyi ile psikolojik ihtiyaçlardan biri olan eğlence ihtiyaının karşılanma düzeyi farklılaşmaktadır. Bu ihtiyaın karşılanma düzeyi son sınıf ve son sınıfa yaklaşmış katılımcılarda diğer sınıflara göre daha düşük olmaktadır. Yiğit'in (2012) araştırma sonucuna göre psikolojik ihtiyaçlardan özerklik ve yeterlik (g) ihtiyaçları okunan sınıf açısından farklılaşmaktadır. Türkdoğan (2010) tarafından yapılan bir çalışma bulgusuna göre de öğrencilerin temel ihtiyaçlar doyumuna ilişkin algıları okunan sınıf düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Gençtanırım ve Tay'ın (2015) ğretmen adayları ile yaptėđı bir araştırmanın bulgusuna göre ise psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi okunan sınıfa göre farklılaşmamaktadır.

Ailenin toplam aylık geliri ile temel psikolojik ihtiyaçlardan biri olan güç ihtiyacının karşılanma düzeyi farklılaşmaktadır. Ailenin aylık gelirinun düşmesine bağılı olarak öğrencilerin güç ihtiyacının karşılanma düzeyi de düşmektedir. Öğrencilerin kendi aylık harcanabilir gelirlerine (harçlık vb.) göre de temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyi farklılık göstermektedir. Güç, sevgi ve ait olma, özgürlük ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi öğrencilerin aylık geliri yükseldikçe artmaktadır. Orta gelir grubundaki öğrencilerin eğlence ihtiyacı, yüksek ve düşük gelir grubundakilere oranda daha fazla karşılanmaktadır. Kuzgun (2019) ve Türkoğan'ın (2010) yaptıkları araştırmaların bulgularına göre de öğrencilerin psikolojik ihtiyaçlarını karşılama düzeyleri sosyoekonomik düzeye göre farklılaşmaktadır.

Sosyal medyanın gün içindeki kullanım vakti, ne kadar zamandır kullanıldığı ve günlük kullanım süresine göre üç temel psikolojik ihtiyaç olan; güç, eğlence ve özgürlük ihtiyacının karşılanma düzeyi de farklılık göstermektedir. Sosyal medyanın gün içindeki kullanım vaktine göre eğlence ve özgürlük ihtiyacı yüksek düzeyde karşılanan kişiler sosyal medyayı daha çok öğle saatlerinde kullanmaktadır. Güç ihtiyacının karşılanma düzeyi daha düşük olan kişiler ise sosyal medyayı daha çok sabah saatlerinde kullanmaktadır. Bu durum kendisini yeterince güçlü hissetmeyen kişilerin sabah ilk iş olarak sosyal medyaya girerek güç ihtiyacını sanal ortamda karşılamaya yönelik eylemlerde bulunduğu şeklinde yorumlanabilir. Günlük sosyal medya kullanım süresi ile psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiye bakıldığında; güç ihtiyacının yeterince karşılandığını düşünen kişilerin günlük sosyal medya kullanım süresi bu ihtiyacının daha az karşılandığını düşünenlere göre daha azdır. Yani güç ihtiyacı yeterince karşılanan kişilerin günlük sosyal medya kullanım süreleri daha azdır. Sosyal medyanın ne kadar zamandır kullanıldığına göre ise temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyinde farklılık görülmemektedir.

Sonuç olarak, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmamızda, bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu şeklindeki ana varsayımımız doğrulanmıştır. Ayrıca araştırmamızın üniversite öğrencilerinin %17.9'sinin sosyal medya bağımlılığının yüksek düzeyde olduğu yönündeki bulgusu, bu konuda yardım müdahalelerinin planlanmasının gerektiğini ortaya

koymaktadır. Çünkü hayatın pek çok yönünü bozabilen sosyal medya bağımlılığı, üniversite öğrencilerinin de eğitim çalışmalarını engelleyebilir ve uzun vadeli kariyer hedeflerini olumsuz yönde etkileyebilir.

Araştırmamız, alanyazında bu konudaki sınırlı araştırmalardan biridir ve sonuçları gerek problemlili internet kullanımının, gerekse sosyal medya bağımlılığının önlenmesi veya kötüye kullanım döngüsünün kırılması için kullanılabilir. Bunun sağlanabilmesi için sosyal medya bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiyi inceleyecek daha fazla kavramsal ve deneysel araştırmaya da ihtiyaç vardır. Araştırma evrenini yeterince temsil edecek büyük çaplı örneklemle yapılacak araştırmaların klinik verilerle de desteklenmesi, gerek alanyazına gerekse klinik uygulamalara önemli katkılar sağlayabilir. Bu konudaki araştırmaların en önemli sınırlılıklarından biri, sosyal medya bağımlılığının DSM-5'te hastalık olarak net bir tanımının olmamasıdır. Bu konuda yapılan tanımlar sadece bazı araştırmacıların yaptığı ve literatüre kazandırdığı tanımlardan ibarettir. Bu nedenle sosyal medya bağımlılığının tanımı ve kriterleri üzerinde fikir birliği sağlamak da zorlaşmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı, her ne kadar DSM-5'te bir hastalık tanısı olarak açıkça tanımlanmamış olsa da, sosyal medyanın bazı insanların yaşam işlevselliğini ciddi şekilde bozan bir bağımlılığa yol açtığı literatürde yer alan araştırmalarda görülmektedir. Bu nedenle, bazı kişilerin içinde buldukları hangi psikolojik sorunlardan kaçış yolu olarak sosyal medyaya daha fazla yöneldikleri, hangi psikolojik ihtiyaçların gerçek hayatta yeterince karşılanamamasının kişileri sosyal medyaya yönelttiği, sosyal medya bağımlılığının uzun dönem etkilerinin neler olduğu, sosyal medya bağımlılığının önlenmesinde ve tedavisinde psikolojik ihtiyaçların rolünün ne olduğu gibi konular gelecekte yapılacak araştırmalar için yol gösterici olabilir.

KAYNAKÇA

- Abbas, R., ve Mesch, G. S. (2015). Cultural values and Facebook use among Palestinian youth in Israel. *Computers in Human Behavior*, (48), 644-653. doi:10.1016/j.chb.2015.02.031.
- Adler, A. (2009). *Yaşama Sanatı*. Çev. Kamuran Şipal. İstanbul: Say Yayınları.
- Ağyar Bakır, B., ve Uzun, B. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *The Turkish Journal on Addictions*, 5(3), 507-525. doi: 10.15805/addicta.2018.5.3.0046
- Akpınar, O., ve Öz, F. S. (2013). Gerçeklik terapisi: Özellikler, temel kavramlar, tedavi, uygulama ve değerlendirme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (43), 001-022. Erişim adresi: <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/esosder/article/view/5000068552>
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421. Erişim adresi: <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/mhk5a.pdf>
- Aliusta, Z., Akmanlar, Z., ve Gökkaya, F. (2019). Üniversite öğrencilerinin iletişim becerileri ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(1), 10-13. doi: 10.5455/apd.302644847
- Andreassen, C. S., Joel Billieux, J., Griffiths, M. D., J Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., ve Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252-62. doi: 10.1037/adb0000160.
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Technology and Addiction*, (2), 175-184. doi: 10.1007/s40429-015-0056-9
- Andreassen, C. S., ve Pallesen, S. (2014). Social network site addiction-an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061. doi: 10.2174/13816128113199990616
- Ayhan, B., ve Balcı, Ş. (2009). Kırgızistan'da üniversite gençliği ve internet: bir kullanımlar ve doyumlar araştırması. *Bilgi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, (48), 13-40. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/228847155>
- Ayten, A., ve Acat, B. (2019). Ergenlerde internet bağımlılığı, değerler ve dindarlık düzeylerinin hayat memnuniyetini yordama gücü: Lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, (6), 845-868. doi: 10.15805/addicta.2019.6.3.0091
- Babacan, M. E. (2016). Sosyal medya kullanım alanları ve bağımlılık ilişkisi. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, (3), 7-28. doi: 10.15805/addicta.2016.3.0017

- Bahrainian, S. A., Haji Alizadeh, K., Raeisoon, M. R., Hashemi Gorji, O., ve Khazae, A. (2014). Relationship of Internet addiction with self-esteem and depression in university students. *The Journal of Preventive Medicine and Hygiene*, 55(3), 86–89. Erişim adresi: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4718307/>
- Balakrishnan, V., ve Shamim, A. (2013). Malaysian facebookers: Motives and addictive behaviours unraveled. *Computers in Human Behavior*, 29(4),1342-1349. doi: 10.1016/j.chb.2013.01.010
- Banyai, F., Zsila, A., Kiraly, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., Andreassen, C. S., ve Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLoS ONE*, 12(1), 1-13. doi: 10.1371/journal.pone.0169839
- Baumeister, R. F., ve Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. doi: 10.1037/0033-2909.117.3.497
- Bekir, S., ve Çelik, E. (2019). Examining the Factors Contributing to Adolescents' Online Game Addiction. *Annals of Psychology*, 35(3), 444-452. doi: 10.6018/analesps.35.3.323681
- Bekir, S., ve Çelik, E. (2019). Examining the factors contributing to adolescents online game addiction. *Anales de Psicología* (35)3, 444-452. doi: 10.6018/analesps.35.3.323681
- Benbir, G., Poyraz, C. A., ve Apaydın, H. (2014). Diagnostic approach to behavioral or “NonSubstance” addictions. *Nobel Medicus*, 10(1), 5–11. Erişim adresi: <https://www.nobelmedicus.com/en/Article.aspx?m=426>
- 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. doi: 10.1016/j.paid.2017.04.039
- Bozkurt, H., Şahin, S., ve Zoroğlu, S. (2016). İnternet bağımlılığı: Güncel bir gözden geçirme. *Çağdaş Tıp Dergisi*, 6(3), 235-247. doi: 10.16899/ctd.66303
- Bozkurt, İ. (2015). *Psikiyatri kliniğine başvuran hastaların temel psikolojik ihtiyaçlara göre profili ve bazı değişkenler açısından incelenmesi*. IV. Sakarya'da Eğitim Araştırmaları Kongresi. Erişim adresi: https://egitim.sakarya.edu.tr/sites/egitim.sakarya.edu.tr/file/4._SEAK_Bildiriler_kitabi-2_.pdf
- Bozkurt, Ö., ve Bozkurt, İ. (2016). *Üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlara göre profili ve bazı değişkenler açısından incelenmesi*. 3. Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Sempozyumunda sunulan bildiri, (s.385-390). Bakü, Azerbaycan.
- Burger, Y. M. (2006). *Kişilik*. İstanbul: Kaktüs Yayınları.
- Büyükbayraktar, Ç. G., Bozgeyikli, H., ve Kesici, Ş. (2018). Gençlerin psikolojik ihtiyaçları nelerdir? *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(Gençlik Araştırmaları Özel Sayısı), 11-26. doi: 10.26466/opus.395945

- Canan, F., Ataoglu A., Ozcetin, A., ve İcmeli, C. (2012). The association between internet addiction and dissociation among turkish college students. *Comprehensive Psychiatry*, (53), 422–426. doi: 10.1016/j.comppsy.2011.08.006
- Ceylan, A., Ergün, E., ve Alpkan, L. (2011). Çatışmanın sebepleri ve yönetimi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 1(2), 39-51. Erişim adresi: <https://openaccess.dogus.edu.tr/xmlui/handle/11376/630>
- Chang, P. F., Choi, Y. H., Bazarova, N. N., ve Löckenhoff, C. E. (2015). Age Differences in Online Social Networking: Extending Socioemotional Selectivity Theory to Social Network Sites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 221-239, doi: 10.1080/08838151.2015.1029126
- Cheng C., ve Li, A. Y. L. (2014). Internet addiction prevalence and quality of (real) life: A meta-analysis of 31 nations across seven world regions. *Cyberpsy Behav Soci Netw*, (17), 755-760. doi: 10.1089/cyber.2014.0317
- Chou, C., Condrón, L., ve Belland, J.C. A. (2005). Review of the Research on Internet Addiction. *Educ Psychol Rev*, (17), 363–388. doi: 10.1007/s10648-005-8138-1
- Chun J. (2016). Effects of psychological problems, emotional dysregulation, and self-esteem on problematic internet use among Korean adolescents. *Children Youth Services Review*, (68), 187-192. doi: 10.1016/j.childyouth.2016.07.005
- Cihangir Çankaya, Z. (2009). Özerklik desteği, temel psikolojik ihtiyaçların doyumu ve öznel iyi olma: öz-belirleme kuramı. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (31), 23-31. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/profile/Zeynep_Cankaya/publication/328630098
- Clark, M., ve Calleja, K. (2008). Shopping addiction: A preliminary investigation among Maltese university students. *Addiction Research & Theory*, 16(6), 633-649. doi: 10.1080/16066350801890050
- Cohen, L., Monion, L., ve Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education*. New York: Routledge Taylor and Francis Group,
- Çalışkur, A., ve Demirhan, A. (2013). İçsel güdülenme envanteri dilsel eşdeğerlik, güvenilirlik ve geçerlik Çalışması. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 52-74. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/usaksosbil/issue/21640/232593>
- Çelikkaleli, Ö., Gökçakan, N., ve Çapri, B. (2005). Lise öğrencilerinin bazı psikolojik ihtiyaçlarının cinsiyet, okul türü, anne ve baba eğitim düzeyine göre incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 245-268. Erişim adresi: <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423935619.pdf>
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 0-0. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/mjss/issue/43010/520789>

- Çivitçi, A. (2012). Üniversite öğrencilerinde genel yaşam doyumu ve psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkiler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 321-336. Erişim adresi: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=f7a8cbf2-0ef2-4b8e-9338-c4e9c6eb46b8%40sdc-v-sessmgr02>
- Davis, A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187-195. doi:10.1016/S0747-5632(00)00041-8
- 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 (4), 227-268. doi: 10.1207/S15327965PLI1104_01
- Deniz, İ. (2017). *Gerçeklik terapisine dayalı psikoeğitim programının geliştirilmesi ve etkililiğinin değerlendirilmesi*. (Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara). Erişim adresi: <https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/66701>
- Deniz, L., ve Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Education Journal*, 26(2), 355-367. doi: 10.24106/kefdergi.389780
- Dongping L., Wenhua, Z., Xian, L., Yueyue, Z., Liyan Z., ve Yanhui, W. (2016). Stressful life events and adolescent Internet addiction: The mediating role of psychological needs satisfaction and the moderating role of coping style. *Computers in Human Behavior*, 408-415. doi:10.1016/j.chb.2016.05.070.
- Durak Batıgün, A., ve Hasta, D. (2010). İnternet bağımlılığı: Yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, (11), 213-219. Erişim adresi: <https://www.academia.edu/>
- Durak Batıgün, A., ve Kılıç, N. (2011). İnternet bağımlılığı ile kişilik özellikleri, sosyal destek, psikolojik belirtiler ve bazı sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkiler. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26(67), 1-10. Erişim adresi: <https://www.psikolog.org.tr/>
- Duran C., Büber, H., ve Gümüştekin, E. G. (2013). Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: Kütahya MYO Makine Programı Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 33-55. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net>
- Durmuş, H., Günay, O., Yıldız, S., Timur, S., Balcı, E., ve Karaca, S. (2018). Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı ve üniversite yaşamı boyunca değişimi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 19(4), 383-389. doi: 10.5455/apd.285466
- Dursun, A., ve Eraslan-Çapan, B. (2018). Ergenlerde dijital oyun bağımlılığı ve psikolojik ihtiyaçlar. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(2), 128-140. doi: 10.17679/inuefd.336272
- Elhai, J. D., Yang, H., Fang, J., Bai, Y., ve Hall, B. J. (2020). Depression and anxiety symptoms are related to problematic smartphone use severity in Chinese young adults: fear of missing out as a mediator. *Addictive Behaviors*, (101) 1059622, 2-7. doi: 10.1016/j.addbeh.2019.04.020

- Erdem, A. R. (1997) İçerik Kuramları ve Eğitim Yönetimine Katkıları, *PAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, (3) 68-76. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/317551897>
- Ersanlı, K., ve Koçyiğit, M. (2013). Ait Olma Ölçeği'nin Psikometrik Özellikleri. *Journal of Turkish Studies*, 8(12), 751-764. doi: 10.7827/turkishstudies.6044
- Ertürk, K. Ö., ve Kıyak, C. M. (2011). Müşteri memnuniyetini artırma aracı olarak halkla ilişkilere Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi penceresinden bakmak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. (32), 127-150. Erişim adresi: <http://eds.b.ebscohost.com>
- Eyyüpoğlu, E., ve Özbay, Y., (2018). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Belirtilerinin Psikolojik İhtiyaçlar Açısından İncelenmesi, *Education Sciences (NWSAES)*, 13(4), 121-131. doi: 10.12739/nwsa.2018.13.4.1c0684.
- Fallahi, V. (2011). Effects of ICT on the youth: a study about the relationship between internet usage and social isolation among iranian students. *Procedia Soc Behav Sci*. (15), 394–398. doi: 10.1016/j.sbspro.2011.03.110
- Fıstıkcı, N. (2014). Yeni kabus “Sentetik Kanabinoidler.” *Nöro Psikiyatri Arşivi*, 51(3), 297. doi: 10.4274/npa.y9842
- Frost, R. L., ve Rickwood, D. J. (2017). A systematic review of the mental health outcomes associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 76, 576–600. doi:10.1016/j.chb.2017.08.001
- Gençtanırım, D., ve Tay, B. (2015). Sınıf öğretmeni adaylarının psikolojik ihtiyaçları. *İlköğretim Online*, 14(2), 647-656. doi: 10.17051/io.2015.73974.
- Glasser, W. (1985). *Control theory: A new explanation of how we control our lives*. New York: Harper & Row Publishers.
- Glasser, W. (1998). *Kişisel Özgürlüğün Psikolojisi, Seçim Teorisi*. Çev. Müge İzmirli. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Glasser, W. (2000). *Reality therapy In action*, New York: Harper Collins.
- Griffiths, M. (2005). A components model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197, doi: 10.1080/14659890500114359
- Griffiths, M., King, L. D., ve Demetrovics, Z. (2014). DSM-5 internet gaming disorder needs a unified approach to assessment. *Neuropsychiatry*, 4(1), 1–4. doi: 10.2217/npv.13.82
- Güleç, G., Köşger, F., ve Eşsizoglu, A. (2015). DSM-5'te Alkol ve Madde Kullanım Bozuklukları. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 7(4), 448-460. doi:10.5455/cap.20150325081809
- Gündoğdu, R., ve Yavuzer, R. (2012). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öznel iyi oluş ve psikolojik ihtiyaçlarının demografik değişkenlere göre incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(23), 115 – 131. Erişim adresi: <https://acikerisim.mehmetakif.edu.tr/xmlui/handle/11672/191>

- Hekim, Ö., Göker, Z., Aydemir, H., Çöp, E., Dinç, G., ve Üner, Ö. (2019). Ergenlerde internet bağımlılığı vepsikopatoloji ile ilişkisi: Kesitsel bir çalışma, *Klinik Psikiyatri Dergisi*, (22), 329-337. doi: 10.5505/kpd.2019.80488
- Hetz, P. R., Dawson, C. L., ve Cullen, T. A. (2015). Social media use and the fear of missing out (FoMO) while studying abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47(4), 259–272. doi: 10.1080/15391523.2015.1080585
- Ho, S. S., Lwin, M., ve Lee, E. (2017). Till Logout do us Part? Comparison of Factors Predicting Excessive Social Network Sites Use and Addiction Between Singaporean Adolescents and Adults. *Computers in Human Behavior*, (75), 632-642. doi: 10.1016/j.chb.2017.06.002
- Hussain, Z., Griffiths, M. D., ve Baguley, T. (2012). Online gaming addiction: Classification, prediction and associated risk factors. *Addiction Research & Theory*, 20(5), 359-371. doi: 10.3109/16066359.2011.640442
- Irak, D. U. (2012). İşyerinde birey-çevre uyumu: kuramsal yaklaşımlar ve örgütsel psikolojideki yeri. *Türk Psikoloji Yazıları*, 15(30), 12-22. Erişim adresi: <https://www.psikolog.org.tr/tr/yayinlar/dergiler/1031828/tpy130199612012000m000098.pdf>
- Jong-Un Kim. (2008). The Effect of a R/T group counseling program on the internet addiction level and self-esteem of internet addiction university students. *International Journal of Reality Therapy*. 27(2), 4-12. Erişim adresi: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.520.6598&rep=rep1&type=pdf>
- Kaner, S. (1993). Kontrol kuramı ve gerçeklik terapisi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 26(2), 569–585. doi: https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000486
- Kara, A. (2008). İlköğretim birinci kademedeki eğitimde motivasyon ölçeğinin türkçeye uyarlanması. *Ege Eğitim Dergisi*. (9)2, 59-78. Erişim adresi: <https://pegem.net/dosyalar/dokuman/124982-20110909135226-makale4.pdf>
- Karadağ A., ve Akçınar, B. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik semptomlar arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*. 20(3): 154-166. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/bagimli/issue/45814/599296>
- Katz, E., Blumler, J. G., and Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage: Beverly Hills, CA.
- Kesici, Ş. (2008). Yeni psikolojik ihtiyaç değerlendirme ölçeğinin türkçe formunun geçerlik ve güvenilirlik çalışması: Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (20), 493-500. Erişim adresi: <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/381>
- Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınevi.

- Koltko-Rivera, M. E. (2006). Rediscovering the later version of Maslow's hierarchy of needs: Self-transcendence and opportunities for theory, research, and unification. *Review of General Psychology*, (10)4, 302–317. doi:10.1037-2680.10.4.302
- Krishen, A.S., Berezan, O., Agarwal, A., ve Kachroo, P. (2016). The generation of virtual needs: Recipes for satisfaction in social media networking. *Journal of Business Research*, (69)11, 5248-5254. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.04.120
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction-A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552. doi: 10.3390/ijerph8093528
- Kuss, D. J., ve Lopez-Fernandez, O. (2016). Internet addiction and problematic Internet use: A systematic review of clinical research. *World Journal Of Psychiatry*, 6(1), 143–176. doi:10.5498/wjp.v6.i1.143
- Kuzgun, Y. (2019). Sosyo ekonomik düzey ve psikolojik ihtiyaçlar. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 20(1), 55-68 . doi: 10.1501/Egifak_0000001076
- Küçükkurt, M., Hazar M. Ç., Muharrem Ç., ve Topbaş H. (2009). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı perspektifinden üniversite öğrencilerinin medyaya bakışı. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 37-50. Erişim adresi: <http://acikerisimarsiv.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/handle/123456789/12522>
- Li, D., Zhang, W., Li, X., Zhou, Y., Zhao, L., ve Wang, Y. (2016). Stressful life events and adolescent internet addiction: the mediating role of psychological needs satisfaction and the moderating role of coping style. *Computers in Human Behavior*, (63)5, 408-415. doi: 10.1016/j.chb.2016.05.070
- Lin, C. (1999). Online-service adoption likelihood. *Journal of Advertising Research*, (39), 79-89. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/244478600>
- Maslow, A. H. (1943), A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. Erişim adresi: <https://psycnet.apa.org/record/1943-03751-001>
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- Masters, K. (2015). Social networking addiction among health sciences students in Oman. *Sultan Qaboos Univ Med Journal*, 15(3),357–363. doi: 10.18295/squmj.2015.15.03.009
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
- Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality*. New York: Oxford Univer. Press.
- Nigar, F. (2014). *Ortaokul öğrencileri ile yatılı bölge ortaokul öğrencilerinin öznel iyi oluş ve temel psikolojik ihtiyaçlar düzeyinin karşılaştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tokat). Erişim adresi: <https://silo.tips/download/ortaokul-rencler-le-yatili-blge-ortaokul-renclernn-znel-y-olu-ve-temel-pskolojk>

- Nowland, R., Necka E. A. ve Cacioppo, J. T. (2018). Loneliness and social internet use: pathways to reconnection in a digital world? *Perspectives on Psychological Science*. 13(1), 70-87. doi: 10.1177/1745691617713052
- Overholser, J. C. (2019). A simulated interview with William Glasser: Part 1 – An ideology about mental health. *Irish Association for Counselling and Psychotherapy*, 19 (3).4-8. Erişim adresi: <https://iacp.ie/files/UserFiles/IJCP-Articles/Spring2019/A-simulated-interview-with-William-Glasser-Part-1--An-ideology-about-mental-health-by-James-C.-Overholser.pdf>
- Özcan N. K., ve Buzlu, S. (2005). Problemlı internet kullanımını belirlemede yardımcı bir araç: “internette bilişsel durum ölçeği”nin üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenilirliği. *Bağımlılık Dergisi*, (6), 19-26. Erişim adresi: <https://toad.halileksi.net/sites/default/files/pdf/internette-bilissel-durum-olcegi-ibdo-toad.pdf>
- Özer, S. P., Ömür N., Timurcanday, Ö., ve Eriş, D. E. (2007). Öğrenilmiş gereksinimlere yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Ege Akademik Bakış*, 7(2), 553-571. Erişim adresi: <https://ideas.repec.org/a/ege/journal/v7y2007i2p553-571.html>
- Özkorumak E., ve Tiryaki A. (2011). Davranışsal bağımlılık olarak kontrol edilemeyen satın alma davranışı. *Psikiyatride Derlemeler, Olgular ve Varsayımlar Dergisi*, (5), 14-18. Erişim adresi: http://www.rchpjjournal.com/rchpdergi/rchp_no_5_sayi_1_3_tr_2011.pdf#page=16
- Paksoy, M. (2002). *Çalışma Ortamında İnsan ve Toplam Kalite Yönetimi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Pantic I. (2014). Online social networking and mental health. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* (17),10, 652–657. doi: 10.1089/cyber.2014.0070.
- Pantic, I., Damjanovic, A., Todorovic, J., Topalovic, D., Bojovic-Jovic, D., Ristic, S., ve Pantic, S. (2012). Association between online social networking and depression in high school students: behavioral physiology viewpoint. *Psychiatria Danubina* (24),1, 90–93. Erişim adresi: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22447092/>
- Peterson, A.V. (2000). Choice Theory and Reality Therapy. *TCA Journal*, 28(1), 41-50. doi: 10.1080/15564223.2000.12034563
- Piri, Z., Majd, M. A., Bazzazy, S., ve Ghamari, M. (2018). The Mediating Role of Coping Strategies in Relation with Psychological Needs and Internet Addiction among College Student. *International Journal of Applied Behavioral Sciences*, (5)3, 9-17. doi: 10.22037/ijabs.v5i3.24194
- Quan-Haase, A., ve Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of social media: a comparison of facebook and instant messaging. *Bulletin of Science Technology & Society*, 30(5), 350-361. doi: 10.1177/0270467610380009
- Reece, A. G., Reagan, A. J., Lix, K. L. M., Dodds, P. S., Danforth, C. M., ve Langer, E. J. (2017). Forecasting the onset and course of mental illness with Twitter data. *Scientific Reports*, (7)13006. doi: 10.1038/s41598-017-12961-9

- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., ve Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133-148. doi: 10.1556/JBA.3.2014.016
- Sarhangpour, H., ve Baezzat, F. (2018). Predicting cyberloafing through psychological needs with conscientiousness and being goal-oriented as mediators among university students. *International Journal of Psychology*, 12(2), 147-168. doi: 10.24200/ijpb.2018.60304
- Shen, C. X., Liu, R. D., ve Wang, D. (2013). Why are children attracted to the internet? The role of need satisfaction perceived online and perceived in daily real life. *Computers in Human Behavior*, (29), 185-192. doi: 10.1016/j.chb.2012.08.004
- Singh, S., Dixit, A., ve Joshi, G. (2020). Is compulsive social media use amid Covid-19 pandemic addictive behavior or coping mechanism? *Asian Journal of Psychiatry*, (54), 102290. doi: 10.1016/j.ajp.2020.102290
- Skierkowski, D., ve Wood, R. M. (2012). To text or not to text? The importance of text messaging among college-aged youth. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 744-756. doi: 10.1016/j.chb.2011.11.023
- Suler, J. R. (2009). To get what you need: healthy and pathological internet use. *CyberPsychology & Behavior*, (2)5, 385-393. doi: 10.1089/cpb.1999.2.385
- Sussman S., Lisha N., ve Griffiths M. (2011). Prevalence of the addictions: A problem of the majority or the minority. *Evaluation & the Health Professions*, (34), 3-56. doi: 10.1177/0163278710380124
- Sümer, N., Oruçlular Y., ve Çapar, T. (2015). Bağlanma ve bağımlılık: kuramsal çerçeve ve derleme çalışması. *Bağımlılık Dergisi*, 16(4), 192-209. Erişim adresi: <http://www.bagimlilikdergisi.net>
- Şeker, S. E. (2014). Maslow'un İhtiyaçlar Piramidi. *Yönetim Bilişim Sistemleri Ansiklopedisi Dergisi*, 1(1), 43-46.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2018). İnternet girişimciliği çalışma raporu. Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2020/04/InternetGirisimciligiCalismaGrubuRaporu.pdf> (E.T. 18.08.2020).
- Tabachnick, B. G., ve Fidel, L. S.. (2012). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson Education.
- Taş, H. Y., ve Kaçar, S. (2019). X, Y ve Z kuşağı çalışanlarının yönetim tarzları ve bir işletme örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. (18)11, 2528-9535. doi: 10.26466/opus.554751
- Taş, İ., ve Ayas, T. (2015). Lise öğrencilerinin internet bağımlılık düzeyinin kişilik özellikleriyle ilişkisi. *Journal of Human Sciences*, 12(2), 150-162. Erişim adresi: <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/3279>
- Tekke, M. (2019). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en son düzeyleri: Kendini gerçekleştirme ve kendini aşmışlık. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 1704-1712. doi: 10.14689/issn.2148-2624.1.7c.4s.17m

- Traş, Z., ve Öztemel, K. (2019). Facebook yoğunluğu, gelişmeleri kaçırma korkusu ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions* (6), 91–113. doi: 10.15805/addicta.2019.6.1.0063
- Tsai, H. F., Cheng, S. H., Yeh, T. L., Shih, C. C., Chen, K. C., Yang, Y. C., ve Yang, Y. K. (2009). The risk factors of Internet addiction-A survey of university freshmen. *Psychiatry Research*, (167), 294–299. doi: 10.1016/j.psychres.2008.01.015
- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*, (Doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul). Erişim adresi: <http://dspace.marmara.edu.tr/handle/11424/35780>
- Türkdoğan, T. (2010). *Üniversite öğrencilerinde temel ihtiyaçların karşılanma düzeyinin öznel iyi oluş düzeyini yordamadaki rolü*. (Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli). Erişim adresi: <http://acikerisim.pau.edu.tr/xmlui/handle/11499/3075>
- Türkdoğan, T., ve Duru, E. (2012). Üniversite öğrencileri temel ihtiyaçlar ölçeğinin (ÜÖTİÖ) geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(1), 81-91. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/publication/283122872>
- Türkdoğan, T., ve Duru, E. (2020). Üniversite öğrencilerinde iyi veya hasta oluşa ihtiyaç temelli bir yaklaşım. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*,(54),435-460. doi: 10.21764/maeuefd.644062
- Uğurlu T. T., Şengül, C. B., ve Şengül., C. (2012). Bağımlılık psikofarmakolojisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(1), 37-50. doi:10.5455/cap.20120403
- Van den Eijnden, R. J. J. M., Meerkerk G. J., Vermulst, A. A., Spijkerman, R., ve Engels, C. M. E. (2008). Online communication, compulsive internet use, and psychosocial well-being among adolescents: A longitudinal study. *Dev Psychol*, (44), 655-665. doi: 10.1037/0012-1649.44.3.655
- Vansteenkiste, M., ve Ryan, R. M. (2013). On psychological growth and vulnerability: Basic psychological need satisfaction and need frustration as a unifying principle. *Journal of Psychotherapy Integration*, 23(3), 263–280. doi: 10.1037/a0032359
- Whang, L. S. M., Lee, S., ve Chang, G. (2003). Internet over-users' psychological profiles: A behavior sampling analysis on Internet addiction. *Cyberpsychology and Behavior*, 6 (2), 143-150. doi: 10.1089/109493103321640338
- Wolfling, K., Beutel, M. E., Dreier, M., ve Muller, K. W. (2014). Treatment outcomes in patients with internet addiction: A clinical pilot study on the effects of a cognitive-behavioral therapy program. *BioMed Research International*, (425924)8, 1-8. doi:10.1155/2014/425924
- Wong, T. Y., Yuen, K. S. L., ve Li, W. O. (2015). A basic need theory approach to problematic internet use and the mediating effect of psychological distress. *Frontiers in Psychology*, (5), 1-10. doi: 10.3389/fpsyg.2014.01562

- Wood, M., Center, H., ve Parenteau, S. C. (2016). Social media addiction and psychological adjustment: religiosity and spirituality in the age of social media, *Mental Health, Religion & Culture*, (19)9, 972-983, doi: 10.1080/13674676.2017.1300791
- Wu C. Y., Lee M. B., Liao S. C., ve Chang L. R. (2015). Risk factors of internet addiction among internet users: An online questionnaire survey. *Plos One*, 10(10). e0137506. doi: 10.1371/journal.pone.0137506
- Yağbasan, M., ve Şener, Y. (2019). İhtiyaçlar hiyerarşisi ekseninde çevrimiçi sanal oyunların demografik değişkenler açısından karşılaştırmalı analizi (Elazığ ili özelinde bir alan araştırması). *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 9 (2), 136-161. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/e-kiad/issue/51167/656612>
- Yam, F. C., ve İlhan, T. (2020). Modern çağın bütünsel teknolojik bağımlılığı: phubbing. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 12(1),1-15. doi: 10.18863/pgy.551299
- Yang S. C., ve Tung C. (2004). Comparison of internet addicts and non-addicts in Taiwanese high school. *Comput Hum Behav*, (23),79-96. doi: 10.1016/j.chb.2004.03.037
- Yardımcı, İ. (2010). Mizah kavramı ve sanattaki yeri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 1-41. Erişim adresi: <https://www.pegem.net/dosyalar/dokuman/132715-2012042816937-yardimci-1.pdf>
- Yellowlees, P. M., ve Marks, S. (2014). Pedagogy and educational technologies of the future. *Academic Psychiatry*, (30), 39.441. Erişim adresi: <https://link.springer.com/article/10.1176/appi.ap.30.6.439>
- Yeşil, A. (2016). Liderlik ve motivasyon teorilerine yönelik kavramsal bir inceleme, uluslararası. *Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (3), 158-180. Erişim adresi: <http://www.yonbildergi.com/index.php/YONBIL/article/view/10/12>
- Yıldırım, O., ve Özcan, S. (2020). The relationship between nomophobia and trait anxiety, basic psychological needs, happiness in adolescents. *Journal of Human Sciences*, 17(2), 535-547. doi: 10.14687/jhs.v17i2.5917
- Yiğit, R. (2012). Konya ilinde öğrenim gören yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının bir kısım değişkenler bakımından incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27),318-326. Erişim adresi: <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/107>
- Yorgun, A., ve Acar, V. N. (2014). Gerçeklik terapisinin türk kültürüne uygulanabilirliği: Kültür açısından eleştirel bakış. *Eğitim ve Bilim Dergisi*. 39(175), 216-226. doi: 10.15390/EB.2014.460
- Young, K. S. (1996). Psychology of computer use: XL. Addictive use of the internet: A case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*, (79), 899–902. doi: 10.2466/pr0.1996.79.3.899
- Young, K. S. (1998). *Caught in the net: How to recognize internet addiction and a winning strategy for recovery*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

- Young, K. S. (1999). The research and controversy surrounding internet addiction. *Cyber Psychology and Behavior*, (2), 381–383. doi.org/10.1089/cpb.1999.2.381
- Young-Ju, J., Ae-Kyung, C., Jeong-Jin, K., ve Min-Yeong, L.(2018). Identification of the Structural Relationship of Basic Psychological Needs and Facebook addiction and Continuance. *The Journal of the Institute of Internet, Broadcasting and Communication*, (16)1, 183-191. doi:10.7236/JIIBC.2016.16.1.183
- Zeren, Ş. G., ve Can, S. (2019). Ergenlerin akademik erteleme davranışlarını açıklamada internet bağımlılığı ve temel psikolojik ihtiyaçların rolü. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 48(2), 1012-1040. doi: 10.14812/cufej .544325



EKLER

ETİK KURUL ONAYI



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ

TOPLANTI TARİHİ : 20.05.2020
TOPLANTI SAYISI : 2020-14

KARAR NO: 2020-14-09: Sosyal Bilimler Enstitüsü Bağımlılık Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı 190625006 numaralı öğrencisi İlhan BOZKURT'un, "Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ile Temel Psikolojik İhtiyaçlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma" konulu tezi hakkında yapacağı anket çalışmasının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, Etik Kurulumuzun 08.04.2020 tarih ve 2020-10 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy çokluğu ile karar verildi.

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılık düzeyi ile temel psikolojik ihtiyaçlar arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılmaktadır. Vereceğiniz bilgiler ve cevaplar gizli tutulacaktır. Her soruyu dikkatlice okuyup yanıtlanmanız önemlidir. Katılımınız için teşekkür ederiz.

İlhan BOZKURT

1.Cinsiyetiniz nedir? () Kadın () Erkek

2.Yaşınız nedir?

() 18 ve altı () 19-20 () 21-23 () 24 ve üstü

3.Kaç kardeşiniz var?

() Kardeşim yok () 1 kardeşim var () 2 kardeşim var

() 3 kardeşim var () Dört ve üstü sayıda kardeşim var

4.Kaçıncı çocuksunuz?

() İlk () Ortanca () Son

5.Yaşadığınız yer neresi?

() Büyükşehir ve merkez ilçeler () Küçük şehir () İlçe () Belde/Kasaba/Köy

4. Kaçıncı sınıfta okumaktasınız?

() 1.sınıf () 2.sınıf () 3.sınıf () 4 ve üstü

5. Ailenizin toplam geliri ne kadar?

() Asgari ücret ve altı () Orta () Ortanın üstü () Yüksek

8. Harcanabilir aylık gelirinizin düzeyi nedir? (Harçlık, yevmiye, ücret, maaş vs)

() Düşük () Orta () Yüksek

9. En sık kullandığınız sosyal medya uygulaması nedir?

() Instagram () Twitter () Youtube () Facebook () Diğer (yazınız).....

10. Sosyal medya uygulamalarına en sık hangi cihaz türünden erişiyorsunuz?

() Masa üstü bilgisayar () Taşınabilir Cihazlar (akıllı telefon vb.) () Her ikisi

11. Ne zamandan beri sosyal medya kullanmaktasınız?

() 1 yıldan az () 1-3 yıl arası () 4-6 yıl arası () 7 yıl ve üstü

12. Sosyal medyayı günde ne kadar süre kullanıyorsunuz?

() 1 saatten az () 1-3 saat () 4-6 saat () 7 saat ve üstü

13. Sosyal medyayı günün hangi zaman diliminde kullanıyorsunuz?

() Sabah () Öğle () Akşam () Gece () Tüm gün

14. COVID-19 salgını sürecinde sosyal medya kullanım sürenizde artış oldu mu?

() Artış olmadı () 0-1 saat () 2-3 saat () 4-5 saat () 6-7 saat () 8 saat ve üstü

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ-YETİŞKİN FORMU (SMBÖ-YF)

Madde No	Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Lütfen her ifadeyi dikkatlice okuyunuz ve ifadelerin karşısındaki seçeneklerden size en uygun olan cevabı X işareti ile işaretleyiniz. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.	Bana Hiç Uygun	Bana Uygun Değil	Kararsızım	Bana Uygun	Bana Çok Uygun
1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.					
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım					
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.					
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.					
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.					
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.					
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.					
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.					
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.					
10	Sabah uyandığında ilk işim sosyal medyaya girmek olur.					
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.					

12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.					
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim					
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.					
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.					
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.					
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.					
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.					
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım					
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.					

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ TEMEL İHTİYAÇLAR ÖLÇEĞİ (ÜÖTİÖ)

Aşağıda bazı durumlar açısından kendinizi nasıl algıladığınıza yönelik çeşitli ifadeler bulunmaktadır. Sizden beklenen, ifadeler karşısında sizi en doğru biçimde yansıttığını düşündüğünüz rakamı işaretlemenizdir. Lütfen hiçbir ifadeyi yanıtsız bırakmayınız. Rakamların ifade ettiği anlam şöyledir:

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Hiç Katılmıyorum	Çoğunlukla Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Kararsızım	Kısmen Katılıyorum	Çoğunlukla Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum

1.Yaşadığım çevrede (ev, yurt vb.) kendimi emniyette ve güvende hissediyorum.						
2.Yaşadığım çevrede (üniversite, yurt, ev, vb.) kendimi salgın hastalıklara karşı yeterince korunaklı hissediyorum.						
3.Yaşadığım çevreyi (üniversite, yurt, ev, vb.) temiz ve sağlıklı buluyorum.						
4.Yaşadığım çevredeki (üniversite, yurt, ev, vb.) beslenme koşullarımı temiz ve sağlıklı buluyorum.						
5.Kendime sürekli olarak amaçlar koyar ve amaçlarımı başarıya kadar ısrarla çalışırım.						
6.Gelecekte kariyer sahibi ve saygın biri olacağıma inanıyorum.						
7.Çevremde amaçları olan, ilkeli ve prensip sahibi biri olarak tanırım.						
8.Eğitim gördüğüm alanda, yetenekli ve başarılı biri olarak tanırım.						
9.Dilediğim zamanlarda, günlük yaşamın sıkıcılığından uzaklaşıp doyusya eğlenebilirim.						
10.Yaşamımda eğlenceli sosyal aktivitelere (konser, tiyatro, gösteri, vb.) yeterince zaman ayırabilirim.						
11.İhtiyaç duyduğum zamanlarda, kendi kendimi oyalayabildiğim eğlenceli hobilerim vardır.						
12.Yaşamda beni rahatlatan ve dinlendiren her şeye (müzik, dans, komedi, karikatür, vb.) yakın dururum.						
13.Yaşamımda, duygu ve düşüncelerimi içtenlikle paylaşabileceğim gerçek dostlara sahibim.						
14.Yanlarında değilken, benim onları özlediğim kadar, arkadaşlarımda beni özlediğini bilirim.						
15.Aramızdaki sevgi ve bağlılığın uzun yıllar boyu süreceğine inandığım gerçek dostlara sahibim.						
16.Hayatımı kendi yaptığım tercihlere göre ve içimden geldiğince yaşarım.						
17.Yaşamda üstlendiğim sorumlulukların, özgürce hareket etmemi engelleyecek boyuta ulaşmasına izin vermem.						
18.Kendimi istediğim anda, istediğim işle uğraşmakta özgür hissediyorum.						
19.Yaşamımda dilediğim özerkliğe ve bağımsızlığa sahibim.						